



TACO DE GROOT

Kijk eens goed naar de consument en je businessmodel; en draag je personeel op handen, stelt CEO Taco de Groot van Vastned. 'Grote kans dat je de "retailjungle" overleeft.'

'DE ECONOMISCHE CRISIS DE SCHULD GEVEN, WAS MAKKELIJK'

'De retailer heeft het nog steeds lastig, ondanks dat de economische crisis achter ons ligt en de consument meer kan uitgeven. De economische crisis de schuld geven, was makkelijk, maar veel retailers worstelen met hun businessmodel. In Nederland gaan nog regelmatig modewinkels failliet zoals SuperTrash. Ik weet ook zeker dat sommige winkelcentra, met een te groot aandeel aan mode in provinciale plaatsen met demografische teruggang, het nog wel voor hun kiezen krijgen. Je moet de juiste cocktail vinden; massa is kassa, geldt niet meer. Zelfs bij Inditex (onder andere Zara, Pull&Bear), toch wel dé held op fashiongebied, zie je dat prestaties niet optimaal zijn. H&M heeft ook een probleem: hun kleding is steeds minder fashionable. Die vaste klant vertrekt dan bijvoorbeeld naar Primark of koopt online betaalbare hippe mode. Daarnaast wordt geld anders besteed en dat gaat ten koste van uitgaven in een winkel. Tegenwoordig moet je Ziggo hebben om de Formule 1 te kunnen zien en Netflix voor een leuke serie of film. De consument van nu zit anders in elkaar, en geeft meer geld uit aan een smartphone, vermaak, reizen, uit eten gaan of een kopje koffie. Als retailer moet je breder leren denken om te verkopen. Schaap & Citroen doet dit goed: als er een nieuwe Porsche wordt geïntroduceerd is Schaap & Citroen van de partij met horloges en sieraden. Daarmee weten ze zich als retailer te onderscheiden.'

'GOED PERSONEEL KAN HET VERSCHIL MAKEN'

'Het verbaast mij dat nagenoeg alle retailers hun personeel als kostenpost zien in plaats van een investering. Goed personeel kan net het verschil maken. Retailers die wel investeren in vriendelijk en goed opgeleid personeel weten hun omzet te behouden. Ik was laatst bij Holland & Barrett, voorheen De Tuinen, en was verbaasd over de goede service en kennis van het personeel. Dat maakt dat je als consument terugkomt. Een goede winkel heeft personeel in huis die de consument niet zonder een aankoop naar huis laat gaan. En heb je het product op dat moment niet in de winkel, bestel en bezorg dit dan bijvoorbeeld later aan huis. Te weinig winkels bieden deze service. Investeer in je formule, service én personeel.'

'IK WIL NIET DE GROOTSTE ZIJN'

'Vastgoed is op dit moment redelijk hoog geprijsd, dus breiden we voorzichtig uit. Opeens zie je partijen tegen hoge prijzen kopen, partijen die nooit eerder in retail investeerden. Vastned loopt niet mee in dat gehijg op de markt. Geen fouten maken is in deze fase heel belangrijk. Je moet je niet laten verblinden door de deal en voorzichtig zijn: we investeren wel met andermans geld. Ik heb altijd twijfels gehad over bedrijven die groei op nummer één zetten. Ik wil niet de grootste zijn, dat is dé receptuur voor ellende, maar ik wil wel een kwalitatief hoogwaardige portefeuille en organisatie neerzetten. Daarom hebben we de laatste jaren hard gewerkt aan een robuuste portefeuille en zetten we de juiste formule in een pand. Na de zomer opent Uniqlo bijvoorbeeld, de eerste vestiging in Nederland op de Kalverstraat/Rokin, en daar zijn we trots op. En, wat voor de winkel geldt, is ook van toepassing op Vastned: ons personeel moet het gevoel hebben dat ze gewaardeerd wordt. Ook een aspect waarmee je de markt veroverd. De laatste vijf jaar hebben we een fantastische transitie gemaakt met ons bedrijf: wij zijn echt een familie geworden!'



FAVORIETEN

RETAILER:

'Uniqlo. In het buitenland doen ze het enorm goed, en ik ben benieuwd hoe de Nederlandse consument reageert.'

FOOD:

'Groenteboer Landwaart in Maartensdijk met eerlijke en biologische producten; mensen komen van heinde en ver om daar hun boodschappen te doen. Een fantastische winkel met gedreven personeel en geweldige producten.'

LOCAL HERO:

'Sartoria, een damesmodewinkel in Naarden. De persoonlijke service is hoog.'

WINKELSTAD:

'Amsterdam en Madrid. In Madrid kom je merken tegen die je niet in Nederland hebt. Er zitten nog kleine winkels, en je kunt er fantastisch lunchen en dineren. Madrid is een authentieke stad met een middeleeuws centrum en mooie musea. Barcelona struinen we als bedrijf wel af, maar politiek gezien is die stad instabiel en veel minder verrassend dan Madrid.'