

Twaalf openingen voor Blokker: 'Dit jaar willen ze groeien tot tachtig'

Blokker opende woensdag de twaalf eerste nieuwe winkels van een rits van bijna veertig. Na het faillissement willen ze het oude concept weer terugbrengen. 'Met de doorstart en nieuwe eigenaar zorgt Blokker voor veel keuze in het assortiment.'

Dat vertelt Hans van Tellingen, directeur van Strabo. Hij was aanwezig bij één van de openingen van Blokker.

Terug bij af

Het faillissement van Blokker eind 2024 betekende dat zo'n vierhonderd panden leeg kwamen te staan. Andere retailers waren er als de kippen bij, waardoor in enkele maanden al veel panden een nieuwe huurder hadden gevonden.

Blokker maakt nu een doorstart, maar moet het doen met een veertigtal winkels, slechts 10 procent van wat het was. Desondanks gelooft Van Tellingen 'heilig' in het concept van Blokker. Hij zegt dat Blokker meedeelde dat ze dit jaar mogelijk nog gaan groeien naar zeventig tot tachtig vestigingen. 'Het is zeker kansrijk. Blokker ging ten onder door de schuldenlast van corona, dat was het laatste zetje, maar hadden net een handige verandering in de strategie doorgevoerd', vertelt hij.

Oude strategie oppakken

Die nieuwe - of beter gezegd oude, strategie - begon in 2019, net voor de coronacrisis. Deze koers pakt Blokker na het faillissement, onder leiding van Robert Palmer nu weer op. 'Blokker besloot weer terug te gaan naar het oude concept, dat voornamelijk gekenmerkt werd door veel keuzevrijheid', zegt Van Tellingen.

Het ruime assortiment is wat Blokker groot heeft gemaakt, volgens Van Tellingen. 'Die koers hebben ze tien jaar geleden gewijzigd, maar dat was een vergissing. Enkele jaren later brachten ze dit weer terug, maar toen kwam corona en de schulden die ze hierna maakten werden de nekslag.' Hij zegt dat 'de Blokker van vroeger, maar wel met extra verbeteringen' nu weer terugkomt.

Verschillende segmenten

'Blokker is sterker dan Action en interessanter dan Hema', stelt Van Tellingen. Dit heeft volgens hem te maken met het ruimere assortiment op gebied van huishouden. 'Ze hebben een huismerk, dat goedkoper is, maar bieden ook in het midden- en hoge prijssegment verschillende opties aan. De doelgroep vindt dit fijn, zo hebben ze wat te kiezen.'

Bron: vastgoedmarkt.nl