

'Hudson's Bay is voorbeeld voor middensegment'

16-02-2017 15:46



Om succesvol te zijn in het middensegment moet je de beste prijs voor het beste product in de beste omgeving bieden. Dat is waarin ketens als Hudson's Bay, Zara en H&M zich internationaal weten te onderscheiden, stelt topman Jeroen Lokers van vastgoedadviseur Cushman & Wakefield tegenover [Vastgoedjournaal](#).

Hudson's Bay is volgens Lokers het schoolvoorbeeld van hoe je wereldwijd succesvol een warenhuis in het middensegment exploiteert. De Canadese retailer 'doet geen enkele concessie aan de omgeving en het gebouw waarin ze willen zitten', stelt hij. Hudson's Bay heeft volgens hem het productassortiment, de logistiek en online en offline strategie op orde en zit 'op de allerbeste locaties in winkels die er top uitzien'.

Hudson's Bay laat zien dat retailers fors moeten investeren om concurrerend te blijven. De warenhuisketen opent zeker zestien winkels in ons land, veelal in voormalige panden van V&D. Bij V&D zat het 'op alle fronten niet goed', stelt Lokers, die namens Cushman & Wakefield zegt gevochten te hebben voor het behoud van het Nederlandse retailicoon.

Lokers zou net zo hard voor het behoud van Blokker vechten. Hij hoopt dat die winkelketen zich weer naar een sterke positie op de Nederlandse winkelmarkt ontwikkelt. "De Blokker-winkels staan voor een uniek stukje Nederlandse winkelcultuur", vindt Lokers. "Dit soort winkels vind je nergens in de wereld en hebben bestaansrecht zolang ze bijblijven in de nieuwste retailtrends en zichzelf dus steeds opnieuw heruitvinden."

Foto: Rijnboutt