

Van Boxtel rondt 'volledige rebranding' af

16-01-2018 09:20



Van Boxtel hoorwinkels lanceert dinsdag zijn vernieuwde website. Het is de laatste stap van de rebranding van de audicienketen, die vorig jaar in gang werd gezet.

Aan de basis van de rebranding staat een consumentenonderzoek onder 2.400 respondenten naar hun ervaring en behoeften met betrekking tot hoorzorg. Op basis daarvan begon Van Boxtel in mei vorig jaar met een opfrisbeurt voor zijn 63 winkels. Daarbij werden onder meer een nieuwe huisstijl en ander logo geïntroduceerd.

De keten heeft zich naar eigen zeggen een 'jonge, frisse en eigentijdse' uitstraling aangemeten en een huiselijk karakter gecreëerd, onder meer door een zithoek in de vestigingen in de richtten. "Met deze rebranding vertellen wij nu overal hetzelfde verhaal, zowel in onze winkels als online", aldus algemeen directeur Frans Story.

Van Boxtel verwacht in 2019 weer zwarte cijfers te schrijven, zei Story vorig jaar tegenover [RetailTrends](#). De retailer is verliesgevend sinds 2013, toen zorgverzekeraars hun inkooprijzen fors aanscherpten als reactie op nieuwe regelgeving. Van Boxtel heeft als gevolg zes à zeven minder succesvolle winkels gesloten, maar

verwacht in de toekomst weer uit te breiden. "Vanaf half 2015 boeken we weer de groei die we nodig hebben", aldus de directeur.