

RETAILINNOVATIE IN ROTTERDAM

Binnenstad en Retail

ROTTERDAM BESTE BINNENSTAD! EN NU? 5 APRIL 2016

Programma

- 18.15 uur** Start 'testlab' retailinnovatie & inschrijven voor workshops
- 18.45 uur** Inspiratiefilm over retail in Rotterdam
- 18.50 uur** In gesprek met Binnenstadsmanager Monique Zwinkels
- 19.00 uur** Wat is het project Retailinnovatie in Rotterdam?
- 19:10 uur** Workshops
- 20:00 uur** Hoe gaan we verder?



Op dinsdagavond 5 april hebben zo'n 100 deelnemers vanuit de Rotterdamse binnenstad zich verzameld op de vierde verdieping van het pand van Donner aan de Coolingsingel voor de eerste bijeenkomst van Retailinnovatie in Rotterdam. Na binnenkomst komen de deelnemers meteen in het 'testlab' terecht, waarin ze door studenten van de opleiding Leisure Management een drietal ideeën voorgelegd krijgen om samenwerking tussen de ondernemers te versterken. Er wordt massaal gereageerd op de voorstellen en de studenten worden gevoed met ideeën om hun plannen bij te schaven.



Dagvoorzitter Rupert Parker Brady (Retaildenkers) opent de avond met de start van een korte film waarin een aantal actieve, innovatieve ondernemers uit de binnenstad aan het woord komt: <https://youtu.be/lpjn8cQO4fQ> Rupert bespreekt met Huib Lubbers van Citytraffic enkele cijfers over het gebied van de Rotterdamse binnenstad, in vergelijking met het landelijk gemiddelde. Hieruit blijkt dat het aantal bezoekers aan de binnenstad minder hard gedaald is dan gemiddeld in Nederland en dat de Rotterdamse binnenstad relatief meer bezocht wordt midden op de dag en minder aan de randen van de dag.

Vervolgens bespreekt Rupert, als jurylid van Beste Binnenstad, samen met binnenstadsmanager Monique Zwinkels de motivatie om Rotterdam deze prijs toe te kennen en de implicaties die de prijs heeft. Rupert geeft aan dat de jury onder de indruk was van de ontwikkeling die de binnenstad heeft door gemaakt: er is architectuur van hoog niveau toegevoegd, de eilandjes in de binnenstad raken steeds beter verbonden, er is succesvol geïnvesteerd in aanloopstraten en, bovenal, Rotterdam durft te innoveren. Monique benadrukt dat de prijs in de stad zelf ook gezien wordt als een aanmoedigingsprijs: "we zijn zeker goed bezig maar realiseren ons ook dat we er nog lang niet zijn. Zo blijft leegstand een punt van zorg."



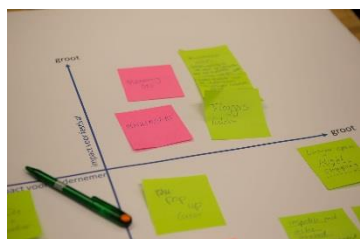
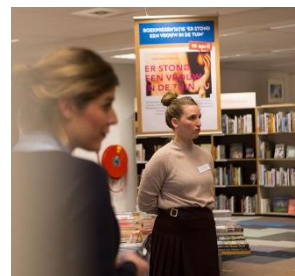
Aansluitend komen Jan Lutjebroek (Donner) en Paul Rutten (projectleider Retailinnovatie in Rotterdam) op het podium. Jan verwelkomt als gastheer de aanwezigen in het pand en benadrukt het belang van het project Retailinnovatie: "Dankzij de Rotterdammers bestaan wij nu in deze vorm op deze plek, wij voelen ons heel erg verbonden met de stad en zien de noodzaak om te innoveren. Vanuit dit project werken jonge talenten nu aan het verbeteren van de online omgeving van Donner. Zelf hebben wij daar de kennis en tijd niet voor." Paul Rutten legt uit dat het project bedoeld is om huidige en nieuwe ondernemers in de stad te helpen met alle vraagstukken die er op het gebied van

innovatie, winkelbeleving, ondernemerschap, omnichannel en samenwerking liggen. “De Willem de Kooning Academie heeft een geschiedenis met retail in deze stad en met daarnaast de kennis van het instituut CMI (communicatietechnologieën en multimedia), plus de opleiding Retailmanagement, hebben we veel expertise in huis.”

