

'Of Blokker V&D achterna gaat? Het wordt een dubbeltje op zijn kant'

ECONOMIE 29 MEI 2018

ANP

GESCHREVEN DOOR

Jeroen Schutijser

verslaggever Economie

Het drama rond V&D weet iedereen zich nog te herinneren. Een machtig, oer-Hollands warenhuis met ooit 62 vestigingen ging ten onder. En een vraag die nu serieus op tafel ligt: is de ellende nog niet voorbij? Want met zo'n andere Nederlandse grootmacht in de detailhandel - winkelconcern Blokker - gaat het ook bepaald niet goed.

Had het imperium van de familie Blokker in 2016 nog een omzet van 2 miljard euro, 2100 winkels en 21.000 medewerkers, na de verkoop van onder meer Intertoys/Bart Smit, Xenos en Leen Bakker telt het bedrijf nog zo'n 420 Blokker-winkels met 6500 personeelsleden. Bewust wil Blokker doorgaan met slechts één keten, daartoe enigszins gedwongen door het megaverlies over 2016 van 180 miljoen euro.

Later vandaag komen de cijfers over 2017. "Ze zullen diep-diep rood zijn", verwacht retailkenner en directeur van marktonderzoeker Q&A, Frank Quix. Gaat Blokker uiteindelijk V&D achterna? "Het wordt een dubbeltje op zijn kant."

Jongeren niet op huishouden gericht

Ook Kitty Koelemeijer van de Nijenrode University is pessimistisch: "En dat vind ik ontzettend jammer. Blokker heeft een oude, trouwe doelgroep. Voor hen verkoopt Blokker die typische Blokker-producten als groene zeep, kookplaatjes en bakvormen, maar de jongeren krijg je daar de winkel niet meer mee in. Die zijn ook wat minder op het huishouden gericht en bovendien kun je die artikelen overal krijgen, zoals op internet. Het wordt heel moeilijk voor Blokker."

Volgens Quix wordt de grootste uitdaging voor de nieuwe directie: de keten weer onmisbaar maken bij het grote publiek. De vraag is of ze daar voldoende tijd voor krijgen van de aandeelhouders: de familie Blokker dus. Zij moeten geld bijleggen als er rode cijfers worden geschreven.

Stekker eruit?

Hoelang willen zij nog geld steken in een bedrijf dat sinds 2014 al geen winst meer maakt? "De stekker eruit trekken? Dat is makkelijker gezegd dan gedaan", zegt Quix. "Ze hebben te maken met werkgelegenheid van duizenden mensen. Daar moeten ze ook om denken."

Maar als in een tijd van hoogconjunctuur - de economie draait nu als een tierelier - een winkel nog geen winst weet te maken, dan kun je toch beter stoppen? Dirk Mulder, retaildeskundige van de ING, wil daar wel een kanttekening bij plaatsen: "Het gaat wel goed met de retail, maar dan vooral met de webwinkels, de supermarkten en woonwinkels. Als je die mooie omzetplussen er vanaf haalt, zie je dat veel winkels slechts met een klein plusje of een min opereren. Daar hoort Blokker ook bij."

Onbegrijpelijk

Marketingstrateg Paul Moers, die in het verleden Blokker over een nieuwe koers heeft geadviseerd, vindt het onbegrijpelijk dat de topman van Blokker, Casper Meijer, een maand geleden alweer het veld moest ruimen.

"Hij was de goede weg ingeslagen twee jaar geleden, maar nu zie je dat er - mede onder invloed van de familie Blokker - zaken weer worden teruggedraaid. Heel dom. Gaan ze weer goedkope artikelen verkopen waarmee ze het blijkbaar willen opnemen tegen goedkope winkels als de Action. Dat moet je gewoon niet doen. Die strijd win je toch niet."

Blokker heeft te kennen gegeven vandaag voor radio en televisie geen enkele toelichting te willen geven op de cijfers. Ook dat vindt Moers onbegrijpelijk: "Er is heel veel negatiefs gepubliceerd over Blokker de afgelopen tijd. Het heeft helemaal geen zin dan je kop in het zand te steken. Zoek de pers en daarmee het publiek op, vertel gewoon je verhaal in plaats van je te verstoppen."

BEKIJK OOK