

Warenhuis Vanderveen viert feest

De muziekafdeling van Warenhuis Vanderveen in Assen bestaat deze maand een halve eeuw. Bedrijfsleider Gert Jan Gjaltema werkt al 32 jaar bij de winkel en denkt nog niet aan stoppen. "Muziek verkopen is het spannendste dat je kan doen met je kleren aan."

DOOR: JEROEN VAN TRIERUM

Vorig jaar was het feest in Assen. Warenhuis Vanderveen bestond toen 120 jaar. Deze maand kunnen de slingers opnieuw opgehangen worden. De muziekafdeling van Warenhuis Vanderveen viert dan namelijk zijn 50-jarig jubileum. Onder de naam Discobar werd deze afdeling in 1968 geopend door Willy en Willeke Alberti. 50 jaar later is de muziekindustrie compleet veranderd. De muziekafdeling bleef zijn eigen koers varen. De regiofunctie van Warenhuis Vanderveen bleef groeien, alsook het bijzondere assortiment. De belangrijkste pijler is echter de meest voor de hand liggende: het personeel. De 52-jarige bedrijfsleider Gert Jan Gjaltema weet zeker dat zijn collega's het verschil maakten en blijven maken. "Onze onderscheidende kwaliteit is toch dat we altijd antwoorden op klantenvragen willen geven. Die antwoorden gaan gepaard met zoeken, bestellen en natuurlijk verkopen, extra moeite doen en nooit nee verkopen."

50 jaar mag je gerust een mijlpaal noemen. Hoe vieren jullie het jubileum?

"In aanloop naar het lustrum hebben we de complete afdeling een enorme facelift gegeven. Nieuwe vloeren, plafonds, verlichting en bakken. De sfeer is nu meer van een gezellig bruin café dan die van een winkel. Zo is er nu een apart podium voor instores en dat gaat het laatste weekend van oktober zeker gebruikt worden. We zijn nog

druk aan het praten met verschillende artiesten die op ons feest komen optreden. Tangarine komt in ieder geval optreden. Binnenkort hoop ik enkele nieuwe namen bekend te maken. Het wordt beslist een mooi feestje!"

Je bent binnen de jubilerende afdeling een oudgediende. Hoe ben je in retail gerold?

"Eigenlijk was het puur toeval. Ik was als jong ventje al een groot muzikliefhebber. Nadat een studie Econometrie geen succes bleek te zijn, besloot ik in 1986 weer een tijdje naar huis gaan. Ik was op zoek naar werk en op de bonnefooi stuurde ik een brief naar Warenhuis Vanderveen. Ik mocht op gesprek komen en wist hen te overtuigen van mijn muzikale kennis. Eenmaal aangenomen, ontdekte ik dat ik lang niet zoveel

De mooiste van 2018

Gjaltema verkoopt niet enkel muziek, hij schrijft er ook over. De afgelopen tien jaar tikte hij zo'n 500 recensies. Zijn muzikale hoogtepunt van 2018? "Dat is moeilijk. Vooral omdat het een fantastisch muziekjaar is. Israel Nash Lifted en Marlene Bakker Raif behoren zeker tot mijn favorieten. De tip van dit najaar komt van mijn collega: Garrett T Capps In The Shadows Again. Americana van de bovenste plank, een echte ontdekkingsplaat."





BEDRIJFSLEIDER GERT JAN GJALTEMA

'Onafhankelijkheid is onze kracht. Warenhuis Vanderveen geeft ons de vrijheid om zelf ons inkoopbeleid uit te stippelen'

over muziek wist als ik dacht; ik maakte kennis met zoveel nieuwe genres en artiesten! Maar dat maakte het werk alleen maar leuker. In de jaren negentig vroeg de toenmalige bedrijfsleider Jan Vanderveen of ik in zijn vakantie de bestellingen wilde doen en dat vormde het startpunt van een muzikale ontdekkingsreis."

Wat is de rol van de muzikafdeling?

"Er is wereldwijd zoveel goede muziek waar je geen weet van hebt. Een heel groot deel van onze klanten komt hier omdat ze nieuwe muziek willen ontdekken. Het is een uitdaging om hen constant te verrassen. We weten natuurlijk dondersgoed dat dit geen museum is en dat er wel verkocht moeten worden. Als ik nieuwe muziek hoor, dan weet ik vaak al gelijk wie van onze klanten dit te gek zouden vinden. Die 'zendingsdrang' zorgt ervoor dat het werk constant uitdagend blijft. Ik heb ooit eens in een managementboek een zin gelezen die me bij is gebleven: verkopen is het spannendste dat je kan doen met je kleren aan. Dat is met het verkopen van muziek zeker het geval. Iedereen beleeft muziek op z'n eigen manier. Collega Gerrie van Barneveld (werkzaam vanaf 1982) vindt het gaaf om muzikanten live op de gevoelige plaat vast te leggen en bezoekt sinds 1989 jaarlijks heel veel concerten. In muziekcafé de Amer is hij vrijwilliger en lukt dat zelfs vanaf rij 1. Dit levert vaak veel leuke interactie op met onze klanten op de muzikafdeling, variërend van geouwehoer over hoe eenieder het concert heeft beleefd tot het verkopen van een lp of cd van de betreffende artiest. Het luisterende oor is erg belangrijk op een afdeling zoals wij die hebben."

