

AKO denkt aan branchevreemd assortiment

27-01-2015 00:00

AKO wil door een breder assortiment met bijvoorbeeld elektronica en bonbons de verkopen in winkels aanjagen. De boekwinkelketen kampt met teruglopende opbrengsten uit de verkoop van tijdschriften, kranten en boeken. "Er is nog te weinig assortiment om die gaten op te vullen", zegt ceo Jacques de Leeuw in Het Financieele Dagblad.

De Leeuw (81) is met zijn opvolging van Eric Willems sinds vorige week opnieuw ceo van mediaconcern Audax. Over vijf jaar zullen klanten zeker bonbons en koffie in de AKO-winkels aantreffen, zegt hij. "In bepaalde zaken zal het accent veel meer op eten en drinken liggen." Vorig jaar werd al een ziekenhuiswinkel met een uitgebreid food to go-assortiment geopend.

Om Audax' positie te versterken kijkt hij naar de facetten waarin het concern altijd goed presteerde. "Dat zijn distributie en de verkoop eromheen." Het mediaconcern vist in dezelfde vijver als TNT, PostNL, bol.com en Amazon, ziet De Leeuw. "Maar ook tegenover die grote partijen heb je kansen." Het concern profiteert volgens hem van zijn 'enorme ervaring' met retourzendingen en efficiëntie. "Zij hebben last van overhead." Daarnaast kan de onderneming er volgens hem zaken bij hebben, die mee kunnen gaan in de aanvoer van boeken en tijdschriften. "We zouden bijvoorbeeld schoenen kunnen opslaan en bezorgen."

Door de jaren heen zag Audax het aantal verkooppunten krimpen van tienduizend naar zeventuizend. Straks zijn dat er misschien nog vijfduizend, voorziet De Leeuw. "Als V&D failliet gaat, zijn we weer 65 verkooppunten kwijt."