

SUPERMARKT EN RUIMTE

JEROEN VAN DER WEERD, initiatiefnemer en directeur
DAAN MERCKX, organisator retail events en retail inspiratie tours

‘WE WILLEN ONZE ACHTERBAN INFORMEREN OVER DE ONTWIKKELINGEN IN DE SUPERMARKTSECTOR’

Jeroen van der Weerd organiseert met zijn kennisplatform allerlei events voor professionals met interesse in supermarktvastgoed. ‘Alles draait om de inhoud’.

Supermarkt & Ruimte, een kennisplatform voor professionals in supermarktvastgoed, is inmiddels breed bekend binnen de sector. Initiatiefnemer Jeroen van der Weerd organiseert vanuit dit platform sinds 2011 jaarlijks diverse events. Twee daarvan zijn het Supermarktvastgoedcongres en de jaarlijkse buitenlandse studiereis. De studiereizen worden in samenwerking met **Daan Merckx** georganiseerd en ook voor het aankomende Supermarktvastgoedcongres (achtste editie) hebben **Jeroen** en **Daan** de handen ineen geslagen.

ALS IK DE VERHALEN OP JE PLATFORM DOORLEES, GAAT HET ECHT OM DE INHOUD. _ **Jeroen:** ‘Dat is ook altijd de basis. We willen echt de ontwikkelingen volgen in de supermarktwereld en onze achterban, die inmiddels bestaat uit 900 professionals, daarover informeren. Zo doen we elk half jaar een groot onderzoek naar de ontwikkeling van online je boodschappen bestellen. Dat heeft natuurlijk op de korte en lange termijn enorme gevolgen voor de manier waarop je je supermarkt inricht. Niet voor niets zie je dat diverse formules flink zijn gaan vernieuwen in de fysieke supermarkt om goed te anticiperen op nieuwe ontwikkelingen in koopgedrag. Jumbo en Albert Heijn lopen daarbij voorop, maar ook kleinere formules zoals Deen, Hoogvliet of Jan Linders zijn drukdoende om hun supermarkten ‘toekomstproof’ te maken.’

HET KOMENDE SUPERMARKTVASTGOEDCONGRES SLUIT DAARBIJ AAN, TOCH? _ **Daan:** ‘Zeker, dat is op 7 november

en het thema is eigenlijk ‘beyond online boodschappen’. Oftewel: op welke manier gaat internet gevolgen hebben voor de manier waarop supermarkten fungeren. Er zal - zoals gezegd - meer ruimte komen voor beleving, maar er gaat nog meer gebeuren natuurlijk. We hebben het dan over concepten als Picnic, Marley Spoon, HelloFresh maar ook diverse lokale initiatieven en hoe de fysieke supermarkt met soortgelijke ontwikkelingen moet omgaan. Laatst sprak ik bijvoorbeeld de directeur van Miele en hij verwacht de concurrentie vooral van concepten zoals Bundles waar je een apparaat ‘huurt’ en per wasbeurt afrekent, daarom is Miele ook gaan samenwerken met Bundles. Het zijn soortgelijke vernieuwende ontwikkelingen voor vastgoedeigenaren en ondernemers om rekening mee te houden en daar informeren wij mensen over. Welke effecten hebben deze ontwikkelingen als je je bezighoudt met het inrichten van de omgeving, in dit geval dus supermarktlocaties? **Jeroen** is supermarktgeograaf en ik ben praktischer en binnen retail meer branche breed actief; we vullen elkaar daarom ook prima aan qua expertise.’

WAT IS ER NOG MEER TE DOEN TIJDENS HET CONGRES? _ **Jeroen:** ‘We organiseren bijvoorbeeld de verkiezing van mooiste nieuwe supermarkt van het jaar. Binnenkort gaan de uitnodigingen de deur uit en dan vragen wij aan de supermarktformules om drie nieuwe supermarkten in te zenden die maximaal anderhalf jaar geopend zijn. Het kan dan gaan om een herontwikkeling of om een compleet nieuwe winkel. Vorig jaar won de nieuwe Albert Heijn in Huissen en het jaar daarvoor de Lidl in



Jeroen van der Weerd (staand) en Daan Merckx

de Heyhoefpromenade in Tilburg, echt heel leuk om te zien hoe de uitverkiezing elk jaar bij de supermarktformules meer en meer leeft en hoe deze formules er op gebrand zijn om deze inmiddels fel begeerde titel binnen te slepen.’

