De Bijenkorf VAN HET NOORDEN

Warenhuis Vanderveen in Assen bestaat 125 jaar. Waar ketens als V&D en Galeries Modernes uit het straatbeeld zijn verdwenen, staat het warenhuis nog altijd fier overeind.

TEKST
STEF BEKHUIS
FOTO
MARCEL JURIAN DE JONG

Hij heeft de tv-serie *Mr. Selfridge* – over de excentrieke warenhuispionier en *Earl of Oxford Street* Harry Selfridge (1858-1947) – al drie keer helemaal gezien. „Ik kan er geen genoeg van krijgen", zegt Nico Vanderveen lachend. „Hoever hij gaat om van zijn warenhuis een succes te maken, de sfeer die hij weet te creëren, het blijft geweldig en inspirerend."

Vanderveen zit op de bovenste verdieping van het Asser warenhuis dat zijn naam draagt, uitkijkend over het Koopmansplein. Samen met zijn neef Jelle, nicht Alca en broer Rienus vormt Nico de vijfde generatie Vanderveen in het bedrijf. Hij verschijnt geregeld in de media om te vertellen over het op één na grootste warenhuis van Nederland, met zestig vakspecialisten. Warenhuis Vanderveen bestaat op 1 mei 125 jaar.

DOORZETTINGSVERMOGEN

Het verhaal begint in de 19de eeuw, bij Nico's betovergrootmoeder Doetje Oldenburger. Zij zet een winkeltje op in Nieuwe Pekela, nadat haar man met zijn koopvaardijschip in 1880 met man en muis was vergaan op de Oostzee. Dochter Antje helpt haar moeder tien jaar lang in de winkel, voordat zij besluit naar Assen te vertrekken.

„Antje was meerdere keren met haar vader meegegaan tijdens zijn reizen naar onder andere Kopenhagen, Koningsbergen (het huidige Kaliningrad, red.) en Liverpool. Daar zag zij de grote warenhuizen die in die tijd opkwamen", vertelt Vanderveen. „Die maken grote indruk, daarover schrijft ze ook in brieven aan haar moeder."

Omdat in Assen in 1892 een kazerne was geopend, dacht Antje daar ooit zelf een warenhuis te kunnen beginnen. Assen floreert inderdaad tegen het einde van de 19de eeuw. De stad groeit uit tot het centrum van Drenthe. Antje werkt bij de modefirma Bertram, als coupeuse. Daar leert ze Bareld van der Veen kennen. In 1897 trouwen ze. Twee dagen later, op 1 mei, openen ze gezamenlijk een winkeltje omdat Antje als getrouwde vrouw haar baan moet opgeven. Antje heeft de dagelijkse leiding en verkoopt in eerste instantie hoeden en petten.

„Ze was natuurlijk geen Harry Selfridge, maar had wel een vergelijkbaar lef en doorzettingsvermogen", zegt Nico Vanderveen. „Ze wilde er per se wat van maken, net als Denise Lovett in die andere warenhuisklassieker, *The Paradise*."

HET TIJ TEGEN

De winkel draait goed en breidt steeds verder uit. Na 1916 richt ook echtgenoot Bareld zich volledig op de winkel. In 1922 koopt het echtpaar een pand in de Kruisstraat. Zoon Nico komt in de zaak werken en neemt steeds meer taken over van zijn ouders. Behalve hoeden en petten verkoopt Van der Veen onder meer textielwaren, lakens, bedden en tapijten.

„Helaas had hij had het tij tegen", zegt zijn kleinzoon en naamgenoot. „In de jaren 30 had je de grote depressie na de crash op Wall Street. Toen kwam de Tweede Wereldoorlog, dat schoot natuurlijk ook niet op. Dat waren verloren jaren, zo zag mijn grootvader dat."

Na de oorlog raakt Nico van der Veen bevriend met een van de Canadese bevrijders, afkomstig uit een dorpje vlakbij Toronto. Die tipt dat Toronto maar één warenhuis heeft, Hudson's Bay. „Daar kon best een *Vanderveen's* bij, zei hij. Nou, dat leek mijn grootvader helemaal geweldig. Niet dat gekloot, dat pandje voor pandje groeien, maar in één keer een groot warenhuis neerzetten. Ja, dat zag hij wel voor zich."

