

‘Kleertjes.com zorgt voor onrust met kortingsacties’

23-12-2016 14:52

Meerdere winkeliers zien in grote online spelers als Kleertjes.com een groot gevaar voor hun bestaansrecht. Dat hebben leden van de besloten Facebookgroep Winkeliers United in een e-mail laten weten aan een groot aantal leveranciers van Kleertjes.com.

Affiliprint, het marketingbureau van Kleertjes.com, maakte afgelopen zomer bekend dat de online winkel voor baby- en kinderkleding tien euro korting gaf op de wintercollectie, bij een minimale besteding van vijftig euro. Hoewel die campagne een week later werd ingetrokken, stuurde Winkeliers United een brief naar leveranciers waarin ze hun grote zorg uiten.

In de brief, waar meer dan 110 winkeliers zich achter zouden scharen, stelt Winkeliers United dat de consument door voortdurende kortingen een vertekend beeld van de markt krijgt. ‘Hoe kunnen wij nog geloofwaardig overkomen door wel de normale verkoopprijzen te handhaven’, luidt de brief. Leveranciers worden opgeroepen in actie te komen tegen Kleertjes.com. Het merk Geisha zou op dat moment al afscheid hebben genomen van de webwinkel.

Kleertjes.com ging in september alsnog door met de kortingsactie, waarna Molokids de samenwerking opzegde. Vervolgens kreeg het bedrijf in de gaten dat leveranciers door andere retailers onder druk werden gezet om actie te ondernemen tegen zijn prijsbeleid. Daarop werden de winkeliers aangesloten bij Winkeliers United gesommeerd hiermee te stoppen.

Een deel van de winkeliers heeft een rectificatie gestuurd naar de leveranciers en hun excuses aangeboden bij Kleertjes.com. Amazingkids, Kixx en Kinderkleding-tekoop.nl, die geen onderdeel uitmaken van deze groep, besloten hun klanten juist korting te geven op merken die Kleertjes.com eveneens verkoopt.

Kleertjes.com daagde hen voor de rechter, maar werd daar eerder deze maand in het ongelijk gesteld. De rechter is van mening dat er niets mis is met het uiten van bezorgdheid. Bovendien wijst de rechter erop dat Kleertjes.com zelf ook aan leveranciers vraagt wat ze tegen andere, grotere spelers in de markt zoals Wehkamp en bol.com gaan doen. De webwinkel beraadt zich nog op een hoger beroep, meldt [Textilia](#).