

Waarom Adam een derde leven verdient

18-01-2018 14:41



Het heeft Adam Brandstore de afgelopen twee jaar niet meegezeten. De multibrandketen maakte twee faillissementen mee, eerst als dochterbedrijf van McGregor Fashion Holding en vervolgens van Doniger Fashion Holding. Al na de eerste doorstart stond Adam in de [etalage](#), maar een koper werd niet gevonden. Toen ook Rens van de Schoor na het tweede faillissement [geen toekomst](#) in het modeconcern zag, leek het einde even in zicht.

Pim Duetz werpt zich nu op als redder in nood. Althans, voor een deel van de winkelketen. De ondernemer neemt zeventien van de 43 winkels van Adam over. Daarmee wordt zijn modebedrijf in een klap bijna vier keer zo groot.

Groeigeld

Duetz geeft inmiddels zo'n 25 jaar leiding aan het 160 jaar oude familiebedrijf, dat met zes winkels actief is in Utrecht en Noord-Holland. Visie en strategie zijn volgens hem twee van zijn sterke kanten. Hij kan naar eigen zeggen 'over het geheel heen kijken' om te zien wat er moet gebeuren in de markt om succesvol te zijn. Groei en ontwikkeling zijn daarbij volgens hem van levensbelang. Te groot voor een servet, maar te klein voor een tafellaken, die situatie probeert hij bij Duetz te voorkomen. Groeigeld ligt echter niet voor het oprapen, merkt hij. "Banken zijn niet happig op het financieren van een moderetailer."

Niet als eerste retailer zette hij daarom zijn geld op crowdfunding. Naast een eigen inbreng van 250 duizend euro, mikte hij op 1,75 miljoen euro aan investeringen vanuit de crowd. Dinsdag om 11 uur ging de campagne van start en na twaalf uur was het streefbedrag al binnen: een record voor het platform Collin Crowdfund. Het

succes komt voor Duetz niet helemaal als een verrassing. Voor de campagne van start gaat, moet hij tien procent van het beoogde bedrag ophalen in de innercrowd. Met 550 duizend euro voldoet hij ruimschoots aan die eis. "Ruim dertig procent was al opgehaald in mijn eigen netwerk. Dat gaf natuurlijk al veel vertrouwen in een goede afloop."

Aantrekkelijk

Het recordtempo waarmee het bedrag werd opgehaald, suggereert dat de investeerders voor Duetz in de rij stonden. Meer geld ophalen was voor de ondernemer echter nooit aan de orde. "Dit is wat we nodig hebben. Bovendien moet je rente betalen over de lening (vijf jaar lang 7,5 procent, red.)." Het geld gaat Duetz onder meer gebruiken om de winkels van Adam over te nemen en te restylen. "De meeste winkels zijn drie of vier jaar geleden voor het laatste verbouwd, dus die zijn bouwkundig in orde. Wel zijn er destijds een paar winkels overgeslagen, dus die gaan we nu aanpakken. We willen vooral gezelligheid en beleving toevoegen, want nu kunnen de winkels een beetje zakelijk en kil ogen. We zullen onder meer zorgen voor een aantrekkelijke collectie in de winkels." Verder heeft Duetz 340 duizend euro gereserveerd voor nieuwe digitale techniek in de winkels. Hij ziet onder meer toekomst in 'instore screen-concepten met CRM-integratie, het gemakconcept click, collect & return en de inzet van showroomstores, waar de consument brede collecties kan zien voelen en passen'.

Digitalisering is volgens Duetz van levensbelang. "Het is de belangrijkste reden om deze overname te doen." Sinds de zomer van 2016 heeft Duetz een webshop, maar dat is volgens hem niet langer genoeg. Om een antwoord te formuleren op de concurrentie van platforms als Amazon en Zalando, is hij achter de schermen bezig een gezamenlijk digitaal platform op te richten voor de twee modeketens. Het nieuwe IT-platform van Duetz vormt straks de centrale database. Alle data – van inkoop en verkoop tot logistiek, marketing en CRM – wordt er verwerkt. De retailer krijgt zo realtime inzicht in en toegang tot de aanwezige voorraden. Duetz en Adam kunnen daardoor straks niet alleen elkaars kleding verkopen, maar klanten ook toegang geven tot de voorraad van aangesloten leveranciers. "Dan ligt er bijvoorbeeld maar één kleur in de winkel en zijn de andere kleuren online te koop. Die kunnen we dan ter plekke verkopen en thuis laten bezorgen." De voorraad ligt volgens hem deels bij de retailer zelf en deels bij een logistieke partner. "Online klanten kunnen zo snel worden bediend en fysieke shops regelmatig van voorraadaanvulling worden voorzien." Vanaf hetzelfde platform wil hij straks ook platformen als Zalando en Amazon bedienen.

Treetje lager

Duetz kiest er bewust voor om ook de merknaam van Adam over te nemen en de winkels niet om te bouwen naar zijn familienaam. "Adam is een totaal ander concept. Duetz zit wat hoger in de markt. Om een vergelijking te maken: de bovenkant van Adam komt overeen met het midden van Duetz. Voor het concept van Adam zien we meer ruimte in de markt."

Omdat modeketen Duetz later dit jaar zijn winkel in Heemskerk sluit – 'een grote winkel bleek daar te hoog gegrepen' – telt het concern straks in totaal 22 winkels. Door schaalvergroting en digitalisering moet er een online en offline platform ontstaan voor de man van veertig jaar of ouder, die kiest voor een goede prijs-kwaliteitverhouding. Duetz is ervan overtuigd dat het middensegment er niet zo slecht opstaat als vaak wordt gesuggereerd. "Er zijn de afgelopen jaren veel winkels omgevallen, waardoor ruimte is ontstaan. Het klopt niet dat het middensegment geen toekomst meer heeft. Dat zijn de banken die elkaar napapegaaien." De ondernemer ziet juist dat de consument uit het topsegment 'een treetje lager gaat inkopen'. "Hij wil wel goede kleding, maar voor een scherpe prijs. Dat is precies waar Adam voor staat."