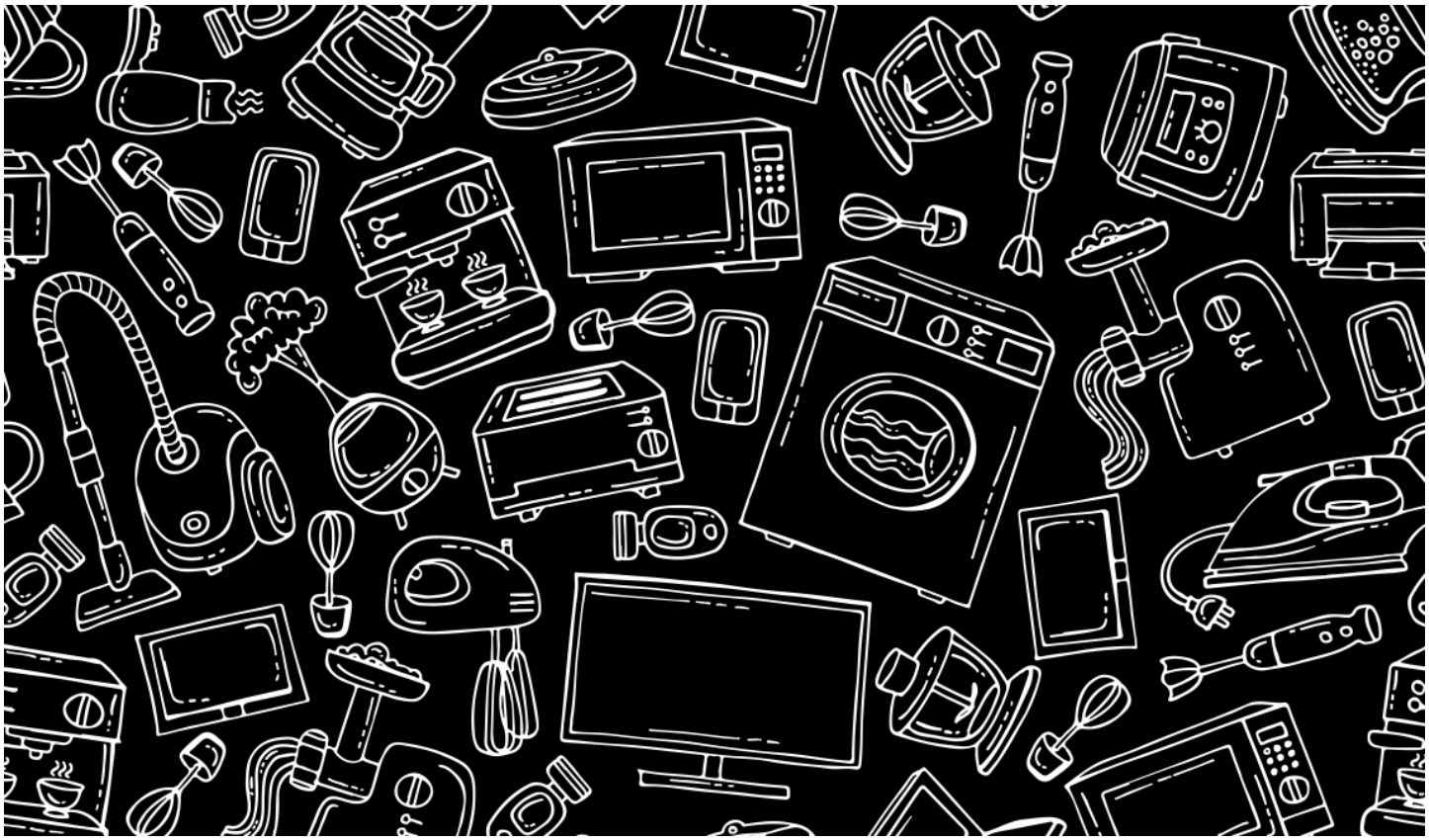
De kansen van lease en waarom Dixons het anders gaat doen

22-02-2018 11:27



Het was een opvallend bericht, ruim anderhalf jaar geleden. Nadat Dixons eerst al zijn fysieke winkels had gesloten, besloot het ook online stoppen met het verkopen van producten. In plaats daarvan ging de voormalige elektronicaketen verder als verhuursite. Hoewel de transitie van Dixons extreem is, staat het voorbeeld niet op zichzelf. Het leasen van producten, al dan niet in abonnementsvorm, krijgt een steeds grotere rol in de retail. Hoe groot wordt de invloed hiervan op de sector?

“Huren is aan een tweede jeugd bezig”, zei Dixons-topman Henk Kamsteeg bij de aankondiging dat Dixons in de verhuurmarkt stapte. Consumenten kunnen er sinds ruim anderhalf jaar voor kiezen om een product zowel kortstondig te huren als een meerjarig huurcontract af te sluiten, waarbij ze een vast bedrag per maand betalen. Daarnaast zegt Dixons binnen een dag voor reparatie of een vervangend exemplaar te kunnen zorgen. Het huurcontract sluiten klanten niet af met de voormalige elektronicaketen zelf, maar met Elbuco. Dat bedrijf heeft al vele jaren ervaring met het verzorgen van leaseconcepten en werkt verder samen met onder meer Halfords, Dekbed-Discounter en Dynamo Retail Group. Geen toevallige verzameling van partners, want niet ieder product leent zich even goed voor een leasepropositie. Momenteel groeit de markt vooral hard bij producten waarop een hoge marge zit, zeker als die bovendien veel onderhoud vergen, ziet algemeen directeur Hans Bolland van Elbuco. “Bij e-bikes, die zowel veel onderhoud nodig hebben als kapitaalintensief zijn, zien we de markt enorm groeien”, noemt hij als voorbeeld. “Lagemargeproducten zijn minder geschikt, vanwege de bijkomende kosten van bijvoorbeeld het afleveren. Een strijkijzer leent zich niet zo goed voor lease.”

