

Door Hans van Tellingen (*)

SSM Retail Platform bezoekt Ierland
Google, omnichannel én echte winkels in retailstad Dublin

Elk jaar gaat SSM Retail Platform op studiereis. Vier dagen netwerken. Vier dagen inhoud. En vier dagen eten en drinken op topniveau. Een reis waarin topsprekers voor ons excelleerden. Een reis waarin vele winkels en winkelgebieden werden bezocht. Vele restaurants. En massa's kroegen. Kortom: een sprankelende reis. Met over het algemeen goed weer. En dan is het ook buiten goed toeven. Zeker in Dublin. De 'pub-hoofdstad' van Europa.



De reis ging overigens naar zowel *Noord-Ierland* als het 'gewone' Ierland. In essentie betrof het de steden Belfast en Dublin. Een wereld van verschil. Maar allebei zeer de moeite waard. Belfast vanwege het door Multi ontwikkelde Victoria Square. En de wel heel erg heftige geschiedenis in deze verscheurde stad. Dublin vanwege de succesvolle shopping mall Dundrum Town Centre. En het binnenkort uit te breiden Blanchardstown. Maar ook vanwege het bruisende stadscentrum. Met onder andere Grafton Street en Henry Street. En prachtige ontwikkelingen als Powerscourt. Dublin is tevens 'home of Penneys'. Beter bekend als 'Primark'.

Een stukje geschiedenis

In *Noord-Ierland* is de geschiedenis complex. Bottom line echter is dat er nog steeds spanningen zijn tussen protestanten (die bij Groot-Brittannië willen blijven) en katholieken (die zich willen afscheiden). Belfast was met name het strijdtoneel. Maar de muur van vijftien meter hoog (om het katholieke en protestantse stadsdeel te scheiden) en de 'avondklok' getuigen nog steeds van enorme spanningen. En ook de gedenktekens van de gevallen (aan katholieke zijde) en de zeer manifeste muurschilderingen (aan protestantse zijde) vertellen een heftig (recent) verleden. Lugubere wereld.

Ierland kent ook een roerige geschiedenis. Tot 1922 was Ierland onderdeel van Groot-Brittannië. Nu is het land zelfstandig, maar tot in de jaren 90 stond Ierland bekend als een zeer arm land. In vorige eeuwen is er zelfs sprake geweest van grote hongersnoden. Ierland was dan ook een emigratieland bij uitstek. Hoe anders is dat nu. Sinds de toetreding tot de EU zat Ierland in de lift (tot 2008). En niet zo'n klein beetje ook. Het voormalig armste land van de Unie was in 2008 (na

Luxemburg) het rijkste land. Met het hoogste inkomen per hoofd van de bevolking. Ierland was een zeer aantrekkelijke vestigingsplaats voor internationale bedrijven. En de toegangspoort tot Europa. Lage belastingen en goed geschoold personeel leverden veel hoogwaardige arbeid op. Economische groei leidde tot consumptieve vraag. En dus ook tot vraag naar winkels en winkelcentra. Die dan ook veelvuldig gebouwd zijn. Ierland werd echter zeer zwaar getroffen door de economische crisis in 2008. En moest aan het infuus van EU en IMF. Maar Ierland is al grotendeels hersteld. Wonderbaarlijk snel. En dat komt ook ten goede aan de retailbestedingen. En dus ook aan de door ons bezochte winkelcentra en winkelstraten. Die er in Dublin mooi bijliggen. En die ook weer grote (bestedende) groepen bezoekers trekken.

KLM

Helaas gooide de KLM roet in het eten. Door onze vlucht (en zeker 100 andere) te annuleren op woensdagochtend. Gevolg: de ene helft van de groep kon om 14.00 uur vertrekken (en kon slechts een klein gedeelte van het programma volgen in Belfast). En de andere helft (waaronder de auteur) pas om 16.00 uur. Deze laatste helft van de groep kon alleen aanschuiven voor het diner. Daarom is het verslag van de bezienswaardigheden in Belfast een weergave van een eerder bezoek aan Belfast door de auteur.

