

H&M: 'Verbetering fysieke winkels laat op zich wachten'

15-02-2018 09:01



H&M verwacht dit jaar opnieuw een daling van de vergelijkbare omzet in zijn fysieke winkels. Vanaf volgend jaar wordt weer groei verwacht, zo maakte de retailer bekend tijdens een bijeenkomst van zijn investeerders.

H&M verwacht dat 2018 een 'uitdagend jaar' wordt, als gevolg van de transitie waarin de modeketen zit. Die houdt onder meer in dat een nog groter deel van de investeringen naar de digitale kanalen gaat. In het afgelopen boekjaar waren die al goed voor 45 procent van de totale investeringen. H&M verwacht dat zijn online verkopen met zeker twintig procent per jaar zullen groeien en tegen 2022 goed zijn voor 7,5 miljard euro omzet.

De nieuwere merken van het Zweedse modebedrijf, zoals Weekday, Cheap Monkey en Arket, presteren naar eigen zeggen goed. Die formules groeien naar verwachting met 25 procent per jaar en moeten over vier jaar goed zijn voor vijf miljard euro omzet. Nu is dat iets minder dan twee miljard en zo'n zeven procent van het totaal.

H&M ziet zijn omzetontwikkeling al enige tijd stagneren en in sommige markten, waaronder Nederland, zelfs teruglopen. De retailer opent ieder jaar minder fysieke winkels en verlegt zijn aandacht meer naar online. Binnenkort lanceert het fashionbedrijf de nieuwe discountformule Afound, waar ook externe labels worden verkocht.

