

Op 27 november vierde Strabo (marktonderzoek en vastgoedinformatie) het 35 jarig jubileum. Voor eigenaren Jeroen Verwaaijen en Hans van Tellingen reden een feestelijke bijeenkomst te organiseren in de Westergasfabriek te Amsterdam. Maar liefst 250 genodigden gaven acte de présence.



STRABO



Jorine de Soet, Chantal Riedeman en Fiorienne Westenberg presenteerden valkuilen voor retailers



Van links af: Rick Moorman, Barbara en dagvoorzitter Paul Rodenburg

‘Dit tweehonderd pagina’s tellende boek is nog beter dan het eerste’



De Strabomannen van het eerste uur: Dick Loos, Jac Vries, Ed Nozeman en Kees van der Meulen.



Grote drukte tijdens de netwerkborrel na afloop



35 JAAR



Het nieuwe boek van Hans van Tellingen



Middendorp, Bram Bosch, Joël Timmerman

Als dagvoorzitter fungeerde Paul Rodenburg van B@S Consultants | Brood@Spelen. Hij liet allereerst wat historische beelden van de figuur Strabo zien om vervolgens over te gaan naar een vraaggesprek met een aantal mensen van het eerste uur: Dick Loos, Ed Nozeman, Jac Vries en Kees van der Meulen reisden met de aanwezigen terug in de tijd. Begin jaren tachtig was het voor pas afgestudeerde sociaal geografen allerm minst vanzelfsprekend een baan te vinden.

Vervolgens liet Rodenburg een viertal échte retailers aan het woord. Ondernemers die hun eigen en succesvolle draai hebben gegeven aan de stenen winkel. Rick Moorman van House of Men (Gelderlandplein Amsterdam), Barbara Middendorp van Helene by Barbara (Beverwijk), Bram Bosch van Bosch Sport (Santpoort-Noord) en Joël Timmerman van SchoenZaken (Groningen) gaven blijk van veel visie, ondernemerslust, inventiviteit en creativiteit, waarmee zij ook in deze tijd de échte winkel prima kunnen exploiteren. Vervolgens was de beurt aan Jeroen Verwaaijen, die de resultaten van Strabo's recente onderzoek naar het marktaandeel van online retail besprak.

TER LERING EN VERMAAK

Na de pauze volgde een sketch van een drietal dames, mede-auteurs van het nieuwe boek van

Van Tellingen. Jorine de Soet, Chantal Riedeman en Fiorienne Westenberg zetten op komische doch leerzame wijze een aantal valkuilen voor retailers neer. De boodschap: klantvriendelijkheid en service in een fijne winkelomgeving is waar je het mee kunt winnen. Investeer hierin en investeer vooral ook in personeel.

ALLES ONDERBOUWD

En toen was Hans van Tellingen aan de beurt. In flitsend tempo en gelardeerd met de bekende Van Tellingenhumor met een vleugje cynisme en de groeten aan ome Cor, ging hij door zijn tweede boek heen. Dat draagt de titel *Waarom stenen winkels winnen*. Die titel zegt alles. Van Tellingen is wars van speculaties of onjuiste stellingen. Alles moet onderbouwd worden en als je dat doet, dan – nou ja, dan weet je dus echt *Waarom stenen winkels winnen*. Zijn eerste boek *#WatNouEindeVanWinkels* was een enorm succes. Dit tweede boek zal dat ongetwijfeld ook worden, want – aldus Van Tellingen – 'het is beter dan het eerste boek'. ←

BESTELLEN? ZIE WWW.STRABO.NL.

