

Retailconcept Loods 5

L O O D S
5

Hoofdstuk 1 - Het retailconcept

Inleiding

De wereld om ons heen verandert. Dat is een gegeven door de eeuwen heen. Bijzonder daarin is dat met name in de retailbranche deze veranderingen elkaar in steeds sneller tempo opvolgen.

Consumenten krijgen via de hedendaagse communicatiemiddelen in deze veranderende omgeving vrijwel dagelijks impulsen en dat leidt tot een continue stroom van wensen en noden.

In de retailbranche staat de klant centraal: de klant kan kiezen uit een groot scala van producten en uit locaties waar hij zijn slag wil slaan. Bij voorkeur tegen een voordelige prijs en met een hoge kwaliteit. De consument is zeer zelfbewust. De keuze is via de online aankopen welhaast oneindig.

Vanuit deze situatie is het voor ons als ondernemers in de retailbranche, als stylisten, als bouwers van retailconcepten en merken een grote uitdaging, elke dag opnieuw, om op de mogelijkheden die de veranderende marktsituatie ons biedt in te spelen.

De inzet is erop gericht om ook en vooral een eigen positie in deze bijzondere retailmarkt te verwerven.

Daarmee wordt in deze dynamische markt de voorwaarde gecreëerd om verantwoord investeringen te kunnen doen die over langere termijn renderen.

Voor Loods 5 is de locatiekeuze, de retailformule en het juiste aanbod aan producten erg belangrijk. Deze vormen de basis voor het doen van investeringen.

In onze winkel wordt de klant geïnspireerd; hij krijgt een totaalaanbod dat zich richt op woon- en lifestyle-gerelateerde producten. Dat aanbod wordt hem aangeboden in een bijzondere omgeving en in een aangename sfeer. Aanbod, omgeving, sfeer en prijs-kwaliteitverhouding zijn kenmerkend voor ons retailconcept.

Wij constateren dat onze klanten ons retailconcept weten te waarderen. Uit ervaringen weten wij dat onze winkels een groot publiek aanspreekt. Klanten komen vanuit een omtrek tot wel 100 kilometer ook speciaal voor Loods 5. De omgeving ziet ons graag als buur vanwege de spin-off. Onze winkels dragen fors bij aan lokale werkgelegenheid en er is ruimte voor mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt.

Hoofdstuk 2 – De Loods 5 formule

Het bijzondere en eigentijdse karakter van de Loods 5 formule biedt het winkelend publiek een unieke beleving op het gebied van met name interieur, inrichting en lifestyle, waarbij inspirerende presentaties, heldere product- en bestelinformatie, goede klantenservice en de meest volledige collectie stijlen naadloos op elkaar aansluiten. Er is in de Loods 5 formule ruimte voor presentaties en workshops; de week van 'het koken', 'het schilderen', 'diverse interieurstijlen', verlichting en lichteffecten' zijn voorbeelden van bijzondere acties waarvoor lokale en regionale, zelfs nationale bekendheden worden uitgenodigd.

Loods 5 faciliteert middels haar winkels, aan zogenaamde 'deelnemers', verkooppruimten, met als achterliggende gedachte om eenheid te creëren, een beleving die tot aankoop stimuleert en om daarop sturing te kunnen uitoefenen.

Onze deelnemers zijn o.a. importeurs, agenten, groothandelaren en interieur merken die door onze on- en offline faciliteiten in staat worden gesteld rechtstreeks aan de consument te verkopen. Loods 5 is zelf ook rechtstreeks als deelnemer betrokken bij de retailformule. Daarmee houdt Loods 5 voeling met de markt. Als deelnemer reist Loods 5 de wereld door op zoek naar bijzondere producten. Loods5 ontwerpt en ontwikkelt overigens zelf ook interieur en lifestyle gerelateerde producten.

Aan deelnemers wordt on- en offline retail gefaciliteerd middels één merkbeleving, één voordeur. Het uitgangspunt is dat de producten en merken elkaar onder één dak versterken, waarbij volume, beschikbaarheid en prijs van het aanbod een grote rol spelen. Daartoe wordt vanuit Loods 5 continu op toegezien.

