

The Sting werkt aan nieuwe winkelformule

02-02-2016 10:26

The Sting is na het succes van Costes bezig met de ontwikkeling van een nieuwe formule. Deze formule zal zeer waarschijnlijk op mannenmode gericht zijn. Dat bevestigt een woordvoerder van het modeconcern tegenover RetailNews.

Over de invulling van de formule kan de woordvoerder nog weinig kwijt. "Zoals dat hoort bij een dergelijke ontwikkeling zijn de ideeën en visies nog zeer divers", laat hij weten. Het zal volgens hem nog even duren voordat de ontwikkelingen zichtbaar worden voor de consument. "Simpelweg omdat we nog niet zo ver zijn."

The Sting neemt nu iemand aan die verantwoordelijk wordt voor de formule, melden bronnen in de markt. Bovendien heeft de retailer vacatures openstaan voor een junior designer en brandmanager voor mannenmode. Zo gaat de brandmanager assisteren bij 'het samenstellen van een herencollectie van een nieuw op te zetten merk'.

The Sting ging in de zomer van 2013 van start met Costes. Tien medewerkers kregen daarbij van The Sting-oprichter Herman Franzen de opdracht om het merk zelfstandig neer te zetten. In tweeënhalf jaar tijd is het winkelbestand van Costes gegroeid naar twintig vestigingen, verspreid door het land. The Sting beschikt over zo'n zeventig vestigingen in Nederland, België, Duitsland en het Verenigd Koninkrijk.

Vorige maand werd al bekend dat Roland Kahn werkt aan de introductie van een nieuwe winkelketen. De Coolcat-oprichter hoopt te beginnen met vijf fysieke winkels en webwinkels in drie landen. Kahn richt zich met de nieuwe keten op vrouwen, zoals hij ook met de winkels van MS Mode en Sapph doet. "Wij denken weer een gat in de markt gevonden te hebben."