

Grote klantenkring dankzij sfeer en vakmanschap

Klant komt voor een wenskaart en gaat met stapeltje boeken naar huis

Als je als bedrijf alles mee hebt, een mooie locatie, een respectabele klantenkring en een reputatie die al meer dan 100 jaar staat als een huis, dan is er als ondernemer veel aan gelegen er iets moois van maken. Noblesse oblige. Dat zijn Wim en Helma Kersten, de eigenaren van Plantage Books & More Meijer En Siegers, wel toevertrouwd.

Terug in de tijd

Het ontstaan van Meijer & Siegers voert terug naar het jaar 1900 wanneer de echtgenote van schoolmeester Meijer van de Paasbergschool een winkel in schoolspullen begint. Deze winkel, die dan nog te vinden is in de Weverstraat in Oosterbeek, wordt gerund door zijn echtgenote. Het echtpaar had één kind, een dochter die met ene Siegers trouwde. Deze breidt de activiteiten van het bedrijf na de oorlog uit met een drukkerij. Zijn vrouw blijft in de winkel. Ook zij krijgen één kind die met het bedrijf focust op de drukkerij en het uitgeven van boeken. De huidige eigenaar Wim Kersten leidt het bedrijf samen met zijn vrouw. Van 1989 tot 2001 werkt hij bij Meijer en Siegers als bedrijfsleider. Een jaar na het 100-jarig bestaan nam hij de zaak over.



Wim Kersten: "Ik ben achter de toonbank opgegroeid."

Door Laurens van Aggelen

Onlangs openden zij na een stevige verbouwing opnieuw hun deuren. De klanten zijn bijzonder enthousiast, merkten we tijdens ons bezoek. Maar ook wij nemen graag ons petje af voor de smaakvolle wijze waarop de winkel is ingericht.

Lust voor het oog

Eenmaal binnen in deze winkel wil je gewoon heerlijk blijven rondwalen. De presentatie van alles wat hier verkocht wordt, is een lust voor het oog. Of het nu gaat om de boeken, tijdschriften, kantoorartikelen, wenskaarten of de collectie beeld- en geluidsdragers. Alle producten zijn terug te vinden in een aangename setting. Niet in de laatste plaats

de kasten met de luxe schrijfwaren. Het is de beleving die je hier aanspreekt. Schrijfwaren zijn lifestyle producten geworden. Niet voor niets zijn ze in de vitrines gecombineerd met fraaie horloges.

En hoewel het assortiment van Meijer en Siegers groot is en schapruimte dus wordt gekoesterd, zijn de paden tussen de schappen voldoende breed zodat klanten elkaar goed kunnen passeren. Ook als het druk is. En dat is het vaak. De winkel is een begrip in het fraaie Oosterbeek.

De verbouwing was een flinke ingreep. "Nieuwe meubels, andere verlichting, geen spijker is de oude", aldus Kersten. Gekozen werd voor één van de huisstijlen van Plantage Books & More, waarvan Meijer & Siegers franchisenemer is. "In tegenstelling tot een winkel in Apeldoorn die als pilot heeft

gediend en die ontworpen is met donkere kasten, hebben wij juist samen met ontwerper Guill Hombergen voor lichtere kleuren gekozen. Hombergen is de ontwerper die deze tweede huisstijl heeft ontworpen voor PMB Hartman in Harderwijk en deze in Oosterbeek." Een belangrijke reden om te verbouwen was volgens Kersten de schreeuwende behoefte aan ruimte. Door het vloeroppervlak met 70 m² uit te breiden door in de achtertuin te bouwen en door de bestaande ruimte beter te benutten is dat doel verwezenlijkt.

Sfeer

Het is niet alleen de winkel die je aangenaam stemt wanneer je het pand aan de Utrechtseweg binnenwandelt. Aan Kersten merk je meteen dat hij zijn werk met veel plezier en toewijding doet. "Ik ben achter de toonbank opgegroeid in een soortgelijke winkel van een oom en tante in Duiven. En hoewel ik een technische opleiding heb gevolgd, besloot ik na mijn diensttijd uiteindelijk toch om in de detailhandel te gaan werken. Wat me daarin trekt is vooral het omgaan met mensen. Mijn vrouw Helma komt ook uit een ondernemersgezin en samen vullen we elkaar goed



De winkelsfeer moet goed zijn.

aan. Daarnaast is het enorm belangrijk dat de stemming in het team van medewerkers goed is, want dat wordt als bijzonder plezierig ervaren door de klanten. Wat dat betreft hebben wij een stel fantastische medewerkers in onze winkel”.

