Primark: 'Ook Action en Kiko Milano zijn concurrenten'

05-02-2020 09:02



Door de uitbreiding van Primarks assortiment wordt het speelveld van de Ierse retailer steeds breder. Artikelen in categorieën als huishoud en beauty worden steeds belangrijker, zegt directeur Kevin Tulip van de Benelux-tak in het februarinummer van RetailTrends.

Gevraagd naar het concurrentieveld noemt Tulip in eerste instantie ‘overal waar je naar binnen kunt lopen om kleding te kopen’. Hij denkt aan C&A om zijn prijspunten en H&M en Zara op het gebied van modebewustheid. “Maar aangezien we ook huishoudwaren en make-up verkopen, beschouwen we ook Kiko Milano, Etos en Action allemaal als concurrenten.”

Primark wil zijn assortiment steeds vernieuwen, onder meer om de klant te verrassen en zo hun verblijfsduur in de winkel te verlengen. Tulip wijst op de afdeling health & beauty op de begane grond van de Amsterdamse flagshipstore. “Die was een paar jaar terug piepklein en is enorm gegroeid. Het was één schap, nu een groot deel van onze business.” Hetzelfde geldt volgens hem voor licentieproducten, zoals van Disney en Netflix-serie Stranger Things. “Vijf jaar terug hadden we niets op dat gebied.”

Tulip ziet verder uitbreidingsmogelijkheden in gerecyclede materialen. Een collectie buitenkleding gemaakt van plastic flessen is volgens hem al succesvol, nu wordt onderzocht hoe dat in meer productlijnen kan worden gebracht. “Klanten verwachten dat de productie duurzaam of van biologische oorsprong is. Dat deel wordt zeker groter in de komende jaren.”

Kevin Tulip gaat in het februarinummer van RetailTrends onder meer in op de strijd met het slechte imago op duurzaamheidsgebied, groeiplannen in Nederland en het nog altijd uitblijven van een webwinkel. De nieuwe RetailTrends verschijnt vrijdag 7 februari. Nog geen member, klik dan hier voor meer informatie.