

BEOORDELINGEN ING RETAIL JAARPRIJS 2011



HEMA

Eindcijfer/Stemmen	7,50/ 15%	Vernieuwing	7,46
Assortiment	7,61	Service	7,60
Prijs-kwaliteitverhouding	7,92	Deskundig personeel	7,26
Prijsniveau	7,83	Klantvriendelijk personeel	7,58
Acties en aanbiedingen	7,84		
Sfeer	7,43		



Boekhandel Van de Ven

Eindcijfer	8,67
Assortiment	8,97
Prijs-kwaliteitverhouding	8,52
Prijsniveau	8,42
Acties en aanbiedingen	8,45
Service	9,45
Personeel	9,48

Genomineerden

- Wereld van Jansje
- Boekhandel Lektura



Tieleman Keukens (Middelharnis)

Tieleman Keukens is een uitzonderlijke keukenspecialzaak van 4.000 m², die is gevestigd in een imponerend en duurzaam pand in Middelharnis. Tieleman Keukens staat niet alleen in de keukenbranche, maar ook in de regio en ver daarbuiten bekend om de unieke service, die de basis vormt van de uitstekende prestaties. In een sterk teruglopende markt weet Tieleman Keukens de omzet vast te houden en daarmee de werkgelegenheid voor alle medewerkers. Borg daarvoor staat niet alleen de ijzersterke marketing-communicatie maar vooral de consistente wijze waarop jaar in jaar uit 100% klanttevredenheid wordt waargemaakt. Tot de pijlers van het succes behoren de levenslange garantie op nieuwe keukens, de eigen servicedienst, het persoonlijke Tieleman Magazine, de ruime keuze uit keukens van verschillende merken in verschillende prijsklassen en de enorme verzameling keukenonderdelen in het onderdelenmuseum. De deskundige medewerkers presenteren zich niet als keukenverkopers maar als designspecialisten. De showroom is verzorgd en inspirerend door de kleurstelling en het materiaalgebruik, de styling en instore communicatie. De grote Living Wall met 3D keukenspresentaties, de lunchroom, de waterstraat, de kinderbioscoop en het Experience Center versterken de winkelbeleving. De jury heeft veel waardering voor het enthousiasme, de energie en de gedrevenheid van de ondernemer, zijn loyaliteit aan de eigen medewerkers, leveranciers en klanten, zijn lerend vermogen, zijn commerciële vindingrijkheid in combinatie met maatschappelijke betrokkenheid en zijn visie en toekomstgerichtheid. Volgens de jury is Tieleman Keukens een topzaak van een topondernemer en een sierraad voor de Nederlandse detailhandel.

Genomineerd Vakjuryprijs Beste Zelfstandige Winkel 2011: Tenue de Nîmes (Amsterdam)

Tenue de Nîmes is een inspirerende, sfeervolle, onderhoudende en prettige jeanswinkel van drie onafhankelijke, ruimdenkende en internationaal georiënteerde ondernemers in de schilderachtige winkelstraatjes in hartje Amsterdam. De drie ondernemers verenigen een uitstekende kennismix die borg staat voor creativiteit, enthousiasme, kwaliteit en succesvol ondernemerschap. Met een zorgvuldig opgebouwd merkimago, een voortreffelijk product, deskundig en enthousiasmerend personeel en een uitstekende service als basis, brengt Tenue de Nîmes de inspiratie terug naar waar die thuis hoort: de winkelvloer. Tenue de Nîmes is een verrassende winkel die onthaast en stimuleert in een tijd waarin de haast van alledag in elke winkelstraat de klok slaat. Op basis van een goed doordacht businessplan wordt een heldere visie perfect in de praktijk gebracht. Tenue de Nîmes heeft de kracht van het binden van mensen ontdekt en weet dit uitstekend te combineren met een aansprekend assortiment dat naadloos aansluit op de wensen van de fans. Het randassortiment bestaat onder meer uit boeken, vintage horloges en accessoires en vormt een geslaagde aanvulling op de collectie. De medewerkers stralen een trots uit, die past bij de wereld van basic tot exclusieve jeans. De drie ondernemers vullen elkaar volgens de jury op uitstekende wijze aan en weten een vernieuwend concept op voortreffelijke wijze tot een commercieel succes te maken.