JULLIE DOEN OOK STUDIEREIZEN? _ **Daan:** ‘Ja dat klopt, na Dublin en Kopenhagen zijn we dit jaar met een groep enthousiaste mensen naar Innsbruck geweest. Let wel: het zijn echte studiereizen, alles draait om de inhoud en natuurlijk is er volop gelegenheid om te netwerken en ‘fun’. Tijdens de studiereis naar Innsbruck hebben we heel veel verschillende typen supermarkten bezocht en diverse ontvangsten gehad met presentaties over deze concepten. Zo was er in Innsbruck een lezing van een retailprofessor verbonden aan de Universiteit van Innsbruck die uitgebreid inging op de werkwijze van supermarktbedrijf M-Preis. Heel interessant, over de relatie tussen

vorm en functie van de supermarkt. Het is boeiend om te ontdekken hoe ze dat in andere landen allemaal hebben georganiseerd. Zo organiseren wij eind juni een dagtour naar België om te laten zien hoe Albert Heijn en Jumbo het daar doen en wat de effecten zijn van hun komst voor de Belgische aanbieders.’

WAT IS JE UITEINDELIJKE DOEL? _ **Jeroen:** ‘Supermarkt & Ruimte is een heel toegankelijk platform met een hoge kwaliteit van events, zowel in vorm als inhoud. Daarmee willen we ons onderscheiden. De missie van het platform is om deelnemers van onze events te informeren en te inspireren in een aantrekkelijke omgeving en om te kunnen netwerken in een goede sfeer. Het uiteindelijke doel is een duidelijke positie te hebben en te houden als onafhankelijk en inhoudsvol platform waar het ook nog eens prettig netwerken is. We zijn goed op weg om dat doel te bereiken.’

Wat is je favoriete retailmerk? **Daan:** Dille & Kamille.

Jeroen: De Bijenkorf

– **Welk retailmerk heeft volgens jou de beste strategie online en offline?** **Daan:** Swapfiets. **Jeroen:** Coolblue

– **Wat zijn jouw top drie winkelsteden?** **Daan:** Berlijn, Londen en Antwerpen. **Jeroen:** Londen, Amsterdam en Milaan

– **Wat zijn jouw top drie Winkelcentra?** **Daan:** City Life Shopping District Milan, ReTunaEskilstuna Sweden (100% duurzaam), Vernieuwde Hoog Catharijne Utrecht. **Jeroen:** Mall of the Netherlands, Hoog Catharijne, Westfield London

– **Wat is je top 3 favoriete F&B concepten in een winkelgebied?** **Daan:** Instock, Joe & The Juice, LEON. **Jeroen:** LEON, Five Guys, Yoghurt Barn

– **Passie voor...** **Jeroen:** Vliegen. **Daan:** Food & Retail

– **Mijn verborgen talent...** **Jeroen:** Mensen verbinden. **Daan:** Mensen verbinden

– **Wat wil ik nog bijleren...** **Jeroen:** Goed kunnen presenteren. **Daan:** Boekhouden ;-)

– **Missie voor 2019...** **Jeroen:** Verder bouwen aan mijn bedrijf Bureau van der Weerd. **Daan:** Zoveel mogelijk mensen inspireren, met elkaar verbinden en laten samenwerken

– **Dit raakt mij persoonlijk...** **Jeroen:** Armoede bij kinderen. **Daan:** Duurzaamheid

– **Mijn inspiratiebron...** **Jeroen:** Margriet, Anne-Rose, Bart-Jan en Amy-Linde. **Daan:** Haben sie eine Stunde ;-)

– **De ultieme ontspanning...** **Jeroen:** Vakantie op Texel. **Daan:** Erop uit met mijn camper