



Oostpoort is echt een Amsterdams pareltje!
Aan het levendige Joris Ivensplein
(winkelcentrum IJburg) maken we kennis
met Pien Thate. Samen met haar man is
zij eigenaar van Biolicious, een gezellige
en mooie speciaalzaak waar zij 100%
biologische producten verkopen.

1. Over Achmea Dutch Retail Property Fund	2. Highlights 2020	3. Kerngegevens	4. Verslag van de Beheerder	5. Verklaring van de Bewaarder	6. Verslag van de Advisory Board	7. Jaarrekening	8. Overige gegevens	Bijlagen
---	--------------------	-----------------	-----------------------------	--------------------------------	----------------------------------	-----------------	---------------------	----------

Verhalen van huurders

Biolicious huurt twee winkelruimtes in Amsterdam van Syntrus Achmea. Aan het Joris Ivensplein op IJburg dus, maar ook aan het Land van Cocagneplein in winkelcentrum Oostpoort.

Even voorstellen: dit is Pien Thate

Pien woont, samen met haar gezin op IJburg en op het eiland gaat haar enorme maatschappelijke betrokkenheid zeker niet onopgemerkt voorbij. In 2018 werd zij gekozen tot IJburger van het jaar. Ze is daar zelf bescheiden over maar we mogen wel zeggen dat Pien het verschil maakt voor de Amsterdamse jongeren. Pien is daarnaast bestuurder in de winkeliersverenigingen, van IJburg en Oostpoort, en werkt samen met de gemeente Amsterdam om de leefbaarheid, ook in deze winkelcentra, te verbeteren.

Ondernemen kan ze heel goed, het liefste in combinatie met een grote maatschappelijke bijdrage. Contact en verbinding zijn voor Pien heel belangrijk. Het online vergaderen probeert zij dan ook te vermijden als ze de mogelijkheid heeft. Daar komt voor haar te weinig energie vrij. “We blijven mensen en wij hebben gewoon het contact nodig.”

De start van Biolicious

Jarenlang hadden Pien en haar man Maurits een horecagelegenheid in Amersfoort. Toen de gemeente andere plannen maakte voor dat gebied, gooiden zij het roer om. “Maurits is een ontzettende goede inkoper en verkoper, die kwaliteiten passen uitstekend bij een winkel.”

De bio was een opkomende markt, dus bezochten ze veel ondernemers in dit segment. Het werd dit ondernemersstel al snel duidelijk: zij wilden dit heel anders doen! Met de sfeer van de Nieuwmarkt in Amsterdam in hun achterhoofd, vertaalden zij hun ideeën in 2007 naar hun eigen biologische winkel. Heel trots zegt ze vervolgens: “En daarmee hebben wij de grootste groei gerealiseerd in Nederland in bio speciaalzaken.”

Maatschappelijke rol in combinatie met ondernemen

“Ik hou van ondernemen. Maurits focust zich op de winkel, daar bemoei ik me niet mee. Ik hou me meer bezig met visie. Waar sta je voor? Wat wil je uitdragen? Wat voor een wereld wil je? Bepaal je positie in de maatschappij.”

Pien helpt jongeren, die op het randje van de criminaliteit en er soms overheen zitten, aan een baan bij lokale ondernemers. Maar ook statushouders. Voor hen is het van belang dat zij Nederlands leren zodat zij een eerlijke kans krijgen om te integreren in de maatschappij. Iedereen verdient een 2e kans en deze groepen willen dat ook.

“Via de IFA (*Intensieve Forensische Aanpak. red.*) ontmoet ik de jongeren aan mijn keukentafel in de winkel. Ik luister naar hun verhaal, ga er daarna over nadenken en bekijk in mijn netwerk of ik mensen ken waar zij stage zouden kunnen lopen.” Door ze in lokale bedrijven op te nemen, kunnen ze een andere toekomst voor zichzelf opbouwen en onderdeel van de wijk worden. “Dit lukt heel goed omdat ik ook goed contact heb met de gemeente Amsterdam. Een maatschappelijke bijdrage, hoe klein of hoe groot ook, draagt bij aan de leefbaarheid in de wijk. Ook voor de ondernemers.”

We moeten het Amsterdamse gevoel niet verliezen

Gelukkig is dat Amsterdamse gevoel er in Oost nog wel. Maar wijken als De Pijp en de Jordaan voelen tegenwoordig anders. “Ik mis bijvoorbeeld de goedgebekte slager met zijn soms wat foute opmerkingen die net op het randje waren. Mensen die zich betrokken voelen bij de buurt.” Dat kun je alleen maar samendoen met de Amsterdammers. Zij geven kleur op straat maar daar is wel de maatschappelijke betrokkenheid voor nodig. Het Amsterdamse gevoel.

