

MAXEDA ZET UITVERKOOP VOORT

Lingerieketen Hunkemöller krijgt andere eigenaar

Hunkemöller is niet langer een zusje van Brico. De keten is verkocht aan de investeringsmaatschappij PAI.

AMSTERDAM (ANP, BELGA) | Het Nederlandse handelsconcern Maxeda verkoopt lingerieketen Hunkemöller aan de investeringsmaatschappij PAI. PAI is een Europese investeringsmaatschappij die ook de controle heeft van de Spaanse kledingketen Cortefiel en de Italiaanse Gruppo Coin.

Eerder dit jaar maakte Maxeda bekend dat het van plan was de toekomst van zijn modetak te 'onderzoeken'. Dat betekent dat de ketens V&D, de Bijenkorf, Hunkemöller en M&S Mode in de etalage stonden. Het was niet de bedoeling alle ketens tegelijk aan één koper te verkopen: voor elk bedrijf zou mogelijk een ander pad bewandeld worden, zei Maxeda.

Hunkemöller heeft een netwerk van bijna vijfhonderd winkels in

onder meer Nederland, België, Luxemburg en Duitsland, maar ook in Saudi-Arabië, Koeweit en Egypte zijn vestigingen te vinden. 'De afgelopen tien jaar heeft Hunkemöller continue groei laten zien, en het is nu klaar om de

V&D, Bijenkorf en Hema waren al de deur uit

groeistrategie te versnellen', aldus topman Philip Mountford van de lingerieketen.

PAI is een van de oudste investeringsmaatschappijen van Europa, die in 1872 werd opgericht als Paribas Affaires Industrielles. Het was de voornaamste investe-

ringsactiviteit van de Franse bank Paribas, maar is sinds 1998 zelfstandig.

Maxeda verkocht eerder dit jaar al warenhuis de Bijenkorf en V&D. De Bijenkorf kwam in handen van de Selfridges Group, een dochteronderneming van het Canadese Wittington Investments. V&D en de restaurantketen La Place werden verkocht aan Sun European, de Europese tak van het Amerikaanse investeringsbedrijf Sun Capital Partners. Maxeda hoopt dit jaar ook nog M&S Mode te verkopen.

Maxeda, het vroegere Vendex KBB, stootte ook de voorbije jaren al een aantal ketens af. Zoals de modeketen Claudia Sträter, de juweliersketen Schaap & Citroen, Perry Sport, Scapino en de Hans Anders Groep.

In 2007 werd ook Hema verkocht aan Lion Capital, dat de keten nu opnieuw in de etalage heeft gezet.



Hunkemöller heeft een netwerk van bijna vijfhonderd winkels. © Peter Hilz/Hollandse Hoogte



DE KIJK VAN VAN DYCK

FONS VAN DYCK

FACEBOOK-SCHEIDING

Sociale netwerken en privacy verhouden zich tot elkaar als de partners in een moeilijk huwelijk. En dat bleek vorige week zelfs heel letterlijk te nemen. Een vrouw uit Koksijde die reeds ettelijke maanden geen alimentatiegeld meer betaalde aan haar ex-man, zozegd uit gebrek aan financiële middelen, werd in de rechtszaal geconfronteerd met Facebook-foto's van haar nieuwste laptop alsook recente vakantiefoto's. De foto's werden door de rechtbank als juridisch bewijsmateriaal voor de vermogendheid van de dame aanvaard. Zij had de foto's immers zelf gepost.

Sociale media zorgen voor meer 'empowerment', maar maken mensen tegelijk ook meer kwetsbaar. Zeker als grenzen - onbewust - vager worden. In de betrokken rechtszaak oordeelde de rechtbank dat er geen sprake was schending van privacy, vermits de betrokken dame expliciet haar persoonlijke levenswandel en leefstijl publiek had gemaakt. Bovendien verleent elke Facebook-gebruiker aan 'vrienden' voorafgaand toestemming om toegang te hebben tot de eigen levenssfeer. Maar er kan ook sprake zijn van een meer impliciete instemming. Zeker wanneer het over commerciële exploitatie van persoonlijke gegevens gaat binnen sociale media. Bekende voorbeelden zijn het gebruik van cookies of recen-

Het omgaan met privacy is ook sterk gebonden aan leeftijd en culturele waarden

ter 'behavioral targeting'. Hierbij plaatsen adverteerders het juiste bericht voor de juiste klant op het juiste tijdstip en de juiste plaats op basis van kenmerken en vroeger gedrag van deze klanten.

