

Frank About Tea denkt aan experiencestore

14-09-2017 08:50



Frank About Tea overweegt in de toekomst een eigen fysieke winkel te openen. “Dan moet je denken aan een experiencestore, à la Nespresso”, zegt medeoprichter Valerie Hirschhäuser tegenover [RetailTrends](#).

In de eventuele fysieke winkel moet niet alleen thee verkocht worden, maar moet vooral de ervaring centraal staan. Medeoprichter David Kellerman maakt de vergelijking met Bloomon, dat enige tijd een samenwerking had met H&M-zusje & Other Stories om zijn bloemen fysiek te presenteren. “Net als zij hebben wij een merk dat consumenten moeten ruiken, voelen en proeven voordat ze het echt gaan kopen.”

Naast de eigen verkoopkanalen wil Frank About Tea uiteindelijk in de supermarkt komen te liggen. “Dan kunnen we echt meedoen met de grote jongens”, zegt Hirschhäuser. In 2021 verwacht het merk in de grotere filialen van Albert Heijn te liggen.

De RetailRookie levert nu met name thee aan kantoren en daarnaast thee aan zo’n 150 privéconsumenten die

een abonnement hebben. Hoewel Frank About Tea pas een jaar actief is, komt zo'n twintig procent van de klanten al uit het buitenland, met name het Verenigd Koninkrijk. Komend jaar verwacht de theeverkoper zo'n tien procent groei in het aantal abonnees.

Frank About Tea is dit jaar een van de tien RetailTrends RetailRookies. Op [RetailTrends](#) wordt uitgebreid stilgestaan bij het concept.