

Grote leegloop bij Kieskeurig.nl

01-10-2014 07:00

Tientallen retailers trekken in navolging van Coolblue en bol.com hun aanbod terug van Kieskeurig.nl. De prijsvergelijkingssite berekent tot hun onvrede vanaf vandaag de klikprijs op basis van de verkoopprijs van het product, waar voorheen één cpc-prijs per productgroep gold.

De winkeliers zijn tevens niet te spreken over de manier van communiceren van Kieskeurig.nl, meldt Emerce. Het nieuwe prijsbeleid is opgelegd zonder aankondiging of mogelijkheid tot overleg.

Vooraf verkopers van duurdere artikelen moeten per doorgestuurde bezoeker meer afdragen aan Kieskeurig. De grotere spelers van de inkooporganisaties Ringfoto en Europafoto trekken zich als statement tegen het nieuwe prijsbeleid onaangekondigd terug. "De verwachting is dat de kleinere leden van beide organisaties ook gaan volgen", aldus algemeen directeur Harold Konijnenberg van Foto Konijnenberg.

Elektronicaretailers als Scheer & Foppen, MyCom, Create2fit, Dixons, Redcoon en Conrad halen eveneens hun producten van Kieskeurig.nl. Ook de webwinkels van HiM Retail (Megapool, Harense Smid, Mikro en Elektrokoopjes.nl) zullen het assortiment dat naar Kieskeurig wordt doorgestuurd sterk beperken, zegt marketingmanager Giel Hoogstraten. Vooral de producten van vijftig euro of duurder zijn volgens hem niet meer vindbaar.

Grote retailers als Wehkamp en Bax-shop doen eveneens mee aan de boycot. "Dat betekent dat de honderdduizenden consumenten die Kieskeurig dagelijks bezoeken alleen nog maar aanbiedingen krijgen van kleine, relatief onbekende internetwinkels", aldus mede-eigenaar en oprichter Ed Dorrestein van Cameraland.