

Creatieve destructie op komst in retail

22-11-2015 14:58



Aan het woord is Erwin van de Belt van Werk aan de Winkel en de nieuwe eigenaar van DMG (2e van rechts op de foto). Hij legt de vinger op de zere plek van grote jongens als DMG. "Innovatie is de bron van economische groei, geeft macht en tast de winst of marktaandelen aan van gevestigde bedrijven." Die gevestigde bedrijven wijken volgens Schumpeter namelijk moeilijk af van ingesleten patronen terwijl de wereld om hen heen snel verandert.

Van de Belt startte in 2007 met zijn eigen formule [Woonprofessionals](#) voor woninginrichters vanuit een visie op ontzorging van de klant met toegevoegde waarde vanuit de winkelier. "Producten zijn maar een deel van de dienst die je levert, bovendien haal je daar onvoldoende onderscheidend vermogen uit." Hij startte met twee of drie winkels en kreeg meteen de crisis voor zijn kiezen. Desondanks kende de formule – op één jaar na – steeds groei. "Ondernemers snaptten het concept, maakten de mentale switch en boekten succes in hun markt."

In MIX 2015-8 verschijnt een uitgebreid en exclusief interview met Erwin van de Belt van Werk aan de Winkel en Wim Groenendel en Frank van der Linden van DMG.

Op de foto staan vlnr Robert Saeijs (WadW), Wim Groenendal (DMG), Erwin van de Belt (WadW) en Frank van der Linden (DMG).

Marc Nelissen