Aan de Rijksuniversiteit Groningen werd onlangs de houding van consumenten ten aanzien van de opmars van 'behavioral targeting' onderzocht in de bank- en telecomsector. Het onderzoek bij meer dan tweeduizend Nederlanders concludeert dat er drie houdingen bestaan bij consumenten. Tien tot vijftien procent van de consumenten - vooral vrouwen - is zeer afkerig tegenover deze vorm van inbreuk op hun vermeende privacy. Een even grote groep, maar meer mannelijk en hoger opgeleid, behoort tot de 'gematigde protagonisten'. De grootste groep, ongeveer 75 procent, is sceptisch. Deze consumenten ervaren het aanbieden van een relevant aanbod als positief, maar hekelen het feit dat hiervoor persoonlijke gegevens gebruikt worden. Echte klanteninzichten - zoals naamgebruik, transactiedata of data verkregen via derden - roepen negatieve reacties op, die tot een lagere koopintentie leiden. Het oneigenlijk gebruik van Facebook-gegevens wordt het meest negatief ervaren.

Anders geformuleerd: consumenten kunnen leven met een gecontroleerd gebruik van persoonlijke gegevens door ondernemingen, in de mate dat dit transparant gebeurt, dat zij hiervoor vooraf toestemming hebben gegeven en dat hieraan ook een persoonlijk voordeel is verbonden. Het omgaan met privacy is ook sterk gebonden aan leeftijd en culturele waarden, zo stelde Jo Pierson, verbonden aan de Vrije Universiteit Brussel, vorige week nog op het congres van de Belgische direct marketing vereniging. Amerikanen staan wantrouwer tegenover de overheid, Europeanen zijn argwanender tegenover ondernemingen. Jongeren zijn dan weer meer geneigd om zelf het initiatief te nemen om hun privacy te beschermen, terwijl ouderen dit eerder als een rol van de technologie zelf dan wel de overheid/regelgever zien. Maar elke bedreiging is ook een uitdaging in de wereld van sociale media. Vorige week lanceerden ex-Facebook-medewerkers Path als 'persoonlijke netwerksite'. Met maximaal vijftig vrienden die tot uw netwerk kunnen toetreden. Path is voor (h)echte vrienden, zo klinkt het en voert privacy hoog in het vaandel. Het had de dame uit Koksijde een flinke slok op de borrel gescheeld.

Fons Van Dyck is managing director bij think/BBDO.

ONLINE
www.standaard.biz/kijkvandyck
e-mail: fons.van.dyck@bbdo.be

MAANDAG • (tweewekelijks) **Openstaande rekeningen** - Karin De Ruyter over actuele thema's.
DINSDAG • **De Kijk van Van Dyck** - Fons Van Dyck over opvallende trends en fenomenen.
VRIJDAG • **De Paradox van Parys** - Lorin Parys over creatief ondernemen.
ZATERDAG • (afwisselend) **De Pijn van het Magazijn** - Peter Cuypers over de wereld van de consument. **Homo Economicus** - Peter Vanden Houte over de economische actualiteit.

Financieel Bericht



ACCENTIS NV
Maatschappelijke zetel: Ter Waarde 21, 8900 Ieper
Ondernemingsnummer (RPR Ieper) 0454.201.411

Aankondiging betreffende de openstelling van een openbaar aanbod tot inschrijving op nieuwe aandelen met voorkeurrechten.

Overeenkomstig artikel 593, paragraaf 2, van het Wetboek van Vennootschappen kondigt Accentis NV de uitgifte met voorkeurrecht en het tijdvak waarin het voorkeurrecht kan worden uitgeoefend aan. Deze aankondiging wordt gedaan onder voorbehoud van goedkeuring van het prospectus door de Commissie voor Bank-, Financie- en Assurantiewezen ("CBFA") en onder voorbehoud van de beslissing van de buitengewone algemene vergadering om het kapitaal te verhogen overeenkomstig de bepalingen van de oproeping tot de algemene vergadering, gepubliceerd in het Belgisch Staatsblad op 5 november 2010. Deze aankondiging is geen aanbod tot aankoop van, of intekening op beleggingsinstrumenten.

Accentis NV deelt mee dat zij maximaal 1.024.610.472 nieuwe aandelen met een uitgifteprijs van 0,02 EUR per aandeel ter intekening zal aanbieden, met voorkeurrecht voor de bestaande aandeelhouders. Per bestaand aandeel heeft de aandeelhouder recht om in te tekenen op twee nieuwe aandelen. Gelet op de bepalingen van het Wetboek van Vennootschappen zal de inschrijvingsperiode van minimum vijftien dagen, onder voorbehoud van de goedkeuring van het prospectus door de CBFA op dinsdag 30 november, ten vroegste een aanvang nemen op 2 december 2010, om 09 uur. Deze inschrijvingsperiode zal ten vroegste verstrijken op 16 december 2010, om 16 uur.

De definitieve data van de inschrijvingstermijn, alsook de andere voorwaarden en modaliteiten van het aanbod, en de andere wettelijk verplichte informatie zullen worden verduidelijkt in het prospectus.