

Directeur van Het Goed heeft niets van strijdlust verloren

Het Goed, de keten van kringloopwarenhuizen, zet al zijn creativiteit in om de gevolgen van corona op te vangen. Hoewel de winkels vanaf half december dicht waren, werden de gevolgen voor het personeel tot een minimum beperkt. Nu de vestigingen van Het Goed sinds kort maximaal vijftig klanten mogen ontvangen, ziet directeur Willem van Rijn meteen meer perspectief. 'We kunnen door deze verruiming naar 70 à 80 procent van onze gebruikelijke omzet. Dat is een enorme opluchting, hoewel Het Goed wel wat vlees op de botten had, want 2020 was voor ons een topjaar', zegt hij. Daarmee is niet gezegd dat de organisatie van elastiek is. 'De angst voor verlies van werk is groot bij onze doelgroepen.'

“ 'Ik reken ons tot de winnaars van de retail'

Zelfs nu de coronacrisis al een jaar voortsleept en hij de 25 kringloopwarenhuizen van half december tot voor kort in het slot moest gooien, heeft directeur Willem van Rijn van Het Goed niets van zijn strijdlust verloren. 'Ik reken ons tot de winnaars van de retail. De markt voor tweedehands wordt alleen maar groter; in 2030 is gebruikte kleding bij de consument meer in trek dan nieuwe kleding. Het gaat straks in onze samenleving om inclusiviteit, circulariteit en lokaal ondernemen. Op alle drie die trends zijn we koploper. Je ziet dat de eersten in onze branche nu winkels gaan afstoten. Maar wij zijn de grootste en sterkste in de sector. Wij gaan dit overleven en dan weer doorgroeien. Met deze versoepeling kunnen we in ieder geval de periode overbruggen totdat de winkels weer volledig opengaan.'

Het optimisme van Van Rijn laat onverlet dat het op de tanden bijten was voor de sociale onderneming. 'Deze crisis is een achtbaan. Gelukkig hebben we vlees op de botten, want 2020 was voor ons een topjaar. Daardoor kunnen we deze klappen opvangen. We waren drie maanden volledig dicht, dat betekent een fikse omzetsdaling. Dat proberen we goed te maken door de onlineactiviteiten op te voeren en via Marktplaats en social media meer te verkopen. Maar dat is marginaal, meer dan 7% omzet halen we daarmee niet. Onze units puilen uit van unieke spullen die maar een paar euro kosten, die verkoop je niet via internet. Fysieke retail blijft onze kracht. Versoepelingen als 'click & collect' en winkelen op afspraak waren druppels op een gloeiende plaat. Twee klanten per verdieping; daar kunnen wij niets mee. Nu kunnen we gelukkig op afspraak weer met vijftig klanten tegelijk in onze winkels bijna op volle sterkte gaan draaien. Ik schat dat we daarmee op 70 à 80 procent van onze gebruikelijke omzet uitkomen.'

Crisismanagement

Na de coronaklap schakelde Het Goed over op crisismanagement. 'We zijn erin geslaagd de huur voor onze warenhuizen te halveren. Ook de inzameling van gebruikte spullen hebben we op hetzelfde niveau weten te houden. Dat kostte veel moeite, want als je veel minder verkoopt, hopen de goederen zich op. Maar onze achterdeuren blijven open.' Speciale aandacht gold de 1.250 medewerkers van de keten: veelal doelgroepen die minder kansrijk zijn op de arbeidsmarkt. 'Voor hen is dit werk heel belangrijk. Niet alleen materieel en gezondheid-technisch, maar vooral ook sociaal. Bij Het Goed zijn ze onder de mensen, hun collega's zijn halve familie. Ik ben er enorm trots op wij als organisatie deze storm al improviserende tot nu toe weten te doorstaan. Elke ochtend houden we voor het personeel een corona-update; ik wil de mensen erbij houden, en het idee geven dat we gewoon doorgaan, want de angst om het verlies van werk is groot. We voeren daarom de laatste tijd meer achterstallig onderhoud uit bij onze vestigingen. We werken ook samen met sommige SW-bedrijven die tijdelijk werk hebben voor medewerkers van ons.'

Gedwongen ontslagen hebben Van Rijn c.s. tot op heden weten te voorkomen. 'Maar we hebben soms pijnlijke maatregelen moeten nemen. Tijdelijke contracten beëindigen bijvoorbeeld. Daardoor hebben we goeie krachten moeten laten gaan. En je ziet de onzekerheid terug in een hoger ziekteverzuim. Aan de andere kant: onze slogan is: "Samen maken wij Het Goed"; dat heb ik met ons team het afgelopen jaar als nooit tevoren ervaren.' Wat ook blijft, is het onverwoestbare optimisme van Het Goed. 'We zitten nu met IKEA, Coolblue en Zeeman aan tafel om te kijken hoe we gezamenlijk meer betekenis kunnen geven aan circulariteit. IKEA heeft nabij Stockholm een eerste tweedehandsshop geopend. Daar heb ik beelden van gezien, en ik denk dat wij het er niet slechter vanaf zouden brengen.'

Het Goed maakt jaarlijks een impactanalyse. Uit het jaarverslag blijkt dat op het gebied van mens en ontwikkeling 1.345 mensen een baan geboden wordt, waarvan aan meer dan 600 mensen met minder kansen op de arbeidsmarkt. Door het grootschalig hergebruik van goederen werd bovendien 27.324 ton CO² bespaard. Lees hier het complete jaarverslag als je meer wilt weten.