



Winkeliers weg om mislopen online-omzet

Zo'n vijftien winkeliers vertrekken bij Bruna, omdat ze geen cent verdienen aan klanten die online kopen. Franchisenemers van Albert Heijn zijn ook niet blij.

ANNEMIEKE VAN DONGEN

ROTTERDAM

De Bruna-winkeliers weigeren de nieuwe voorwaarden te tekenen die de boekenketen voor zijn franchisenemers heeft opgesteld. Dat bevestigt een woordvoerder van

Bruna. „Helaas betekent dit dat we naar verwachting afscheid gaan nemen van ongeveer vijftien ondernemers." De zelfstandige ondernemers liggen al langer in de clinch met de eigenaar van de formule die ze huren. Het conflict draait om de verdeling van verschillende kosten en baten, waaronder die van de webshop. „Bruna verplicht haar franchisenemers in hun winkels reclame te maken voor bruna.nl. Maar zelf verdienen zij niets aan de boeken die hun klanten online bestellen", zegt advocaat Alex Dolphijn, die een aantal franchisenemers bijstaat in hun strijd tegen Bruna. „Dat is onterecht, want ondernemers betalen een flinke vergoeding voor het exclusieve recht om een Bruna-winkel uit te baten in een bepaald gebied. Online kaapt Bruna nu zelf hun klanten weg." Ook de franchisenemers van Albert Heijn zijn boos omdat ze niet profiteren van de e-commerce-activiteiten van hun moederbedrijf. Ze dreigen daarom naar de rechter te stappen, meldde vakblad Distrifood onlangs op basis van een brief van de Vereniging van Albert Heijn Franchisenemers (die zelf geen toelichting wil geven). Als klanten hun boodschappen via ah.nl laten thuisbezorgen, verdienen de ongeveer 220 zelfstandige AH-winkeliers daar niks aan. Dat geldt ook voor maaltijdboxen die mensen online bestellen en in de winkel afhalen. Ondernemer John van Vuuren van Albert Heijn in Werkendam beschouwt de bestelbusjes van ah.nl die in zijn dorp rondrijden daarom als broodroof. „Dat is concurrentie in mijn eigen marktgebied." Samen met ruim dertig andere AH-franchisenemers opende hij daarom een alternatieve webshop: ah-boodschappen.nl. Bestellingen die Werkendamse klanten daar plaatsen, komen niet bij het

hoofdkantoor in Zaandam terecht, maar rechtstreeks bij hem. Bijna 3 procent van zijn omzet komt nu van klanten die hij zelf bedient via zijn afhaalpunt, zegt hij. Hoeveel er toch op ah.nl belanden, weet hij niet. „Maar tegenwoordig zie ik aanmerkelijk minder AH-busjes rondrijden in het dorp." Bij het gros van de ruim 700 franchiseformules in Nederland zorgt de verschuiving naar online voor conflicten, zegt directeur Patricia Hoogstraaten van het Vakcentrum, de brancheorganisatie van zelfstandige winkeliers. „In een aantal gevallen zijn die netjes opgelost, zoals bij Jumbo, waar winkeliers wel meedelen. Maar het speelt bijvoorbeeld ook in de mode. Winkeliers mogen van sommige franchisegevers amper voorraad aanhouden. Als een klant de juiste maat vervolgens online bestelt, komt dat geld in de centrale kassa van de franchisegever terecht. Dat is kannibalisme." Franchisegevers investeren in de webshop, zegt Dolphijn. „Maar de centrale promotie en logistiek zijn diensten waar franchisenemers voor betalen. Zij zijn degenen die de lokale voetbalclub sponsoren en op de braderie staan. De online omzet uit hun postcodegebied komt hen toe." Albert Heijn laat weten met zijn franchisenemers in gesprek te zijn. Bruna stelt dat de winkeliers indirect meedelen in de omzet van de webshop. „Dat geld komt in een apart potje, dat we reserveren voor investeringen in de winkels."



John van Vuuren heeft in Werkendam zelf een webshop en afhaalplak.



Winkeliers weg om mislopen online-omzet

Zo'n vijftien winkeliers vertrekken bij Bruna, omdat ze geen cent verdienen aan klanten die online kopen. Franchise-nemers van Albert Heijn zijn ook niet blij.

Antonie van Dongen
Rotterdam

De Bruna-winkeliers weigeren de nieuwe voorwaarden te tekenen die de boekencat voor zijn franchise-nemers heeft opgesteld. Dat bevestigt een woordvoerder van Bruna. „Helaas betekent dit dat we naar verwachting afscheid gaan nemen van ongeveer vijftien ondernemers.”

