H&M werkt aan ‘totaal andere formule’

29-06-2015 05:51

H&M heeft plannen voor een nieuwe winkelformule. Dat zegt ceo Karl-Johan Persson van H&M Group tegen Bloomberg.

Het nieuwe concept kan in 2017 gelanceerd worden en ‘zal totaal anders zijn dan H&M’, aldus Persson. Het label gaat daarnaast niet lijken op zusterformules als & Other Stories, Monki en Cos. Door deze formules te vermarkten is H&M volgens hem in staat klanten meerdere stijlen en trends aanbieden, voor verschillende prijsniveaus. Zo ligt het prijsniveau van Cos iets hoger dan van H&M, terwijl Monki zich richt op jonge vrouwen met een brede smaak.

De Zweedse modeketen wil daarnaast zijn kleinere labels verder uitbreiden, zegt head of invester relations Nils Vinge. “Dit jaar gaat het dan vooral om Cos & Other Stories. We kijken echter ook naar een snellere groei voor Monki en Weekday.”

Het meest recent gelanceerde label van H&M is fashion- en beautyformule & Other Stories. In 2013 openden de eerste winkels. Eind vorig jaar opende de eerste vestiging in Nederland, aan de Amsterdamse Heiligeweg. Inmiddels telt & Other Stories meer dan twintig winkels in tien landen.

H&M zag zijn totale omzet in de eerste zes maanden van dit boekjaar met 23 procent stijgen naar circa 9,4 miljard euro. De nettowinst groeide met negentien procent naar 1,1 miljard euro. De retailer deelt geen financiële resultaten per formule.