

# ‘Wereldhave maakt een grote, maar noodzakelijke draai’

**Wereldhave zit al meer dan een decennium in de hoek waar de klappen vallen. De opmars van online winkelen zet de huurinkomsten van de winkelcentra onder druk.** Daardoor dalen de vastgoedwaardes en uiteindelijk de aandelenkoers. Het bedrijf kreeg vorig jaar met Matthijs Storm een nieuwe bestuursvoorzitter die moest onderzoeken wat de opties zijn voor de toekomst van het bedrijf. De uitkomst daarvan is nu bekend: Wereldhave gaat weg uit Frankrijk en gaat de rest van zijn winkelcentra ombouwen.

**H**et vertrek uit Frankrijk is meteen een breuk met de strategie die werd ingezet onder Storm's voorganger Dirk Anbeek. Na een mislukt avontuur met een groot ontwikkelproject in Texas, had die de blik in 2014 juist gericht op Franse winkelcentra. Hij wilde Wereldhave laten groeien tot een vastgoedbedrijf met 5 miljard euro aan bezittingen.

Storm kondigde de nieuwe strategie begin februari aan. De opbrengst uit Frankrijk moet de verbouwooperatie helpen betalen. Daarbij gaat Wereldhave van winkelcentra zogenoemde *full service centra* maken. Dat betekent dat een kwart van het vloeroppervlak een andere functie krijgt. Dat kan een tandartspraktijk of fitnesscentrum zijn, maar ook horeca of kantoren of woningen. De achterliggende gedachte is dat als mensen maar naar het centrum worden gelokt, ze vanzelf andere uitgaven zullen doen en daarmee de nog aanwezige winkels overeind houden. Er ontstaat een soort kruisbestuiving.

De dag van de aankondiging duikelde de koers van het aandeel Wereldhave nog eens 10 procent omlaag. Dat kwam mede doordat Storm meteen een paar vervelende boodschappen voor aandeelhouders had. Zo zal de winst per aandeel de komende drie jaar circa halveren naar 1,40 tot 1,50 euro. Hetzelfde geldt voor het dividend. In een interview legt de topman uit waarom het onvermijdelijk is dat Wereldhave en daarmee de aandeelhouders door deze zure appel heen moeten bijten.

**1** Het is de tweede grote draai van Wereldhave in minder dan tien jaar. Was dat echt nodig? “Het is wel een grote draai, dat klopt. We gaan een land uit en van winkelcentra maken we de stap naar full service centra, maar ik denk dat het wel een noodzakelijke wending is. Wat wij in onze analyse gezien hebben, is dat we lege plekken gaan krijgen in winkelcentra. Nu hebben we 5 procent leegstand en dat is hartstikke goed, maar het is niet houdbaar.”

**2** Wat gaat u veranderen in de centra? “We hebben per locatie bekeken wat fysiek past en wat mag wat betreft vergunningen. Daarvoor zijn we met onze managers door alle eenheden gegaan om te kijken wat de waarde is, wat het zou moeten zijn en of de huurder er over vijf jaar nog zit. Daarbij gaat het deels om hun inzichten, maar komt het voor een deel ook van bovenaf. Wij denken namelijk dat in Nederland en België de komende vijf jaar nog 20 tot 25 procent van het vloeroppervlak van modewinkels gaat verdwijnen. De omzet is al met dat percentage gedaald, maar het aantal vierkante meters nog niet. Er zijn wel winkels weg, maar er zijn ook weer winkels bij gekomen. Kledingwinkels gaan heel hard dalen in onze portefeuille tot een punt dat we alleen nog goedkope modewinkels en winkels van merken hebben.”

**3** Wat komt daarvoor in de plaats? “Horeca staat op nummer één. Het is bij ons nu vijf procent, terwijl je in