

Retailjaar 2017: Retailiconen in beweging

28-12-2017 14:16



Wat gebeurde er afgelopen jaar in retailland? RetailTrends blikt terug op 2017, aan de hand van acht hoofdpunten. Vandaag: de transformatie van grote retailnamen.

De afgelopen jaren gingen veel grote namen uit de detailhandel op de fles. In een relatief kort tijdsbestek werden onder meer V&D, Perry Sport, Macintosh, Free Record Shop en Schoenenreus failliet verklaard. Dit jaar bleef de schade beperkt tot spelers als McGregor, Witteveen en Phone House. Dat het aantal faillissementen is teruggelopen komt niet alleen door het [economische herstel](#), maar ook door de transitie die door veel retailers al dan niet noodgedwongen is ingezet. Onder meer C&A en Blokker proberen het vege lijf te redden.

C&A

De herstructurering van C&A werd iets meer dan een jaar geleden aangekondigd. De Nederlandse modeketen liet in een zeldzaam [interview](#) weten een miljard te investeren in zijn transformatie. Dit jaar moet een derde van de vestigingen zijn gemoderniseerd, vertelde topman Philippe Brenninkmeijer. In 2021 moet tachtig procent zijn vernieuwd. De achterliggende reden zijn de dalende omzetten, waarmee C&A sinds een aantal jaar kampt. "Tot nu toe hebben we met de omzetsdalingen kunnen omgaan, maar op den duur is dat niet vol te houden."

Om de transitie te versnellen, maakte Brenninkmeijer halverwege dit jaar plaats voor een [nieuwe ceo](#). Retailveteraan Alain Caparros kwam in augustus over van REWE Group. Zijn taak: de transformatie 'verder versnellen en implementeren en optimaliseren om een sterker bedrijf voor de toekomst te bouwen'. C&A

streeft met zijn transformatieplan naar een fundamentele verandering van de manier waarop het merk waarde toevoegt voor zijn klanten, zonder de focus op duurzaamheid te verliezen. De marktpositie moet onder meer verbeteren door investeringen in marketing, online, verbeteringen in de fysieke winkels en operationele optimalisaties. Daarnaast worden onrendabele winkels gesloten. Niet alleen in Nederland. Zo zijn tientallen winkels in [Frankrijk](#) en [Spanje](#) verkocht of gesloten en de [Russische](#) en [Turkse](#) markt helemaal vaarwel gezegd.



Afgelopen september was het nieuwe gezicht van C&A voor het eerst hier te zien. Na het concept al in Duitsland, Oostenrijk, Frankrijk, België en Luxemburg te hebben geïntroduceerd, was ook ons land aan de beurt. De [eerste vernieuwde winkel](#) is te vinden in winkelcentrum Kronenburg in Arnhem. Voor het ontwerp heeft de retailer twintigduizend klanten geïnterviewd om hun wensen te achterhalen. Nieuw is onder meer de belijning op het plafond, die de optimale looproute aangeeft. Heel groot is de ambitie met het nieuwe concept nog niet; tot en met volgend jaar wordt 'een handvol' van de ruim 120 vestigingen in Nederland verbouwd.

V&D en Kijkshop

De vraag of de vernieuwingsslag van C&A snel genoeg gaat. Voor V&D kwamen de verbouwingen in ieder geval te laat. De failliete warenhuisketen is het afgelopen jaar doorgestart als 'een platform voor jonge ondernemers met ideeën, waar concepten en merken een springplank naar de toekomst vinden'. Het eerste wapenfeit was de introductie van het [socialcommerceplatform](#) Frenz in april dit jaar. Via de app kunnen consumenten op basis van tips op social media kleding van verschillende merken shoppen. Frenz-gebruikers krijgen onder meer foto's van influencers en verschillende merken te zien, die ze direct in de app kunnen kopen. Het platform werkt daarvoor samen met tussen de veertig en vijftig partners, waaronder Levi's. Voor producten van merken en retailers die geen partner zijn, wordt de gebruiker doorverwezen naar hun webwinkel.

Sinds de lancering van Frenz is het opvallend stil rondom het platform. De afgelopen maanden is alleen een

[kritische blog](#) over het nieuwe initiatief verschenen. Daarin maakt oprichter Ger van den Buijs van FiveDolphins de weinig eervolle vergelijking met Tone, dat dit jaar door Kijkshop werd gelanceerd. Het 'people 2 people'-platform moet de winkelketen van zijn ondergang redden. "Als we niet radicaal veranderen, gaan we dood", zegt topman Björn Serving in het meinummer van [RetailTrends](#). "Dat geldt niet alleen voor Kijkshop, maar voor de gehele retail. Verander of sterf."

Consumenten kunnen via de app [Kijk Bij Mij](#) geld verdienen door andere consumenten te adviseren over hun aankoop. Elk advies dat tot een transactie leidt wordt door Kijkshop beloond met een commissie van vijf procent. De retailer handelt zelf de transactie, verzending en garantie af. Kijkshop wil op korte termijn ruim honderdduizend consumenten aan zich binden. Dat doel is volgens Serving realistisch, omdat de webshop en winkels allebei zo'n miljoen bezoekers per maand trekken.

