

Intergamma

PERSBERICHT

Leusden, 27 september 2019

Solide resultaten Intergamma in 2018

Intergamma, het moederbedrijf van GAMMA en KARWEI, boekte in 2018 een consumentenomzet van € 1.692 miljoen, tegen € 1.693 miljoen een jaar eerder. Het gezamenlijke bedrijfsresultaat kwam uit op € 138 miljoen. In de komende jaren wil Intergamma haar klanten met formules Gamma, Gamma België en Karwei optimaal bedienen om van hun huis en tuin een echt en duurzaam thuis te maken. Daarbij zullen de nieuwe winkelformules en de omnichannelstrategie de belangrijkste speerpunten zijn.

Belangrijkste punten

- Consumentenomzet komt uit op € 1.692 miljoen in 2018, tegen € 1.693 miljoen in 2017
- EBITDA kwam uit op € 138 miljoen
- Online omzet is in 2018 met 30% toegenomen tot €122 miljoen
- Herijking strategie om marktleiderschapspositie te versterken

Harm-Jan Stoter, algemeen directeur Intergamma: *'We zijn tevreden over de behaalde resultaten in 2018. Dit hebben we bereikt ondanks een afnemend aantal verhuisbewegingen en dalend consumentenvertrouwen. De omzetgroei vertraagde voornamelijk door een winkelbrand en het optimaliseren van het winkelnetwerk. Verder hebben we online goed gepresteerd. Zo is de online omzet voor het eerst boven de grens van €100 miljoen uitgekomen. Daarnaast hebben we belangrijke stappen gezet in de uitrol van de nieuwe formules van Karwei en Gamma. Onze strategie voor de komende jaren is erop gericht om de positionering van de formules meer van elkaar te laten verschillen en onze commerciële organisatie verder te versterken. In combinatie met een sterke omnichannelstrategie kunnen wij onze klanten zowel in onze winkels als online optimaal inspireren, helpen bij klussen en voorzien van de beste producten.'*

Nieuwe koers

Met haar onderscheidende winkelformules en verschillende onlinekanalen wil Intergamma de komende jaren klanten nog betere helpen bij het creëren van een echt thuis. Daarbij zal Karwei zich nog meer gaan richten op woninginrichting en Gamma op grote klussen, maar vooral op duurzaam en slim wonen. Naar verwachting zullen consumenten in de komende jaren steeds meer gaan inzetten op energiezuiniger wonen. Door te investeren in een aansluitend assortiment en slimme dienstverlening wil Intergamma als marktleider inspelen op deze trend.

E-commerce en omnichannel

Als onderdeel van haar strategie heeft Intergamma in de afgelopen jaren een succesvolle e-commerce- en omnichannelstrategie ontwikkeld. Hierdoor is Intergamma uitgegroeid tot de grootste onlinespeler op het gebied van doe-het-zelfartikelen in de Benelux. De omnichannelstrategie heeft er verder voor gezorgd dat de functionaliteiten en de ervaring van de online verkoopkanalen en de fysieke winkels naadloos in elkaar overlopen. Zo kan er bijvoorbeeld online worden gechat, georiënteerd en voorraden van winkels worden bekeken. En in de winkels kunnen klanten via bestelzuilen grotere of op maatgemaakte artikelen zoals (tuin)meubelen of gordijnen eenvoudig bestellen.

Uitrol nieuwe winkelformules

De nieuwe winkelformules voor Gamma en Karwei zullen de komende jaren gefaseerd worden uitgerold. De vernieuwde formules kennen een betere indeling die veel overzichtelijker is en klanten meer inspireert. Ook verschilt het assortiment van de formules aanzienlijk van elkaar. Zo hebben de nieuwe Karwei-winkels een groot assortiment vloeren, (design)verlichting, meubelen, raam- en wandbekleding gekregen. Deze productgroepen komen bij elkaar in zogenoemde inspiratieopstellingen die in de hele winkel te vinden zijn. De Gamma-formule is ingedeeld in zogenoemde kluswerelden waarbij grote klussen, verf, duurzaam en slim wonen een belangrijke rol spelen. Door deze differentiatie in assortiment kan Intergamma een nog bredere doelgroep bedienen. Op dit moment voeren 22ui winkels een nieuwe formule van Gamma of Karwei.

Integratie Van Neerbos Groep

Halverwege 2018 heeft Intergamma de overname van haar toenmalige franchisenemer Van Neerbos Groep afgerond. Bij Van Neerbos werken in totaal 4.500 medewerkers in 156 winkels. Na de afronding is integratie van beide bedrijven begonnen en heeft Intergamma veranderingen doorgevoerd in de commerciële organisatie. Dit moet leiden tot schaalvoordelen, meer slagvaardigheid, betere inkoopcondities en meer omzet.

Over Intergamma

Intergamma B.V. is met haar winkelformules GAMMA en KARWEI marktleider in de doe-het-zelfmarkt in de Benelux. Met een sterk winkelnetwerk en omnichannelstrategie inspireert en helpt Intergamma haar klanten om van hun huis en tuin een echt en duurzaam thuis te maken. Intergamma behoort met een omzet van €1,7 miljard tot de top 3 van Nederlandse non-food retailbedrijven. Het bedrijf streeft naar verantwoord ondernemen, op een respectvolle manier voor de mens en zijn omgeving.