

What's new and exciting ?

Een allochtone buurtsuper

Als onderzoeker met beperkte praktische retailervaring is een ondernemersonderzoek een welkome leerschool. Wanneer je het vertrouwen van de ondernemer gewonnen hebt en de juiste vragen stelt en je de tijd neemt, word je vaak een uitgebreide en leerzame blik in de keuken gegund. Alles is terug te voeren op de eenvoudige vraag: "Hoe verdien je nu je geld en hoe heb je in de afgelopen jaren geprobeerd je omzet te verhogen?" Soms stuit je op uitgebluste, verbitterde ondernemers die hunkeren naar hun pensioen, maar ook kom je jonge, vernieuwende en enthousiaste ondernemers tegen die boordevol plannen zitten.

In Amsterdam kwam ik een formule tegen met grote expansieplannen. Waar de grote jongens het laten liggen, duiken wij er in en maken er een succes van. Een wonderlijke mix van een toko, natuurvoedingswinkel en het assortiment van een full service supermarkt met wisselende non-food lokkertjes à la de Kruidvat en dat alles op slechts 400 vierkante meter die een landelijke discounter onlangs achterliet. Dit betekent dus heel veel keus, maar ook veel werk. De schappen dienen continu bijgevuld te worden, omdat er van elk artikel maar heel weinig exemplaren in de winkel kunnen staan. Bijzonder is ook dat je je eigen fles huiswijn kunt tappen (wit of rood) en je eigen koffie vers kunt malen. De betreffende ondernemers hebben beide veel ervaring opgedaan in de supermarktwereld en zijn nu met hun tweede vestiging bezig. Zij menen als enige in staat te zijn om werkelijk in te spelen op de behoeften bij zowel de allochtone als autochtone consument en het braakliggende terrein tussen de buitenlandse toko en supermarkt te kunnen ontginnen. Een wervelend verkoopverhaal gecombineerd met een onverwoestbaar vertrouwen in eigen kunnen. Het zou mij niet verbazen als we de komende tien jaar nog veel van deze mannen gaan horen.

Ik hoop wel dat ze dan wat grotere winkeloppervlaktes kunnen vinden, dat scheelt weer een hoop vakkenvulwerk.

Jeroen Verwaaijen

directeur onderzoek Strabo bv

verwaaijen@strabo.nl

verschenen in Shopping Center News september 2003