

INSTAP JBC STELT TOEKOMST BELGISCHE KLEDINGKETEN VEILIG

Mayerline opent eerste buitenlandse winkel

In tegenstelling tot heel wat andere modebedrijven, doet het Belgische Mayerline het in deze moeilijke tijden wel goed. Het familiebedrijf doet zijn eerste stappen in het buitenland en in de e-commerce.

**ELIEN HAENTJENS,
FOTOGRAFIE DEBBY TERMONIA**

“Toen mijn ouders aangaven dat ze eindelijk echt wilden kunnen genieten van hun pensioen, en dus als aandeelhouders niet langer mee de verantwoordelijkheid over het bedrijf wilden dragen, vonden we dat het te vroeg was om te stoppen”, begint Annick Meyer, brandmanager en telg van de derde generatie. “Aangezien ook de broer van Annick uit het bedrijf wilde stappen, hebben we eventjes overwogen alles op ons te nemen. Om te vermijden dat het bedrijf te lang zou stagneren — terwijl wij de investering zouden terugbetalen — hebben we voor een andere optie gekozen”, vult haar man en CEO Patrik Geurts aan.

“We zijn op zoek gegaan naar een partner, die aan een aantal criteria moest voldoen”, vertelt Annick Meyer. “We wilden een Belgische partner die iets van retail begreep, actief was in de mode, financieel gezond was en ervaring had

PATRIK GEURTS EN ANNICK MEYER
 “Een klant die niet tevreden is,
 krijgt zijn geld terug.
 Geen waardebbon, cash.”



met een familiebedrijf. Er bleven dus niet veel kandidaten over. Eind december 2012 hebben we voor het eerst contact opgenomen met de familie Claes, die met de Claes Retail Group (CRG) onder meer JBC onder haar hoede heeft.”

“Het eerste contact verliep positief, we voelden meteen dat er een klik was met Bart en Ann Claes. Dat zij in 2003 ongeveer hetzelfde hebben meegemaakt bij de overname van JBC van hun ouders, speelde daar wellicht een grote rol in”, vult Geurts aan. Eind augustus 2013 was de overname rond, en zag de nieuwe Mayerline-familie het levenslicht. CRG wilde een meerderheidsaandeel, en kreeg uiteindelijk 85 procent in handen. Intussen verloopt de samenwerking vlot.

Buitenlandse expansie

Ondanks de overname blijven de merken grotendeels onafhankelijk van elkaar werken, de samenwerking speelt zich vooral op de achtergrond af. “Alleen als synergieën een duidelijk doel hebben, zullen we er met de nodige voorzichtigheid voor kiezen”, stelt Geurts. “We werken bijvoorbeeld samen voor de pakjesdienst, omdat CRG door zijn schaal-grootte veel betere tarieven kan krijgen. Of we doen graag een beroep op hun ervaring om onze e-commerce of buitenlandse avonturen uit te bouwen. Omgekeerd hebben zij iets geleerd van onze werking met ons buitenlands productiecentrum in Litouwen. Maar voor de aanlevering van onze stoffen kiezen we bijvoorbeeld bewust voor verschillende leveranciers. We willen vooral niets bruuskieren, want zo’n samenwerking kan heel snel fout lopen. Voor ons is vooral het menselijke aspect van belang.”

Terwijl Mayerline in 2012 een wat rustiger jaar beleefde, ging het bedrijf in 2013 en 2014 weer met volle kracht vooruit. “Anderhalf jaar lang hebben we in alle afdelingen het nieuwe IT-systeem geïnstalleerd. Nu de grootste investering voor die modernisering achter de rug is, kunnen we ons concentreren op het openen van nieuwe winkels”, stelt Geurts. “In februari openen we een winkel in Hoogstraten, een van onze laatste blinde vlekken op de Belgische markt. Later dit jaar volgt een eerste vestiging in Luxemburg,

