

De grote schoonmaak in de HEMA-directie

20-05-2015 22:00

En dat is vijf. Met het vertrek van financieel directeur Ad Walter verlaat de vijfde directeur binnen anderhalf jaar tijd de HEMA-top. Wat is er aan de hand in de directie van de oer-Hollandse winkelketen?

De bekendmaking van HEMA's financiële resultaten na een '[teleurstellend 2014](#)' viel samen met de aankondiging van het vertrek van financieel directeur Ad Walter. Hij verlaat de organisatie op eigen initiatief, benadrukt HEMA. 'Na zes dienstjaren is er voor Ad een natuurlijk moment ontstaan om het bedrijf te verlaten', aldus de winkelketen. Walter blijft nog tot 1 september betrokken bij HEMA om een aantal projecten af te ronden en draagt dan het stokje over.

Daarin is Walter niet de enige. Deze directieleden gingen hem al voor:

Ceo Ronald van Zetten

Bij HEMA sinds: 2003

Vertrek: 2014

Huidige functie: onbekend

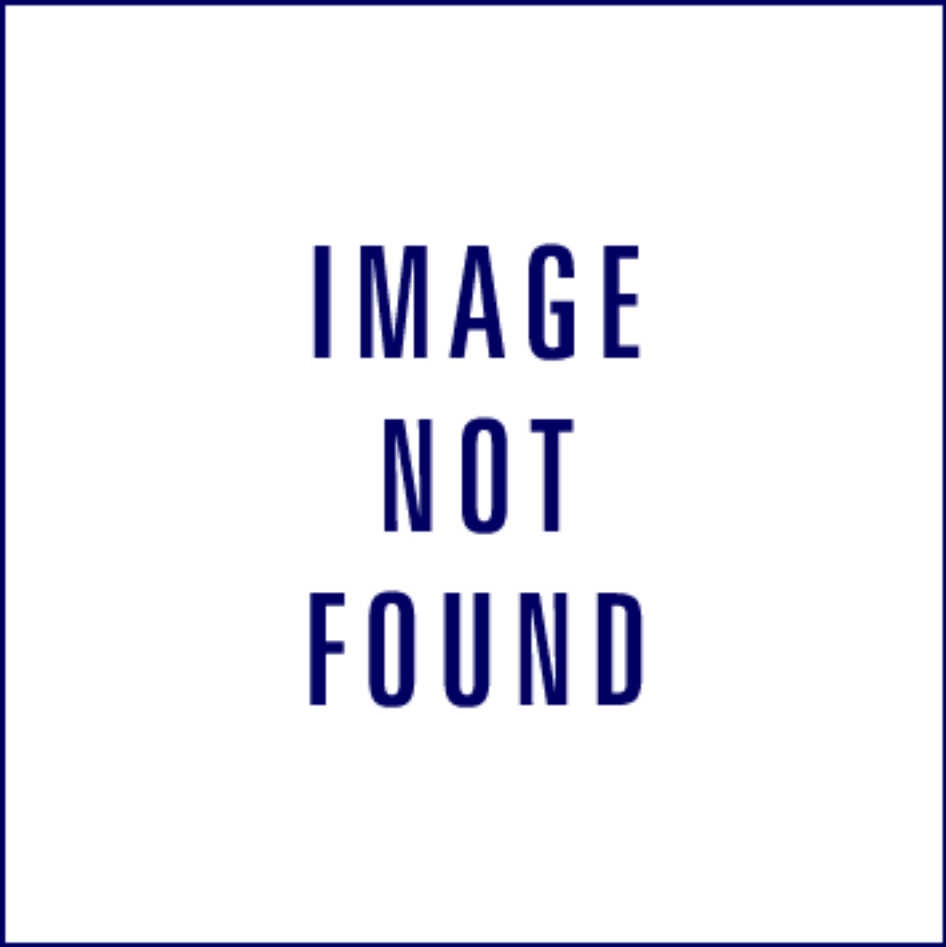


IMAGE
NOT
FOUND

Verkoopdirecteur Machiel Lagerweij

Bij HEMA sinds: 2000

Vertrek: 2014

Huidige functie: ceo / sales director bij MS Mode

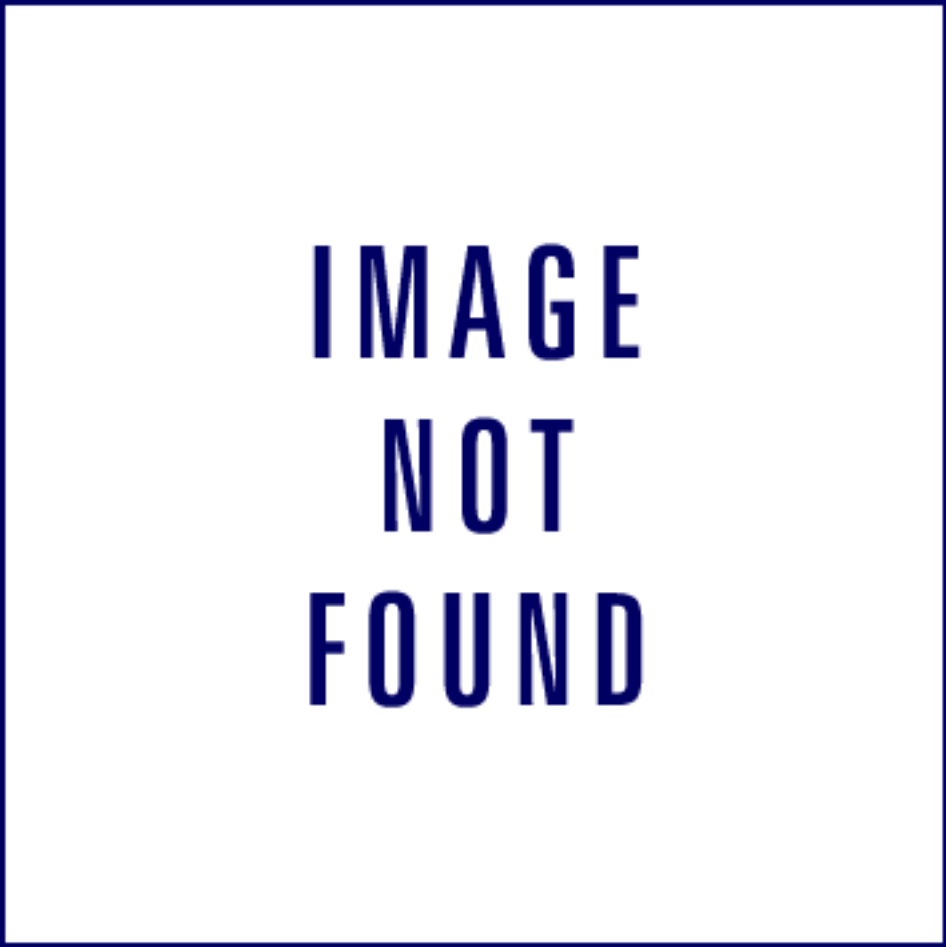


IMAGE
NOT
FOUND

Marketingdirecteur Anne-Gien Haan

Bij HEMA sinds: 2012

Vertrek: 2014

Huidige functie: managing director NOOSA-Amsterdam



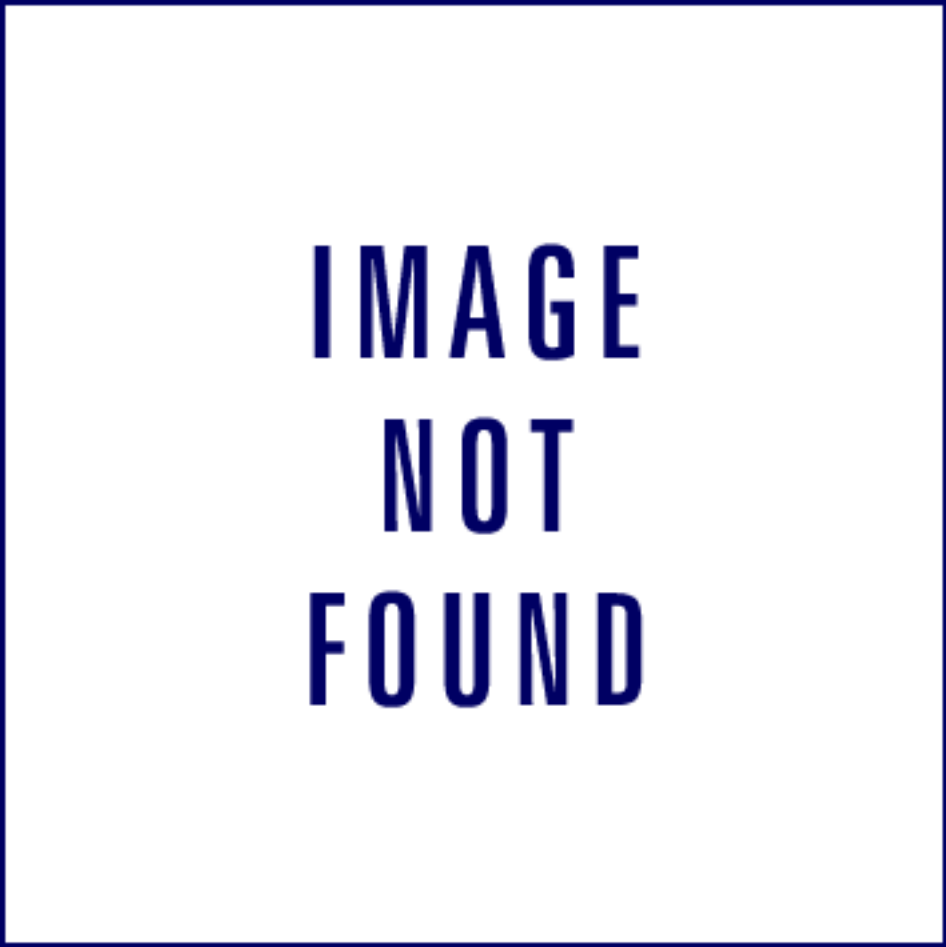
IMAGE
NOT
FOUND

Inkoopdirecteur Wilma Veldman

Bij HEMA sinds: 2012

Vertrek: 2014

Huidige functie: Inkoopdirecteur bij Zeeman Textielsupers



**IMAGE
NOT
FOUND**

HR-directeur Iman Eddini

Bij HEMA sinds: 2010

Vertrek: 2014

Huidige functie: Vicepresident human resources bij KPN

IMAGE NOT FOUND

