

MACINTOSH WACHT OP DE CONSUMENT

TEKST: MARTIN VOORN

Macintosh moet het hebben van de consument. "De consument staat al sinds eind 2008 in de wachtstand." Een interview met topman Frank de Moor.

Hoe zijn de marktomstandigheden voor Macintosh?

"Voor alle segmenten is het op dit ogenblik een heel moeizame markt. De CBS-cijfers voor februari over de non-foodretailmarkt bevestigen dat met een daling van 5,6 procent ten opzichte van het vorige jaar. Het is een bijzonder moeizame start van het jaar

geweest voor de detailhandel. En dat kan ook bijna niet anders."

Hoezo niet?

"Ik ben in 2003 gestart als ceo, ik heb meer crisisjaren gekend, 2003, 2004, tot medio 2005, dat waren ook hele moeizame jaren. Toen had je hetzelfde fenomeen: de bevolking in Nederland en België is nog nooit zo rijk geweest als vorig jaar. Alleen wordt het geld niet uitgegeven, het wordt op de bank gezet. Dat heeft alles te maken met vertrouwen."

Dat consumentenvertrouwen is er niet.

"Consumentenvertrouwen is een labiele indicator. Wij kijken veel meer naar de koopbereidheid, die is rustiger qua verloop. Vertrouwen en koopbereidheid stegen eerst, maar nu kwam er toch weer een knik naar beneden. Dat wijst erop dat de omstandigheden nog steeds moeilijk zijn. Mensen zijn niet dom, consumenten al helemaal niet. Ze weten dat de crisis en de overheidsschulden betaald moeten worden en dat gaan wij doen. Maar zolang niet duidelijk is wie wat moet betalen, geven ze het geld niet uit. Mensen denken niet in procenten en economische kengetallen, maar wel: wat heb ik als discretionair inkomen aan het eind van de maand, wat kan ik nog uitgeven?"

In Nederland zorgt de hypotheekrenteaftrek voor onrust.

"Dat is een hele discussie natuurlijk, die mensen wezenlijk raakt. Maar ook daar geldt: het is een discussie die over de hoofden van de mensen heen gaat. Mensen willen tastbaar zien wat het voor hen betekent. Wat is het effect per maand, hoeveel euro kost dat? Wat het effect is, hangt af van hoe die plannen gemodelleerd worden. Je kunt

het bijvoorbeeld spreiden over veel jaren. De onzekerheid is ernstiger dan de maatregelen op zich, meestal."

Aan die onzekerheid komt niet snel een eind.

"Ik ben nogal een optimist. De cijfers wijzen nog niet de goede richting uit, maar anderzijds: mensen willen hun leven toch mooier maken, verbeteren? Doe je dat met een paar schoenen? Het antwoord is: ja. Uit psychologisch onderzoek blijkt dat schoenen een ontzettend grote impact hebben. En dan het huis inrichten: er zijn nog nooit zo veel huiseigenaren geweest in Nederland, misschien moeten ze leren leven met het idee dat ze iets langer in hun huis wonen dan vroeger."

ID FRANK DE MOOR

Geboren:
12 juni 1962

Functie:
ceo Macintosh Retail Group

Koersrendement:
+391% sinds aantreden op 1-2-03

Basissalaris:
430.098 euro

Opleiding:
– Econometrie en Beleidsinformatica, Katholieke Universiteit Leuven (B)
– diverse managementopleidingen, Babson College (USA)

Externe functies:
– commissaris bij Sligro Food Group
– commissaris bij Mediq
– bestuurslid Raad Nederlandse Detailhandel
– lid Raad van Toezicht Retail Instituut Nederland
– bestuurslid Electronic Commerce Platform
– bestuurslid Stichting Leerstoel Detailhandelsmarketing.

Werkervaring:
1985-1988 Procter & Gamble
1988-1989 Ernst & Whinney Belgium
1989-1990 Federal Mogul (Southfield Michigan USA)
1990-1994 Brantano
1994-heden Macintosh Retail Group

ID MACINTOSH RETAIL GROUP

Macintosh Retail Group is een grootschalige non-food retailer met onderscheidende winkelformules (o.a. Kwantum, Brantano, Scapino, BelCompany, Halfords) die zich richten op een brede groep consumenten. Onze 1.250 winkels in de Benelux, Frankrijk en het Verenigd Koninkrijk bieden een actueel en aantrekkelijk geprijsd assortiment met steeds weer interessante aanbiedingen. Hierdoor en dankzij zo'n 12.000 enthousiaste medewerkers, zijn onze klanten meer dan tevreden en komen telkens opnieuw terug.

Macintosh Retail Group kiest voor beperkte risicospreiding door met sterke winkelformules actief te zijn in een beperkt aantal sectoren en landen. Binnen die sectoren wil Macintosh Retail Group een belangrijke speler zijn met een prominent marktaandeel, zodat zoveel mogelijk klanten kunnen worden bediend en relevante product- en marktcombinaties aangeboden kunnen worden.