

Leapp staat voor uitdagingen in Duitsland

18-01-2017 18:45



Leapp ondervindt de nodige drempels tijdens zijn poging Duitsland te veroveren. "Alles wat in Nederland en België werkt, werkt per definitie niet in Duitsland", aldus e-commerce manager Renata Gvozden van de refurbished Apple-verkoper op de Webwinkel Vakdagen.

Leapp ging in 2015 van start bij onze oosterburen en telt er inmiddels drie winkels. Oprichter Rogier van Camp liet vorig jaar in RetailTrends weten dat Duitsland 'het beloofde land' voor de voormalige RetailRookie is. Hij wil graag winkels openen in steden als Berlijn, Hamburg en München, om vanuit die hubs verder uit te breiden. Daarvoor wil Leapp eerst een goede naamsbekendheid krijgen in Noordrijn-Westfalen.

"Vanuit deze 'playground' zijn we flexibel en kunnen we de propositie eenvoudig tweakken om hem zo goed mogelijk aan te laten sluiten op de behoefte van onze Duitse klanten", aldus Gvozden. Waar in het fysieke kanaal boven verwachting wordt gepresteerd, heeft de retailer het online lastiger om de Duitse klant te bereiken. De Duitse klant is kritischer en de regels zijn een stuk strikter, merkt ze. "Als je iets niet helemaal goed hebt staan in de garantievoorwaarden, heb je direct een claim aan de broek hangen."

Een goede toelichting van het concept aan de klant is volgens Gvozden in Duitsland cruciaal gebleken dan in Nederland en België. In ons land heeft Leapp de tijd genomen om de term refurbished te laden. In Duitsland is 'generalüberholt' meer gemeengoed, weet ze nu. "We kiezen er nu voor om die term ook te gebruiken in onze uitingen."

Wat de gevolgen van de moeizame introductie zijn op de groeiplannen in Duitsland, vertelt ze niet. Wel laat de e-commerce manager weten dat Leapp binnenkort Wallonië aan gaat doen. "Daarvoor gaan we Franstalig personeel aannemen." Het winkelbestand van Leapp groeit dit jaar van 24 naar minstens 27 winkels, onder meer door een opening in Brugge in het eerste kwartaal.