

Amsterdamse Bijenkorf ondergaat metamorfose

23-09-2014 00:00

De Bijenkorf in Amsterdam begint in januari 2015 aan een verbouwing waardoor onder meer twee keer zoveel ruimte beschikbaar komt voor dure fashionlabels. Daarnaast wordt het cosmetica-assortiment uitgebreid en komt er meer ruimte voor horloges en juwelen.

In de vestiging komt een taxfree lounge, waar niet-Europese klanten belasting kunnen terugvragen. De metamorfose is volgens ceo Giovanni Colauto echter geen middel om meer internationale consumenten te trekken. "De grootste groep klanten is Nederlands, ook in het hoogste segment", zegt hij in Het Parool.

Verder worden de roltrappen gedraaid, zodat het warenhuis overzichtelijker wordt. "Inzichten veranderen", zegt Colauto. "Een jaar of acht geleden was het idee dat klanten moesten reizen door de winkel, nu willen we overzicht." Ook de buitenkant van het pand verandert. De ramen worden groter, de drie entrees worden verbouwd en de aan de parkeergarage grenzende muur wordt van glas. Dat moet zorgen dat winkelend publiek gelijkmatiger binnenkomt.

De verbouwing is onderdeel van de premium expierence strategie die de Bijenkorf vorig jaar aankondigde en waarvoor de warenhuisketen tweehonderd miljoen euro in zeven vestigingen steekt. Wat de verbouwing in Amsterdam kost wordt niet bekendgemaakt, maar dat is volgens Het Parool vijftien miljoen euro. "We financieren de verbouwing uit de eigen kasstroom", aldus Colauto.

Het plan voor aan foodafdeling zoals in het Londense warenhuis Harrods is voorlopig geparkeerd. Colauto liet eerder weten dat het gebouw van café Players in de Warmoesstraat een luxe supermarkt moest worden. In plaats daarvan komt op de tweede verdieping van de Bijenkorf een café, terwijl op de parterre een tijdelijke champagnebar opent. Tot de verbouwing begint, opent de Bijenkorf pop-upstores. Zo is tussen oktober en december op de begane grond een tijdelijke winkel van Louis Vuitton. Het warenhuis blijft tijdens de werkzaamheden geopend.