

Lees dit verslag van onze wederwaardigheden. Avonturen zo u wilt. Retailavonturen. En 'post hippie'-avonturen. Want de creatieve klasse in Kopenhagen (voormalige krakers/hippies van 60 jaar en ouder in Christiania én de 'hipsters' van 30 in het Meat Packing District) brengt de stad tot leven. Zodat wij weer ideeën kunnen opdoen voor nieuwe retailconcepten. Alhoewel.. het échte geld wordt nog steeds verdiend in ouderwetse 'koopdozen'. Zoals Field's. Een mall zonder opsmuk. Met uitstekende parkeervoorzieningen. Niet zozeer een mooie mall. Maar wel een plek waar de doorsnee Deen (en de grote meerderheid van de Denen is behoorlijk doorsnee) de meeste aankopen verricht. De wereld verandert. Maar nooit zo dramatisch als sommige toekomstvoorspellers ons willen doen geloven. Ook hier is de klassieke retail nog 'alive and kicking'.

MALMÖ ALS STAD

Dit verslag begint echter in Malmö. In het uiterste zuiden van Zweden. De stad heeft lang gefungeerd als het afvoerputje van het land. Not 'the place to be'. Er zijn meerdere malen rassenrellen uitgebroken. En het gemiddelde inkomen was laag. De Øresundbrug, die Malmö in 2000 met Kopenhagen verbond, bracht verandering. Malmö was ineens gekop-

peld aan het veel mondainere Deense Kopenhagen. En de Denen gingen vaak op zondag (als hun eigen winkels niet open waren) shoppen in Malmö. De oude binnenstad van Malmö profiteerde. Maar Malmö kent sinds een paar jaar ook een zeer grote nieuwe wijk. De Boo1. Met als landmark het appartementengebouw 'Turning Torso.' Stadsontwikkeling van de tekentafel. Maar wel tot in perfectie uitgevoerd. Malmö tikkert aan de weg. En niet zo'n klein beetje ook.

DE WINKELCENTRA IN MALMÖ

Triangle bestaat al sinds 1989. Maar is sinds kort uitgebreid. Triangle is gelegen in de oude binnenstad. De uitbreiding op de eerste verdieping lijkt het niet zo goed te doen. Maar beneden is het goed toeven. En is het 's ochtends ook al zeer druk. Geen wereldschokkend winkelcentrum. Maar wel 'OK'.

Dan Emporia. Een nieuw centrum uit 2012. Vlakbij de brug. En vlakbij de uitvalswegen. Van Steen & Strøm (dat tegenwoordig eigendom is van Kleppierre). Dit centrum is prima in orde. Met de mooiste kleurenschakeringen uit de winkelcentrumhistorie (zie ook de foto van de blauwe roltrappen). Een mall met het perfecte 'winkel-achtje'. En de eerste Zweedse mall met een Apple Store. En een winkel van Hollister.

Hoewel ik de laatste jaren meer 'vreemde' winkelcentrums heb gezien, is het glazen dak van Empo-

Van 17 tot en met 19 juni vond de jaarlijkse lange excursie plaats van de Nederlandse Raad Winkelcentra. De NRW. Het was een 'epische' reis. Nooit zagen wij zoveel regen. Maar ook nooit zagen wij zoveel hartverwarmende winkelconcepten.

DOOR HANS VAN TELLINGEN (*)

Vernieuwende winkelconcepten én klassieke retail in Kopenhagen en Malmö

De 'turning torso'



ria ook de moeite waard. Maar dat is eigenlijk bijzaak. Met Emporia heeft Malmö een winkelcentrum van internationale propriëties. Met zes miljoen bezoekers per jaar. Al zal dat aantal nog wel wat hoger mogen.

KOPENHAGEN

Kopenhagen doet 'Amsterdams' aan. Veel water. Rivier. Kanalen. En een prachtige historische haven. Kopenhagen wisselt vaak stuivertje met Amsterdam als 'fietshoofdstad' van de wereld. Het is fijn toeven hier. Schoon. Heel. Veilig. En – op sommige plekken – 'überhip'. In de binnenstad vind je een van de langste winkelstraten van Europa, Stroget genaamd. Maar aan de rand van de binnenstad (Fisketorvet) en buiten het centrum (Field's) vind je de grote kooppleinen. Want fietsen is leuk. Maar de gemiddelde Deen komt toch het liefst –al is het maar een keer per week – met de auto naar een groot winkelcentrum. Om daar dan te winkelen en te verpozen.

