

'V&D maakt zich op voor moeilijk jaar'

05-01-2015 07:53

De financiële middelen om V&D weer op de been te helpen raken zo langzamerhand uitgeput. "Als je jaar in jaar uit niet in staat bent om er bovenop te komen, dan kan het niet anders dan dat er winkels moeten sluiten." Dat stelt merkenstrateg Paul Moers in De Financiële Telegraaf.

V&D zal dit jaar de sluiting van zo'n tien winkels aankondigen, verwacht Moers. "De kansloze winkels moeten dicht om te redden wat er te redden valt."

La Place verbloemt volgens de kenners de slechte gang van zaken bij V&D. Het horecaonderdeel heeft vorig jaar meer zelfstandigheid gekregen om de groei te versnellen, zegt retailexpert Sabien Duetz. La Place is volgens haar een duidelijk goede formule. "Het is jammer dat de gezelligheid daarvan niet voelbaar is in de rest van de winkel."

De winkels van V&D lijken 'gebouwd voor de eeuwigheid', aldus Duetz. De winkels zijn een samenraapsel van merken, waarbij volgens haar voor niemand de samenhang duidelijk is. Een winkelketen als HEMA, die het ook zwaar heeft, beschikt volgens hoogleraar e-marketing Molenaar wel over eigen producten. "V&D daarentegen mist identiteit en uitstraling."

De retailer doet het volgens Duetz wel goed met zijn schoolcampus, kantoorartikelen en reiskoffers. V&D presenteert echt alles als nieuwe strategie, stelt Moers. Het management, geleid door interim-ceo Don Roach, loopt volgens hem nooit voor de troepen uit. "Een visionair moet er komen."