

# Meer omzet en bezoekers voor de Bijenkorf

28-08-2017 08:45



De Bijenkorf heeft zijn omzet in de eerste helft van het jaar met zeventien procent zien toenemen. Ook het aantal bezoekers in de winkels nam met vier procent toe vergeleken met de eerste helft van 2016.

De fysieke winkels groeien met veertien procent, de webwinkel met 29 procent. De in 2013 ingezette premiumstrategie vormt naar eigen zeggen de basis voor de resultaten. Daarbij is onder meer tweehonderd miljoen euro geïnvesteerd in de winkels. Als onderdeel daarvan wordt volgende maand een nieuwe cosmetica-afdeling in Utrecht geopend, die daardoor bijna drie keer zo groot wordt. Later dit jaar volgen verbouwingen in Amstelveen en Maastricht.

In Maastricht en Amstelveen worden de afdelingen met damesschoenen, cosmetica en accessoires flink vergroot. "Onze klanten shoppen door alle segmenten heen, en daarom voegen we van het midden tot het luxesegment merken toe", aldus ceo Giovanni Colauto. De woonafdeling wordt juist in beide filialen verkleind en omgevormd tot een 'wooncadeauafdeling'.

De winst is 'nog harder gestegen' dan de omzet, zegt Colauto tegen het [Algemeen Dagblad](#) zonder cijfers te

noemen. Hij zegt zich geen zorgen te maken om de concurrentie van Hudson's Bay. Hij stelt zijn vraagtekens bij de merken die de Canadese warenhuisketen biedt. "Zij verkopen Tommy Hilfiger en Scotch & Soda, hoe vernieuwend is dat?" Voor zover hij weet zijn er geen merken 'overgelopen' van de Bijenkorf naar Hudson's Bay.