.....
*Hippies van in de 60
 vind je in Christiania,
 hipsters van 30 in het
 meat packing district*

Maar Kopenhagen is ook 'Christiania' (oud-hippies van in de 60) en het 'Meat Packing District' (hipsters van een jaar of 30). Zijn dit de broedkamers van vernieuwende retail en horeca? Deels wel. Maar deels ook niet. Waarschijnlijk is de invloed van de Deense keten 'Tiger' (bij ons 'Flying Tiger' geheten) in realiteit een stuk groter. Tiger is een soort HEMA. Maar dan goedkoper. Verkoopt producten die je eigenlijk niet nodig hebt. Terwijl die producten toch gegretig aftrek vinden. 'Isn't that what retail is all about?' Kopenhagen is daarnaast Carlsberg. Juist. Van het bier. Rond de brouwerij verschijnt een



Linksboven: de Lego flagship store. Daarnaast: Christiania. Onder: Torvehallen

compleet nieuw stadsdeel. En Kopenhagen is tevens de plek van foodconcepten als Papirøen. En markthallen Torvehallen.

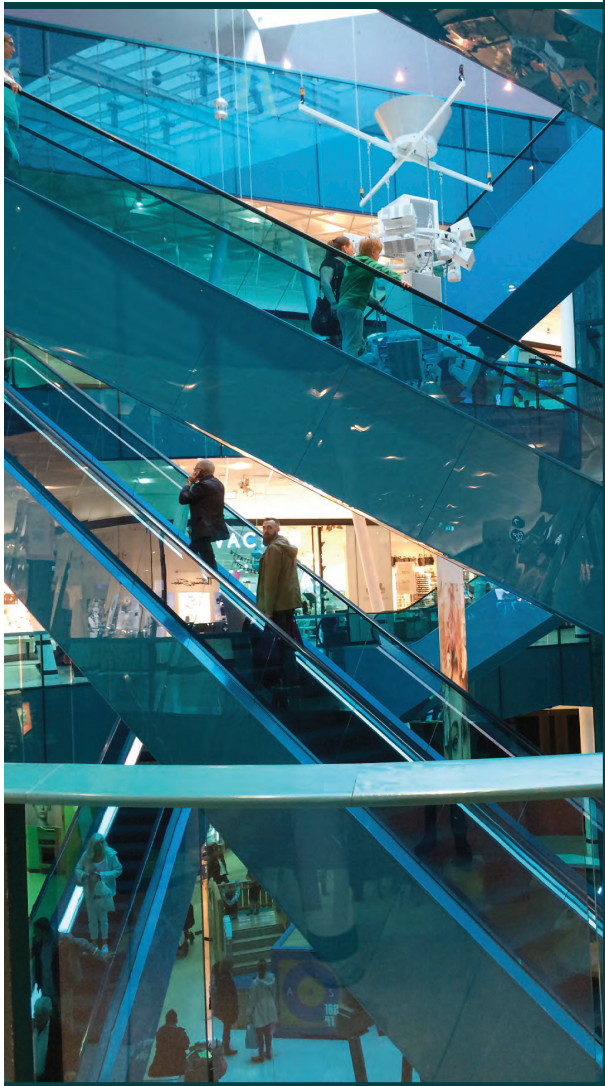
KOPENHAGENS: STROGET

A1- winkelstraat Stroget is dus lang. Heel lang. 1,2 kilometer. Vreemde straat. Je vindt hier de grote merken als Abercrombie en Louis Vuitton. Maar ook de Lego Flagship Store. Tussendoor moet je niet vreemd opkijken

als je ook een shoarmazaak ontwaart tussen de luxe merken. Mooiste winkel betrof Illums Bolighus. Dat je kunt omschrijven als 'high end fashion, gifts, furniture and design'.

KOPENHAGEN: MARKTHALLEN TORVEHALLERN

Deze markthallen betreft retail zoals retail hoort te zijn. Een genot voor het oog. Een zegen voor je maag. En 'een tien' voor het verblijfsklimaat.



Links: winkelcentrum Emporia
Geheel boven: het gezelschap poseert
Daaronder: Fisketorvet
Rechts: illums Bolghus

