

Waarom Tuunte stopt met opruimen

22-09-2016 08:54



Door Nick Möller
Redactie RetailWatching

Een failliet systeem, noemt INretail-directeur Jan Meerman het. Iedere keer is het weer raak: retailers geven al korting op de collectie, nog voordat het seizoen goed en wel is losgebroken. “Ik kán en wil het niet langer aanzien. Nog deze maand komt een grote groep bij INretail bij elkaar. Mijn doel is om verandering van bovenstaande tot topprioriteit van de sector te maken”, schrijft Meerman in zijn wekelijkse [column](#).

Al een week voor de publicatie van die column, schreef algemeen directeur Louis van Andel van Tuunte een open brief aan zijn mede-retailers. Daarin vertelt hij hoe de wintercollectie al volop schittert in de 41 winkels die de kledingketen rijk is. ‘Een prachtcollectie van eigen merken’, maar waar op dat moment eigenlijk nog niemand echt op zit te wachten. De hoge temperaturen van begin september zorgen voor een veel te lage najaarsomzet. “Over tweeënhalve maand is het alweer december en dan ‘beginnen de eersten met de sale’”, aldus Van Andel.

Hij ziet de hittegolf echter niet als pech - ‘het is eigenlijk ongelooflijk dat we balen van mooi weer’ – maar als een teken. Drie jaar terug riep hij namelijk dat Tuunte in 2016 zou moeten stoppen met de opruiming, die sindsdien als ‘Moois voor Minder’ door het leven gaat. De hittegolf is misschien een teken om helemaal te stoppen met de opruiming in de huidige vorm, stelt Van Andel. En is het een geluk dat het Tuunte nu overkomt.

“In januari begint de winter pas en ons collectiebeeld is dan passend en actueel. Het huidige weer kan een goede reden zijn om de collectie in de winter te blijven aanbieden tegen eerlijke prijzen.”

Uitverkoopwoede

Van Andel heeft inmiddels besloten om vanaf eind dit jaar geen opruiming meer te houden. “Als ik ’s avonds in de spiegel kijk, wil ik kunnen zeggen dat ik respectvol omga met medewerkers, klanten én leveranciers”, licht hij toe. “Door de opruiming komen de marges steeds verder onder druk te staan. Dat betekent dat we meer rotzooi moeten verkopen – wat we natuurlijk niet gaan doen – of goedkoper moet inkopen en onze leveranciers dus minder moet betalen. Maar als ik naar het leed in de rest van de wereld kijk betalen we ze eigenlijk al veel te weinig. Ik zie daar graag verandering in komen.”

Bang voor de financiële gevolgen is de Tuunte-directeur niet. Behalve dat de opruiming überhaupt al weinig oplevert, is het vooral ‘een doodlopende weg’. “Dat weet iedere retailer eigenlijk wel. Daarom draai ik het graag om. Wat gebeurt er als we die route blijven volgen? Misschien zijn we er dan over een jaar of twee à drie niet meer. Dan doe ik liever iets waar ik blij van word, trots op ben en waarmee we misschien wel gaan winnen.”

Hoewel de uitverkoopwoede inmiddels al jaren een onderwerp van discussie is, is de paniek volgens Van Andel momenteel groot, zowel lokaal als bij ketens. Hij voelt er echter niet voor om met wetgeving orde te scheppen. Het is volgens hem de eigen verantwoordelijkheid van retailers om te bepalen of ze eveneens een nieuwe weg in slaan of dat ‘ze accepteren dat ze in hun huidige vorm op korte termijn wellicht geen rol meer spelen’.

Passie

Tuunte gaat in het vervolg zijn eigen kracht meer benadrukken. Van Andel wijst als voorbeeld naar Rituals, een keten actief in het middensegment en waar vijf jaar terug eigenlijk nog niemand van had gehoord. “Zij zijn inmiddels in nagenoeg elke winkelstraat aanwezig. En dat is niet alleen omdat hun producten zo goed zijn. Mijn idee is dat hun succes het gevolg is van toevoegen van een betekenis. Dankzij de producten van Rituals voel je je in balans.”

Van Andel heeft gezocht naar waar de passie van Tuunte ligt. Dat is niet puur het verkopen van kleding en te bepalen wat de mode is, stelt hij. “Wij geloven dat mensen zichzelf willen zijn en hun eigen leven willen leiden. Daar gaan we hen bij helpen, door draagbare vrouwenkleding te verkopen. Wij maken het niet mooier dan het is. Dat klinkt misschien negatief, maar dat is het niet. Het is wie wij zijn.”