Retailjaar 2016: Het gat van V&D

19-12-2016 11:13



Wat gebeurde er afgelopen jaar in retailland? RetailWatching blikt terug op 2016, aan de hand van negen nieuwsonderwerpen. Vandaag: het einde van V&D en de opvulling van het gat.

Dinsdag 16 februari 2016 zal binnen retailkringen nog wel een tijdje bekendstaan als een historische datum. Op die dag, exact drie weken nadat La Place door Jumbo uit de failliete V&D-boedel was gevist, liet V&D-ceo John van der Ent voor het laatst van zich horen, in een gezamenlijke verklaring met de curatoren. De pogingen om de op de laatste dag van 2015 failliet verklaarde warenhuisketen te verkopen aan Roland Kahn, zijn op niets uitgelopen. Over de oorzaak is in de dagen erna veel gezegd en geschreven. Kahn wilde te weinig investeren, zegt de één. De vastgoedeigenaren lagen dwars, zegt de ander. De waarheid zal waarschijnlijk een combinatie zijn van de verschillende lezingen van betrokkenen. Kahn zelf houdt het op een deal die te complex was en van te veel dingen afhing. “De opstelling van de pandeigenaren, de leveranciers, de financiering van ING en de garantstelling van het ministerie van Economische Zaken moesten allemaal op één lijn komen.” Dat gebeurde dus niet, met als gevolg dat de deuren van de 62 warenhuizen, die kort voor het definitieve einde al ‘voorlopig’ op slot gingen, dicht bleven. Afgezien van een chaotische, allerlaatste uitverkoop dan. Tussen half maart en half april konden consumenten nog een keer hun slag slaan, wat ze met volle overgave deden. Toen ook de vestiging in Hilversum op 23 april voor het laatst zijn deuren sloot, leeggeroofd en wel, was het na 130 jaar echt klaar met V&D.

Het einde van de warenhuisketen betekende direct de opening van het jachtseizoen. De jacht op de 62 kolossale panden, bijna zonder uitzondering gevestigd op toplocaties in grote en middelgrote steden. En zo maakte heel Nederland plotseling kennis met Hudson's Bay. Al voordat duidelijk was dat V&D aan zijn einde kwam, was het Canadese warenhuisconcern nadrukkelijk in beeld. In eerste instantie als mogelijke overnamekandidaat voor V&D als geheel, maar het is de vraag of dat ooit de werkelijke inzet was. Roland Kahn is duidelijk over de rol van de Canadezen: "Ik noem Hudson's Bay de fata morgana in dit verhaal." Door pandeigenaren solide huurcontracten in het vooruitzicht te stellen, ondermijnde het Canadese concern volgens hem de doorstart van V&D.

Exact drie maanden na het klappen van de deal met Kahn, maakt Hudson's Bay zijn plannen bekend. Twintig winkels van de formules Hudson's Bay en Saks Off 5th, voornamelijk in voormalige V&D-panden. Daarbij bevestigde topman Richard Baker terloops dat een overname van de V&D-formule nooit een serieuze optie is geweest. "V&D viel niet te redden, ze hebben jarenlang niets gedaan." In de loop van 2016 verzekert Hudson's Bay zich van dertien huurcontracten in ons land. De eerste vestigingen moeten hun deuren in de zomer van 2017 openen. Met de lancering van de website hudsonsbay.nl wordt vlak voor het eind van het jaar alvast de jacht op personeel geopend. In eerste instantie voor het tijdelijke hoofdkantoor, dat pijnlijk genoeg in de voormalige V&D-flagshipstore in Leiden is gevestigd.

