

MediaMarkt komt slagveld in winkelstraat goed door: 'Kleinere filialen op komst'

AMSTERDAM - De laatste tien jaar zijn er in Nederland zo'n 400 elektronicazaken verdwenen. Bekende namen als Scheer & Foppen en De Harense Smid vielen om. Het recentste slachtoffer is BCC. En MediaMarkt? Daar gaat het goed mee, zegt ceo Benelux Remko Rijnders. „Je hoeft je geen zorgen te maken.”

Nee, verbaasd dat BCC failliet ging was Remko Rijnders niet. De ceo van MediaMarkt Benelux wist dat het al een tijdje niet goed ging met de concurrent. „In het algemeen: als een retailer niks aan zijn ervaring op de winkelvloer doet of te weinig met innovatie bezig is, dan wordt het heel snel heel lastig. Je werkt met relatief dunne marges en de omzet is dan heel belangrijk. Je moet een trigger hebben die ervoor zorgt dat de klant vanuit de *online journey* ook naar de winkels toegaat.”

In tegenstelling tot BCC is MediaMarkt in Nederland winstgevend, zegt Rijnders. „In coronatijd hebben wij ook een redelijk lastige periode gehad, omdat winkels maandenlang achtereen dicht zijn geweest.” De onlineverkopen groeiden volgens hem met 300%, maar dat was niet voldoende om de weggevallen omzet in de winkels te compenseren. „We zaten net onder het break-evenpunt. Nu zitten we er behoorlijk boven. We groeien in omzet en in marktaandeel.”

Hogere bestedingen

Rijnders ziet dat klanten gemiddeld meer besteden. Ze kopen minder artikelen, maar wel van betere kwaliteit. Het marktaandeel van MediaMarkt in Nederland ligt rond 16,5%, zegt Rijnders, die al vijftien jaar bij de keten werkt. Sinds begin dit jaar is hij niet alleen eindverantwoordelijk voor de Benelux, maar heeft hij ook de leiding over het operationele beleid in Spanje, Portugal, Polen en Turkije.

Vooral op het gebied van tablets en gameconsoles doet MediaMarkt het goed in Nederland, met respectievelijk 30 en 42%. Daarentegen is het aandeel bij wasmachines slechts 12%. „Op witgoed kunnen we het nog veel beter doen.”

Marktplaats

Rijnders verwacht dat over vijf jaar online goed is voor de helft van de omzet in de elektroniecabranche. „Dat is ook ons doel. In Nederland is het bij ons nu 33%.” Maart volgend jaar wordt de webshop uitgebreid met een marktplaats, waar externe verkopers hun producten kunnen aanbieden. In Duitsland, Oostenrijk en Spanje kan dat al.

Het gaat om specialistische producten die MediaMarkt wel graag wil aanbieden, maar die het niet zelf op voorraad wil hebben. In Nederland gebeurt het in eerste instantie op het gebied van gaming, zoals notebooks, monitoren en accessoires.

Een soort bol.com of Amazon dus. Maar dan met een groot verschil. „Wie het koopt, kan het bij ons ook in de winkel ophalen, terugbrengen of aanbieden voor reparatie. Dat is wat andere *onliners* niet kunnen.”

Winkels verkleind

MediaMarkt mikt nog steeds op grote winkels, waarvan de keten er in Nederland bijna vijftig heeft. Al zijn die, met een gemiddelde vloeroppervlakte van 2300 m², wel kleiner geworden. „Het aantal vierkante meters aan producten is drastisch gereduceerd. Vroeger was het: laten we de grootste winkel openen. Een supermarktmodel van elektronica. Zo veel mogelijk producten neerzetten voor de scherpste prijzen. Dat werkt niet meer. Met de onlinetransitie hebben we niet meer het grootste assortiment.”

In plaats daarvan is er meer ruimte gekomen voor *services & solutions*. Zo zijn de zogenoemde smartbars voor reparaties en de afhaalpunten voor onlinebestellingen vergroot. Ook is er extra ruimte gecreëerd voor shop-in-shops en demonstraties. „Al onze winkels zijn de afgelopen drie jaar gemoderniseerd.”

Nieuw concept

Rijnders ziet in Nederland daarnaast ruimte voor tien à vijftien kleinere winkels van 400 tot 800 m². In onder meer Italië heeft MediaMarkt die al. Klanten kunnen er terecht voor accessoires en advies, en ze kunnen er bestellingen ophalen. Volgend jaar opent er in Nederland zeker eentje, zegt Rijnders. Het zouden er ook twee of drie kunnen worden, bijvoorbeeld in voormalige BCC-panden.

Hij mikt op plekken in binnensteden met veel passanten, maar waar niet voldoende omzetspotentieel is voor een grote winkel. „Maar het kunnen ook dorpen zijn waar we nooit een MediaMarkt konden openen.” Met in totaal circa 65 winkels zit de keten hier aan zijn limiet, denkt Rijnders. „Maar winkels blijven voor ons het middelpunt in de omnichannelbeleving. Dat is onze meerwaarde.”

Bron: telegraaf.nl