

'Albert Heijn en Kruidvat meest toekomstbestendig'

22-04-2016 05:53



Bijna één op de drie winkelketens is niet onderscheidend genoeg en speelt onvoldoende in op het veranderende koopgedrag van hun klanten. Daardoor gaan ze een onzekere toekomst tegemoet. Dat concludeert onderzoeksbureau Q&A uit de retail ranking 2016, die op het Jaarcongres Bricks in Retail bekend is gemaakt.

Ruim 7.500 consumenten hebben de afgelopen maand hun mening gegeven over 204 retailers. Daaruit blijkt volgens Q&A dat slechts zeven procent echt toekomstbestendig is, wat betekent dat ze een onderscheidende winkel, het vermogen om veel traffic te genereren en een goed online profiel hebben.

Albert Heijn en Kruidvat staan bovenaan de ranglijst, gevolgd door Gall & Gall, Lidl, Hans Anders, Coolblue, Intratuin, IKEA, Rituals en Primera. Supermarktketen Deen en Ici Paris XL, de meest toekomstbestendige retailers van respectievelijk 2014 en 2015, staan dus niet in de top tien.

Consumenten geven verder aan dat dertien procent van de winkelketens niet gemist zal worden. 21 procent wordt juist bestempeld als onmisbaar, waaronder Lidl, Keurslager en Kruidvat. Rituals en Flying Tiger vallen op hun beurt onder de acht procent van de retailers die klant blij weten te maken. Lush, Rituals en Wereldwinkel zijn het meest onderscheidend met hun positionering.

Verder blijkt uit het onderzoek van Q&A dat zeventien procent van de retailers in Nederland geen webshop

heeft. Zestien procent van de ondervraagden geeft aan graag online bij Intratuin te willen winkelen, terwijl die behoefte bij Action en Wibra (respectievelijk 25 en 27 procent) nog groter is. Verder wil 36 procent graag online shoppen bij Flying Tiger en 45 procent bij Primark. Wanneer deze retailers hier niet op inspelen lopen ze volgens Q&A op lange termijn het risico omzet te verliezen aan spelers die dat wel doen.