

V&D groeit verder en gaat grens over

29-03-2012 00:00

Warenhuisketen V&D groeit voor het vijfde jaar op rij sterker dan de krimpende markt. V&D verwacht dit jaar bovendien de snelste omzetgroei van de afgelopen vijf jaar. Dit meldde de winkelketen dinsdag, zonder concrete omzet- en winstcijfers bekend te maken.

Het marktaandeel in mode steeg van 2,7 procent in 2007 naar 3,6 procent in 2011, blijkt uit cijfers van marktonderzoeksbureau GfK. Volgens V&D groeide de modetak van de keten in 2011 zes procent sneller dan de markt, die drie procent kromp. De groei is met name te danken aan de collectie van ontwerper Mart Visser, die veel kopers trok, aldus een woordvoerder.

In de overige productcategorieën zag V&D zijn marktaandeel tussen 2007 en 2011 van twee naar vijf procent stijgen, meldt GfK. Met deze producten doet V&D het zeven procent beter dan de zes procent dalende markt, meldt de winkelketen.

De webwinkel, waar het assortiment in 2011 met veertig procent groeide, boekte een omzet van bijna 27 miljoen euro. Dit is ongeveer een verdubbeling ten opzichte van 2010. Alle 62 fysieke vestigingen van V&D hebben inmiddels afhaalpunten geopend. In 2014 hoopt V&D 125 miljoen euro om te zetten via de online verkopen.

V&D zette onlangs zijn eerste stappen in het buitenland. De winkelketen werkt samen met de Duitse warenhuisgigant Karstadt. In Berlijn en Stuttgart is sinds kort V&D-kindermode te koop. "Binnen een week hebben ze in Stuttgart drieënhalve keer zoveel omzet geboekt met kinderkleding", zegt V&D-directievoorzitter Mark McKeon. Op korte termijn start de verkoop van V&D-kindermode in nog eens tien Duitse filialen.

McKeon en Karstadt-topman Andrew Jennings hebben elkaar veel te bieden. "Zij hebben geen hippe mode en doen nauwelijks nog iets via internet", vertelt McKeon. "Als we met de Duitsers dingen samen kunnen doen, moet dat de inkooprijzen kunnen drukken. Eigenlijk is het vreemd dat we nooit iets eerder samen hebben gedaan."