

Afound overweegt uitbreiding met categorie beauty

28-11-2019 15:23



Afound overweegt op korte termijn beautyproducten aan zijn assortiment toe te voegen. Als het aan managing director Joanna Hummel ligt, wordt die categorie zo snel mogelijk live gezet. "Ik houd ervan om de vaart erin te houden", vertelt ze aan RetailTrends.

Afound, een dochterconcept van H&M Group, verkoopt alle productcategorieën die binnen de H&M Group beschikbaar zijn, te weten kleding, schoenen, tassen en woondecoratie. Beautyproducten ontbreken momenteel nog, maar daar komt volgens Hummel op korte termijn verandering in.

Het leek erop dat Afound alleen met een webshop naar Nederland zou komen, maar twee weken geleden liet Afound weten ook een fysieke winkel in ons land te openen, en wel op 28 februari in Utrecht. "We hebben besloten dat we bij elke nieuwe markt die we betreden eerst starten met een webshop. Op basis daarvan evalueren we of een fysieke winkel van toegevoegde waarde zou zijn voor de klant en voor het bedrijf", legt Hummel uit.

Het Zweedse outletconcept kijkt uiteindelijk ook naar andere locaties binnen de Nederlandse grenzen, maar

'voor nu zijn daar nog geen beslissingen over genomen'. "Eerst maar eens starten in Utrecht".

Afound is opgericht in 2018 en komt uit de koker van de H&M Group. Het merk wil iets doen aan de overproductie binnen de mode-industrie. Daarom verkoopt Afound enerzijds restpartijen van H&M-labels als COS en & Other Stories, en werkt anderzijds als marktplaats voor externe merken. Inmiddels heeft thuisland Zweden zeven filialen van het concept. Nederland is de tweede markt die Afound betreedt.

Lees hier het complete interview met Hummel op RetailTrends.nl.