

Echt Hema?

19-03-2014 01:00



Deze manier van doen is te vergelijken met de bijdrage die Tony DeNunzio van Maxeda een aantal jaar geleden al oplegde aan de leveranciers van Praxis en Formido (zie onder).

[Lees hier het bericht over Hema in Retailnews>](#)

In november 2005 schreef MIX:

VENDEX KBB's 'GROEIFONDS'

Vendex KBB 'vraagt' van al haar leveranciers een storting van 5% van de waarde van geleverde goederen in een groeifonds. Alle leveranciers, dus ook die van Praxis, Formido en het Belgische Brico.

"Je moet dit 'growth fund' zien in het kader van de huidige economische ontwikkelingen. Het is zeker geen signaal dat het slecht gaat met Vendex/KBB", benadrukt Van Bakkum, woordvoerder van Vendex/KBB.

"In het huidige economische klimaat is de consument buitengewoon zuinig. En Vendex/KBB is er van overtuigd dat je de consument alleen nog tot aankopen kunt verleiden als je bijzonder aantrekkelijke prijzen kunt bieden. En op dit moment kun je niet van de winkeliers verwachten dat hij als enige bijdraagt aan die prijsverlagingen. Ook van onze leveranciers verwachten we dat ze een steentje bijdragen. Als we erin slagen om gezamenlijk de omzet te verhogen, snijdt het mes aan twee kanten en profiteren beide partijen daarvan."

Nee ? optie

De landelijke pers sprak van een 'vraag' van Vendex KBB. Leveranciers kunnen echter geen nee zeggen, zo valt overduidelijk uit de brief aan leveranciers op te maken.

"Derhalve heeft Vendex KBB besloten om met ingang van 1 augustus 2005 op alle leveringen een inkoop prijsverlaging door te voeren van 5%. Deze prijsverlaging zal automatisch in mindering worden gebracht op het totale factuurbedrag." Bovendien verlengt het concern en passant ook de betalingstermijn naar 60 dagen.

Zoveelste korting?

Dat is toch geen vrijwillige bijdrage, maar gewoon de zoveelste korting? Van Bakkum nuanceert: "Korting suggereert doorgaans dat je als winkelier de extra marge in je zak steekt. Maar in dit geval besteden we een deel van die korting om prijzen te verlagen. En een ander deel gebruiken we om de consument daarop attent te maken. Bijvoorbeeld via reclame-acties en dergelijke. Nogmaals: steeds met het doel dat zowel Vendex/KBB als haar leveranciers er beter van worden."

Eenzijdig?

Vooralsnog is het afwachten of de leveranciers Vendex/KBB tegemoet willen komen. Het verzoek komt nadat het concern in 2004 ook al 3% extra korting 'vroeg' en de betalingscondities eenzijdig in eigen voordeel aanpaste.

Tony De Nunzio heeft in zijn dertig dagen als bestuursvoorzitter van Vendex KBB al een uitgebreide visie ontwikkeld op de groeimogelijkheden van het concern. Hij wil 'prijssagressiever' kunnen optreden, onder andere door meer in te kopen in lage lonenlanden. Verder ontkent hij een prijzenoorlog te willen ontketen.

Té veel keuze

Over de dhz-ketens Praxis, Formido en Brico zegt hij in de Volkskrant: "Met onze doehetzelf-zaken zijn we nummer 1 in de Benelux, daar moeten we gebruik van maken. Maar tegelijkertijd, als ik bij Brico een snoerloze boormachine kom aanschaffen, kan ik kiezen uit vijftientig modellen. Dat is te veel voor de consument, zo kun je nooit inkoopvoordeel behalen."

Over het concern als geheel zegt hij: "Iedereen richt zich op de V&D, terwijl het maar 15% van de concernomzet uitmaakt. Ik geloof dat het merk te repareren is." Het aantal huismerken moet er wel omlaag: "Hoe moet je ooit reclame maken voor tachtig merken? We gaan terug naar twaalf." En het aantal A-merken moet omhoog: "Een van de mogelijkheden is winkelruimte beschikbaar stellen aan merkfabrikanten."

Marc Nelissen