



GOEIE ZAAK

Hoe blijft de Nederlandse winkelier overeind, ingeklemd tussen grote ketens en internetshops? Op zoek naar middenstanders die kleur geven aan onze dorpen en steden.

TEKST RIANNE VAN DER MOLEN
FOTO JOOST HOVING

Na het seizoen is de batterij helemaal leeg

Aan het eind van de zomer geven Nico Tijmes (55) en zijn vrouw Janet (55) een groot feest voor vrienden en familie. „Die hebben we dan maanden niet gezien, vrije dagen hebben we niet in het hoogseizoen.”

Zomers wordt Bergen aan Zee drukbezocht door toeristen en dagjesmensen. Ondanks die drukte gaat het met de middenstand matig. Dertig jaar geleden waren hier nog een slager, een bakker en een groenteman, inmiddels is Beach Bazar het enige winkeltje.

„In 2014 sloot ook de supermarkt in het dorp”, zegt Nico, tevens eigenaar van drie snackbars in de omgeving. „Toen heb ik besloten een gedeelte van mijn strandwinkel in te ruimen voor supermarktspul.”

Zij houden het volgens hem vol, omdat hun assortiment breed is. „Bij Beach Bazar komen mensen voor een huurfiets, maar ook voor fruit, broodjes of speelgoed. Daardoor berei-

ken we een grote groep.”

Volgens Janet heeft de winkel ook een sociale functie. „Heel wat dorpsbewoners komen hier een kopje koffie halen of even kletsen over het laatste nieuws. En sinds de VVV verdwenen is, vragen toeristen hier regelmatig de weg.” Nico: „Als ik een euro kreeg voor iedere beantwoorde vraag, was ik al lang miljonair.”

Niet dat ze het erg vinden, want diezelfde toeristen komen vaak later langs voor een fiets of een paar drankjes.

Ze genieten van het drukke hoogseizoen, al kijken ze rond oktober uit naar het einde ervan. Janet: „Vanaf begin november zijn we drie maanden dicht. Dat moet ook wel, de batterij is dan helemaal leeg. Meestal begint het in januari weer te kriebelen. Dan veranderen we de inrichting van de winkel. We blijven nou eenmaal graag bezig.”

■ Beach Bazar,
Van der Wijckplein 8,
Bergen aan Zee.

