

Waarom Manchester een retailtrip waard is

27-06-2017 12:57



Door Dirk Mulder
Sectormanager food en retail bij ING

Manchester kent een enorme dynamiek en is voor retailers zeker de moeite waard. 9 juni is in samenwerking met Swiss Connection een inspirerende tour voor een selecte groep retailers in Manchester georganiseerd.

De tour bestaat uit een afwisselend en uitdagend programma, waarbij veel verschillende retailconcepten zijn bezocht. Zo vind je in hartje Manchester een van de grootste overdekte winkelcentra in Europa: Arndale Centre. Dat zegt al iets over het belang van de stad als shoppingcenter voor het noordwesten van Engeland. In dit winkelcentrum liggen vooral de bekende, grote winkelketens. In het Northern Quarter zijn over het algemeen heel wat gewone winkels, maar hier en daar ook originele boetiekjes en speciaalzaken. De straat die, samen met Deansgate, wordt beschouwd als belangrijkste winkelstraat is de voetgangersvrije zone van Market Street en de straatjes eromheen. Beslist een stad om te onderzoeken en je te laten inspireren door innovatieve concepten.

De dag begint vroeg op Schiphol met koffie en een licht ontbijt bij Leon. Leon is een fastdiningconcept met tot nu toe twee vestingen in Nederland, beide op Schiphol. Het assortiment bestaat uit eerlijke en gezonde producten en wisselt door de dag heen, afhankelijk van het eetmoment. Sharada van Egmond, managing director van Paulo Salotta en Seal&Go, vertelt er over de problemen en voordelen van retailen op een vliegveld.

Dat draait vooral om de vele regels en hoge huren versus het enorme aantal bezoekers (63 miljoen reizigers per jaar).

Eenmaal in Manchester worden we bij het verlaten van de metro blij verrast met een blauwe lucht. Ik moet eerlijk zeggen dat Manchester niet een hele mooie stad is. Het voordeel is dat het centrum compact (ongeveer één vierkante kilometer) en daardoor zeer overzichtelijk is. In juni 1996 werd het centrum van Manchester opgeschrikt door een bomaanslag van IRA, die een groot deel van het centrum heeft verwoest. Daarna is het centrum opnieuw en veel moderner ingericht. Dat onderscheid tussen oud en nieuw zie je duidelijk in deze stad terugkomen, met als dominante landmark het grootste overdekte winkelcentrum Manchester Arndale.

Om de retail beter te reguleren stimuleert de lokale overheid de ketens zich te vestigen in dit centrum. Daarnaast is er het Northern Quarter met veel horeca en kleine zelfstandigen. Het centrum staat bekend om zijn creatieve industrie. Juist de nadruk op de kleine zelfstandigen moet leiden tot een goede balans tussen wonen en retail. Dit gebied weet zichzelf goed te vermarkten onder andere door een eigen [website](#). Wat opvalt in het centrum is de veelheid aan citystore supermarkten. Echte supermarkten, maar dan meer voor de passant. Relatief weinig tot geen horeca en daarmee anders dan de blurringconcepten in Nederland. En nagenoeg geen kassa's, maar veel zelfscan. Ook opvallend is het grote aantal discounters – onder meer Aldi, TK Maxx, Poundland - dat terug te vinden is in het centrum.

Lush

De eerste stop van de tour is bij Lush. Lush is van oorsprong een snelgroeiend Engels cosmeticabedrijf met meer dan negenhonderd winkels in zo'n vijftig landen. Sinds 2001 heeft het bedrijf ook negen winkels in Nederland. De producten zijn voor honderd procent vrij van dierlijke grondstoffen, handgemaakt en dierproefvrij. Opvallend in deze grote winkel is de 'greenhouse' achterin de winkel, waar ze de groei van enkele van de grondstoffen nodig voor de producten willen laten zien. Opvallend is ook het talrijke personeel, dat bovendien zeer vriendelijk is. Een goed voorbeeld van een retailer die op basis van focus, passie en een duidelijk concept (de 'why' van Simon Sinek) succesvol is.



Tweede stop is het kantoor van Manchester Arndale waar David Allison, shopping director, ons meeneemt in de geschiedenis en het succes van Arndale. Arndale is de op twee na grootste shoppingmall in het Verenigd Koninkrijk, met 41 miljoen bezoekers per jaar. Alle grote internationale en Britse retailers zijn er aanwezig. Buiten het winkelcentrum liggen de grote warenhuizen als Debenhams, Marks & Spencer en Harvey Nichols. Arndale is zeer actief in het organiseren van events om het winkelcentrum aantrekkelijk te houden voor zijn bezoekers. David gaf aan dat opvallend veel jonge mensen het winkelcentrum bezochten.

Voor de lunch gaan we naar Yo, een hip restaurant in Arndale. Hier is de ideale lunch te vinden, waarbij bordjes met kleine gerechtjes op een lopende band aan ons voorbij kwamen. Na de lunch lopen we kort langs Deichmann Schoenen, waar vanHaren-ceo Krein Bons zijn mede-groepsgenoten vertelt over de verschillen en moeilijkheden van retailen in Engeland. Het grootste probleem zijn de torenhoge huren. Net op het moment dat de omzet in een winkel een niveau had bereikt waarop een positief filiaalresultaat kon worden gemaakt, kwam er een aankondiging van een huurverhoging. Maar wat een mooie winkel!

Rapha

Op weg naar Rapha - het volgende concept dat wordt bezocht - komen we langs St Ann Square, waar aan de voet van het beeld van staatsman Richard Cobden een bloemenzee is neergelegd ter nagedachtenis aan de slachtoffers van de bomaanslag van 22 mei. Rapha ligt pal achter dit plein. Rapha is geen winkel maar een clubhuis. Het enige clubhuis met een werkplaats en waar heerlijke koffie wordt geschonken. Op de eerste etage wordt de Rapha-collectie verkocht, bestaande uit luxe fietskleding en accessoires. Het clubhuis 'host' onder meer de leden van de Rapha Cycling Club (RCC). Hier vinden ook boekpresentaties, films en

tentoonstellingen plaats. Een uitstekend voorbeeld van een retailer die vanuit een social platform een schare fans creëert en van daaruit producten en diensten verkoopt.



De trip gaat vervolgens door het centrum van Manchester richting Northern Quarter met opvallende gebouwen als het Glass House - met een geweldige barbershop en een schoenwinkel van Jeffery West - een oude papierfabriek 'The Printworks' met vooral veel horeca - wel erg donker en een beetje Disney-achting - en het Manchester Craft & Design Centre in een oude vismarkt. Opvallend is het aantal oude gebouwen of gevels die een tweede bestemming hebben gekregen als horeca, retail of woningen.

In het Northern Quarter bezoeken we twee superspecialzaken, een bierwinkel - Beermoth - en een ambachtelijke slager. Na de wandeling in het Northern Quarter is ieder vrij om de stad te bezoeken of rechtstreeks door te gaan naar een echte Engelse pub voor drinks en hotdogs. Het mooie van zo'n retailtrip is dat ondernemers door een dag afstand nemen van hun bedrijf, openstaan voor nieuwe contacten, ideeën, concepten en kennis.

Dirk Mulder