

WERKEN ALS LOCATIEMANAGER

Een goede locatie is geld waard

Door Suzanne Franken | Beeld Castanea

Van Amersfoort tot Weesp, Huizen en Utrecht, de locatiemanager van Castanea Bedrijfsmakelaars weet welke ondernemer waar naar op zoek is. Onder haar deskundige begeleiding vinden velen een nieuw pand dat past bij hun bedrijfsdoelstelling.

Marije Brinkman trad twee jaar geleden als locatiemanager in dienst bij Castanea Bedrijfsmakelaars. Ze speurt naar panden voor ondernemers, doet taxaties en creëert soms zelf nieuw aanbod.

Bureninformatie

Een dag van Brinkman begint met het bekijken van het nieuwe aanbod. 'Er is een website voor bedrijfspanden waarop ik dagelijks kan zien wat er waar wordt aangeboden. Ik heb wel honderd winkeliers die op zoek zijn naar een nieuwe vestigingsplaats en ik zoek voor zowel landelijke als lokale partijen. Zo heb ik samen met mijn collega's van Castanea voor bijvoorbeeld Hema, Action en T for telecom locaties gevonden. Maar ook voor regionale ondernemers als Mode Exclusief vinden we nieuwe panden.' Vervolgens gaat Brinkman op weg naar een afspraak of bezichtiging. Afspraken combineert ze altijd met een spontaan bezoek aan winkeliers. Door deze informele praatjes weet ze goed wat er zich in een winkelstraat afspeelt en welke locatie in de toekomst beschikbaar komt. 'Ondernemers aan wie ik een winkel verhuurd heb, spreken hun

buren dagelijks. Ik hoor dan van hen wat er speelt en dat is handig wanneer ik bijvoorbeeld op zoek ben naar een nieuwe locatie voor een grote winkelketen.'

Factoren die de locatie bepalen

Als Brinkman met een ondernemer in gesprek gaat, bijvoorbeeld als deze een groter pand wil of als hij wil verhuizen naar een andere locatie, dan screenen ze gezamenlijk zijn ondernemers- of locatieplan. Op basis van haar ervaring laat zij zien op welke locatie deze ondernemer het beste rendement kan behalen. 'Ik vraag wat hij verwacht van zijn passantenstroom, of parkeren belangrijk is en hoeveel winkeloppervlakte hij wil. Als een ondernemer tv's of camping-spullen verkoopt, dan is parkeergelegenheid noodzakelijk. Een locatie buiten de stad is dan denkbaar. Maar gaat het om een bijouteriewinkel, dan is een A1-locatie gewenst. Een bijouteriewinkel moet nogal wat artikelen verkopen om voldoende omzet te creëren. Hij heeft dus veel passanten nodig. Als het gaat om impulsaankopen, zoals in dit geval, dan is een A1-locatie nodig. Gaat het



Marije Brinkman

om gerichte uitgaven, dan is een aanlooproute ook geschikt. Voor bijvoorbeeld een schoonheidssalon is het juist beter als deze niet in de hoofdwinkelstraat zit. Mensen komen er gericht en het is juist fijn als het er rustiger is en als het mogelijk is om te parkeren.'

Als een ondernemer wil verhuizen dan adviseer ik hem, maar uiteindelijk beslist hij zelf waar hij zich wil vestigen. Als hij door zijn unieke formule op een aanlooproute kan renderen, dan kan zijn zaak een straat juist optrekken. Bijvoorbeeld een winkel met innovatieve producten of een hippe kledingzaak. Daarvoor maakt het niet uit waar die gevestigd zijn. Men komt toch wel en de winkels ernaast worden opgewaardeerd omdat er zo'n trekker komt.'

Vind het maar eens!

Het vinden van de juiste locatie, is volgens Brinkman de uitdaging. Soms benadert ze zittende ondernemers en polst of ze genegen zijn om te verhuizen. 'Denk aan een sigarenwinkelier die zijn pand al heeft afbetaald. Soms kan ik deze motiveren, bijvoorbeeld met geld. Maar, een eigenaar laat zich echt niet uitkopen als hij er niet financieel op vooruit gaat. Voor bijvoorbeeld de Zara in Hilvertshof moesten eerst andere winkels verplaatsen. Hier gingen maanden overheen voordat alles rond was.'