

'Prijsfocus funest voor online markt'

23-04-2014 00:00

De strategie van webwinkels om vooral te concurreren op prijs maakt de e-commercemarkt in Nederland kapot. Dat zegt initiatiefnemer Maurice Steenbergen van verkoopplatform BOQZ tegen RetailNews. "Die mindset om per se de laagste prijs te willen bieden, moet veranderen."

Webwinkels zijn het gevoel voor wat een juiste prijs is kwijt, stelt hij. Steenbergen verwijst naar een recent onderzoek van Hogeschool van Amsterdam onder meer dan 350 online spelers. De meerderheid geeft daarin aan voor een eigen winkel maximaal tachtig euro per vierkante meter per jaar te willen betalen. "Dat is volkomen onrealistisch."

Steenbergen opende in november 2013 in Eindhoven de eerste vestiging van winkelconcept BOQZ. Webwinkels die een fysiek verkooppunt op een A-locatie willen, huren in het pand een mini-winkel of box. Twee medewerkers van BOQZ zorgen voor de verkoop. Aan het einde van de maand gaat de gehele omzet naar de betreffende ondernemer.

Inmiddels zijn alle 250 boxen verhuurd en komen per maand tienduizend mensen in de winkel, aldus Steenbergen. Over omzetcijfers doet hij geen uitspraken. "Ik kan wel zeggen dat we qua omzet en klantenportefeuille we in een langzaam maar gezond tempo groeien." Omzetcijfers zeggen volgens hem weinig over een onderneming. "Dat het groeitempo gezond is, vind ik het belangrijkste."

Het concept van BOQZ wordt volgens hem 'als een dolle' gekopieerd. "Ik zie in veel kleinere plaatsen vergelijkbare initiatieven op B- of zelfs C-locaties ontstaan." Steenbergen ziet dat als een signaal dat de markt van kleine webwinkels die fysiek gaan, groeit. "En dat is mooi. De komst van meerdere partijen is alleen maar goed voor de markt."

Daarnaast zorgt het voor grotere bekendheid van het concept. "Dat is positief, want adverteren op bijvoorbeeld Google is voor ons lastig. Consumenten gebruiken online namelijk geen zoekterm als shop-in-shop."