

Blokker wil winkels 'gezelliger en voller' maken

03-09-2018 09:25



De ruim vierhonderd vernieuwde winkels van Blokker worden door klanten 'frisser', maar ook 'steriel en leeg' gevonden. Daarom worden ze nu weer 'gezelliger en voller' gemaakt, zegt ceo Ludo Bijvoet tegenover [NRC](#).

Blokker gaat weer terug van zes- naar achtduizend artikelen in het assortiment. Zo komen meer dan duizend typische Blokker-producten terug, zoals de braadzak en het melkkloppertje, en worden nieuwe dingen als babyspullen verkocht. "Daar wordt het vanzelf voller van, maar we gaan de winkels ook gezelliger maken", aldus Bijvoet.

Blokker raakte met de verbouwing van de winkels, de marketingcampagne rond actrice Sarah Jessica Parker en de verkoop van duurdere spullen 'dertig procent van de klanten kwijt'. Ook wilde Blokker te veel op een foodbedrijf lijken, zegt ceo Michiel Witteveen van Blokker Holding. In een supermarkt weten klanten volgens hem van tevoren precies wat ze willen hebben. "Bij een non-foodbedrijf worden klanten verrast door dingen die ze niet nodig hebben."

Blokker Holding schreef vorig jaar een recordverlies van 344 miljoen euro in de boeken, waarna topman Casper Meijer moest vertrekken. Zonder steun van de familie Blokker had het bedrijf niet meer bestaan, denkt Witteveen. "Een bank had allang gezegd: hartstikke leuk, maar waar zijn onze zekerheden? Daar doen we het niet voor, wegwezen!"

Inmiddels is er volgens Bijvoet weer sprake van omzetgroei. In de eerste helft van dit jaar heeft de retailer vijf procent meer verkocht dan een jaar ervoor, stelt hij. "We zijn nog lang niet terug op het oude niveau. Maar het belangrijkste is dat er na jaren van daling een omslag is."