

Julius Remarque van Oogwereld

OOGWERELD IS MET 46 OPTIEKZAKEN IN HET MIDDEN EN HOGE SEGMENT DE LAATSTE JAREN STEEDS VERDER GEGROEID. MET FRAAIE 'PARELS' ALS JOCHEM VOOR OGEN (DAT RECENT IS AANGESLOTEN BIJ OOGWERELD), OOGWERELD LOONEN EN OOGWERELD DAMME STAAT HET BEDRIJF STEVIG IN HAAR SCHOENEN. MEDE DOOR HET PARTNERSCHAP MET INVESTERINGSMAATSCHAPPIJ AAC CAPITAL EN HET AANTREKKEN VAN CEO JULIUS REMARQUE IN 2018 IS EEN DUIDELIJKE STRATEGIE INGESLAGEN. WE GAAN IN GESPREK MET JULIUS REMARQUE OVER DE ONTWIKKELINGEN EN STAND VAN ZAKEN BIJ OOGWERELD.

Remarque was eerder ruim 15 jaar directeur van EyeWish en bekleedde bij GrandVision later de functie van Business Development Director Retail. Ook zat hij jarenlang in het bestuur van NUVO. Deze brede ervaring binnen de optiekbranche vormde de ideale basis voor de plannen van Oogwereld. "Bij Grandvision heb ik veel ervaring opgedaan met het overnemen en openen van winkels voor Eyewish. Bovendien kende ik Oogwereld oprichter Philip de Groot van een transactie in die tijd. De informele sfeer binnen Oogwereld spreekt mij ontzettend aan en past beter bij mij dan een grote international. Ik ben graag creatief commercieel zeg ik altijd en minder van de processen en procedures die meer de overhand hebben bij een groter bedrijf."

"Ik heb het ontzettend naar mijn zin bij Oogwereld. Het is geweldig om een mooi 'familiebedrijf' naar een volgende fase te brengen met een compact team enthousiastelingen. Zo zijn we met ons hoofdkantoor verhuisd: van boven de winkel in St Michels Gestel naar een ruimere locatie in Den Bosch. We zaten nog letterlijk op een zolderkamer boven de winkel en groeiden een beetje uit ons jasje. Hoewel we de gezelligheid van St Michelsgestel missen, (tussen de winkels en te midden van de horeca), was de verhuizing toch echt wel noodzakelijk. Nu kunnen we onze mensen een prettige werkplek bieden en onze ondersteunende functies voor de Oogwereld winkels verder professionaliseren."

LOKALE IDENTITEIT

Op de vraag welke ambities het bedrijf heeft, nu het aantal winkels de afgelopen jaren flink is gestegen, is Julius helder: "We hebben niet een specifieke groeiambitie als het gaat om het aantal winkels. We hebben ook niet de ambitie om een keten te worden, we zijn een groep van lokale helden en onderscheiden ons door premium oogzorg, een exclusief assortiment en een uitstekende service voor onze klanten. Het uitrollen van een 'store concept' past niet bij ons. Oogwereld staat juist voor de lokale identiteit van haar winkels en we vinden het belangrijk dat het onafhankelijke karakter behouden blijft."

"Dat betekent niet dat we als organisatie geen gebruik maken van onze synergie die we hebben door de meerdere winkels. Onze ondersteunende back-office kan de lokale winkel veel



'ondernemers-struggles' uit handen nemen. Het is dan wel zo handig als iedereen met hetzelfde kassasysteem en software werkt bijvoorbeeld. Zodat er op basis van de backoffice-systemen synergie ontstaat die voordelen oplevert voor de winkels."

"Daarbij zeggend dat de diversiteit juist kenmerkend is voor ons. Denk bijvoorbeeld aan het uitgebreide assortiment van exclusieve monturen dat we bij oogwereld voeren. Dit uitgebreide assortiment komt mede tot stand doordat het is afgestemd op de lokale marktbehoeften. We staan altijd open voor nieuwe merken en zien ook verschillen. Wat werkt bij één winkel hoeft bij een ander niet te werken en visa versa. Een lokale winkel kan bijvoorbeeld gespecialiseerd zijn in de meest modieuze en moderne brillen, terwijl een ander optometrie weer hoger in het vaandel heeft staan. Ik denk juist dat we een hele diverse club zijn van lokale helden. Wij hier op het hoofdkantoor van Oogwereld zorgen voor het professionele fundament, waardoor de winkels de hoogwaardige service kunnen bieden die de klanten van hun lokale held gewend zijn"

OOGZORG

"Een algemene ontwikkeling die we wel waarnemen en die we graag in alle winkels terugzien is een optometriepraktijk. Wij zien dit als een belangrijke onderscheidende waarde voor een zelfstandige en door het aantal optometristen verder uit te breiden en deze slim in te zetten (een optometrist kan in meerdere Oogwereld winkels werkzaam zijn) kunnen we nu al in de meeste winkels optometrie aanbieden."

"WE ZIJN EEN GROEP
VAN LOKALE HELDEN
EN ONDERSCHIEDEN
ONS DOOR PREMIUM
OOGZORG, EEN EXCLUSIEF
ASSORTIMENT EN EEN
UITSTEKENDE SERVICE VOOR
ONZE KLANTEN"

EEN OVERNAME

Julius heeft ontzettend veel ervaring met het overnemen van zelfstandige winkels. We vragen hem dan ook naar bekende struggles in de overnameperiode. "Ondernemers hebben soms schroom om contact te zoeken, maar het is echt niet zo dat als je met mij praat je bij wijze van spreken de winkel al verkocht hebt. Ik vind het juist belangrijk om er zo open mogelijk in te gaan en ook echt te kijken en te voelen of een ondernemer er klaar voor is. Vindt men het ondernemen nog ontzettend leuk, dan vooral blijven doen waar je goed in bent. Maar ik denk ook dat het belangrijk is om na te denken over een gefaseerde opvolging en tijdig vooruit te kijken. Er zijn namelijk tal van opties en mogelijkheden. Vaak blijft de ondernemer bijvoorbeeld nog enkele jaren aan de onderneming verbonden, omdat we als geen andere weten dat het verkopen een proces is. En soms blijven de 'oude' eigenaren gewoon in de winkel werkzaam omdat ze niet aan pensioen toe zijn, maar graag met oogzorg bezig willen zijn en niet met personeel en administratie. Een eigen winkel is toch een kindje, dat je zo goed mogelijk naar de volgende fase wil brengen. En dat is natuurlijk ook ons belang. Is er bijvoorbeeld iemand aanwezig in de zaak die al ambities heeft om bedrijfsleider te worden, dan gaan we daar zeker mee door. Het is natuurlijk niet zo dat er bij een overname niks verandert, maar ik kan wel zeggen dat we het juist belangrijk vinden het eigen karakter te behouden en voort te zetten wat goed is. We zijn een groep van kwaliteitsopticiëns, en zullen dit ook in de toekomst blijven."

Meer informatie:
Oogwereld
www.oogwereld.nl

