

NRW BEZOEKT DRIE NIEUWE WINKELONTWIKKELINGEN IN ZWEDEN

Tropisch winkelen

DOOR HANS VAN TELLINGEN*

Afgelopen mei heeft de Nederlandse Raad van Winkelcentra (NRW) met een groep van bijna 50 winkelvastgoedprofessionals Stockholm bezocht. "Bah: socialisme"! hoor ik sommige (over het algemeen niet al te linkse) NRW'ers roepen. "Koud!", ook dat heb ik veel gehoord. "Saai....!", roept weer iemand anders. En weer een ander heeft het over "Pippi Langkous", "ABBA", "IKEA" en (in goed Zweeds) "Victor -'Saab'- Muller". Tja, alle clichés over dit land worden opgerakeld tijdens zo'n trip. Uiteraard heeft Zweden meer te bieden. Verrassend meer. Want de goede eigenschappen van het land (schoon, groen, welvarend, georganiseerd, zuinig, charmant, sympathiek) worden aangevuld met nieuwe positieve waarnemingen. Zweden groeit namelijk veel harder dan de andere Europese economieën (5% in 2010). En de retailuitgaven groeien sinds 2010 weer gestaag met een jaarlijkse 3%. Het einde is nog niet in zicht. En Zweden lijkt wel 'booming'. Winkelcentra worden ook nog volop ontwikkeld. Waarin wuivende palmbomen je tegemoet zwaaien vanaf het centrale winkelplein. Tropische taferelen dus. En dat in het doorgaans frisse Stockholm. Hier volgt een verslag.

Wij Nederlanders lijken wel wat op die Zweden. Rust, reinheid en regelmaat gelden ook hier. Sterker nog: die gelden hier nog veel sterker. Waar achter onze georganiseerde polderfaçade toch sprake is van een zekere chaos, lijkt het wel of 'die Zweden' echt 'cool' zijn. Wat dat betreft zijn ze een verbeterde versie van de Nederlanders. Maar ja, dit heeft ook een schaduwzijde. De belastingen zijn nog een stuk hoger dan bij ons. Je kind wordt grotendeels opgevoed door de staat (met zijn allen verplicht voor en na school de georganiseerde kinderopvang in voor vijf dagen per week). En mocht je van een drankje houden, dan moet je naar de staatswinkel 'Systembolaget', die een monopoliepositie heeft in het land op het gebied van alcoholverkoop. Nu ga ik drankgebruik zeker niet ophemelen, integendeel. Maar van alleen al het woord 'monopolie', word ik als iemand met een liberale grondhouding toch niet zo vrolijk. Ik grijp als het ware dan meteen naar de fles J.

VIJF WINKELBEZOEKDOELEN In feite was er tijdens de NRW-reis sprake van vijf winkelbezoekdoelen: de drie nieuwe (of beter: grotendeels vernieuwde) winkelcentra Liljehomst-





De staatswinkel Systembolaget heeft in Zweden de monopoliepositie op het gebied van alcoholverkoop.

in steenkoud Stockholm

orget, Bromma Blocks en Sollentuna, het (overdekte) marktgebouw Ostermalmshallen en de toeristische winkelstraat in Gamla Stan, het historische hart van Stockholm.

GAMLA STAN EN OSTERMALSHALLEN Om met Gamla Stan te beginnen: da's niks. Niet de moeite waard. Een 'flut' winkelstraat. Dit in tegenstelling tot de omgeving, want dat is een prachtig stukje Stockholm.

Nee, neem dan de Ostermalmshallen. Een gebouw met verschillende marktkramen. Met kwaliteitsproducten. En een goede sfeer. Dat is even wat anders dan een gemiddelde avondse Nederlandse weekmarkt met matige producten. Als Provast en Córío in Rotterdam een dergelijke kwaliteit gaan neerzetten met het concept van de Markthal, sta ik voor in de rij. Als de eerste klant. Want de Ostermalmshallen is retail zoals retail hoort te zijn. Een genot voor het oog. Een zegen voor je maag. En 'een tien' voor het verblijfsklimaat.

