

Zo groeit Only for Men van servet naar tafellaken

01-02-2016 08:00

„We willen een landelijke dekking”, vertelde Piet Feenstra in 2013 in gesprek met RetailTrends. Only for Men had net een druk jaar achter de rug, met in totaal vier winkelopeningen. Daardoor beschikte de modeketen plotsklaps over tien winkels. „Wie weet zijn we over tien jaar in winkelaantal verdubbeld. Belangrijk is dat we gezond blijven groeien”, aldus de oprichter. „Te groot voor servet, maar te klein voor tafellaken. Zo’n situatie willen we voorkomen.”

Anno 2016 staat de teller op twaalf winkels, nadat tijdelijke winkels in Nieuwegein en Woerden een definitief vervolg kregen. Daarmee is Only for Men aardig op koers om de concrete doelstelling „vijftien winkels in 2018” te behalen. Helemaal als ook The Bakery in Reusel wordt meegeteld. In die „spraakmakende jeanswinkel” worden aankopen „meegegeven in een broodzaak”, aldus Feenstra. The Bakery werd vorig jaar geopend in een voormalige bakkerij, waar het familiebedrijf aan het begin van dit millennium van start ging. Het nieuwe concept geldt als een aanvulling op de lokale winkel van Only for Men, die verhuisde naar een groter pand iets verderop.

Bij The Bakery kunnen klanten genieten van versgebakken koeken en broden, speciaalbieren en bovenal terecht voor merken als Denham, Replay, Nudie Jeans en Diesel. De manier waarop twee werelden worden samengevoegd werd eerder al uitgebreid besproken op [RetailWatching](#).



The Bakery is niet het enige pareltje van Only for Men. Begin 2013 werd in Doesburg al de Menspierce Store geopend, waar mannen op 1350 vierkante meter alles kunnen vinden. Het aanbod bestaat uiteraard uit kleding, schoenen en accessoires, maar er is ook een bar waar klanten koffie of een biertje kunnen drinken en iets te eten kunnen bestellen. En er is een barbier die ze gelijk kan knippen en scheren.

Feenstra was naar eigen zeggen erg eigenwijs door het pand te openen. „En je moet durf

hebben. Er is veel te doen over faillissementen in de detailhandel. Maar dat betekent ook dat er weer ruimte komt. Er is altijd behoefte aan kleding. En wij vullen dat heel eigenwijs in. Ik heb een hekel aan het woord winkelketen. Alsof het om allemaal gelijkvormige filialen gaat. Bij ons is geen winkel hetzelfde. En al zeker niet in Doesburg.

Batavia Stad

Only for Men is van plan die woorden dit jaar opnieuw te onderstrepen. Medio maart opent de keten zijn eerste outletwinkel. Niet in Batavia Stad, maar pal naast het koopjescentrum. Bovenal wordt het geen reguliere outlet, maar een uniek, nieuw concept genaamd Het Magazijn. De winkel beschikt over ruim twaalfhonderd vierkante meter en wordt onder meer uitgerust met een atelier en een kantine, waar de man tot rust kan komen tussen het shopgeweld in Batavia Stad. Verder beschikt Het Magazijn straks over parkeerplaatsen voor de deur en gespecialiseerde modeadviseurs in de winkel.

Na de opening is Only for Men voor het eerst in Flevoland actief. Met de recent geopende winkels in Utrecht, zes winkels in Noord-Brabant en vier in Gelderland betekent dat de vierde provincie in de lijst. Landelijke dekking komt daarmee steeds meer in zicht. Daarvoor denkt de retailer aan tussen de vijf en tien winkels per provincie. Maar dat is geen kortetermijnplan, wordt nog maar eens door een woordvoerder benadrukt. We zijn dus niet met spoed op zoek naar winkelopeningen in de rest van het land. We zoeken rustig naar mooie kansen. De outlet in Lelystad is zo'n mooie kans die we niet kunnen en willen laten liggen.

Al heeft Only for Men eigenlijk al een landelijke dekking. Amsterdam, Den Haag, Rotterdam en zelfs de Waddeneilanden: klanten uit alle uithoeken weten de online winkel te vinden. Niet voor niets mocht Only for Men al twee jaar achter elkaar de award voor beste herenmode webhop in ontvangst nemen. Onze webshop acteert razendsnel, aldus Feenstra. Daar zijn nieuwe artikelen soms nog eerder verkrijgbaar dan in de winkels zelf.



Oprichter Piet Feenstra met zijn zoon en mede-eigenaar Arthur Feenstra

Ondertussen kijkt de modeketen verder dan alleen de consumentenmarkt. Sinds deze maand wordt onder de naam Stitch & Buttons ook bedrijfskleding verkocht. Representatieve en modische kleding, en niet alleen voor mannen. Klanten kunnen hun eigen collecties ontwerpen, voorzien van de eigen huisstijl en passend bij het imago.

De reden achter de introductie van Stitch & Button is simpel: om voor opschudding te zorgen in de wereld van bedrijfskleding, die naar het idee van het familiebedrijf de afgelopen jaren is ingedut. Hoog tijd om ook die branche wakker te schudden dus.