

‘Macintosh heeft het negatieve momentum omgebogen’

31-07-2014 07:11

Macintosh presteert sinds het vierde kwartaal van vorig jaar iedere maand weer ietsje beter. Dat zegt scheidend ceo Frank De Moor in Het Financiële Telegraaf. “Het negatieve momentum hebben we weten om te buigen.”

Het retailconcern achter onder meer Scapino, Dolcis en Manfield wordt daarbij geholpen door het herstellende consumentenvertrouwen. Vanwege de beperkte aanschaf zijn schoenen volgens De Moor ‘de eerste pleziertjes die mensen zichzelf gunnen als het wat beter gaat’. Macintosh heeft volgens hem inmiddels 12,9 procent van de Nederlandse schoenenmarkt in handen.

Daarnaast plukt Macintosh de vruchten van de strategiewijziging waarmee het concern vanaf het derde kwartaal is gestart. Zo zijn de winkelformules sterker gepositioneerd, worden de kosten in de gaten gehouden, hebben managers meer verantwoordelijkheden, zijn marketinguitgaven verhoogd en is twintig miljoen euro geïnvesteerd in voorraadbeschikbaarheid. Dat laatste brengt hogere kosten met zich mee, maar wordt volgens De Moor door klanten gewaardeerd.

Macintosh maakte eerder deze maand bekend in het eerste halfjaar 6,8 procent meer omzet te hebben gemaakt, bij een verlies van 31,2 miljoen euro. Het verlies liep op door 14,3 miljoen euro aan bijzondere posten, voornamelijk door het grote aantal aangekondigde winkelsluitingen.

Met de geplande verkoop van Kwantum transformeert het concern naar ‘een puur schoenenbedrijf’. Bij de komst van De Moor als ceo in 2003 beschikte het concern ook nog over formules als BelCompany, Halfords, Superconfex, Piet Klerkx, Stoutenbeek en GP Décors. “Het enige wat hetzelfde is gebleven, is dat we een retailbedrijf zijn dat actief is in de non-foodindustrie”, stelt hij in Het Financieele Dagblad.