

‘Markthal Rotterdam is voedseltheater voor local heroes’

08-10-2014 06:34

Markthal Rotterdam is afhankelijk van het enthousiasme van de ondernemers die er hun foodproducten aan de man brengen. Dat zegt directeur Hans Schröder van projectontwikkelaar Provast in het thema Vastgoed dat in het oktobernummer van RetailTrends verschijnt. “Dit zijn vooral local heroes die samen het verschil maken.”

Aanbieders van vergelijkbare producten staan bij elkaar, vertelt Schröder. “Dan moet je je wel kunnen onderscheiden.” Een van de Markthalformules is foodspeler Koppert Cress. De Markthal is voor de onderneming een flagshipstore, aldus directeur Rob Baan. “Het is een permanente demonstratie van onze smaakmakers.” Koppert Cress wil met zijn unit ‘productfierheid’ uitstralen. “Dat klinkt een beetje Belgisch, maar het is het woord met de juiste smaak.”

Consumenten moeten voor alle versproducten voor het bereiden van hun maaltijd in de Markthal Rotterdam terecht kunnen. Naast honderd versunits en vijftien foodspeciaalzaken beschikt het foodwalhalla daarom over een vestiging van Albert Heijn. Die is belangrijk voor de trekkracht, zegt Schröder. “Ahold onderschrijft onze visie op vers en zag gelijk dat deze Markthal een mooie locatie is. Ze hebben eind 2005 al voor deelname getekend.”

Hans Schröder gaat in RetailTrends 10 verder in op wat hij het theater van voeding noemt. Hij deed inspiratie voor het foodcourt op in onder meer Barcelona en Madrid. In de Markthal Rotterdam wordt volgens hem de noordelijke nuchterheid met de zuidelijke frivoliteit gecombineerd. “We hebben de Markthal op Hollandse leest geschoeid.” [Klik hier voor meer informatie over een abonnement.](#)