

Only for Men scoort met 'mannelijke openingstijden'

23-01-2015 00:00

Mannenmodeketen Only for Men heeft zijn omzet vorig jaar fors zien stijgen na het aanpassen van zijn openingstijden. In de pilotwinkels in Doesburg en Waalwijk werd in 2014 ruim een kwart meer verkocht dan een jaar eerder dankzij 'mannelijke openingstijden'. Dat heeft oprichter Piet Feenstra laten weten op de Webwinkel Vakdagen.

De twee modewinkels zijn elke ochtend gesloten, maar hebben wel drie koopavonden en zijn elke zondag geopend. "Waarom zouden we open zijn als de man toch niet winkelt", aldus Feenstra. Only for Men wijkt met zijn openingstijden volgens hem altijd af van andere retailers. Mede dankzij die strategie zag Only for Men zijn omzet volgens de oprichter over 2014 met negentien procent plussen. "En dat is appels op appels."

Daarnaast zag de winkelketen zijn online omzet de afgelopen twee jaar verdubbelen. Dat is het gevolg van een voorraadkoppeling vanuit de winkels, legt webshopmanager Rens Drost uit. Alleen de fastmovers, zo'n tien procent van alle artikelen, liggen nog op voorraad. De overige producten worden rechtstreeks vanuit de winkels geleverd, wat volgens hem voor een lager voorraadriscico zorgt.

Feenstra laat verder weten dat Only for Men zo'n miljoen euro uitgeeft aan marketing. Zo is de retailer op de radio actief met spotjes met ambassadeur Hans Kraay jr., het verspreiden van folders en zijn eigen magazine. "We besteden meer aan marketing dan aan huur. Maar we hebben dan ook een hekel aan hoge winkelhuren."