

De 'quick trip' van SSM Retail Platform ging dit jaar naar Zweden. Naar Stockholm en omgeving. Hoofddoel betrof een bezoek aan de eind vorig jaar geopende 'Mall of Scandinavia'. Een meer dan terecht reisdoel. Dit winkelcentrum van Unibail-Rodamco staat namelijk model voor the Mall of the Netherlands. Die in Leidschendam als de vernieuwde Leidsenhage zal verschijnen. Maar naast de Mall of Scandinavia werden nog vele andere winkels, winkelcentra en winkelgebieden bezocht. Stockholm is *alive and kicking*. Zo blijkt. In menigerlei opzicht. Maar helemaal op retailgebied. Hier volgt een verslag. Lees en huiver.

DOOR HANS VAN TELLINGEN *

“**B**ah: socialisme”!, hoor ik sommige reisgenoten 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 H&M”. Afwisselend in een positief of juist negatief oordeel verpakt. Tja, alle clichés over dit land worden opgeroepen 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 aanvullend met nieuwe positieve waarnemingen. Of in ieder geval verrassende waarnemingen. Veel nuttige en gemakkelijke informatie werd

verstrekkt door Rik Eertink. De man, die vijf jaar lang de leiding van ‘CBRE Global Investors in the Nordic Countries’ heeft gehad. En sinds kort weer in Nederland bivakkeert.

EGALITAIR ZWEDEN

Wij Nederlanders lijken wel wat op die Zweden. Rust, reinheid en regelmaat zijn ook Zweedse waarden. Sterker nog: deze gelden in Zweden nog veel sterker. Waar achter onze georganiseerde Nederlandse polderfaçade toch sprake is van een zekere chaos, lijkt het wel of ‘die Zweden’ echt ‘cool’ zijn. En super georganiseerd. 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, waarbij elke ouder eerst wel 450 ouderschapsverlofdagen krijgt toebedeeld). En mocht je van een drankje houden, dan moet je naar de staatswinkel ‘Systembolaget’. Een winkel met een monopoliepositie op het gebied van alcoholverkoop. Nu ga ik drankgebruik zeker niet ophemelen, integendeel. Maar alleen al van het woord ‘monopolie’, word ik niet zo vrolijk. Ik grijp als het ware dan meteen naar de fles.

Verder is ‘consensus’ hét toverbegrip van de Zweedse samenleving.



Mall of Scandinavia

Veel meer dan in andere Scandinavische landen waar wél hiërarchie blijkt te bestaan. Het is niet voor niets dat veel Zweedse bedrijven buitenlandse CEO's hebben. Zij durven tenminste beslissingen te nemen.

DE ZWEEDE RETAIL

De grootste retailers zijn ICA, Coop (beiden supermarktbedrijven) en H&M. Er zijn relatief weinig buitenlandse retailers gevestigd. Dit vanwege de relatief kleine markt op een groot landoppervlak. Uiteraard zijn er wel wat buitenlandse ketens. Zoals Hollister. Maar ook de Nederlandse G Star Raw. Rituals. En Scotch & Soda. Het kwaliteitsniveau van Zweedse retailers is prima te noemen. Met weinig uitschieters naar beneden en naar boven. Al

Sture Gallerian





* Hans van Tellingen is algemeen directeur van Strabo bv, www.strabo.nl. Hij is tevens hoofdauteur van de bestseller #WatNouEindeVanWinkels, een boek bestaande uit negen artikelen, die eerder in de Shopping Centre News zijn voorgepubliceerd.

Reacties?: vantellingen@strabo.nl / 020-6260817 / Twitter: @hansvtellingen

‘Echte winkelgrandeur vind je tegenwoordig in het egalitaire Zweden’

met al ziet elke winkelstraat en elk winkelcentrum er verzorgd uit, ook in het lagere segment (zoals Kista Gallerian).

De huur betreft omzethuur. De servicekosten zijn transparant. En voor zover ik kon nagaan, was er bijna geen leegstand, ook niet op de wat mindere plekken. En dat terwijl – opvallend voor dit sociaal-democratisch land bij uitstek – de winkelmarkt uiterst competitief is. Met veel nieuwe uitbreidingen de laatste jaren. Zweden vormt een interessante markt. En is een welvarend land.

THE MALL OF SCANDINAVIA

Volgens sommigen is dit een pretentieuze naam. Dat zijn dezelfde mensen die zeggen dat the Mall of the Netherlands (de nieuwe naam voor

Leidsenhage) ook een overdreven indruk maakt. Maar deze mensen nodig ik graag uit in Zweden. Want dan snap je waarom een dergelijke benaming gewoon een kloppende benaming is. Want dit is ‘the mall of the next generation’. De Mall 3.0 zo u wilt. Ontwikkelaar (‘onze eigen’) Bart van Twillert liet in een uitstekende presentatie zien waar dit winkelcentrum voor staat.

