

RetailRookie Gather: Voor de kunsten

15-09-2017 11:30



Ze ruiken kansen, tonen lef én dragen bij aan consumentenverwachtingen. Maak kennis met de RetailRookies 2017-2018: tien innovatieve pioniers die inspelen op nieuwe consumentenbehoeften en de Nederlandse retail kleur geven. Deze vierde editie is samengesteld door de redactie in samenwerking met gasthoofdredacteur Tjeerd Jegen. De tien geselecteerden zijn Charlie Temple, De Föhnbar, Frank About Tea, IJsmanschap, Sneakerjagers.nl, Beer in a Box, Bynco.com, Gather, Anna van Mils en JPA Pizza-Automaat. Twee weken lang besteden we dagelijks aandacht aan één van de concepten. Vandaag is het de beurt aan Gather.

Na het faillissement van V&D waren er veel sombere gezichten. Van de duizenden medewerkers, trouwe klanten, vastgoedeigenaren en zeker ook van ondernemers in de binnenstad, die vreesden voor een krater in hun winkelachtje. Maar het faillissement heeft tegelijkertijd voor nieuwe energie en plannen gezorgd. Een van de opvallendste verschijningen is Gather, dat het pand van V&D in Haarlem tijdelijk mocht vullen.

Gather is opgericht door Bernice Bartling en Danny van Heusden, al ruim voor het faillissement van V&D en uit onvrede met het huidige winkelaanbod. Hun lijst met motieven om een nieuw retailconcept te lanceren is lang: winkelstraten die steeds meer op elkaar zijn gaan lijken, grote ketens die stadscentra domineren, vastgoedbedrijven die onvoldoende met de markt meebewegen en de leuke en spannende winkeltjes die steeds vaker het onderspit delven. Het gevolg daarvan is dat er een sterke nadruk ligt op prijs – een constante uitverkoop – en dat het opportunisme en kortetermijndenken hoogtij vieren, klinkt het. Winkels stemmen hun aanbod louter af op wat ze denken dat consumenten willen betalen. En dat maakt hen saai en voorspelbaar.

Creatief podium

De oude retailuitgangspunten staan volledig ter discussie, stelt Van Heusden. “Het kan niet zo zijn dat een retailer een locatie moet huren, spullen inkoopt, goed personeel aanneemt, de styling en communicatie up-to-date houdt, het online spel beheerst en ook nog eens een boterham moet verdienen. Dat gaat niet meer. Zeker niet nu je ook nog iets extra’s moet bieden om bezoekers naar je winkel te trekken. Het hele model is failliet.” Aanleiding genoeg voor Gather om zich op een nieuw model te storten: een platform voor startups, jong designtalent en vernieuwende merken die al wat meer gevestigd zijn. “Creatieven kunnen de stad leuker maken”, is Bartling van mening. Het concept wil de kleine makers die unieke producten bedenken het podium bieden dat ze verdienen. Samenwerken staat centraal bij Gather. Sinds maart gebeurt dat vanuit een zelfsturende organisatie. “We proberen iedereen zoveel mogelijk in zijn kracht te zetten en te laten doen waar zijn passie ligt. Zo zijn er mensen die graag de rol van gastheer of gastvrouw op zich nemen, taarten bakken of bij wijze van spreken zeggen: ‘Laat mij de toiletten maar schoonmaken’. Door samen inspanningen te delen komen de risico’s niet bij één iemand op het bordje.”

De makers die bij Gather betrokken zijn, hebben het voordeel dat ze geen huur hoeven te betalen. Het voormalige warenhuis van V&D mag tot de komst van Hudson’s Bay kosteloos worden ingevuld. De makers brengen volgens Van Heusden producten, ambacht en storytelling naar het pand, terwijl hij en Bartling respectievelijk de communicatie en styling op zich nemen. “Zo zijn er nog meer partijen die vanuit andere disciplines aanhaken. Zoals mensen die helpen met coaching, het maken van video of die verstand hebben van social media. Iedereen draagt zijn steentje bij. De inkomsten die daaruit voortkomen, vloeien rechtstreeks naar de zelfstandig ondernemers. Dat geldt voor de verkoop van hun producten, maar ook voor persoonlijke ontwikkeling en groei, het netwerk dat ze creëren en de kennis die ze opdoen. En gezamenlijk zorgen we voor meer bekendheid en aandacht. Dat straalt op alle deelnemers af.”

