



# GIJS BESSEM

Al dat gepraat over technologie in de detailhandel vindt managing partner Gijs Bessem van KroesePaternotte leuk, maar de basis blijft toch dat een product zichzelf verkoopt in een mooie en gezellige fysieke omgeving. 'Als je dit als ondernemer snapt, ben je succesvol. De rest is noodzakelijke bijzaak.'

## 'VERSCHUILEN ACHTER TECHNOLOGIE IS ONZIN'

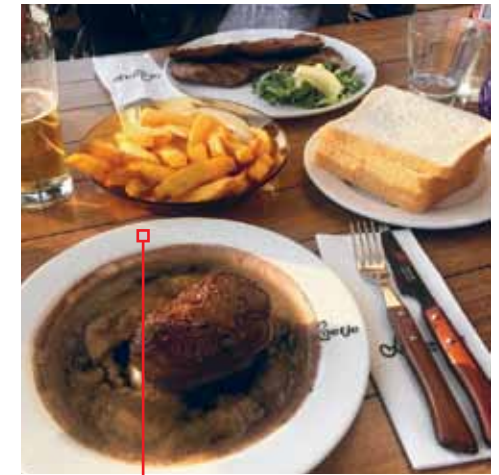
'Meegaan in technologie is voor een winkelbedrijf belangrijk, maar als jij een leuk jurkje ziet hangen in een mooie omgeving, koop je dat toch? Verschuilen achter technologie, wel of geen goed gebruik, is in feite een slap excuus. De technologie bij Zalando is waarschijnlijk op orde maar in feite hebben ze nog nooit met winst gedraaid. De aandeelhouders verwachten die winst eens binnen te slepen, daarom staat de aandelenkoers zo hoog en bestaat Zalando nog. Het héét detailhandel: je moet een product brengen dat de consument op dat moment wil hebben, on- of offline. Lukt je dat, dan maak je winst. Zo simpel is het: in de mode gaat het om mode. Volgens mij was de grondlegger van Inditex destijds een stoffenkoopman. Ze maken van die stoffen een flashcollectie en hangen die in een aantal geselecteerde winkels per land. Via de kassa-aanslagen weet Inditex dat bijvoorbeeld het paarse topje goed verkoopt en de feloranje niet. Door de reactie van de consument kan het bedrijf heel snel inspelen op potentiële trends, die mogelijk nog geen trends zijn maar wel kunnen worden. Op deze wijze zet een detailhandelsconcern technologie zinnig in.'

## 'PARTIJEN MOETEN MET ELKAAR MEEDENKEN'

'De retailmarkt is hard in beweging. Het geestige is dat er veel verhuurd wordt in de provinciale hoofdsteden met een gezellige authentieke kern zoals Groningen, Zwolle, Den Bosch en Alkmaar. Retailers kiezen steeds meer voor die steden; het aanbod droogt daar op. In grote steden is de vraagkant dunnetjes, en dat zie je met name in de 500 plus winkels. Hier zit ook al van alles waaronder H&M, Inditex, New Yorker en The Sting. Je ziet ook dat er op de kernwinkelgebieden groei is in foodretail: koffietentjes en lunchcafés en zo, zodat mensen langer kunnen vertoeven in een A1-winkelgebied. Partijen moeten met elkaar meedenken: retailer, vastgoedondernemer en gemeente. Een internationale, nationale of lokale detaillist wil maar één ding: drie muren met een glazen front, en daarbinnen zijn bedrijf runnen. Geld verdienen. Je moet als verhuurder zorgen dat je de omgeving aantrekkelijk maakt. Als jij daarin als verhuurder of gemeentebestuur niet meegaat dan gaat die detaillist niet huren, omdat hij onvoldoende omzet verwacht. En daar is ook een rol voor de gemeente weggelegd. Denk aan parkeerbeleid, parkeertarieven, toegankelijkheid of verblijfsduur. Als je dit allemaal goed op orde hebt, komt die consument. Gemeentes zien steeds meer het belang in van samenwerking met retailers en vastgoedeigenaren. Je hebt niks aan een verloederend stadshart.'

## 'JE MOET JE KEUKEN OP ORDE HEBBEN'

Vroeger kon je zeven jaar mee met je formule; dat gaat niet meer. Je moet je keuken op orde hebben qua look-and-feel, jouw product. Die retailers winnen de wedstrijd. Nelson-schoenen weet bijvoorbeeld hoe het moet: ze maken mooie winkels en investeren in hun formule, gaan mee met wisselende trends. Zo zijn er natuurlijk meer retailers die dit vak verstaan. De begane grond van de Bijenkorf ziet er heel lekker uit, dus geef jij daar je euro uit. Als je al achttien jaar in de HEMA of Blokker komt waar niks veranderd is, kom je daar niet meer graag en haal je alleen de broodnodige dingen. Dan sjouw je toch liever door Ikea heen? H&M van hetzelfde laken een pak: aan de onderkant worden ze ingehaald door Primark en aan de bovenkant door Zara. Dan heb je als retailer een probleem. Gelukkig hoeft ik de oplossing niet te bedenken.'



## FAVORIETEN

### RETAILER:

'The Sting. Ze gaan maar door met vernieuwing en winst maken.'

### FOOD:

'Loetje. Heerlijk!'

### LOCAL HERO:

'Geen.'

### WINKELSTAD:

'Den Haag. De stad is goed gesegmenteerd en alles op loopafstand. Een buitenlandse favoriet heb ik niet. Nederland heeft de gezelligste winkelstraten. Wij hebben het goed voor elkaar.'