

BN/De Stem, dinsdag 8 oktober 2024

Dit is hoe Makro verloren klanten wil terugwinnen - en dat is niet door iedereen zomaar binnen te laten

BREDA - Een klant uit België die een dag uittrekt om huismerk-pastasaus te kopen bij de Makro in Breda. Voor de groothandel, vaak omschreven als 'vergane glorie', is het meer dan zomaar een grappig verhaal. Het is dé bevestiging dat langzaam de weg naar boven weer is gevonden.

In België sloot afgelopen jaar het laatste filiaal van Makro en ook in Nederland draait de groothandel al jarenlang verlies. Afgelopen zomer kwam in het nieuws dat het concern in 2023 voor het negende jaar op rij in de rode cijfers is geëindigd.

Maar van een sombere stemming op de werkvloer van de zeventien vestigingen in ons land is geen sprake, en dat is niet alleen vanwege die Belg die tegenwoordig voor zijn favoriete pastasaus naar Nederland komt. „Over het huidige boekjaar draaien we zeer waarschijnlijk quitte”, zegt Andries Govaert, de in 2022 aangetreden CEO die eerder de leiding had over de Makro's in Colombia.

De topman vertelt zijn verhaal terwijl hij met de Bredase vestigingsmanager Kevin Magereij door de groothandel aan de Konijnenberg loopt. Beiden zijn bekend met de verhalen van Nederlanders die de Makro 'vergane glorie' of 'de V&D onder de groothandels' noemen. „Maar mensen die dat zeggen, zijn al jaren niet meer binnen geweest”, zegt Govaert. „De sluiting van de Belgische filialen en het nieuws over de verliezen in Nederland hebben ons imago geschaad, dat kan ik niet ontkennen. Maar de afgelopen twee jaar hebben alle winkels een metamorfose ondergaan.”

Bulkvoordeel

En het moet gezegd: de Makro nieuwe stijl oogt opgeruimd in plaats van rommelig. De manden vol koopjes en reclameborden met 'nu of nooit' zijn verdwenen, in plaats daarvan zijn de gangpaden breed en overzichtelijk. De meeste producten, of het nu gaat om borden of pakken sap, staan in dozen op pallets. Op bijna elk product geldt bulkvoordeel: hoe meer je afneemt, des te

groter de korting. Het meest trots zijn Govaert en Magereij op de enorme versafdeling. „Het geeft aan wat we willen zijn: dé voordeligste groothandel voor toegankelijke Nederlandse restaurants. Van die zaken die je in de binnensteden vindt en waar friet met biefstuk op de kaart staat.”

“Het onterechte ‘het gaat niet goed’-imago zit ons dwars” - Andries Govaert, CEO

Zijn jullie die klanten niet kwijtgeraakt aan andere groothandels?

Magereij: „Voor een deel wel. Het is nu aan ons de taak om ze te overtuigen om bij Makro hun inkopen te doen. Ons team gaat regelmatig de stad in, naar de plekken waar onze potentiële klanten zitten. Dan lopen we een restaurant binnen en maken we een praatje met de kok of eigenaar: ‘Wist je dat je die vis op jouw kaart ook bij Makro kunt krijgen, maar dan voor minder dan wat je nu betaalt?’ Dat werkt.”

Govaert: „Ook ik doe dat: in die zin zijn we allemaal gelijk binnen Makro Nederland. Ik denk dat 99,9 procent van de Nederlanders Makro kent, vooral van vroeger. Maar het onterechte ‘het gaat niet goed’-imago zit ons dwars. We moeten klanten dus letterlijk uitleggen wat we tegenwoordig doen en hoe we ervoor staan.”

Volgens de jaarcijfers over 2023 zijn de resultaten niet al te best.

Govaert: „Het operationele verlies was al minder dan in het jaar daarvoor. De cijfers over dit jaar zijn net naar de accountant en ik heb er alle vertrouwen in dat we dit jaar quitte draaien. Maar uiteindelijk moeten we natuurlijk gewoon winst maken.”

Hoe kan dat, van een miljoenenverlies naar een break-even?

Govaert: „Door scherpe keuzes te maken. Neem bijvoorbeeld de manier van uitstallen: op pallets, dat scheelt mankracht. Makro is daardoor misschien niet de gezelligste groothandel van Nederland, maar wel de voordeligste. We werken bijna uitsluitend met vaste krachten en dat bespaart kosten, mede doordat het inhuren van extern personeel door de krapte op de arbeidsmarkt erg duur is. Bovendien zijn we op het gebied van inkoop en ICT veel meer gaan samenwerken met ons Duitse moederbedrijf Metro.”

Volgens experts is Makro niet met zijn tijd meegegaan.

Govaert: „Misschien moeten die dan ook maar weer eens langskomen. We hebben een webshop à la Bol.com waar 150.000 producten te vinden zijn, ook van externe leveranciers. De bezorgtak is ook volop in ontwikkeling: ondernemers die geen tijd hebben om langs te komen, kunnen hun producten op de zaak laten bezorgen.”

Magereij: „Neem bijvoorbeeld magnetrons. Vroeger hadden we er tientallen uitgestald staan in de winkel, nu maar zeven. Maar in onze webshop kun je meer dan 80 verschillende types vinden.”

“We houden vast aan de pasjes, om te voorkomen dat het een beetje supermarkt én een beetje groothandel wordt.” - Andries Govaert, CEO

Makropasjes worden alleen verstrekt aan ondernemers. Waarom gooien jullie dat pasjessysteem niet overboord? Dan trek je misschien nog meer klanten.

Govaert: „Onze focus is nu echt gericht op de Nederlandse horeca-ondernemer. Daarom houden we ook vast aan de pasjes, om te voorkomen dat het een beetje supermarkt én een beetje groothandel wordt. We kunnen en gaan niet controleren of klanten ook wat boodschappen meenemen voor thuis. Overigens kan iedereen, ook zonder Makro-kaart, non-food artikelen bestellen in onze webshop en hier tanken.”

In België is een aantal Makro's overgenomen door Sligro. Wat als die hier aan de deur kloppen met een goed bod?

Govaert: „Metro heeft altijd achter Makro gestaan, recent in de slechte tijden en straks ook weer in goede tijden. Die steun is keer op keer uitgesproken door de aandeelhouders.” Hij wil maar zeggen: dat gaat niet gebeuren.

Nog even terug naar die klant uit België. Waarom bent u daar zo trots op?

Magereij: „Dat toont aan dat wij eigenmerkproducten tegen een vriendelijke prijs leveren. Die ondernemer mist die saus echt sinds de sluiting in België. Dat vertrouwen in ons doet me echt goed, net als klanten die zeggen dat ze hier zo'n goed wijnadvis hebben gekregen van onze sommelier.”



De Makro in Breda opende in 1971 en was daarmee het eerste filiaal buiten de Randstad. Intern wordt de vestiging nog altijd aangeduid als 'nummer drie'.