

Søstrene Grene ziet weinig competitie in Nederland

11-01-2016 08:39

Søstrene Grene focust zich in tegenstelling tot HEMA, Xenos, Action of Blokker echt op de interieur- en woonaccessoirebranche. De Deense retailer ziet in ons land 'weinig competitie in hetzelfde segment', zegt coo Bjørn Bach Eriksen in het januarinumnummer van RetailTrends. "Klanten gaan naar deze winkels om iets te kopen, ze komen naar Søstrene Grene om te beleven."

Søstrene Grene beschikt inmiddels over vier vestigingen in ons land en streeft dit jaar naar minimaal vijf nieuwe winkels. Wereldwijd verwacht Eriksen in enkele jaren aan de tweehonderd winkels te zetten. Een echte expansiestrategie hanteert de Deense retailer niet. Omdat de formule geen concurrentie ervaart binnen een markt, hoeft Søstrene Grene volgens hem niet te vrezen.

De vergelijking met de eveneens Deense keten Flying Tiger is onmiskenbaar. Dat merk is echter vooral sterk onder jongeren tussen de vijftien en twintig jaar. Waar bij Flying Tiger vooral gadgets het goed doen, is Søstrene Grene meer op lifestyle gericht. "Het klinkt misschien arrogant, maar ik denk echt dat we uniek zijn", aldus Eriksen.

Eriksen gaat in het januarinumnummer van RetailTrends samen met de Nederlandse directeur Luuk Klamer in op de 'sister spirit', de plannen voor Nederland en het ontbreken van een webshop. [Klik hier voor meer informatie over een abonnement.](#)