

Kik gooit het roer om: 'Volgend jaar winst in Nederland'

05-12-2018 09:09



Kik wil in Nederland verder uitbreiden met grotere winkels die meer op fashion zijn gefocust. In die categorie staat ons land voor de textieldiscounter op nummer één, terwijl de totale gemiddelde winkelomzet nog tot de laagste van Europa behoort. "Nederland vergt echt een andere aanpak", zegt managing director David Philipoom van Kik Nederland in het decembernummer van RetailTrends.

Kik scoort volgens de directeur vooral goed in modieuze kleding, terwijl in de andere productcategorieën veel last van concurrentie wordt gevoeld. "Op het gebied van non-food hebben we last van Action en ook alles wat we à la Zeeman en Wibra op tafels hebben staan, loopt niet zo goed." Het assortiment van Kik bestaat voor zeventig procent uit kleding, maar het omzetaandeel is volgens Philipoom nog veel hoger. "Ik heb serieuze gesprekken heb met de verantwoordelijke voor inkoop om een deel van het overige assortiment in te krimpen", zegt hij.

Kik wil verder vooral grotere winkels vanaf 550 vierkante meter openen in ons land. Daarnaast snijdt Philipoom fors in de marketingkosten, die vorig jaar net zo hoog waren als het nettoverlies. "Wat mij betreft maken we volgend jaar winst, en dat is ook realistisch." Vorig jaar was er een verlies van 2,1 miljoen euro in ons land. Kik stopt onder meer volledig met out-of-home marketing, die vaak op grote afstand van winkels werd gevoerd en daarmee volgens Philipoom ineffectief was. "Kik is totaal nog niet bekend bij het overgrote deel van de Nederlanders."

Philipoom laat verder weten dat Kik volgend jaar een webshop opent in Nederland. Hij noemt het goed om online actief te zijn, al verwacht hij er 'geen mega-omzetten' van. "In Duitsland is e-commerce goed voor twee procent van de omzet, dat wordt hier in het gunstigste geval drie à vier."

In het decembernummer van RetailTrends gaat David Philipoom uitgebreid in op de worstelingen van Kik in Nederland en het ambitieuze doel om desondanks naar 250 winkels uit te groeien, te beginnen met twintig volgend jaar. "We hopen het Action- en Lidl-effect te bereiken." Nog geen member? [Klik hier voor informatie over een membership op RetailTrends.](#)