

Van Zetten: 'Klant is niet meer in voor traditioneel warenhuis'

28-01-2019 15:44



Het runnen van een fysiek warenhuis op de traditionele manier is financieel niet meer rond te rekenen. Vooral millennials zijn niet meer te porren voor een brede winkel met bekende merken, zei V&D-eigenaar Ronald van Zetten tijdens de Webwinkel Vakdagen. "Het kan ze gewoon niet boeien."

Van Zetten verwijst naar Hudson's Bay, dat volgens hem het gat dat V&D heeft achtergelaten niet heeft opgevuld. "De oude V&D-klant voelt zich er niet thuis." De Bijenkorf heeft volgens hem op tijd 'de bakens verzet' door vijf van de twaalf winkels te sluiten. Jongeren kopen volgens hem overal 'waar ze het leuk vinden', zoals online, via social media of van elkaar. "Als je morgen een warenhuis wilt beginnen op de traditionele manier, dan kan dat gewoon niet uit. Klanten zijn niet meer in voor die markt."

Bij een nieuwe invulling moet een warenhuisconcept in ieder geval fungeren als ontmoetingsplek, werk- en leerplek en horecagelegenheid, stelt Van Zetten. Die functies moeten met elkaar worden verbonden. "Je moet er als zzp'er bij wijze van spreken je eigen winkeltje binnen die winkel hebben, maar ook gelijk je administratie kunnen doen. Horeca is superbelangrijk, maar daar komt ook een stuk gezondheid en advies bij kijken." Van Zetten ziet vooral kansen voor kleinere merken die zich in zo'n warenhuis in binnensteden kunnen verenigen.

Concrete plannen om V&D als zo'n modern fysiek warenhuis te laten terugkeren zijn er niet, benadrukt Van Zetten. Online heeft V&D een klein halfjaar na de start inmiddels tweeënhalf miljoen euro omzet behaald, de helft van de vijf miljoen die voor het eerste jaar ten doel is gesteld. "We willen ieder jaar verdubbelen."

Lees op RetailTrends meer over [hoe Van Zetten een toekomstig warenhuis voor zich ziet](#).