

## Nudie Jeans: 'Niet retailers, maar merken gaan ten onder'

07-02-2018 09:14



Als Nudie Jeans niet volledig voor duurzaamheid kiest, heeft het denimmerk geen bestaansrecht. “Op de lange termijn zouden we verdwijnen in het slagveld aan merken”, zegt topman Palle Stenberg in het februari-nummer van RetailTrends.

Nudie Jeans heeft volgens Stenberg een unieke positie, door volledig duurzaam te opereren. Zo wordt alleen organische katoen gebruikt en kunnen klanten hun broek altijd gratis laten repareren in de winkel. Er wordt al vijftien jaar aan deze fundering gewerkt, zegt hij. “Zodat we het grootste huis kunnen bouwen, dat bij elke wind overeind blijft staan. Zoveel merken hebben nauwelijks een fundering.”

Steeds meer consumenten kijken naar de duurzame inspanningen van bedrijven, stelt Stenberg. “We zitten midden in een transitie. In onze eerste jaren was niemand geïnteresseerd in ons verhaal.” Als voorbeeld wijst hij op zijn zoontje, die tijdens het avondeten vraagt waar de kip vandaan komt en hoe die is gedood. “Als je wilt overleven als merk, moet je op dit soort vragen antwoorden kunnen geven.”

Er zijn volgens Stenberg te veel merken en producten op de markt. “Niet retailers, maar merken gaan in de toekomst ten onder”, is hij van mening. Consumenten hebben volgens hem in een ‘globale wereld’ genoeg aan één core brand, omdat ze maar één telefoon of jeans nodig hebben en alleen voor de beste auto of het beste

restaurant kiezen. “Als je niet bij de beste vijf merken van je eigen categorie hoort, tel je niet meer mee.”

Nudie Jeans staat bovenaan in zijn eigen categorie, omdat er volgens Stenberg nog geen soortgelijke merken zijn. Echter zijn te weinig mensen nog bekend met Nudie Jeans en het verschil met andere denimbrands. In het februarinummer van RetailTrends vertelt hij hoe hij daar verandering in wil brengen, wat de gevolgen van duurzaamheid zijn voor de winstgevendheid en wat andere merken meer kunnen doen. Nog geen member van RetailTrends? [Klik hier voor meer informatie.](#)