Flinders rekent op twintig procent omzet uit eigen merken

15-09-2020 09:50



Woonwinkel Flinders ziet private label als een middel om zich te onttrekken aan de online prijzenoorlog. "De toekomst van multibrandretailers is mede daardoor hoogst onzeker", zegt ceo Geert-Jan Smits in het septembernummer van RetailTrends.

Flinders begon vorig jaar met private label. Naast designmerken als Hay, Vitra en Tom Dixon verkoopt de woonwinkel nu eigen producten onder namen als Nuuck, Livingstone Design en Hembridge. Van kannibalisatie op de A-merken is volgens Smits geen sprake. Het doel is om klanten een betaalbaar alternatief te bieden op de meubelen uit het luxesegment.

Smits verwacht op termijn maximaal twintig procent van zijn omzet uit de eigen merken te halen. "Eigenlijk is het gek dat onlineretailers de meerwaarde van private labels tot voor kort niet zagen", stelt de ceo. Voordelen zijn volgens hem onder meer de hogere marge en meer grip op de hele productieketen. Dat laatste helpt bijvoorbeeld bij het introduceren van duurzamere artikelen. "Een vloerkleed van gerecycled plastic was er anders misschien nooit gekomen."

Ook onlinespelers als Coolblue, fonQ en Bax Music zijn de afgelopen jaren gestart met private label. Bol.com laat desgevraagd weten daar geen plannen voor te hebben. 's Lands grootste webwinkel verkiest een platformstrategie die gestoeld is op samenwerking met ondernemers. "Een private label voegt hier niets aan toe en is ook nooit aan de orde geweest", aldus een woordvoerder.

In het septembernummer van RetailTrends gaan we uitgebreid in op de groeiende behoefte van onlinespelers aan eigen merken. Klik hier om het artikel digitaal te lezen. Nog geen member, kijk dan hier.