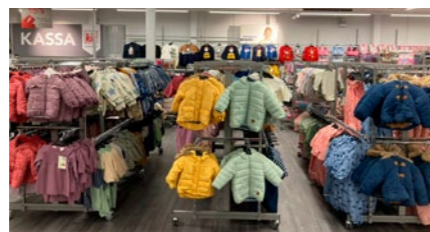


‘DE CONSUMENT NEEMT STEEDS VAKER DE AFSLAG NAAR DISCOUNTER KIK’

Last van de naweeën van de corona- en energiecrisis? Het gaat Kik voor de wind. Klanten letten door de crises meer op hun portemonnee en kopen hun outfit steeds vaker bij deze internationale discounter. David Philipoom, managing director van de Nederlandse vestigingen, opende dit jaar de ene na de andere winkel.



Vijf jaar geleden sprong David Philipoom in het diepe. Hij reisde de wereld over voor onder meer Esprit en River Island, en zocht meer stabiliteit in zijn privéleven. Daarnaast houdt Philipoom wel van een stevige uitdaging: Kik, met superbetaalbare kleding voor het hele gezin, huishoudelijke artikelen en decoratie voor huis en tuin, op de kaart zetten in het Hollandse landschap. ‘Dat is leuker dan ergens binnen stappen waar het spik en span is.’

De internationale keten telt ruim 4.000 filialen in veertien Europese landen met aan het eind van dit jaar zestig vestigingen in Nederland. Na de corona- en tijdens de energiecrisis nam de consument steeds vaker de afslag naar de discounter. ‘Het loopt als een tierelier. Mensen kijken nog meer dan voorheen naar hun uitgavepatroon, en de kwaliteit bij Kik is prima.’

DUURZAAM

Sinds 2015 neemt de discounter duurzaamheid serieus. Het gaat niet alleen om consumentvriendelijke prijzen, maar ook om een duurzame bedrijfsontwikkeling. De winkels hebben ledverlichting, filialen zijn uitgerust met slimme meters, plastic tassen zijn vervangen door herbruikbare exemplaren, de batterijen voor de pallettrucks in de logistieke centra rijden op lithium-ionbatterijen. En Kik gaat nog een stapje verder. Goederen worden niet door de lucht vervoerd, maar over land en zee. Daarmee wordt de CO₂ uitstoot met een factor 7 verminderd.

DUURZAAM EN GOEDKOOP BLIJKT DUS TE KUNNEN?

‘Ja, we werken met strakke marges. In duurzaamheid lopen we niet voorop, maar zeker niet achteraan. Inmiddels

hebben we al zo’n 570 ton plastic afval voorkomen. Kik ziet er bijvoorbeeld ook op toe dat leveranciers duurzaam werken en de milieunormen naleven. Ons bedrijf heeft de Fashion Industry Charter ondertekend, en zich zo verbonden de CO₂ uitstoot veroorzaakt door bedrijfsactiviteiten met dertig procent te verminderen.’

EN DIE ARBEIDSKRACHTEN IN DE ATELIERS IN TURKIJE KRIJGEN OOK EEN BEETJE BETAALD EN WERKEN NORMALE UREN?

‘Zeker! Kik zet zich in voor de uitbanning van schendingen van mensenrechten, en strijdt tegen kinder- en dwangarbeid, buitensporige arbeidstijden, gendergerelateerd geweld, omkoping en corruptie. We financieren bijvoorbeeld ook goede doelen zoals het opzetten van scholen in Bangladesh.’

WE KENNEN AL MEERDERE DISCOUNTERS IN NEDERLAND. HOE ONDERSCHIEDT KIK ZICH?

‘De kracht zit in de verkoop van kleding voor het hele gezin. Voor dertig euro scoor je een modische outfit. We doen aan outfitpresentatie dus kun je de kleding makkelijk bij elkaar shoppen. Daarnaast hebben we een breed non-food assortiment met nieuwe items en kun je op thema shoppen, mixen en matchen. De kwaliteit van de kleding is vergelijkbaar met C&A, maar de prijs goedkoper. En bij Kik Nederland denken we ook aan mensen met een maatje meer, die groep valt nogal eens tussen wal en schip.’

