

Neckermann.com, van postorderbedrijf tot winkelketen

14-01-2016 12:28

Decennialang behoort Neckermann tot de top van de Nederlandse postorderbedrijven, samen met Wehkamp en Otto. Een onhoudbare positie, omdat de catalogus het moet afleggen tegen het online shoppen. In tegenstelling tot Wehkamp weet Neckermann geen geslaagde transitie naar het web te maken: in 2014 volgt een faillissement. Readen Retail gunt het merk nu een nieuwe kans in de winkelstraat.

Neckermann is een van oorsprong Duits bedrijf, dat al bijna vijftig jaar in ons land actief is. In 1968 wordt de eerste catalogus gedrukt: 164 pagina's dik en een oplage van 175 duizend stuks. Al snel volgt de oprichting van dochteronderneming Neckermann Reizen – dat zich op tijd heeft losgemaakt van de postordertak. 'De dikste winkel van Nederland' opent in de jaren negentig nog het ene na het andere magazijn en kantoorpand, zonder te weten dat die amper twintig jaar later alweer zouden zijn afgeschreven.

In 2002 – zeven jaar nadat Wehkamp online gaat – wordt Neckermann.com geboren. Al duurt het dan nog vier jaar voordat het postorderbedrijf ook onder die naam verder gaat en nog eens zes jaar tot de catalogus definitief in de prullenbak verdwijnt. Onder Sun Capital – inderdaad, eigenaar van de failliete V&D – maakt Neckermann.com de stap naar een online pure player, waardoor honderden medewerkers overbodig raken. Hoewel Neckermann.com zegt zijn topositie na de introductie van het online kopen te hebben behouden, blijkt daar in de praktijk weinig van. In 2012 wordt eerst de Duitse tak failliet verklaard. De Nederlandse organisatie is volgens toenmalig directeur Kurt Staelens – inderdaad, ceo van de failliete Macintosh Retail Group – dan nog 'financieel gezond'. Dat Sun Capital het speeltje niet veel later overdoet aan Axivate Capital, kon echter niet veel goeds betekenen. In 2014 wordt Neckermann ook in ons land failliet verklaard.

Onder hetzelfde Axivate Capital wordt een bliksemsnelle doorstart gerealiseerd. Waar voorheen de bedoeling was om onderdelen als het callcenter, ICT en logistiek ook voor andere bedrijven in te zetten, gaat Neckermann.com die zaken in zijn tweede leven juist uitbesteden. Het betekent een flinke afslanking van het bedrijf, dat graag wil groeien naar plek tussen de bovenste vijf van de Nederlandse e-commerce markt.

Schepje bovenop

Op wat ophef rond het flitsfaillissement na, was het sinds de doorstart betrekkelijk rustig rond de webwinkel. Stille voor de storm, blijkt woensdag. Kijkshop komt dan met het [bericht](#) dat er acht winkels zijn verkocht aan Readen Retail B.V. Een naam die we in de Nederlandse retail nog niet veel zijn tegengekomen. Wat zoekwerk levert op dat Readen Holding Corp een bedrijf is van Ronald Steenbergen, zoon van Kwantum-oprichter Joop Steenbergen, en in ons land actief is met online discounter D5 Avenue. Manager retail Bas Pieper is bereid een toelichting te geven. "Ja, wij zijn de nieuwe eigenaar van de acht winkels van Kijkshop. Maar daar doe ik nog graag een schepje bovenop. We hebben ook van vijf winkels van het Belgische Depotplus overgenomen. En we hebben een meerderheidsbelang verworven in Neckermann.com."

Het voormalige postorderbedrijf krijgt er zo in één klap een nieuwe fysieke tak van verkoop en service bij. Want de winkels van Kijkshop moeten na de ombouw ook vooral als aanspreekpunt dienen. De servicegraad in de Nederlandse detailhandel kan namelijk nog wel wat omhoog, vindt Pieper. Voor de verkoop is volgens de nieuwe ceo van Neckermann.com een breed aanbod geselecteerd, dat gaat van personal care tot aan multimedia.

De klant kan volgens Pieper in de winkels terecht voor 'een ruim pakket aan scherpe geprijsde aanbiedingen'. Kleding zit daar nog niet bij, maar verder zijn er weinig beperkingen. De ceo verwacht veel van het internationale netwerk van de familie Steenbergen, zegt hij in [Het Financieele Dagblad](#). Readen heeft onder meer een eigen handelsonderneming in Hongkong, is actief op de internationale vastgoed- en telecommarkt

en richt zich met Vitalon met melkpoederproducten op de Chinese markt. Voorheen kwamen zulke producten terecht op de website van D5 Avenue, maar die maakt nu plaats voor Neckermann.com.

Retailexpert Ton Bos is benieuwd of het bedrijf 'nieuwe Action-kunstjes gaat vertonen'. "Zo moeilijk is dat spelletje niet als je de (inkoop)weg weet", zegt hij op [RetailNews](#). Action laat zich volgens hem pas sinds kort voeden door kanalen in Azië, waar retailers als Kruidvat en Blokker al langer de weg weten. "Nu het ook daar economisch slechter lijkt te gaan, wacht ons een tsunami van Aziatische producten. Een Steenbergen zal daar ongetwijfeld handel in zien. Zeker een zoon van de man die begin jaren tachtig door de Chinezen werd gekroond tot 'de beste koopman van Europa'."

Trend

Dat Readen de winkelstraat opzoekt om de producten aan de man te brengen is in het licht van de recente faillissementen opmerkelijk te noemen. "We willen dit juist nu, om klanten een aanspreekpunt te bieden en producten direct te kunnen leveren", verklaart hij tegenover [NU.nl](#).

En eigenlijk is het ook helemaal geen verrassende beweging, vindt hoogleraar marketing en retailing Kitty Koелеmeijer. "Net zoals fysieke winkels online nodig hebben, hebben pure onliners ook fysieke winkels nodig. Je kunt ontzettend veel dingen doen die je niet zo goed online kunt doen." Een webwinkel heeft volgens haar baat bij fysieke winkels, omdat sommige producten daar nu eenmaal beter verkocht worden. "Het gaat om producten die je wilt proeven, ruiken of aanraken. Een fysieke winkel voegt dan echt wat toe."

Het toeval wil dat Coolblue woensdag bekendmaakt nog eens [twee winkels](#) te openen. Pieter Zwart heeft al vaker aangegeven dat zulke fysieke punten ook de online verkopen in het verzorgingsgebied aanjagen. Iets wat nog niet zo lang geleden door [Leapp](#) werd bevestigd. Bol.com doet het bovendien deels via de winkels van Albert Heijn. De enige grote etailer die zich aan deze trend onttrekt is Wehkamp. Gaan we dat voormalig postorderbedrijf nog terugzien in de winkelstraat?