Stopt Amazon de teloorgang van de warenhuizen?

08-01-2018 14:25



Het begint bijna een traditie te worden bij de start van een nieuw jaar: grote Amerikaanse warenhuisketens die ingrijpende maatregelen aankondigen, na het zoveelste jaar van tegenvallende prestaties. Zet die trend zich tot in het oneindige door, totdat er nergens meer een vestiging van Sears of Macy's te vinden is? Of ontpopt de gedoodverfde vijand Amazon zich als de redder in nood?

Sears is al jarenlang het duidelijkste voorbeeld van de Amerikaanse warenhuismalaise. De keten begint het jaar van zijn 125ste verjaardag met de mededeling dat er komend voorjaar nog eens 103 winkels op slot gaan. Het betreft 39 Sears-warenhuizen en 64 winkels van zusterformule Kmart, dat sinds 2005 onder dezelfde holding valt. Door de nieuwe sluitingsronde passeert het concern de magische grens van duizend winkels. De ondergrens welteverstaan, want vanaf april heeft Sears in totaal nog maar zo'n 940 winkellocaties over. Kijken we naar zes jaar geleden, toen dat er nog ruim 3500 waren, dan is het niet gek dat Sears in Amerika vaak als symbool van de *retail apocalypse* wordt genoemd. Vooral Kmart heeft het moeten ontgelden in de honderden sluitingen die de afgelopen jaren al plaatsvonden. In twee jaar tijd verloor de discounter meer dan de helft van zijn winkelbestand.

De nieuwe afslankoperatie komt niet als een verrassing. Al jaren voorspellen analisten het faillissement van Sears, waarvan de omzet in vier jaar tijd met 45 procent terugliep. De schuldenlast is opgelopen tot vier miljard

dollar, terwijl het laatste kleine winstje van 2010 dateert. Sindsdien bedraagt het nettoverlies jaarlijks tussen de één en twee miljard dollar. “Het aanvullen van de tekorten wordt bovendien steeds moeilijker, omdat de activa blijven dalen”, zegt vice president Christina Boni van Moody’s Investor Services tegen Business Insider. “Dat vergroot het risico op een faillissement.”

Ook Sears zelf maakt er geen geheim meer van rekening te houden met een bankroet. Zo liet het warenhuisconcern vorig jaar in een aparte aanvulling op het jaarverslag weten dat het voortbestaan door de aanhoudende slechte resultaten onzeker is. Het is vooral ceo Eddie Lampert die de retailer met herhaaldelijke miljardeninvesteringen overeind houdt. Iets wat hij overigens beter niet zou kunnen doen, als je het aan auteur Denise Lee Yohn van *What great brands do* vraagt. Zij beschouwt Sears als een van de vele 'retailzombies', de levende doden in de Amerikaanse winkelsector, zo zij ze onlangs in RetailTrends. “De stekker uit een merk trekken is even belangrijk als een nieuw merk lanceren, zou houd je de sector gezond”, meent zij. “Als er geen overtuigende en unieke reden is om te bestaan, dan moet een merk dood.”

Vooruitgang

Ook Macy’s is zo'n 'retailzombie' die zich - eveneens niet voor het eerst - genoodzaakt ziet het jaar te beginnen met de aankondiging van een besparingsoperatie. Elf winkels staan voor dit jaar gepland om op slot te gaan, vier meer dan eerder gemeld. Die sluitingen zijn onderdeel van een vorig jaar aangekondigde operatie waarbij van honderd winkels afscheid wordt genomen. Verder schrapt Macy's nog eens vijfduizend extra banen, nadat vorig jaar al tienduizend ontslagen gemeld werden. De retailer verwacht hiermee driehonderd miljoen euro aan extra kostenbesparingen per jaar, bovenop 585 miljoen die vorig jaar al bekendgemaakt werd.

Hoewel de winkelketen zegt terug te kijken op ‘een solide decembermaand’ met iets hogere verkopen dan een jaar eerder, ziet het ernaar uit dat de vergelijkbare omzet in 2017 met 2,4 tot 2,7 procent is gedaald. "Onze belangrijkste focus in 2017 was het voortzetten van de sterke groei van digitaal en mobiel, onze fysieke activiteiten stabiliseren en de basis te leggen voor toekomstige groei”, zegt ceo Jeff Genette in een toelichting. Daarbij heeft Macy’s volgens hem op elk vlak vooruitgang geboekt, waardoor hij dit jaar positief tegemoet durft te zien. “Een gezonde winkelbasis gecombineerd met digitale mogelijkheden is Macy's recept voor succes”, vervolgt hij. "Vooruitkijkend naar 2018 zijn we gericht op continue verbetering en zullen de nodige stappen ondernemen om sneller en effectiever te handelen en middelen aan te boren om in groei te investeren."

