

*Door het aanhoudende verlies in de onlineverkoop sluit Colruyt zijn non-foodwebsite Collishop. Dat is uitstekend nieuws voor de concurrenten bol.com, Coolblue en Amazon.*

Een stapelbaar wijnrek voor twaalf flessen, een vloerwisser met telescopische steel en de espressomachine 'Magnifica' behoren momenteel tot de best verkochte artikelen op Collishop.be. Maar wie die producten wil kopen, moet zich reppen. Colruyt maakte maandagavond bekend dat zijn non-foodwebsite Collishop op 9 november de deuren sluit.

De beslissing om 'het grootste Belgisch e-commerceplatform' op te doeken, komt voor velen als een verrassing. Colruyt richtte Collishop in 1983 op als een papieren catalogus waaruit mensen non-foodproducten konden kiezen. In 2001 kreeg Collishop ook een website. Daarop konden klanten woon-, kook- en poetsspullen online bestellen en in een van de Colruyt-winkels afhalen.

Volgens Dieter Struye, de directeur non-food bij de groep Colruyt, valt Collishop tussen twee stoelen op de onlinemarkt voor non-food. 'We zien in veel landen enerzijds open platformen met een heel groot aanbod, zoals Amazon of Alibaba, die gedreven worden door schaalvoordelen', zegt Struye. 'Anderzijds zijn er lokale specialisten, zoals Coolblue voor elektrotoestellen, die de klant goed kennen. Als generalist deed Collishop van alles een beetje, maar niets echt goed. We waren bijvoorbeeld niet de referentie in elektro.'

Het beursgenoteerde Colruyt worstelde al langer met Collishop. 'Toegegeven, in niet-voeding zitten we moeilijk', erkende CEO Jef Colruyt enkele jaren geleden in De Standaard. 'We gaan er flink in investeren, maar maybe the game is over.'

Volgens het jaarverslag realiseerde Collishop in het voorbije boekjaar 'verdere omzetgroei, in lijn met de opwaartse onlinemarkt'. Winst maakte Collishop niet, erkent Struye. 'Er is een dubbele reden voor de stopzetting: we waren niet meer relevant voor de klant en we waren niet rendabel. We hebben lang geprobeerd, maar op een bepaald moment moet je een beslissing nemen.'

Colruyt wil voortaan focussen op zijn gespecialiseerde non-foodtakken. Zo bezit het bedrijf de speelgoedketen Dreamland, de fietsketen Fiets!, de ondergoedexpert MyUnderwear24 en de apotheek Newpharma. Vorige week nam Colruyt de Belgische kledingketen ZEB bijna volledig over.

Volgens Els Breugelmans, winkelexperte van de KU Leuven, staan de verschillende Colruyt-webshops te los van elkaar. '15 jaar geleden had Colruyt met zijn goede naam alle kaarten in handen om Collishop uit te bouwen tot hét e-commerceplatform van Vlaanderen', zegt Breugelmans. 'Maar mensen kennen Colruyt vooral van voeding en Collishop had niet dezelfde naam als de fysieke winkels. Colruyt had zijn websites beter op elkaar moeten afstemmen zodat klanten zowel fietsen als elektrotoestellen op één plek konden kopen.'

De coronacrisis leidde nochtans tot een boom van de e-commerce. Tijdens de lockdown steeg het aantal reservaties bij Collishop met de helft. Om de groeiende vraag naar broodmachines en kleinere keukentoestellen aan te kunnen, moesten 100 extra medewerkers bijspringen. 'Collishop is zeker in coronatijden een van de segmenten die nog groei kan boeken', meent professor e-commerce Roel Gevaers (UAntwerpen).

Maar Colruyt bokst online al langer op tegen grote e-commercespelers, die agressief marktaandeel verwerven. Met de stopzetting van Collishop wrijven vooral bol.com, eigendom van Colruyts directe concurrent Ahold Delhaize, en Coolblue in Vlaanderen zich in de handen, net als Amazon.fr aan Waalse kant.

Die online concurrentie maakt Colruyt al langer het leven zuur. Terwijl Colruyt zijn befaamde 'laagsteprijsgarantie' moet afdwingen tegenover de winkels in de buurt, staat Collishop tegenover reuzen als Amazon en Alibaba, die goede prijzen bieden maar lager scoren qua kwaliteit of leveringstijd.

Bestelde producten krijgen klanten bij Collishop volgens de algemene voorwaarden ten vroegste binnen drie dagen thuis geleverd. 'Als je wasmachine kapot is, kan je bij bol.com tot middernacht een nieuwe bestellen en die de volgende dag thuis geleverd krijgen', zegt Gevaers. 'Als je dat bij Collishop bestelt, moet je een week wachten. Dan bestellen families liever bij bol.com of bij de winkel in de straat.'

Bovendien vraagt Colruyt sneller geld voor die thuisbezorging. Terwijl bol.com vaak vanaf 20 euro gratis aan huis levert, biedt Collishop de service pas aan vanaf 70 euro. 'Mensen staren zich blind op gratis leveringen', zegt Gevaers. 'Wie geen gratis levering aanbiedt, slaat bij de consument niet aan.'

'De meeste bestellingen bij Collishop bedragen meer dan 70 euro, en worden dus toch gratis bezorgd', relateert Dieter Struye van Colruyt. Hij wijst erop dat zelfs na corona nog altijd 80 procent van de Collishop-bestellingen aan een afhaalpunt worden opgepikt. In mei kondigde de supermarktketen wel aan meer in te zetten op thuisbezorging. Collishop

E-commerceplatform voor non-food van de Belgische supermarktketen Colruyt

Opgericht in 1983

Omvat 24.000 non-foodartikelen

434 afhaalpunten in de winkels van Colruyt, OKay en Dreamland

Niet winstgevend

70 medewerkers

Directeur non-food Groep Colruyt

Copyright © 2020 Mediafin. Alle rechten voorbehouden