

## DUBAI, DROOM OF WERKELIJKHEID?

Een reisverslag van drie dagen winkelvastgoed en leisure in Dubai.

**Dit jaar organiseerde de Stichting Studiecentrum Marktontwikkeling haar jaarlijkse reis naar Dubai. Er namen 48 ontwikkelaars, retailers, makelaars, beleggers, beheerders, adviseurs en vertegenwoordigers van de overheid deel aan deze indrukwekkende reis.**

De Stichting Studiecentrum Marktontwikkeling (SSM) stelt zich ten doel informatie-overdracht en meningsvorming te bevorderen over ontwikkelingen in de distributieve sector bij alle betrokken groeperingen. Zij profileert zich hierbij als een 'denktank' voor een optimaal winkelapparaat. De Stichting wordt bestuurd en begunstigd door toonaangevende nationale en internationale bedrijven die actief zijn binnen de winkelvastgoedsector.

### *Dubai, waar en wat?*

Voordat het reisverslag hieronder weergegeven wordt, geven we hier kort wat algemene informatie over Dubai om de achtergrond te schetsen, waartegen alle ontwikkelingen plaatsvinden. Dubai is een van de zeven Verenigde Arabische Emiraten (VAE) en tevens de naam van de hoofdstad van het gelijknamige emiraat. Dubai is rijk geworden aan de olie. Al het verdiende geld wordt nu gebruikt om de stad, de aangrenzende oceaan en de enorme woestijn ernaast om te toveren tot een centrum van luxe en plezier die de wereld tot nu toe nog niet gezien heeft. Want in Dubai weten ze ook dat de olievoorraad een keer op gaat raken. Naar verwachting zijn de oliebronnen over ca 10 jaar uitgeput. Echter de bron van inkomsten is daarmee allang niet meer opgedroogd. Op dit moment komt nog maar ca 10% van de inkomsten uit de oliehandel. Op dit moment is Dubai het derde re-export land ter wereld. En zoals uit dit verslag blijkt investeert de sheikh een enorme hoeveelheid geld in de ontwikkeling van luxe toerisme naar zijn land. Daarmee creëert hij enerzijds enorm veel inkomsten, anderzijds een enorme werkgelegenheid. Zoveel zelfs dat zijn eigen emiraat onvoldoende mensen levert om hier invulling aan te geven. Op dit moment is dan ook nog slechts 15% van de inwoners autochtoon, de overige 85% komt uit de hele wereld. Er leven in Dubai op het moment ca 185 nationaliteiten met elk hun eigen religieuze achtergrond vredig en in balans met elkaar samen.

### *Historie in een notedop*

Ooit was er een sheikh die groot droomde: Sheikh Rashid bin Saeed al Maktoum. In zijn landje dat via de Dubai Creek direct in verbinding staat met de Perzische gulf leefde zijn volk van parelduiken, vissen en een beetje handel. Daar, waar de meeste mensen slechts een bescheiden riviertje zagen, zag hij een poort naar de Wereld! In 1959 leende hij een aantal miljoen dollar van zijn buurland Koeweit en liet het riviertje uitbaggeren, opdat het grote schepen zou kunnen ontvangen. Hij realiseerde allerlei voorzieningen, vooruitlopend op potentiële ontwikkelingen; hij had de durf om aanbod te creëren een daarmee vraag manifest te maken. Opgevoed en geïnspireerd door deze sheikh als vader, regeert nu Sheikh Mohammed bin Rashid al Maktoum, voor velen: Sheikh Mo of Zijne Hoogheid, tegenwoordig over Dubai. De sheikh staat bekend als zeer visionair, vooruitstrevend, en ambitieus en revolutionair in zijn aanpak Niet onbelangrijk om te vermelden hierbij is dat sinds 1966 bekend is dat Dubai over rijke oliebronnen beschikt, die de sheikh met zijn vermogen van ca 20 miljard euro tot één van de beter bedeelden van de regio maken.