Genomineerd Vakjuryprijs Beste Zelfstandige Winkel 2011: Paul! Mediterrane Smaken (Baarn)

Paul! Mediterrane smaken is een foodspecialzaak en een begrip in Baarn en omstreken. Het is een verrukkelijk eetpaleisje van een bevlogen ondernemer, waarin authentieke lekkernijen met veel liefde voor het product, het vak en voor de klant worden klaar gemaakt. Paul! is een specialiteitenwinkel met passie voor delicatessen en koken. In een klassiek pand worden kaasspecialiteiten, gedroogde hammen, verse pasta's, truffelproducten, biologische broodspecialiteiten, olijfolie, balsamico, kazen en wijnen op smaakvolle wijze gepresenteerd. Uit eigen keukens worden vorstelijke kwaliteitsproducten als antipasta's, tapenades, tapas en pastasauzen k(l)ant en klaar bereid. Paul! gaat voortdurend de boer op, op zoek naar de lekkerste lekkernijen, van het uitzonderlijk lekkere worstje tot het sublieme kaasje en de heerlijkste hapjes. De medewerkers van Paul! nemen alle tijd voor de klanten en de deskundige smul- en smaakverhalen en het persoonlijke contact worden zeer gewaardeerd. De uitstraling van de winkel, de productkwaliteit en de service zorgen voor een hoge klanttevredenheid.

De winkel ademt een ongedwongen sfeer van slow food. Brood krijgt bij Paul! tijd om te rijzen en alle producten worden vanaf de bron geïmporteerd. Paul! is volgens de jury een herontdekking van kwaliteit en een fantastische smulbeleving. Paul! geeft volgens de jury de broodnodige kleur en smaak aan de winkelstraat.



Primera

Primera is een snelgroeïende keten van 435 gemakswinkels met een complementair aanbod van tabak, wens- en cadeaukaarten, kansspelen, boeken, kranten en tijdschriften, kantoorartikelen en diensten. In het hart van de formule staat de zelfstandige ondernemer die met zijn persoonlijke benadering en dienstverlening dicht bij de lokale gemeenschap staat. Door het brede assortiment is Primera een winkel die ook voor niet-rokers aantrekkelijk is. De complexe organisatie staat een gestroomlijnde operatie niet in de weg, wat ertoe leidt dat Primera niet alleen een gemakswinkel is voor de consument maar ook voor de eigen ondernemers. De verzorgde winkels én de menselijke maat en klantgerichtheid leiden tot een zeer hoge klanttevredenheid. In de winkels van Primera voelen klanten zich welkom en tegelijkertijd gestimuleerd om aankopen te doen. De winkels zijn helder en duidelijk, hebben een goede signing, routing en verlichting waardoor de klanten alles gemakkelijk kunnen vinden. Door de heldere positionering, het uitgekiende formulebeleid, de efficiënte marketing en de eigen productontwikkeling behaalt Primera uitstekende bedrijfsresultaten. De fenomenale groei van Primera - met gemiddeld 20 tot 25 winkels per jaar - in een vechtmart met veel assortimentsconcurrentie is ongeëvenaard. Primera bewijst dat er een uitstekende toekomst is voor lokaal georiënteerde en goed geleide gemakswinkels, die flexibel kunnen opereren op deelmarkten waarin bestaande speciaalzaken het moeilijk hebben. Volgens de jury is Primera een voorbeeld van een succesvolle winkelketen die tegen de stroom in groeit en op uiterst slimme wijze voorziet in de alledaagse behoeften van de Nederlandse consument, die steeds vaker *'even naar Primera'* gaat.

Genomineerd Vakjuryprijs Beste Winkelketen 2011: BoerenBond-Welkoop

De winkels van BoerenBond-Welkoop nemen een unieke positie in op de markt van dier- en tuinbenodigdheden. De winkels ontzorgen en stellen de klant in staat om te genieten van een mooie tuin en gezonde dieren. De winkels van BoerenBond-Welkoop hebben een menselijke maat, een assortiment van hoge kwaliteit en zeer vriendelijke en deskundige medewerkers. De klant centraal stellen zit in het DNA van de onderneming. Als 'goede buur' bewijst BoerenBond-Welkoop dag in dag uit de merkwaarden: behulpzaam, eerlijk, dichtbij en deskundig. De winkels zijn vooral gericht op consumenten die aan de rand van het stedelijk gebied, in dorpen en landelijke gebieden wonen. De winkels zijn door de indeling in vier werelden zeer transparant, hebben een herkenbare uitstraling en zijn in de concurrentie met bouwmarkten en tuincentra meer dan uitstekend gepositioneerd. Bij BoerenBond-Welkoop staat de klant centraal en worden alle systemen ingezet om excellent te presteren. De wijze waarop klanten via co-creatie worden ingezet bij productontwikkeling en de workshops voor klanten en hun dieren zijn aansprekende initiatieven, die op een authentieke wijze de verbinding met de klant aangaan. De bevologenheid van de medewerkers, het complete productaanbod op het gebied van tuin en dier en de sympathieke rust en uitstraling maken BoerenBond-Welkoop tot een winkel die éinig in zijn soort is.