De detailhandelsformule van Loods 5 richt zich op woon- en lifestyle gerelateerde producten(-groepen).

Een gesloten product- en prijsinformatie systeem draagt zorg voor de verwerking van betalingen via één centraal afreksysteem. Loods 5 draagt ondermeer zorg voor de winkel en merkbeleving door een collectief marketing en communicatiebeleid te voeren. Daarnaast zet Loods 5 zich in voor het 'collectioneren middels de deelnemers'. Een van de kenmerken van de Loods 5 formule is dat er continu wordt ingezet op vernieuwende productgroepen welke aansluiten bij de diverse afdelingen in de winkels. Daartoe is in de Loods 5 organisatie een wereldwijd opererende voorziening getroffen.

Hoofdstuk 3 - De organisatie van Loods 5

Loods 5 faciliteert o.a. de volgende diensten:

- winkel locaties/locatiebeheer
- websites (shops)/websitebeheer
- mogelijkheid tot presentatie van merk en product
- centraal gestuurde marketing en communicatie (on- en offline)
- toegankelijk automatisering / product -en omzet informatie systeem
- personeel (verkoop, informatie, interne logistiek en transport).

Onze activiteiten zijn ondergebracht in enkele vennootschappen. Enkele ervan zijn gericht op vastgoedexploitatie op een specifieke locatie. En enkele zijn gericht op import van producten resp. ontwerpactiviteiten.

Voor de locatie Maastricht wordt verwacht werkgelegenheid te realiseren voor circa 100 mensen, deels in deeltijd, waarbij ook ruimte bestaat voor mensen met afstand tot de arbeidsmarkt.

70% tot 80% van de deelnemers is op meerdere plekken locaties aanwezig.

Het aantal bezoekers is naar verwachting ruim 300.000 op jaarbasis.

Loods 5 heeft momenteel drie vestigingen; in Zaandam (1999) - een voormalige Bruynzeelfabriek - Sliedrecht (2007) en Amersfoort (2015) en er wordt gewerkt aan 2 nieuwe vestigingen in Maastricht en Duiven.

Hoofdstuk 4 De (potentiële) Loods 5 locaties

Loods 5 herkent in haar visie op retail de volgende drie omgevingen van waaruit de activiteiten worden uitgevoerd.

één: Grootschalige perifere locaties, zoals Zaandam, Sliedrecht en Amersfoort.

twee: Online retail.

drie: Binnenstadslocaties.

Hoofdstuk 5 - De locatie Maastricht

Loods 5 kiest voor de locatie Maastricht om een aantal redenen.

Maastricht is bijzonder vanwege de centrale ligging in een internationale omgeving. De naam Maastricht is tot in de verre omtrek bekend. Het is een stad met een internationale uitstraling. Spelers als de universiteit en het academisch ziekenhuis zijn daar zeker debet aan. De stad heeft een gezellig en historisch karakter en biedt op locaties zoals Sphinx ook mogelijkheden voor eigentijdse concepten. De bereikbaarheid is met de uitvoering van diverse projecten op dat vlak zeer goed.

Dit gegeven biedt bijzondere kansen daar waar het gaat om het aantrekken van een grote diversiteit aan deelnemers en assortiment in de branche van woon- en lifestyle.

De locatie in de gebouwen op het Sphinxterrein is heel bijzonder te noemen. Het Sphinxterrein heeft een geschiedenis en een naamsbekendheid. De gebouwen hebben karakter en ademen sfeer uit. Ze liggen in een gebied dat als aanvulling op de binnenstad herontwikkeld wordt tot een dynamisch gebied met een eigentijds karakter dat ondermeer kansen biedt voor de kenniseconomie en de creatieve sector. Gestreefd wordt naar een planconcept met "iets dat de stad nog niet heeft en dat de hele regio naar een nieuw niveau tilt".

Dat hebben wij afgezet tegen de gebouwelijke situatie die wij aantreffen op de locatie op Sphinx. Renovatie en inrichting daarvan is een forse opgave.

