

## Opgave 6

---

In het najaar van 2019 stond het volgende in de krant:

### **Samenwerking Hema en Jumbo: straks Hema-artikelen te koop in de supermarkt Jumbo**

Supermarktketen Jumbo en warenhuis Hema gaan samenwerken in Nederland en België. Beide bedrijven willen zo hun marktpositie verbeteren. Het is de bedoeling dat artikelen van Hema in de 650 supermarkten van Jumbo worden verkocht.

“De samenwerking komt voort uit de gedachte dat het aanbod van beide bedrijven elkaar goed aanvult. Ook een mogelijk co-sponsorschap door Hema van de schaats- en wielerploeg Team Jumbo-Visma is onderwerp van de lopende gesprekken”, aldus beide bedrijven in een verklaring.

Jumbo en Hema werken de plannen verder uit. Het is niet de eerste keer dat Hema een samenwerking aangaat met een andere supermarkt. Zo worden inmiddels Hema artikelen verkocht in Franse supermarkten.

- 2p **25** Geef voor twee P's van de marketingmix aan op welke wijze deze worden ingezet in de samenwerking tussen Jumbo en Hema. Gebruik hiervoor het bovenstaande krantenbericht.

Een voorbeeld van de samenwerking tussen Hema en Jumbo is onder andere de mogelijkheid dat Hema co-sponsor wordt van de schaats- en wielerploeg Team Jumbo-Visma. Op het shirt van een schaatser en wielrenner van die ploeg komt dan ook de naam Hema te staan.

- 1p **26** Geef een voordeel voor Jumbo van deze co-sponsoring door Hema. Motiveer het antwoord.

Een ander voorbeeld van de samenwerking tussen Hema en Jumbo is dat per 1 januari 2021 de beroemde Hema tompouce ook door Jumbo verkocht zal worden. In de reclamefolder van Hema staat dat de tompouce in alle Hema- en Jumbovestigingen in de aanbieding is. Hema zal de winkelrichting van Jumbo met betrekking tot de Hema tompouce verzorgen.



Voor de tompouce maakt Hema zowel gebruik van een pushstrategie als van een pullstrategie.

- 2p **27** Waaruit blijkt dat Hema voor de tompouce gebruik maakt van zowel een push- als een pullstrategie?