Genomineerd Vakjuryprijs Beste Winkelketen 2011: Hunkemöller

Hunkemöller behoort tot de top 3 van lingerieketens in Europa met 500 winkels in 15 landen en is marktleider in de Benelux en Duitsland. In de Benelux, Duitsland en Denemarken opereert de keten onder de ijzersterke merknaam Hunkemöller, daarbuiten onder de naam Bodique. Hunkemöller richt zich met sexy lingerie op gepassioneerde vrouwen van alle leeftijden, maar voornamelijk in de jongere leeftijdsgroepen. De trendy winkels van Hunkemöller hebben internationale allure en een luxe uitstraling, en bieden de vrouwelijke consument ook intimiteit een uitstekende prijs-kwaliteitverhouding. De vernieuwing van het winkelconcept versterkt de merkbeleving en het imago van Hunkemöller. Het etalagebeeld is sterk en de paskamers zijn mooi van opzet en staan model voor de creativiteit van de onderneming. Het succes van de internationale expansie is gebaseerd op eigen

design en productontwikkeling, de opbouw van het assortiment en de professionaliteit van de medewerkers. Het *world class* serviceniveau past bij de internationale ambitie van Hunkemöller. Het CRM-programma heeft bijna 1,5 miljoen geregistreerde leden en in combinatie met de inspirerende webshop is Hunkemöller een uiterst succesvolle cross channel retailer. De jury heeft veel waardering voor de internationale expansie van Hunkemöller als één van de meest aansprekende winkelbedrijven van ons land. Elke eigentijdse vrouw móét zich wel aangesproken voelen door Hunkemöller's 'so me'.



Tenue de Nîmes (Amsterdam)

Nu de detailhandel een nieuw tijdperk betreedt, is er veel onzekerheid over de ontwikkeling van de doorbraaktechnologie van webshops en social media. In de schaduw van Joost van den Vondel laat Tenue de Nîmes zien hoe de traditionele retailwetten zich verenigen met de uitdagingen van het Nieuwe Winkelen. Door Tenue de Nîmes worden de traditionele paden in de modedetailhandel doorkruist. Geen uitverkoop in de winkel, geen overbodige collectiewisselingen en geen prijscommunicatie. Tenue de Nîmes weet nieuwe media op een uiterst innovatieve manier te verenigen met traditionele media en *real life experiences*. Tenue de Nîmes is *heaven* voor *jeansbelievers* van over de hele wereld, van Amsterdam tot Tokio en van New York tot Parijs. Deze hemel wordt gecreëerd door een vernieuwend concept, de gecombineerde inzet van cross channels, social media, exclusieve edities van topmerken, speciale events op tijdelijke locaties en print magazines. Met de *limited special editions* van *Converse Chuck Taylor All Stars* en *Grenson Boots* tot *Tellason Denim Jeans* en *Reighly Canvas Pants* weet Tenue de Nîmes de fans aan zich te binden. Het dubbeldikke en in eigen beheer uitgegeven *Journal de Nîmes* wordt in groot formaat met vijf verschillende edities verspreid in Nederland, Noord-Amerika, Japan, het Verenigd Koninkrijk en Frankrijk. Volgens de jury is Tenue de Nîmes een doelgerichte ontdekkingsreis van jonge nieuwsgierige, onafhankelijke en innovatieve ondernemers naar het Nieuwe Winkelen in een nieuwe wereld, waarin klanten fans worden en goed zaken wordt gedaan.