### *Lezingen en excursies*

Ons eerste bezoekdoel is Dubai Festival City. De Al Futtaim Group, één van de leidende bedrijven op het gebied van automotive, electronica, retail en onroerend goed in de Golfregio, is verantwoordelijk voor deze integrale ontwikkeling langs de Dubai Creek. Hier wordt in ca zes jaar een heel zichzelf verzorgend stadsdeel in de stad Dubai gerealiseerd met twee scholen, vier hotels, kantoren, een golf club e.d. In totaal wordt er ca 260.000 m<sup>2</sup> (bruto vloeroppervlak) aan retail, horeca en entertainment gerealiseerd. Het aantal woningen bedraagt ca 20.000, bestemd voor ca 70.000 inwoners. Wanneer Festival City naar verwachting in 2011 volledig opgeleverd is, biedt het ruimte aan meer van 100.000 mensen die er wonen, werken en recreëren. (Vergelijk de realisatie van Almere. In 1971 werd besloten om Almere te realiseren. Op dit moment (mei 2007) beschikt Almere over bijna 182.000 inwoners).

Vervolgens bezoeken we het lokale winkelcentrum: 'het Festival Waterfront Centre'. The Jerde Partnership tekende voor het ontwerp. Het winkelcentrum is nog niet volledig geopend, mede als

gevolg van het feit dat de infrastructurele verbindingen nog niet gereed zijn. Het eerste dat opvalt, is dat het winkelcentrum bijzonder groots oogt. Als trekkers herkennen we Marks&Spencer, Esprit en Forever 21. Aansluitend aan dit winkelcentrum is het Festival Power Centre dat ruimte biedt aan een enorme vestiging van IKEA en een omvangrijke vestiging van HyperPanda, Ace en Plug-ins.

#### *Lessen*

Bekijken we het winkelgebied vanuit onze westerse 'deskundige ogen', dan valt een aantal factoren op. Alles is groot, hoog en ruim! Het aantal niet-commerciële meters is relatief groot. En de airco, die ons beschermt tegen de locale 45 c, werkt fantastisch. Er bevindt zich een aantal trekkers en subtrekkers, maar er lijkt niet bewust gebruik gemaakt te zijn van de specifieke kwaliteiten van deze formules door ze zo te positioneren dat ze de loopstromen bevorderen. We ervaren het winkelcentrum als behoorlijk onoverzichtelijk, mede als gevolg van de mogelijkheid op verdieping te winkelen, zonder dat zichtbaar is welke formules daar gevestigd zijn. Lessen die wij in Nederland 'the hard way' hebben mogen leren. Bovendien is de afwerking van het centrum niet zorgvuldig. Een belangrijk deel van de winkelunits staat nog leeg, maar naar verwachting is dit slechts een tijdelijke aangelegenheid. Wel treffen we een passage aan waar vestigingen van Gucci, Prada, Versace, Dolce & Gabbana en Dior naast elkaar gehuisvest zijn, een fenomeen dat wij in ons landje niet kennen. Wat betreft druktebeeld, mogen de ondernemers hier blij zijn dat wij op visite zijn. Voor de rest loopt er vrijwel niemand.

Ons volgende bezoek heeft tot doel 'Emaar Properties' in Downtown Burj Dubai. Deze ontwikkeling omvat ca 4.500.000 m<sup>2</sup> met 30.000 woningen, 19 appartementencomplexen, negen hotels, een park, het hoogste gebouw ter wereld, de Burj Dubai Tower van ca 800 meter en het grootste winkelcentrum ter wereld, 'The Dubai Mall' met ca 380.000 m<sup>2</sup> netto verhuurbaar oppervlak. Tijdens ons bezoek aan Emaar worden verschillende korte presentaties gegeven bij een aantal maquettes. Zichtbaar is dat er heel goed is nagedacht over de kosmopolitisch ogende hoogten van de wolkenkrabbers in combinatie met de relatieve laagbouw van The Dubai Mall. De Burj Dubai Tower staat precies op het kruisvlak van deze twee qua vormgeving stedenbouwkundige eenheden.

#### *Van 60 naar 1.500 km kustlijn*

Aansluitend gaan we naar 'Nakheel Properties', waar een presentatie verzorgd wordt over de zeer spraakmakende en inmiddels wereldberoemde 'The Palms', 'The World', 'Dubai Waterfront' en 'Ibn Battuta Shopping Mall'.

In 2001 rondde sheikh Mo het concept van de palmeilanden af. Direct daarna is men gestart met de realisatie. Het eerste eiland is inmiddels gerealiseerd: 'The Palm Jumeirah'. Op dit moment worden de woningen opgeleverd en nemen de eerste bewoners hun intrek. Het eiland biedt ruimte aan vooral appartementen en vrijstaande villa's met elk hun eigen privéstrand. Deze woningen bevinden zich in de zogenaamde freehold property zone. Dat betekent dat het vastgoed ook daadwerkelijk eigendom wordt van de koper. Dit in tegenstelling van de meeste andere ontwikkelingen, die de sheikh in gang zet en die in zijn bezit blijven.

