

Hudson's Bay springt in het gat van V&D

18-05-2016 07:15



Hudson's Bay opent voornamelijk vestigingen in voormalige warenhuizen van V&D. Zo komt de Canadese retailer in ieder geval naar Almere, Amersfoort, Amstelveen, Breda, Den Haag, Eindhoven, Enschede, Leiden, Rotterdam en Zwolle. Een tiental andere locaties wordt in juni bekendgemaakt, schrijft het Algemeen Dagblad.

Hudson's Bay is al sinds 2006 geïnteresseerd in de Nederlandse markt, laat topman Richard Baker weten. Er waren echter geen goede panden midden in de stad beschikbaar, waar het bedrijf zijn formules goed kon neerzetten. "Het bankroet van V&D bood ons een gouden kans", aldus Baker.

De Canadese warenhuisketen werd begin dit jaar nadrukkelijk genoemd als potentiële koper van V&D. Daar is volgens Baker echter maar kort naar gekeken, omdat Hudson's Bay hoger is gepositioneerd. "V&D viel niet te redden, ze hebben jarenlang niets gedaan. De winkelpanden waren bovendien in slechte conditie", stelt hij verder.

Hudson's Bay verlangt een fikse bijdrage van de vastgoedeigenaren om zijn komst mogelijk te maken. Het grootste gedeelte van de driehonderd miljoen euro aan benodigde investeringen komt volgens [Het Financieele Dagblad](#) voor de rekening van de verhuurders. De investeringen moeten nu al worden betaald, terwijl Hudson's Bay pas huur afdraagt als de winkels vanaf volgend jaar zomer hun deuren openen.

Die opstelling zorgt ervoor dat de onderhandelingen lang hebben geduurd en dat er nog niet voor alle

gewenste twintig panden een overeenkomst ligt. Ondertussen voert Hudson's Bay ook overleg met Jumbo over een mogelijke terugkeer van La Place. Er zijn echter meer mogelijkheden, stelt inkoopdirecteur Edo Beukema van het Canadese bedrijf. "Als er een La Place komt, zal het wel een La Place-variant zijn speciaal voor ons."

In de meeste van de twintig winkelpanden komt een Hudson's Bay, aangevuld met vestigingen van discountformule Saks Off 5th. Er is nagedacht over een Nederlandse naam, maar klanten hechten volgens Baker waarde aan authenticiteit. Bovendien willen vooral jongeren en eigen Nederlands warenhuis, waardoor de Belgische naam Galeria Inno geen optie was. Als de eerste succesvol zijn, denkt de Canadese retailer met zijn twee formules te kunnen groeien tot veertig tot zestig vestigingen in ons land.