Tuincentra pionieren met gezamenlijke webshop

01-10-2014 13:34

Tien grote zelfstandige tuincentra willen eind volgend jaar met Warentuin over de grootste webshop van de tuinbranche beschikken. De retailers duiken in het gat dat traditionele retailers als Intratuin openlaten, laat initiatiefnemer Jeroen Linde weten aan RetailNews. “De meeste tuincentra leven nog altijd in de Middeleeuwen.”

Intratuin sloot medio 2012 de deuren van zijn onlinewinkel, terwijl ook het eerste experiment van GroenRijk dat jaar mislukte. Voor Linde was dat het startschot om met acht grote zelfstandige retailers een webshop te openen. Sindsdien zijn er nog twee bijgekomen, laat hij weten. “Het is niet ons doel om met zestig tuincentra verder te gaan, maar om een landelijk dekkend netwerk te hebben. Zo zijn we nog niet in het noorden, Limburg en België vertegenwoordigd.”

Klanten kunnen bij Warentuin terecht voor zo’n twintigduizend artikelen, waarbij de winkels van de aangesloten ondernemers als magazijn dienen. Tachtig procent van de producten wordt bij een minimumbedrag van twintig euro kosteloos bezorgd, zegt Linde. Grote pakketten worden vanaf 150 euro gratis thuisgebracht. De tuincentra kunnen na een bestelling kiezen de producten zelf te bezorgen of het uit te besteden.

Winst maken met hun online activiteiten doen de tien tuincentra nog niet, zegt de initiatiefnemer. “Eind 2016 verwachten we break-even te draaien.” Dat proces is volgens hem één van de redenen waarom veel traditionele spelers online afwezig zijn. “De offline winkels draaien gemiddeld geen plussen, dan is het moeilijk om veel geld in een webwinkel te steken.” Daarnaast vinden veel retailers het volgens Linde ‘eng’ om met onlineverkoop te beginnen, ook omdat GroenRijk en Intratuin hun webwinkel al snel sloten.

Die houding heeft er voor gezorgd dat tuincentra online de boot hebben gemist, stelt Linde. “Waar fysieke tuincentra goed zijn voor dertig procent van alle offline verkochte tuinartikelen, hebben ze online maar één procent van de omzettaart in handen. Ons eerste doel is om marktaandeel terug te winnen.”

De aangesloten tuincentra beschikken allemaal over een servicepunt van Warentuin in hun vestiging, waar consumenten hun aankopen kunnen retourneren. Het servicepunt is volgens Linde te vergelijken met dat van bol.com bij Albert Heijn. “Het is vooral een manier om de webwinkel offline zichtbaar te maken.”