Van der Veen gaat op bezoek bij de Canadese ambassadeur in Den Haag en krijgt daar te horen dat hij een goede kans maakt. In Canada is dringend behoefte aan ondernemerschap en de Bank of Canada stelt middelen beschikbaar voor Europese entrepreneurs om iets op te bouwen. Nico verengelst zijn naam alvast: Van der Veen wordt Vanderveen.

Toch ketst een verhuizing uiteindelijk af. „Mijn grootmoeder wilde veel liever hier blijven, die zag in Canada letterlijk en figuurlijk beren op de weg", zegt Vanderveen lachend. „Bovendien kreeg mijn grootvader in Assen toch ineens uitbreidingskansen. Hij kon een paar naastgelegen panden kopen aan de andere kant van het stadsblok. En dus heeft mijn grootvader met hulp van zijn zwager 134 aandelen van 250 gulden per stuk uitgezet. Daarmee kon hij flink uitbreiden in Assen en is de emigratie naar de achtergrond geraakt. Maar wel met het idee dat ze het hier dan ook écht moesten gaan maken."

Die boodschap krijgt de volgende generatie ook mee. Dat grote warenhuis dat Antje, zijn moeder, zo graag had gewild, dat waarvoor ze eigenlijk naar Assen kwam, moest er nu echt komen. Dat hield Nico zijn kinderen voor. Iedere kans moest vanaf nu gegrepen worden.

LANDENWEKEN

En dat lukt aardig. In de jaren 60 en 70 neemt in Nederland de arbeidsproductiviteit en de koopkracht enorm toe. Er komen meer en meer winkels, mensen gaan steeds vaker naar de stad om te shoppen. Assen wordt een centraal punt in het nieuwe Drentse bussysteem en net als in het begin van de 20ste eeuw komt de stad in een flow terecht. Het stadsblok met 32 panden waarin Vanderveen ooit begon, wordt steeds meer overgenomen door het warenhuis.

In de jaren 70 nemen Jelle (senior) en Ruurd het stokje definitief over van hun vader. Vanderveen prijst zichzelf aan als *de Bijenkorf van het Noorden* en met grote evenementen zoals de beroemde 'landenweken' trekt het warenhuis volop de aandacht.

„Die landenweken vormen toch wel hoogtepunten", vindt Nico Vanderveen. „Daarmee ben ik opgegroeid, dat maakte enorme indruk. Mijn vader, moeder, oom en tante gingen naar allerlei landen toe om inkopen te doen en contacten te leggen. Canada, Sri Lanka, Tunesië, Indonesië, Japan. Daar haalden ze veel inspiratie vandaan. Zo kregen ze het idee om themaweken op te zetten."

Zo wordt Vanderveen in 1969 omgetoverd tot een enorme soek, een Arabische markt. „Ik kan het nog zo uittekenen. De muziek, de danseressen. Net als het overgrote deel van onze bezoekers had ik zoiets nog nooit gezien. Als jochie nam ik alles als een spons in me op, zó mooi vond ik het. Als er landenweken waren, kwam ik aan school niet meer toe hoor."

In 1973, tijdens de oliecrisis, worden de laatste aandelen door de familie relatief goedkoop teruggekocht en heeft de familie de touwtjes weer volledig in handen. In 1985 krijgt het warenhuis een ingang aan het Koopmansplein. In de jaren 90 volgen verschillende grote verbouwingen. Zo wordt het warenhuis aan het plein voorzien van een enorme glazen gevel, ontworpen door de internationaal gelauwerde architect Herman Hertzberger.

Antje Oldenburger (1868-1934) in 1897.
FOTO FAMILIEARCHIEF VANDERVEEN

Nico (links) en Jelle Vanderveen zwaaien samen de scepter over het Asser warenhuis.

