

TerStal wil landelijke dekking

15-02-2008 00:00

Modeketen TerStal gaat verder met de uitbreiding van het winkelbestand. Over enkele jaren moet er een landelijke dekking zijn. Momenteel staat de teller op 172 winkels. De recentste overname is die van de Utrechtse modeketen Philipoom, die ruim twintig vestigingen telt. Voor verdere overnames richt TerStal zijn pijlen op Nederlandse of Belgische familiebedrijven met dertig tot vijftig vestigingen.

De winkels verkopen private label kleding en richt zich op consumenten met een niet al te grote bestedingsruimte. De keten wil consumenten trekken die ook winkelen bij Zeeman, HEMA, Wibra en C&A. "We zitten aan de bovenkant van de onderkant van de textielmarkt", zegt directeur Niek Gloudemans.

Alle winkels hebben ongeveer dezelfde omvang (300 m²) en de winkels houden bewust van elk artikel kleine voorraden aan. De collectie verandert elke vier weken. "Je moet natuurlijk voorkomen dat kinderen met dezelfde kleding in de klas zitten."

De collecties worden door TerStal in eigen huis ontworpen en de productie vindt plaats in vier Aziatische landen. De prijs is niet doorslaggevend. "We gaan voor kwaliteit. TerStal hoeft niet de goedkoopste te zijn." TerStal mikt op een winkelbestand van 250 tot 300 vestigingen.