

'HEMA is nog te veel een eenheidsworst'

15-08-2017 08:41



HEMA is er voor iedereen en spreekt daarmee geen enkele doelgroep specifiek aan. Dat stelt Jan Louwris van data-analysebureau Whooz in [Trouw](#).

De Nederlandse winkelketen krijgt volgens een analyse van veertien typen consumenten veel verschillende doelgroepen over de vloer, zoals sociale huurders, gezinnen, hoogopgeleide starters of tevreden babyboomers. Zij hebben echter geen hechte band met de retailer, zegt Louwris. "Weinig doelgroepen zijn trouw aan HEMA."

HEMA is weliswaar sterk als het om babyartikelen gaat, maar kan het volgens Louwris lastig krijgen 'met de kritische consument van vandaag'. Een brede doelgroep was vroeger goed voor een grote omzet, maar sinds de crisis en opkomst van online shoppen niet meer, stelt hij. "De winkel is simpelweg nog te veel een eenheidsworst."

ING-econoom Dirk Mulder wijst erop dat HEMA het ondanks de verliezen de laatste tijd beter doet. Dat komt volgens hem mede doordat topman Tjeerd Jegen duidelijke keuzes maakt. Zo wordt met de foodafdeling niet meer geconcurrereerd met supermarkten en wordt de succesvolle buitenlandse formule ook in eigen land geïntroduceerd. Daarnaast heeft HEMA producten met een eigen signatuur en profiteert de retailer van het omvallen van V&D. "Vooralsnog lijkt er geen andere keten te zijn die in het gat van V&D springt", aldus Mulder.

Tjeerd Jegen is gasthoofdredacteur van het septembernummer van RetailTrends. Daarin verschijnt onder meer een groot interview met de topman van HEMA. Nog geen abonnee? [Klik hier voor meer informatie over een abonnement op RetailTrends.](#)