



De leegstand oplossen of helpen beter te ondernemen?

Door: Siem Bouma

Siem is onderdeel van In Je Kracht, een netwerk van professionals in winkelgebieden. Siem wil graag een rol spelen in het coachen en begeleiden van ondernemers om hun positie in binnensteden te versterken. Hij heeft kennis en ervaring vanuit zijn eigen bedrijf die hij graag wil delen met andere ondernemers.

In veel winkelgebieden neemt de leegstand weer toe. Ondernemersverenigingen, Gemeenten en Vastgoed stellen een centrummanager aan om door samenwerking tussen deze drie stakeholders de leegstand aan te pakken en een compact en toekomstbestendig centrum te realiseren.

“Acquisitie is het toverwoord: er moeten nieuwe winkels komen en dan vooral filiaalbedrijven.” Maar waarom en hoezo? Er gaan veel filiaalbedrijven failliet of stoten filialen af. Voor veel plaatsen is het aantrekken of het focussen op grote ketens geen oplossing.

Mensen in de omgeving mobiliseren om een winkel te beginnen is ook een lastige. Krijg maar eens geld van een bank om een bedrijf te starten. En daar komt bij dat deze ondernemer veel risico tegenover weinig inkomsten riskeert.

Wat is er dan aan de hand?

De sector staat (financieel) onder druk! Laten we eens naar de textiel kijken als een van de grootste sectoren in de Retail. Een bedrijf in deze sector moet toch minimaal een omzet van 500.000 euro per jaar hebben en een brutowinstmarge van 40% realiseren wil hij kunnen overleven. Dat is ongeveer 12.000 euro per week inclusief btw.

Met deze cijfers houdt hij misschien 40.000 euro aan inkomsten over per jaar. Voorwaar geen vetpot als je bedenkt dat dit voor hem bruto is en hij ook nog wat aan pensioen wil doen. Het zal u niet verbazen dat veel ondernemers deze omzetten niet halen.

Dus wat dan wel?

Naar mijn mening moet de centrummanager zich vooral inzetten om de bestaande winkels te laten overleven en zich focussen op een aantal belangrijke factoren.

Vergeet niet dat een winkelier op dit moment in een complete transitie zit wat betreft zijn business. Dat vraagt om andere kennis en inzichten. Het lijkt me dan ook erg zinvol de ondernemer les te geven of te coachen in exploitatie-management. Dit kan door samen te werken met specialisten en scholen.

De grootste concurrent van de winkelier is op dit moment zijn eigen leverancier, doordat deze bijvoorbeeld rechtstreeks aan de consument verkoopt via internet. Die leverancier kan dit ook makkelijk doen, want zijn marge is beduidend hoger dan die van de winkeliers. Deze leverancier



sluit zich ook aan bij allerlei platforms zoals Zalando, Bol.com en straks Amazon. Voor de winkelier geen verdienmodel, omdat in bv. de kleding de helft weer retour komt, hij de artikelen gratis moet versturen, de klant de mogelijkheid moet geven om gratis te retourneren en hij vervolgens op alle verkochte artikelen nog een fee moet betalen die ligt tussen 15% en 20%.

De inhoud van het opleidingspakket zou dus moeten gaan over zaken waarmee de winkelier echt het verschil kan maken en waarmee hij kan gaan sturen op processen zoals o.a. inkoop, verkoop, marketing, personeel en cijfers lezen. Zorgen voor een onderscheidende formule, een goede inkoop, een relevante marketing zodat de gestelde verkoopdoelen worden gehaald, goed de cijfers interpreteren en ook daarop sturen en vooral zorgen voor gemotiveerd en betrokken personeel.

Hij zal het dus zelf moeten doen in zijn winkel. Dat kan, maar er is slechts weinig marge en als er een fout wordt gemaakt is de impact vaak direct groot en er zit helaas maar weinig 'vet op de botten'.

Kortom, maak geld vrij voor begeleiding en coaching van de winkeliers in je centrum en versterk daarmee zowel de retailers als ook je winkelbestand. Problemen als faillissementen, (verborgen) armoede en gebrek aan investeringskracht en innovatie kunnen zo misschien worden voorkomen.

www.ijk-professionals.nl/siem-bouma