

HEMA: 'Wij passen bij elke supermarkt in het schap'

11-09-2019 16:16



HEMA zoekt in de toekomst steeds vaker de samenwerking met supermarktketens om zijn producten aan te bieden. Daarmee komen dagelijkse foodproducten en dagelijkse non-foodartikelen onder één dak, aldus ceo Tjeerd Jegen. “*Seamless shopping*, maar dan in de analoge wereld.”

Terwijl non-foodretailers al jaren te maken hebben met teruglopende volumes door online, zal dat effect supermarkten nog veel harder treffen in de toekomst, voorspelt Jegen. Toekomstige generaties zullen volgens hem veel minder zelf koken en daarom ook minder kopen bij supermarkten. “De invulling van de supermarkt komt compleet op zijn kop te staan.” Door het supermarktaanbod aan te vullen met non-fooditems, zoals HEMA nu al doet bij Franprix, kunnen foodretailers zichzelf weer nieuwe betekenis geven.

HEMA beschouwt zichzelf niet langer als winkelketen, maar als merk en wil in de toekomst daarom bij veel verschillende winkels te vinden zijn. Met foodretailers is volgens Jegen een goede match, omdat de producten van HEMA ‘functioneel en bedoeld voor dagelijks gebruik’ zijn. “Daarmee past HEMA bij elke supermarkt in het schap.”

De volgende samenwerking met een supermarkt volgt in Duitsland, hoopt Jegen. Concrete plannen om ook in Nederland als merk bij andere retailers te komen zijn er nog niet, maar de ceo hoopt daar in de toekomst wel op. “Op termijn zou ik het mooi vinden als we in Nederland net zo’n positie hebben als nu bij Franprix.”

Lees op RetailTrends meer over [de ontwikkeling van HEMA van retailer tot merk](#).