

RetailRookies: United Wardrobe en Valk Versmarkt

16-09-2015 14:04

RetailTrends geeft ook dit jaar speciale aandacht aan tien retailpioniers. Een selectie van jonge, innovatieve concepten die inspelen op nieuwe consumentenbehoeften en de winkelstraat kleur geven. Vandaag op RetailNews: United Wardrobe en Valk Versmarkt.

United Wardrobe is eigenlijk een online kledingkast vol vintage, een sociale marktplaats en fashioncommunity ineen. Na registratie kunnen fashionlovers kleding aanschaffen bij verkopers die zelf de prijzen bepalen. Om op de hoogte te blijven van het meest recente aanbod kunnen gebruikers hun favoriete verkopers volgen en chatten over het aanbod.

In anderhalf jaar tijd heeft het platform meer dan honderdduizend geregistreerde gebruikers en een gemiddeld aanbod van vijftigduizend producten. Dat komt doordat gespecialiseerde online marktplaats de toekomst hebben, denkt medeoprichter Sjuul Berden. "Kijk bijvoorbeeld naar Airbnb voor hotelkamers of Catawiki voor verzamelaarsobjecten. Ook wij brengen vraag en aanbod bij elkaar."

Het grote doel: United Wardrobe tot een centraal Europees modeplatform maken. Een grensoverschrijdende community voor fashionlovers is volgens Berden een gat in de markt. "Terwijl mode juist een taal is die iedereen spreekt."

Qua uitbreidingsplannen is Marcus van der Valk van Valk Versmarkt vooralsnog bescheidener. "We werken aan zeven nieuwe hotels, daar gaat onze eerste prioriteit naar uit." Bovendien moet het foodconcept van de hotelketen eerst 'zeker nog een jaar' worden gemonitord. Voorlopig blijft het dus bij een vestiging in Voorschoten.

In de Valk Versmarkt is met ambachtelijke producten, koks, bakkers en slagers genoeg te zien. De foodhal heeft 'de wow-factor', vindt hij. "We kijken met horecaogen naar het concept, niet met retailogen."

Dat juist directie en aandeelhouders van de grote supermarktketens in de rij stonden om de Valk Versmarkt te bekijken, verbaasde Van der Valk dan ook. "Wij beginnen net." Het concept van de versmarkt verschilt daarnaast qua productaanbod wezenlijk van supers. "Bij hen draait alles om de drie cijfers achter de komma, niet om de producten. Te zien bij de Jumbo Foodmarkt die begon met het ook op ambacht, maar dit nu al afzwakt."

In het septembernummer van RetailTrends vertellen tien RetailRookies over hun onderneming en strategie. Naast United Wardrobe en Valk Versmarkt komen Vanmoof, GROOS, Koop een Koe, House of Eléonore, LENA, Opgeweekt Noord, Bloomon, en Mascolori aan het woord. Klik [hier](#) voor informatie over een abonnement op RetailTrends.