De winkel onderging eerder een metamorfose, zoals in 1991 toen gekozen werd voor een crèmekleurige setting. In 1996 werd het pand van de burens erbij getrokken om de tijdschriften en multimedia de ruimte te kunnen geven. Tegenwoordig zijn er zelfs Blu-ray titels te vinden, een product waar je op dit moment in veel muziekwinkels nog tevergeefs naar zoekt. “De juiste indruk is iets wat ik erg belangrijk vind in de winkel”, verteld Kersten. “In een consumentgerichte winkel als de onze moet de klant zich een ‘warm’ gevoel krijgen: door de inrichting en door de uitstraling van de medewerkers. Men moet de producten kunnen aanraken, iets van beleving voelen. Daarom vind ik het belangrijk dat de winkelsfeer goed is. Je moet de klant weten te verleiden tot het doen van een aankoop. Zo kan het gebeuren dat iemand alleen maar voor een wenskaart komt en uiteindelijk ook met een stapeltje boeken

onder de arm naar buiten gaan. Wanneer je je bedenkt dat 70 procent van de klanten die binnenlopen niet precies weet wat ze willen kopen, dan weet je ook dat je door een goede presentatie veel kunt bereiken.” Bij de schrijfwaren heeft Kersten er bewust voor gekozen de diverse segmenten goed te scheiden en ze optimaal te presenteren in de juiste sfeer.

Trends

Sinds 1989, het jaar waarin Kersten bij Meijer & Siegers begon, heeft er qua assortiment een verschuiving plaatsgevonden. Meest opvallend is de procentuele toename van het aantal boeken. Maar liefst bijna 50 procent van alle omzet, wordt met boeken gegenereerd, 40 procent met kantoorartikelen. Bij de boeken dragen de categorieën spanning, literaire thrillers, kinderboeken en literatuur bij aan de meeste verkopen. Maar boeken over geestelijk welzijn, spiritualiteit en filosofie raken volgens Kersten de laatste jaren ook steeds meer in zwang. De Boekenweek is ook voor Meijer & Siegers een belangrijk jaarlijks terugkerend verschijnsel. Tijdens een Boekenweek worden er 30- tot 40 procent meer boeken verkocht

Bedrijf: Meijer & Siegers
Plaats: Oosterbeek
Opgericht: 1900
Aantal personeelsleden: 10
Oppervlakte winkelvloer: 315 m²

dan in een gewone week. “Maar ook de Kinderboekenweek heeft een gunstige invloed op de verkoop van boeken. “Gemiddeld gaan er in die periode zo’n 30 procent meer boeken over de toonbank.” De laatste tijd zou door het uitblijven van sterke titels wat lastiger zijn om de omzet op peil te houden. “Kersten: “Sterke titels met een verkoopprijs van bijvoorbeeld 30 euro dragen daar in belangrijke mate aan bij. Die missen we de laatste tijd een beetje.

Wat schrijfwaren betreft constateert men bij Meijer & Siegers dat luxe producten meer in zwang raken doordat men zich in dit digitale tijdperk graag met een mooie pen wil onderscheiden. Ook de jeugd zou daar gevoelig voor zijn. “Zij kiezen bewust voor de uitstraling van bepaalde merken. Zo is bij hen het merk Stabilo zeer in trek.” Als het gaat om cartridges voor printers, is Kersten terughoudend met het adviseren van alternatieve merken. “Vooral bij nieuwe modellen printers zie je dat de alternatieve consumables nogal eens voor problemen zorgen. We bieden alternatieve merken wel aan maar verkopen uiteindelijk voor 95 procent de producten van de A-merken.”

Toekomst

Onderzoeken mogen dan uitwijzen, zoals recent uit de media bleek, dat de invloed van internet een nadelige invloed heeft op het funshoppen en winkelomzet, Kersten is positiever gestemd. “Ik merk op geen enkele manier dat het winkelbezoek afneemt doordat de consument meer op internet is gaan kopen. De behoefte aan funshoppen is volgens mij nog altijd onverminderd groot. Dat er meer op internet wordt gekocht hoeft bovendien niet uit te sluiten dat die zelfde consumenten ook nog altijd graag naar de winkel komen. Zeker bij bepaalde producten gaat het toch om de beleving en dat is precies waarmee we met deze vernieuwde winkel zo graag op in spelen. Onze klanten vinden persoonlijk contact en beleving erg belangrijk. Maar ook een goed advies. Veel van onze klanten hechten veel waarde aan onze jarenlange ervaring en vakmanschap.” ■

