



**BIJ W.O.L.F. IN AMSTERDAM
JE ONDERDOMPELEN IN
MODE EN LIFESTYLE**



Wie bij W.O.L.F. in buurtwinkelcentrum Amsterdam Oostpoort over de drempel stapt raakt niet snel uitgekeken. Behalve kleding vind je er accessoires, schoenen, items voor het interieur en planten. “We willen dat mensen op hun gemak kunnen rondkijken.”

Tekst en beeld: **Rosita van der Kwaak**

W.O.L.F. is de afkorting van World of Lifestyle and Fashion en dat dekt de lading van de winkel in Amsterdam Oostpoort uitstekend. Behalve een uitgesproken en kleurrijke collectie van kledingmerken als Lollys Laundry, Lois Jeans, Anerkjendt en

Pom Amsterdam vinden klanten hier accessoires en artikelen voor in huis. “Door ons brede aanbod hebben we altijd loop in de winkel”, zegt Silvia Stam, samen met haar man Ulbe van Dijk eigenaar van de winkel. “We hebben klanten die een plantje kopen en mensen die met een compleet

‘Bij ons is het lekker vol’

nieuwe outfit naar huis gaan. Dit is geen conceptstore waarbij alles clean is en perfect op elkaar afgestemd. Bij ons is het lekker vol. Het is een laagdrempelige winkel en dat willen we ook uitstralen.” W.O.L.F. krijgt mensen binnen van tien tot tachtig

jaar en Stam en Van Dijk laten de klanten lekker rondstruinen. “We duiken er niet bovenop.” De ondernemers verkopen merken die je niet zo snel zou verwachten, zoals Heinen Delfts Blauw (aardewerk) en Stanley (thermoskannen). “Daar komen mensen gericht voor binnen.”

Pop-ups

Jarenlang hebben Stam en Van Dijk een agentschap, met onder andere de merken Paul Smith en French Connection. Ook runnen ze vijf jaar lang een French Connection-winkel in de Amsterdamse Cornelis Schuytstraat. Van Dijk: “Daarna zijn we begonnen met pop-ups om de overgebleven voorraden te verkopen. Zodoende kwamen we hier in Oostpoort terecht, in dit pand zat een collectief van



“Dit is geen conceptstore waarbij alles clean is en perfect op elkaar afgestemd.”



pop-ups van allerlei verschillende concepten waar we een aantal vierkante meters konden huren.” Wanneer het pop-upcollectief ophoudt, wil Van Dijk wel verder met de winkel. En zo beginnen ze in 2020 met hun eigen concept W.O.L.F. in het pand. Bewust kiezen ze voor een breed aanbod, omdat de klant dit al gewend is van het pop-upconcept. “Omdat er vooral samples en restvoorraden werden verkocht, keken we in eerste instantie ook naar de betaalbaarheid van merken. Daarom zijn we met middensegmentmerken als MSCH Copenhagen en Nümpf begonnen.”

Rauw en ruw

De winkel is ruw vormgegeven, met een betonnen vloer en een ruw plafond. De winkelverlichting en -rekken zijn afkomstig uit faillissementsverkoppen en sommige meubels zijn gevonden op straat. Dat spreekt de ondernemers aan vanuit de duurzaamheidsgedachte. “We veranderen elke keer wat. Af en toe verven we een wandje, gooien we de indeling om of komt er een nieuw meubel bij. Nieuw is het sieradeneiland opgebouwd uit pallets en binnenkort komt er een nieuwe toonbank”, vertelt Van Dijk.



Uitgesproken items

De twee hebben de taken duidelijk verdeeld. Zij koopt de vrouwencollectie in, hij de interieur- en lifestyleproducten en samen doen ze de inkoop mannenmode. Ze staan ook beiden in de winkel. “Als ik een merk leuk vind, wil ik een goed beeld laten zien en niet een beetje ‘snoepen’”, zegt Stam. “We proberen commercieel in te kopen, maar we kopen ook de uitgespro-

ken items in. Juist die items zijn soms zó weg, zelfs als ze wat duurder zijn. Mensen komen hier voor een mooie jurk of een pak voor een bruiloft, maar ook voor werkkleding of hun vakantiegarderobe.” In de winkel shoppen vooral mensen die in de buurt wonen of werken, boodschappen doen in het winkelcentrum of bij het nabijgelegen stadskantoor of zwembad moeten zijn. “De pandemie was een lastige tijd,

maar doordat klanten meer lokaal gingen winkelen en de drukke binnenstad meden, hebben wij in deze periode een nieuw klantenbestand opgebouwd met mensen uit onder andere de oostelijke stadsdelen. Ons doel is om een hotspot te zijn voor de lokale bevolking waar iedereen zich welkom voelt en samenkomt. Al is het maar voor een praatje.” ♦



BONGEMIDDELDE

Per klant in de week van 10 t/m 16 juli 2023

€ 62

Adres: Oranje-Vrijstaatplein 3

Website: worldoflifestyleandfashion.nl

Instagram: @worldoflifestyleandfashion

Oppervlakte winkel: 200 m²

Personeel: 2 fulltimers en 2 parttimers

Merken: o.a. Armor Lux, Atelier Rebul, Barts, Clean Cut Copenhagen, Louizon, Jonsen Island, Lois Jeans, Lollys Laundry, Mus & Bonbon.

TOP 3 BESTSELLERS

1. Nümph
2. MSCH Copenhagen
3. Anerkjendt