LILJEHOLMSTORGET De eigenaar van Liljeholmstorget is het bedrijf Citycon. Een grote eigenaar en ontwikkelaar in Finland, Zweden en de Baltische staten. Met een portefeuille van meer

Ostermalmshallen: een genot voor het oog, een zegen voor de maag. En een tien voor het verblijfsklimaat.

dan 30 winkelcentra. Liljeholmstorget is een typisch Noord-Europese ontwikkeling. Oerdegelijk. Kraakhelder. Brandschoon. Vormt als het ware het centrum van een relatief nieuw stadsdeel in Stockholm. Prima 'ding'. Al is de relatief grote FootFall (meer dan 8 miljoen per jaar) deels te danken aan de metrohalte, die een uitgang richting het winkelcentrum heeft.

BROMMA BLOCKS Nou, dit is een aanrader. In ieder geval als het gaat om originaliteit. Uit een oude vliegtuighangar heeft ontwikkelaar/eigenaar KF Fastigheter een winkelcentrum tevoorschijn getoverd. Met aandacht, liefde, inzet en oog voor

> LEES VERDER OP PAGINA 11



Geheel links: de voltallige Strabodirectie voor de Ostermalmshallen; links Hans van Tellingen, rechts Jeroen Verwaaijen.

Links: Bromma Blocks.

< VERVOLG VAN PAGINA 9

duurzaamheid. Alhoewel: is het wel een winkelcentrum? Je zou het ook een groot warenhuis (van 60.000 m² vwo!) kunnen noemen. Een 'store in store'-concept in het kwadraat. Sommige winkels zitten in echte winkelunits. Andere winkels vormen meer een blokken doos die in het gebouw is neergezet. Ook is het aantal kioskachtinge winkels hoog te noemen. En is de horeca van sublieme kwaliteit. Originaliteit is troef. En het vliegtuigthema is op natuurlijke wijze uitgediept (niet op een nogal potsierlijke wijze als 'Loop 5' van het Portugese Sonae in het Duitse Weiterstadt, waar ook sprake is van het 'vliegtuigthema'). Er is één 'maar': 4 tot 6 miljoen bezoekers per jaar (is de schatting, want het winkelcentrum bestaat pas sinds een half jaar) is niet genoeg. Meer komen er (nog) niet. En dat terwijl het winkelcentrum in het rijkste stukje Stockholm staat. Het is maar de vraag of de uitgekende marketingstrategie (want die is er) effect zal hebben.

SOLLENTUNA Dit winkelcentrum bestaat al bijna een halve eeuw. Maar is onlangs dusdanig vernieuwd en uitgebreid dat er een compleet nieuw winkelcentrum ontstaan is. 'Design driven', zoals dat zo mooi heet tegenwoordig. Gewaardeerd met een ICSC Award. Gelauwerd om de architectuur, maar ook vanwege het concept. Met verschillende belevingsferen

Sollentuna draagt kwaliteit uit door het gebruik van dure materialen en het niveau van de afwerking

('warm en vrouwelijk', 'hip, jong en trendy' en 'luke en high end') in de modesectie. Elke keer als je hoek omgaat kom je in een compleet andere wereld terecht. Alle winkelklassen komen uit op de 'Oase'. Een met wuivende palmbomen omgeven horecaplein. Het winkelcentrum straalt kwaliteit uit door het gebruik van dure materialen en het niveau van de afwerking. Vinden de Zweden het wat, die luke en die wuivende palmbomen? De tijd zal het leren. De 6 miljoen bezoekers per jaar (zonder een uitgang naar een metrostation te hebben) zijn redelijk veelbelovend.

BEZOEK ZWEDEN De excursie was een groot succes. Een ieder kan ik een reis met de NRW aanbevelen. Inhoudelijk zijn de trips altijd in orde. Met lezingen, presentaties en rondleidingen van topniveau. Maar ook met vermaak. Zo was het boottochtje dwars door Stockholm (stad van de 'Scherenkust', met 24.000 eilanden!) zeer aangenaam. Zweden leek in dit geval een 'saai' reisdoel. Maar dat was het niet. Was ik een jaar of tien geleden (toen ik voor het laatst in Stockholm was) nog enigszins teleurgesteld over de saaie winkelcentra (nog saaiër dan bij ons), daar denk ik nu wel anders over. De Zweedse economie groeit als kool. En de nieuwste Zweedse winkelcentra zijn hip, trendy en 'cool'. Zweden, en dan met name Stockholm, doet het goed. Zweden is 'booming'. Het altijd frisse Zweden is 'hot'!

* HANS VAN TELLINGEN IS DIRECTEUR VAN ONDERZOEKSBUREAU STRABO



Liljeholmsmorget



Sollentuna



Bromma Blocks