

‘Retailers grijpen in paniek naar het prijswapen’

10-11-2014 07:56

Veel retailers proberen in aanloop naar de feestdagen klanten te trekken met grote kortingen. Zo geeft bol.com kortingen tot zestig procent, heeft Wehkamp de prijs van speelgoed met twintig procent verlaagd en geven de formules van Blokker Holding vijftien procent korting.

“Terwijl het nu tijd is om het geld te verdienen, raken ketens volledig in paniek”, stelt marketingstrateeg Paul Moers in het Algemeen Dagblad. De omzet staat volgens hem bij veel winkelketens onder druk, terwijl de reserves volledig zijn uitgeput. “Er wordt door de winkels enorm gestunt om cash binnen te krijgen”, aldus shopoloog Chantal Riedeman.

Bol.com geeft hoge kortingen om consumenten te bereiken die op basis van prijs de keuze maken waar ze hun sinterklaasinkopen doen, laat een woordvoerder weten. Marktaandeel winnen kan dan ook alleen door fikse kortingen te geven, zegt retailexpert Sabien Duetz. Wanneer de vraag richting 5 december toeneemt, zal de korting volgens haar teruglopen.

De hoge kortingen hebben volgens hoogleraar e-marketing Cor Molenaar ook te maken met angst voor de verwachte komst van Amazon. “Het zal misschien niet zo negatief uitpakken voor Coolblue of bol.com, die al groot zijn, maar wel voor veel andere winkels.” Alibaba vormt volgens Molenaar een nog grotere bedreiging. “Al deze kortingen lijken me logische uitingen van onrust.”