Op dit moment worden het tweede eiland: 'The Palm Jebel Ali' en het derde eiland 'The Palm Deira' opgespoten, evenals 'The World', bestaande uit driehonderd eilandjes in de vorm van de wereld. Elke eilandje wordt verkocht, zodat ieder daar zijn eigen 'koninkrijkje' kan bewonen. Daarnaast ontwikkelt Nakheel nog 'Dubai Waterfront'. Dubai Waterfront wordt groter dan Manhattan en Beiroet. De visie die ten grondslag ligt aan Dubai Waterfront is dat de sheikh hier een gebied wil realiseren dat op het niveau van wereldklasse ruimte biedt aan inwoners, bezoekers, en bedrijven in de snelst groeiende stad ter wereld. Er wordt een geheel nieuw centrum gerealiseerd: 'Madinat Al Arab'. Er is een uitgebreide haven aangelegd met daarom heen allerlei verschillende functies. Deze ontwikkeling in haar totaliteit moet symbool staan voor Dubai's onmetelijke groei en de ongekende intentie van de omvang en aard van een plan, dat nooit eerder in deze omvang gerealiseerd is. Met al haar ontwikkelingen in Dubai realiseert Nakheel een toename van de totale kustlijn van oorspronkelijk ca 60 km tot 1.500 km.

#### *Zeven sterren*

Na al deze presentaties brengen we aan het einde van de dag nog een bezoek aan de Burj Al Arab, het hoogste hotel ter wereld en het enige met zeven (!) sterren. Hier sluiten we de dag af met een aperitief.

### *Luchtbel in perspectief*

'Het is een luchtbel' wordt nogal eens gedacht. Daar wordt mee bedoeld dat het land zo ontzettend snel ontwikkeld is, dat het naar verwachting ook heel snel uit elkaar knalt. Maar is dat wel zo? Beoordelen wij Dubai niet teveel vanuit ons eigen referentiekader, gedomineerd door Calvijn (1509-1564). Of vanuit onze handelsachtergrond waar het socialisme in de vorige eeuw veel invloed op uitoefende? 'Iedereen is gelijk en het is intellectueel erfgoed waar het om draait'? Daarnaast functioneren wij vooral angstgerelateerd in plaats van durfgerelateerd. Hoe vaak wordt er ontwikkeld zonder voorverhuur of voorverkoop? Deze traditie en cultuur in combinatie met heel veel inwoners op een klein landoppervlak zien wij o.a. terug in onze enorme planningsbehoefte en -tot voor kort de voorwaarde voor het realiseren van winkelvoorzieningen,- verplichtte DPO's. Ook ons inmiddels overgedemocratiseerde bestel, waarin 'polderen' tot norm verheven is, helpt ons niet om snel ambitieuze ontwikkelingen tot stand te brengen.

### *Citytour*

De citytour, die volgt op dit bezoek is fantastisch! We besteden de hele ochtend om bezoeken te brengen aan The Palms, the Dubai Waterfront en zien The World in de verte verrijzen. Ook kunnen we de Burj Al Arab nog eens van dichtbij aanschouwen, waardoor we de futuristische vormgeving nóg beter kunnen bewonderen. Door deze tour zien we dat de verhalen die gisteren zo ambitieus klonken, dat we het nauwelijks konden geloven, wel concreet gerealiseerd worden.

### *Groot, groter, grootst*

Na de citytour, die enorm uitloopt, haasten we ons naar het Bur Juman Shopping Centre. We hebben hier nog maar een half uurtje en hollen door het winkelcentrum. In 2005 is het winkelcentrum uitgebreid. Het winkelcentrum bestaat uit een parkeerlaag op begane grond en drie winkellagen erboven. Op de bovenste verdieping bevindt zich een uitgebreide foodcourt. Ook in dit winkelcentrum vinden we vooral westerse trekkers als Saks Fifth Avenue, Zara en Mango. Opvallend is dat de wijze waarop in dit winkelcentrum vormgegeven is aan de drie lagen, veel beter is dan in het centrum van Festival Waterfront Centre, waar we gisteren waren. Er bevinden zich vele balkons en passages over het winkelcentrum, waardoor direct zichtbaar is dat er op alle verdiepingen iets te doen is. Ook aan de zichtlijnen naar de verdiepingen onderling is aandacht besteed. Deze manier van vormgeven levert echter wel heel veel niet commerciële meters op, maar met dat soort gegevens gaat men hier duidelijk anders om; als het maar groot is, mooi en exclusief, en bij voorkeur het grootst, mooist en exclusiefst.

