

WINKELKETEN BLOKKER HEB-
ben we nog niet hoeven toe-
voegen aan het rijtje Halfords,
V&D, Free Record Shop en
Edah. En de rest van de Ne-
derlandse retailers die door
de crisis en disruptie door
digitale spelers ten onder
zijn gegaan.

Bij moederbedrijf Blokker

Holding - dat tot een paar jaar geleden nog zo'n twee miljard euro omzet deed - zat gelukkig nog wel voldoende vet op de botten. En dus kreeg het bedrijf in 2015 een nieuwe topman, die een jaar later meldde ruim honderd miljoen euro vrij te maken voor wat hij typeerde als een radicale transformatie. "Compromisloos en allesomvattend", zo klonk het. Waarbij "half werk geen optie is", roeptoeterde de CEO. En dus werd er veel geld gepompt in een nieuwe *look & feel*, het assortiment en werden ook online de bakens verzet.

Een ding had de directie echter over het hoofd gezien: het bedrijf heeft geen greintje digitaal in zijn DNA zitten. Het binnenhalen van mensen die dat wel hebben ligt dan voor de hand, maar het duurt nogal een tijd voordat je alle zeventuizend medewerkers van het nieuwe denken hebt overtuigd...

Zeker als je bedenkt dat de top van Blokker deels niet gelooft in een digitale toekomst van het bedrijf. En van mening is dat je je geld beter in de winkelstraat kunt stoppen. Dat het concern vandaag de dag, zowel off- als online, rode cijfers schrijft is overigens logisch, de kost gaat immers ook hier voor de baat uit. Een wetmatigheid voor menig retailer in deze tijd. Van Amazon tot bol.com.

Los van een nieuw jasje en een reclamecampagne - met *Sex and the City* -ster Sarah Jessica Parker - merkt de doorsnee klant vooralsnog weinig van de beloofde ommezwaai. De belofte om elke dag een nieuwe winkel te openen, blijkt zelfs op drijfzand gebouwd. In werkelijkheid daalt het totaal aantal vestigingen namelijk. 'Nieuw' blijkt vooral te slaan op de

restyle die menig winkel inmiddels heeft ondergaan, meer niet.

En daar zit meteen het echte gevaar. Want Blokker kon voorheen oude voorraden alsnog proberen te verkopen in nieuwe vestigingen. Nu het aantal bakstenen winkels echter daalt, zal het steeds meer van die voorraad moeten afschrijven. En dreigt niet alleen het einde van de radicale transformatie, maar van het hele bedrijf alsnog snel in zicht te komen.

Ruud
Hendriks
**Radicale
misser**