Allereerst: de routing. Hier vind je het perfecte winkelrondje. Een achtje. En dat alles verdeeld in vier deelgebieden: aarde, water, lucht en vuur. Met elk een eigen sfeer en invulling. Retail, supermarkt, horeca en vermaak in een perfecte mix. Alles wat Unibail-Rodamco heeft verzameld qua inzichten in de loop der jaren is in dit centrum verwerkt. In

goed Nederlands:

- Concentration, differentiation and innovation;
- A landmark facade;
- A mirror ceiling with LED lights;
- A Designer Gallery with design brand stores;
- A four star customer service.
- En natuurlijk de hoge winkelpuien, ‘iconic shopfronts’ in de Unibail-terminologie.

De strategie heeft zijn effect gehad. In tien maanden tijd is het winkelcentrum al door meer dan 12 miljoen mensen bezocht. Niet gek voor een land met in totaal negen miljoen inwoners. Het winkelcentrum is al meerdere malen onderscheiden met de nodige prijzen. En geloof me, er komen nog vele awards aan. →



NK Salihall



Täby Centrum



Zweden zijn dol op muesli



TÄBY CENTRUM

Maar Groot Stockholm heeft meer te bieden. Zoals het Täby Centrum. Ook van Unibail-Rodamco. Zeker geen kinderachtig centrum. Integendeel. Het oudste deel stamt uit 1968. Een ander deel uit 1991. In 1997 kocht Unibail het centrum. En breidde het in 2013 uit met een derde deel. De oudere delen zijn gerenoveerd. En in 2014 en 2015 is dit centrum gekozen tot respectievelijk het beste van Zweden en het beste van Scandinavië. Een centrum met de 'four star customer journey'. Een centrum met jaarlijks 12 miljoen bezoekers. Een centrum in een rijk verzorgingsgebied. Tel uit je winst. Bart van Twillert wist er smakelijk over te vertellen.

KISTA GALLERIAN

Maar dan. Kista Gallerian. Een heel ander soort winkelcentrum. In eigendom bij Citycon. De grootste Zweedse belegger. Kista ligt in een armer gedeelte van Groot Stockholm. Een soort Vogelaarwijk. Het winkel-aanbod is hier van een ander niveau. Maar nergens ziet het centrum er verromfaaid uit.

Het woordje 'gribus' klinkt Zweeds. Maar je vindt het hier niet. Ik weet niet wat de jaarlijkse FootFall hier is. Maar gezien het geconstateerde druktebeeld is dit winkelcentrum zeer succesvol.

De mensen met een kleinere portemonnee geven hier veel geld uit. Ook op de foodcourt.

DE BINNENSTAD

Onder leiding van Rik Eertink is de Stockholmse binnenstad uitgebreid aanschouwd. De algemene indruk is dat deze er (meer dan) keurig bijligt. Verzorgd. En aangenaam.

Belangrijkste highlights zijn de winkelstraten. Regeringsgatan, Kungsgatan, Drottninggatan en Biblioteksgatan. Met onder andere een H&M Concept Store/H&M Home. Dé plek waar nieuwe H&M-snufjes worden uitgetest. Een prachtige winkel van Urban Outfitters. In een oude bioscoop. Of Illums Bolighus, mijn favoriete Scandinavische winkelketen.

Verder zijn Zweden dol op eten. Goed eten. Daar kunnen wij boeren-



MOOD Stockholm



Hötorgshallen



Sergelgängen



Täby Centrum

.....
*De nieuwste
 Zweedse
 winkelconcepten
 zijn hip, trendy
 en 'cool'.
 Stockholm
 is 'hot'!*

kooleters nog wat van leren. Goed eten uit zich in prachtige foodconcepten. Zoals in de Hötorgshallen. Of in de Sture Gallerian (een prachtige passage met heerlijke winkels en sublieme horeca). Of in Mood Stockholm.

Verder is NK Salihall een van de mooiste warenhuisconcepten in Europa die ik ken. En is Gallerian een prima overdekte winkelpassage. Last but not least zijn de Sergelgängen interessant. Als de Scandinavische winter echt toeslaat, dan kun je hier prima ondergronds winkelen.

BEZOEK ZWEDEN

De studiereis was een groot succes. Een ieder kan ik een reis met SSM

Retail Platform aanbevelen. Inhoudelijk zijn de trips altijd in orde. Met lezingen, presentaties en rondleidingen van topniveau. Maar ook met vermaak. En altijd – ik herhaal: altijd – uitstekend eten.

Zweden lijkt voor sommigen een 'saai' reisdoel. Maar dat is het niet. De Zweedse economie groeit als kool. En de nieuwste Zweedse winkelcentra zijn hip, trendy en 'cool'. En daarbij super-de-luxe mét een zekere grandeur (als het the Mall of Scandinavia betreft of het warenhuis NK Salihall).

Stockholm is een heerlijke stad. Stockholm is 'hot!' ←