

Zo blijft IKEA trouw aan zijn roots

11-10-2016 09:23

Door Amnon Vogel
Redactie RetailWatching

Ideeën zijn de weg naar de toekomst, meer dan technologie. Dat is de visie van new business and development manager Tony Sandelius. Die ideeën, die komen vandaag de dag nog altijd voor een belangrijk deel uit Ålshult, het Zuid-Zweedse dorpje waar IKEA in 1943 werd opgericht. De technologie ook, trouwens. RetailWatching nam een kijkje in de geboorteplaats van de meubelgigant.

•Iedereen verkoopt matrassen, maar niemand verkoopt slaap. • Sandelius is ervan overtuigd dat IKEA dat over een tijdje wel zal doen. • Sleep 2.0 •, zoals hij het noemt, moet consumenten meer gaan geven dan een product om op te slapen. Het moet ze aan een betere nachtrust helpen, door onder meer met technologische snufjes de kwaliteit en duur van de slaap te meten. Het is slechts een van de vele •new business projects• waar IKEA mee bezig is, zegt Sandelius. Een ander voorbeeld is het gebruik van ramen, waar volgens de new business manager meer mee moet kunnen dan licht binnenlaten en er een plantje voor zetten. De buitenlucht schoonmaken bijvoorbeeld, zodat je het ook in een grote metropool veilig open kunt zetten. •Meer dan een bed, meer dan een raam •. Net zoals de focus rond het wassen en boenen in huis niet meer op het product zelf moet liggen, maar veel meer op het proces: hoe kan IKEA de tijd die mensen kwijt zijn aan schoonmaken en wassen halveren? Hetzelfde geldt voor het in elkaar zetten van de eigen stoelen tafels. Die tijd moet, met behulp van nieuwe typen schroeven en bevestigingsmateriaal, in 2020 met minstens vijftig procent zijn verminderd.

Hoewel het bij sommige voorbeelden nog moeilijk is een voorstelling te maken, werkt IKEA aan 250 verschillende innovatieproducten en steekt het jaarlijks 150 tot tweehonderd miljoen euro in innovatie. Sandelius en zijn team richten zich daarbij op de lange termijn, waar IKEA moet staan vanaf 2030. Dat is ook het moment dat de Zweedse meubelketen wereldwijd de •leading multichannel meubelketen• moet zijn, vertelt Lena van Heuven. Ze is storemanager van de 35 duizend vierkante meter tellende vestiging in Ålshult. Veel klanten komen daar naar verluidt niet over de vloer •; het dorp is inclusief omliggende plaatsjes goed voor nog geen zeventienduizend inwoners •; maar de plaats van oorsprong mag nou eenmaal een filiaal hebben, zo is de visie. Die is overigens niet meer gevestigd in het oorspronkelijke pand uit 1958. Daar opende dit jaar een IKEA-museum, met een overzicht van de woonsituaties van Zweden in het verleden, hoe IKEA daar op inspeelde, een overzicht van zo •n beetje alles wat het concern in de loop der jaren in vele huiskamers heeft gezet en vooral veel Ingvar Kamprad. Van de lucifers die hij al op vijfjarige leeftijd verkocht, tot familiekiekjes door de jaren heen en zelfs een replica van zijn weinig spannende kantoor. De inmiddels 90-jarige oprichter laat zich zelden meer in het openbaar zien, maar wordt in •zijn •; Ålshult verafgoed.



Het kantoor van IKEA-oprichter Ingvar Kamprad



Kamprad begon zijn ondernemerscarrière op 5-jarige leeftijd met de verkoop van deze luciferdoosjes

Klanten of niet, Van Heuven is trots op haar winkel en schroomt niet om uit de doeken te doen hoe zij IKEA over vijf tot tien jaar voor zich ziet. De fysieke winkels zullen niet meer het belangrijkste verkoopkanaal zijn, maar pure experience centers. Ook de grote boxen op bedrijventerreinen en langs snelwegen, van tienduizenden vierkante meters, zullen worden teruggeschroefd. IKEA verkent het terrein van de binnenstad al, maar met de testlocatie die sinds 2014 in Hamburg staat is de retailer volgens Van Heuven nog niet moedig genoeg geweest. Het is nog hetzelfde concept, maar dan op minder vierkante meters. IKEA's grootste retailmissie voor de komende jaren is om nog toegankelijker te worden, stelt Van Heuven. Ook aan de andere kant van de oceaan, waar onder meer Mexico, Colombia en Brazilië als nieuwe markten worden toegevoegd. De Verenigde Staten en Canada zijn volgens haar de belangrijkste groeiemarkten. Vier winkels per jaar wil IKEA in Noord-Amerika openen. Alles om de omzet in 2020 van de huidige 34 naar vijftig miljard te krijgen. En klaar om die opnieuw te verdubbelen, besluit Van Heuven.

IKEA heeft in de dagelijkse bedrijfsvoering al lang niet zo veel meer met Imhult te maken. Het concern heeft zijn verschillende takken strategisch verdeeld over belastingparadijzen als Luxemburg, Liechtenstein en, last but not least, Nederland. Op het hoofdkantoor van IKEA Groep in Leiden verrichten ceo Peter Agnelli en zijn team hun dagelijkse werk, terwijl merknaamhouder Inter Ikea Systems in Delft kantoor houdt. Andersom, leiden in Imhult wel letterlijk alle wegen naar IKEA. Niet alleen zijn er het museum en een IKEA-hotel, ook de twaalf eigen ontwerpers zijn gestationeerd in het Smålandse dorp. Hun creaties komen daar in het

testlab uit 3D-printers en ook IKEA Industry Group, dat een deel van de daadwerkelijke productie voor zijn rekening neemt, is in Århus aanwezig. Tel daarbij op de winkel die de plaats nog steeds heeft, het distributiecentrum en de legendarische catalogus, die in een oplage van 211 miljoen in Århus wordt geprint en van daaruit over de wereld wordt verspreid, en het is niet heel verwonderlijk dat communicatiespecialist Ellen Ferm het dorp een "leidend internationaal centrum van meubelexpertise" noemt.



Alle wegen leiden naar IKEA



Een van de 3D-printers waarmee IKEA zijn prototypes op de wereld zet.

IKEA biedt in Ålshult plaats aan 4700 medewerkers, van wie er 2300 elders wonen. In de plaats zelf wonen een kleine tienduizend mensen, waarmee ruim een kwart van de dorpsbewoners dus voor IKEA werkt. 2300 van de in totaal 3300 forenzen werken voor het meubelconcern en de werkloosheid in Ålshult is relatief laag. Ferm: "IKEA is een "global company", maar het hart zal altijd in Ålshult liggen."