Hoe ziet jullie klantengroep eruit?

"Natuurlijk komt een heel groot gedeelte uit Assen en omstreken, maar we krijgen bezoekers uit de gehele provincie over ►



HET TEAM VAN DE MUZIEKAFDELING VAN WARENHUIS VANDERVEEN: GERRIE VAN BARNEVELD, GERT JAN GJALTEMA EN ROBIN PLOEGSTRA.

de vloer. Ook veel toeristen. Het Warenhuis en de cd-afdeling hebben in de regio en ver daarbuiten een aanzuigende werking."

Je hebt de hoogte- en dieptepunten in de muziek meegemaakt. Heb je ooit gedacht: als dit maar de goede kant opgaat?

"Toen ik begon was de cd net in opkomst. We hadden zes bakken die er voor de helft mee gevuld waren. De rest van de collectie bestond uit platen. Op een bepaald moment ging de cd heel hard en verdween de lp naar de achtergrond. We bleven voor klanten, en voor mijzelf bestellen, maar in de winkel zag je uitsluitend cd-doosjes. Dat ging heel goed, tot er concurrentie kwam van illegale downloaddiensten. Daar hadden we, net als iedereen, last van. De omzet daalde, maar toch wij hebben eigenlijk nooit echt in hoge nood gezeten. De verkopen gingen, zij het in mindere mate, gewoon door. Hoe dat kwam? Ik denk dat we altijd geprofitteerd hebben van de laagdrempeligheid van ons warenhuis. Ook hadden we door de jaren heen een enorm assortiment van producten opgebouwd met de daar bijhorende acties en aanbiedingen. Het belangrijkste is misschien wel ons rotsvast geloof in het fysiek product en het feit dat we altijd naar onze klanten zijn blijven luisteren."

'De hernieuwde interesse voor vinyl is ongelofelijk belangrijk voor de muziek. En dan heb ik het niet alleen over de omzetten'

En toen kwam ineens vinyl terug.

"In 2010 merkten we dat de vraag daarnaar in de winkel toenam. Jan zag een terugkeer naar vinyl in eerste instantie niet zo zitten, maar we hebben hem weten te overtuigen. Het begon met een klein bakje. Dat werden er al snel twee en daarna vier. Jan ging in 2014 met pensioen en Robin Ploegstra kwam bij ons werken. Hij was, net als ik, vinyl liefhebber in hart en nieren en dat zorgt ervoor dat er nog meer aandacht kwam voor deze productgroep. De hernieuwde interesse voor vinyl is ongelofelijk belangrijk voor de muziek, niet alleen qua omzetten. Het luisteren naar een plaat is een ervaring. Een ervaring die de Nederlandse muziekcultuur een fikse zwengel heeft gegeven."

Hoe kijk je naar de rol van platenmaatschappijen?

"Die is compleet anders dan vroeger. De afstand is veel groter. De meeste zaken doen we met Bertus en die communicatie is altijd goed. Vroeger kreeg je vaak vertegenwoordigers over de vloer met nieuwe releases. Nu krijg je alle informatie via de mail. Met de platenmaatschappijen is er geen persoonlijk contact meer. Ik denk dat ze hiermee een steek hebben laten vallen. Ze hebben geen idee wat er op de winkelvloer leeft en spelen dus nergens op in. Ik zou ze



'In 2002 was de muziketail op sterven na dood, en kijk eens waar we zestien jaar later staan'

adviseren om die voelsprietten van vroeger weer eens een keer te gebruiken."

Hebben jullie weleens overwogen je aan te sluiten bij organisaties als Velvet of Plato?

"Natuurlijk is dat idee wel eens voorbijgekomen. Ik zie het alleen niet gebeuren. Onze kracht is dat we onafhankelijk zijn. Warenhuis Vanderveen geeft ons de vrijheid om zelf ons inkoopbeleid uit te stippen. Misschien dat het in andere provincies beter werkt om onderdeel te zijn van een keten, maar hier niet. We willen onafhankelijk blijven en op die manier een eigen gezicht hebben. Daarvoor komen onze klanten immers naar ons toe."

Hoe ziet de toekomst er voor jullie uit?

"In 2002 riep iedereen nog dat het einde van de muziketail nabij was en kijk eens waar we zestien jaar later staan. Muziek is nog nooit zo populair en beschikbaar geweest. Wij hebben altijd een sterk geloof gehad in tastbare geluidsdragers en denken dat die nog heel lang meegaan. Een fysieke muziekverzameling is als een fotoalbum van je leven. Daar kan geen digitale verzameling tegen op. Ook de fysieke winkel blijft belangrijk. Die zal alleen niet meer puur het basisproduct moeten voeren, maar de klant iets extra's dienen te bieden. Je moet met een ervaring komen, met kennis en vriendelijkheid. Met zaken die mensen online niet vinden. Ik moet zelf nog even door, zeker gezien de pensioenleeftijd in Nederland. Als muzik liefhebber ga je echter nooit met pensioen." ■