Vorige maand bleek ook e-commercemanager Boudewijn van Nieuwenhuijzen op te stappen. Van Nieuwenhuijzen was naar eigen zeggen aan het einde van de route die uitgestippeld was. "Nu liggen er plannen voor de komende vijf jaar en is het voor mij tijd voor een volgende stap."

In de plannen zal het vooral draaien om het vergroten van de online omzet. Die is nog altijd nogal schamel, zo bleek uit HEMA's cijfers. HEMA's e-commerce omzet valt in het jaarverslag onder de post 'overigen'. Ook de Britse en Spaanse winkels en de verzekeringen behoren tot die categorie. De totale post was vorig boekjaar goed voor 20,3 miljoen euro, nog geen twee procent van de totale netto-omzet van de winkelketen.

Het vertrek van Walter is in het licht van HEMA's jaarcijfers niet vreemd, denkt marketingdeskundige Paul Moers. "Dat HEMA strubbelingen heeft, is woensdag wel weer gebleken. En dan moeten er koppen rollen."

De hoge roulatiesnelheid binnen de HEMA-top heeft volgens Moers niets te maken met mogelijke onenigheid over de strategie van de warenhuisketen. "Ik kom regelmatig bij HEMA over de vloer om bijvoorbeeld presentaties te geven. Ik had ook regelmatig contact met Ronald van Zetten. Ik heb nooit iets gemerkt van spanningen binnen de directie. Wel tussen franchisers en het hoofdkantoor, maar dat is een ander verhaal."

Van het oude directieteam van HEMA zijn alleen nog directeur logistiek Alex Jonker en director buying en merchandising Rob Heesen over. Het is goed dat zij er nog zijn, vindt Moers. "Binnen een team moeten figuren zitten die fungeren als 'collectief geheugen'. Zij kunnen vanuit hun jarenlange ervaring inschatten of iets wel of niet werkt, omdat ze het een en ander al eerder hebben meegemaakt bij HEMA. Met zulke mensen in een team kan je fouten vermijden."

