

Homie is RetailRookie of the Year

06-09-2018 17:00



Homie Pay-per-use is uitgeroepen tot RetailTrends RetailRookie of the Year 2018-2019. Dat is donderdag bekendgemaakt tijdens de derde editie van het Retail & Brands Festival.

RetailTrends presenteert jaarlijks tien innovatieve concepten, die op nieuwe manieren inspelen op consumentenbehoeften, pionieren met nieuwe businessmodellen en bijdragen aan consumentenverwachtingen. De vijfde editie is samengesteld door de redactie van RetailTrends in samenwerking met gashoofdredacteur van de septembereditie, chief chocolate officer Henk Jan Beltman van Tony's Chocolonely.

Tijdens het Retail & Brands Festival had iedere RetailRookie zestig seconden de tijd om de vakjury te overtuigen van hun concept. De vakjury bestond uit ceo Debbie Klein van Leen Bakker, voormalig Sissy-Boy-topman Victor van Nieuwenhuizen, oprichter Erwin Binneveld van Spar University, sector directeur retail Margot Potman van hoofdsponsor ABN Amro en Nick Möller, chef redactie van RetailTrends Media.

Homie, dat het onder meer won van Parfumado en Suittruck, scoort goed op aspecten als duurzaamheid en schaalbaarheid en speelt in op de trend van betalen voor verbruik in plaats van bezit. Consumenten krijgen een wasmachine met tracker en betalen alleen voor de wassen die ze draaien. Daarbij hoeven ze minder te betalen als ze zuiniger wassen. "Homie raakt twee kanten van duurzaamheid. Enerzijds wordt er als onafhankelijk platform samen met fabrikanten gewerkt aan duurzamere producten en anderzijds worden consumenten

getriggerd om duurzamer te wassen”, motiveert Potman van ABN Amro.

Homie Pay-per-use is de opvolger van Charlie Temple, dat de prijs vorig jaar in de wacht sleepte. Lees het volledige verhaal van Homie Pay-per-use op [RetailTrends](#).