

Leisure als de speelse verleider in sprankelend Spanje

Majestueus winkelen in Madrid

DOOR HANS VAN TELLINGEN (*)

Spanje maakt een opmerkelijke transitie door van 'lelijk eendje' tot snelste groeier van Europa. Het land kent al jaren de hoogste gemiddelde levensverwachting van ons continent, te danken aan een dieet van olijfolie, vis en een goed glas wijn. Spanje doet echter, vanaf de toetreding tot de EU in 1987, ook in meerdere opzichten positief van zich spreken. Even geen misverstanden: de werkloosheid bevindt zich nog steeds op een bijzonder hoog peil van 12%. Het geboortecijfer is schrikbarend laag. En het nationaal inkomen per hoofd behoort nog steeds tot de onderste drie van de EU (Spanje laat alleen Portugal en Griekenland achter zich). Maar de groei van de economie is ongeëvenaard en de sociale en economische emancipatie van de Spaanse (stads-)burger is in volle gang. Met name de metropolen Madrid en Barcelona zijn bijzonder 'booming'. En ja, de mondige, mondaine Spaanse stadsbewoner wil winkelen, recreëren én geld uitgeven. Veel geld. In luxe winkelcentra en vermaakcentra. Want (geplande) leisure slaat hier namelijk wel aan...

AANSPREKEND

Tot in de jaren tachtig bestonden er vrijwel geen planmatig ontwikkelde winkelcentra op het Iberisch schiereiland (op een enkele winkelgalerij in de binnenstad na). Vanaf deze tijd ging het echter snel. Normaal in de rest van de wereld, maar onmogelijk in Nederland, begonnen de ontwikkelingen vaak met een (min of meer) solitaire hypermarkt (zoals, uiteraard, het Franse Carrefour, maar ook de Spaanse evenknieën Alcampo en Eroski), waar dan zeer kleinschalige 'overige retail' aan werd toegevoegd. Later, vanaf midden/eind jaren tachtig tot aan midden jaren negentig, begonnen de eerste 'echte' winkelcentra te ontstaan. Er vond een inhaalslag plaats. De laatste jaren echter neemt Spanje steeds vaker het voortouw qua gedurfde ontwerpen in de winkel- en leisurecentersfeer. De door ons bezochte centra zijn daarmee exemplarisch. Qua aantallen vierkante meters winkelvloeroppervlak in winkelcentra per inwoner (tsja: ik blijf toch een onderzoeker!) bevindt Spanje zich nog in de Europese middenmoot. Qua aansprekende nieuwe winkelcentra behoort Spanje (en dan met name Madrid) absoluut tot de kopgroep.

Hoewel nog zeer voorzichtig, doet de Spaanse retailer ook voorzichtig in de rest van Europa zijn intrede. Iedereen kent inmiddels Zara. En Mango. Zich kenmerkend door meesterlijke marketing, niet in het minst door de vrijwel constante verversing van het kledingassortiment. En iedereen heeft wel eens gehoord (al vinden we deze keten alleen in Spanje en Portugal) van El Corte Ingles, hét warenhuis van Spanje, dat als grote slokop de volledige concurrentie heeft opgekocht en (misschien een les voor V&D?) bijzonder succesvol is. Maar Spanje kent nog meer juweeltjes van retailers, zoals de modehuizen Cortefiel, maar ook verscheidene ons onbekende ketens. Overall worden de producten op sublieme wijze gepresenteerd. In een perfect ingerichte winkel. Met brede etalages. Daar kunnen wij nog wat van leren...

LA VAGUADA

Het eerste door ons bezochte centrum was La Vaguada. Misschien wel het eerste planmatig opgezette winkelcentrum van Spanje (in een buitenwijk van Madrid). La Vaguada is in 1984 gehonoreerd met de ICSC Shopping Award en maakt deze uitverkiezing, bijna 20 jaar na

Spanje is terug op het wereldtoneel. Niet als koloniale grootmacht, maar als economisch wonder. Spanje groeit namelijk zelfs in deze laagconjunctuur nog steeds fors door. En de winkelcentra groeien mee, zowel in kwantiteit alsook in kwaliteit. Spanje als hét paradepaardje van winkelend Europa? Jazeker! In oktober jongstleden vond namelijk de meerdaagse NRW-excursie plaats. Madrid en omgeving waren aan de beurt. Nou en of we daar ultramoderne winkel- én leisure-ontwikkelingen gezien hebben. Om je vingers bij af te likken...



dato, nog steeds waar: ruime opzet, goede presentatie, goede branchemix en een nog steeds grote bezoekersstroom.

LAS ROZAS

Eindelijk! Er bestaan Factory Outlet Centres waar het uitstekend toe is. Waar de sfeer verfrissend is en het aanbod van goede kwaliteit. De naam van dit verrassende centrum? Las Rozas!

HERON CITY

Waar ik Heron City in Stockholm, Zweden, enigszins vond tegenvallen, is dit leisurecentrum een groot succes. De Madrilenen begeven zich in groten getale naar de -op Amerikaanse wijze vormgegeven (een schoonheidsprijs zal het centrum waarschijnlijk nooit ten deel vallen)- bioscoop, de fitnessruimte, de restaurants en het speeldomein voor de kids.

TRESAGUAS

Hoewel dit 'out of town' winkelcentrum vorig jaar werd verblijd met de ICSC Award, zal mij dit bouwwerk toch het minst bijblijven. Niet dat het slecht is, helemaal niet. Twee verdiepingen winkelvertier en een separaat nabijgelegen leisurecomplex doen de harten van de Spaanse winkelconsumenten waarschijnlijk sneller kloppen. 't Is echter jammer dat TresAgua's sinds kort zware concurrentie heeft gekregen van het nabijgelegen...

....XANADU!

Dit winkelcentrum heeft het namelijk. Helemaal en wis en waarachtig. Hoewel de felle kleuren, de sculpturen en het bijna schreeuwende food-court je bijna in Amerika doen laten wanen, is dit centrum (hoe tegenstrijdig ook) een toonbeeld van smaak, branchemix, verleiding en vermaak. Met onder andere de grootste indoorskibaan van Europa. En winkels waarin je gewoon iets moet kopen. Niet slecht voor een middenin de weide gelegen winkelcentrum. Xanadu is de vervolmaking van het (winkel-)paradijs. Met een dergelijk centrum heeft de rest van Europa het nakijken. En is de emancipatie van Spanje van lelijk eendje naar koploper een feit...

Links: Heron City
Rechts: Las Rozas

(*) Drs. Hans P. van Tellingen is algemeen directeur van Strabo bv, Bureau voor Ruimtelijk Marktonderzoek, www.strabo.nl.