Met Hudson's Bay alleen is het V&D-gat nog lang niet opgevuld. Met twintig winkels op de planning, waarvan die aan het Rokin bovendien niet in een V&D-pand komt, blijven er nog tientallen locaties te verdelen. Een tweede belangrijke opvolger komt van heel wat dichter bij huis. Zelfs nog voordat Hudson's Bay zijn plannen officieel wereldkundig maakt, laat sportwinkelketen Topshelf van zich horen. De formule van Inge van Kemenade heeft tot dan toe een vrij bescheiden bestaan geleid, met vijf grote winkels op perifere locaties. Met het wegvallen van V&D ziet Van Kemenade een uitgelezen mogelijkheid om de binnenstad te veroveren. Niet met sportwinkels, maar met een echte vervanger van V&D: een warenhuisformule.

In het V&D-pand in Arnhem opent eind april de eerste, tegelijkertijd met de eerste heropening van La Place onder Jumbo. Daar blijft het niet bij: nog dit jaar opende Topshelf warenhuizen in Nijmegen en Groningen, terwijl voor volgend jaar openingen in Alkmaar en Hoofddorp gepland staan. In die laatste plaats wordt zelfs een compleet nieuw pand uit de grond gestampt. De winkel in het nabijgelegen Cruquius blijft overigens gewoon behouden, net als de andere bestaande vestigingen in de periferie. Onder hun oude naam Sportsworld blijven zij hun bestaande assortiment voeren, terwijl Van Kemenade voor Topshelf op acht tot tien warenhuizen mikt. Die bevinden zich volgens haar in het midden, met een 'knipoog naar een hoger segment.'

Voor de V&D-panden in de grote steden is aan interesse geen gebrek. Zo moet Hudson's Bay het gebouw in Den Haag delen met Decathlon, dat de kelderverdieping in beslag neemt. In Utrecht krijgt de Canadese warenhuisketen gezelschap van Primark. In veel andere gevallen lijkt er niet één kandidaat te zijn die een reeks panden overneemt. Zo trekt Zara in de vestigingen in Zaandam en Leeuwarden en verdelen The Sting en H&M die in Deventer. Maar lang niet alle 62 panden zijn even geliefd. Niet voor niets waarschuwde vastgoedadviseur in maart al voor langdurige leegstand in zo'n twintig tot 25 kleinere panden. Plaatsen als Gorinchem, Den Helder en Assen werden daarbij genoemd, en daarvoor is dit jaar inderdaad nog geen definitieve invulling gevonden. Bovendien spreidt Hudson's Bay zijn openingen over een periode van twee jaar uit. En dus wemelt het tot die tijd van de tijdelijke oplossingen en initiatieven. Van pop-up warenhuizen in Leiden, Maastricht en Haarlem, tijdelijke woonruimte in Assen en Bergen op Zoom tot outlets van HEMA in onder meer Roermond, Ede en Purmerend.

Gaat 2016 dan de geschiedenisboeken in als het jaar waarin de naam V&D definitief uit het retaillandschap

wordt gewist? Niet als het aan Roland Kahn en Ronald van Zetten ligt. Het duo maakt in juni bekend V&D alsnog te hebben gekocht. De merkrechten, domeinnamen en andere intellectuele eigendommen dan tenminste. De bedoeling is om het warenhuis online een nieuwe start te geven. De bekendmaking wordt vergezeld van grote woorden. V&D wordt een 'merk van de toekomst', belooft Kahn. "Het wordt de wereld van 2020 voor de consument van 2016, 2017." 2016 lijkt inmiddels niet meer haalbaar. Al snel wordt duidelijk dat de lancering van V&D online door 'technische problemen' nog even op zich laat wachten.

Terwijl de laatste weken van het jaar verstrijken, laat vd.nl nog altijd de afscheidstekst van begin dit jaar zien. Wellicht wordt 2017 dan het jaar waarin V&D, in welke vorm dan ook, opnieuw wordt opgestart. Kahn sluit daarbij niets uit, ook fysieke winkels niet. Een hele klus is dat wel, zei hij tijdens het Retail & Brands Festival. Of V&D binnen vijf jaar weer op een aantal winkelgevels prijkt? "Insjallah."