Warenhuis Vanderveen in 1987. FOTO ARCHIEF DVHN

Het warenhuis heeft dan al het volledige blok tussen Kruisstraat, Marktstraat, Weiersloop en Koopmansplein geïntegreerd en daarmee is de transformatie naar een zogenoemd shop-in-shop-warenhuis compleet: lokale ondernemers en internationale ketens vormen samen het warenhuis. Vanderveen spreekt hierbij liever niet over winkels, maar over zestig afdelingen. Onderverdeeld in de clusters wonen, mode, vrijetijd, horeca en dienstverlening. Deze shops-in-shop voeren een gezamenlijke pr, onder de vlag van Vanderveen.

„Samen vormen onze zestig afdelingen een warenhuisorkest", aldus Nico Vanderveen, die met neef Jelle (junior) sinds de eeuwwisseling de directie vormt. „Hier zitten allemaal ondernemende mensen die bezig zijn een van de instrumenten van het orkest te bespelen en samen spelen we een mooie symfonie. Da's echt genieten."

Vanderveen zoekt samenwerking met internationale organisaties en merken om schaalvoordelen te bemachtigen. Zo is het warenhuis franchisenemer én aandeelhouder van het moederbedrijf van Intersport, een van de grootste sportformules ter wereld. „Op die manier staan we overal vooraan. Snelle levering wordt steeds belangrijker. Door de logistiek groepsmatig in te steken, zorgen we dat we geleverd krijgen. Dat gaat veel beter als je gezamenlijk een vuist maakt. Zeker in deze tijden van schaarste."

ONVERSLAANBAAR

Vanderveen kijkt door de grote glazen gevel naar het pas vernieuwde Koopmansplein beneden hem. Dit uitzicht verandert door de jaren heen al even vaak als het warenhuis zelf. De V&D aan de overkant kwam in 1973 en ging in 2016. Winkels maken plaats voor woningen, voor zijn ogen wordt het oude winkelcentrum 't Forum deels getransformeerd tot appartementencomplex. Is er toekomst voor een warenhuis in Assen?

„Natuurlijk. De beste winkelstraat is een warenhuis, daar ben ik echt van overtuigd. Doordat je alle afdelingen zo mooi op elkaar hebt afgestemd en zoveel gezamenlijk kunt organiseren, is een warenhuis onverslaanbaar. Juist warenhuizen kunnen de moderne consument iets extra's bieden aan sfeer en beleving. Dit concept is ijzersterk en het mooiste dat je kunt bedenken. Mijn overgrootmoeder en mensen als Harry Selfridge vonden dat, en ik vind dat nog steeds. In Nederland denken we weleens dat warenhuizen op hun retour zijn, maar dat is echt niet zo. Ze werken als een magneet voor binnensteden. Internationaal gezien zijn steden er heel zuinig op. En terecht."

Juist het shop-in-shop-concept heeft daarbij toekomst, denkt Vanderveen. „De laatste twintig jaar zien warenhuizen steeds meer in dat ze moeten samenwerken met grote winkelketens en fabrikanten, zoals Vanderveen dat al veel langer doet. Doordat we steeds winkels overnamen en pand voor pand groeiden, is dat shop-in-shop bij ons op natuurlijke wijze ontstaan. Dat blijkt in de huidige tijd een enorm voordeel."

Nog een groot voordeel voor de toekomst is dat Assen volgens Vanderveen op een goede manier bezig is het overschot aan winkelruimte in met name het stadshart te herstellen. De juiste balans tussen wonen, winkelen, cultuur, diensten en horeca komt daarmee terug, ziet hij.

Wat zijn verder uitdagingen voor de toekomst van het Asser warenhuis? Het koesteren van de relaties met fabrikanten en leveranciers, denkt Vanderveen. „De schaarste van grondstoffen zal toenemen, dat is echt nieuw op dit moment. In de jaren 80 veranderde de aanbiedersmarkt in een kopersmarkt, waar je door het enorme aanbod je klanten echt aan je moest zien te binden. Nu krijg je weer een aanbiedersmarkt, daar ben ik van overtuigd. En de aanbieder die het beste op de schaarste voorsorteert en op een duurzame manier onderneemt, gaat het winnen."