ZONDER PERSONEEL DRAAI JE NIET. HOE LOS JIJ DE KRAPTE OP DE ARBEIDSMARKT OP?

‘Dat is een enorme uitdaging. Filiaalmanagers zullen op de eerste plaats meer tijd moeten nemen voor de medewerkers, naar ze luisteren en respectvol communiceren. Dat maakt al een heel verschil. Je moet ervoor zorgen dat personeel zich thuis voelt en niet wegloupt.’

WAAR ZET JE DE KOMENDE TIJD OP IN?

‘Ik wil nog betere locaties vinden voor onze winkels. Dan moet je als retailer ook de vastgoedeigenaar tegemoet komen en zorgen dat zij met jou in zee willen gaan. Inmiddels heeft Kik dit vertrouwen op de Nederlandse markt gekregen. Er ligt een goede basis om te groeien en sneller aan tafel te komen. Ik heb dit jaar zelfs een aantal aanvragen *on hold* moeten zetten. Verstandig groeien doe je met beleid.’

WELKE VESTIGING VALT DIT JAAR OP?

‘Op het Zuidplein in Rotterdam hebben we de winkel uitgebreid. In korte tijd is de vestiging enorm succesvol geworden. Mooi om te zien!’

TREK JE ZELF WEL EENS IETS UIT HET KIK-REK?

‘Ik koop eigenlijk vaker iets voor mijn dochter. Nu ze wat ouder is home deco voor haar slaapkamer.’



DAVID PHILIPOOM

Managing Director Kik Textiel & Non-food B.V.

VOORAL BEZIG MET:

Sturen

WIL BEREIKEN:

Gelukkig blijven & dagelijks kunnen genieten

OVER TIEN JAAR:

Alleen maar doen waar ik energie van krijg

WELK CIJFER GEEF JE 2023: 8,73

DE BELANGRIJKSTE LES WAS:

Omzet is niet alles

MOOISTE MOMENT:

Weet ik niet zo, probeer dagelijks mooie kleine momentjes mee te maken

BESTE ZET:

Aannemen van een paar kanjers

MOOISTE DEAL:

Aantal goede locaties aangehuurd. Vind het lastig om daar weer de beste uit te kiezen

BESTE ZAKELIJKE BIJEENKOMST:

Retailtrends Live

OPVALLENDSTE NIEUWS:

Het niet weggegooid lidmaatschap van Bernard. Waarom bewaar je zoiets?

GROOTSTE IRRITATIE:

Dat ondernemers te veel kosten worden doorbelast in te korte tijd

AAN WIE GEËRGED:

Aan leiders die landje pikken en het volk als kanonnenvlees de oorlog in sturen

BESTE SPEECH:

Dat is alweer even geleden, maar Obama kon er wat van

BESTE ZAKENBOEK:

Een werkweek van 4 uur van Timothy Ferriss. Altijd interessant hoe je effectief kunt zijn en tijd over houdt voor andere zaken

HET MEEST GELEERD VAN:

Mijn pa. Rasondernemer, straatvechter, met niets best groot geworden en daarbij levensgenieter

TALENT VAN HET JAAR:

Er zijn veel mensen waar ik tegenop kijk vanwege hun talent, maar ik ben heel slecht in het kiezen van de meest talentvolle in mijn ogen, sorry!

WAT IS JE PLAN VOOR 2024: Focus op kwalitatieve expansie. Meer winkels, maar wel met heel veel focus op behoud van medewerkers door deze zo veel mogelijk te motiveren

WAT GA JE ANDERS DOEN DAN IN 2024: Veel meer focussen op behoud medewerkers in plaats van focus op aanwerven. Met de huidige verloopcijfers is het dweilen met de kraan open

WAAR ZIE JE HET MEEST TEGENOP: De voortzetting van kostenstijgingen en de toenemende impact hiervan op het bedrijfsresultaat

WAT IS JE GROOTSTE UITDAGING: Marges bewaken en personeel op langere termijn vasthouden