De zelfstandige ondernemers liggen al langer in de clinch met de eigenaar van de formule die ze buren. Het conflict draait om de verdeling van verschuldigde kosten en baten, waaronder die van de webshop. „Bruna verplicht haar fran-

chisenemers in hun winkels reclame te maken voor Bruna.nl maar zelf verdienen zij niets aan de boeken die hun klanten online bestellen”, zegt advocaat Alex Dolphijn, die een aantal franchise-nemers bijstaat in hun strijd tegen Bruna. „Dat is onrecht, want ondernemers betalen een flinke vergoeding voor het exclusieve recht om een Bruna-winkel af te baten in een bepaald gebied. Online kapt Bruna nu zelf hun winkel weg.”

Ook de franchise-nemers van Albert Heijn zijn boos omdat ze niet profiteren van de e-commerce-activiteiten van hun moederbedrijf. Ze krijgen daarom

naar de rediter vaststappen, middels volmacht. Dit streeft onderling op basis van een brief van de Vereniging van Albert Heijn Franchise-nemers (die zelf geen toelichting wil geven). Als klant kun bewaard worden via ah.nl lever thuisbrengen, verdienen de ongeveer 220 zelfstandige AH-winkeliers daar niets aan. Dat geldt ook voor maaltijd-borden die mensen online bestellen en in de winkel afhalen. Ondernemer John van Vuuren van Albert Heijn in Werkendam beschrijft de handelwijze van ah.nl die in zijn dorpsredactie daarom als

“Franchisenemers moeten wel reclame maken, maar online verdienen ze niets

—Alex Dolphijn

CONFLICT

Franchisecode haalt weinig uit

De Vereniging van AH Franchise-nemers en Albert Heijn stonden gisteren tegenover elkaar in de recht-zal wegens een geschied conflict over de verdeling van kosten en opbrengsten. Ook bij andere meer Bakker Bart en Hema fa-

len ruzies met franchisenemers afgelopen jaren. Voor de circa 30000 franchise-nemers in Nederland heeft de onderneming grote voorstellen, zoals bilijkkoop en restma. Maar regelmatig kregen ondernemers te horen als

bedrijfsleiders, met amper zeggen-schap, terwijl hun eigen geld wel in de zaak zit. Van de afgesproken franchisecode komt nog weinig terecht. Minister Kamp van Economische Zaken overwoog nu de code in de wet te verankeren.

broodstof. „Dat is concurrentie in mijn eigen marktgebied.” Soms met ruim dertig andere AH franchise-nemers opende hij daarom een alternatieve webshop aan boordschappen.nl. Instellingen die Werendamse klant, dat plaatsen, komen niet bij het hoofdzaaksover in Zaandam terecht, maar recht-streeks bij hem. Dinsdag probeert van zijn winkel kom nu van klaver die hij zelf bedient via zijn afhaalpunt, zegt hij. Hoveel er toch op ah.nl behandelen, weet hij niet. „Maar tegenwoordig zie ik aantrekkelijk minder AH-busjes rondrijden in het dorp.”

Bij het groep van de ruim 700 franchiseformules in Nederland zorgt de verschuiving naar online voor conflict, zegt directeur Patrick Hoogstraaten van het Valcentrum, de brancheorganisatie van zelfstandige winkeliers. „In een aantal gevallen zijn de merjes opgelost, zoals bij

jumbo, waar winkeliers wel moe-jelen. Maar het speelt bijvoorbeeld ook in de mode. Winkeliers mogen van sommige franchisegevers nu voorraad aanhouden. Als een klant de juiste maat vervolgens online bestelt, komt dat geld in de centrale kas van de franchisegever terecht. Dit is kantaklisme.”

Franchisegevers investeren in de webshop, zegt Dolphijn. „Maar de centrale informatie en logistiek zijn diensten waar franchise-nemers voor betalen. Zij zijn ondernemers die de lokale webwinkel spon soren en op de lokale markt staan. Die online omzet is in hun postcodegebied koninkrijk toe.” Albert Heijn laat weten niet zijn franchise-nemers in gesprek te zijn. Bruna stelt dat de winkeliers in direct mededen in de omzet van de webshop. „Dat geldt koninkrijk in een apart potje, dat we versieren voor investeringen in de winkels.”