KOPENHAGEN: CHRISTIANIA, MEATPACKING DISTRICT EN PAPIRØEN

Christiania is een oud militair complex. In de oude stadswijk Vesterbro. Hippies stichtten hier in 1976 een commune. In de gekraakte gebouwen. Het complex verviel al snel tot een verslavingsbolwerk. Heroïne. Drugshandel. En criminaliteit. En de gemeente greep in. Als mensen afkickten, mochten ze alsnog blijven. En dan moest je (een schijntje aan) huur gaan betalen. Dat beleid was een succes. Christiania is nu een plek waar veel hippies op leeftijd in relatieve vrede samenwonen. En een plek waar soft drugs worden gedoogd. Op een vreemde manier ontstond

hier toch een post-hippieparadijs. Met de eerste winkelstraat ter wereld ("Pusher street") waar in meer dan 20 units 'dope' wordt verkocht. Waar het te strengste verboden is om foto's te maken. Is het een fijne winkelstraat? Uhm, nee. De agressiviteit straalt ervan af. En de zware criminaliteit lijkt het hier voor het zeggen te hebben. Niet fijn. Toch zijn er ook succesverhalen te vertellen. De Christiania bikes doen het goed. Heel goed. Als je 3000 euri durft te vragen voor een hippe bakfiets ben je geen hippie-ondernemer meer. Maar doe je gewoon aan 'big business'.

Dan het 'Meat Packing District'. In oude slachthuizen vind je hier vernieuwende horeca. Met organisch eten. En mooie café's. Kunstgalerieën en theater zijn hier ook ruim vertegenwoordigd. Een absolute aanrader.

De FoodTrucks van Papirøen vind je aan het water. Mooie plek. Doet mij denken aan Amsterdam-Noord. En in de verte aan het festival van de Rollende Keukens in het Westerpark. Lekker. Aangenaam. Mijn favo-

.....
Als je drieduizend euri durft te vragen voor een hippe bakfiets, ben je geen hippie-ondernemer meer



Links: Triangle. Boven: Papirøen

riet? De kraam waar ze varkensvlees verkopen. Toepasselijk 'Oink Oink' genoemd.

KOPENHAGEN: CARLSBERG BYEN

In de omgeving van de brouwerij van Carlsberg verrijst een compleet nieuw stadsdeel. 600.000 m² wonen. Een *experience center*. Een universaliteit. En een te ontwikkelen winkelcentrum waar grote internationale merken zich gaan vestigen. Wij kregen een presentatie van 'onze eigen' Jacques Sinke. Die partner is bij het Deense Reteam, dat als ontwikkelaar optreedt. Mooi plan. Al was de presentatie enigszins 'generiek'. Het is nog niet helemaal duidelijk waar het naartoe gaat met het gebied.

KOPENHAGEN: MALLS FISKETORVET EN FIELD'S

Alle hippe winkelconcepten ten spijt: de meeste Denen doen hun aankopen in een groot winkelcentrum. In Fisketorvet bijvoorbeeld. Met 8 miljoen jaarlijkse bezoekers. Het winkelcentrum is aangekocht door Unibail-Rodamco. En krijgt nu de behandeling de elk Unibail-centrum krijgt. Dat wil zegen: veel nieuwe huurders. En een strak design. 'Creating the perfect customer journey' is de 'pay off'. De klant staat centraal. Qua parkeren. Qua toiletten. En qua juiste muziek.

Field's is buiten de binnenstad gevestigd. En heeft een optimale autobereikbaarheid. 7,5 miljoen bezoekers per jaar kent het winkelcentrum. Het is niet het mooiste winkelcentrum dat ik ooit heb gezien. Maar wel een heel efficiënt exemplaar. Met minieme leegstand. En een aanbod voor elk wat wils. 'Middle of the road' zo u wilt. Met een foodcourt waar de frituurlucht enigszins indringend is. Maar toch: een 'shopper's paradise' voor de gemiddelde Deen. Die graag koopt

bij H&M. En het Deense warenhuis 'Magazin'. Dat er veel beter uitziet dan de wel erg oubollige v&d bij ons. Prima. Niets mis mee.

EN VERDER: BEZOEK KOPENHAGEN EN MALMÖ

De reis was uitstekend georganiseerd. Qua planning. Qua afwisseling. En qua eten. Een beleving ten top. Dank dan ook aan Brigit en Marcel.

Verder kan ik een ieder een bezoek aanbevelen. Niet alleen aan Kopenhagen (altijd een 'zekerheidje'). Maar ook aan het verrassende Malmö. Scandinavië saai? Dacht het niet! ←

(*) DRS. HANS P. VAN TELLINGEN IS ALGEMEEN DIRECTEUR VAN STRABO BV. WWW.STRABO.NL. STRABO REPRESENTEERT ONDER ANDERE HET BEDRIJF EXPERIAN-FOOTBALL (TELSYSTEMEN) IN NEDERLAND EN IS NEDERLANDS MARKTLEIDER OP HET GEBIED VAN PASSANTENONDERZOEKEN VOOR WINKELCENTRA. REACTIES?: VANTELLINGEN@STRABO.NL / 020-6260817 / TWITTER: @HANSTVTELLINGEN