

MARKT VAN MORGEN-BIJEENKOMSTEN UITSTEKEND BEZOCHT

# ‘Je vooral niet langer laten tegenwerken’



Apeldoorn stak er qua aantal aanwezigen flink bovenuit: ruim 160 belangstellenden.

## QUOTES UIT DE BIJEENKOMSTEN

HIERONDER EEN KLEINE SELECTIE UIT VRAGEN EN OPMERKINGEN VAN DE MARKT VAN MORGEN-BIJEENKOMSTEN.

Marcel Abels van de gemeente Enschede, tijdens de bijeenkomst in Assen: ‘Laten we vooral niet alleen naar individuele gemeenten kijken, maar meer gemeenten samen brengen. We zullen het toch met elkaar moeten doen.’

Een ondernemer in Eindhoven: ‘Welk concept past het best bij een kleine markt? Marktmanager Marcel Jansen: ‘Analyseer de lokale situatie. Kijk met elkaar of het huidige aanbod aansluit bij de vraag. Kijk wie je klanten zijn en wat ze willen.’

De markt als klantgerichte onderneming, hoe pak je dat aan? Dat was het centrale thema tijdens zes bijeenkomsten onder de titel De markt van morgen, die in november verspreid over het land werden gehouden. De bijeenkomsten vonden plaats in Assen, Eindhoven, Hilversum, Akersloot, Apeldoorn en Ridderkerk en werden bezocht door in totaal 660 marktondernemers, vertegenwoordigers van gemeenten, raadsleden en andere betrokkenen. Zij lieten zich inspireren door verschillende ‘specialisten uit de praktijk’ en kregen praktische handvatten aangereikt om lokaal aan de slag te gaan met een meer marktgerichte aanpak van de warenmarkt. De Markt van Morgen is een initiatief van de Centrale Vereniging Ambulante Handel (CVAH). De bijeenkomsten werden georganiseerd door het Hoofdbedrijfschap Detailhandel (HBD).

CVAH en HBD waren zeer tevreden met de hoge opkomst. Henk Achterhuis, voorzitter van de CVAH en van de adviescommissie Markt-, Straat- en Rivierhandel was zelfs ‘aangenaam verrast’. Achterhuis: ‘Niet alleen door de hoge opkomst, ook door de positieve instelling waarmee mensen de avonden hebben bezocht. We zijn nu

drie jaar bezig met het zoeken naar nieuwe wegen voor de markt. We hebben een flink traject achter de rug, in verschillende stappen, maar nu krijg ik toch echt het idee dat mensen doordrongen raken van de noodzaak tot vernieuwing. De markt van morgen gaat leven, mensen krijgen zin om er hun schouders onder te zetten.’



De presentaties waren iedere bijeenkomst aanleiding om ook naderhand nog verder met elkaar te discussiëren, zoals hier in Hilversum.

### Draaiboek

Aan de hand van praktijkvoorbeelden en presentaties van 'ervaringsspecialisten', werd de aanwezigen tijdens de bijeenkomsten in het land een blik in de toekomst gegund: De markt van morgen is klantgericht, wordt bedrijfsmatig gerund en heeft de consument als middelpunt. Henk Achterhuis, die alle avonden als spreker aanwezig was: 'De bezoekers waren echt nieuwsgierig. Wat zijn de mogelijkheden van de marktgerichte aanpak? Wat betekent het concreet voor mij als ondernemer of voor ons als gemeente? Ik vond de avonden zeer informatief. Er waren presentaties van inspirerende voorbeelden uit de praktijk, er is van verschillende kanten ingegaan op de juridische en bestuurlijke consequenties en alle bezoekers gingen aan het eind van avond naar huis met een compleet uitgewerkt draaiboek, inclusief handige checklist.'

Achterhuis zelf is zeer uitgesproken als het gaat om de noodzaak tot verandering op de markt. 'Als we niets doen, sta je als koop-

man over tien jaar als "oud ambacht" op de markt, tussen de mandenvlechtters en klompenmakers', zei hij onlangs nog in De Koopman. Na de Markt van morgen-bijeenkomsten is Achterhuis nog meer overtuigd: 'Natuurlijk kun je van Oude-Pekela geen New York maken. Maar je kunt wel van een zesje naar een zeven of van een zeventje naar een acht. Draait je markt al helemaal fantastisch, dan zeg ik: ga vooral zo door. Maar er zijn genoeg markten in het land waar het niet lekker loopt, dat weten we allemaal. Waar alles nog veel te veel op de individuele marktkoopman is gericht. Gelukkig begint nu langzaam het besef door te dringen dat je alleen succes kunt behalen als je met elkaar een missie hebt, als collectief.'