Toch zal het voor bijvoorbeeld Rob Heesen niet altijd gemakkelijk zijn. Toen marketingdirecteur Anne-Gien Haan de deur achter zich dicht trok, werd hij – naast zijn gewone takenpakket - met Ronald van Zetten verantwoordelijk voor de marketing van de winkelketen. En hoe bevorderlijk is het voor een concern als een team dat de koers moet uitstippelen, verwickeld is in een soort stoelendans?

Paul Moers denkt dat het allemaal wel meevalt. "Een retailer moet zijn strategie op vijf sheets kunnen presenteren. Daarmee bedoel ik vooral dat het niet te ingewikkeld moet zijn. Eenvoud werkt vaak heel doeltreffend. Ronald van Zetten had dat, weet ik."

Of de huidige ceo het met vijf sheets af kan, weet Moers nog niet. "Ik heb hem nog niet gesproken, maar we zullen vast binnenkort eens koffie drinken." Het is volgens hem voor Jegen in ieder geval fijn dat er beweging is binnen het directieteam. "Nieuwe mensen betekenen ook nieuwe denkbeelden en nieuwe stappen."

Vooraf dat laatste kan HEMA goed gebruiken. Zo zijn er nog wel wat stappen te zetten op het gebied van de supply chain en foodafdeling. Moers is echter vooral positief gestemd over de keten. Het verlies van 189,2 miljoen euro is bijvoorbeeld vooral te wijten aan de afschrijvingen op de goodwill. "Zonder die lasten zou het verlies op 42,8 miljoen euro uitkomen, bij een netto omzet van 1,1 miljard. HEMA is geen zinkend schip, maar wel een schip dat een extra likje verf nodig heeft."

Waar zitten voor HEMA de grootste pijnpunten? [Vier experts](#) delen hun visie.