

## De Etam groep krijgt surseance

De volgende modeketen is in moeilijkheden, de Etamgroep. Niet op tijd veranderen, niet de juiste strategie gevoerd en niet op tijd kunnen verkopen is de eerste analyse.

Lang hebben de eigenaren van de Etamgroep, de drie broers Koriijn vastgehouden aan hun oude retailmodel. De laatste jaren, en dit gaat al zeker 5 jaar terug, bleken de resultaten jaar op jaar tegen te vallen. Te laat werd ingezien dat internet wel degelijk een concurrent was van de winkel en tot op heden is het niet gelukt een succesvol internetmodel te vinden. Dat wil zeggen een model dat winstgevend is. Natuurlijk een mooie website en een groei van verkopen is leuk, maar als iedere bestelling verliesgevend is dat is een groei van verkopen een zelfmoord actie. Miss Etam ging de prijzenslag aan met andere 'lage prijzen' winkels zoals Wehkamp, Zalando en Primark. Alleen deze partijen spelen dit spel al veel langer, alle processen zijn geoptimaliseerd en er was een ander winstmodel. Wehkamp haalt nog steeds haar winst uit kredietverlening en Primark uit haar winkels. Primark verkoopt bewust niet op internet omdat de handelingskosten te hoog zijn, waardoor internet altijd duurder is dan de winkel. Slecht voor het imago volgens Primark. Lage prijzen, hoge omzetsnelheid en super lage kosten zijn noodzakelijk om in dit segment winstgevend te zijn. Dit is toch een ander spel dan Etam gewend was. Dit is precies de val waar de Etamgroep met open ogen in is gelopen.

Aanhaken bij populaire websites als Zalando en Wehkamp moet ongetwijfeld verbazing hebben gewekt bij deze partijen. Die zijn immers concurrenten van Etam en Etam laat zich zo maar in de kaart kijken door deze partijen. *Naïef of een wanhoopsdaad?* Daarnaast moet aan deze partijen ook nog eens een percentage worden afgedragen voor services. Dit gaat ten koste van de marge van Etam en draagt bij aan de marge van Wehkamp en Zalando. Ik kan mij voorstellen dat daarop geklonken is in Zwolle en Duitsland.

Het internetspel is gecompliceerd, winst maken met internet is moeilijk en vraagt om andere vaardigheden en kennis dan Etam zo te zien heeft. Daarnaast is een gevecht in de onderkant van de markt een gevecht om flinterdunne marges, optimale kosten

beheersing en hoge omloopsnelheden. Dit vraagt om onverschrokken, ervaren ondernemerschap die de regels van het spel door en door kent. Ook deze slag heeft Etam verloren. Als ten slotte ook de CEO al na twee jaar opstapt met dit resultaat is er geen houden meer aan. (sinds 1 maart CEO van V&D!!!)

Natuurlijk de gebroeders Koriijn hebben dit ingezien en getracht hun aandelen te verkopen, maar dat is jammerlijk mislukt. Nu staan ze voor een grote uitdaging om te redden wat er te redden valt in een krimpende markt met sterk krimpende marges. Zal tenslotte ook Miss Etam en Promiss uit het winkelbeeld verdwijnen? Niet inzien dat klanten anders kopen en geen kennis van de spelregels van het nieuwe retailspel?