

Wat blijft er over van Macintosh?

29-07-2015 10:16

Macintosh houdt zich al decennia bezig met de aankoop en verkoop van winkelformules. Sinds de oprichting in 1949 als kleermaker vergaarde het bedrijf tientallen formules uit onder meer de modebranche, meubelsector en zelfs telecomwereld. Tegenwoordig is er echter geen geld meer voor nieuwe aankopen en moeten er zelfs activiteiten verkocht worden om uit de schulden te komen.

De start van de sanering bij Macintosh brengt ons terug tot 2005, als de winkels van Superconfex van de hand worden gedaan. Die keten opereert met tientallen vestigingen in Nederland en België, maar wordt abrupt verkocht aan zakenman Fred Reiber. Kort na de overname gaan de modewinkels failliet, omdat er tonnen zouden zijn weggesluisd uit de confectieketen. "We begrijpen niet dat Macintosh ons zo lichtzinnig heeft gedumpt bij een criminele organisatie, een groep gangsters die in Nederland al een heel kwalijke reputatie had", reageerde een anonieme werknemer destijds.

Verkoopzucht

De verkoop van Superconfex blijkt in retrospectief het startschot voor het dieet dat Macintosh nog altijd volgt. Zo werden binnen enkele jaren BelCompany, Piet Klerkx en Stoutenbroek en veel meer meubeldistributeurs en woningdecoratieketens van de hand gedaan. Zoveel dat alleen Kwantum nog over is in de sector 'Living'. Een sector die zo'n twintig jaar terug nog voor de helft van de omzet zorgde.

Halfords werd twee jaar terug verkocht aan directeur Peter Jan Stormmesand. Dat Macintosh graag van de automotiveketen af wilde, bleek wel uit het feit dat Halfords voor een euro werd verkocht, inclusief een lening van 9,5 miljoen euro. Dat de winkelketen ruim een jaar later op de fles ging, kwam daardoor nauwelijks als een verrassing. De Belgische winkels van Scapino waren vorig jaar aan de beurt, omdat die volgens het detailhandelsconcern te klein waren om als discounter succesvol te zijn.

De verkoopzucht van Macintosh komt ook dit jaar niet ten einde. Nea International, dat als producent en groothandel in braces toch al een vreemde eend in de bijt was, werd in mei van de hand gedaan voor zestien miljoen euro. Geld dat volgens topman Kurt Staelens hard nodig was om de schulden af te lossen. Maar zelfs met die miljoenen nam de schuld in het eerste halfjaar met 2,1 miljoen euro toe tot [82,2 miljoen euro](#).

Ook Kwantum en de Britse activiteiten moeten er daarom aan geloven. Inmiddels stromen de biedingen volgens de ceo binnen. Na de verkoop van die winkels is Macintosh echt (nagenoeg) schuldenvrij, belooft Staelens in [De Financiële Telegraaf](#). "Dat maakt de gesprekken met de banken weer een stuk gemakkelijker. Dan hebben we alleen nog gesprekken met de banken over werkkapitaalfinanciering."

Margedruk

Staelens heeft de pech dat zijn bedrijf beursgenoteerd is. Dat betekent dat hij elk kwartaal uitleg moet geven over de nieuwste rode cijfers, iets wat collega Ronald van Zetten van HEMA duidelijk met tegenzin deed. Maar die winkelketen gaf obligaties uit voor zijn herfinanciering en dan ben je verplicht om kwartaalresultaten te publiceren. Waar voormalig topman Van Zetten ervoor koos om de focus op het bedrijfsresultaat van HEMA te krijgen, wijst Staelens graag op het succes van de crosschannelstrategie van zijn enige te continueren activiteiten: de schoenenwinkels in de Benelux.

Die schoenenwinkels presteerden ook in de eerste maanden van dit jaar [naar eigen zeggen](#) zowel off- als online beter dan de markt. Toch leed Macintosh een verlies van 16,7 miljoen euro op die formules. Het

bedrijfsresultaat groeide weliswaar met 7,5 miljoen euro, maar is nog altijd 11,9 miljoen euro negatief. De winkels van onder meer Dolcis, Invito, Manfield en Scapino hadden volgens Staelens last van margedruk door het ruimen van voorraden uit het slechte winterseizoen 2014 en door noodzakelijke prijsacties.

Hoewel, noodzakelijk? Oprichter en eigenaar Berend Ziengs van branchegenoot De Schoenenfabriek plaatste eerder dit jaar in RetailTrends al zijn vraagtekens bij de prijsacties van Macintosh. "Als ik schoenen inkoop weet ik wat een gezonde en realistische marge is, maar de consument van nu ook. Dat kwartje valt niet overal. Zo geeft Macintosh standaard vijftig procent korting op het tweede paar van de nieuwe collectie. Dat zijn ingecalculerde en misleidende massakortingen. Hoe kun je de klant vernachelen?"

Het geven van korting is volgens Ziengs een gebrek aan kwaliteit. "Wat zegt het over je schoenen als je de klant telkens moet overtuigen met een hoop korting? Die mentaliteit klopt gewoon niet."

Investeren

Macintosh lijkt te beseffen dat investeringen in zijn 'core'-winkels niet uit kunnen blijven. Het concern is dan ook blij dat de nieuwe winkelconcepten van Manfield en Brantano goed worden ontvangen. Dolcis krijgt op zijn beurt in de tweede helft van dit jaar een pilotwinkel in Den Haag.

De vernieuwing van het winkelbestand vergt echter de nodige investeringen. Maar miljoenen die gebruikt worden om de schuld af te lossen, kunnen niet in nieuwe winkelconcepten worden gestoken. Nog meer activiteiten verkopen dan maar? "Als je alles verkoopt, raak je wel van je schulden af, maar wat dat doet met je winstcapaciteit is een andere zaak. Wat voor winst heb je nog over?", vraagt retailplanoloog Reinder Koornstra zich echter af op [RetailNews](#).

Staelens lijkt daarom te hopen op werkkapitaalfinanciering van de banken. Een consortium van banken was eind vorig jaar nog goed voor een lening 140 miljoen euro. De analisten van ING zijn inmiddels van mening dat het afstoten van Kwantum en de Britse modewinkels de sleutel voor de aantrekkelijkheid van het aandeel is.

Rabobank is op zijn beurt inmiddels gestopt met het volgen van het beursgenoteerde bedrijf. Het laatste beursadvies van de bank was veelzeggend: 'reduce'.