



# Hema de oceaan over: vragen om problemen of slimme stap?

RTLz 3 juli 2019



Een standaard Hema-winkel. Beeld © ANP

**Heeft Hema iets te zoeken in Noord-Amerika, of heeft het bedrijf last van onverstandige expansiedrift? Hema zelf lijkt vrij zeker van zijn zaak en gaat de samenwerking aan met supermarktreus Walmart.**

Hema gaat zich **in Amerika profileren als 'Hema Amsterdam'** en begint in de VS alleen online op het platform van Walmart. In Canada komen er fysieke zaken via een franchisepartner van Walmart.

Een goede zet, denkt hoogleraar retail en marketing Kitty Koelemeijer. "Hema heeft internationale aspiraties en veel zelfvertrouwen. Het zal vast niet zomaar een succes zijn, maar je begint met zichtbaarheid en verkrijgbaarheid."



Lees ook: **Hema breidt uit naar VS en Canada als 'Hema Amsterdam'**

## Prijs-design-kwaliteit

Wat gaat een lokale, sympathieke winkel in de Verenigde Staten doen? "Het is vrij simpel: de meeste mensen willen gewoon een goede deal", zegt Hans van Tellingen van winkelcentrumonderzoeker Strabo. "Ze zoeken een redelijke kwaliteit voor een goede prijs en Hema heeft dat altijd goed doorgehad."

Hema vindt de oorsprong ook in Amerika. De oprichters haalden inspiratie uit de Woolworth-winkels, waar alle producten te koop waren voor 5 of 10 cent. Bij de Hema waren spullen destijds te koop voor 25 of 50 cent. Later werd het uitgebreid naar bedragen van 10 cent, 75 cent of een gulden.

"De driehoek prijs-kwaliteit-design is troef voor Hema", zegt Koelemeijer. "Hema **ziet zichzelf als echt merk**, en daar hoort bij dat je je aansluit bij de grote platforms in de wereld. Walmart is daarin een enorm krachtige partij die het spel echt meespeelt met de grote techbedrijven", zegt de retaildeskundige.

Koelemeijer doelt op bedrijven als Amazon, die inzetten op grote online platformen, waar consumenten een breed scala aan producten kunnen vinden.



Lees ook: **Hema wil niet alleen een winkel zijn, maar ook een merk**

## 'Eerst focussen op Nederland'

Retailexpert Paul Moers is het daar niet mee eens; hij denkt juist dat Hema een fout maakt met deze stap. "Als je nu op heel veel plekken Hema's gaat openen is het vragen om problemen", reageert hij.

"Dat de groei uit het buitenland komt vind ik een schijnargument. Allicht heb je meer groei als je meer vestigingen opent, dat zegt mij niet zo veel. Winstgevende groei, dat zegt me iets", zegt Moers.

"Een dergelijk concept krijgt alleen succes als je precies weet wat nodig is in een land", vervolgt Moers. "Als je problemen hebt op de thuismarkt, dan moet je dat eerst oplossen. Focus eerst eens op Nederland, los **de schulden** op, maak winst en ga vanuit daar uitbouwen. Ze willen alles in een keer", zegt Moers.

## 'Weinig risico voor Hema'

"Ik denk juist dat die problemen al grotendeels opgelost zijn", zegt Van Tellingen. "De meeste winkels doen het goed. Door de buitenlandse eigenaren zijn ze leeggegeten en daar hebben ze een grote schuldenlast aan overgehouden. De laatste tijd gaat het juist heel goed, sinds Boekhoorn er is."

## Zo staat Hema er nu voor

Hoewel Hema in verschillende landen winkels opent, **gaat het niet direct goed met de zaak**. Er zijn nog steeds veel schulden. Voor groei wordt vooral gekeken naar het buitenland, maar dat vertaalt zich niet direct in meer winstgevendheid. In bijvoorbeeld Duitsland stijgt de nette omzet fors, maar daar blijft Hema klein.

In de maanden februari tot en met april steeg de internationale omzet met 2,5 procent naar bijna 299 miljoen euro, maar de omzet van winkels die langer dan een jaar open zijn daalde juist met 0,3 procent.

In dezelfde periode liep de omzet in Nederland, waar nog altijd bijna driekwart van de omzet vandaan komt, licht terug. Het totale nettoverlies steeg van 6 miljoen euro tot bijna 11 miljoen euro. De webshop wordt steeds belangrijker: de verkopen via de webshop stegen in het laatste kwartaal met 8,7 procent. Hoe veel geld Hema daar precies mee verdient is niet duidelijk.

Koelemeijer schat in dat Hema weinig risico loopt. "Online wil je de consument zo veel mogelijk keuze bieden en dan een zo groot mogelijke omzet halen. En in Canada openen ze de winkels met franchisenemers, dus daar zit het risico ook niet."

## **Slim om in te zetten op Amsterdam**

Dat Hema zichzelf 'Hema Amsterdam' gaat noemen, vindt Koelemeijer verstandig. "Amsterdam is een bekend en heeft een goede lading in Amerika, dus het is slim en goed voor de branding om daarbij aan te haken. Voor Nederlanders betekent dat veel minder, maar kijk maar naar Heineken. Zij geven het bier internationaal ook een hele andere lading, en dat werkt."

Hema heeft nog niet gereageerd op vragen van RTL Z. Welke producten ze precies gaan aanbieden in Noord-Amerika is nog niet bekend.