

Wolford kijkt naar Hunkemöller: 'Misschien ook die kant op'

27-07-2018 15:50



Wolford beschouwt Hunkemöller niet als een directe concurrent. Wel volgt het Oostenrijkse legwearmerk de verrichtingen van de Nederlandse lingerieketen op de voet, zegt online directeur Matteo Petruzzellis tegenover RetailTrends.

Het assortiment van Hunkemöller, voor het overgrote deel lingerie, is volgens Petruzzellis te verschillend om met Wolford te concurreren. Daarnaast ziet hij de Nederlandse keten als meer playful en gericht op jongere consumenten. "Dat is een kant die wij misschien ook wel een beetje op moeten" aldus de directeur. Hij zegt Hunkemöller 'met veel interesse' te volgen, vanwege de sterke omnichannelbenadering.

Wolford heeft vijf winkels in Nederland en wordt verkocht via de Bijenkorf en Hudson's Bay. Ons land is online de vijfde markt voor het label, na de Duitssprekende regio's en Denemarken. Daarnaast beschouwt Wolford Nederland als een 'innovatiehub'. Zo wordt veel gebruikgemaakt van Nederlandse adviesbureaus bij de direct-to-consumerbenadering. "Nederland is een klein land, maar denkt groot", zegt Petruzzellis.

RetailTrends sprak uitgebreid met Petruzzellis tijdens Salesforce Connections in Chicago. Daar ging hij onder meer in op de transformatie die Wolford doormaakt, met als doel om binnen nu en drie jaar een digital first speler te zijn. [Lees het hele interview op RetailTrends.](#)