HEMA heeft goud in handen, iets minder drama graag

02-04-2020 13:50

Door Hans van Tellingen
Directeur/eigenaar Strabo en hoofdauteur Waarom Stenen Winkels Winnen

HEMA verkeert in zwaar weer. In ieder geval sinds de start van de coronacrisis. Ook de landelijke media berichten hier sinds deze week over. Terwijl het nieuws vorige week al bekend was via de retailvakmedia. HEMA wenst de eerste maanden maar de helft aan huur te betalen. Ok dan, klinkt logisch. Maar HEMA dikt een en ander wel wat aan. En dramatiseert het verhaal zo her en der door te claimen dat een faillissement dreigt. Dát is de reden waarom de landelijke media een dergelijk verhaal - zij het enigszins verlaat - oppakken. Maar is het terecht? Gaat HEMA echt binnenkort failliet? Dat is maar zeer de vraag. En al helemaal als sommige adviezen ter harte worden genomen. Waarvan akte.

Steun de retailers, maar ook de vastgoedeigenaren
Nu is het echt wel logisch dat HEMA minder huur wil betalen. Zie ook mijn blog van tien dagen geleden. Twee van de zwaarst getroffen sectoren betreffen de retail en de horeca. Een periode van '(bijna) helemaal geen inkomen' komt eraan. Het is een regelrechte ramp voor de ondernemers en de werknemers. En velen daarvan zien het even niet zitten. En vrezen met grote vreze. Ik begrijp dat volledig. Sterker nog, ook mijn bedrijf is qua omzet vrijwel volledig afhankelijk van de sectoren retail en retailvastgoed. Wij onderzoeken consumentengedrag in winkelcentra. Dat betekent geruime tijd geen opdrachten.

De overheid moet de ondernemers dan ook steunen tot in hun vezels. En niet alleen de retailers en de horeca-ondernemers. Óók de winkelvastgoedeigenaren. Want het kan niet zo zijn dat zij niet gesteund worden en voor het gros der kosten opdraaien. Wij zijn als samenleving rijker dan ooit. En de staatsfinanciën staan er uitmuntend voor. Steun de ondernemer. En steun ook de winkelvastgoedeigenaar. En verder dienen zowel de eigenaren als de retailers/horeca-ondernemers gezamenlijk goede afspraken te maken over de huurbetalingen. In hun beider belang. Gooi niet meteen de 'kont tegen de krib'. Aan beide kanten.

HEMA dus...
HEMA betreft een warenhuis. Zogenaamd een retailvorm die in de verdrukking zit. Maar is dat wel zo? Action bijvoorbeeld is óók een warenhuis, en een gigantisch succes. Het is een formule die niet alleen fors uitbreidt maar ook enorme winsten behaalt. Action is - hoe raar dat ook klinkt voor sommigen - een complete warenhuisformule. Want 'alles' kun je er kopen. Zelfs kleding. Het concept slaat aan. 'Grabbelen en graaien'. Dát is de kracht van Action. Zeker als de prijzen belachelijk laag zijn. Het spreekt de Nederlander aan. En het spreekt de buitenlander aan. Want in elk land is er een grote groep koopjesjagers. En in elk land waar Action zich vestigt is het een doorslaand succes.

Zou dat ook kunnen lukken voor het middensegment? Het segment boven het discount segment? Jazeker. Uiteindelijk willen veel consumenten - in Nederland en daarbuiten - gewoon een goede deal maken. Niet alleen maar ramsj kopen. Of - voor velen - veel te dure kwaliteitsspullen bij de Bijenkorf. Die het overigens in het luxesegment meer dan uitstekend doet.

Maar het middensegment dus. HEMA bevindt zich daar nu. Die het – met enig vallen en opstaan – wel weer steeds beter gaat doen. En geen operationele verliezen meer maakt. Vroeger bevond HEMA zich in het lage segment. Maar met de komst van Action vormt HEMA eigenlijk het nieuwe middensegment. Zeker nu er geen V&D meer is en Hudson's Bay er ook een potje van heeft gemaakt. HEMA gaat het redden. Sterker nog: HEMA heeft uitbreidingspotentie nu een opvolger van V&D - waar wel degelijk marktruimte voor is - vooralsnog op zich laat wachten. Hoe dat zit? Ik vertel het u graag.

HEMA is de ideale winkel voor de Middenlander
HEMA heeft zich altijd al - bewust of onbewust - gericht op de 'Middenlander' (zie ook de analyses van electoraal geograaf Josse de Voogd). Dat is een soort van 'gemiddelde Nederlander'. Nederland bestaat immers nog steeds voor meer dan de helft uit deze 'gewone Nederlander'. Dat zijn geen hipsters. Geen grachtengordelbewoners. Geen bakfietsende inwoners van de binnenstad van Utrecht. En dat zijn geen mensen die denken vanuit de circulaire economie. Maar wél mensen die wonen in het zogenaamde Middenland.

Die mensen bevolken middelgrote steden van circa twintigduizend tot 150 duizend inwoners. Zoals Amersfoort, Schagen, Meppel, Wolvega en nog talloze andere plaatsen. Vaak zijn dit dan ook de steden waar zaken als HEMA het nog steeds heel goed doen. Meestal met sterke franchisers aan het roer die de lokale sentimenten ('Doe maar gewoon, dan doe je al gek genoeg') goed in de smiezen hebben.