### Niets afpakken

Dat gaat volgens Achterhuis vast niet zonder slag of stoot: 'Natuurlijk hebben we tijdens de avonden in november ook veel vragen gehad. Hoe moet dat nu? Hoe zit het

### QUOTES UIT DE BIJeenKOMSTEN

Op de bijeenkomst in Hilversum benadrukte Henk Kroezen van Bakkerij 't Stoepje het belang van samenwerking: 'Neem bijvoorbeeld promotiemateriaal, zoals folders. We moeten als markt samen op de mat bij de consument komen. Denk niet in bedreigingen, maar in kansen.'

In Hilversum nam een delegatie van 'Buisend Ankeveen' het woord: 'Wij hebben te maken met een kleine markt, maar werken al ruim vijf jaar met een stichting en die functioneert hartstikke goed.'

Een andere aanwezige in Hilversum vroeg Arnold Faber van het Stadsdeel Amsterdam Slotervaart welke rol het stadsdeel heeft voor de Siermarkt. Faber: 'Wij stellen alleen de locatie ter beschikking, verder wordt de markt gerund door de stichting Siermarkt. We springen ook niet bij in geval van een tekort.' Ondernemer Cor den Hollander: 'Gaan de kosten voor de ondernemer dan niet zo maar stijgen?' Faber: 'Er zijn duidelijke afspraken gemaakt dat betaalde leges niet in een keer veel duurder kunnen worden.' Marcel Jansen: 'We werken met een begroting. Dat geeft ook inzicht in de kosten.'

Ook in Akersloot zijn de aanwezigen nieuwsgierig hoe het concept werkt voor bestaande markten. Maarten de Graaf van het HBD: 'De ervaring die we nu opdoen is belangrijk voor bestaande markten. Verschillende facetten van deze nieuwe markt zijn toepasbaar op bestaande markten. Belangrijk voor gemeenten is dat ze goed kijken naar hun eigen markt en vervolgens samen met de ondernemers bepalen welke kant ze op willen. Eerst samen kijken en dan afspraken maken.'



Een impressie van de huidige Siermarkt in Amsterdam.

met mijn opgebouwde rechten? Dan zeg ik: maak je maar geen zorgen. Daarvoor gaan we goede overgangstermijnen bedenken. We gaan niemand iets afpakken. Maar we moeten wel toe naar een ander systeem waarbij het collectief belangrijker is dan het individu. Leer andersom te denken. Zet de consument centraal. Vraag die consument zelf wat hij of zij belangrijk vindt. En stem daar je assortiment op af. En ook je routing. Kijk eens hoe de supermarkt dat doet. Zet niet je drie populairste kramen op de kop van de markt, want dan slaan de mensen de rest gewoon over. Deel de markt zo in dat de consument de hele markt over moet, en misschien ook dingen koopt die hij vooraf niet van plan was.'

### Tussen de oren

Een andere 'vaste spreker' op de Markt van morgen-bijeenkomsten was Marcel Jansen, marketing- en retailadviseur én marktmanager van de Siermarkt in Amsterdam. De Siermarkt is de pilotmarkt die begin 2010 van start ging om ervaring op te doen met een nieuwe, meer consumentgerichte aanpak. Ook Jansen hoorde tijdens de bijeenkomsten in het land veel positieve geluiden: 'Wat me door de avonden heen is opgevallen, is dat er in de hele sector zo veel vakmanschap, passie, kennis en ondernemerschap te vinden is. Die spirit moeten we absoluut gebruiken en vooral niet langer laten tegenwerken door starre regelgeving vanuit de gemeente of onwillende collega-kooplieden. Wij hebben deze avonden geprobeerd om de aanwezigen ervan te overtuigen dat verandering noodzakelijk is. En ik geloof dat dat inmiddels aardig tussen de oren begint te komen.'

