

Colauto: 'In elk segment kun je geld verdienen'

12-12-2018 16:02



Discounters zijn de grote winnaars in de hedendaagse retailmarkt. "Primark en Action verkopen voor nul euro op internet en maken ongelooflijk veel meer winst dan welk internetbedrijf dan ook", aldus Roland Kahn in een forumdiscussie tijdens het jubileumevent van Vedis.

Het succes van discountketens toont volgens Kahn aan dat internet 'niet voor alles en iedereen heilig' is. Tegelijkertijd is er daardoor 'nog nooit zoveel rotzooi verkocht als de laatste paar jaar', stelt hij. Een hele grote groep consumenten zit volgens Kahn aan de onderkant van de markt. "Die kopen echt de grootste shit als het maar een euro kost en ik zie dat niet zo snel veranderen."

Volgens ceo Giovanni Colauto van de Bijenkorf is niet het segment, maar wat je te bieden hebt bepalend voor succes. "Helemaal bovenin het spectrum, bij de luxespelers, zie je ook heel veel winnaars." Hij wijst op de goede resultaten van concerns als LVMH en Kering.

Bovenal is het volgens hem niet het segment dat bepaalt of je succes hebt, maar wat je te bieden hebt. "Ook in het midden zijn voorbeelden van retailers die prima gegroeid zijn. In elk segment kun je geld verdienen."

Lees op [RetailTrends](#) meer over de toekomstvisie van Kahn en Colauto, maar ook van Leen Bakker-ceo Debbie Klein en voormalig A.S. Watson-directeur Kees Buur.