

'Retailers zien einde groei te laat onder ogen'

08-03-2017 08:35



Veel retailers gaan door een 'lange en pijnlijke ontkenningfase' voordat ze erkennen dat ze uitgegroeid zijn. Voor veel grote ketens is dat een belangrijke oorzaak dat ze in zwaar weer terechtkomen, concluderen Amerikaanse onderzoekers in het maartnummer van RetailTrends.

De onderzoekers van de University of Pennsylvania's Wharton School, Cornell's Johnson School of Business en New York University's Stern School of Business bekeken 37 Amerikaanse retailers met een omzet van minimaal één miljard dollar. Daaruit blijkt dat minder succesvolle spelers groei blijven najagen door nieuwe winkels te openen, ook als al lang duidelijk is dat het rendement tegenvalt. Succesvolle retailers hebben hun expansiedrift juist drastisch beteugeld, en focussen zich op operationele verbeteringen in bestaande vestigingen.

Dat veel retailers de omslag naar tragere groei niet maken, komt volgens de onderzoekers doordat dat volgens investeerders en de kapitalistische cultuur wordt gezien als 'moreel falen'. Ook weten veel bestuurders niet wanneer ze de transitie moeten maken. Daarom is vaak een nieuwe ceo nodig om die van de grond te krijgen, stellen zij.

Kwakkelende retailers uit het onderzoek bevinden zich waarschijnlijk in de 'ontkenningfase'. Zo noemde Walmart-ceo Doug McMillon zijn bedrijf in het jaarverslag van 2016 'een groot groeibedrijf', terwijl de retailgigant daarin zijn eerste omzetzinking in de geschiedenis bekendmaakte. Ook McDonald's en Home Depot

zijn volgens de onderzoekers door zo'n 'hobbelige ontkenningfase' gegaan.

In het maartnummer van RetailTrends gaan de onderzoekers uitgebreid in op de levenscyclus van retailers. Daarbij laten ze aan de hand van concrete praktijkvoorbeelden zien wanneer het tijd is om de groei in te perken en over te gaan op een meer 'volwassen strategie'. Ook laten ze zien waarom veel spelers daar niet voor kiezen. [Klik hier voor meer informatie over een abonnement.](#)