IN CIJFERS

- Opstart Mayerline door Joseph Meyer en Jeanne Vrydags: 1957
- Overname door Maurice Meyer: 1980
- Overname door Patrik Geurts en Annick Meyer: 2009
- Meerderheidsbelang van CRG in Mayerline: 2013
- Omzet 2013: 54 miljoen euro
- Ebitda 2013: 14 procent
- Aantal medewerkers: 329
- Aantal winkels: 47
- Aantal shops in shops bij Inno: 16
- Aantal multimerkenboetieks in België: 100-tal
- Aantal multimerkenboetieks in Nederland: 20-tal

Bron: Mayerline

“We willen vooral niets bruuskieren, want zo’n samenwerking kan heel snel fout lopen”

meteen ook de eerste buitenlandse winkel. Want we koesteren ook internationale ambities, maar we willen dat vooral rustig aan doen. We onderzoeken uitgebreid welke markten het beste aansluiten bij ons product”, stelt Geurts.

“Ten slotte willen we in het najaar onze e-shop lanceren. Nu al krijgt onze site dagelijks 320 bezoekers over de vloer, terwijl er eigenlijk niet zo veel te zien is”, stelt Annick Meyer. “We vermoeden dat klanten op de site vooral aan pre-shopping zullen doen, want om te passen en de stoffen te voelen geven ze nog altijd de voorkeur aan de winkel. Al denken we wel dat we accessoires of vaste collectiestukken, zoals bepaalde broeken, wel via de site zullen verkopen.”

Vertrouwen

Naast de investering van JBC vormt het trouwe klantenbestand een van de grote troeven van Mayerline. “We doen er alles aan om de klant tevreden te maken, en zo een langetermijnrelatie uit

te bouwen. Tijdens de koopjesperiode kondigen we bijvoorbeeld altijd op voorhand aan welke korting we wanneer geven. Of we streven continu naar een bijzonder goede kwaliteit en pasvorm tegen een correcte prijs. We beseffen dat we dat vertrouwen elke dag moeten verdienen. Liefst van al willen we dat onze klanten positief verrast zijn over de kwaliteit. Als er klachten zijn, dan passeren die ook sowieso via ons. Zodat we er iets uit kunnen leren, of kunnen ingrijpen. Zo hebben we enkele jaren geleden 11.000 stuks van een ontwerp uit de winkelrekken gehaald, omdat de stof opwolde”, vertelt Meyer. “Voor ons was dat een kwestie van eerlijkheid, maar ook van trots en vakmanschap”, vult Geurts aan.

“We verplichten onze verkoopsters ook iemand terug te betalen als die niet tevreden is. Niet met een waardebon, maar cash. Dat is niet gemakkelijk, maar we zijn ervan overtuigd dat klanten dat echt waarderen. En dus niet naar een andere winkel stappen, want dat zou een ramp zijn”, stelt Meyer. Haar man bevestigt: “We voeren transparantie en eerlijkheid bijzonder hoog in het vaandel.”

Ook ten opzichte van het personeel is die vertrouwensband cruciaal. Regelmatig organiseert het moederhuis opleidingen, zodat nieuwe medewerkers de filosofie van het huis leren kennen. Voor de andere medewerkers is er ieder jaar een reeks opleidingen met een andere doelstelling. “Daarnaast hechten we er ook veel belang aan dat onze verkoopsters de klanten echt kunnen adviseren, want daar zijn onze klanten naar op zoek”, stelt Meyer.

Al deze opleidingen vinden plaats in de hoofdzetel van Mayerline in Sint-Gillis, waar de ouders van Annick Meyer woonden en het bedrijf het levenslicht zag. “Dat er in de loop der jaren stukken zijn bijgebouwd, draagt bij tot de levendige geschiedenis van dit pand met zijn art-deco-elementen. Bovendien ligt het vlak bij het Zuidstation en beschikken we hier over 9000 vierkante meter, zodat we in alle flexibiliteit opleidingen, personeelsfeesten en stockverkoppen kunnen organiseren. Zolang dit gebouw geen handicap wordt, blijft dit de enige echte Mayerline-thuis.” ☺