Blokker Holding

De transformatie van Kijkshop lijkt rigoureuus, maar valt in het niets bij de [aankondiging](#) die Blokker Holding in mei deed. 'Blokker Holding kiest voor volledige focus op Blokker', luidde het persbericht. Het was misschien wel hét nieuws van 2017: de winkelbedrijven Intertoys, Maxi Toys, Xenos, Big Bazar en Leen Bakker werden gelijktijdig in de etalage gezet. "Dit is een ingrijpend besluit voor onze collega's die met veel inzet dagelijks onze klanten helpen en achter de schermen bijdragen aan de modernisering binnen de verschillende winkelbedrijven. Ingrijpende maar noodzakelijke maatregelen die er toe zullen leiden dat Blokker met een goed assortiment van belang is en blijft voor haar klanten online en in de winkels. En wij zijn ervan overtuigd dat onze andere winkelformules met een nieuwe eigenaar een goede toekomst hebben", verklaarde ceo Casper Meijer, die later in het jaar ook [topman](#) van winkelketen Blokker werd.

Voor Leen Bakker werd al snel [een koper](#) gevonden. De woonwinkelketen maakt voortaan onderdeel uit van Gilde Equity Management, dat ook eigenaar is van onder meer Kwantum. In oktober kwam het bericht dat ook Intertoys van de hand is gedaan. Koper is Alteri Investors, dat we in Nederland eigenlijk alleen [kennen](#) van een deal met Macintosh Retail Group, waarbij de Britse schoenenwinkels werden overgenomen. In de laatste week van 2017 kwam ook het bericht dat de Duitse activiteiten van Xenos zijn [verkocht](#). Tedi gaat de 63 winkels de komende maanden verbouwen naar zijn eigen formule.

Hoeveel Blokker Holding voor de verschillende ketens heeft gevangen, is vooralsnog onduidelijk. Marktkenners denken dat er alleen voor Leen Bakker een mooi bedrag is betaald, omdat de andere ketens niet uitblonken in winstgevendheid. Niet voor niets stond het totale winkelbedrijf vorig jaar voor 180 miljoen euro in het rood. Voor Xenos Nederland, Big Bazar en Maxi Toys wordt nog altijd naar een koper gezocht.

Nieuwste Blokker

De verkoopopbrengst komt ten goede aan winkelketen Blokker, waarvoor in 2016 al een nieuwe formule werd geïntroduceerd. Vorige maand behaalde de retailer de [mijlpaal](#) van driehonderd winkels volgens de nieuwe formule, net voordat ook de eerste winkels in België werden omgebouwd. Voormalig directeur Robert Bohemen van de Bijenkorf was een van de grote initiators van alle veranderingen bij de winkelketen, maar hij werd begin dit jaar [aan de kant gezet](#) na een conflict in de top van het bedrijf. Hij zou het niet eens zijn geweest met de terugkeer van elementen uit de 'oude Blokker' als gevolg van tegenvallende resultaten. Een [kort geding](#) om zijn ontslag als formule- en marketingdirecteur verdween in mei ineens van de rol.

Met Casper Meijer en Bas Verheijen, medeoprichter van Picnic en opvolger van Bohemen, aan het roer, probeert Blokker zijn grip op de huishoudklant terug te vinden. Daarvoor is onder meer de webshop uitgebreid met het aanbod van [andere verkopers](#), waaronder [witgoedsspecialist](#) AO.nl, en een [realtime reclamefolder](#) geïntroduceerd. Verschillende franchisenemers proberen het op hun beurt door [combinatiewinkels](#) met Top 1 Toys te openen. De meeste pijlen worden gericht op de formule Nieuwste Blokker, die volgend jaar volledig

moet zijn uitgerold. Winst hoeven we nog niet te verwachten, maar is ook niet noodzakelijk: de retailer heeft nog altijd de steun van de familie Blokker. De aandeelhouders hebben hun [financiële steun vergroot](#), zodat Blokker volgens cfo Jeroen Visser 'meer dan voldoende ruimte heeft om in alle rust en regie de plannen door te voeren'.

Impact

De vraag is of de retailiconen een goede voedingsbodem hebben om de transformatie succesvol te volbrengen. Het vereist volgens sectorbankier Dirk Mulder van ING namelijk 'omdenken' bij het personeel en de omgeving. "Het gevaar is dat we daarbij te veel teruggrijpen op de bestaande situatie waarin we ons veilig voelen", stelt hij. Bovendien heeft een rigoureuze verandering volgens Mulder een enorme impact. "Als er van de ene op de andere dag van je gevraagd wordt op een hele andere manier te gaan werken, is ineens alle zekerheid die je opgebouwd hebt verdwenen. Automatisch grijp je dan terug op je gedrag uit het verleden. Maar wel heel hard roepen hoe vernieuwend je bezig bent om richting anderen je kwetsbaarheid niet te tonen. Daarmee ben je dan ook direct zelf de grootste barrière voor verandering."

Eerder in deze serie

[De entree van Hudson's Bay](#)

[Seinen staan op groen](#)

[Online giganten worden nóg fysieker](#)

[De Markthal-malaise houdt aan](#)

[De opkomst van de kassaloze winkel](#)

[Alle hoop op koopjesevents](#)