

De kandidaten voor de Elsevier Retail Personality 2007

10 Retailtoppers

De kandidaten voor de Elsevier Retail Personality 2007 zijn bekend. Lezers van Elsevier Retail hebben massaal gereageerd op het verzoek om een retaildirecteur of MT-lid voor te dragen die uitblinkt in lef, visie en ondernemerschap.

De persoon die zich Retail Personality van 2007 mag noemen, wordt bekendgemaakt tijdens het vierde Nationaal Retail Overleg. Deze persoonlijke onderscheiding is bestemd voor topmanagers die in het voorgaande jaar lef, visie en ondernemerschap hebben getoond. De stemmen zijn verworven via het magazine Elsevier Retail, internet en door een enquête, uitgevoerd door onderzoeksbureau Q&A. Het eindoordeel wordt geveld door een deskundige jury met jarenlange ervaring in het retailvak.

De volgende namen zijn voorgedragen, in alfabetische volgorde: Dick Boer, Paul Bringmann, Tony DeNunzio, Carel van Eerd, Tom Heidman, Jaap Lagerweij, Matthijs van der Lely, Michael Smit, Henk Teunissen en Pieter Zwart. Elsevier Retail stelt ze graag aan u voor.

Bekendmaking Retail Personality, sponsored by SAS:
dinsdag 5 juni 2007 tijdens het Nationaal Retail Overleg,
Wassenaar. Inschrijven:
www.nationaalretailoverleg.nl

De jury

Elsevier Retail Personality 2007:

Juryvoorzitter:

Prof. Dr.ir. Kitty Koelmeijer
(Nyenrode Business University)

Juryleden:

Hans Breukhoven
(CEO Free Record Shop Holding)

Gerard Marsman
(CEO Wehkamp.nl)

Ben Suidman
(BJMS Consultancy)

Ronald de Waal
(CEO WE International)

Rupert Parker Brady
(retailexpert)

Maarten Beernink
(hoofdredacteur Elsevier Retail)



1. Dick Boer, CEO Albert Heijn en lid RvB Ahold

Onder zijn leiding is in 2006 de herpositionering na drie jaar prijzenoorlog in de supermarktwereld met succes afgerond. Grootste concurrent Laurus werd gedwongen supermarkten in de uitverkoop te doen. Albert Heijn heeft nu 27,5 procent van de markt in handen. In 2006 werd 1,1 procent marktaandeel gewonnen. De netto-omzet groeide in 2006 met 8,6 procent tot 6,5 miljard euro. In de eerste helft van 2006 behaalde de marktleider al een bedrijfsresultaat van 204 miljoen euro: meer dan in geheel 2003. De winstmarge: een recordhoogte van 6,2 procent. De supermarktketen heeft in 2006, vooral dankzij de overname van Konmar, 31 nieuwe supermarkten en XL's toegevoegd aan het winkelbestand.

2. Paul Bringmann, managing director Les Halles (La Place)

De uiterst winstgevende horeca- en fooddivisie van V&D, Les Halles, werd onder leiding van Paul Bringmann in 2006 verder uitgebreid met nieuwe zelfstandige vestigingen buiten het warenhuis, waaronder vestigingen op treinstations in Nederland. Les Halles is na Hema de meest succesvolle onderneming binnen Maxeda. De zeventig La Place-vestigingen, waarvan zestien zelfstandige locaties buiten het warenhuis, trekken samen circa 35 miljoen bezoekers per jaar. De horeca-activiteiten van Maxeda behalen volgens het vakblad Misset Horeca een omzet van 244 miljoen euro, goed voor de vijfde plaats op de lijst van grootste horecabedrijven van Nederland. Vorig jaar werd La Place eerste in de categorie Food on the go, onderdeel van de verkiezing Beste Winkelketen van Nederland.



3. Tony DeNunzio, CEO Maxeda

Stijgende marktaandelen, meer omzet, scherper inkopen, kosten en werkkapitaal besparen, 77 nieuwe winkels en hogere marges door samenwerking. Maxeda groeide in 2006 enorm, onder de leiding van Tony DeNunzio. De netto-omzet steeg met 5,2 procent. Stijging operationele EBITDA met 20,4 procent tot 295 miljoen euro. Bij V&D en Bijenkorf zijn met succes shop-in-shops van Maxeda-formules geïntroduceerd. DeNunzio voldoet al na twee jaar aan de opdracht van de eigenaar om de twaalf formules beter te laten presteren.

4. Carel van Eerd, algemeen directeur-eigenaar Jumbo Supermarkten

Jumbo brak in 2006 definitief door van regionale supermarktketen tot een landelijke speler met een marktaandeel van 4,2 procent. De omzetgroei in 2006 was 20 procent, tot 972 miljoen euro. Groei van 76 naar 94 vestigingen, autonome omzetgroei van 4 procent stijgt met 20 procent ten opzichte van 2005. Ondanks aanloopkosten met de overname van 12 Konmar-vestigingen, steeg de winstgevendheid ten opzichte van 2005. Jumbo werd door GfK in het Zomer- en Kerstrapport 2006 uitgeroepen tot winnaar, kreeg de Visa Retail Jaarprijs 2006 uitgereikt en toekenning van de Indistributie Trofee 2006 van het blad Foodmagazine.



