

WEHKAMP VERDER ONDER DRUK DOOR NEDERLANDSE WEBSHOP AMAZON

Het consumentenvertrouwen in het 68-jarige bedrijf wehkamp staat sterk onder druk, blijkt uit het Retail Merkenonderzoek 2020 van Hendrik Beerda Brand Consultancy. Het onderzoek, dat voor de zesde keer is gehouden, toont aan dat het voormalige postorderbedrijf zich geen raad weet met webwinkels bol.com en Coolblue. Daarnaast verwachten consumenten dat wehkamp ook de slag op de retailmarkt gaat verliezen van Amazon. Terwijl in deze coronatijd online winkelen een nog grotere vlucht neemt, zijn de vooruitzichten voor wehkamp dus somber.

Vergeleken met het onderzoek van 2019 is wehkamp de meest opmerkelijke daler. Terwijl veel online retailers hun positie juist flink weten te versterken, daalt wehkamp van de 23^e naar de 31^e plaats in de top 100 van sterkste retailmerken. Al jaren staat de populariteit van wehkamp onder druk, maar vooral sinds 2019 daalt de reputatie flink. 'Het is steeds minder fijn winkelen bij wehkamp volgens de consument en de reclame van het bedrijf vindt men ook minder goed dan vroeger', verklaart merkadviser Hendrik Beerda. De teloorgang van wehkamp is des te opmerkelijker omdat zijn webshop al in 1995 live ging. Ondanks 25 jaar ervaring loopt wehkamp het gevaar om nu links en rechts gepasseerd te worden door nieuwe online spelers.

Sterkste dalers in merkkracht 2019-2020

1. Overvecht
2. [wehkamp](#)
3. vanHaren
4. Gall & Gall
5. Hunkemöller

Amazon nieuw in top 10 retailers met hoogste groeiverwachting; Coolblue stoomt door

Sinds de start van het Retail Merkenonderzoek in 2015 bezetten bol.com en Action de eerste en tweede plaats op de ranglijst van verwachte groeiers. Van een pure online retailer én een puur fysieke winkelketen verwacht de Nederlandse consument al vijf jaar lang de meeste groei in de komende twee jaar. Dat er ook kansen liggen in de fysieke retailwereld is dus duidelijk. Maar de opkomst van Coolblue en Amazon in de ranglijst valt toch het meest op. Coolblue is inmiddels de nummer 3 als het gaat om groeiverwachting en Amazon staat op plaats 9.

Retailers met hoogste groeiverwachting in 2020 (+ positie in 2019, 2018, 2017, 2016 en 2015)

- | | |
|--|--|
| 1. (1,1,1,1,1) bol.com | 6. (7,9,7,6,8) Jumbo |
| 2. (2,2,2,2,2) Action | 7. (4,3,3,3,3) Lidl |
| 3. (3,4,6,9,16) Coolblue | 8. (8,8,8,8,13) Albert Heijn |
| 4. (5,6,9,7,6) Kruidvat | 9. (13,16,29,22,27) Amazon |
| 5. (6,5,4,5,4) IKEA | 10. (9,7,5,4,5) Primark |

Specialisatie is de succesformule van de online retailers

De succesformule van de online retailmerken is vooral hun specialisatie. Merkadviser Hendrik Beerda: 'De beste voorbeelden hiervan zijn zooplus als dé online dierenspecialzaak, fietsenspecialist Fietsenwinkel.nl en de succesvolle aanbieder van cartridges en toners 123inkt.nl. Voor de consument is, ook in de merknaam, glashelder wat deze winkels doen. En de klant heeft veel bewondering voor de gedegen kwaliteit die deze spelers leveren. Als winkelketens als Hema en Blokker ook een heldere marktpositie kiezen, kunnen zij weer een succesvolle topspeler worden, en dan fysiek én online.'

Onderzoek onder 1.895 respondenten

Het Retail Merkenonderzoek wordt sinds 2015 jaarlijks uitgevoerd. Voor het onderzoek van 2020 zijn 1.895 respondenten ondervraagd. Over de 100 grootste retailmerken in omzet is navraag gedaan naar de kracht en het imago. Elk merk is op 40 factoren onderzocht: merkkracht (= bekendheid, waardering en binding), merkpersoonlijkheid (16 factoren), merkprestatie (18 factoren), aankoopintentie, aankoop en groeiverwachting. Het onderzoek is met de Universiteit van Amsterdam ontwikkeld.

Noot voor de redactie

Voor meer informatie kunt u contact opnemen met Hendrik Beerda: 06 - 51 05 49 09 of mail@hendrikbeerda.nl.