

# Marketing Rendement

## Dit artikel wordt u aangeboden door Marketing Rendement

Marketing Rendement is een nieuws- en adviesmagazine over (online) marketing, e-commerce en communicatie. De insteek is: geen glossy magazine met meningen en veel advertenties. Maar wel een blad dat met beide benen op de grond staat. Marketing Rendement biedt gewoon praktische, objectieve informatie waar de lezer daadwerkelijk iets aan heeft in zijn dagelijks werk. Gericht op kostenbesparing. Gericht op snel en efficiënt werken. Gericht op tips en adviezen voor een betere persoonlijke performance en regelmatig aandacht voor loopbaan en beloning.

Marketing Rendement biedt u:

- beknopte artikelen met veel tips die de lezer direct in de dagelijkse praktijk kan gebruiken;
- regelmatig een gedegen vergelijkend marktonderzoek waar het doorlopen van een bestelproces in kaart wordt gebracht en waar leveranciers op prijs en geboden diensten worden vergeleken;
- veel kort nieuws;
- wekelijkse e-mailservice met het allerlaatste (online) marketing-, e-commerce en communicatienieuws;
- een aanvulling op de inhoud van elke uitgave met praktische, online tools.

Kijk voor meer informatie of een proefabonnement op [www.rendement.nl/marketingblad](http://www.rendement.nl/marketingblad)

## Kostbaar sieraad voor een prikkie? Denk eens na!

Consumenten kunnen zich bij een hoge korting zeker niet altijd rijk rekenen, zo bleek onlangs weer. De Bijenkorf in Amsterdam had een foutje gemaakt in zijn webwinkel. Hierdoor stond een peperdure ketting van het Franse juweliershuis Cartier aangeboden voor € 402. Foutje bedankt, want dit had eigenlijk € 40.200 moeten zijn.

### Kleinood

Een vrouw kocht het kleinood online en haalde het op in de shop-in-shop-boetiek van Cartier in de Bijenkorf. Daar kreeg ze een toelichting, werden garantieformulieren inge-

vuld en kreeg ze een merkloze draagtas mee. Ondanks dit alles wilde het warenhuis het sieraad terug toen de fout enkele dagen later ontdekt werd. Dit weigerde de vrouw, waardoor een gang naar de rechter volgde. Die was echter onverbiddelijk: een gemiddeld geïnformeerde consument kan weten dat een sieraad van 18 karaat witgoud en 1,23 karaat diamanten niet voor een paar honderd euro wordt aangeboden.

**!** Saillant detail: de vrouw kan de ketting naar eigen zeggen niet teruggeven, omdat hij op reis is zoekgeraakt.

## Schuiven in televisieland

Televisiezenders NPO 1 Extra en NPO Zappelin Extra (voorheen met de naam NPO ZappXtra) deelden lange tijd een lineair kanaalslot en waren dan ook niet de hele dag beschikbaar. Per 25 december 2018 is daar verandering in gekomen. Beide zenders hebben een eigen kanaalslot gekregen en hierdoor dus ook meer zendtijd.

### Veilig

NPO 1 Extra focust voornamelijk op dramaseries en dramafilms. NPO Zappelin Extra richt zich in de programmering op peuters, kleuters en hun ouders. Deze

zender biedt dan ook veilige content zonder reclameuitingen aan.

### Ruimte

Aangezien er geen nieuwe kanaalslots bijgekomen zijn, moest er ergens ruimte gemaakt worden. NPO 1 Extra maakt voortaan gebruik van het kanaalslot waarop NPO 3 Extra uitzond. Deze zender is per 25 december 2018 dan ook in zijn geheel naar het digitale domein verhuisd. De programma's van NPO 3 Extra zijn sinds die overgangsdatum te bekijken op de site npo3.nl en via het online platform NPO Start.

# Voor kleintjes in de keten

In april 2018 publiceerde de Europese Commissie een voorstel voor een 'Richtlijn oneerlijke handelspraktijken in de voedselvoorzieningsketen'. De Commissie beoogt daarmee de schadelijkste oneerlijke handelspraktijken te verbieden, om zo een eerlijkere behandeling van kleine en middelgrote voedings- en landbouwbedrijven te waarborgen. Wat houdt de richtlijn precies in?

Kleinere marktdeelnemers hebben ten opzichte van grote afnemers onvoldoende onderhandelingsmacht en alternatieven om hun producten op de markt te brengen. Zij hebben extra wettelijke bescherming nodig tegen oneerlijke handelspraktijken van hun partners in de voedselvoorzieningsketen, zo is de gedachte.