Belfast

Belfast is de stad van het imposante winkelcentrum Victoria Square. Door Multi hier neergezet (nadat eind jaren negentig een competitie was gewonnen). Het meerlaagse winkelcentrum van 75.000 m² heeft de typische 'Multi-statuur'. Verschillende bouwstijlen. Veranderende architectuur. Zodat je je in een organisch gegroeide winkelstraat waant. Mooi vormgegeven. Goed uitgevoerd. Met een fors aantal goede ketens. En goede horeca. Ook de aansluiting naar de rest van het kernwinkelgebied is uitstekend. Probleem is de welvaart in Belfast. Deze is nog niet zo groot. Is dit winkelcentrum een succes? Moeilijk te zeggen. Feit is dat er geen FootFall-cijfers bekend worden gemaakt. En dat het succes van het winkelcentrum afhankelijk is van het succes van Belfast als stad. De tijd zal het leren.

Maar Belfast is meer dan Victoria Square. Interessant zijn ook Williams St. South (de winkel), het lelijke, maar goed functionerende Castle Court en de in verval geraakte Smithfield Market. Belfast is de stad van de tegenstellingen. Arm en rijk. Shabby en mooi. Gewelddadig (of: een smeulende versie daarvan) en (bijna) lieflijk. Interessante bestemming dus.

Dublin

In Dublin is op de eerste dag (tweede dag van de reis) geen winkelcentrum bezocht. Maar werd wél het Europese hoofdkantoor van Google aangedaan. Én de Nederlandse ambassade. Op de derde dag zijn wel vele winkels en winkelcentra bezocht. En op de laatste dag werd Trinity College met een bezoek vereerd. Een van de oudste universiteiten van de wereld. Met de mooiste bibliotheek van Europa. En een origineel boek uit de negende eeuw ('Book of Kells').

Google beseft dat het om fysieke winkels draait

Een vroeg hoogtepunt van de reis betrof het bezoek aan Google. Met vele interessante presentaties. Een bezoek aan het pand. En het mooiste uitzicht over de Dublin Docks. Ook wel Silicon Docks genoemd. Omdat vele techbedrijven, waaronder ook Facebook en Salesforce, hier hun Europese hoofdkantoor hebben staan.

Google legde ons in de watten. Dat was fijn. Waarom? Google gelooft in retail. *Fysieke* retail wel te verstaan. In meerdere presentaties werd dit aan ons benadrukt. Begonnen werd met de onvermijdelijke customer journey. De mogelijkheden van de zich oriënterende consument zijn inmiddels oneindig groot. Hoe krijg je die consument in jouw winkel? Dat is de essentie. In geen enkel land vertegenwoordigen de webaankopen meer dan 10%. Google verwacht niet dat dit percentage de komende jaren heel veel zal stijgen. Meer dan 90% van alle aankopen vindt dus nog steeds in de fysieke winkel plaats. En in die fysieke winkel kun je dus nog het meeste geld verdienen. Maar online zichtbaarheid moet er wel zijn. In 2004 oriënteerde zich nog 13% eerst online. In 2017 was dit gestegen naar 58%. Techniek. Internet. Beiden zijn van wezenlijk belang. Maar techniek dient met name om mensen naar de fysieke winkel te halen. Alles draait om de klant. Die continu inzicht heeft in het beste dat retail hem of haar te bieden heeft. Consumenten zijn 'curious'. 'Demanding'. En 'impatient'. Het moet 'nu, nu nu'. Elke interactie tussen retailer en klant moet 'helpful' zijn. 'Personal'. En 'frictionless'. Elke keer moet de klant weer het gevoel hebben dat de laatste aankoopervaring weer beter was dan de vorige. En Google kan daarbij helpen. En helpt dan ook veel retailers hiermee. Google is een intermediair tussen internet en fysieke winkel. Daar waar beide werelden elkaar ontmoeten is de plek 'where the magic starts'. Aldus Google.

Verder was het Google-kantoor zoals je dat verwacht. Jong. Hip. Dynamisch. Interactief. Met een oververtegenwoordiging aan Millennials. Een bezoek op zichzelf waard.

Nederlandse ambassade

Dan. Het bezoek aan de Nederlandse ambassade. De plek waar bitterballen werden geserveerd. Kaassoufflés. En Heineken Bier. Niets mis mee.

