

Dit zijn de plannen die Michiel Witteveen heeft met Blokker

12-08-2020 13:40



Michiel Witteveen is sinds 2019 de eigenaar van Blokker, Big Bazar en Intertoys. Hij doopte het moederbedrijf Blokker Holding om tot Mirage – vernoemd naar zijn boot die in Griekenland voor de kust ligt – en haalde de Chinese winkelketen Miniso naar ons land. Even leek het erop dat ook HEMA onderdeel zou worden van het concern, maar Blokker trok zich uiteindelijk terug. Een gesprek met de eigenaar over zijn plannen met het bedrijf.

Witteveen werd in 2017 benoemd tot lid van de raad van commissarissen bij Blokker Holding, groeide al snel door tot presidentcommissaris en werd in 2018 waarnemend ceo van de winkelketen, als opvolger van de ontslagen Casper Meijer. In datzelfde jaar kondigde de familie Blokker aan op zoek te gaan naar een nieuwe eigenaar voor het retailconcern. Witteveen zocht naar een koper en werd dat uiteindelijk zelf.

Waarom is uw oorspronkelijke taak, het verkopen van Blokker en Big Bazar, niet gelukt?

“Er waren best wat kandidaten, maar een groot deel daarvan wilde slechts onderdelen kopen. Zo was er een partij die alleen Blokker Nederland wilde en de Belgische tak niet. Dat was niet mijn taak, het hele concern moest weg. Uiteindelijk bleven er twee over die wel alles wilden: een Duitse en een Engelse private equity-

partij. Maar dat zag ik niet zitten. Het zijn geen retailers, ze hebben geen ervaring. Dat soort clubs komt met allerlei adviseurs aan omdat men het zelf niet weet. Dan ben je zo weer een half jaar en vele dikke rapporten verder, terwijl intussen het geld blijft verdampen.”

De familie gaf u een bruidsschat mee van naar verluidt 250 miljoen euro. Wat is daarmee gedaan?

“Over de hoogte heb ik nooit een uitspraak gedaan en dat doe ik ook nu niet. We komen uit een enorm diep dal en er wordt nog steeds verlies gemaakt. Dat moet worden gefinancierd en banken gaan dat niet doen, dus daar gebruiken we het geld voor. De bruidsschat is voldoende om te zorgen dat het bedrijf weer gezond kan doorgaan.”

U bent kritisch over het beleid van de laatste jaren, zoals het Nieuwste Blokker-plan met actrice Sarah Jessica Parker als gezicht van de campagne, waardoor dertig procent van de klanten zou zijn weggelopen. Maar dat was al een reactie op teruglopende resultaten. Is een terugkeer naar het oude Blokker dan wel de oplossing?

“In ieder geval kunnen we de klant nu weer verrassen. We moeten nog vernieuwender zijn in het productaanbod. Zo hebben we nu dertig filialen met een personal care-aanbod, want dat hoort ook bij een buurtwinkel. Bij ons moet je alles kunnen krijgen wat je op het gebied van non-food dagelijks nodig hebt. Jarenlang deed het management alsof inkoop niet belangrijk was. Dat is echt de grootste fout geweest.”

Waar wilt u naartoe met dit avontuur?

“Missie één is winstgevend worden. Dat is de belangrijkste drijfveer. Uiteindelijk zou ik het mooi vinden het bedrijf naar het volk te brengen via een beursnotering. Of het lukt weet ik niet, want als je daar tegen de banken over begint is het allemaal heel moeilijk. Maar ik zou het graag willen.”

Waarom wilt u dat zo graag?

Je hebt een iconisch bedrijf met een naamsbekendheid van 99 procent en 27 miljoen kassa-aanslagen in Nederland. Dat zijn dus mensen die ons relevant vinden, anders komen ze niet. Als je die nou allemaal aandeelhouder kunt maken, blijven ze altijd terugkomen. Je maakt van een aandeel een soort loyaliteitskaart. Albert Heijn is groot geworden met zijn zegeltjes, zij zijn gefinancierd door hun eigen klanten. Dat is heel knap gedaan.”

Als de familie er niet geweest was zou Blokker niet meer bestaan, vertelde u in een eerder interview. Wie garandeert de toekomst nu de emotionele redenen om de keten overeind te houden, zijn weggevallen?

“Nou, ik ben ook behoorlijk emotioneel gebonden aan dit merk.”

Maar als het straks financieel toch allemaal niet haalbaar blijkt, trekt u er wellicht eerder de stekker uit dan een echte Blokker.

“Weet je, een tijdje terug hield ik voor alle managers een verhaal. Over de toespraak van John F. Kennedy uit 1962, waarin hij zegt: ‘We choose to go to the moon.’ Ik dacht destijds: die man is gek, dat gaat natuurlijk nooit lukken. Wij zitten in eenzelfde situatie. We komen van een megaverlies en de olietanker moet helemaal de andere kant op. Het is een enorme klus en dat vergt heel veel van mensen. Het zal niet gemakkelijk zijn en er zullen altijd weer beren op de weg komen. Maar sinds ik op 24 april eigenaar ben geworden heb ik niet getwijfeld. Mislukken is geen optie. Dit gaat lukken.”

Daar lijkt met de cijfers van 2019 de eerste stap voor gezet te zijn. Draaide Blokker in 2018 namelijk nog een verlies van 344 miljoen euro, afgelopen jaar werd dit teruggedrongen naar 144 miljoen euro. Welk gevoel overheerst bij u als u naar die jaarcijfers kijkt?

“Het gevoel van ‘we zijn op de goede weg’. We hebben het moeilijke verleden achter ons gelaten.”

De eerste moeilijke maanden van de coronacrisis zijn jullie als organisatie naar eigen zeggen goed doorgekomen. Zonder steunmaatregelen van de overheid. En zowel de leveranciers als de verhuurders zijn betaald. Daar bent u trots op?

"Daar ben ik niet alleen trots op, wij met z'n allen kunnen heel erg trots zijn dat we dat hebben kunnen realiseren. In de retailwereld is het heel erg moeilijk. Helaas hebben heel veel retailers het echt slecht. En wij komen er goed doorheen. Het heeft nogal wat gevraagd van mensen. Ons hele kantoor zat thuis. Er is gebleken dat er voldoende flexibiliteit en slagkracht is om het bedrijf thuis door te kunnen runnen. Daar ben ik ook heel blij mee."

Durft u over de rest van het jaar een verwachting uit te spreken?

"Ik vind dat heel erg moeilijk. We volgen natuurlijk wat de banken roepen: een enorme recessie. Tja, wij zijn er klaar voor. De consument moet ons niet in de steek laten, maar dat geldt voor iedereen."

Dit artikel verscheen eerder in RetailTrends-magazine.

Michiel Witteveen is een van de sprekers op RetailTrends Live! op 10 september het DeLaMar theater Amsterdam. Hij wordt live geïnterviewd op het podium door topjournalist Frénk van der Linden. Andere sprekers zijn onder meer Raymond Cloosterman (Rituals), Wouter Kolk (Ahold Delhaize), Phillip Mountford (Hunkemöller), Ton van Veen (Jumbo) en John van der Ent (Spar). Wil je er live bij zijn in DeLaMar óf digitaal meekijken, [kijk dan hier voor tickets](#).

Amnon Vogel en Henrico Pit