

Verlepte bloemen

Nieuwe retail in de Jordaan

Mijn buurtje, de Jordaan, is en blijft een proeftuin voor startende ondernemers. In een aantal kleine zijstraatjes zijn nog volop winkelpanden die nog niet als woning in gebruik genomen zijn. Op weg van en naar kantoor volg ik het wel en wee van nieuwe winkels. Een strategisch gelegen hoekpand heeft mijn speciale aandacht door de hoge frequentie waarmee het van gebruiker wisselt. Ligt het aan de te gewaagde concepten, ligt het aan het huurprijsniveau (stevig) of is het de combinatie van beide? De laatste ontwikkeling in dit pand was een zeer esthetisch verantwoorde bloemenzaak met de frisse naam Blooms. Ieder week werd de styling van de winkel weer met smaak aangepast. Een echte buurtwinkel met veel aanloop. Maar de verkoop viel tegen. Alles was behoorlijk aan de prijs. Een abonnement op een wekelijks boeketje begon bij € 15,- (per boekje).

Een aantal maanden geleden hing er een noodkreet op de ramen. Er werden 50 klanten gezocht om zich op een boekje te abonneren. Die waren broodnodig om het hoofd boven water te kunnen houden en de huur te kunnen betalen. Inmiddels waren de openingsuren al gehalveerd en zag ik ook steeds meer vrijwilligers in de winkel staan. De uitbater was blijkbaar elders zijn boterham met pindakaas aan het verdienen.

De winkel staat nu weer te huur. Hij heeft het dus toch niet gered. Dit is zeker de 4^e bloemenwinkel in vijf jaar tijd die het niet gered heeft in deze buurt. Toch zal er ongetwijfeld binnen een jaar weer een nieuwe poging ondernomen worden door een nieuwe enthousiaste ondernemer met liefde voor bloemen en planten die zijn spaarcentjes in een ongewis avontuur gaat storten. Het voordeel van dit type onderneming is wel dat de opstartkosten en voorraden naar verhouding klein zijn en derhalve de financiële risico's beperkt.

Zou een marktonderzoekje vooraf geholpen hebben? Ik denk van wel. Zeker als daar de ervaringen van voorgaande strandingen in meegenomen zouden worden. Maar ja, iedere ondernemer gaat er van uit dat het hem wél lukt. "Ja, het is misschien wat duur wat ik verkoop, maar daarvoor krijgt men wel kwaliteit." "Ja de loop is op deze plek beperkt, maar als ik hier zit verandert dat vanzelf." "Ja ik weet dat men op zaterdag voor een habbekrats op de markt terecht kan, maar mijn klanten komen daar niet." "Mijn bewondering voor dit soort ondernemers is bijzonder groot. Het grenzeloze vertrouwen in de toekomst, de economie, de buurt en de omvang van de klantenkring. Een benijdenswaardige karaktertrek voor een onderzoeker die toch eerder geneigd is om een grondige inventarisatie te maken van alle beren die men mogelijk op de weg tegen kan komen.

Kansen zijn er voor een goede ondernemer die de juiste balans weet te vinden tussen prijs en kwaliteit, die de niche weet te ontdekken, niet van de loop afhankelijk is en heel hard werkt aan de eigen naamsbekendheid. De buurman die in pseudo art-deco meubeltjes handelt en regelmatig op beurzen staat, heeft het bewezen.

Jeroen Verwaaijen
directeur onderzoek Strabo bv
verwaaijen@strabo.nl

verschenen in Shopping Center News augustus 2003