Nog lang niet iedereen staat open voor deze nieuwe manier van consumeren, bleek onlangs uit onderzoek van ABN Amro. Dertien procent van de ruim veertienhonderd ondervraagden zei bereid te zijn om producten voor een langere tijd te leasen, in plaats van te kopen. Bolland erkent dat leasen nog wat in de kinderschoenen

staat. Hoe snel de ontwikkeling zich zal doorzetten, durft hij niet te zeggen. “Maar de leasemarkt is in de afgelopen twee jaar wel fundamenteel veranderd”, zegt hij, gebaseerd op de aanvragen die hij zelf krijgt van geïnteresseerde partijen. Daarnaast is in die korte periode het aantal bestellingen van consumenten verdubbeld, terwijl Elbuco toch alweer veertig jaar mee gaat. “Onze massaconsumptie, van steeds maar meer kopen, is aan het veranderen”, concludeert hij.

Nieuwe aanpak
Toen Dixons en Elbuco twee jaar geleden de handen ineensloegen voor de nieuwe verhuurstrategie van de voormalige winkelketen, bleek al snel dat de aanpak aangepast moest worden. “Het kannibaliseerde op wat wij al jaren deden en voegde niets toe”, zegt Bolland. Daarom is hij momenteel samen met Kamsteeg bezig het concept ‘een ander leven’ in te blazen. Dat moet veel meer gericht zijn op oplossingen dan sec het verhuren van een product, legt hij uit. Er wordt inmiddels al een tijdje aan gewerkt en komend kwartaal verwacht Bolland de lancering. “Die hebben we al een paar keer uitgesteld, omdat we zeker willen weten dat we echt iets nieuws te bieden hebben.” Over wat dat precies inhoudt, wil hij nog niet in detail treden. “Maar waar we eerst een product boden voor een maandprijs, wordt dat een oplossing voor een maandprijs. Denk bijvoorbeeld aan een koelkast inclusief een energiecontract. Daarmee kun je gelijk iets doen aan energiebesparing en het leasen van producten past binnen het denken van de circulaire economie. Het gezamenlijk aanbieden van dat soort combinaties zijn we nu aan het bespreken.” Er is dus een denkverschuiving nodig van product-prijs naar product-oplossing, vat hij samen. “Dat is een belangrijke les van de eerste twee jaar.”

De verandering van strategie bij Dixons staat niet op zichzelf. Ook voor Halfords faciliteert Elbuco een leaseconcept, waarbij e-bikes worden verhuurd. “Daarbij bieden we niet alleen een e-bike aan, maar een volledig mobiliteitsconcept”, zegt Bolland. Zowel de fiets, periodiek onderhoud en pech onderweg-service zitten daarbij in. “Je leaset bij Halfords geen fiets, maar mobiliteit.” Toch is zo’n totaalaanbod niet altijd even relevant. Het hangt bijvoorbeeld sterk af van de doelgroep en de producten, op basis waarvan het concept wordt aangepast. “Een mooi voorbeeld is een student, die gewoon een wasmachine wil om te delen met zijn huisgenoten en het gemak er geen eigenaar van te zijn”, zegt de directeur. “Daarentegen wil een zzp’er niet alleen een iMac leasen, maar ook de garantie dat hij binnen 24 uur een vervangend model heeft als die kapot gaat. Dan zit je veel meer op service: geen computer, maar een werkende werkplek.”

Fysieke locaties
Voor Dixons betekende de overstap op verhuren een einde aan de fysieke winkelactiviteiten. Toch hoeft dat volgens Bolland niet altijd hand in hand te gaan. Zo opent webwinkel Dekbed-Discounter, waar consumenten sinds enkele maanden boxsprings kunnen leasen via Elbuco, binnenkort juist een showroom. Fysieke locaties kunnen volgens Bolland ook van waarde zijn in een lease-economie. “Zeker bij refurbished leasen is het van toegevoegde waarde om vooraf te zien hoe het product eruit ziet”, zegt hij. “Of in het geval van Halfords, om even een testritje te maken. Maar voor de nieuwste LG-televisie kan ik me voorstellen dat je je prima alleen online kunt oriënteren.”

Bolland verwacht dat de focus van retailers de komende tijd verder zal verschuiven richting verhuur. Hij wijst op IKEA, dat ook al experimenteert met het verhuren van meubels. Hij verwacht dat veel meer grote ketens die stap zullen zetten. “Een groot voordeel is dat je een gegarandeerde langetermijnrelatie met je klant hebt. Op den duur kun je dan ook bijverkoop- of lease gaan aanbieden.” Bovendien zal de consumentvraag naar lease blijven toenemen in de gezamenlijke route naar een circulaire economie, waar leasen volgens hem een van de antwoorden op is. In tegenstelling tot Dixons, zullen de meeste winkelketens dat volgens hem echter naast hun traditionele verkoopactiviteiten blijven doen. Een volledige vervanging van de transactie-economie door een leasemodel, ziet hij niet zo snel komen. “Mensen zullen altijd blijven kopen, om wat voor reden dan ook.”

RetailTrends Media organiseert op 15 mei 2018 de tweede editie van het event Changemakers in Retail. Sprekers

zijn onder meer marketing director Alex Weller van Patagonia, directeur duurzaamheid Anniek Mauser van Unilever Benelux en astronaut André Kuipers. Kijk voor meer informatie op changemakersinretail.nl.

Amnon Vogel