

Beter Horen is nog niet uit het dal

11-05-2015 07:33

Beter Horen kampt nog altijd met verliezen doordat de audicienmarkt in 2013 onderuit ging. "We komen nu langzaam uit de rode cijfers, maar we zijn er nog niet", zegt ceo Peter Peters van moederconcern Amplifon Nederland in het thema Vergrijzing in het meinummer van RetailTrends.

De audicienketen zag zijn omzet twee jaar geleden met 26 procent dalen en schreef een nettoverlies van vijf miljoen euro in de boeken. Dat was het gevolg van een hardere inkoop van zorgverzekeraars, aldus Peters. Zij moesten door nieuwe regelgeving veel meer gaan vergoeden en letten daarom veel scherper op de inkooprijzen. Zo daalden de inkooprijzen voor audicienzorg gemiddeld met circa veertig procent. "Dat had ik nog nooit meegemaakt. De hele audicienbranche ging onderuit", aldus Peters.

Uit de meest recente cijfers blijkt inmiddels weer een omzetgroei van ruim zeven procent. Beter Horen opereert op volumeniveau in een groeimarkt, schetst de ceo. Zo groeit het inkoopvolume voor hoortoestellen jaarlijks met gemiddeld zes procent. "Vier procent is verklaarbaar door de vergrijzing en door het feit dat veel ouderen langer een actief leven leiden. Twee procent is te verklaren vanuit bewustwording."

Peter Peters gaat in het interview ook in op innovaties in de branche en hoe de keten zijn kosten drukt. Zo zijn verdere investeringen in de webwinkel even geparkeerd. Verder in het thema Vergrijzing: De oudere consument en beeld en hoe spelen retailers in Japan in op de vergrijzing? Azië-correspondent Wouter van Cleef zocht het uit. Het meinummer verschijnt eind deze week met EtailTrends. Klik [hier](#) voor meer informatie over een abonnement op jaarlijks elf keer RetailTrends en zes keer EtailTrends.