

## 6. Totstandkoming van een Verstheater in Burgh-Haamstede

### D.N. Meulblok Verstheater Burgh-Haamstede

Middenstanders, met name degenen die actief zijn in de verkoop van verse goederen, worden reeds geruime tijd geconfronteerd met een aantal ontwikkelingen, zoals:

- daling van de fractie van het besteedbaar inkomen aan primaire consumptie, zoals eten en drinken;
- toenemende individualisering en onvoorspelbaarheid van klantenvraag en mede als gevolg hiervan een sterk uitdijend assortiment;
- sterk toenemende concurrentie tussen middenstanders en grote supermarkketen.

Een viertal ondernemers gevestigd in Burgh-Haamstede tracht gezamenlijk deze ontwikkelingen te overwinnen. Zij hebben thans vergevorderde plannen om in Burgh-Haamstede een “verwennerij” annex speciaalzaak te openen. Het betreft hier een samenwerkingsverband van een aantal speciaalzaken die zich onder één dak vestigen en zich als eenheid naar de consument presenteren.

Het voordeel van deze samenwerking onder één dak is dat het de mogelijkheid biedt om vanuit een “one-stop-shop” formule goederen en diensten aan de consument aan te bieden zonder dat daarbij de essentie van een speciaalzaak en de daarbij gecombineerde specifieke aanwezigheid van kennis en kunde verloren gaat. Naast het gecombineerd aanbieden van verschillende artikelen en assortimenten onder één dak menen de deelnemende speciaalzaken dat grote voordelen te behalen zijn door gebruik te maken van gecombineerde distributie, gemeenschappelijk gebruik van opslag en publieke ruimte alsmede gezamenlijke presentatie en reclame. Tevens zijn zij thans bezig zich te oriënteren op het gezamenlijk aanbieden van additionele diensten richting de consument.

Door te denken vanuit de klant, en zeker in Burgh-Haamstede waar de seizoensgevoeligheid maximaal is, wordt gewerkt vanuit het concept van massaindividualisering. De ambitie is om enerzijds in drukke tijden een maximale dienstverlening te realiseren en anderzijds in relatief rustige tijden niet geconfronteerd te worden met hoge vaste kosten.

Onderstaand worden een aantal concepten van het Verstheater, zoals deze “verwennerij” zal gaan heten, indicatief belicht:

- De **logistieke bevoorrading** van het Verstheater zal geschieden volgens het concept van cross-docking waarbij de inschatting is dat ten behoeve van de bevoorrading slechts twee vrachtwagens per dag ingezet hoeven worden. Naast lagere algemeen maatschappelijke kosten zal dit tevens positieve consequenties hebben voor de klanten; zo ontstaat meer ruimte om service-elementen aan de formule toe te voegen.
- De betreffende ondernemers, een keurslagerij, bakkerij, bloemenwinkel en groentenman, voorzien dat samenwerking de winkel kan doen veranderen van een plaats waar men dagelijks boodschappen doet naar **een plaats waar men met plezier naar toe kan gaan** en waar steeds nieuwe diensten, zoals collectieve distributie voor individuele consumenten, kunnen worden ontwikkeld en aangeboden.
- Het Verstheater is een winkelformule waarbij de marketingstrategie afgestemd kan worden op zowel **lokaal als toeristen-specifiek aankoopgedrag**. Dit betekent een sterke seizoensafhankelijkheid van het assortiment alsmede een mogelijk sterke wisseling in het aanbieden van additionele diensten en services. De bekende uitgangspunten van massa-individualisering worden thans vertaald in concrete initiatieven om ondanks deze sterke fluctuatie in aard en omvang van klanten, individuele klanten op maat te kunnen bedienen.
- Het Verstheater is thans bezig alle voorbereidingen te treffen, zodat daadwerkelijk met de fysieke bouw van het theater begonnen kan worden. Massa-individualisering biedt het Verstheater de mogelijkheid om een aantal ontwikkelingen in een logische volgorde te plaatsen maar ook om de eigen acties zoals cross-docking, ketenmanagement naar de leverancier en het opzetten van additionele services en diensten naar de individuele consument vanuit een heldere samenhang te benaderen.