

Zeeman focust meer op transparantie

08-05-2014 14:00

Textielketen Zeeman zet in op een grotere transparantie van het productieproces. De winkelketen gaat consumenten via video's op de website tonen hoe zijn kleding gemaakt wordt. Dat zegt cfo Albert van Bolderen in het sectorrapport Visie op Retail 2014 van ABN AMRO dat woensdag verscheen.

Consumenten vinden het moeilijk om te geloven dat Zeeman lage prijzen kan hanteren en tegelijkertijd artikelen met oog voor arbeidsomstandigheden en milieu kan produceren, aldus Van Bolderen. "We zijn goedkoop, maar niet tegen elke prijs. Daarom vinden we het steeds belangrijker om dat verhaal te vertellen."

Naast de online video's schoolt de Zeeman winkelpersoneel over zijn werkwijze, zodat ze consumenten daarover kunnen informeren. Daarnaast neemt de winkelketen sinds kort oude kleding in van klanten en gaan restanten van prijspromoties naar Ghana of Oost-Europa. "En we introduceerden onze statiegeldtas om uitgifte van plastic tassen terug te dringen."

Hoewel Zeeman in 2011 de inkoop dertig procent duurder zag worden door stijgende katoenprijzen en loonkosten in productielanden, overwoog de keten een prijsverhoging 'geen moment'. "Onze klanten zijn daar heel gevoelig voor."

De keten koos liever voor een tijdelijke verlaging van de winst, aldus de topman. Zeeman sneed verder in de logistieke kosten. Een betere beladingsgraad leverde bijvoorbeeld een half miljoen minder kilometers op.

Daarnaast beperkt Zeeman de productverpakkingen zoveel mogelijk. "Als pure volumespeler let je op iedere cent onkosten. Marges zijn dun."