

HEMA op de schop naar Frans voorbeeld

17-11-2015 07:57

De Nederlandse winkels van HEMA ondergaan een jaar na een grootschalige ombouwoperatie opnieuw een metamorfose. Daarvoor wordt goed gekeken naar de winkels in Frankrijk, zegt topman Tjeerd Jegen in [Het Financieele Dagblad](#). "Elke nieuwe winkel daar doet het beter dan de vorige."

HEMA heeft momenteel 41 vestigingen in Frankrijk, maar Jegen ziet ruimte voor 'honderden' nieuwe winkels. Elke nieuwe winkel draagt volgens hem bij aan het resultaat. "Op een derde van het oppervlak halen we daar met een derde van het assortiment een beter rendement dan in een gemiddelde Nederlandse winkel", zegt hij in het Algemeen Dagblad.

De producten in Frankrijk zijn veel gecoördineerder bij elkaar gezet, waar het in ons land een beetje een 'ratjetoe' is. Jegen wil dan ook scherpere keuzes maken in het assortiment. Zo is HEMA de laatste jaren te veel een supermarkt geworden. De retailer moet zich volgens hem beperken tot gemaksvuedsel, goede versmaaltijden en borrelhapjes. "We moeten niet repliceren wat Albert Heijn en Jumbo al doen."

Verder verplaatst HEMA de productie van China en Bangladesh naar landen als Turkije en Egypte, om nieuwe producten sneller in het schap te krijgen. De meest succesvolle retailers zijn volgens Jegen namelijk degene die hun hele keten beheersen, zoals IKEA, Aldi, Lidl, H&M en Zara. Concurrenren met die laatste twee modeketens wil HEMA echter niet meer: de winkelketen gaat zich meer concentreren op 'goede, seizoensgebonden basics'.

HEMA stemt het assortiment en de indeling van winkels af op de locatie, zodat niet in elke plaats hetzelfde type winkel staat. De eerste proefwinkels openen naar verwachting volgend jaar hun deuren. Alle ingrepen moeten Jegen helpen in het realiseren van zijn opdracht vanuit eigenaar Lion Capital, die naar eigen zeggen uit één zin bestaat: HEMA financieel gezond maken en zorgen voor ruimte om te groeien.

HEMA voorzag zijn Nederlands winkels ruim een jaar terug van een nieuwe winkelinrichting. Daarbij werd al gebruikgemaakt van zijn internationale ervaring, liet toenmalig directievoorzitter Ronald van Zetten weten in gesprek met RetailNews. Zo werden in navolging van de Britse en Spaanse winkels presentatietafels geïntroduceerd. Dit jaar wilde HEMA de vruchten plukken van die miljoenen kostende metamorfose.