

Amsterdam, 14 juni 2006

## **Vendex KBB heeft een nieuwe naam: Maxeda**

Maxeda vaart nieuwe koers met nieuwe bedrijfsfilosofie: 'A Passion to Serve'

### **Nieuwe Naam**

Vendex KBB heet vanaf vandaag Maxeda. Deze nieuwe naam markeert een nieuwe bedrijfsfilosofie en een nieuwe koers voor de retail groep. Alle winkelketens van Maxeda behouden hun eigen merknaam, identiteit en marktpositionering, maar binnen Maxeda gaan de winkelketens samenwerken om nieuwe groeistrategieën in Europa te ontwikkelen. Maxeda staat voor een nieuwe ambitie, een nieuwe cultuur en een nieuw doel om marktleiderschap voor al haar winkelketens te bereiken.

### **Nieuwe Filosofie**

Tony DeNunzio, voorzitter Raad van Bestuur van Maxeda: "Retail vraagt om echte passie voor klanten. De bron van ons succes zal zijn: 'A Passion to Serve; a passion to serve the people who serve our customers'. Bij Maxeda is het centraal stellen van de behoeften en wensen van onze klanten, de drijfveer van alle collega's binnen de groep. Daarom zijn we een groot intern programma gestart om deze boodschap te verspreiden in de hoofden en harten van alle mensen die bij Maxeda werken. Managers, ook ikzelf, moeten hun medewerkers helpen, zodat zij hun klanten op de best mogelijke manier van dienst kunnen zijn. Dit is onze nieuwe bedrijfsfilosofie – Dienend Leiderschap."

### **Nieuwe Richting**

Ondanks een moeilijke markt heeft Maxeda in 2005 een goede omzet en winst behaald en heeft zij haar cashflow aanzienlijk weten te verbeteren. Maxeda's netto-omzet inclusief omzet van concessionairs over 2005 bedroeg EUR 3,819 miljoen (2004 EUR 3,821 miljoen). De operationele EBITDA bedroeg EUR 249 miljoen in 2005 (2004 EUR 248 miljoen). Na een jarenlange daling, steeg de non-food retail markt in Nederland weer vanaf de tweede helft van 2005. Het marktaandeel van bijna alle winkelketens en productcategorieën van Maxeda laat groei zien.

Maar de onderneming richt haar blik op de toekomst door Maxeda beter en sterker te maken voor de lange termijn. Het doel is om marktleiderschap voor elke winkelketen te bereiken en de voorkeurswinkel te zijn van de klant door de klant centraal te stellen.

Deze nieuwe koers is eind 2005 ingezet en de eerste positieve resultaten worden al zichtbaar. Maxeda heeft alle winkelketens zich laten richten op nieuwe groeistrategieën. Elke winkelketen heeft een plan geformuleerd voor het leveren van duurzame groei in Nederland en andere Europese markten. Prioriteit is om meer te verkopen via huidige en nieuwe winkels, om beter in te kopen in het binnen- en buitenland, om kosten te besparen en de liquiditeit te verbeteren en om synergie binnen de groep goed te benutten.

---

Maxeda verandert snel. Er zijn al nieuwe winkelconcepten ontwikkeld zoals de nieuwe Praxis in Almelo, de nieuwe V&D's in Almere en Arnhem en verschillende winkelketens hebben samen nieuwe shop-in-een-shop concepten gerealiseerd. Binnen Maxeda helpen de verschillende winkelketens elkaar, wisselen 'best practices' uit en realiseren inkoopsynergieën. Met deze initiële resultaten is het een goed moment om de naam van de groep te wijzigen. De nieuwe groepsnaam Maxeda markeert het begin van deze nieuwe koers.

- einde bericht -

## **Voor meer informatie:**

Zie bijgevoegde bijlagen:

Cijfers 2003 - 2005

Groepsprofiel

Groepfilosofie

Ondernemingscode

Digitaal Maxeda logo

Foto's

[www.maxeda.com](http://www.maxeda.com)

Maxeda,  
Corporate Communication  
Manel Vrijenhoek  
Telefoon: 020 549 0433

## **Over Maxeda**

Maxeda is de grootste non-food retailer in Nederland met een netto-omzet inclusief omzet van concessionairs van EUR 3,8 miljard. Maxeda heeft meer dan 37.000 werknemers in ruim 1.500 winkels in Europa (Nederland, België, Luxemburg, Denemarken, Duitsland, Frankrijk and Spanje). Tot de groep behoren verschillende winkelketens in de sectoren warenhuizen/variety stores, doe-het-zelf zaken en kledingwinkels. De portefeuille bestaat uit de marktleider van doe-het-zelfwinkels in de Benelux (Praxis en Formido in Nederland, Brico en Brico Plan-it in België); de variety store HEMA (Nederland, België en Duitsland); de enige twee Nederlandse warenhuizenketens, gepositioneerd respectievelijk in het midden segment (V&D) en het hoge segment (de Bijenkorf); en drie internationale kledingwinkels (M&S, Hunkemöller en Claudia Sträter). Bovendien bezit Maxeda de nummer 2 restaurantketen in Nederland, Les Halles (o.a. La Place en Le Marché) en de leidende juwelier van luxeuze horloges en sierraden (Schaap en Citroen).