Hoe dat zich vertaalt naar het bedrijfsleven? Een mooi voorbeeld is de Haarlemmerstraat. Pas toen de Jordanees weer doelbewust ging winkelen in de deels verpauperde Haarlemmerstraat, zorgde die Jordanees ervoor dat ondernemers goed konden ‘draaien’. De wijk werd weer leuk en leefbaar. Zo bouw je dus onder andere betrokkenheid.

1. Over Achmea Dutch Retail Property Fund	2. Highlights 2020	3. Kerngegevens	4. Verslag van de Beheerder	5. Verklaring van de Bewaarder	6. Verslag van de Advisory Board	7. Jaarrekening	8. Overige gegevens	Bijlagen
---	--------------------	-----------------	-----------------------------	--------------------------------	----------------------------------	-----------------	---------------------	----------

De wijk maak je samen! “Supertof is die bewustwording. Dat moeten we op IJburg nog gaan kweken en daar zet ik me heel erg graag voor in. De wijk maak je samen!”

Oostpoort is echt een Amsterdams pareltje

Door corona zijn de horeca en veel andere retailers dicht. “Het is zo zonde als je kijkt naar wat we hadden opgebouwd sinds de opening in 2014. Het is een ontzettend mooi centrum.” Daar heeft Syntrus Achmea ook veel in geïnvesteerd. En met resultaat, dat is mooi. Voor de corona was het een goed en drukbezocht centrum. Veel levendigheid op straat én geen leegstand. Dat is heel bijzonder. Terrassen op de “horeca-kade” zaten met mooi weer hartstikke vol. Hopelijk komt dat na de pandemie weer terug.

Ondernemen tijdens corona

Tijdens deze pandemie is ondernemen ook lastig voor Biolicious. Dat vraagt om creativiteit. Van belang is dat je daarin wel je eigen visie te blijven volgen. Een webshop opzetten, bijvoorbeeld, zou betekenen dat ze moeten afstappen van hun visie en dan verse, biologische producten verpakken om te verzenden. “Buiten dat wij dat natuurlijk nooit zo goed kunnen als de Albert Heijn, gaat het ook om de beleving bij Biolicious. Maar ik verwacht wel gewoon weer herstel. Dat gaat niet vanzelf, we moeten zorgen dat we weer in de picture komen.”

“En daarmee hebben wij de grootste groei gerealiseerd in Nederland in het segment bio-speciaalzaken.”

Er komen minder mensen naar Biolicious. Helemaal nu 80% van de winkels dicht is. Maar Oostpoort heeft een heleboel krachtige elementen. “De ‘horeca-kade’ vind ik een heel mooi goed.” Daarnaast is er een goede mix van lokale ondernemers en filiaal-bedrijven. Die mix is heel belangrijk.

De rol van Syntrus Achmea

Pien heeft korte lijntjes met Syntrus Achmea. Dat vindt ze erg aangenaam. “Want anders heb je zo het gevoel dat ze in ivoren torentjes zitten. En ‘Times are changing’. Ik denk dat die ivoren torentjes steeds minder worden. Dat is ook goed!”

Ze is blij dat Syntrus Achmea meedenkt met haar huurders. Als ondernemer investeer je ontzettend in je winkel omdat je een casco winkel-ruimte huurt. Dat zijn pittige investeringen dus het is heel fijn als je ook op elkaar kunt rekenen als het even minder goed gaat, zoals nu.

Natuurlijk zijn er ook verbetermogelijkheden. Syntrus Achmea zou nog meer het lokale contact kunnen zoeken. De invulling is daarbij afhankelijk van het gebied waarin je onderneemt.”

Ondanks Pien’s ideologie, weet ze ook dat het goed vermarkten van een winkelcentrum een ‘instant winner’ is. “Daar wil ik wel als winkeliersvereniging, als bestuur, voor gaan staan. Want dat is gewoon goud. Simpel.” Het is belangrijk om te bepalen welk imago je wilt hebben als winkelgebied. “Maar ik geloof ook dat het tijd is dat het sociale gezicht van het winkelcentrum een essentieel onderdeel wordt van je DNA.”

Biolicious na corona

Vanuit de visie van Biolicious is een gezonde geest onderdeel van een gezonde levensstijl. In de retail zijn we de tijd voorbij van platte

winkels, vindt Pien. Er moet meer te halen zijn dan producten. Bij Biolicious gaat het om de beleving, de aandacht (van mens en product), de ontmoeting. Ze bekijkt zelfs of ze een deel van de winkel kan inrichten als yogaruimte. “Daarnaast zie ik mijn maatschappelijke werk ook als onderdeel van Biolicious. “Verder kijken dan de eigen voordeur, daar wordt iedereen beter van.”

Voor Biolicious zal er geen verschuiving plaatsvinden naar online verkopen. Pien heeft zeker het vertrouwen dat klanten na deze crisis hun winkel weer weten te vinden. Je moet uitgaan van eigen kracht. “Ik heb ook ontzettend veel vertrouwen in Oostpoort en IJburg. Ik ben heel erg trots dat ik daar mag ondernemen!”