Ook Jansen benadrukt nog eens de noodzaak van verandering: 'Als je als markt overeind wilt blijven in het krachtenveld van de detailhandel, dan moet je echt iets gaan ondernemen. Ik lees net een artikel waarin staat dat de supermarkten de promotiedruk nog weer meer gaan opvoeren. Hoe blijf je als markt in dat actiegeweld overeind? De consument heeft vandaag de dag zo veel keuzes om z'n boodschappen te doen. En

het worden er nog steeds meer. Waarom zou hij nog naar de markt gaan? Daar moet wel een goede reden voor zijn. En naar die reden moet je als marktondernemers en gemeenten samen op zoek. Waar kun je je in onderscheiden? Waar ligt je kracht? Wat we deze avonden geprobeerd hebben is om de bezoekers veel informatie te geven. Met het handboek en de checklist kan iedereen nu zelf aan de slag.'

Moeten gemeenten en markten het vanaf nu dan alleen gaan doen? 'Nee', zegt Henk Achterhuis. 'Hoewel je met het werkboek al een heel eind kunt komen, want dat is echt heel werkbaar en praktisch. Maar wie advies of vragen heeft kan natuurlijk altijd terecht bij de CVAH of het HBD. Wat ik zelf heel positief vond tijdens de bijeenkomsten was dat er behalve veel ondernemers ook veel vertegenwoordigers van gemeenten waren. We hebben maar liefst 160 gemeentes geteld. Ondernemers én gemeenten moeten het nu samen gaan doen. En voor de eerste lokale initiatieven waarbij gekozen wordt voor een klantgerichte markt, heeft het HBD op voordracht van de CVAH middelen gereserveerd. Die initiatieven willen we graag actief ondersteunen. Insteek is dat het HBD tot maximaal 7.500 euro in de helft van de externe kosten voor professionele ondersteuning investeert voor het lokale plan van aanpak voor de klantgerichte markt. Het concrete aanbod en de voorwaarden tot deelname zijn we nu aan het uitwerken. Daarover hoort u binnenkort meer. Ik heb er veel vertrouwen in. Dit gaat echt goed worden!' ◀

Kijk voor meer informatie over de markt van morgen op [www.demarktvanmorgen.nl](http://www.demarktvanmorgen.nl) (met ook verslagen van de bijeenkomsten) of op [www.hbd.nl/ambulantehandel](http://www.hbd.nl/ambulantehandel).

### Nu ook op LinkedIn!

Mee discussiëren over de Markt van Morgen? Ervaringen delen en kennis uitwisselen over vernieuwing op de markt? Dat kan op de LinkedIn-groep 'De markt van morgen'. Sluit u aan via [www.linkedin.com](http://www.linkedin.com).

## QUOTES UIT DE BIJENKOMSTEN

De marktmeester van Amersfoort vroeg zich af hoe zit het met anciënniteit op de Siermarkt: 'En hoe gaat het wanneer een ondernemer weg gaat?' Marcel Jansen: 'Op de Siermarkt is er geen anciënniteit en ondernemers bouwen geen rechten op. Als er een ondernemer weg gaat, komt er een nieuwe voor in de plaats. Hopelijk een nog betere ondernemer, daar kijken we samen naar.'

Linda Kerkdijk van de gemeente Oldebroek: 'Wat gebeurt als er dan als er meerdere gegadigden zijn voor één plek?'. Jansen: 'Ondernemers solliciteren naar de plek, wij kijken of ze aan alle selectiecriteria voldoen. Vooraf zijn er ruim 250 aanmeldingen binnengekomen voor een plek op de Siermarkt. Wij hebben onder meer gekeken naar hoe iemand zich presenteert, een enorm belangrijk aspect.'

Ondernemer John Stoel van de markt van Dordrecht: 'Onze markt vindt plaats onder auspiciën van de gemeente, met een begroting en met een reclamecommissie. En dat gaat prima.' Maarten de Graaf: 'Daar waar het goed gaat: vooral zo doorgaan.'

'Ik krijg het gevoel dat de Siermarkt nu heilig wordt verklaard', zei een aanwezige in Akersloot. Jansen: 'Dat is zeker niet de bedoeling. Dit is nu eenmaal een pilot die we als geregeld voorbeeld nemen. En met de ervaringen die we op de Siermarkt opdoen kunnen bestaande markten zeker hun voordeel doen. Voor elke bestaande markt kun je met een klantgerichte aanpak aan de slag: een begroting opstellen, communicatiemiddelen ontwikkelen, verkoopgegevens delen et cetera. Als je 't maar samen wilt aanpakken.'

Laurenz van der Burg, ondernemer in Rotterdam, had nog een belangrijke toevoeging: 'Ik denk dat de ondernemer een omslag in het denken moet maken. Er zijn veel ondernemers die willen wel "meedoen". Maar uiteindelijk moeten ze zelf die actie ondernemen.'