

Riviera Maison meer dan formule alleen

18-02-2007 00:00

Gestart als bloemenzaak, begin jaren negentig omgebouwd tot woonconcept en daarna uitgegroeid tot een merk. Dat is in een notendop het verhaal achter Riviera Maison. Directeur/eigenaar Henk Teunissen: "Ik voel me geen retailer, maar een merk."

Het besef dat Riviera Maison meer was dan een retailformule, kreeg Teunissen ongeveer acht jaar geleden. Sinds de volledige ombouw van bloemenwinkel naar woonconcept in 1993 groeide het aantal winkels gestaag. "Op een gegeven moment hadden we zo'n zes vestigingen en werd onze stijl opgemerkt door anderen. Intratuin klopte aan de deur en wilde onze meubelen en decoraties ook wel hebben. We hadden toen nog geen groothandel en waren daar ook niet in geïnteresseerd, dus hielden we de boot af", zegt Teunissen.

Toen links en rechts echter steeds meer kopieën opdoken van Riviera Maisons producten beseft Teunissen dat hij zijn eigen monster van Frankenstein aan het creëren waren. 'Het besluit om toch de groothandel in te gaan was min of meer noodzakelijk geworden', aldus Teunissen.

Het gehele interview met Henk Teunissen is te lezen in het februarinummer van RetailTrends

Een jaarabonnement op RetailTrends? [Klik hier](#)

U kunt vrijblijvend een proefnummer aanvragen via sales@retailtrends.nl