

Action snelstgroeiende bedrijf van Nederland: 400 nieuwe winkels per jaar erbij

Amsterdam- Koopjesketen Action is uitgeroepen tot het snelstgroeiende bedrijf van Nederland. Vooral over de grens breidt het bedrijf in hoog tempo uit. Het in 1993 in Enkhuizen opgerichte bedrijf heeft vestigingen in veertien Europese landen en opende eerder dit jaar haar drieduizendste winkel.

Action-ceo Hajir Hajji ontving dinsdag in het Nieuwe Luxor Theater in Rotterdam de Golden Scaler Award uit handen van de winnaar van vorig jaar, Matthijs Welle, ceo van hotelsoftwarebedrijf Mews. „Ik ben er trots op dat ik namens Action deze prijs in ontvangst mag nemen”, aldus Hajji. „Ik draag de award graag op aan al onze 80.000 medewerkers die elke dag opnieuw de wensen van onze klanten vooropstellen en hen helpen met goede producten voor de laagste prijs.” Eerdere winnaars zijn onder andere Valcon, media.monks, Picnic, Coolblue, JustEat Takeaway en Rituals.

Het Erasmus Centre for Entrepreneurship (ECE) doet jaarlijks onderzoek naar de 250 snelstgroeiende bedrijven. Hoewel Action al vaker in de lijst heeft gestaan, stond het nooit bovenaan. „We kijken naar zowel de absolute groei als de relatieve groei in de afgelopen drie jaar”, vertelt hoogleraar Justin Jansen van ECE. „Action is al groot waardoor de relatieve groei minder groot is dan bij kleinere bedrijven.”

Dat de koopjesketen dit jaar wel bovenaan de lijst eindigt, heeft Action vooral te danken aan de snelle internationale groei. Vooral in Frankrijk, Duitsland en Zwitserland schoot het aantal winkels de afgelopen jaren omhoog. „Het laat zien dat een meer offline gedreven verdienmodel niet ten dode is opgeschreven”, aldus Jansen.

De opbrengsten van Action groeiden in de eerste helft van dit jaar met bijna 18 procent naar 7,3 miljard euro. De omzetgroei is vooral te danken aan de komst van nieuwe winkels. Wanneer alleen wordt gekeken naar vestigingen die in dezelfde periode vorig jaar ook al geopend waren, groeide de omzet met een kleine 7 procent.

In het onderzoek komt een bredere retail-comeback naar voren: na enkele zware jaren voor consumentenbedrijven is de sector groot- en detailhandel dit jaar weer sterk vertegenwoordigd in de Top 250. Het aantal bedrijven op de lijst is bijna verdubbeld ten opzichte van vorig jaar, waaronder VidaXL en Nelson.

Jansen ziet een duidelijke tweedeling in de retailsector. „Kleinere traditionele bedrijven verdwijnen uit de winkelstraat, maar daar komt een nieuwe generatie voor terug. Bedrijven die online zijn begonnen en vervolgens ook fysieke winkels openen om dicht bij de klant te blijven.” Als voorbeeld noemt hij MyJewellery en Belsimpel die dit jaar in de top 250 staan.

Vreemde eend

Action is wat dat betreft met zijn traditionele winkelmodel een vreemde eend in de bijt. Het geheim van de koopjesketen ligt volgens hem in het low-costmodel en de doordachte winkelinrichting. „Ze hebben die succesformule weten te repliceren in het buitenland.”

De Top 250 Groeiende bedrijven is dit jaar ouder dan ooit, met een gemiddelde bedrijfsleeftijd van 33,4 jaar, tegenover 16,4 jaar in 2024. Volgens Jansen bewijst dit dat duurzame groei steeds vaker komt van volwassen, goed georganiseerde bedrijven.

Het gaat niet om de jongste 'raketschepen' die één seizoenhard vooruit schieten; het gaat om bedrijven die hebben gebouwd, getest en verfijnd hoe ze werken." Slechts 5 procent van de bedrijven in de lijst werd opgericht in de afgelopen vijf jaar. Ruim 20 procent bestaat al meer dan een halve eeuw.

Impact

Naast de Golden Scaler werden ook prijzen uitgereikt voor bedrijven die op andere manieren opvallen. Dit jaar gingen de onderscheidingen naar Paebbl, dat technologie inzet om CO2 om te zetten in vaste materialen, AMCO Solutions, een jong bedrijf dat sinds de oprichting in 2021 in korte tijd indrukwekkend is gegroeid, en DataSnipper, een softwarebedrijf onder leiding van een vrouw dat werkprocessen in financiële teams vereenvoudigt.

Bron: telegraaf.nl