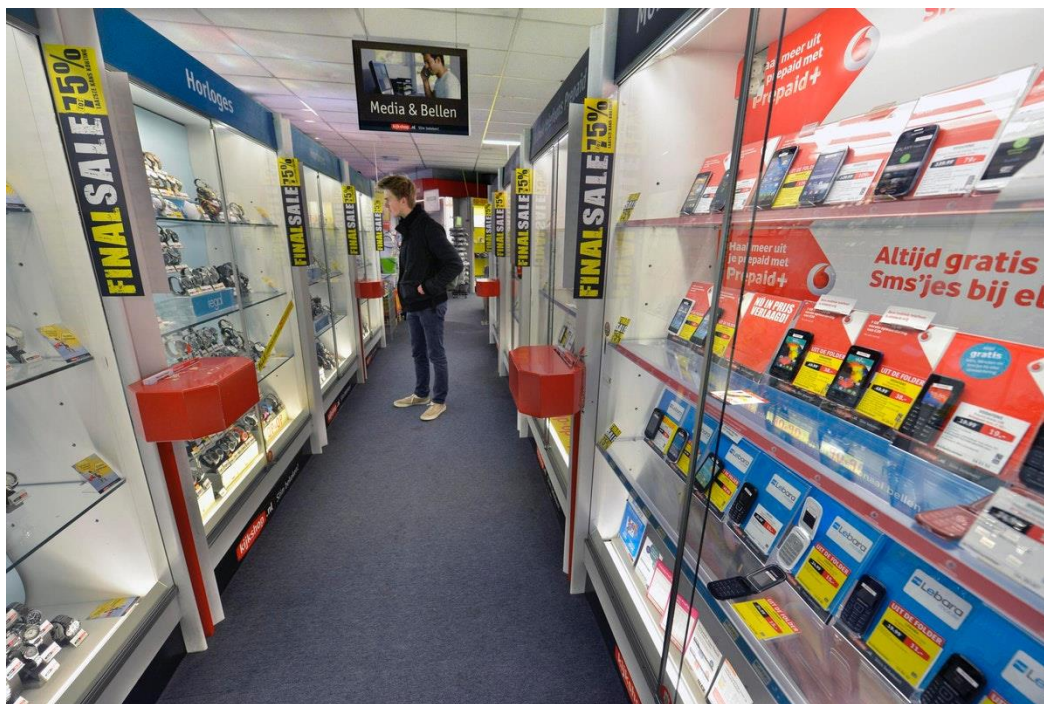


Kijkshop gaat voor internet

Kijkshop wordt een internetplatform waar consumenten elkaar helpen met de aan- en verkoop van producten. Klanten die hun kennis ter beschikking stellen, krijgen een beloning. Kijkshop gaat vervolgens die spullen leveren.

NATASJA DE GROOT 14 april 2017

ROTTERDAM



Het concept met de vitrines en briefjes voelde lange tijd nieuw en verfrissend. Van dat gevoel is nu weinig meer over.

FOTO HH

Deze nieuwe strategie moet de noodlijdende winkelketen nieuw leven inblazen. Onlangs maakte het concern bekend een kwart van de 87 winkels te sluiten. De overgebleven winkels krijgen een andere functie: ze worden een plek waar klanten naartoe kunnen, bijvoorbeeld om spullen te testen of om hun bestellingen op te halen.

Deze ommekeer is noodzakelijk, zo laat de Zweedse topman Björn Serving in een toelichting weten. „Als we niet veranderen, dan gaan we dood."

Rond het eind van de zomer moet het platform 'in de lucht' zijn. Via de website van Kijkshop worden nu elektronica, sieraden en huishoudelijke apparatuur verkocht, daar zal straks weinig verandering in komen. Het belangrijkste verschil is dat consumenten elkaar adviseren en ervaringen met elkaar kunnen delen. Bijvoorbeeld over een sporthorloge of een soundbar. Via het platform kunnen consumenten met elkaar chatten of skypen.

De Kijkshop is een winkel van gisteren, deze stap bevestigt dat alleen maar

Als een klant een geadviseerd product afneemt, krijgt de 'adviseur' een deel van de winst. Net als Kijkshop. Hoe hoog de beloning voor de verkoper is en hoeveel marge Kijkshop vangt, is niet duidelijk.

Wel duidelijk is, is dat de naam Kijkshop blijft bestaan. „Het is een sterk merk, ik ben erg trots op het verleden, het innovatieve dat Kijkshop had", aldus de topman. „We willen dat terugbrengen. Ik zie geen reden om van het merk af te stappen."

Concept

Het merk zag in 1973 het licht. In die tijd was het een nieuw en verrassend concept met spullen die in vitrines stonden opgesteld, klanten die bij de balie hun bestelling op briefjes doorgaven én producten die vervolgens uit de kelderetage via een lift werden afgeleverd.

Van dat vernieuwende is weinig over. Het concern heeft net als veel andere retailers moeite om het hoofd boven water te houden. Twee jaar geleden kwam het in handen van investeringsmaatschappij Listérus & Partners Capital Advisors. Tot nu toe heeft zij weinig profijt gehad van die aankoop: de keten lijdt al jaren verliezen.

Retaildeskundige Paul Moers gelooft niet dat Kijkshop het met deze koers gaat redden. „De Kijkshop is een winkel van gisteren. Deze stap bevestigt dat beeld alleen maar. Als je de ervaring van een andere consument zoekt, dan vind je al vele tientallen recensies op sites als Coolblue. Dus: waarom zou je naar Kijkshop gaan?"