

Hoe Kingfisher zijn winst met £ 500 mln verhoogt

26-01-2016 09:00



Kingfisher kondigde een transformatie aan van 5 jaar die £ 500 mln bestendige winstgroei oplevert aan het eind van jaar 5. Bovendien zal de moeder van B&Q, Castorama en Screwfix de komende drie jaar ongeveer £ 600 mln kapitaal uitkeren aan aandeelhouders, bovenop het gangbare dividend.

[Onze Britse bron](#): Véronique Laury, CEO van Kingfisher: *"Following an in depth review of Kingfisher's business last year alongside in depth studies of our customers' home improvement needs, the leadership team announced the 'ONE' Kingfisher plan. This plan will leverage the scale of the business by becoming a single, unified company where those customer needs always come first. We are excited to now reveal our new strategy and our focus over the next five years based on the three key pillars of creating a unified, unique and leading home improvement offer, driving our digital capability and optimising our operational efficiency. With a clear roadmap now in place alongside clear long term targets, the size of the five year opportunity is significant. We*

do acknowledge the challenges ahead, however having already made good progress since March last year, and with 80,000 committed colleagues, we feel confident about our plan and look forward to moving on to the first year of our transformation."

Transformatie

De transformatie gaat 'business as usual' te boven. Daarmee bedoelt Laury dat de performance tijdens de transformatie in lijn zal zijn met de macro-economische terugval in de markten van Kingfisher. Expansie zal beperkt worden, voornamelijk met focus op Screwfix.

STRATEGISCHE PIJLERS

1) Creëer een uniform, uniek en leidend aanbod gebaseerd op consumentenbehoeften.

Dit zal naar verwachting £ 350 mln jaarlijkse groei opleveren aan het eind van jaar 5. Kosten: £ 480 mln. Groei komt grotendeels uit de som van 5% reductie van goederenomzet, vooropgesteld dat de omzet groeit door 'price reinvestment' en een meer uniek en leidend aanbod, rationalisering van het aanbod en de implementatiekosten van het assortiment.

2) Digitale kracht opschroeven.

Zal naar verwachting £ 50 mln duurzame jaarlijkse winstgroei opleveren tegen het eind van jaar 5. Kosten: £ 210 mln.

- Gebaseerd op twee programma's:
- *Investeren in e-commerce platforms* Gebruik maken van Screwfix' 'best in class-capability' ('Brilliant Basics')
- *Bouwen van systemen* die het mogelijk maken om meer van de complexe customer journey's op gebied van Home Improvement te ontsluiten.

3) Optimaliseren van operationele efficiency

- Zal naar verwachting £ 100 mln jaarlijkse duurzame winst opleveren tegen het eind van jaar

5. Kosten: £ 110 mln.

- De grootste kans is uniformeren van 90% van £ 1.2 mrd 'goods not for resale' (combinatie van kostenbesparing en simpeler, effectievere werkwijzen)

Een dag na de bekendmaking van deze plannen zakte de aandelenkoers met meer dan 6%, zo meldt [Insight DIY](#). Aandeelhouders zijn kennelijk niet zo overtuigd van het welslagen van deze nieuwe strategie.

Marc Nelissen