Interessanter echter was het verhaal van de ambassadeur. De heer Peter Kok. Een man met inhoud. Die vermengd werd met een ironische vorm van droge, subtiele humor. Mooi figuur. Hét thema voor Ierland op dit moment volgens de ambassadeur? Dat is de Brexit. Ierland exporteert veel naar de UK. En deze export zal een klap krijgen. Bijvoorbeeld die van champignons (hét ingrediënt bij English Breakfasts). De Ierse economie zal een klap van 2 tot 8% te verwerken krijgen. Tja.

Een ander thema van de ambassadeur betrof de harde grens tussen Ierland en Noord-Ierland (dat immers tot de UK behoort). Een harde grens die misschien wel weer heringevoerd wordt. Met alle vervelende gevolgen van dien.

De SSM zou de SSM niet zijn als CBRE niet een degelijk verhaal hield. Zo ook nu. Op de ambassade. Twee leading ladies van CBRE verrichtten een uitstekende presentatie. Het was een optimistisch verhaal. Na jaren van economische groei (en nog meer in het vooruitzicht) zijn de huurprijzen bijna weer terug op het niveau van voor de crisis. Een vierkante meter in Grafton

Street (de A1-winkelstraat) huur je voor € 8.000,--. Da's veel. Nog niet zoveel als in 2007 (€ 10.000,--). Maar wel een stuk meer dan in 2012 (€ 3.000,--). Volatiele markt dus, die Ierse markt.

Sunshine Pints en the Dublin Daily

Geborreld werd er daarna in Hogans en The Market Bar. En uitstekend gegeten werd er in Brasserie Sixty Six. Mooie gelegenheden. Ons bezoek bleef niet onopgemerkt. En haalde zelfs de Dublin Daily (zie foto).

Cherrywood

Vervolgens: winkels. En gebiedsontwikkeling. Bezocht werd het plangebied Cherrywood. Een nieuw stadsdeel in het zuidoosten van de Dublinse metropool. Een slordige 100.000 m² aan ontwikkeling. Waaronder 32.000 m² aan winkels. En 21.000 m² aan horeca en leisure. Succes lijkt verzekerd voor deze ontwikkeling. Niet vreemd: dit is een van de rijkste districten van Dublin. Niet zo heel ver van Dundrum gelegen (zie het volgende kopje). Veel winkels waarvoor Dundrum Centre (zie ook het volgende kopje) geen plek lijkt te hebben, willen zich hier vestigen. Aldus de ontwikkelaar Hines.

Dundrum Town Centre

'Dundrum Town Centre' is een winkelcentrum dat 'klopt'. Een winkelcentrum met 18 miljoen bezoekers per jaar. Een winkelcentrum dat geen leegstand kent. Een winkelcentrum dat een wachtlijst kent van winkels die zich hier willen vestigen. Maar waarvoor nog geen plaats is. Een winkelcentrum dat ook nog fors gaat uitbreiden. Zo is het plan. Dundrum is geen 'domme winkeldoos'. Die in een weiland is 'neergeplempt'. Nee, het is een multifunctioneel binnenstadscentrum (van het stadsdeel Dundrum) dat in de bestaande omgeving en infrastructuur is ingepast. Opgeleverd in 2005. Maar in 2013 uitgebreid en tot volle wasdom gekomen met zo'n 125.000 m² aan winkelvloeroppervlakte. Dundrum kent goede winkels. En heeft een duidelijke routing en lay-out. Het afwerkingsniveau is hoogwaardig. En de restaurants zijn van topkwaliteit. Nergens in Ierland kun je beter uit eten dan in dit winkelcentrum. Nieuwe eigenaar Hammerson is blij met dit centrum. En positioneert een bezoek aan Dundrum als een 'iconic destination'. Mooie woorden. Maar uiteindelijk draait het om de omzet. En die is ongekend hoog. Zo'n anderhalf miljard euro per jaar. Dat is bijna ongeloofwaardig. Maar is wel gebaseerd op een correcte berekening als hun eigen gepresenteerde cijfers worden doorgerekend.

Blanchardstown

Dan: Blanchardstown. Dit winkelcentrum is gelegen in de gelijknamige voorstad van Dublin. In 1996 geopend. En in 2004 uitgebreid (ook met een Retail Park). Met ruim 100.000 m² is het een groot winkelcentrum. Er komen 17 miljoen bezoekers per jaar. Een schoonheidsprijs zal het winkelcentrum niet winnen. Het centrum oogt nu al gedateerd. Maar het centrum voor de 'massa' functioneert prima. Een efficiënte koopmachine. Onderverdeeld in een yellow mall (diensten). Red mall (dagelijks). En blue mall (mode en niet-dagelijks). Het winkelcentrum is tegenwoordig eigendom van Blackstone (de moeder van Multi). En gaat binnenkort uitbreiden en renoveren. Ik durf te wedden dat het een groot succes wordt.

