



RENÉ VIERKANT

‘Werk lokaal samen! Dan overleef je de jungle van retailers, stelt director Retail Investments René Vierkant van Syntrus Achmea Real Estate & Finance. ‘Beleving kun je alleen met elkaar maken.’

WINKELGEBIED IS TOTAALPRODUCT

‘Lokaal wordt er steeds meer samengewerkt tussen vastgoed, retailers en gemeenten. Tegelijkertijd zie ik dat de grotere retailers hier schitteren door afwezigheid. Soms lijkt het of ze blijven hangen in oude patronen. Wil je als retailer succesvol zijn in de fysieke omgeving dan gaat het om het totaalproduct van het winkelgebied. Wat jij alleen te bieden hebt, doet er niet meer toe. Voor de consument is het totale plaatje beleving belangrijk, en die kun je alleen met elkaar maken. Om dat te bereiken moet je samenwerken. Kijk samen met de vastgoedeigenaar is de verbindende factor met de buurman. Gelukkig zie ik die samenwerking op meer plaatsen ontstaan. Goede voorbeelden zijn bijvoorbeeld in Arnhem, Assen en Roosendaal. Die initiatieven ontstaan vanuit het lokale krachtveld.’

PROJECT – ROOSENDAAL

‘In Roosendaal werken we op stadsniveau samen met retailorganisaties, de gemeente, woningbouworganisaties en vastgoedeigenaren aan een integraal plan voor het winkelcentrum binnenstad. Samen managen we dit met als doel het weer succesvol en aantrekkelijk maken van een compacte binnenstad. Wie wil je zijn en welke doelgroep wil je bedienen, die vraag staat voorop. Roosendaal richt zich op service & shop. We werken intensief samen aan het vermarkten van de binnenstad met alle moderne middelen die erbij horen: off en online bedienen we de consument optimaal. Dit wordt vooral getrokken door de lokale ondernemers. Hun zorg is hoe we het landelijk filiaalbedrijf erbij krijgen. Deze retailbedrijven lijken erg met zichzelf bezig te zijn, terwijl de oplossing zit in samenwerken op lokaal niveau. Helaas staan ze niet vooraan in de rij, vaak nog niet eens aan de zijlijn. Ik vind dat kortzichtig!’

BLAUWDRIJKES ROZENDAAL

‘Roosendaal is een typisch voorbeeld voor de problematiek van middelgrote steden. De stad kent geen gezellige historische binnenstad, dus is het niet zo eenvoudig om er een compacte gezonde binnenstad van te maken. Ik ben ervan overtuigd dat het ons wel gaat lukken. Met de opgedane kennis en ervaring kunnen we ook in andere steden aan de slag om nieuw leven in hun binnenstad te blazen. Ook op dat niveau werkt de samenwerking van Roosendaal!’



OPVALLENDE RETAILER

‘Happy Tosti. Het is boeiend om te zien dat er jonge ondernemers zijn opgestaan, die het lef hebben om iets nieuws te beginnen. Happy Tosti is zo’n mooi voorbeeld. Ze zijn een foodconcept rondom het fenomeen tosti begonnen en doen dat met personeel met een beperking tot de arbeidsmarkt. Zonder subsidie. Dit idee past helemaal bij maatschappelijk verantwoord ondernemen. Ook leuk: de 27-jarige ondernemer wil meer winkels openen. Dit stukje ondernemerschap heb ik de laatste jaren toch wel gemist in Nederland. Die spirit waren we door het te lang vasthouden aan bestaande formules en concepten een beetje kwijtgeraakt. Het is pijnlijk duidelijk geworden dat velen niet meer werken.’

WINNAAR OMNICHANNEL

‘Hennes & Maurits. Los of ik nu wel of niet fan ben, ze doen het goed. Als je het aantal filialen telt tussen het CS en het Leidseplein, acht, en weet dat ze een waanzinnig succesvolle internetwebshop hebben, is het een tekenend voorbeeld hoezeer de retailmarkt veranderd is en je daarin toch succesvol kunt zijn. Retail is niet dood als je maar aan de slag gaat.’

FAVORIEETE LOCAL HERO

‘Mijn pakken haal ik bij een lokale ondernemer in Amersfoort, Bas Schrikk. Hij werkt onder de naam Van Osmode, en doet dit met passie, flair en persoonlijke aandacht. Hij krijgt het voor elkaar dat ik iedere keer weer met een dunne portemonnee naar buiten loop met dingen die ik niet echt nodig heb!’

FAVORIEETE FOODCONCEPT

‘Ik heb grote bewondering voor Jumbo, in korte tijd groot uitgerold met hun concept en het staat nog steeds overeind. Als familiebedrijf zijn ze zelfs een serieuze bedreiging voor AH.’