V&D komt met nieuwe huisstijl

07-09-2007 00:00

Modewarenhuis V&D gaat voor de derde keer in vijf jaar een nieuwe koers varen. "Dit keer gaat het echt lukken", zegt Mark McKeon, de nieuwe Britse baas van V&D overtuigd. Met een nieuwe huisstijl en een nieuw logo wil het bedrijf dynamiek en flexibiliteit uitstralen. Het nieuwe logo stelt een boom voor met bladeren van sokken, T-shirts, vazen, glazen en andere voorwerpen. De belangrijkste pijler in hun strategie: de klant - 'meer dan ooit tevoren' - centraal stellen.

De nieuwe plannen werden gisteren gepresenteerd door McKeon in de vestiging aan de Kalverstraat in Amsterdam. Het Amsterdamse warenhuis is de eerste winkel die naar de nieuwe stijl is ingericht. “V&D is het enige totaalwarenhuis van Nederland. V&D stelt haar klanten centraal en wil hen verrassen en inspireren. Deze ontwikkeling zie je terug in het winkelbeeld. We hebben het assortiment drastisch aangepakt en lanceren nu de nieuwe huisstijl. Perfect passend bij het nieuwe V&D”, aldus McKeon.