Hierna gaan we naar de Gold Soukh en de Spice Soukh in het oude centrum van Dubai. Op de Soukhs herkennen we de oorspronkelijke aard van de stad. Winkel na winkel verkoopt kruiden, goud of Kasjmir shawls. De ondernemers zijn zo te zien allemaal Indiërs en Pakistani.

### *Zes werelden in één centrum*

Vrijdagochtend brengen we een bezoek aan de Ibn Battuta Shopping Mall, geopend in 2005. Nakheel heeft dit winkelcentrum ontwikkeld. Het winkelcentrum brengt met behulp van architectuur zes werelden samen: India, China, Perzië, Egypte, Tunesië en Andalusië. Deze werelden vinden we terug in zes met elkaar verbonden winkelcentra met elk hun eigen thematiek. Elk winkelcentrum is volledig en consequent vormgegeven conform de 14<sup>e</sup> eeuwse architectuur in de verschillende landen en streken, die de ruimten vertegenwoordigen. Zo is de Chinese mall vooral gericht op leisure met haar enige Grand Megaplexbioscoop in de Arabische emiraten en een aantal restaurants. De Egyptische mall richt zich vooral op familieaangelegenheden met o.a. een grote speelgoedwinkel, mode voor de hele familie en sportkleding. De Tunesië Mall biedt ruimte aan een enorme hypermarket van Geant en een foodcourt. De India Mall richt zich vooral op design merken, terwijl Perzië ruimte biedt aan warenhuizen en aan mode-accessoires. Andalusië tot slot heeft zich gespecialiseerd in dagelijkse non-food producten en diensten. Het gehele winkelcentrum is twee kilometer lang en kent verschillende aftakkingen.

Wanneer we door het enorme winkelcentrum lopen, valt een aantal zaken op. Overal staat uitstekende bewegwijzering. De enorme winkelcentra binnen het winkelcentrum stralen inderdaad elk hun heel eigen identiteit uit. Het winkelcentrum lijkt eindeloos groot. Zowel de winkels als de niet commerciële meters zijn zeer ruim. De plafonds zijn heel hoog en allemaal heel sterk gedecoreerd in de stijl van het gebied dat zij vertegenwoordigen. Het komt zorgvuldig gerealiseerd over, maar wel heel kitsch. Qua winkelformules zien we hier bijna alleen maar filiaal- en grootwinkelbedrijven. De kleine kioskes die in

de winkelpassages staan moeten zorgen voor een soort couleur locale met hun thee, wierook, shawls en zeepjes.

#### *Skiën bij 45 graden*

Aansluitend op dit bezoek, gaan we naar de Mall of Emirates, ontwikkeld door de Majid Al Futtaim Group. Ook dit centrum is in 2005 geopend. Met haar 223.000 m<sup>2</sup> is dit het grootste retail- en entertainment centre buiten de Verenigde Staten. Trekkers zijn o.m. Harvey Nichols, Carrefour, Zara, H&M en Virgin. Ook CoolCat heeft er een winkel.

#### *Een helicopterview*

Bekijken we de wijze van winkelvastgoedontwikkeling hier in het algemeen, dan zien we dat zij met hun aanbod vraag willen creëren, in plaats van aanbod realiseren naar aanleiding van de vraag, zoals dat in Nederland nog steeds gebruikelijk is (hoewel er langzamerhand ruimte lijkt te ontstaan voor een andere benadering). Ook is thematisering in alle bezochte winkelcentrum een duidelijke invalshoek, zowel wat betreft branchering als wat betreft marktsegmentatie. Bekijken we economie en cultuur in het algemeen in haar fysieke manifestatie, dan komt het vanuit ons referentiekader toch wat ontzield over. 'Plastic Fantastic', noemt kapiteit José Moreno, voormalig gezagvoerder op één van de jachten van de sheikh, Dubai.

Moe maar voldaan reizen we af naar de luchthaven. Is Dubai nu een luchtbel of niet? Dat wil zeggen: zal het net zo snel uit elkaar spatten als het tot stand is gekomen? Wie het weet, mag het zeggen!

#### *Literatuur:*

Door SSM uitgereikte syllabus  
National Geographic, january 2007  
Wikipedia  
Google  
Bedrijfsinformatie Nakheel  
Bedrijfsinformatie Dubai Festival City