J.C. Penney is al iets langer een lichtpuntje in de warenhuisduisternis. Hoewel ook die keten vorig jaar nog de sluiting van 140 winkels aankondigde, zag het zijn decemberverkopen een stuk harder stijgen dan zijn grote concurrenten. Bovendien verwacht het de omzet dit jaar gelijk te houden of hooguit zeer licht te zien dalen, met minder dan een procent. Voor ceo Marvin Ellison voldoende aanleiding om met spierballentaal nog wat extra zout in de wonden van Sears te strooien. “We zetten de achtervolging in op Sears en gaan achter het marktaandeel aan waarvan we denken dat het beschikbaar komt”, zo zegt hij tegen Fortune, waarmee hij een voorschot neemt op de almaar verdere inkrimping en het mogelijke einde van de concurrent. Dat het verdwijnen van Sears uit vele winkelcentra ook negatieve effecten op J.C. Penney zelf heeft, door het afnemen van de traffic in die malls, wijst hij van de hand. De meest Sears-locaties zijn volgens hem toch niet goed voor al te veel traffic en wat er ook met Sears gebeurt, J.C. Penney weet precies welke locaties een risico lopen. “Als zij besluiten uit fysieke retail te stappen, worden we niet verrast.”

Amazon

In analyses over de oorzaken van de teloorgang van de warenhuizen, valt vroeg of laat de naam Amazon. Maar nu de internetreus afgelopen jaar – met name met de aankoop van Whole Foods – meer dan ooit heeft laten zien ook fysieke retail een interessant domein te vinden, komen die analyses wel in een ander licht te staan. Want is de overname van een warenhuisketen wellicht de volgende logische stap voor Amazon? Volgens Steve Dennis, voormalig directielid van Sears en Neiman Marcus en nu eigenaar van adviesbureau SageBerry, zou

dat een goede mogelijkheid zijn om in verschillende segmenten fysiek sterker te worden. Terwijl recent al geruchten opdoken over plannen om Target te kopen, noemt Dennis Macy's, Kohl's en J.C. Penney in een blog op Forbes logische kandidaten. 'Amazon heeft zijn zinnen gezet op het uitbreiden in kleding, accessoires en wonen, maar heeft daarbij last van een relatief gebrek aan nationale modemerken, een lagere dan gemiddelde winstgevendheid en een gebrek aan fysieke fysieke aanwezigheid', analyseert hij. 'Het verkrijgen van een van deze ketens zou miljarden dollars opleveren door direct oplopende inkomsten en een nationaal netwerk aan fysieke winkels om te gebruiken voor allerlei doeleinden'. Bovendien is het gezien de prestaties van de drie formules logisch dat zij over te nemen zijn voor een prijsje waar Amazon niet van schrikt. Macy's noemt Dennis de meest logische prooi voor Amazon. Enerzijds door het meer *upscale en fashion-forward* klantenbestand, mede door de hoger gepositioneerde zusterketen Bloomingdale's, en anderzijds door de relatief sterke positie op woongebied.

Ketens Nordstrom, Neiman Marcus en Saks Off Fifth zijn volgens Dennis minder aantrekkelijke doelwitten voor Amazon. Dat heeft vooral te maken met de relatie tussen deze luxere spelers en hun leveranciers. 'Veel van de merken die belangrijke onderscheidende factoren zijn voor luxe warenhuizen zijn achtergebleven in de digitale aanwezigheid en het feitelijke online verkopen', stelt hij. Hun distributie wordt georganiseerd rond specifieke locaties van Nordstrom, Saks en Neiman Marcus. 'Als een van de drie genoemde ketens door Amazon zou worden overgenomen, ben ik er van overtuigd dat veel topverkopers ervoor zouden kiezen om hun eigen uitbreidende direct-to-consumer-capaciteiten verder te benutten en intensiever samen te werken met een concurrerende retailpartner. Dat zou de waarde van de overname fundamenteel verminderen'. Het is geen geheim dat de combinatie Amazon en luxemerken niet altijd een succes is. Een Duitse rechter besloot onlangs dat producenten verkoop via het platform mogen verbieden, als daarmee afbreuk wordt gedaan aan het 'luxeuze imago'. Hoewel Amazon zou kunnen proberen merken ervan te overtuigen dat ze niet online via de webwinkelreus worden verkocht, verwacht Dennis de dat de angst van die labels - rationeel of niet – te groot is.

Amnon Vogel