Kernwinkelgebied

Het kernwinkelgebied van Dublin is er één om in te lijsten. In feite bestaat het uit twee deelgebieden. Eén ten noorden van de rivier de Liffey. En eentje ten zuiden. Om met het laatste deelgebied te beginnen; in Grafton Street en omliggende straten worden de hoogste huren betaald. En de sfeer en branchering is helemaal in orde. Het centrum Stephens Green Shopping Centre (uit 1988) detoneert een beetje. Maar voor het overige is het goed toeven in dit winkelgebied. Niet in het minst door de prachtige Georges Street Arcade. Of Powerscourt. En de waanzinnig mooie foodmarkt (met 'bewuste' producten) Fallon & Byrne. Waar men doodleuk nog vijf verdiepingen horeca aan heeft vastgeplakt.

De Noordzijde is ook de moeite waard. Met als belangrijkste as Henry Street. Die een wat middelmatiger aanbod kent dan Grafton Street. Maar minimaal net zo druk oogt. En minimaal net zoveel besteders kent. Winkelcentra als Jervis Shopping Centre en Ilac Shopping Centre zijn ook in dit gebied gevestigd. Mwah. Noemenswaardig is echter wel de belangrijkste zijas van Henry Street. O'Connellstreet. Dat als voorbeeld heeft gediend bij het toenmalige ontwerp van de Champs-Élysées.

Cliff Townhouse en Lisa Lambe

De SSM zou de SSM niet zijn als er niet waanzinnig wordt uitgepakt tijdens het laatste diner. Dit maal in restaurant Cliff Townhouse. We werden opgepikt door paard en wagen. We gingen in parade door de stad. En we werden onthaald worden door een Ierse (!) doedelzakspeler. Geniaal eten. En als verrassing een optreden van de Ierse zangeres Lisa Lambe. Wat een stem. En wat een mooie vrouw. En ik ben niet de enige met deze mening.

Trinity College

De laatste ochtend was een mooie ochtend. Het was de ochtend van het bezoek aan Trinity College. Een van de oudste universiteiten van Europa. Met een bezoek aan the Long Room, de mooiste bibliotheek van Europa. Die ook 'the book of Kells' bezit. Uit de negende eeuw. Waanzinnig.

Bezoek Ierland

Het was een uitstekende reis. Ondanks de door de KLM veroorzaakte valse start. Winkels. Horeca. Cultuur. Vermaak. Excellent eten. Historie. Maar ook politieke en religieuze kwesties bleven niet onaangeroerd.

En verder? Een ieder kan ik een bezoek aan Ierland aanbevelen. Niet alleen vanwege de historie en de cultuur. Maar ook vanwege de winkelcentra. Waarbij Dundrum Town Centre dé aanrader is. Dublin is meer dan goede muziek, Guinness en pubs.

En de retail? Retail is geen 'rocket science'. Verwen de klant. Luister naar de klant. Geef die klant de spullen die hij of zij wenst. En stop hem ook een glas wijn in de handen. Of een heerlijk hapje.

Blurring? Joh, dat gebeurt hier al tijden. *Er is namelijk geen wezenlijk verschil tussen retail en horeca.* Waar het om gaat in onze branche? Het gaat erom dat de consument zich naar een fysieke plek beweegt. Een plek waar hij dingen koopt. En consumeert. Dát is de toekomst van de retail. Ruiken. Proeven. Beleven. Kopen. Consumeren. En dat dan allemaal tegelijk. Ook Google heeft dat door.

Dank SSM. Dank Jack. Dank Leon.

(*) *Hans van Tellingen is algemeen directeur van Strabo bv, www.strabo.nl. Hij is tevens hoofdauteur van #WatNouEindeVanWinkels, een boek bestaande uit negen artikelen, die eerder in de Shopping Centre News zijn voorgepubliceerd. Reacties?: vantellingen@strabo.nl / 020-6260817 / Twitter: @hansvantelling*

Nick: Ik beschik over vele foto's.