

De onderneming **Economie**

Een gezin winkelt op de afdeling huishoudelijke artikelen. Rechts: Nico Vanderveen voor zijn warehouse.



Foto's Harry Cock / de Volkskrant

Bijenkorf van het noorden

Het op één na grootste warehouse van Nederland staat in Assen. Wat ooit begon als een manufacturenzaakje aan de Varkensmarkt, is nu een winkelparadijs met een hypermodern concept dat alom navolging vindt.

Door **Peter de Waard**

We zijn als een grote boom in een ecosysteem', zo omschrijft

Nico Vanderveen zijn Assense warehouse. De boom bedient 68 duizend klanten in de stad zelf, nog eens 200 duizend in de plaatsen eromheen plus vele bezoekers van verder. Maar de habitus wordt bedreigd door overheden die zich laten verleiden door monoculturen langs de snelweg.

Zo boos als hij zich kan maken over de plannen voor een apart mode-outlet-centrum bij het TT-circuit ('die mode-winkels zijn welkom in het stadshart'), zo enthousiast en liefdevol praat hij over het centrum van de Drentse hoofdstad, met cultuur, erfgoed, horeca, ambacht, dienstverlening en detailhandel, waaronder zijn eigen warehouse Vanderveen.

De 54-jarige Nico Vanderveen is inmiddels de vijfde generatie. En hij wil het te zijner tijd graag doorgeven aan de zesde, waarvan de eerste telgen al in het warehouse werken. Zij zullen moeten opereren in een omgeving waar de concurrentie door alle vergelijkingsmogelijkheden en winkelmogelijkheden van internet steeds scherper wordt.

Toch ziet Nico Vanderveen een nog grotere bedreiging voor de Nederlandse binnensteden: het grote overschot aan winkelruimte. 'De bestedingen zijn sinds eind jaren negentig gestabiliseerd, maar het winkelloppervlak is tegelijk verdubbeld van 17 miljoen tot 34 miljoen vierkante meter. Dat leidt tot ontsierende leegstand.' De overheid zou de

PROFIEL



Bedrijf
Vanderveen BV
Waar
Assen
Sinds
1897
Aantal werknemers
340



Assen was eind 19de eeuw net garnizoensstad geworden. Dat bood kansen

vitaliteit van de stadsharten moeten veiligstellen, vindt hij. 'Voor maatschappelijk welzijn en een gezonde concurrentiestructuur.'

Slow fashion

Niet dat Vanderveen in problemen zit. 'We hebben in 2017 een fantastisch jaar. En 2016 was ook heel goed', zegt hij, terwijl hij al prulletjes oprapend een rondleiding geeft. Naaiatelier Bee-Dressed op de bovenste etage biedt slow fashion, duurzame kleding naar klantontwerp. Net zoals dat honderd jaar geleden gebeurde bij luxewarenhuizen als Hirsch en Gerzon. Naast Bee-Dressed bevinden zich de door het Drents Schildersgenootschap ingerichte galerie en de Kunsttuin, waar lezingen worden gegeven. Die kunnen van kunstenaars zijn maar ook van industrieel ontwerpers, zoals die van Brabantia-voorraadbusen, niet toevallig ook bij Vanderveen te koop.

Voorts zijn er een kapsalon, een wellness-salon - 'voor slachtoffers van shop till you drop', grapt hij - drie restaurants, een versplein en tientallen afdelingen met meubels, mode, boeken, schoenen, juwelen, serviesgoed en zo verder.

Na de Amsterdamse Bijenkorf is Vanderveen Assen met 17.500 vierkante meter verkooppriimte het grootste warehouse van Nederland. Er zijn zestig shop-in-shops. Sommige afdelingen zijn conceptmatig (bijvoorbeeld Coolcat, Prénatal, Halfords, Intertoy en Bruna), andere worden geëxploiteerd door lokale ondernemers, zoals Taparia Don Emilio, Jan Mager Keurslager en drie Assense muziekfreaks die hier de grootste cd- en vinylzaak van het noorden runnen. Nico kijkt bijna beledigd bij de suggestie dat Vanderveen een vastgoedverhuurder

would zijn. Veel shops zijn opgezet als een joint-venture waarin de Vanderveens deelnemen. Hij wijst op het brede assortiment. 'De franchiseketens zorgen voor de schaalvoordelen, en de 'local heroes' zorgen voor het unieke eigen karakter.'

Leegstand kent Vanderveen niet. 'Toen bijna twee jaar geleden om elf uur 's ochtends het faillissement werd uitgevoerd van schoenenketen Invito, verwelkomen we om een uur 's middags de schoenen van Amigo.' Toenmalig directeur Tony De Nunzio van Vandex KBB kwam hier tien jaar geleden kijken hoe Vanderveen het organiseerde. De Bijenkorf kon met de shop-in-shops-formule verder onder de vleugels van het Britse Selfridges. V&D bleek te inflexibel om die omslag te kunnen maken.

De zestig afdelingen van Vanderveen zijn verdeeld over vijf groepen: vrije tijd, mode & beauty, diensten, wonen en vers & horeca. 'Deze samenstelling van het warehouse is al bedacht door mijn overgrootmoeder Antje Oldenburger, die 120 jaar geleden hier begon.' Vanderveen loopt naar het plekje waar zij op 1 mei 1897 haar manufacturen winkeltje opende aan wat toen nog de Varkensmarkt heette. Zij was de dochter van de kapitein van een kofschip dat in de 19de eeuw tuif en andere waren vervoerde door heel Europa. Als kind mocht ze soms mee, en zo leerde ze in de grote metropolen als Londen, Parijs en Sint-Petersburg warehousen als John Lewis, Au Bon Marché en Gostiny Dvor kennen. Toen haar vaders schip in 1880 met man en muis verging, opende Antjes moeder een manufacturen winkeltje in hun woonplaats Nieuwe Pekela. Hun dochters leerden het vak van coupeuse. De

ondernemingsgezinde en slimme Antje trok enkele jaren later naar Assen. 'Assen was net garnizoensstad geworden. In korte tijd steeg het inwonertal van vier naar elfduizend. Dat bood kansen.' Twee dagen na haar trouwen met Barel van der Veen begon ze haar eigen winkel. De collectie groeide en het warehouse groeide mee: één voor één werden belendende percelen geïntegreerd.

Soldatenverhalen

Toen Antjes zoon Nico van der Veen (de grootvader van de huidige directeur Nico Vanderveen) het roer overnam, was het al een flinke zaak. Maar de crisis van de jaren dertig, de bezetting en de schrale jaren daarna maakten het onmogelijk de ambitie van een echt groot winkelparadijs te realiseren. Verlekkerd door de verhalen die hij hoorde van een Canadese soldaat over steden met 'huge department stores' als Hudson's Bay, wilde Van der Veen met vrouw en tien kinderen naar Canada. Hij verengeltste zijn naam alvast tot Vanderveen. Maar de emigratie ging niet door, want dankzij een zwager die een financieringsplan voor elkaar bokste, kon de zaak in Assen toch nog tot een echt warehouse worden uitgebouwd. Reclameman Hans Ferré herlanceerde het als 'de Bijenkorf van het noorden'.

Kleinzoon Nico Vanderveen voert nu de directie met zijn neef Jelle Vanderveen. Nico doet het strategische beleid, Jelle de financiële en technische zaken. Beiden hebben eerst bij AkzoNobel buiten de warehousedeur gekeken. Net als bij zijn vader Ruurd Vanderveen, die in juli van dit jaar overleed, ligt Nico's hart bij de geschiedenis en het centrum van Assen, met Vanderveen als kroonjuweel.