'Calimero-situatie tussen merken en kleinere webshops'

15-09-2016 07:00

De meeste webwinkels zijn niet gauw geneigd om naar buiten te treden over de afspraken die ze met merken hebben. Maar er zijn fabrikanten die aan prijsbescherming doen, zegt mede-eigenaar Jorrit IJzerman van Nice thingZ in het septembernummer van EtailTrends.

Nice thingZ heeft een cadeau- en lifestylewinkel en een webshop en werkt met de meeste leveranciers al jaren samen. Soms krijgt IJzerman persoonlijk te horen dat hij een bepaalde prijs niet mag aanhouden. “Omdat anderen er dan boven zitten en ze grote partijen op hun dak krijgen”, verklaart hij. “Het is een Calimero-situatie.”

Nice thingZ zit naar eigen zeggen niet standaard onder de prijs, omdat er marge gemaakt moet worden. Wel wordt er net als bij andere retailers gewerkt met actieprijzen, zegt IJzerman. “Dat moet gewoon kunnen.”

De ervaringen van IJzerman komen overeen met de uitkomsten van het Duitse onderzoek naar de verhouding tussen merken en onlinemarktplaatsen en kleine en middelgrote webshops. Duizenden Europese retailers zouden omzet mislopen door de strenge eisen van grote merkfabrikanten.

Prijsbescherming komt het meeste voor en ook een verbod op verkoop via marktplaatsen wordt weleens aangegeven, vertelt IJzerman. Die laatste groep is echter goed voor zo’n zestig procent van zijn onlineomzet en daarmee onmisbaar. “Triest vind ik vooral dat ze een jaar later dan zelf zakendoen met bijvoorbeeld

bol.com.”

In het septembernummer van EtailTrends wordt uitgebreid stilgestaan bij de verhouding tussen merken en retailers, zowel in binnen- als buitenland. De spanning zit 'm volgens Thuiswinkel.org vooral in het grijze gebied. Klik hier voor meer informatie over een abonnement.