

De Bijenkorf plukt vruchten van nieuwe strategie

22-04-2015 22:00

De Bijenkorf heeft zowel zijn identieke omzet als nettowinst vorig jaar zien toenemen. De vergelijkbare omzet nam met zes procent toe tot 572 miljoen euro, waar de winst groeide van acht tot bijna elf miljoen euro. Dat laat ceo Giovanni Colauto weten aan Het Financieele Dagblad.

De Bijenkorf maakte in 2013 de keuze om vijf van de twaalf vestigingen te sluiten. De winkels in Arnhem en Enschede zijn inmiddels overgedaan aan Primark, terwijl de warenhuizen in Den Bosch, Breda en Groningen in het voorjaar van 2016 sluiten. "Van die strategie plukken wij nu al de vruchten", aldus Colauto. Wanneer de gesloten vestingen meegerekend worden, daalde de omzet vorig jaar met 1,8 procent. "Dat betekent dat de omzet van die filialen voor het grootste deel al gecompenseerd wordt door verkopen online en in onze andere filialen."

Onderdeel van de premium experience strategie is ook een investering van 25 miljoen euro, zes miljoen meer dan in 2013. Zo zet de Bijenkorf fors in op de integratie van online en offline verkopen, zegt de ceo. Steeds meer medewerkers worden uitgerust met tablets. "Het scheelt procenten omzet, dus gaan we dat overal invoeren."

Verder steekt de warenhuisketen elk jaar een miljoen euro extra in het opleiden van personeel. De Bijenkorf kan op dat gebied veel leren van zijn zusterbedrijven uit de Selfridges Group, stelt Colauto. De Nederlandse retailer heeft volgens hem iemand van Louis Vuitton aangesteld om het serviceniveau verder te verbeteren.