

Hans Anders wil af van discountimago

29-03-2016 14:33

Hans Anders legt steeds meer nadruk op merkbrillen en beseft meer dan ooit dat zijn winkels mooi moeten zijn. “We willen af van ons pure discountimago”, zegt ceo Patrick Herman tegenover [De Tijd](#).

Herman werd in 2010 aangesteld als ceo van de Nederlandse optieketen, die op dat moment alleen merkloze brillen verkoopt. “We waren de Aldi van de brillenwinkels. Ik wilde dat veranderen”, aldus de Belg.

Inmiddels is het private label van Hans Anders nog goed voor zestig procent, terwijl het nieuwe huismerk Dysygn vijftien procent voor zijn rekening neemt. Het laatste kwart is afkomstig van merkbrillen, zoals Ray-Ban. Dat merk wilde lange tijd niet bij Hans Anders verkocht worden, omdat de winkels niet mooi genoeg waren. “Daarop hebben we beslist onze winkels te vernieuwen en mooier te maken. Dat heeft ze overtuigd”, aldus Herman.

Hans Anders opende zo’n anderhalf jaar terug zijn eerste winkels volgens een nieuw concept, dat inmiddels op zes locaties navolging heeft gekregen. Dit jaar moeten er tien brandstores bijkomen, liet de opticien eerder deze maand al weten.

Hans Anders telt momenteel zo’n vierhonderd vestigingen, waarvan 250 in eigen land. Dit jaar staan zo’n twintig winkelopeningen op de planning, voornamelijk in Zweden en Frankrijk. Het Franse winkelbestand is in vijf jaar tijd gegroeid naar vijftig winkels, zegt Herman. “Maar om voldoende schaalgrootte te hebben, moeten er minstens tweehonderd zijn.”