

Halfords slaat twee vliegen in één klap

15-02-2007 00:00

De laatste jaren loopt het aantal fietsvakhandels terug. Halfords speelt in op dat gegeven door de productgroep fietsen te versterken. "Dit doen wij door het aanbieden van het merk Union. Zo profileert Halfords zich met een A-merk én als speler in het middensegment", aldus Paul Burger, algemeen directeur van Halfords, in een interview in het jongste nummer van vakblad RetailTrends.

De fietsvakhandel is goed voor zo'n tachtig procent van de markt. "Deze groep heeft te maken met een teruglopend aantal fietsmakers, er is geen opvolging en de winkels zijn vaak klein en niet altijd rendabel", vertelt Burger. Dit leidde tot een daling van het aantal fietsspecialzaken van drieduizend naar zo'n 2200. Brancheorganisatie Bovag verwacht dat deze dalende tendens doorzet en voorspelt dat het aantal de komende vijf jaar nog verder afneemt tot vijftienhonderd. "Hierdoor ontstaat er ruimte in de markt. De consument wil namelijk toch fietsen blijven kopen. Daarom zijn wij vorig jaar heel bewust gestart met het versterken van onze productgroep fietsen", aldus Burger. Een van de middelen om dit te versterken, is het toevoegen van het merk Union. Burger legt uit: "Wij wilden een merk-fiets aan ons assortiment toevoegen met een mooie middenprijs. Hierop hebben we een deal gesloten met Union. Zij hadden weinig zin om als vierde merk de markt te bewerken. Door met ons samen te werken hadden ze meteen een verzekerde afzet. Naast ons leveren ze ook aan de formule Fiets+. Zo sloegen we twee vliegen in één klap: we profileerden ons met een A-merk en als speler in het middensegment."

De rest van dit interview is te lezen in het februarinummer van RetailTrends.

Opgeven voor een jaarabonnement op RetailTrends? Dat doet u [hier](#).