

De Bijenkorf zet in op theater en luxemerken

06-04-2009 00:00

De Bijenkorf legt in haar winkels de nadruk op spektakel om klanten te blijven lokken. Zo moeten exposities en optredens van bands in de etalage, maar ook grotere winkels, meer luxemerken en een betere service de daling van het aantal bezoekers stoppen. Dat meldt Het Financieele Dagblad.

“We doen het redelijk goed in een moeilijke situatie”, aldus Jacob de Jonge, ceo van de Bijenkorf. “De Bijenkorf doet het minder slecht dan concurrenten en het marktaandeel neemt toe.” In het hogere marktsegment verwacht hij een stijging van het marktaandeel van 3,5 naar vijf procent. “Het middensegment krijgt de grootste klappen.”