

# Trade Mart Utrecht

## 7 vragen aan Arriën van den Berg

**Arriën van den Berg onderzoekt de inkoopbehoefte van de retailer in de gemengde branche.**

Dit doet hij in opdracht van Trade Mart Utrecht. Op basis van de uitkomsten gaat hij een toekomstbestendig concept ontwikkelen. Arriën heeft een track record aan ervaring bij toonaangevende merken en bedrijven in de branche, zoals SIA, PW Markets en Dille & Kamille. En nu dus de opdracht voor Trade Mart Utrecht.



Arriën van den Berg

**Hoe kwam u in de interieurbranche terecht?** "Mijn professionele loopbaan begon ik als accountmanager bij Hekla Hilversum, een distributeur van luxe en gedecoreerde servetten en tafelaccessoires van het merk Ideal Home Range. In deze rol kwam ik voor het eerst in aanraking met retail Nederland. Tijdens mijn bezoeken aan winkeliers zoals bloemisten, cadeauwinkels en tuincentra ontdekte ik mijn kwaliteiten als rasechte verkoper. Na een aantal jaren vervolgde ik mijn carrière bij het Franse interieur merk SIA, waar ik verantwoordelijk werd voor de Nederlandse vestiging.

Vanuit een showroom in Zeist zette ik samen met mijn team in een paar jaar tijd voor SIA een volwaardige organisatie op. Hier kochten professionals uit de interieurbranche hun woonaccessoires en meubelen in voor wederverkoop aan de consument. Na verloop van tijd begon het ondernemersbloed echt te kriebelen en besloot ik een samenwerking aan te gaan met het Deense interieurlabel Villa Collection. In korte tijd realiseerden we samen met het team de uitrol van het merk bij retailers in de Benelux en Frankrijk. Helaas maakte de crisis van 2008 in 2011 voortijdig een einde aan dit prachtige bedrijf."

**Wat ging u daarna doen?** "Door de vele bezoeken aan retailers in Frankrijk zag ik de beperkte inkoop mogelijkheden, waarmee Franse winkeliers te maken hadden. Zo ontstond het idee om een in Nederland succesvol concept 'Cash & Carry' te introduceren in Frankrijk. Samen met het gerenommeerde Nederlands bedrijf Trends & Trade deed ik een haalbaarheidsonderzoek om een vestiging in Frankrijk te realiseren. Na de markt van vraag een aanbod geanalyseerd te hebben, bleek dat dit initiatief voor zowel de marktzijde als de aanbodzijde te vroeg kwam."

**Toch bleef u aan Trends & Trade verbonden?** "De directie van Trends & Trade deed me een aanbod als commercieel eindverantwoordelijke. Ik kreeg de opdracht om een verandertraject in gang te zetten om van de huidige Cash & Carry een lifestyle inkoopcentrum te maken. Een plaats waar de winkelier niet alleen komt om de juiste artikelen tegen de juiste prijs in te kopen, maar ook voor beleving en inspiratie. Items dus waarmee de klanttevredenheid verhoogd wordt. Ik was een echte 'verbinder'. Intern



van management, teams en organisatie. Extern van vraag een aanbod, winkeliers, groothandels en producenten."

**U heeft ook een tijd voor uzelf gewerkt?** "Jazeker, dat doe nog ik nog steeds. Ik zet me in om bedrijven te helpen, zodat zij zich verder kunnen ontwikkelen bij de uitdagingen, waarvoor zij staan. Dat doe ik aan de hand van het OGSM model. OGSM staat voor Objectives, Goals, Strategies en Measurements. Samen met de ondernemer maak ik een businessplan dat op één A4-tje past. Nadat we samen de strategie en visie hebben ontwikkeld of bijgesteld, neem ik ook verantwoordelijkheid voor de uitvoering."

**Wat gaat u voor Trade Mart doen?** "Vanuit de Jaarbeurs en specifiek vanuit Trade Mart Utrecht is mij gevraagd om mee te denken en bij te dragen aan een hernieuwde visie en strategie. Hiermee reageert Trade Mart Utrecht op de veranderende marktomstandigheden. Zo kan de organisatie zich weer verder ontwikkelen als het bruisende middelpunt van de gemengde branche."

**Kortgeleden vond de Retailbeurs in het Beatrixtheater in Utrecht plaats. Was het een geslaagd evenement?** "Het was een interessante beurs en zo fijn om elkaar weer te kunnen ontmoeten! Daar gaat het toch om in de handel, dus elkaar ontmoeten en de producten zien, proeven, ruiken en voelen. Kennis delen en elkaar enthousiasmeren. Voor ruim 90 procent van de bezoekers en standhouders was de beurs zeer succesvol. De huidige bezoekersaantallen ten opzichte van de vorige editie in het voorjaar van 2020 zijn wel



*In de handel gaat het om elkaar te ontmoeten'*

achtergebleven. Stagnatie in aanvoer van voorraden vanuit Azië, de lockdown van afgelopen najaar en de oorlogsdreiging dragen hieraan bij. Daarnaast moeten we hand ook zeker in eigen boezem steken. De komende periode zullen we met het team hard moeten werken aan onze relevantie. Het is altijd een kip-of-eiverhaal. Winkeliers komen naar een inkoopbeurs als er een voldoende aantrekkelijk aanbod gepresenteerd wordt door leveranciers. Deze leveranciers vinden een inkoopbeurs vaak pas interessant als er voldoende inkomende bezoekers op zo'n beurs komen. De winkeliers komen voor een aanvullend en onderscheidend aanbod. Daar zal dus in eerste instantie onze focus moeten liggen: het verder bij elkaar brengen van een aanvullend en onderscheidend aanbod voor de winkelier."

**U heeft twee banen? U doet ook nog iets met uw passie?** "Ik wil het geen twee banen noemen. Naast het ondernemen, rijd ik op de vrachtwagen. Voor mij is dat even helemaal ontspannen. Machtig om met zo'n wagen door het verkeer te sturen en op een heel andere manier klanten blij maken. Als aan het einde van de dag alle zendingen zijn afgeleverd en opgehaald bij de klanten, is de dag ook echt klaar, zonder stress. Nou ja, hier en daar door een smal straatje manoeuvreren, kan ook wel wat stress opleveren, maar dat voelt toch anders... Ik raad iedereen aan om datgene te doen, waar je echt blij van wordt. Passie geeft energie. Ik realiseer me dat ik in de gelukkige omstandigheid verkeer, dat ik mijn twee 'passies' kan combineren. Retail en rijden is voor mij een ideale combinatie!"