

Rivière Maison wil 'wereldberoemd zijn in Europa'

01-05-2014 09:30

De ambitie van Rivière Maison is dat mensen uit heel Europa weten waar het merk voor staat. Dat zegt oprichter en ceo Henk Teunissen in FaceRetail, een video-interviewserie van RetailTrends Media in samenwerking met Crossmarks. “Wil je je merk laten landen in een land, dan heb je daar winkels nodig.”

De woonwinkelketen beschikt momenteel over zo’n dertig winkels in onder meer Nederland, Duitsland, Turkije, Noorwegen en Rusland. In totaal beschikt Rivière Maison over meer dan vijfhonderd verkooppunten. “Maar je kan niet alleen middels multibrandstores groeien. Mensen hebben een ankerpunt nodig”, stelt Teunissen.

In de flagshipstores wil Rivière Maison het verhaal achter het merk vertellen. “Ralph Lauren heeft zijn flagshipstore in New York nodig, om Bloomingdale’s goed Ralph Lauren te laten verkopen”, geeft de oprichter als voorbeeld.

Rivière Maison is inmiddels bijna uitgegroeid tot een soortnaam, merkt Teunissen. Zo is het woonmerk de op twee na meest gezochte zoeknaam op Marktplaats. Verkopers spreken op dat platform van een Rivière Maison-stijl, stelt hij. “Misschien dat mensen juist in deze tijd meer houvast zoeken bij merken. Ik denk dat dit een deel van ons succes is.”

Henk Teunissen gaat in het interview verder in op zijn bewuste keuze om van Rivière Maison een merk te maken en welke gevolgen dat heeft. Zo worden logo’s van producten gestolen en worden artikelen nagemaakt door andere winkelbedrijven. [Bekijk het volledige gesprek op ons YouTube-kanaal.](#)

FaceRetail sprak eerder met topmannen van Hornbach, EkoPlaza, vanHaren, Coolblue, Decathlon, La Place, Skins Cosmetics en Coolcat. Deze interviews zijn ook te vinden op ons [YouTube-kanaal](#).