Net zoals de verkiezingsuitslag wordt bepaald door de inwoners van het Middenland en niet door de inwoners van de binnenstad van Amsterdam, zo wordt het succes van een 'gemiddelde' winkelketen als HEMA óók in het Middenland bepaald. Vergis je niet: er zijn 'Middenlanders' met een kleine portemonnee. Maar wees niet verbaasd als een Middenlander aan komt rijden in een vette SUV. En een inkomen van vijf keer modaal heeft. Als jij weet hoe je deze grote groep weet te verleiden tot aankopen, ben je spekkoper.

Geen genderneutraal geneuzel
Maar HEMA, doe dan geen dingen waar de Middenlander een hekel aan heeft. Zoals de introductie van

genderneutrale kleding voor kinderen. Dit deed een tijdje terug behoorlijk wat stof opwaaien. Een actie van een twaalfjarig meisje was de grote aanjager in deze. Toch raar dat een eenling zoveel invloed heeft.
Wat zijn de feiten? Onderzoek wijst uit dat 0,5 tot 2,3 procent van de mensen zich onzeker voelt over de geslachtsidentiteit. 0,5 procent betreft mensen die daadwerkelijk een transitie ondergaan. 2,3 procent betreft mensen die twijfelen over de genderidentiteit. Hoe het ook zij: (bijna) 98 tot 99,5 procent van de Nederlanders voelt zich heel duidelijk 'man' of 'vrouw'. Sommigen twijfelen. Prima. Het is een grondrecht om je hierover te uiten. En het is gelukkig mogelijk om een gehele of gedeeltelijke transitie van man tot vrouw of vice versa te ondergaan. Of er juist helemaal niets aan te doen. Prima als een winkel besluit om ook een genderneutrale (mag het dan alsjeblieft anders heten, ik vind het een nogal Orwelliaanse term?) afdeling te starten. Ik ben vóór. Maar als je de meerderheid wilt bedienen (HEMA: de winkel voor iedereen, weet u het nog?), hou het dan voornamelijk bij 'jongen' of 'meisje'. Dat vinden de kinderen namelijk zelf ook, zo blijkt uit deze poll. HEMA hoeft de maatschappij niet te veranderen. HEMA moet spullen verkopen. Zonder opsmuk. Nuttig. Speels. Zonder politieke connotatie.

En ook de terugkeer van Pasen, Kerst en Zwarte Piet
Maar wat geldt voor genderneutraliteit, geldt ook voor andere zaken die de Middenlanders belangrijk vinden. Noem 'Pasen' niet opeens 'Lente'. Noem 'Kerst' niet opeens 'Winter'. En ban Zwarte Piet niet uit de winkel. Voor de Middenlanders zijn dat vanzelfsprekende zaken. Maar voor HEMA-baas Tjeerd Jegen niet. Hij laat zich te veel beïnvloeden door het 'politiekcorrecte Grachtengordelgedachtengoed'. Een fout die door menig retailer gemaakt wordt. Dat wat in Amsterdam gemeengoed is, is juist geen gemeengoed in de rest van het land. En de meeste omzet haal je juist in de rest van het land.

Dit wil overigens niet zeggen dat ik tegen de verkoop van bijvoorbeeld hoofddoekjes ben bij HEMA. Vanuit bepaalde kringen komt daar ook veel kritiek op. Ik ben juist heel erg vóór de verkoop van dergelijke producten. Net als dat bijvoorbeeld het Suikerfeest aandacht kan krijgen in de winkel. Maar doe dat dan wel met name in de HEMA's die gevestigd zijn in de wijken waar deze moslimdoelgroep ruim vertegenwoordigd is.

Pas je gewoon aan aan je doelgroep. Uiteindelijk is dát dus mijn devies. Of dat nu Middenlanders zijn of moslims. Het maakt mij niet uit. HEMA is er juist voor iedereen. Dat moet de grote kracht zijn van deze winkelformule. Zorg ervoor dat de meeste Nederlanders (de Middenlanders dus) én de Medelanders zich hier thuis voelen. Retail? In essentie is het is echt niet zo moeilijk om van je winkel een succes te maken.

Lion Capital
Hét probleem van HEMA is niet dat het bedrijf geen succes is. Dat is het juist wel. Nog steeds. Ondanks een wat zwalkend beleid van de afgelopen vijftien jaar. Het échte probleem betreft dat het bedrijf torenhoge schulden heeft. Hiermee zijn ze opgezadeld door de vorige eigenaar. Een typisch voorbeeld van een onethisch handelend hedgefund, Lion Capital. Deze eigenaar heeft het bedrijf volledig leeggeroofd. En de huidige eigenaar Marcel Boekhoorn zit met de gebakken peren. Geef HEMA daarom enig respijt. Pas de financiering aan. En ruil schulden in voor (minderheids)aandelen in het bedrijf. HEMA heeft juist een grote toekomst voor zich. Zoals het warenhuis als retailconcept ook nog veel toekomst heeft. Zeker met een samenwerkingspartner als Jumbo. Vind er nog een kledingaanbieder bij en je hebt een volwaardig, breed en compleet warenhuis dat de strijd aankan met Action en de Bijenkorf. Én met internetgiganten als Amazon en bol.com. Een Nederlandser bedrijf dan HEMA bestaat niet. Het is een winkelformule met een enorme gunfactor. Pak die kans. En maak het bedrijf schuldenvrij. De toekomst zit dan gebeiteld. Goed voor HEMA. Goed voor HEMA-partner Jumbo. Goed voor de retail. Goed voor Nederland. Goed voor de economie. En goed voor de maatschappij. Na de coronacrisis kan HEMA dan een kickstart maken.

Hans van Tellingen