



Bataviastad: fase 1, 2

Willem Veldhuizen, algemeen directeur van projectontwikkelaar Stable International zag in Amerika dat outlet stores booming zijn en dacht: dat moet hier ook kunnen! Outlet stores concurreren met de traditionele distributiekanaal in de stad en moeten daar dus ver weg van zijn. Bewust is er daarom voor gekozen om Bataviastad in Lelystad neer te zetten. Geografisch niet ver van de Randstad, maar toch een beetje apart. Letterlijk en figuurlijk. We namen er een kijkje en waren onder de indruk.

Bataviastad is in 2001 gestart, met ongeveer 80 winkels, 14.500 vierkante meter winkelloppervlak. Kees Woltering, partner bij Stable International: 'We hadden concrete ideeën en zochten daar een architect bij. Het is natuurlijk wennen voor een architect als de opdrachtgever al een concreet idee heeft. En zeker als het nogal afwijkt van de traditionele architectuur. Architect Rop van Loenhout (toen VHP en inmiddels Attika) heeft er na intensieve samenwerking tussen architect en ontwikkelaar een uitstekend stukje werk afgeleverd.'

VESTINGSTADJE

Bataviastad heeft als je binnenkomt iets weg van een houten dorp, met vele kleuren. Daaromheen is een

muur gebouwd zodat het oogt als een vestingstadje. Echter de uitbreiding heeft de gezellige sfeer van een Hollans Hofje. De beelden zijn inderdaad indrukwekkend, maar toch vraag ik me af of een grote betonnen doos met allerlei winkels ook niet had volstaan. Woltering ontkent dit met stelligheid: 'Winkelcentra concurreren onderling sterk, maar wij concurreren met entertainmentbedrijven, zoals de Efteling en Slagharen. We zitten op de dagjes-uit-markt en daarom moet je heel veel aandacht in de aankleding stoppen.' Dat geldt overigens niet alleen voor de aankleding, maar ook voor de marketing en het management. Woltering: 'Net zoals vele winkelcentra hebben wij er ook een managementteam op gezet, maar dan wel heel



en binnenkort fase 3

professioneel. Er zit een club van meer dan tien medewerkers en hun out of pocket-budget voor reclame is zeer aanzienlijk. Een winkelcentrum neerzetten is niet zo moeilijk, maar de truc is om het te laten groeien en spannend te houden!

De stimulans om continu te groeien is aanwezig voor zowel management als de winkels: elke winkel betaalt, naast een vast bedrag aan huur, een omzet-

gerelateerde huur. Woltering: 'Dus, hoe meer de winkels verdienen, hoe meer ook wij verdienen. Logisch dat we er samen alles aan doen om meer bezoekers te trekken (momenteel zo'n 2 miljoen per jaar!). We hebben net een uitbreiding achter de rug (fase 2) en zojuist heb ik vergunning aangevraagd voor de volgende uitbreiding (3), waarmee we in 2009 willen beginnen. We hadden het ook ineens kunnen doen, maar dan had je het risico gehad dat sommige winkels een tijdje leeg staan en dat is niet goed voor de aantrekkelijkheid van het Outletcentrum.'



Kees Woltering

HOLLANDS HOFJE

Even terug naar fase 2, die net afgerond is. Dit betrof ca. 6.000 m² en meer dan 20 winkels. Woltering: 'Ook hier hadden we concrete ideeën. We wilden een soort Hollands Hofje creëren. De winkels zijn hoger dan normaal, tot wel 7 meter, veel open staalbouw, poedercoated. De façade is handmatig metselwerk, waarbij we de kwaliteit van vroeger proberen te benadrukken met knipvoegen. We hebben maanden lopen puzzelen over allerlei details, keimwerk, speciale kozijnen. We hebben door middel van computer-



animaties het hele project vanuit alle hoeken bekeken. Zelfs het ontwerp van de tuin en openbare gebied hebben we in digitale beelden verwerkt om er een goed beeld van te krijgen!

VOORBEELDGEMEENTE

Wat ging er goed en wat ging er fout bij deze uitbreidingsfase? Woltering: 'Allereerst: alle lof voor de architecten, de landschapsarchitect en vooral de gemeente Lelystad. Echt een voorbeeld voor andere gemeenten, zoals zij meedenken in dit soort processen. Als er iets fout is of ontbreekt, bellen ze even op, zodat niet de procedure opnieuw moet worden gedaan. Kleine moeite, maar met enorme opbrengst.'

Het bouwproces met de aannemer verliep moeizaam maar op de, bij aanvang van de bouw, geplande datum kon de uitbreiding met veel feestelijk vertoon voor de consument geopend worden.

DOORSLAAN

Heeft u nog een advies voor de bouw? Woltering: 'Jazeker, voor aannemers. Neem meer tijd voor een goede voorbereiding, dit voorkomt veel fouten en onnodige kosten tijdens het bouwproces.'

Ook over architecten wil Woltering nog wat kwijt: 'Bij architecten valt me nog wel eens op dat ze geen rekening houden met de functie van het gebouw dat

Een outlet store is een winkel waar fabrikanten hun spullen direct aan het publiek verkopen, dus zonder tussenkomst van winkelketens. Vroeger stonden dit soort winkels naast de fabriek, maar tegenwoordig zijn ze gegroepeerd in speciale outlet winkelcentra.

ze moeten ontwerpen. Ik kan me voorstellen dat een architect zijn creativiteit ook wil loslaten op een rijtjeshuis of winkelcentrum of kantoor, maar hij moet er wel rekening mee houden dat de gebruiker er zich prettig moet voelen en het niet alleen een parade-

www.stable.nl

paardje van de architect moet zijn. In Amersfoort zijn wij nu druk bezig met de ontwikkeling van het centrum van uitbreidingswijk Vathorst. Dan is het uiteraard belangrijk dat de omliggende woningen ook verkocht worden. Dus ik vroeg op een bepaald moment aan de betreffende makelaar hoe het met de verkoop stond. Zijn antwoord was typerend: "De woningen die het meest op huizen lijken, zijn het snelst verkocht...!"