

INSPIRATIECASE

# Hunkemöller: van degelijke retailformule naar nummer 1 fashionmerk



916 vestigingen  
in 24 landen

# HUNKEMÖLLER

## *Van degelijke retailformule naar nummer 1 fashionmerk*

Om als retailer de consument te blijven inspireren, zijn er soms aanpassingen nodig in de formule. Eén van de retailers die dit als geen ander heeft begrepen is Hunkemöller. Naast de groeiende omzetcijfers is er opnieuw bewijs dat de nieuwe strategie zijn vruchten heeft afgeworpen. De fashionretailer staat op de negende plek in de lijst van de 40 meest inspirerende retailers.

**Retailer  
of the year  
Europe  
2017 - 2018**

De tijd waarin klanten hun Hunkemöller-tas wegmoffelden in een andere tas omdat ze zich schaamden met het merk over straat te lopen, ligt ver achter ons. Vrouwen posten hun nieuwe Hunkemöller lingerie massaal via Instagram en de tassen met bekende strik worden met trots getoond. De lingerieretailer is uitgegroeid tot fashion brand van formaat. Het onderzoek Inspirerende 40: Retaileditie onderstreept dat: Hunkemöller inspireert.

### Een loveable brand

Hunkemöller is binnen de modebranche een positieve uitschieter; sterker nog, de lingerieketen slaat een gapend gat tussen de overige moderetailers en weet op alle pijlers te inspireren. Dat het merk zich onderscheidt, is goed te verklaren. Hunkemöller is de afgelopen jaren heel bewust getransformeerd van een retailformule naar een wereldwijd fashionmerk. Dat impliceerde

complete aanpassingen in alle onderdelen van de formule. Hunkemöller heeft de nieuwe strategie overal doorgevoerd. Het is een loveable brand geworden waarmee consumenten zich graag willen identificeren. Dat blijkt niet alleen uit het onderzoek van de Inspirerende 40: Retaileditie, maar ook uit de business performance. In 2010 bedroeg de omzet 200 miljoen verspreid over 400 winkels, in 2017 is dat verdubbeld naar 452,5 miljoen euro omzet en 775 winkels.





“Hunkemöller is een loveable brand geworden waarmee consumenten zich graag willen identificeren”

## Memorable winkels

Wat betreft winkelervaring en winkelinrichting is Hunkemöller een uitblinker. De winkels voelen als luxe Maisons. Een social wall, interactieve schermen om door het assortiment te scrollen en een experience paskamer waar je het licht kunt aanpassen, zorgen voor een unieke winkelbeleving. Ook biedt Hunkemöller tal van services om de klantervaring naar een hoger niveau te tillen. Met een fitnessbodyscan voor de HKMX-sportlijn, Click&Collect en Click&Reserve en interactieve tools om de juiste bh te vinden, wordt relevante waarde toegevoegd waardoor klanten graag voor Hunkemöller kiezen.

Hunkemöller bewijst dat, om te kunnen inspireren, soms drastische aanpassingen nodig zijn in alle onderdelen van de formule. Alles moet kloppen om de consument te kunnen overtuigen van de meerwaarde die een retailformule biedt. Naast de investeringen in de winkels en samenwerkingen met o.a. Sylvie Meis en Doutzen Kroes, is de retailer zich gaan focussen op het verbeteren van de totale klantbeleving. Deze aanpassingen hebben eraan bijgedragen dat het imago van Hunkemöller is veranderd van stoffig en degelijk naar sexy en sophisticated, en dat klanten, fans zijn geworden.

◀ In 2017 opende Hunkemöller een flagshipstore in de Kalverstraat. De winkel biedt de klant een uitgebreide collectie in lingerie, maar ook in sport en wellness. Daarnaast is er een experience paskamer, een parfumar, een smartphone oplaadpunt en een selfie mirror.



## Key insights

- › Hunkemöller inspireert het meest met de winkelinrichting, alleen Rituals weet het op deze pijler beter te doen
- › Hunkemöller is een positieve uitschieter binnen de modebranche, met een negende plek staat de retailer elf plekken boven de eerstvolgende moderetailer Urban Outfitters

## Blijf op de hoogte

Binnen het onderwerp Inspirerende 40: Retaileditie verschijnen er verschillende publicaties, kijk hiervoor op: [www.crossmarks.nl/nowhow](http://www.crossmarks.nl/nowhow)



De Inspirerende 40: Retaileditie is een onderzoek uitgevoerd door Crossmarks en Synergie. Het onderzoek legt bloot wat klanten inspirerend vinden in retail, welke retailers inspireren en hoe zij dat doen. Het levert een bijdrage aan het doorgronden van de retailwereld zoals we die vandaag kennen. De inzichten uit het onderzoek zijn bedoeld om retailers te inspireren om hun klanten te inspireren. Zo werken we samen aan een duurzame, rendabele en vooral inspirerende toekomst van retail.



### **DOWNLOAD**

#### **INSPIREERENDE 40: RETAILEDITIE**

Benieuwd naar de inspiratiecases van IKEA en Bever en hoe zij een plek in de top 10 van meest inspirerende retailers wisten te bemachtigen? Download hier de gehele publicatie van de Inspirerende 40: Retaileditie.

## Voor meer informatie

Meer weten over de Inspirerende 40: Retaileditie?

Bent u nieuwsgierig geworden naar hoe uw retailorganisatie of sector precies scoort als het gaat om inspiratie? Of wilt u weten hoe uw concurrenten scoren op inspiratie? Neem dan contact op met Crossmarks via:

Kristie Habraken  
[kristie@crossmarks.nl](mailto:kristie@crossmarks.nl)  
073 690 0555