Franchiser is boos

Zelfstandige winkeliers willen meedelen in de online opbrengst

ANNEMIEKE VAN DONGEN

HOUTEN

Vijftien franchisenemers van Bruna zijn boos omdat ze niet meedelen in de online verkoop. Ook bij Albert Heijn is het hommeles en knokken de zelfstandige filiaalhouders voor hun geld.

De Brunawinkeliers weigeren de nieuwe voorwaarden te tekenen die de boekenketen voor zijn franchisenemers heeft opgesteld. "Helaas betekent dit dat we naar verwachting afscheid nemen van zo'n vijftien ondernemers", zegt een woordvoerder.

Het conflict draait om de verdeling van kosten en baten, waaronder de webshop. "Bruna verplicht franchisenemers in hun winkels reclame te maken voor bruna.nl. Maar zelf verdienen zij niets aan de boeken die hun klanten online bestellen", zegt advocaat Alex Dolphijn. "Onterecht, want ondernemers betalen een flinke vergoeding voor het recht om een Brunawinkel uit te baten in een bepaald gebied. Online kaapt Bruna nu zelf klanten weg."

Ook de franchisenemers van Albert Heijn zijn boos omdat ze niet profiteren van de e-commerce-activiteiten van AH. Als klanten hun boodschappen via ah.nl laten thuisbezorgen, verdienen de ongeveer 220 zelfstandige AH-winkeliers daar niks aan. Dat geldt ook voor

maaltijdboxen die mensen online bestellen en in de winkel afhalen. Ondernemer John van Vuuren van Albert Heijn in Werkendam beschouwt de bestelbusjes van ah.nl die in zijn dorp rondrijden daarom als broodroof. "Dat is concurrentie in mijn eigen marktgebied." Samen met ruim dertig andere franchisenemers opende hij daarom een alternatieve webshop: ah-boodschappen.nl. Bestellingen die Werkendamse klanten daar plaatsen, komen niet bij het hoofdkantoor in Zaandam terecht maar rechtstreeks bij hem. Bijna 3 procent van zijn omzet komt nu van klanten die hij zelf bedient via zijn afhaalpunt, zegt hij. Hoeveel klanten toch op ah.nl belanden, weet hij niet. "Maar ik zie aanmerkelijk minder AH-busjes rondrijden in het dorp."

Bij het gros van de ruim 700 franchiseformules in Nederland zorgt de verschuiving naar online voor conflicten, zegt directeur Patricia Hoogstraaten van het Vakcentrum, de brancheorganisatie van zelfstandige winkeliers. "In een aantal gevallen zijn die inmiddels netjes opgelost, zoals bij Jumbo, waar winkeliers wel meedelen. Maar in de modebranche mogen winkeliers van sommige franchisegevers amper voorraad aanhouden. Als een klant de juiste maat onderkleding vervolgens online bestelt, komt dat geld in de kassa van de franchisegever terecht. Dat is kannibalisatie."

Franchisegevers denken vaak recht te hebben op de online inkomsten omdat zij in de webshop hebben geïnvesteerd, zegt Dolphijn. "Maar de promotie en logistiek zijn diensten waar franchisenemers hun reguliere vergoeding voor betalen. Zij zijn degenen die de lokale voetbalclub sponsoren en op de braderie staan. Ook de online omzet uit hun postcodegebied behoort hen toe", aldus de advocaat.

Albert Heijn laat weten met zijn franchisenemers in gesprek te zijn over de verdeling van de online inkomsten. „Er ligt een voorstel van ons bij de franchisenemers." Bruna stelt dat zijn franchisenemers wel degelijk meedelen in de omzet van zijn webshop, zij het indirect. De winkelier is de sponsor van de voetbalclub Alex Dolphijn, advocaat

