



MALL OF THE NETHERLANDS 470

# 'Succes

**Unibail-Rodamco gaat 470 miljoen euro investeren in Leidsenhage. Is dat wel terug te verdienen? Retailonderzoeker Hans van Tellingen twijfelt geen moment: „Het wordt een groot succes.“**

**Gert-Jan Broere en Manike Kraaijeveld LEIDSCHENDAM**

Vastgoedbedrijf Unibail-Rodamco heeft nooit een geheim gemaakt van zijn grootsse ambities als het gaat om de herontwikkeling van winkelcentrum Leidsenhage. Maar de bekendmaking van de nieuwe naam Mall of the Netherlands en het bedrag dat gemoeid is met de investering - 470 miljoen euro in plaats van de aanvankelijk gemide 200 miljoen euro - deden de nodige wenkbrauwen fronsen.

Maar niet die van Hans van Tellingen, directeur van winkelmarktonderzoeker Strabo en auteur van het boek *#WatNouEindeVanWinkels*. Van verbazing was bij hem geen sprake. „Het wordt een groot succes, die investeringen zijn in een paar jaar terugverdiend“, meent hij. „Waarom? Het wordt uniek, iets vergelijkbaars hebben we nog niet in Nederland.“

Dat gegeven hoeft op zich nog geen garantie te zijn voor succes. Er spelen ook andere zaken mee, zoals het afzetgebied. „Het win-



donderdag 9 juni 2016

MILJOEN EURO IN PAAR JAAR TERUGVERDIEND

Een impressie van een van de ingangen van de Mall of the Netherlands.

# gegarandeerd'

kelcentrum ligt in een van de rijkste verzorgingsgebieden van Nederland, met gemeenten als Wassenaar, Voorschoten en de rijkere wijken van Den Haag.

En kijk ook naar het huidige centrum, zegt Van Tellingen. „Dat ziet er op zijn zachtst gezegd niet uit, maar nog steeds trekt het centrum acht miljoen bezoekers per jaar. Als je dan in staat bent dat aantal te verdubbelen, moet je kijken wat dat met de omzet doet. Dan is succes gegarandeerd.“

Zo'n verdubbeling moet zeker haalbaar zijn. „Want ondanks alle berichten ligt de retail in Nederland niet op zijn gat. We hebben te maken gehad met de crisis, waardoor het slechter ging. En dat had niets te maken met de opkomst van het internet, want dat beslaat maar 5 procent van het totaal. De retailers die zijn omgevallen, zoals V&D en Perry Sport, waren gewoon slecht“, meent Van Tellingen.

Wat volgens hem ook meespeelt is

**“Iets vergelijkbaars als dit centrum hebben we nog niet in Nederland”**

-Hans van Tellingen



dat Unibail-Rodamco een concept neerlegt, dat het eerder in het buitenland heeft uitgerold, waardoor ook grote buitenlandse retailers bereid zijn in Leidschendam in te stappen. Unibail heeft nog geen namen bekendgemaakt, maar Van Tellingen denkt dat de grote spelers op de internationale markt zich straks in de Mall zullen melden.

„Ze zitten nog volop in de onderhandelings, dus Unibail brengt nog niets naar buiten en ik weet ook niet met wie ze in gesprek zijn, maar het zou me niet verbazen als het gaat om bedrijven als H&M en Hudson's Bay.“ Unibail houdt zich ook nu nog op de vlakte als het gaat om de toekomstige huurders. Wel werd naar buiten gebracht dat de investering in Leidsenhage meer dan het dubbele is van het bedrag dat eerst

werd genoemd, namelijk 470 miljoen euro. „We weten nu pas hoeveel kosten de bouw van de ondergrondse parkeergarage met zich meebrengt. Dat geldt ook voor de aankoop van winkels in het centrum“, zegt Teun Koek van Unibail-Rodamco.

**Kwaliteit**

In het winkelcentrum hadden 80 mensen vaak kleinere winkels. „Uiteindelijk hebben we meer winkels aangekocht dan waarmee in eerste instantie rekening werd gehouden“, zegt Koek. Toch is hij, evenals Van Tellingen, ervan overtuigd dat de investering zich terugbetaalt. „Kwaliteit wint altijd. Het beste winkelcentrum van Nederland trekt meer bezoekers en zorgt voor hogere omzetten. De huur van de winkels deelt daar ook in.“

Volgens Jos Zuidwijk, centrummanager van nu nog Leidsenhage, heeft niemand bang te zijn dat Mall of the Netherlands te duur wordt. „Er blijft een mix van grote merken en

couleur lokale.“ Overigens heeft hij al één boos mailje gekregen over de naamverandering. „Een mevrouw schrijft: „We wonen toch niet in Amerika!““

Zuidwijk begrijpt het aan de ene kant wel. „We hebben 45 jaar de naam Leidsenhage in de markt gezet. En ik moet zeggen dat ik ook wel mijn twijfels heb gehad over Mall of the Netherlands. Maar er zijn internationale partijen die zich nooit hebben aangemeld voor Leidsenhage, die nu wel interesse hebben om zich te vestigen in Mall of the Netherlands.“

Dat het niet langer ging met Leidsenhage is voor Zuidwijk niet eens meer een discussie. „Het centrum was ooit toonaangevend in de regio, maar inmiddels was het gedoemd. Sommigen noemden het zelfs verpauperd. Er was leegstand. Grote winkelketens zijn de afgelopen tijd omgevallen. Dat hier wat moest gebeuren is duidelijk. En dat er wat gaat gebeuren, dat mag wel duidelijk zijn.“