Het verdienmodel van Gather bestaat voor zo’n twintig procent uit de verkoop van producten, stelt Van Heusden. “De grootste inkomsten komen uit evenementen en het verhuren van ruimten aan externe partijen zoals T-Mobile en Microsoft. Het verkopen zelf is slechts een klein onderdeel. Gather is vooral een podium voor storytelling om je concept en product verder te ontwikkelen en aan cocreatie te doen. We bouwen aan een online podium, maar de verkoopdruk blijft vooral bij het merk liggen. Via bijvoorbeeld hun eigen winkel of webshop.” De grote uitdaging is om Gather ook financieel draaiend te houden in een nieuw onderkomen. “Wat moet je betalen en wat kun je met sociaal kapitaal bereiken? We proberen een duurzaam concept neer te zetten door daar een balans in te vinden. Het is namelijk de bedoeling dat Gather door blijft gaan en niet afhankelijk wordt van vrijwillige bijdragen”, vertelt Bartling.

Dit vraagstuk heeft volgens haar prioriteit, nu druk wordt gezocht naar een volgende locatie. Het oorspronkelijke plan was om het concept vanuit het warenhuis van V&D door te ontwikkelen naar de lokale

koepelgevangenis, maar die wordt getransformeerd tot een universiteit. De oprichters praten inmiddels met de gemeente over het invullen van de oude bedrijfshallen van de Fietzfabriek. "Haarlem heeft door dat Gather meer is dan een pop-upconcept", zegt Van Heusden. "Ze zien dat wij een verbindende factor zijn in de stad en willen met ons kijken naar een vervolg. Het zou mooi zijn als de gemeente – die veel vastgoed in eigendom heeft – een locatie beschikbaar stelt. Als we eenmaal een plek hebben, kunnen we met elkaar onze broek ophouden."

Voor de muziek uit

Gather werkt daarnaast toe naar een coöperatiemodel, waarbij onderscheid wordt gemaakt tussen volwaardige en aspirant-leden en exposanten. "Als exposant wil je alleen iets proberen, waar een aspirant-lid voor een langere periode onderdeel van Gather uitmaakt. We moeten dit nog goed formuleren. Waar moet je bijvoorbeeld aan voldoen om volwaardig lid te worden?", vraagt Bartling zich hardop af. "De tijd die we binnen V&D hebben doorgebracht was te hectisch en chaotisch om dit te ontdekken." Gather wil op korte termijn de voorwaarden voor het coöperatiemodel rond hebben, zodat het concept ook naar andere steden kan. Het is absoluut niet alleen iets voor Haarlem, stellen de oprichters. Ze hebben regelmatig contact met de gemeente Den Haag en kregen ook mensen uit Antwerpen over de vloer. "Nu zijn we bezig met een uitwisseling met een concept in het voormalige Honig-complex in Nijmegen. We hebben wat losgemaakt. We vinden het leuk dat retailers geïnspireerd raken door wat we doen, en dingen die ze hier ophalen zelf toepassen. Dat zien wij als onze bijdrage aan het creëren van een leuke binnenstad."

Uiteindelijk wil Gather volgens Van Heusden een ecosysteem neerzetten, waarin plek is voor ambacht, masterclasses, cocreatie en onderwijs. "Allemaal op basis van nieuwe waarden als de deeleconomie, de circulaire economie en met de inzet van sociaal kapitaal. We zoeken uit hoe zulke thema's anno 2017 toe te passen zijn binnen ondernemerschap. Met elkaar kun je waanzinnige dingen in beweging krijgen. Dat moet je durven en daar doet nog lang niet iedereen aan mee. We lopen voor de muziek uit."

Maandag besteden we in deze serie aandacht aan Sneakerjagers.nl.

Nick Möller