

Bristol neemt voorbeeld aan Lidl

05-09-2016 07:15



Bristol wil zich de komende jaren sterker op de kwaliteit van zijn producten focussen, zonder de prijzen te verhogen. “Nederlanders betalen veel te veel voor hun kleding”, zegt ceo Kurt Moons van moederbedrijf Euro Shoe Group (ESG) in [Het Financieele Dagblad](#).

De schoenen- en kledingketen ziet Lidl als voorbeeld. “Die keten stond aanvankelijk vooral bekend om de lagere prijzen, maar nu ook om de kwaliteit van hun producten”, aldus salesmanager Dick van Dijk. Om een vergelijkbare stap te maken wil Bristol zijn huismerken versterken en komen er geen nieuwe A-merken in de winkels.

ESG boekte vorig jaar een nettowinst van ruim 750 duizend euro op een omzet van 144 miljoen. De retailer had in eerste instantie last van het omvallen van concurrenten als Schoenenreus en Scapino, door de uitverkopen die bij die ketens werden gehouden. Inmiddels ziet ESG klanten van die ketens overstappen naar Bristol, liet Van Dijk eerder dit jaar al weten in RetailTrends.

Bristol maakte vorige week bekend honderd nieuwe vestigingen in de Benelux te willen en de huisstijl te vernieuwen. Zestig nieuwe winkels komen in Nederland, de overige veertig in België en Luxemburg. Daarnaast worden de filialen van Shoe Discount, waarmee ESG in België en Luxemburg actief is, omgebouwd naar Bristol.