

'Winkelformules Macintosh zijn uitwisselbaar'

27-02-2014 00:00

Macintosh beschikt over een verzameling winkelformules zonder smoel. Dat stelt Gerrit Bruggeman, voormalig directeur van diverse fashionketens, donderdag in Het Financieele Dagblad. "En als je geen profiel op je banden hebt, heb je ook geen tractie. De winkelformules zijn volkomen uitwisselbaar."

"Winkelketens die succesvol zijn, staan ergens voor. Het zijn merken geworden met fans. Dat is bij de hele Macintosh-groep niet aan de hand." Het moederconcern van onder meer Dolcis, Manfield en Invito heeft te weinig aandacht voor de merken, stelt Bruggeman.

Het uitbaten van meerdere schoenenformules tegelijkertijd maakt de situatie voor Macintosh niet eenvoudiger, stelt retailkenner Huib Lubbers. "Het is voor één formule al een hele kunst om de consument multichannel te bedienen. Aan de voorkant ontbreken de voordelen van meerdere formules en aan de achterkant zijn ze niet zo groot." Zo zijn er volgens Lubbers weinig raakvlakken en mag klantdata niet worden gedeeld.

Ceo Frank De Moor van het retailconcern stelt geloof te hebben in de strategie van meerdere formules naast elkaar. "Big data heeft de toekomst. Door gegevens te verzamelen over onze klanten kunnen we de wensen en behoeften van hele gezinnen in kaart brengen. Dat kan alleen maar dankzij het feit dat we al die formules met een eigen doelgroep in huis hebben."

De Moor herkent zich niet in het beeld dat sommige formules sleets zouden zijn. "In een formule als Kwantum zijn we ook gewoon blijven investeren. Natuurlijk is er minder geld voor investeringen in een markt die 35 procent is gekrompen, maar dat we zo'n formule maar een beetje aan zijn lot overlaten, is natuurlijk je reinste onzin."

Lees ook:

[Macintosh verkleint verlies](#)