Naar onze stellige overtuiging loont het de moeite om deze opgave aan te pakken als we deze afzetten tegen de voordelen die wij zien op deze locatie zoals hiervoor aangegeven.

De combinatie van al deze factoren maken dat er specifiek voor deze locatie een bijzonder concept uitgewerkt en in de markt gezet kan worden. Een concept gelegen aan de rand van de binnenstad van Maastricht van voldoende omvang dat op eigen kracht kan varen met een forse spin off.

Zeker wat dit laatste betreft zoeken wij nadrukkelijk de samenwerking met onze directe burens en ook met de binnenstad van Maastricht op.

Het concept betreft het bijzondere en eigentijdse karakter zoals benoemd is hoofdstuk 2, te weten een formule die het winkelend publiek een unieke beleving biedt op het gebied van met name interieur, inrichting en lifestyle, waarbij inspirerende presentaties, heldere product- en bestelinformatie, goede klantenservice en de meest volledige collectie stijlen naadloos op elkaar aansluiten. Er is ruimte voor presentaties en workshops; de week van 'het koken', 'het schilderen', 'diverse interieurstijlen', verlichting en lichteffecten' zijn voorbeelden van bijzondere acties waarvoor lokale en regionale, zelfs nationale bekendheden worden uitgenodigd. Het betreft hier een planconcept dat bijzonder is en complementair is aan de winkelformules in de binnenstad.

Voor Maastricht wordt deze formule nog verder verbijzonderd tot een uniek concept voor deze specifieke locatie. In dit bijzondere concept streeft Loods 5 Maastricht BV ernaar, op de begane grond van de diverse Sphinxgebouwen, onder de naam Loods 5, een combinatie van creatieve ondernemers te plaatsen die hun producten, collecties en diensten willen aanbieden.

De merken, ontwerpers en ondernemers kunnen de producten in een eigen ruimte in Loods 5 presenteren.

Gedacht wordt aan producten welke in een warenhuis, complementair aan de binnenstad, aangeboden kunnen worden, zoals onder andere:

- Fashion & Footware
- Beauty & Hair
- Lifestyle w.o. brillen, gifts, juwelen
- Food, versmarkt, koffie(-branders)
- Books & Magazines, film, muziek

- Bikes& Sports
- Local heroes (Maastricht, Zuid-Limburg, Euregio).

Ieder product(-groep) kent een eigen specifieke presentatie en/of verkoopdisplay methodiek of verkoopsysteem. Denk onder andere aan paskamers, advies, vitrines, handwerk, koeling enz.. Bij Food en versmarkt kan onder andere gedacht worden aan een natuurvoedingswinkel/-supermarkt. Het assortiment boeken- , tijdschriften, film en muziek is beperkt en gerelateerd aan het hoofdassortiment (bv. een kookboek bij de keukeninrichting).

Loods 5 faciliteert kleine en grote units naar inzicht van haar deelnemers. Hierbij wordt gedacht aan een orde van grootte van 15 – 750 m², waarbij het gros van de units circa 30-50 m² zal zijn.

Loods 5 wordt verdeeld over een aantal thema's.

Loods 5 biedt een platform voor creatieve ondernemers om stappen te zetten in retail zonder complexe, tijd- en middelenroevende trajecten aan te gaan.

Loods 5 biedt een merk en dienst, in combinatie met online, waarbij de 'omnichannel' gedachte centraal staat.



Figuur 1 Maastricht, centraal gelegen in de Euregio



Figuur 2 Impressie van het Spinxterrein met Eiffel en de Loods 5 gebouwen

Loods 5 Maastricht is een retaillocatie waar creativiteit, ondernemerschap, design, het goede stadse leven, life- en foodstyle samenkomen. Producten van uiteenlopende origine en smaak worden hier toegankelijk gemaakt voor een groot publiek. Een doelgroep welke de stad en deze locatie speciaal hiervoor bezoekt.



Figuur 3 Winkelend publiek in Loods 5 vestiging

