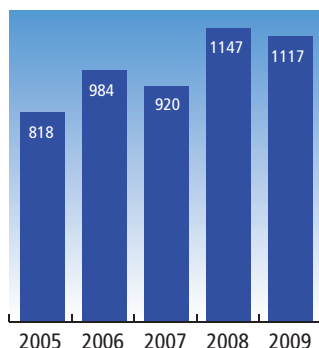
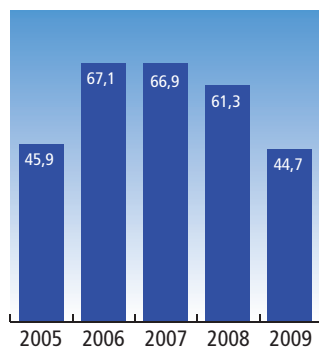


Jaarcijfers Macintosh Retail Group (€ mln)

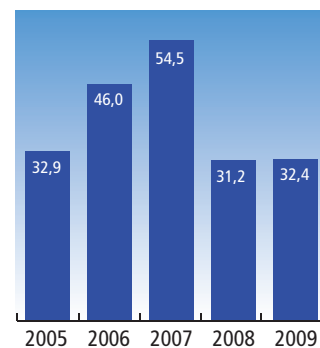
Omzet



Bedrijfsresultaat



Nettoresultaat



met een negatieve invloed in februari dan in mei.”

U kunt niks over K1 zeggen of u wilt er niets over zeggen?

“Ik kan er niks over zeggen... Ja, het heeft invloed gehad op de eerste drie maanden, maar het zal zeker niet de reden zijn waarom we een goed of een slecht seizoen gaan hebben. Het gewicht van de maand februari is laag. Dan heb je sowieso te maken met het eind van de opruimingsperiode.”

Geeft u daarom ook geen winstcijfer over het eerste kwartaal?

“Dat heeft totaal geen zin, een kwartaalcijfer geven. Ik wil ook niet het eerste kwartaal van dit jaar vergelijken met dat van vorig jaar, bijvoorbeeld omdat de vakantieperiode verschillend is. Als je een paar weken hebt met volledige marge, nieuwe producten, normale marges en geen opruimingsmarge, als die weken verschuiven van maart naar april, dan is er een grote invloed.”

Dus u kunt niks zeggen, hoewel het al begin mei is?

“De slag moet je winnen in april-mei. Dan pas zie je of het een goed of slecht zomerseizoen wordt, hoeveel we moeten opruimen. Typisch voor retail en vooral fashionretail is dat de marge en de hoeveelheden in de opruiming je seizoen in grote mate bepalen. Die opruiming gaat er hard af, vandaar ook dat het effect van de eerste maanden, januari en februari, zo negatief is op onze totale winstgevendheid. Je hebt veel te lage prijzen, maar je moet het kwijt. We hebben altijd de stelling gehuldigd dat onze voorraden ‘schoon’ moeten zijn. Daar zijn we

best trots op, dat onze voorraden nog nooit zo recent, zo up-to-date zijn geweest.”

U heeft meer prijsacties moeten doen dan anders.

“In het voorjaar van 2009 was mijn inschatting dat we te veel prijsacties gedaan hebben. En dat hebben we ook meteen gecorrigeerd in de tweede jaarhelft. De consument koopt niet alleen maar op prijs. Hij verwacht de beste prijs, maar het is niet zo dat prijs de enige factor is.”

U heeft nauwelijks in de werkgelegenheid gesneden.

“Daar zijn we ontzettend trots op, we lopen voorop in maatschappelijk verantwoord on-

dernemen. De belangrijkste maatschappelijke functie van een werkgever is proberen mensen aan het werk te houden. Nu klinkt dat op de beurs een beetje als vloeken in de kerk, dat begrijp ik. We hebben wel sterk ingegrepen in urensturing, we hebben het aantal uren met 5 procent teruggebracht, zonder mensen te ontslaan. Als we het onderscheid willen maken naar de toekomst, dan moet dat zo. We hebben het aantal opleidingsuren zelfs met 30 procent laten stijgen, dat lijkt helemaal gek. Maar dat is niet zo. Als we uit deze crisis komen, gaan we die mensen hard nodig hebben. En niet alleen qua aantal, ook op kennisniveau. Wij moeten opboksen tegen internet, maar dan moet je een koopervaring aan mensen geven.”

Is de markt voor woninginrichting nog steeds slecht?

“We zien geen signalen dat het beter wordt. De sector heeft vorig jaar gigantische klappen gekregen en heeft nog altijd zwaar te lijden. Dat licht komt pas als mensen weer het idee krijgen dat ze het langetermijnarrangement aan kunnen gaan. Of niet. Maar dat wil niet zeggen dat ik niet ga investeren.”

U heeft 100 miljoen voor overnames; in schoenen is de meeste synergie te behalen.

“Ja, maar ook in woningdecoratie moet u de synergie niet onderschatten. De markt is moeilijk, maar juist daarom zou je er nu zeker naar moeten kijken als er een mooie opportuniteit is. Voor Macintosh is woningdecoratie altijd een van de meest rendabele activiteiten geweest. Acquisities in zowel schoenen als woninginrichting kunnen.

