

H&M komt met 'pop-up en online'-merk Nyden

22-12-2017 15:15



H&M lanceert begin volgend jaar zijn nieuwe label Nyden. Het merk wil zich onderscheiden door co-creatie met influencers en wordt alleen online verkocht.

Nyden krijgt vooralsnog geen eigen winkels, maar duikt wel op met pop-up locaties tijdens events. De kleding wordt met behulp van influencers ontworpen in Los Angeles. Het moet een 'seizoenloos' merk worden in een hoger prijssegment dan de overige H&M-labels. De doelgroep omschrijft creatief directeur tegenover vakblad The Cut als 'netocraat': millennials die gevoelig zijn voor geloofwaardigheid, authenticiteit en persoonlijkheid.

H&M maakte in september, kort na de lancering van Arket, bekend aan nog een nieuw merk te werken. De modeketen ziet het creëren en lanceren van nieuwe merken als een belangrijk onderdeel van de groeistrategie. Eerder werden al Cos, Weekday, Cheap Monday, Monki en & Other Stories geïntroduceerd. Arket opent komend voorjaar zijn eerste winkel in Nederland.

In het decembernummer van RetailTrends wordt uitgebreid stilgestaan bij de meermerkenstrategie van retailers, waarbij ook The Sting en Hunkemöller aan bod komen. [Klik hier](#) om het magazine digitaal te lezen en [hier](#) voor meer informatie over een abonnement.