

Retailcanon: het debacle Konmar-Edah

30-08-2016 10:05



RetailTrends stelde drie jaar geleden ter gelegenheid van het honderdste nummer een retailcanon samen. Honderd hoogte- en dieptepunten van de Nederlandse retailgeschiedenis passeerden de revue. De komende vier weken staat RetailWatching stil bij de honderd grootste retailgebeurtenissen in ons land, aangevuld met enkele belangrijke ontwikkelingen die na het samenstellen van de canon nog hebben plaatsgevonden. Vandaag deel zeventien, met onder meer het debacle Konmar-Edah en HEMA komt in buitenlandse handen.

Het debacle Konmar-Edah (2006)

In de zomer van 2000 wordt de van Unilever afkomstige Ole van der Straaten voorzitter van de Raad van Bestuur van supermarktketen Laurus. Hij bārst van de ambities. Reeds dat najaar lanceert hij de nieuwe 'éénformulestrategie' voor Konmar en Edah. Een groot aantal winkels wordt verkocht, een deel gesloten en de grote winkels worden omgebouwd tot Konmarvestigingen. De consument begrijpt werkelijk niets van deze nieuwe winkelformule en dat komt hard aan: nog geen jaar later wordt de hele operatie als mislukt beschouwd en staat Ole op straat. Hoe gaat dat spreekwoord ook weer? Juist ja, hoogmoed komt voor de val.

HEMA in buitenlandse handen (2007)

Ruim 1,1 miljard euro betaalt de Britse investeringsmaatschappij Lion Capital aan retailconcern Maxeda voor HEMA. Daarmee komt het 'meest Nederlandse bedrijf ooit' niet alleen in buitenlandse handen, maar ook in handen van een private equity-onderneming, die een eenmaal gereorganiseerde HEMA weer snel wil doorverkopen (wat nog niet wil lukken). Lion Capital was op het moment van de verkoop overigens nog wel

een heel klein beetje Nederlands: Freddy Heinekens favoriete kleinzoon was tot april 2013 een van de bestuurders.

Apple lanceert iPhone (2007)

Ineens kunnen we onze mobiele telefoon bedienen met een 'touchscreen'. Het veroorzaakt een wereldwijde hit. Drie jaar later volgt de introductie van de iPad, dat ons het nieuwe woord 'swipen' oplevert. Beide apparaten zorgen voor een retailrevolutie. Zij hebben een enorme impact op e-commerce en ook de fysieke retail. Men kan voortaan 'mobiel' zoeken en shoppen of vanuit de luie stoel met de tablet in de hand. Door de komst van 'smart devices' breidt ook het retailvocabulaire uit: m-commerce, f-commerce (mede door de snelle opmars van Facebook) en moeten de spelers in de markt van single channel naar multichannel naar omnichannel.

De huis-aan-huiskrant viert zijn eeuwfeest (2007)

Meer dan veertien miljoen per week worden er gedrukt, ook nu nog vol (regionale en lokale) retailadvertenties. Nu we het toch over ouderwetse middelen hebben in dit internettijdperk: ruim zeventig procent van de Nederlandse bevolking blijkt ook anno 2007 zegeltjes te sparen. Dat is zelfs anno 2007, middenin het internettijdperk, nog immer één van de belangrijkste, meest effectieve klantenbinders.