# Intergamma miste wel eens de boot, maar niet bij omnichannel

18-09-2018 14:34



“Operationeel en tactisch gezien had Intergamma het 45 jaar prima gedaan. Maar als zich grote strategische kansen voordeden, hadden we altijd de boot gemist.” Dat concludeerde Intergamma-ceo Harm Jan Stoter in de zomer van 2015. “De koop van Marktkauf en die Brico in België gingen allebei aan onze neus voorbij. Toch wel jammer”, zegt hij. “Het enige dat wel goed gelukt is, is de discussie rond e-commerce, cross-channel, omnichannel of hoe je het ook wilt noemen. Ik heb daar veel energie in gestoken en we zijn tot goede afspraken gekomen met onze franchisenemers. Zie hoe ze daar bij andere retailorganisaties nu dikke vette ruzie over hebben.”

**Vertrouwen in omnichannel**

Een belangrijk element uit Intergamma's strategie was de omnichannel-operatie. Daar heeft Intergamma de laatste vijf jaar stevig in doorgepakt, met Lieke Luttmer als E-commerce-directeur en Simon Hansen als Chief IT Officer en hun beider teams. “De franchisenemers/aandeelhouders hadden er vertrouwen in, we hebben goede afspraken over de verdeling van kosten en omzet en over de investeringen.” Alleen in e-commerce – logistiek, IT, ontwikkeling en marketing – werd ondertussen al € 30 mln gestoken. Dan hebben we het nog niet eens over alle mensen en uren. Maar we hebben fors bespaard op inkoop, proceskosten en logistiek, meer dan de omnichannel-operatie ons gekost heeft, dus de franchisenemers zijn tevreden.”

**Idiote kosten**

Het is echter geen sigaar uit eigen doos, want e-commerce levert Intergamma inmiddels € 94 mln op. Op een totaalomzet van € 1,7 mrd beloopt het online-aandeel dus al 6%. En e-commerce groeit hard door. Stoter: “In 2018 groeien we ook alweer 35 tot 40%. Ik verwacht dat e-commerce over 2 jaar 15% van de omzet uitmaakt.” Aanvankelijk keek Intergamma naar de UK als voorbeeld voor omnichannel. “Maar nu zie ik daar niet zo gek veel inspiratie meer. Ik denk dat we de rest aardig voorbij zijn. Hier en daar maken we wel idiote kosten. En de kosten en omzet in balans houden, lukt niet altijd. Maar dat hebben anderen ook. Ik geloof niet zozeer in ‘winner takes all’ maar denk wel dat we met onze voorsprong moeilijk in te halen zijn.”

*Dit bericht komt uit een uitgebreid interview met Intergamma-ceo Harm Jan Stoter. Dat integrale interview publiceren we in MIX 2018-6. In dat interview* schat Stoter de kans op 100% dat Bourrelier als franchisenemer bij Intergamma blijft.

Marc Nelissen