Bijenkorf gaat boekenafdeling uitbesteden aan AKO

10-07-2018 15:40



AKO, onderdeel van Audax, neemt per 1 september de bedrijfsvoering van de boekenafdelingen van de Bijenkorf over.

Met de uitbreiding van het portfolio verstevigt AKO zijn aandeel in de categorieën kinderboeken en kookboeken. Ook biedt het kansen op het gebied van Engelstalige boeken en non-fictie. AKO wordt tevens verantwoordelijk voor het deel van de Bijenkorf-webshop dat boeken en tijdschriften in Nederland en België aanbiedt. Met deze transitie zijn geen ontslagen gemoeid. De boekenafdelingen in de verschillende Bijenkorf-winkels worden grondig verbouwd, maar behouden hun kenmerkende Bijenkorf-signatuur. Op 15 september wordt de eerste boekenafdeling nieuwe stijl gepresenteerd in de Bijenkorf Amsterdam.
Inkoopkracht en kwaliteitsassortiment
Audax-CEO Hubert de Leeuw: "Door deze samenwerking kunnen we heel gericht de brede leesmarkt bedienen en uitgevers helpen hun assortiment daar aan te bieden waar de relevantie het hoogst is."

Ninke Gijzel, directeur Inkoop van de Bijenkorf: "AKO is een van de grootste boekhandels van Nederland. Daarmee halen we inkoopkracht en een kwaliteitsassortiment in huis, dat past bij het serviceniveau dat de Bijenkorf haar klanten wil bieden. Het gaat om boeken, tijdschriften en e-readers; een volwaardig aanbod. In vergelijking met AKO winkels zal er binnen de Bijenkorf meer nadruk komen op kookboeken, kinderboeken en koffietafel boeken. Dit zijn boeken die de klanten van de Bijenkorf graag als cadeau kopen voor zichzelf of een

ander."

Behoefte van de lezer voorop
Casper de Nooijer, COO Audax en portefeuillehouder Audax Retail: "Met onze AKO-vestigingen zijn wij als Audax aanwezig op voornamelijk high traffic locaties zoals Schiphol, treinstations en grote ziekenhuizen. Deze toegankelijke formule is volledig afgestemd op consumenten on the move en biedt een efficiënt en overzichtelijk assortiment met een grote roulatiesnelheid. De boekenafdeling van een iconisch warenhuis als de Bijenkorf heeft uiteraard een andere,
specifieke dynamiek. De verbindende factor is echter het streven om 100% te voldoen aan de behoefte van de lezers. De combinatie van onze twee formules gaat een nog betere klantbeleving opleveren."