

HUDSON'S BAY HET LOOPT GEEN STORM

Het blijft opvallend rustig in de filialen van Hudson's Bay. Hoelang houdt het Canadese warenhuis het nog vol? „Maak er weer een winkel van voor de gewone Nederlander”, klinkt het. Vandaag gaat de winkel in Amstelveen open, volgende week die in Utrecht.

Sanne Schelfaut

Amstelveen

De directie van Hudson's Bay kan niet wachten om de vestiging in Amstelveen te openen. Ze ziet Amstelveen als koopkrachtig walhalla met een winkelcentrum dat van verre bezoekers trekt. Of deze mensen tijdens hun dagje shoppen massaal Hudson's Bay zullen bezoeken, is de vraag. In alle andere winkels van Hudson's Bay blijft het na anderhalf jaar nog pijnlijk rustig.

Het van oorsprong Canadese warenhuis wil maar niet populair worden in Nederland. Op het hoogtepunt van het cadeauseizoen eind vorig jaar draaiden de draaideuren van de Amsterdamse Bijenkorf op volle kracht, maar was het in het nabijgelegen kwartet panden van Hudson's Bay aan het Amsterdamse Rokin opmerkelijk rustig.



Hudson's Bay richt zich te veel op de jonge consument

– Hans van Tellingen, retaildeskundige

En het loopt nog steeds geen storm, zo blijkt uit een rondgang van deze krant langs vijf



ROTTERDAM



– Hans van Tellingen, retaildeskundige

En het loopt nog steeds geen storm, zo blijkt uit een rondgang van deze krant langs vijf van de huidige dertien filialen.

Hudson Bay Company wil niets meer zeggen over de gang van zaken, sinds het afgelopen september ruim de helft van zijn Europese activiteiten verkocht en eind vorig jaar uitlekte dat het bedrijf in haar eerste Nederlandse jaar 80 miljoen euro had verloren. Ook niet over de inmiddels ingezette koersverandering met meer toegankelijke producten, lagere prijzen en regelmatige prijsacties. Bij de opening in Amstelveen worden vragen over iets anders dan Amstelveen niet op prijs gesteld.

Verlies

Grote vraag is welke maatregelen de directie verder neemt om het verlies te verzachten. Is het nieuwe warehouse van Nederland nog te redden?

Retaildeskundige Hans van Tellingen denkt van wel. „Maar dan wel onder een andere naam: V&D! Koop die merkrechten op van Roland Kahn. En maak er weer een winkel van voor de gewone Nederlander. Een hele grote groep heeft geen warehouse meer om te winkelen. Zij vinden De Bijenkorf gewoon te duur en kopen geen polo voor 120 euro. Hudson’s Bay heeft de fout gemaakt tegen De Bijenkorf aan te willen schurken, waardoor de oude V&D-kanten niet zijn teruggekeerd. Daarnaast richt het warehouse zich te veel op de jonge consument. Moet je niet doen: jongeren worden al bediend door een hoop andere (online) winkels.”

V&D terug in het straatbeeld; Van Tellingen weet zeker dat het werkt. „In die prachtige panden die door de vastgoedeigenaren en Hudson’s Bay waanzinnig goed zijn gerenoveerd. Met een goede prijs-kwaliteitsverhouding ben je in staat om een goede deal met een hele groep Nederlanders te maken. Richt je met name op de 40- en 50-plussers. Deze groep wil een acceptabele kwaliteit, voor niet al te veel geld. Van alleen ramsj van de Action wordt niemand gelukkig.”

ROTTERDAM

Bij La Place moet e een tweede kassa

Op de derde verdieping van Hudson Bay in Rotterdam is het druk. Mensen staan in de rij bij de kassa. De kassa’s van het warehouse zijn maar van La Place dat een deel van de hoogste verdieping bezet.

Appelgebak en broodjes met kruidkaas vinden deze regenachtige donderdagmiddag gretig aftrek. De caissière ziet de rij en besluit haar collega’s te roepen om een tweede kassa te openen.

Deze maatregel is niet nodig in de winkel zelf. Want het is stil in het warehouse. Zelfs zo stil dat het ongewoon aanvoelt als je langs de prachtnieuwe collecties schoenen en kleding loopt. Want mooie spullen verkopen zeker bij Hudson’s Bay. Lentedaer meer de damesvesten van Supreme en dinersets van Villeroy&Boch (als de aanbieding) vliegen je om de oren.

Het is kennelijk niet genoeg om de klant te verleiden. Bij De Bijenkorf is het deze dinsdag wel druk. Hudson Bay zit ook anderhalf jaar na de opening nog steeds niet in het programma van het winkelend publiek. Het lijkt valse alsof het warehouse overal tussen de

Ze proberen het wel in Rotterdam. Op de tweede verdieping (herenruimte) is een hippe barbershop te vinden, maar alle stoelen zijn leeg. Ook op de begane grond een poging: je kunt hier uitgebreid laten opmaken, maar ook hier staan de medewerkers soms met de duimen te draaien. Ze zeggen allemaal vriendelijk gedag, om vervolgens verder te kletsen.