

House of Denim: 'Jeansbranche moet professionaliseren'

06-02-2017 08:32



House of Denim richt zijn pijlen op het uitbouwen van zijn academy, waar retailers hun personeel naartoe kunnen sturen. “Het is belangrijk dat de branche professionaliseert”, zegt oprichter James Veenhoff in het februarinummer van RetailTrends.

Veenhoff kan zich voorstellen dat personeel – van winkelmedewerkers tot aan de directie – van bedrijven als The Sting, WE Fashion, C&A of Diesel Nederland bij zijn academy een spoedcursus komt nemen. “Als een of andere snotneus in de winkel zegt dat je de broek nooit moet wassen terwijl die al gestonewashed is, dan gaat de branche het natuurlijk nooit overleven. Iedereen weet dat retail tegenwoordig om experience draait.”

Veenhoff wijst erop dat medewerkers die wat bijleren, niet zo snel overstappen naar de concurrent. Daarnaast vindt hij het de verantwoordelijkheid van de ondernemer om te weten wat er in zijn winkel hangt. Retailers moeten merken volgens hem vragen naar hun organische, gerecyclede of anderszins duurzame aanbod. “Nu beginnen ze daar vaak niet over, omdat die lijn vaak net wat duurder en minder mooi is.”

Consumenten moet in verschillende prijspunten handelingsperspectief geboden worden, stelt Veenhoff. Hij ziet de groep consumenten die meer wil betalen, groeien. Vroeg of laat schaadt het je business als je niet al hebt geïnvesteerd in duurzaamheid of je purpose, stelt hij. “Het is een transitie. Het piept en het kraakt, maar we móeten om.”

James Veenhoff vertelt in de special Human Capital van het februarinummer van RetailTrends meer over House of Denim, dat met vakmanschap en innovatie de donkere kant van denim te verlichten. Onder meer een Jean School moet de misstanden in de branche terugdringen. [Klik hier voor meer informatie over een abonnement op RetailTrends.](#)