

Het slagveld dat de elektronicabranche heet

15-06-2016 09:46



Door Amnon Vogel
Redactie RetailWatching

Met het faillissement van Scheer & Foppen lijkt er opnieuw een grote elektronica keten uit de winkelstraat te verdwijnen. De branche staat al geruime tijd onder druk. Is er nog toekomst voor retailers in deze tak van sport?

Kredietverzekeraar Euler Hermes voorspelde het begin deze maand: de storm aan faillissementen is nog niet voorbij. Vooral in de non-foodsector zouden nog 'grote faillissementen' volgen. Na problemen in de modebranche met een bankroet van kledingketen Cora Kemperman en een surseance voor McGregor, mag het geen verrassing zijn dat de volgende harde klap in de elektronica valt. Non-food als geheel mag onder druk staan, voor elektronicaretail geldt dat in extreme mate. De pijn wordt goed zichtbaar door simpelweg de CBS-cijfers van de laatste maanden erbij te pakken. Waar de detailhandelsomzetten langzaam uit het dal kruipen of stabiel blijven, blijven elektronicawinkels fors achter. Zo zette de totale retail in maart van dit jaar vier procent meer om dan een jaar eerder. Food steeg daar bovenuit met bijna acht procent, non-food bleef wat achter met 1,4 procent groei. Maar elektronicaretailers zagen hun omzet opnieuw dalen. Niet een klein beetje, maar met negen procent.

Het bankroet van Scheer & Foppen vloeit eigenlijk logisch voort uit deze statistieken. 'De belangrijkste oorzaak

voor het faillissement van het familiebedrijf zijn de al enige jaren dalende omzetten en de hevige concurrentie in de branche, waaronder die via webwinkels, licht het concern zijn omvallen toe. De winkels blijven nog open, maar de vraag is hoe lang. Gesprekken met overnamekandidaten zijn de afgelopen maanden al gevoerd, en die liepen op niets uit. Zo dreigt de keten, die 56 winkels boven de rivieren heeft, zich te voegen in de lange lijst elektronicaretailers die uit de winkelstraat zijn verdwenen.

Fabulous 40

Nog geen jaar geleden besteedde [RetailWatching](#) al aandacht aan de problemen in de elektronicabranche. BAS Group, het toenmalige moederbedrijf van Dixons en iCentre, verkeerde op dat moment in surseance van betaling. Inmiddels is Dixons definitief uit de winkelstraat verdwenen en zijn ook Paradigit en Klein failliet verklaard. De problemen in de branche kwamen ook weer duidelijk naar voren in de RetailTrends Fabulous 40, de lijst van snelstgroeiende retailers in Nederland, in het juninummer van RetailTrends. Paradigit behaalde top tiennoteringen in de eerste twee edities van die lijst, maar valt er dit jaar volledig buiten. De computerwinkelketen kocht de afgelopen jaren zo'n beetje elke kleine branchegenoot, wat voor kortstondige, maar weinig zeggende omzetstijgingen zorgde. Nu het effect van die acquisities wegvalt bij de samenstelling van de lijst, waarvoor naar de omzetten tussen 2012 en 2014 is gekeken, komt de sterke krimp van de retailer pas echt naar voren. Omdat ook Maxwell dit jaar buiten de Fabulous 40 valt, is het aantal elektronicaretailers in de lijst gehalveerd.

BAS Group heeft om vergelijkbare redenen korte tijd gefloreerd in de Fabulous 40. Door de overname van Dexcom voerde het concern de lijst tijdens de eerste editie, twee jaar geleden, zelfs nog aan. Vorig jaar daalde het bedrijf al fors, inmiddels vinden we het niet meer terug. En ook de daling van Scheer & Foppen is goed terug te zien in de Fabulous 40. Moederconcern Foppen Holding staat er nog in, maar zakt wel vijf plekken naar de 32ste plaats. Dat betekent dat de omzetontwikkeling in de meetperiode al verre van 'fabulous' te noemen is, want alleen de bovenste 25 namen kunnen groei noteren. Het bedrijf achter Scheer & Foppen en Bobshop heeft zijn omzet de afgelopen jaren gestaag zien dalen, tussen 2012 en 2014 met in totaal vier miljoen euro.

'De hevige concurrentie, waaronder die van webwinkels.' Op dezelfde dag dat Scheer & Foppen zijn faillissement met deze toelichting bekendmaakt, staakt het CBS dit met concrete cijfers. De online omzet van elektronicaretailers steeg in het eerste kwartaal van dit jaar met 34 procent, terwijl de winkelomzet met elf procent daalde. Elektronicawinkels haalden in 2014 al een kwart van hun omzet uit online verkoop, bijna een verdubbeling ten opzichte van twee jaar eerder. Bovendien schiet het aantal webwinkels in deze branche als paddenstoelen uit de grond. 1980 webshops in consumentenelektronica waren er in het eerste kwartaal van dit jaar, bijna een kwart meer dan vier jaar geleden.

Coolblue

De allergrootste elektronicawebwinkel is tevens voor het tweede jaar op nummer één geëindigd in de Fabulous 40. Coolblue laat zien dat er nog steeds geld te verdienen is in de branche, met een omzetstijging van bijna 46 procent tussen 2012 en 2014. Over 2015 bedroeg de groei zelfs 54 procent. Bovendien boekt het bedrijf van Pieter Zwart winst, vorig jaar 3,1 miljoen euro. Het jaar ervoor schreef Coolblue met meer dan zes miljoen euro nog overtuigendere zwarte cijfers. De retailer heeft zijn merk goed staan, constateert Bart Jonkman van Capitalmind, dat de Fabulous 40 samenstelt. Bovendien heeft investeerder HAL niet voor niets onlangs een belang van twintig procent in het concern genomen, vult associate Anne Jansen aan. "Coolblue zet Google bijvoorbeeld heel slim in en heeft heel veel domeinnamen in zijn bezit. Als je naar 'tv' zoekt, kom je al gauw bij Coolblue uit." Ook prijst Jansen de keuze van de etailer om fysieke winkels te openen, waarmee Coolblue volgens haar goed inspeelt op de omnichannel toekomst.

De toekomst van de elektronicaretail ligt dan ook niet volledig online, als het aan Coolblue ligt. De fysieke

winkels van de retailer groeiden vorig jaar harder dan de online verkopen, liet Zwart onlangs weten. Cooblu wil niet voor niets nog in ieder geval twee, waarschijnlijk drie nieuwe vestigingen openen, waarmee het winkelbestand op tien zou komen. "De winkel is zeker nog niet dood", aldus Zwart.

Waarom lukt het Cooblu dan wel? Veel grote, traditionele retailers zijn volgens Zwart te zwak gepositioneerd om een antwoord te kunnen bieden op de steeds veranderende klantvraag. Ze hebben dan misschien inkoopvolumes of een aantrekkelijk assortiment, maar bijvoorbeeld niet de juiste bedrijfscultuur, type werknemers, financiering of balans. Is de strijd dan tussen die traditionele retailers en de vernieuwers dan al gestreden? Zwart: "Er zit een verschil tussen wanneer je terminaal bent en wanneer je echt je laatste adem uitblaast." Voor Scheer & Foppen lijkt dat laatste stadium nabij.