

G-Star investeert aankomende jaren 'serieus' in thuismarkt

17-10-2019 09:13



Modelabel G-Star focust zich de komende jaren weer op de Nederlandse markt. Dat vertelt topman Rob Schilder aan het [FD](#).

Precieze cijfers noemt hij niet, maar volgens Schilder investeert G-Star de komende jaren een 'serieus' bedrag in zijn thuisland. Zo lanceert het modelabel een reclamecampagne met autocoureur Max Verstappen en gaat het bedrijf samenwerken met muziekfestival Amsterdam Dance Event (ADE).

G-Star, dat deze week dertig jaar bestaat, richtte zich de afgelopen jaren met name op uitbreiding in het buitenland om niet afhankelijk te worden van zijn Europese positie. Inmiddels heeft het label budgettechnisch weer ruimte om in Nederland te investeren.

Ook het sluiten van veel winkels en warenhuizen is een drijfveer voor G-Star om het Nederlandse marketingbudget op te voeren. Het bedrijf is in grotere mate afhankelijk geworden van verkoop via webshops en de G-Star-winkels. 'We moeten nu ons verhaal rechtstreeks aan de consument vertellen, die ook nog eens veel beter geïnformeerd is en zich lastiger laat voorspellen', aldus Schilder tegen de krant.

G-Star is grotendeels in handen van voormalig directeur Jos van Tilburg en is statutair gevestigd op Curaçao. Daardoor zijn de jaarcijfers niet te achterhalen, maar naar verluidt lag de omzet van het label in de goede jaren rond de 800 miljoen euro per jaar.