

# RetailTrends 12: Luxespecial met Schaap en Citroen, The Society Shop en mevrouw Prada

04-12-2019 09:07



Met zestien juweliershuizen (nee, noem het **nóóit** winkels) is **Schaap en Citroen** in ons land de belangrijkste speler in het hoogste segment van sieraden en horloges. Ceo Mark van Nieuwkerk over de perfecte klantbehandeling en de nieuwe relatie met merken. "Wie niet kan voldoen aan hun eisen maakt niet lang meer deel uit van het dealernetwerk."

De branche is volgens Van Nieuwkerk fundamenteel veranderd in de afgelopen tien jaar. Merken zijn zich meer dan ooit bewust van het feit dat alleen het produceren van een topproduct niet automatisch leidt tot succes. "Het hele aanbod moet in balans zijn en de puntjes moeten overal op de i staan. De beleving moet honderd procent zijn. Foutloos."

Ook een luxemerk als **Chanel** wil een graantje meepikken van selfiemakende influencers. Eerder dit jaar opende Atelier Beauté zijn deuren in SoHo, New York. Met gepersonaliseerde producten, een shopervaring op maat en een Instagrammable storedesign aast het merk op een plekje in de harten van Gen Z.

Wat prettig is, maar niet nodig – zo verklaart het woordenboek de term luxe. Natuurlijk kun je discussiëren over de kwestie of een designertas wel of niet onmisbaar is in je garderobe, feit is dat **de luxemarkt** blijft groeien. Een kleine duik in de wereld van de crème de la crème.

Iconisch en onbetaalbaar voor de gemiddelde consument – **Hermès, Kiton, Patek Philippe** zijn de toppers in hun genre en alleen beschikbaar voor de happy few. Dit is hoe hun prijzen tot stand komen

Luxe is Gucci, Prada, exclusieve producten en hoge prijzen. Althans, dat was eerder zo. Tegenwoordig draait het om mindertastbare zaken, zeggen vertegenwoordigers van eigentijdsere highend merken. Een verkenning van de **nieuwe luxe**.

Van communiste en feministe tot steenrijk en alom bewonderd stijlicoon. De eigzinnige en excentrieke **Miuccia Prada** bouwde het familiebedrijf uit tot een highend wereldmerk. Een portret van hoogstwaarschijnlijk de enige doctor in de wereld van de haute couture.

Groeiende volumes, grillige orderpatronen en krappe levertijden maken fulfilment er niet eenvoudiger op. Zeker niet als superioriteit boven alles gaat, merkt **Hermès**. Logistiek directeur Marianne Taam vertelt hoe het Franse merk met die uitdagingen omgaat.

Bij Nederlandse luxe denken we al snel aan de opvallende modecreaties van Viktor & Rolf. Maar er zijn meer merken van eigen bodem die ook nog eens internationale allure hebben. De horloges, kleding en schoenen van **Frenken, Filling Pieces en Grönefeld** zijn namelijk niet alleen succesvol in eigen land, maar ook over de grens.

De **Quadrilatero d'Oro** in Milaan is chic, duur en legendarisch. Legendarisch vanwege de vele highend fashionmerken, van Gucci tot en met Hermès. De Quadrilatero d'Oro is kort samengevat hét modecentrum van de wereld.

Voor herenmodeketen **The Society Shop** breken aan het eind van het jaar hoogtijdagen aan. De levenslessen van directeur en grootaandeelhouder Hans Beer – over zes dagen per week werken, de klap van fraude en het beste medicijn tegen zakelijke verslapping.

De [nieuwste editie van RetailTrends](#) verschijnt op **6 december**. Ben jij ook member van RetailTrends? Je ontvangt dan iedere maand het printmagazine van RetailTrends, plus:

Toegang tot de digitale editie van het magazine

10 extra gebruikersaccounts voor je collega's

Korting op een aantal RetailTrends-events

Onbeperkt toegang tot RetailTrends.nl

Iedere dag het laatste nieuws in je mailbox

Toegang tot het volledige archief

De mogelijkheid je persoonlijke nieuwspagina samen te stellen

Nog geen member? [Klik hier voor meer informatie.](#)