

## 'V&D-merk is nog altijd waardevol'

10-06-2016 07:26



Het is een slimme zet van Roland Kahn, Jaco Scheffers en Ronald van Zetten om het merk V&D te kopen. "Het behoort ondanks het faillissement nog altijd tot de meest waardevolle merken van ons land", zegt merkadviseur Henrik Beerda tegenover [RetailWatching](#).

De merknaam is ondanks de stoffige reputatie en de imagobeschadigingen door het faillissement nog miljoenen euro's waard, stelde Beerda al in het aprilnummer van RetailTrends. In 2015 nam V&D zelfs nog de vijftiende plaats in op de ranglijst van sterkste retailmerken van Nederland. "Aankoop van het V&D-merk voor de herstart als online warenhuis zou de nieuwe eigenaar een vliegende start kunnen opleveren", stelde hij eerder dit jaar al bij het Retail Merkenonderzoek.

V&D scoort volgens Beerda goed op waardering en binding. De kwaliteit, het personeel en de sfeer stonden als redelijk te boek, terwijl het merk nog op veel sympathie kan rekenen. "V&D is een heel oud merk en kan daardoor heel veel hebben", aldus de merkadviseur.

Merkenstrateeg Paul Moers vindt juist dat de merknaam de laatste periode zwaar beschadigd is geraakt. Hij vreest dat Kahn, Scheffers en Van Zetten te veel waarde hechten aan de tranen die het winkelend publiek hebben gelaten bij de sluiting van V&D. "Dat waren vooral sentimentele, oudere klanten", zegt hij.

Het wordt volgens Moers bovendien moeilijk om online te concurrentie aan te gaan met spelers als bol.com en

Wehkamp. En waar de drie ondernemers op termijn wellicht kansen zien in de fysieke winkelstraat, ziet Moers dat daar de concurrentie toeneemt met Hudson's Bay en het vernieuwde Blokker. "Blokker maakt vaart, met een snelheid die V&D nooit heeft kunnen maken."

Lees op [RetailWatching](#) meer over de introductie van 'het Nieuwe V&D'.