

Eenheid

Van drie verschillende winkelpanden in een winkelpassage naar één markante A1 locatie met drie verdiepingen. Er is gekozen voor verschillende sferen die tezamen toch een eenheid vormen. Het indrukwekkende project van Jan en Betty Ackermans uit Tilburg: de verbouwing van een voormalig gemeentelijk informatiecentrum.

JOAN VAN EE

Of je nu van links of van rechts het centrum van Tilburg inloopt, je kunt er niet omheen. Op het stadhuisplein staat een opvallend vrijstaand gebouw met een geheel glazen voorpui. Op deze zonnige nazomerochtend blinkt het pand je tegemoet. In de etalage staan figuren gekleed in stijlvolle mannen- en vrouwenmode. Hoog op de gevel staat de naam Jan Ackermans Exclusieve Mode. Bij binnenkomst valt direct de enorme hoogte en het imposante trappenhuis op. De inrichting is strak en modern, maar wel op een toegankelijke manier.

Aan tafel op de eerste verdieping – onder het genot van een goede espresso – vertelt Jan Ackermans over de totstandkoming van deze bijzondere winkel. "Dit was een kantoorpand van de gemeente, het informatiecentrum met onder meer de VVV. Wat nu mooie grote ruimtes zijn, waren allemaal kleine kamertjes. Wij hadden inmiddels te horen gekregen dat de passage waarin onze drie winkels waren gevestigd – het City Center-, plaats moest maken voor een nieuw winkelcentrum. Dat bericht kwam ruim een jaar geleden en dat was wel even schrikken, omdat Jan Ackermans Women nog maar net klaar was na een verbouwing. Daar gaat onze investering, was onze eerste gedachte. En direct daarna kwam natuurlijk de vraag, waar gaan we onze winkels huisvesten? Het liefst wilden we natuurlijk alles onder een dak, maar het is ook niet gemakkelijk om een – betaalbare – ruimte te vinden met voldoende vierkante meters voor onze drie winkels. Uiteindelijk zijn we bij dit pand uitgekomen. De gemeente wilde er graag een andere bestemming voor. Wij hebben echter direct gezegd dat we het alleen wilden doen als we het konden kopen. Dat is gelukt

en voor dat we het wisten waren we eigenaar van een pand met zo'n 650 vierkante meter vloeroppervlak."

GOUD

Het echtpaar Ackermans opende vijftien jaar geleden hun eerste mannenmodezaak. Daarvoor werkten beiden in loondienst in modedetailhandel. Ruim drie jaar geleden kwam daar een winkel bij met een casual collectie voor mannen. En nog maar anderhalf jaar geleden kwam de vrouwenmode erbij. Al deze winkels werden verbouwd en ingericht

door architect Carl van Kuijck. "Een creatieve jongen. Hij maakt winkels die je nergens ziet. In een tijd dat het nog helemaal niet gebruikelijk was, werkte hij bijvoorbeeld al met beton", vertelt Jan Ackermans. "Hij is echt goud. In vier maanden tijd heeft hij deze klus geklaard. Uiteindelijk zijn we in totaal tien dagen dicht geweest."

Van Kuijck - inmiddels aangeschoven met een espresso – glimlacht. "Op hoogtijdagen waren hier wel dertig tot veertig man aan het werk. Gekkenwerk was het! Het pand dateert uit de jaren zeventig en was vrij donker. Bovendien

zijn de ruimtes niet al te hoog. Om meer licht te krijgen, is zowel aan de voorkant als aan de achterkant een glazen pui geplaatst.

Bovendien geeft dit het pand direct een exclusieve winkeluitstraling. Verder moest op iedere afdeling een afrekenpunt komen, want eigenlijk zijn het drie winkels – er zijn drie BV's - die nu in een pand zitten. Iedere verdieping heeft een eigen kleur en een eigen sfeer. Het is ook mogelijk op iedere verdieping andere muziek te laten horen. Maar in het gehele pand dezelfde muziek kan ook. De eenheid ontstaat door de consequente toepassing van de materialen."

TEAM

Roestvrij staal, notenhout, beton en glas bepalen het beeld. Iedere legplank en ook de hangsystemen zijn speciaal op maat gemaakt. In totaal zijn er zo'n 90 meter hang- en 170 meter legvakken. Ook is er ruimte voor schoenen en accessoires. "We reizen regelmatig en vooral in Italië doen we altijd veel inspiratie op", licht Betty Ackermans toe. "Jan is van huis uit etaleur en is altijd bezig met de inrichting van de winkel. Wij hebben een hekel aan volle winkels. Rust is belangrijk. De consument reist meer, ziet veel en daarom wordt het steeds belangrijker een internationale uitstraling te hebben. Zeker in het segment waarin wij werken. Ook voor onze zeven fulltime medewerkers is het belangrijk een breder perspectief te hebben. Daarom gaan we twee keer per jaar met hele team naar Florence. We hebben elf jaar met z'n tweeën gewerkt en het was in het begin zeker wennen om met personeel te werken. Delegeren moet je ook leren. Maar hun betrokkenheid is groot



'Het wordt steeds belangrijker een internationale uitstraling te hebben'

en dat werkt ook door naar de klanten. Bovendien is het heel prettig dat we nu dicht bij elkaar zitten en elkaar snel kunnen helpen als dat nodig is." Dat de verhuizing niet alleen goed is voor de teamspirit blijkt uit de cijfers van het afgelopen seizoen. In maart van dit jaar werd de winkel geopend en gemiddeld was er daarna zo'n 25 procent meer omzet.

SCHIP

Tijdens een rondgang door de winkel toont Jan Ackermans het magazijn. De opslagruimte is vernuftig 'verstopt' achter de wanden van de

eerste verdieping. Deze zijn naar voren geplaatst zodat er een tussenruimte is ontstaan die voldoende plaats biedt aan de voorraad. Ackermans: "We hebben bewust gekozen voor een beperkt aantal labels. We gaan liever de diepte in met een merk en blijven ook trouw daar aan. Op de casual-afdeling wisselen we wel eens, maar die afdeling is ook meer trendgevoelig. Als ik zo door de winkel loop, zie ik zeker nog zaken die aangepast moeten worden. Zo moet er een hanggedeelte komen voor de jassen bij de mannenmode en wil ik eigenlijk nog wat extra kleuraccenten. Maar dat zijn zaken waarmee je in een winkel nooit klaar bent. Dit hier is helemaal in orde en dat zul ook niet zosnel in een andere winkel aantreffen." Hij opent een deur op de eerste verdieping en toont een ruimte met enorme machines die op volle toeren draaien. "Dit is het warmte- en ontluchtingssysteem van de winkel. Maar wij vinden dat het meer lijkt op de machinekamer van een schip", lacht hij.



Drie sferen:

Mannen Exclusief: eerste verdieping, oranje kleuraccenten, zakelijke sfeer
Merken: Hugo Boss Black Label, Allegri, Corneliani, Trussardi Jeans

Mannen casual: begane grond, blauwe kleuraccenten, moderne sfeer
Merken: Boss Orange, Hugo, Girbaud, Dolce & Gabbana

Vrouwen: kelder, gele kleuraccenten, intieme sfeer
Merken: Boss Woman, Hugo, Rene Lézard, Trussardi Jeans, Les Copains, Girbaud en accessoires van Coccinelle.