5. Tom Heidman, CEO Logo International/voormalig CEO Retail Network

Onder zijn leiding verkocht Retail Network Company in 2006 met een forse boekwinst de financieel gezonde formules Lucardi, Perry Sport, Prénatal en Scapino. Lucardi werd in oktober 2006 door consumenten verkozen tot beste winkelketen van Nederland in de categorie Juweliers en Bijouterieën (Elsevier Retail/Q&A). Het formulehuis van CVC Capital was jarenlang één van de belangrijkste exploitanten van non-foodformules in Nederland.. Vanaf 1 november 2006 is Tom Heidman (47) directeur Logo International, de Europese Retail & Wholesale fashiongroep van WE International met 375 (mode)winkels en merken als Van Gils, Frans Molenaar en Jaguar. Heidman is voorgedragen als oud-CEO van Retail Network.

6. Jaap Lagerweij, CEO Sperwer Holding/algemeen directeur PLUS Retail

Supermarktconcern Sperwer groeide in 2006 onder leiding van Jaap Lagerweij sterker dan de markt met een marktaandeel van 7 procent. Lagerweij bouwde de Sperwer Holding om van een coöperatieve samenwerking naar een gezonde rationeel commerciële organisatie. De omzet steeg in 2006 met 11 procent naar 1,8 miljard euro. De formule telde eind december 2006 238 supermarkten; een toename van 25 ten opzichte van begin 2006. Plus Retail groeide door de gedeeltelijke overname van Edah met 21 vestigingen en realiseerde een autonome groei van 7 procent. Dochteronderneming Spar boekte 2,6 procent groei. In oktober 2006 verklaarde Lagerweij (58) dat hij Super de Boer over enkele jaren wil overnemen van Laurus om een blok te vormen tegen marktleider Albert Heijn.



7. Matthijs van der Lely, CEO Boekhandels Groep Nederland (Selexyz)

Onder leiding van Matthijs van der Lely voerde BGN in 2006 de formulenaam 'selexyz' door. Selexyz maakt sinds april 2006 als eerste boekhandelsketen wereldwijd gebruik van een RFID-chip op elk product. De omzet van Selexyz steeg na invoering hiervan met 25 procent. Omzet steeg van 170 miljoen euro in 2005 met het hoogste bedrijfsresultaat uit de geschiedenis naar 180 miljoen euro in 2006. Van der Lely werd internationaal onderscheiden met de RFID Visionary Award. NPM werd eind 2006 meerderheidsaandeelhouder van BGN. Selexyz lanceerde eind 2006 een website die rechtstreeks de concurrentie aan gaat met Bol.com.

8. Michael Smit, algemeen directeur/eigenaar Sissy-Boy

Sissy-Boy Homeland, een conceptstore op het gebied van lifestyle, is in 2006 gerealiseerd van het Amsterdamse KNSM-eiland naar Maastricht. Voor 2007 stond de opening van een SB Homeland in het Amsterdamse Magna Plaza gepland en de opening van een strandtent, beide zijn gerealiseerd. De Nederlandse winkelketen onder leiding van Michael Smit heeft 22 vestigingen met casual kleding voor kinderen, dames en heren. Betonnen vloeren, stalen buizen en witte balken tegen het plafond. Basic, net als de kleding waar 26 jaar geleden mee werd begonnen. De filosofie is dat elk product bruikbaar is, past in het hedendaagse interieur en waarin iemand iets van zichzelf in kan herkennen.



9. Henk Teunissen, directeur-eigenaar Riviéra Maison

Realiseerde in 2006 een conceptstore in Amsterdam, die begin 2007 zijn deuren opende. Henk Teunissen is als directeur-eigenaar actief met vijftien eigen winkels en in totaal 150 verkooppunten in Nederland en verkoop in meer dan dertig landen buiten Nederland. In 2006 kwam Riviéra Maison als outsider verrassend binnen in de toptien van de Elsevier Retail publieksprijs voor de Beste Winkelketen van Nederland. De winkelketen beantwoordt dus aan de twee belangrijkste vereisten van een formule: onderscheidend vermogen en toegevoegde waarde voor de consument.

10. Pieter Swart, directeur Coolblue

Pieter Swart is directeur van Coolblue, een van de grootste online retailers van Nederland. Is eigenaar van internetwinkels als PDAsShop.nl, GPSshop.nl en Telefoonshop.nl. In 2005 bereikte Coolblue onder andere de derde plaats in de Deloitte Fast 50, de prestigieuze verkiezing van de vijftig snelstgroeiende technologiebedrijven van Nederland en stond het nummer dertien op de internationale ranglijst van de Deloitte Technology Fast 500 EMEA. In 2005 behaalde het bedrijf een omzet van 33,3 miljoen euro.

