

Hoogleraar Molenaar voorspelt retailkracht Beverwijk

Bazaar springplank voor kansen Bree als winkelstraat

BEVERWIJK - Beverwijk heeft de kans om te profiteren van de 'zwarte markt', waar van alles te beleven is. De Bazaar lokt ieder weekend een koopstroom, die zich verlustigt aan het 'andere winkelen'. Her en der in de IJmond nog steeds verwondering, want het industrie-terrein is qua uiterlijk toch niet 'je van het'. Maar er wordt veel geboden en het zijn ook de mensen die er toe doen, weet 'retailprofessor' Cor Molenaar.

Voor vanavond staat in het Kennemer Theater de tweede ronde van het ondernemers-initiatief 'Beverwijk Open' op stapel. 'Winkelgoeroe' Molenaar is er, hij was hier al in maart, opnieuw bij. Alle ondernemers krijgen van de organisatoren zijn boek, waarin 'Het einde van de winkels' wordt aangekondigd. "Het einde als er niets gebeurt", voegt de auteur toe.

Want Beverwijk heeft kansen, vervolgt Molenaar zijn verhaal. Die geeft hij aan in zijn boek, dat inmiddels tot de bestsellers in Nederland gerekend mag worden. De professor schetst een helder beeld van wat er op 'retailgebied' moet gebeuren wil een winkelcentrum overleven.

In Beverwijk steken de ondernemers Dick Bürger, Bart van Kampen, Cees Buur en René Slecht hun nek uit voor de stad waar ze wat mee hebben. Zij starten het project 'Beverwijk Open' dat vanavond ook de nieuwe citymanager presenteert, Sonja Olthuis. Aan bod komen in het Kennemer Theater tal van plannen om het centrum weer op te pep-

pen en de beste voorstellen worden gekozen.

Beverwijk herbergt het vermogen om als het nationale voorbeeld te kunnen dienen. "Het is hier de laatste jaren allemaal wat 'ingekakt', maar in potentie is het er allemaal wel", werd in maart al vastgesteld, met De Bazaar als voorbeeld. Dat heeft Beverwijk voor op andere gebieden. De leegstand in de detailhandel grijpt om zich heen. Er staat nu twee miljoen vierkante leeg. De voorspellingen zijn erger; in 2015 gaat het om acht miljoen vierkante meter. "Als de voortwoekerende kaalslag in de detailhandel geen halt wordt toegevoerd". De bijzonder hoogleraar 'marketing & distance selling' (Rotterdam School of Management van de Erasmus Universiteit) beschrijft het in zijn dit jaar uitgekomen boek 'Het einde van de winkels?' en noemt daarin De Beverwijkse Bazaar en de plannen van Bürger, Buur, Slecht en Van Kampen.

Klimaat

"Er dreigt verpaupering van

binnensteden", stelt Molenaar. "Het economische klimaat, de vergrijzing en de opkomst van internet versterken dit. Het gevolg is dichtgespijkerde winkels, vooral op het gebied van mode, elektronica en entertainment." Volgens de prof wordt nu 10 procent van de aankopen in de non-foodsector via internet gedaan. Dat aandeel stijgt elk jaar met 15% en vertegenwoordigt naar verwachting in 2015 een waarde van 15 miljard. "Dat betekent dat tegen die tijd een derde van de retail via internet gaat."

Onder druk

Winkeliers werpen zichzelf ook op het internet opereren, maar elektronisch winkelen zet marges extra onder druk. Op internet zijn artikelen goedkoper en men onderhandelt over de prijs. En er is de concurrentie van grootwinkelbedrijven. Molenaar:

"Wat te denken van fabrikanten die voor winkelier spelen. Bovendien is gemeentelijke beleid veelal hinderlijk voor winkeliers. Bij grootwinkelbedrijven kun je parkeren, maar in de binnenstad wordt dat steeds moeilijker. Bovendien dalen winkelpanden in waarde en verhuurders laten de huurprijs niet zakken."

Ondernemers moeten zelf de feestverlichting in december betalen maar er zijn gemeenten die zomers voor bloembakken op straat zorgen. De hoogleraar: "Gemeenten, retailers, fabrikanten, vastgoedaanbieders en banken moeten de koppen bij elkaar steken om gezamenlijk actie te ondernemen".