De huidige schaarste heeft velen de ogen geopend, denkt Vanderveen. „Regulering is heel belangrijk. We willen de aarde niet uitputten. Ecologisch, sociaal en economisch duurzaam ondernemen is belangrijk. Om iedereen mee te krijgen, moet je als overheid regels opstellen. Anders winnen de *bad guys* die nergens rekening mee houden."

LEKKER BEZIG ZIJN

Voordat Nico Vanderveen verder moet, loopt hij nog even naar de galerie van het Drents Schildersgenootschap, dat ook in het warenhuis een plek gevonden heeft. Met de vernissage van de tentoonstelling *Warenhuis en Kunst* wordt hier het jubileumjaar geopend, legt hij uit. Met nationale en internationale gasten uit de warenhuiswereld.

De verschillende afdelingen worden ondertussen feestelijk ingericht en in de stijl van Selfridges – dat er beroemd mee werd – komt aan de kant van de Marktstraat een prachtig ingerichte etalage, met een tafereel dat je terugvoert naar begin 20ste eeuw, de jaren dat de internationale warenhuizen doorbraken. Het schouwspel is een creatie van Bo Korenhof, etaleuse en zesde generatie binnen het bedrijf. Vanaf de toren van het warenhuis schijnt een week lang een feestelijk vuurtorenlicht naar voorbeeld van Siegel-Cooper Department Store in New York van Folkert Kuipers, een geëmigreerde bakkerszoon uit Akkrum die in 1896 als Frank Cooper mede-oprichter is van het op dat moment grootste warenhuis ter wereld.

Vanderveen lacht. Nee, de ambitie om de grootste te worden van Nederland of de wereld heeft hij niet. Ook verhuizen, zoals zijn opa eigenlijk wilde, gaat het warenhuis niet meer doen. „Het zal altijd Assen blijven. Ik zou niet weten waarom we om bedrijfseconomische redenen ook ergens anders heen zouden moeten en onze bewijsdrang valt nog te beteugelen, haha. Harry Selfridge was zo iemand die wilde laten zien wie hij wel niet was. Ons doel is lekker bezig zijn in Assen met het warenhuis, met focus en in harmonie met onze omgeving. We zijn heel blij met hoe dat gaat."

V&D

Nog niet zo lang geleden telde Assen twee warenhuizen aan hetzelfde Koopmansplein: Vanderveen en Vroom & Dreesmann precies ertegenover. „Ik zag ze niet als concurrent, maar als medestander", zegt Nico Vanderveen. „We hebben in Nederland pech gehad dat V&D in handen is gevallen van private investeerders. Die hebben niets anders gedaan dan de boel leegzuigen en laten ploffen. Als V&D netjes zijn werk had kunnen doen, en lokale directeuren gewoon hadden mogen investeren in de winkels, had het bedrijf kunnen overleven. Dat dit niet mocht is enorm zonde. Ja, op sommige afdelingen steeg onze omzet na de sluiting in 2016, maar voor de binnenstad van Assen als geheel was het faillissement een verlies. Ik mis V&D oprecht."

WKND

DAGBLAD VAN HET NOORDEN
VERDIEPING

30
4
2022

125 jaar

WARENHUIS VANDERVEEN in Assen is een bijzonder bedrijf, en dat al 125 jaar. Het is gemodelleerd naar de imposante department stores van Britse en Amerikaanse snit, maar in plaats van één eigenaar bestaat het uit zestig zelfstandige 'shops-in-shop' die gezamenlijk Vanderveen vormen. „Ieder bespeelt zijn eigen instrument in het warenhuisorkest." OOK KIJKEN WE terug naar de economische crisis van 40 jaar geleden. Wat was 1982 eigenlijk voor jaar? DE GGD IN Groningen zou ruim twee jaar geleden al directeur Jos Rietveld uitluiden, maar corona versjteerde de boel. „En in een crisis loop je niet weg." Morgen draagt hij het stokje over.

DAGBLA
NOORDE

WWW.DVHN.NL > 24 UUR NIEUWS

Sybe Schaap, Jan Postma, Piet van der Me