Na de plenaire introductie starten de workshops. De deelnemers maken een keuze uit drie sessies waarin actief gewerkt wordt. Hieronder een impressie van iedere sessie.

1. LAAT DE KLANT ONLINE OVER JE SPREKEN

Marije Brom en Iris Withuis (docenten Communicatie op de Hogeschool Rotterdam) verzorgen een workshop over ‘influencer marketing’. Ze benadrukken het belang voor retailers om te analyseren welke mensen op welke manier over je praten op verschillende sociale mediakanalen. Het is daarbij met name van belang om de invloedrijke boodschappers te ontdekken en actief in te zetten. De deelnemers gaan in de workshop actief op zoek naar verschillende influencers en analyseren op welke manier zij invloed hebben op het merk en hoe dit door de ondernemer te gebruiken is. Voor een groot deel van de deelnemende retailers blijkt dit nog een onontgonnen terrein, de workshop wordt dan ook met veel enthousiasme ontvangen.



2. PAK DE KANSEN VAN EEN FESTIVAL

Sanne van Geffen is vanuit Rotterdam Festivals verantwoordelijk voor het stimuleren van samenwerking tussen retailers en festivalorganisatoren in de binnenstad. Sanne laat de deelnemers enkele voorbeelden zien van geslaagde samenwerkingen, om aan te geven dat het integreren van retail en festivals veel op kan leveren voor alle betrokkenen. Naast *quick wins* zijn er ook langdurige en grootschalige samenwerkingen. De deelnemers gaan aan de slag met het in kaart brengen van alle denkbare samenwerkingsvormen, waarna de nadruk gelegd wordt op de samenwerkingen die de grootste impact hebben voor beide kanten. Daarna wordt ingezoomd op twee concrete en actuele casussen: de Wereldhavendagen begin september en het eenmalige event MTV European Music Awards begin november 2016. Per casus zoeken de deelnemers naar raakvlakken vanuit hun eigen onderneming. Erik Schilderman is vanuit de organisatie van de Wereldhavendagen aanwezig om de deelnemers te helpen. Als laatste onderdeel van de avond gaan alle individuele retailers op zoek naar hun eigen concrete samenwerkingsplan met een van beide festivals, waarbij ze uiteindelijk de definitieve vraag beantwoorden: “does it make sense?”

3. DE WINKEL VAN MORGEN, START VANDAAG

Carin Frijters en Femke Cuijpers proberen vanuit hun bedrijf Retailtheater de afstemming tussen consument en winkelbeleving te optimaliseren. Ze beginnen met een korte presentatie waarin ze benadrukken dat eigen identiteit en onderscheidend vermogen centraal moeten staan in de winkel. Hierbij is het kennen en begrijpen van de gehele klantreis van groot belang. Vervolgens gaan de ondernemers zelf aan de slag, onder andere met waardenkaartjes. Wat is mijn onderscheidende kwaliteit, waarin wil ik uitblinken, wat vind ik belangrijk? Aansluitend ligt de focus op de klant: wie is de klant en hoe beleeft die mijn winkel en aanbod? Het nadenken over deze essentiële vragen, gaf veel deelnemers nieuwe inzichten of bracht weggezakte inzichten en ideeën weer aan de oppervlakte.



Na afloop van de workshops schetst Rupert kort het vervolgtraject: “deze avond markeert de start van een traject waarin de partners van Retailinnovatie in Rotterdam samen met alle betrokkenen bij de binnenstad werken aan innovatie in de Beste Binnenstad van Nederland!”