september 2016
vrijdag 14 september 2016
ECONOMIE 17

Zelfstandige winkeliers willen meedelen in de online opbrengst

PROCES AH
Ruzie over de kosten

HAARLEM De Vereniging van AH Franchisenemers en Albert Heijn vonden zaterdagochtend elkaar in de rechtszaal wegens een conflict over de verdeling van kosten en opbrengsten die al jaren steept. Ook bij onder meer Bakker Bart en Hema herpopen ruzies met franchisenemers afgelopen jaren hoog op. Voor de ongeveer 30.000 franchisenemers in Nederland heeft samenwerking onder de vlag van een formule grote voordelen. „Zo kunnen mkb'ers hun inkoop en reclame gezamenlijk regelen en om vast te maken tegen de concurrentie van grootschops. Maar helaas zijn er regelmatig excessen. Ondernemers fungeren dan feitelijk als bedrijfsleiders. Ze hebben amper zeggenschap, terwijl hun eigen Na lang onderhandelen kwamen de franchisegevers en -nemers dit voorjaar tot afspraken over een eerlijke verdeling van baten en lasten. Maar in de praktijk komt van die vrijblijvende franchisecode nog weinig terecht: slechts enkele bedrijven hebben hem ondertekend. „Zeer teleurstellend", aldus Hoogstraten. Dat vindt ook Minister Henk Kamp van Economische Zaken, liet hij onlangs weten. Hij onderzoekt momenteel of bij de franchisecode in de wet kan veranderen.



Franchiser is boos

Vijftien franchisenemers van Bruna zijn boos omdat ze niet meedelen in de online verkoop. Ook bij Albert Heijn is het honnekes en knokken de zelfstandige filiaalhouders voor hun geld.

Annemieke van Dongen
Houten

De Brunawinkeliers weigeren de nieuwe voorwaarden te tekenen die de boekrekenen voor zijn franchisenemers heeft opgesteld. „Helaas betekent dit dat we naar verwachting afscheid nemen van zo'n vijftien ondernemers", zegt een woordvoerder.

Het conflict draait om de verdeling van kosten en baten, waaronder de webshop. „Bruna verplicht franchisenemers in hun winkels reclame te maken voor brunanl. Maar zelf verdienen zij niets aan de boeken die hun klanten online bestellen", zegt advocaat Alex Dolphijn. „Onterecht, want ondernemers betalen een flinke vergoe-

ding voor het recht om een Brunawinkel uit te baten in een bepaald gebied. Online koopt Bruna nu zelf klanten weg."

Ook de franchisenemers van Albert Heijn zijn boos omdat ze niet profiteren van de e-commerce-activiteiten van AH. Als klanten hun boodschappen via ah.nl laten thuisbezorgen, verdienen de ongeveer 220 zelfstandige AH-winkeliers daar niks aan. Dat geldt ook voor maaltijdboxen die mensen online bestellen en in de winkel afhalen. Ondernemer John van Vuuren van Albert Heijn in Werkendam beschouwt de bestelbussen van ah.nl die in zijn dorp rondrijden daarom in zijn eigen marktgebied. „Dat is concurrentie als broodroof. Dat is concurrentie met ruim dertig andere franchisenemers opende hij daarom een alternatieve webshop: ah-boodschappen.nl. Bestellingen die Werkendamse klanten daar plaatsen, komen niet bij het hoofdkantoor in Zaandam terecht maar rechtstreeks bij hem. Bijna 3 procent

van zijn omzet komt nu van klanten die hij zelf bedient via zijn afhaalpunt, zegt hij. Hoeveel klanten toch op ah.nl belanden, weet hij niet. „Maar ik zie aanmerkelijk minder AH-bussen rondrijden in het dorp."

De winkelier is de sponsor van de voetbalclub

— Alex Dolphijn, advocaat

Bij het gros van de ruim 700 franchiseformules in Nederland zorgt de verschuiving naar online voor conflicten, zegt directeur Patricia Hoogstraten van het Vakcentrum, de brancheorganisatie van zelfstandige winkeliers. In een aantal gevallen zijn die inmiddels netjes opgelost, zoals bij Jumbo, waar winkeliers wel meedelen. Maar in de mo-

debranche mogen winkeliers van sommige franchisegevers amper voorraad aanhouden. Als een klant de juiste maat onderkleding vervolgens online bestelt, komt dat geld in de kassa van de franchisegever terecht. Dat is kennelijk onrecht.

Franchisegevers denken vaak recht te hebben op de online inkomsten omdat zij in de webshop hebben geïnvesteerd, zegt Dolphijn. „Maar de promotie en logistiek zijn diensten waar franchisenemers hun reguliere vergoeding voor betalen. Zij zijn degenen die de lokale voetbalclub sponsoren en op de braderie staan. Ook de online omzet uit hun postcodegebied behoort hen toe", aldus de advocaat.

Albert Heijn laat weten met zijn franchisenemers in gesprek te zijn over de verdeling van de online inkomsten. „Er ligt een voorstel van ons bij de franchisenemers." Bruna stelt dat zijn franchisenemers wel degelijk meedelen in de omzet van zijn webshop, zij het indirect.

Region OP TV Voordeeltjes.nl Voordeeltjes.nl/w/14-09 0900 66 777 88