

Doorstart voor Berghaus

Berghaus gaat door. Een consortium van een financiële partij en een producent uit het Verre Oosten nemen het jassenbedrijf over. Om het bedrijf weer gezond te krijgen is echter drastisch gesneden in het personeelsbestand: ruim dertig personeelsleden keren niet meer terug.



Tekst: Marieta van Driel

Het faillissement van Berghaus was van korte duur. Eind vorige week werden de onderhandelingen afgerond met een consortium, waarvan de deelnemers anoniem willen blijven. Berghaus Fashion Group is de naam van de nieuwe onderneming, zo vertelt directeur Ard Schuitemaker. Hij benadrukt dat het faillissement geen gevolgen heeft voor de orders en leveringen. Het heeft daarentegen wel grote consequenties voor het personeelsbestand van het bedrijf. Zo'n 45 procent van de 70 personeelsleden is verdwenen. Volgens Schuitemaker waren de hoge personeels- en backofficekosten de hoofdoorzaak voor het faillissement. "Met name in het magazijn, monsteratelier en bij de distributie zijn veel banen verdwenen. Omdat het een faillissement betreft is er voor die mensen geen sociaal plan. Schrijnend, maar we konden die mensen niet behouden. Al die activiteiten worden voortaan

uitbesteed, zodat de kosten flexibel worden gehouden. Door deze kleinere kostenbasis wordt het bedrijf gezond en kan er weer winstgroei worden gerealiseerd", aldus Schuitemaker. "Ook het consortium ziet veel potentie bij Berghaus."

Leveringen

De komende weken ligt de eerste focus op de leveringen, vertelt de directeur. "Het overgebleven personeel krijgt meer allround-taken. Daarnaast moeten de oude contracten worden voortgezet. Overigens zijn er zelfs in de afgelopen weken nog orders geplaatst." Berghaus is een van de oudste modebedrijven van Nederland. Het bedrijf heeft de merken Damo en Daite en het private label Berghaus. In totaal hebben deze merken door heel Europa zo'n drieduizend klanten.

Mitex verliest kort geding van Videma

Mitex heeft het kort geding tegen auteursrechtorganisatie Videma verloren. De brancheorganisatie heeft volgens de rechtbank in Utrecht haar leden via de website en het Mitex Magazine van oktober 2005 onjuist geïnformeerd over de taken en werkwijze van auteursrechtenorganisatie Videma.

Tekst: Lidewij Bosman

Mitex beweerde dat Videma 'zonder wettige grondslag' opereert en stelde dat de auteursrechtorganisatie 'lukaak' facturen zou versturen en riep daarom hun leden op deze niet te betalen. De rechter heeft bepaald dat Mitex een rectificatie moet plaatsen in Mitex Magazine. De brancheorganisatie heeft inmiddels een bericht op de website geplaatst waarin wordt gemeld dat ten onrechte is opgeroepen om deze facturen niet te betalen. En dat er, zonder uitleg, is gesteld dat ondernemers na betaling aan Videma

een financieel risico lopen. Paul te Grotenhuis, woordvoerder van Mitex: "Niemand is wettelijk verplicht om aan de factuur te voldoen, daarvan zullen wij ondernemers via andere kanalen op de hoogte stellen."

Tv in winkel

Videma werkt in opdracht van Amerikaanse film- en tv-studio's, publieke en commerciële omroepen, muziekvideo-uitgeverijen en binnen- en buitenlandse tv-producenten. Namens deze partijen incasseert Videma de vergoedingen die

zijn verbonden aan de vertoning van tv-beelden buiten de huiselijke kring, bijvoorbeeld in winkels.



Detailisten moeten toch vergoeding betalen voor tv-beelden in winkels

- **Seroton** heeft een nieuwe directeur. Op 1 januari is Dees de Smet begonnen bij het modeconcern. Wat zijn komst betekent voor de huidige directeur, Dick Pardijs, wil het bedrijf niet bekendmaken.
- De **Herren-Mode-Woche** in Köln gaat niet door. Een eventuele samenwerking tussen de organisatie en een potentiële partij van de baan. Beide partijen kwamen niet tot een overeenkomst.
- De **Nederlandse Mededingingsautoriteit (NMA)** bevestigt dat hun melding van vorige week omtrent een 'nieuwe onderneming van Euretco en Intres' activiteiten van Retailpay betref. De formulering van NMA zorgde voor onduidelijkheid.
- **Duitse shoppers uit de grensstreek** hebben veel belangstelling voor Nederlandse koopzondagen en zijn bereid daar wel 200 kilometer voor af te leggen. Klacht is wel dat Nederlandse retailers te weinig 'over de grens' communiceren wanneer deze zondagen plaatsvinden. Dit blijkt uit onderzoek dat is uitgevoerd in opdracht van **Accept-Grant**.
- Het 50-jarige **Charles Vögele** heeft de omzet in het jubileumjaar 2005 zien stijgen met 1,1% tot €864,8 miljoen. De Zwitserse modeonderneming verdubbelde de winst tot €44,9 miljoen. In het land van herkomst daalde de omzet, terwijl deze in Nederland en België juist verbeterde.
- **Aubade** lanceert voor het winterseizoen 2006-2007 een mannen- en vrouwenlijn met de naam Aubade Divine. Met deze hoogwaardige ondermodelijn richt het Franse merk zich op speciaalzaken.