Wijnvoordeel.nl: 'Online is concurrentie geen last'

19-04-2019 15:10



De toename van het aantal spelers dat online wijn verkoopt, helpt vooral de totale markt volwassen te maken. “Van landjepik is nog geen sprake”, zegt managing director Spike Huisman van Wijnvoordeel.nl tegenover RetailTrends.

Huisman werkte jarenlang als verantwoordelijke voor wijn binnen supermarkten, tot begin dit jaar nog bij Albert Heijn. Daar beschouwde hij concurrentie als een last, vertelt hij. “De supermarktbranche is een *mature* markt waarbij alle winkelpanden zo’n beetje verdeeld zijn.” Marktaandeel vergroten kan daardoor alleen door het van de ander af te pakken, iets wat online niet geldt. “Dat een speler als bol.com wijn verkoopt, draagt alleen maar bij aan het kweken van de gewoonte bij consumenten om online wijn te bestellen”, zegt Huisman.

Anders dan supermarktketens, heeft Wijnvoordeel.nl volgens de managing director geen problemen om winstgevend online te verkopen. “Wij hebben geen *bricks* of eigen busjes, dat zijn enorme kostenposten en een belangrijke factor in het rendabel krijgen.” Wijnvoordeel.nl is volgens hem een ‘gezond en winstgevend bedrijf’. Zelf fysieke winkels openen, ziet hij voorlopig niet gebeuren. “Ons verkoopkanaal is online en daar zit ook de groei.”

Wijnvoordeel.nl nam onlangs Wijnmarkt.be over om zijn bereik in België te vergroten. De webwinkel werd twintig jaar geleden opgericht en is onderdeel van E-Luscious. Ook merken als Wijnoutlet.nl en By the Grape vallen daaronder.

Spike Huisman gaat op RetailTrends dieper in op de strategie en plannen van Wijnvoordeel.nl.