### Jaaromzet

De Richtlijn is van toepassing op bepaalde oneerlijke handelspraktijken die zich voordoen bij de verkoop van voedingsproducten door een leverancier, die een klein en middelgroot bedrijf is, aan een afnemer, die dat niet is. Voor de goede orde: van een 'klein en middelgroot' bedrijf is sprake wanneer er minder dan 250 personen werkzaam zijn en waarvan de jaaromzet € 50 miljoen of het jaarlijkse balanstotaal € 43 miljoen niet overschrijdt.

### Annuleren

Dan de vraag: wat zijn oneerlijke handelspraktijken? De Richtlijn bestempelt de volgende handelspraktijken als oneerlijk:

- Te laat betalen voor bederfelijke levensmiddelen. 'Te laat' is een betaling meer dan dertig kalenderdagen na ontvangst van de factuur van de leverancier, of meer dan dertig kalenderdagen na de datum waarop de bederfelijke voedingsproducten zijn geleverd, als dat later is.
- Orders voor bederfelijke levensmiddelen op het laatste moment annuleren. Als de annulering op zo korte termijn geschiedt dat niet redelijkerwijs kan worden verwacht dat de leverancier een alternatief kan vinden voor het verhandelen of het gebruik van die producten, dan is de annulering oneerlijk.
- Het eenzijdig en met terugwerkende kracht wijzigen van de voorwaarden van de leveringsovereenkomst die



Direct het laatste #vaknieuws? Volg @marketingzaken



verband houden met de frequentie, timing of het volume van de levering, de kwaliteitsnormen of de prijzen van de voedingsproducten.

- De leverancier laten betalen voor weggegooiden producten, wanneer de verspilling zich voordoet bij de afnemer en die niet aan nalatigheid of verzuim van de leverancier is toe te schrijven.

### Ondubbelzinnig

Andere handelspraktijken zijn alleen toegestaan als deze duidelijk en ondubbelzinnig zijn overeengekomen bij het sluiten van de leveringsovereenkomst:

- Een afnemer retourneert onverkochte voedingsproducten aan de leverancier.
- Een afnemer vraagt een vergoeding van de leverancier voor de opslag, de uitstalling of de opname in het assortiment van voedingsproducten van de leverancier.
- Een leverancier betaalt voor de promotie van voedingsproducten die door de afnemer worden verkocht. Vóór een promotieactie op initiatief van de afnemer specificeert de afnemer de periode waarin de promotie plaatsvindt en de verwachte hoeveelheid voedingsproducten die zal worden besteld.
- Een leverancier betaalt voor de marketing van voedingsproducten door de afnemer.

### Nationaal

Het voorstel ligt nu voor beraadslagingen in de Raad. De definitieve tekst laat daarom nog even op zich wachten. Daarna zal de definitieve Richtlijn nog moeten worden omgezet in nationaal recht.

*Ranee van der Straaten is senior advocaat bij Banning N.V., [www.banning.nl](http://www.banning.nl), [r.vanderstraaten@banning.nl](mailto:r.vanderstraaten@banning.nl)*

## Supermarkten zijn bezorgd

Hoewel de intentie van de Richtlijn sympathiek kan worden genoemd, geeft het voorstel ook reden tot zorg. Zo maakt het Centraal Bureau Levensmiddelenhandel (CBL), de Nederlandse branchevereniging voor supermarkten, zich zorgen over uitbreiding van de in de Richtlijn beoogde bescherming naar grote voedselproducenten. Na de publicatie van het voorstel zijn multinationals namelijk gaan lobbyen bij het Europees Parlement voor eenzelfde bescherming. Het CBL vreest bij uitbreiding van de bescherming voor een toegenomen druk van grote merkfabrikanten op de supermarkten, en hogere prijzen voor de consument.

## Rendement biedt IT-trainingen voor elk niveau



- Excel PLUS 
- Excel PRO
- Excel Power Pivot & Power View Fundamentals
- E-mailbeheer en Timemanagement
- Office 365
- Power BI basis
- Power BI vervolg

Meer informatie en aanmelden op  
[www.rendementco.nl/itopl](http://www.rendementco.nl/itopl)

Deze trainingen kunnen ook bij u op de zaak gegeven worden. Op maat gemaakt en meestal stukken voordeliger!  
Kijk op [www.rendementco.nl/incom](http://www.rendementco.nl/incom).

 **Rendement**  
Congressen & Opleidingen