

Wilhelminaplein krijgt een facelift



Aad Franken, Ferdi Bol en Daan Franken (v.l.n.r.) gaan Mirell flink verbouwen.

FOTO THIERRY SCHUT

NAALDWIJK

De frequente Naaldwijkse centrumbezoeker heeft het vast al gezien: er wordt flink verbouwd aan het Wilhelminaplein. De winkelpuien aan de noordkant van het plein worden uitgebouwd.

RIEN VAN DEN ANKER

Bij opticien Hans Anders is de winkelpui naar voren geschoven. „Met de voorkant van de andere winkels gaat dat ook gebeuren. En brasserie Mirell wordt twee keer zo groot,” zegt Simone Campman van Holland Projectontwikkeling in Rotterdam.

De facelift van het centrumplein beperkt zich tot 'de overkant van de kerk'. Daar zitten vijf winkelbedrijven onder een bijna vijftig meter lange arcade, waar het publiek 'droog' kan winkelen. Over de voor- en nadelen hiervan woedt al jarenlang discussie, want velen vinden de winkels daar wel erg verstopt zitten achter die dikke stenen kolommen.

Campman: „Dat is voorbij, bovendien wordt de zichtbaarheid extra verbeterd door haakse reclameborden, waardoor je al vanuit de Tuinen ziet welke winkels daar zijn.”

De meest zichtbare verandering wordt de verdubbeling van Brasserie Mirell. Vanwege een

ingrijpende verbouwing zal het restaurant wel eerst een maand dicht moeten.

Vol

Bij de broers Aad en Daan Franken en Ferdi Bol - het horecatrio dat ook restaurant Bij5 en de Piano bar runt - bestond al jaren de wens om uit te breiden. „Bij Mirell moeten we regelmatig aan de klanten 'vol' verkopen. En we hebben ook de ambitie om met de tijd mee te gaan, de klant meer ruimte, comfort en kwaliteit te bieden. Ook willen we iets doen aan de akoestiek, zo gaat dat.”

Het balletje ging rollen nadat er overeenstemming was over het verdwijnen van de galerij en Hans Anders één winkel wilde opschuiven. Zo kwam er ruimte voor uitbreiding. Alleen het portiek van de bovenbewoners was een probleem, maar dat wordt nu opgeschoven. De restaurantingang blijft hierdoor op dezelfde plaats, maar krijgt een voorportaal. Op het plein zelf komt naast de serre een verwarmd terras.

Verder veranderen de huisstijl en menukaart. De ondernemers begeven zich niet op een culinair avontuurlijk pad, maar willen zich blijven concentreren op 'betrouwbaarheid en herkenbaarheid'. „De keuken blijft Nederlands. Nieuw is dat we onze klanten ook een ontbijt gaan bieden.”