Bakker.com: 'Omzetaandeel catalogus voor het eerst onder de helft'

25-02-2020 14:43



Bakker.com gaat voorlopig door met zijn postorderconcept. De catalogus draagt dit jaar voor het eerst minder dan vijftig procent bij aan de omzet, vertelt ceo Erwin van Cooth tegenover RetailTrends.

Bakker.com maakte na het faillissement twee jaar terug een doorstart en koos voor drie businessmodellen: e-commerce, fulfilment voor derden en het aloude postorderconcept. “We hebben de volumes gewoon nodig, zowel aan de inkoop- als de transportkant”, zegt Van Cooth over het voortzetten daarvan. In 2017 kwam nog tachtig procent van de omzet uit direct mail. De gemiddelde postorderklant is volgens de ceo zeventig jaar oud. “Het is uiteindelijk een *dying* businessmodel, maar voor nu kunnen we er nog wel even mee vooruit.”

Bakker.com rekent dit jaar op een omzet van zestig miljoen euro en een resultaat ‘richting break-even’. Volgend jaar moet dan een kleine plus geschreven worden. Voor verdere groei kijkt de etailer onder meer naar nieuwe landen. “Zo zitten we nog niet in Scandinavië en Polen”, zegt Van Cooth. Verder breidt de groenverkoper zijn samenwerking met Amazon uit. Nu zijn de producten al te vinden op de Duitse en Franse site en binnenkort komt de Engelse daarbij.

Lees op RetailTrends alles over de comeback van Bakker.com.