

Zeeman: 'Discounters kunnen niet om online heen'

05-10-2017 09:10



Geen enkele speler uit het lage prijssegment kan het zich permitteren om e-commerce links te laten liggen. "Dan komt er een moment waarop je te laat bent", zegt scheidend ceo Bart Karis van Zeeman in het oktobernummer van RetailTrends.

De webwinkel van Zeeman, die in 2013 werd geïntroduceerd, groeit volgens Karis bovengemiddeld en is in Nederland winstgevend. Nieuwe markten worden pas op online aangesloten zodra de laatst toegevoegde break-even draait of winst maakt. Vergeleken met andere marktsegmenten loopt Zeeman online niet voorop, maar dat hoeft volgens de topman ook niet. "We kiezen ervoor om volgend, maar alert te zijn."

Dat nog niemand het beste businessmodel voor e-commerce heeft uitgerekend dat 'copy-paste door te zetten is', noemt Karis de grootste uitdaging voor discounters. Daarom begrijpt hij dat spelers als Action en Primark vooralsnog geen webshop hebben. Tegelijkertijd verwachten klanten straks ook in dat segment hun aankopen online te kunnen doen, stelt hij. "We kunnen daarvan in paniek raken, maar we moeten ons bewust zijn van de veranderingen en kunnen reageren op wat komt."

De groeiende rol van e-commerce zal in de toekomst mogelijk effect hebben op het winkelbestand van Zeeman in Nederland en België. "Ergens zal kannibalisatie optreden en dan moeten we onze winkelportefeuille aanpassen", aldus Karis. In het buitenland wil de textielketen juist flink uitbreiden, met zeker vijftig nieuwe winkels in de komende jaren. Vooral Spanje en Frankrijk ziet de retailer als groeimarkten.

Bart Karis blikt in het oktobernummer van RetailTrends uitgebreid terug op zijn tien jaar bij Zeeman en staat

stil bij hoe de textielsuper er momenteel voor staat. [Klik hier voor meer informatie over een abonnement.](#)