

Only for Men wil niet de grootste worden

26-04-2016 11:33



De weg naar meer succes staat voor Only for Men niet gelijk aan steeds meer groei. “Spraakmakend blijven is belangrijker”, zei mede-eigenaar Arthur Feenstra tijdens Jaarcongres Bricks in Retail.

De herenmoderetailer heeft wel de ambitie om te groeien, maar hoeft niet de grootste te worden. Belangrijker is het volgens Feenstra dat er veel aandacht is voor Only for Men en er veel over wordt gepraat. Dat doet de retailer volgens hem onder meer met de tien eigen merken en door het organiseren van evenementen. Zo maakte Feenstra bekend een samenwerking te zijn aangegaan voor het organiseren van een event met het Nederlandse sportwagenmerk Donkervoort. Over de inhoud daarvan wordt binnenkort meer bekendgemaakt.

Only for Men opende onlangs outletconcept Het Magazijn. Verder heeft de retailer dertien winkels en de afwijkende formule The Bakery, een sneaker- en jeanswinkel waar bovendien brood, bier en koffie wordt verkocht.

Lees meer over de ‘topsport’ die Only for Men bedrijft op [RetailWatching](#).