

Marks & Spencer: comeback mislukt?

18-05-2016 10:04



Door Amnon Vogel
Redactie RetailWatching

Precies drie jaar en één maand geleden keerde Marks & Spencer terug in Nederland. Na twaalf jaar afwezigheid opende de Britse warenhuisketen zijn deuren in de Amsterdamse Kalverstraat. De retailer mikte op meer filialen, maar de herontdekking van ons land verliep anders dan gepland. Staat M&S voor een tweede vertrek uit Nederland?

Enthousiast kondigde Marks & Spencer vijf jaar geleden aan het weer te willen proberen op de Nederlandse markt. De Britse keten deed al eens een poging in de jaren negentig, met vestigingen in Amsterdam en Den Haag. Problemen op de thuismarkt waren echter de aanleiding om die in 2001 te sluiten. M&S trapte toen internationaal stevig op de rem, door ook te stoppen met de winkels in België, Frankrijk, Spanje, Portugal en Duitsland. Maar na ruim tien jaar zet de warenhuisketen weer in op expansie in West-Europa. Onder leiding van de in 2010 aangetreden Nederlandse ceo Marc Bolland is de terugkeer in april 2013 een feit, met de opening in de Kalverstraat. Datzelfde jaar nog gaat bij zes tankstations van BP een pilot van start met het concept M&S Simply Food, waarbij zevenhonderd gemaksproducten in het assortiment wordt opgenomen.

M&S maakt niet alleen zijn comeback in Nederland, maar test in zijn eerste winkel gelijk een nieuwe formule. Het filiaal is een mix van een minisupermarkt, een delicatessenzaak en een online modewinkel. Klanten

kunnen de kleding die in de speciaal ingerichte fashionhoek in de rekken hangt namelijk wel bekijken en voelen, maar niet direct meenemen. Via iPads kan de kleding via de webshop besteld worden. Het concern heeft niet zomaar voor Nederland gekozen om dit nieuwe concept, de zogenoemde e-boutique, uit te proberen. "Nederland heeft van alle Europese landen op een na de hoogste internetpenetratie", verklaarde de stap destijds in RetailTrends.

Marks & Spencer had nooit uit Nederland moeten vertrekken, zei Bolland bij de terugkeer. "Zowel in Amsterdam als in Den Haag werd geld verdiend. Kenmerkend voor die periode was dat veel bedrijven zich gingen richten op hun kerntaken en -gebieden. Ook wij besloten ons weer sterker te focussen op Groot-Brittannië en trokken ons terug. Dat is jammer." De retailer heeft geleerd van de fouten die destijds zijn gemaakt, benadrukte de ceo. "M&S is veranderd. We zijn weer speciaal, nieuw en onderscheidend." Dat wil de retailer ook in Nederland laten zien, met onder meer een winkel in Den Haag en een flagshipstore aan het Rokin in Amsterdam.

De Haagse winkel is begin 2014 inderdaad een feit. In het 4800 vierkante meter grote pand aan de Grote Marktstraat focust M&S zich op food en fashion. In 2016 komt er nog een vlaggenschip in Amsterdam, zo wordt beloofd, maar daar blijft het voorlopig bij. "De Nederlandse omzet moet naast de winkels uit de online bestellingen komen", liet toenmalig regiodirecteur Europa François Smeyers weten. "Voor onze foodformule is het wel mogelijk om tot een uitrol te komen."

Afbrokkeling

De opening in Den Haag blijkt echter het laatste teken van expansie in ons land. Aan de pilot bij BP komt in september vorig jaar een einde. Ondanks hoge verwachtingen en dito investeringen in de proef, concluderen Marks & Spencer en BP dat de resultaten onvoldoende zijn om er nog mee door te gaan. Toch is de combinatie op zich geen gekke, weet M&S uit ervaringen in de thuismarkt. Daar wordt het concept op driehonderd locaties wel naar tevredenheid uitgevoerd. "De Nederlandse markt is dus anders", verklaart retailkenner Ton Bos via [RetailNews](#). "Die waarheid gaat wederom gelden voor de M&S-warenhuizen. Wellicht lukt het in Amsterdam, maar elders in Nederland geloof ik er niet in." Met het foodaanbod zal de retailer de Nederlandse consument nog wel bereiken, maar op het gebied van fashion ligt dat anders. "Het modeassortiment zal onvoldoende Nederlanders aanspreken. Twee keer leergeld betalen zal nu waarschijnlijk voldoende zijn", aldus Bos, doelend op de eerste aftocht uit ons land in 2001.

Marc Bolland bracht Marks & Spencer terug naar zijn geboorteland, en bij zijn afscheid eerder dit jaar was een vertrek nog niet aan de orde. Wel stond de flagshipstore aan het Rokin, die dit jaar zijn deuren had moeten openen, al langer onder druk. Het klappen van project-Haussmann, het luxe warenhuis dat de buurman van M&S had moeten worden, bracht retailkenners al aan het twijfelen. "Een eis van Marks & Spencer was dat in het pand ernaast ook een warenhuis open zou gaan", wist Rupert Parker Brady te melden aan De Telegraaf. "Toen is Haussmann bedacht." M&S zou Amsterdam volgens hem sowieso liever aan zich voorbij laten gaan. "De non-foodomzet in de winkel in Den Haag is zo bedroevend slecht, dat Marks & Spencer beter kan besluiten de verovering van Nederland terug te draaien." Bolland, op dat moment begin maart nog in dienst als topman, ontkent. "Op dit moment gaan we gewoon door met onze voorbereidingen."

Die voorbereidingen kunnen definitief gestaakt worden als Hudson's Bay zich meldt. Het Canadese concern sluit een huurcontract voor maar liefst drie naast elkaar gelegen panden aan het Rokin. Daarmee eist het de locatie helemaal voor zichzelf op en zijn zowel Haussmann als het vlaggenschip van Marks & Spencer definitief van de baan. De winkels in de Kalverstraat en in Den Haag staan er nog, maar volgens Parker Brady zal het niet lang duren voordat de Britse keten de Nederlandse markt voor de tweede keer achter zich laat. "Het hele Europese vasteland is een hoofdpijndossier voor het bedrijf", stelt hij bij [Van Liempt Live](#). Ook hij ziet dat M&S zijn kleding hier, de e-boutiques ten spijt, niet aan de man weet te brengen. Als er iemand is die dat

volgens Parker Brady moet kunnen inschatten, is dat de nieuwe topman Steve Rowe, voorheen verantwoordelijk voor non-food. “Korte metten maken met de expansie in Nederland en de rest van Europa”, luidt het advies volgens de retailexpert.

Met food is M&S wel succesvol in Nederland. “Maar dan concurreer je gewoon met de supermarkten.” En zo is de cirkel, als de verwachtingen van Bos en Parker Brady uitkomen, weer rond en trekt Marks & Spencer dezelfde conclusie als bij de massale winkelsluitingen op het Europese vasteland in 2001. “Het zou mij niet verbazen als M&S zich weer op zijn kernmarkt gaat focussen”, besluit Parker Brady.