Expert

De Nederlandse Expert Groep is een franchiseketen met meer dan 150 laagdrempelige elektronica winkels. De pijlers onder de formule zijn het leveren van deskundig advies, topkwaliteit en de beste service. De superieure dienstverlening van Expert wordt gedragen door 75 servicenormen die binnen de gehele organisatie worden gehanteerd en zijn geïntegreerd in de opleidingen. De medewerkers van Expert presenteren zich niet alleen als elektronicaconsultants in de winkel, maar ook als thuispecialisten. Naast de bestaande services als de inbouw-, bezorg- en thuisnetwerkservice, worden door Expert voortdurend nieuwe serviceconcepten geïntroduceerd, waaronder Mijnextpert.nl en de PC-dokter. De hulpgarantie van Expert zorgt ervoor dat elk probleem wordt opgelost. De serviceconcepten van Expert zijn volgens de jury uitstekend gekozen, helder omschreven en duidelijk meetbaar gemaakt met KPI's. De hoogwaardige dienstverlening van Expert behoort daarom tot de kerncompetentie van de onderneming. Het probleemoplossende vermogen van de ondernemers en medewerkers van Expert leiden tot een zeer hoge klantwaardering en een groot vertrouwen van de consument, die de services herkent en erkent. De jury heeft veel waardering voor de wijze waarop de Expert Groep - als formulegedreven organisatie in een complexe interne en externe omgeving - voortdurend in staat blijkt het hoge serviceniveau te handhaven. Naar de mening van de jury maken de winkels en experts van Expert de slogan 'Bij Expert gaat niets te ver' voortdurend waar.



2theloo (Amsterdam)

2theLoo is een keten van "toiletwinkels", die voor het eerst toiletten op niveau aanbiedt. Een origineel concept dat met name te vinden zal zijn in high traffic omgevingen zoals belangrijke winkelstraten en -centra,

treinstations etc. In een schone en verblijfsvriendelijke ambiance kan men niet alleen naar 2theLoo voor een toiletbezoek, maar ook een kopje koffie en de aankoop van kleine verzorgingsartikelen en gadgets behoren tot de mogelijkheden. Het personeel maakt niet alleen een verzorgde indruk maar is ook uitermate vriendelijk en vrolijk. Zo wordt een toiletbezoek een feestje. De potentie van het concept wordt al breed onderkend. Niet alleen zijn durfinvesteerders er al ingestapt voor substantiële bedragen om een snelle uitrol mogelijk te maken, maar ook belangrijke vastgoedeigenaren hebben zich gemeld met de vraag of 2theLoo zich niet in haar centra zou willen vestigen. Eenmaal die beslissing genomen, is er sprake van een benijdenswaardige lokale monopoliepositie. Ook internationaal biedt het concept volop kansen. Er is al sprake van buitenlandse vestigingen en licenties voor verschillende andere landen staan op het punt te worden vergeven. Mede hierdoor vormt zich een solide financiële basis onder het concept dat de jury vertrouwen geeft in de continuïteit. Al met al een prachtige winnaar van de ING Retail Jaarprijs Beste Starter; een volkomen nieuw concept in de oude wereld van "bricks". 2theloo heeft als eerste van toiletten een detailhandelsfunctie gemaakt. Hiermede wordt maar weer eens bewezen dat er, hoe vol sommige markten ook zijn, er iedere dag weer nieuwe kansen zijn en ondernemers die deze weten te identificeren en weten om te zetten in mooie ondernemingen!

Genomineerd

- Velgshop.nl, Biest-Houtakker



Jutten Simulation

De Just Kassatrainer van Jutten Simulation is een zeer complete digitale training (e-learning/ serious game) om retailmedewerkers in korte tijd op te leiden voor het werk in de winkel. Op deze manier zijn de retailmedewerkers direct volledig inzetbaar in de praktijk. Het idee biedt een zeer realistische oefenomgeving met volledig een gesimuleerde

kassa, artikelen, betaalmiddelen en klanten (in video) in een winkelomgeving. Het creëren van een oefenomgeving die dezelfde ervaring geeft als de praktijkomgeving, zorgt voor een optimale transfer van de opgedane kennis en vaardigheden naar de beroepspraktijk. Het leerprincipe *learning by doing* staat centraal. De mogelijkheden voor een *tailormade* oplossing zijn groot. Hiervoor zijn met nationale en internationale POS leveranciers partnerovereenkomsten gesloten. Een retailorganisatie kan een standaard Just Kassatrainer kopen die precies aansluit bij het kassasysteem. Overige zaken zoals artikelen, procedures en klanten zijn standaard, waarbij wel rekening wordt gehouden met de branche waarin de betreffende POS leverancier actief is. Het idee levert volgens de jury een grote bijdrage aan de effectiviteit van retailorganisaties. De jury is van mening dat de Just Kassatrainer een bewezen concept is, een grote bijdrage levert aan de retailer en een meerwaarde is voor de klant. Het is een unieke vorm van e-learning die zover reikt dat hiermee een praktijkopleiding of on-the-job training wordt vervangen. Het concept is geschikt voor grote en kleine retailorganisaties tegen acceptabele kosten. Just Kassatrainer van Jutten Simulation is een zeer goede manier om een roll-out van een nieuw kassasysteem te realiseren.

