

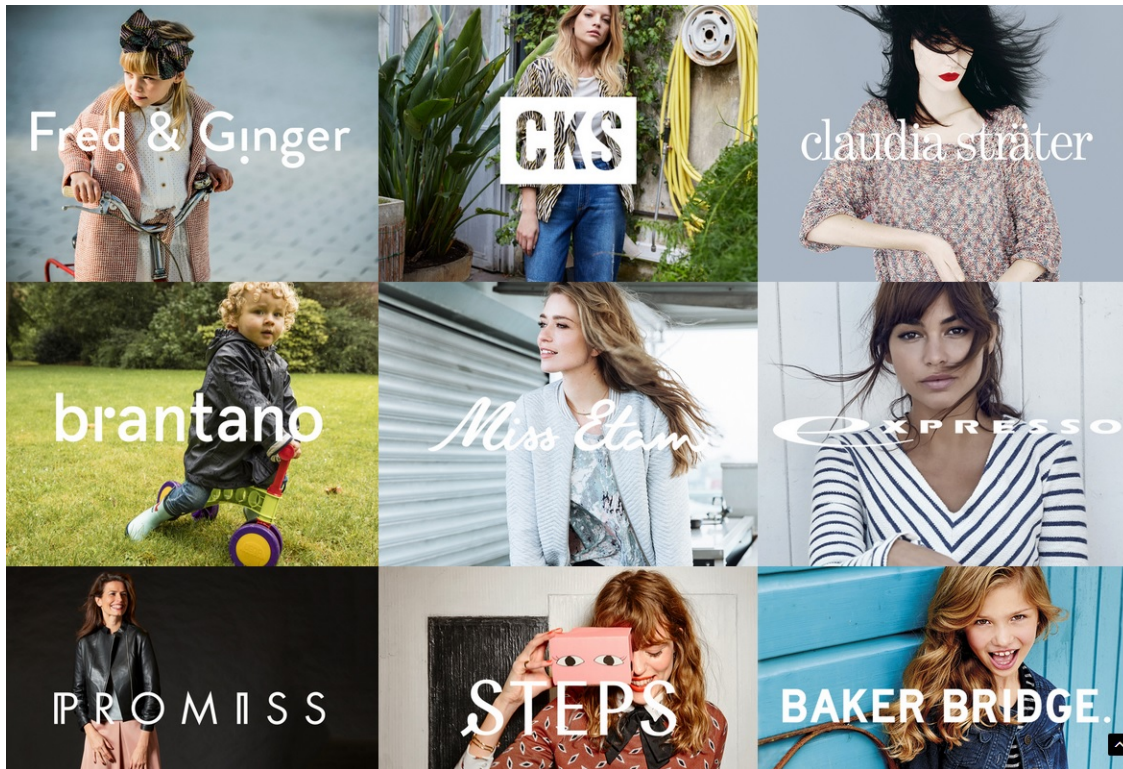
AMBITIE - Dieter Penninckx: op zoek naar “clicks and bricks”

Date : 10 maart 2018

Van distributeur [Dieter Penninckx](#) kan je niet zeggen dat hij geen ambitie heeft. In deze onzekere tijden van oprukkende internet bestellingen investeerde hij in de uitbouw van de kleding- en schoenmerken Fred & Ginger, CKS, Claudia Sträter, Miss Etam, Steps en zijn laatste aanwinst Brantano. Allemaal in winkels, fysieke distributie. Nu gaat zijn groep FNG op zoek naar 100 miljoen euro vers kapitaal. Samen met zijn partners Anja Maes en Manu Bracke wil Penninckx een stevige internetverkoop uitbouwen, al dan niet gecombineerd met afhaling in de winkel. Of zoals het in marketingtaal zo mooi klinkt: **clicks and bricks**, verkopen op internet én in de winkel. Het ondernemerstrio weegt nu gezamenlijk 201 miljoen euro. In de marge van zijn verhaal werd Penninckx meteen ook eigenaar van KV Mechelen.

Twee jaar terug redde de modegroep FNG de failliete schoenwinkelketen Brantano. Nu lanceert de groep drie winkelconcepten ‘Brantano Klassik’, ‘Brantano Boutik’ en ‘Brantano Market’, combinaties waar zowel de betere schoen als een uitgebreide collectie merkkledij te vinden zal zijn. Tegen 2020 wil de groep 150 winkels in België, 40 meer dan vandaag. Het concept Brantano wordt ook uitgevoerd naar Nederland. “We willen dat mensen in de eerste plaats aan Brantano denken als ze kledij of schoenen nodig hebben.”, zegt topman Dieter Penninckx.

Wanneer Penninckx Brantano binnenhaalde, bleek dat ook [Wouter Torfs](#) gelooft in het FNG-trio Penninckx, Maes en Bracke, alle drie burgerlijk ingenieur en nu respectievelijk CEO, creatief en algemeen directeur van FNG. Torfs controleert 4 % van FNG, net iets minder dan Jos Sluys die met Saffelberg 6 % bezit van de groep. De drie oprichters zijn samen goed voor 58%. Deze onzekere internet tijden schrikken Penninckx niet af. Hij bracht FNG naar de beurs in Nederland, het land bij uitstek van de distributeurs. Van lef gesproken. *(Lees verder onder de foto)*



De snelle groei via overnames van fysieke winkelketens wil Penninckx nu verankeren met een nieuw onlineplatform, dat tegen de zomer operationeel moet zijn. “We werken er al een jaar aan en hebben veel geleerd van onze ervaring met Miss Etam in Nederland”, zegt hij. “De machine herkent bijvoorbeeld wie er aan het surfen is en past het aanbod hierop aan.” Het geheel moet uitmonden in een zogenaamde “opti-channelaanpak”, waarbij de klant verschillende manieren van shoppen kan combineren. Zo kan die klant schoenen of kledij online bestellen en in de winkel afhalen, meteen het moment om ook bijpassende kledij te adviseren. Daarnaast is er een 3D-scansysteem dat thuislevering zonder retours moet mogelijk maken. Het grote verschil met bijvoorbeeld Zalando is volgens Penninckx dat klanten maar tien minuten moeten rijden voor ze een Brantano-winkel tegenkomen. Nu al kent bijna elke Belg het merk Brantano. “We willen de eerste keuze worden.” klinkt het resoluut.

Alsof dat alles nog niet genoeg is, werd Penninckx enkele maanden terug ook samen met Olivier Somers eigenaar van de voetbalploeg [KV Mechelen](#). De ploeg vecht tegen degradatie naar 1B. Maar voor Penninckx is dat geen obstakel, 1A of 1B, de strategie blijft dezelfde: investeren om te groeien.