Hunkemöller zet in op groei

23-08-2007 00:00

Bodyfashionketen Hunkemöller opent komend najaar haar eerste ‘Bodiquestores’ in Maastricht, Rijswijk en Hoogeveen. De winkels zijn onderdeel van een nieuwe strategie voor internationale expansie en betere positionering in een markt met steeds meer concurrenten. De nieuwe naam, Bodiquestore, wordt gelanceerd in verband met de internationale expansie. Zuid-Europeanen zijn niet vertrouwd met de umlaut. Wel zal er naar de oude naam worden verwezen. Onder het nieuwe logo staat altijd ‘By J. Hunkemöller’.

De keten kan terugkijken op een goed jaar. Hunkemöller werd in 2006 uitgeroepen tot Beste Werkgever, genomineerd voor de Nationale Thuiswinkel Award en er was begin dit jaar veel ophef over een reclame-initiatief in Utrecht. Hunkemöller heeft in Nederland een naamsbekendheid van 96 procent en een marktaandeel van 15,5 procent.