Genomineerden

- FlowFabric
- Static Paper



de Bijenkorf

De Bijenkorf toont voor Nederlandse maatstaven een goed onderbouwde en doordachte visie. De meeste drempels zijn genomen om een volwaardige koppeling tussen fysiek en online mogelijk te maken, waarbij de laatste puntjes nog op de i moeten worden gezet.

De thema's "warm welkom", "inspiratie" en "persoonlijke benadering" zijn verpakt in een goed zittend jasje. Zorgvuldig wordt de afweging gemaakt wanneer men instapt op een bepaalde ontwikkeling.

Wikken en wegen, ook in het creëren van beleving in de winkel versus het functionele karakter van haar online omgeving. De Bijenkorf dient er wel voor te zorgen dat ze geen achterstand oploopt ten aanzien van de internationale standaard. Zeker nu fashionbrands sterk online in opmars zijn, moet het goed waken over de toegevoegde waarde van haar merkenpropositie. De Bijenkorf heeft nog volop mogelijkheden om meer synergie te creëren tussen de fysieke en online winkel en de kracht van haar “winkelinspiratie” online nog meer tot uiting te brengen.

Conclusie: de Bijenkorf heeft de laatste twee jaren een enorme stap gemaakt, maar zowel de opkomst van de online shops van de luxury brands als de opkomst van grootschalige internationale luxury webwinkels, zorgen ervoor dat dit pas het begin van een lange ontwikkeling kan zijn. Bijenkorf.nl is nu nog gebaseerd op het online brengen van een extra filiaal. Een echte bricks en clicks strategie vereist de komende jaren echter meer dan dat. Desondanks is de jury van mening dat de Bijenkorf een terechte winnaar is met veel potentie.



Chocolaterie Pierre (Hillegom)

Chocolaterie Pierre is een familiebedrijf, gespecialiseerd in zelf gemaakte bonbons en (in de zomermaanden) Italiaans schepijs. De winkel met daarachter het productiegedeelte is gevestigd aan de Houttuin, een pittoresk pleintje in het centrum van Hillegom. De klanten komen uit de gehele Bollenstreek, zo'n 100.000 huishoudens. De slogan

luidt niet voor niets 'Voor de bonbons van Pierre komt men van ver'. Eigenaren Gert en Karin van Soest zijn de spil van het bedrijf. Ook hun zoon Jeffrey werkt mee in de zaak. De overige medewerkers zijn overwegend parttimers en allemaal jonge vrouwen. Chocolaterie Pierre heeft kans gezien een team op te bouwen 'waar de arbeidsvreugde vanaf spat'. De sleutelwoorden daarbij zijn sfeer, flexibiliteit, betrokkenheid en oprechte interesse in elkaar. De medewerkers van Chocolaterie Pierre worden zonder uitzondering betrokken bij de bedrijfsvoering. Ook bij de samenstelling van het assortiment wordt iedereen uitgedaagd mee te denken. Vorig jaar was Chocolaterie Pierre ook al genomineerd. Sinds die tijd heeft het bedrijf zich nog verder weten te verbeteren. Zo is de chocolaterie inmiddels officieel leerbedrijf en ook de ontwikkeling van de medewerkers krijgt meer aandacht. Om iedereen nog beter bij de les te houden is er meer structuur gebracht in het werkoverleg. Binnenkort gaat Chocolaterie Pierre met het hele team een nieuwe uitdaging aan: de opening van een tweede vestiging in Haarlem.

Genomineerden

- Miss Etam, filiaal Leidschendam
- DA Drogisterij & Parfumerie, filiaal Nootdorp

Voor meer informatie:

Vakjuryprijzen, Beste Starter, Beste Retail Excellence-idee, algemene informatie

Secretariaat Stichting Retail Jaarprijs
Gerianne Oosterveen
T 030-230 02 75, E info@retailjaarprijs.com

Publieksprijzen

Q&A Research & Consultancy
Mark Veldkamp
T 033-245 46 37, E mveldkamp@q-and-a.nl

Leukste Winkel om bij te Werken

Hoofdbedrijfschap Detailhandel
Miriam van Etten
T 070-338 56 08, E m.vanetten@hbd.nl

Beste Bricks & Clicks

Hansnel Groep, Allain Silberberg, T 06-502 88 014