‘Tijd niet rijp voor landelijke uitrol Fame’

27-10-2016 13:12



Muziekwinkel Fame heeft naar eigen zeggen een goed eerste jaar achter de rug in de kelder van de Amsterdamse Media Markt. De formule mikt voor volgend jaar op een omzetgroei van minstens 25 procent, zegt vestigingsdirecteur Ricardo van Dijk tegen Entertainment Business.

Een landelijke uitrol van het Fame-concept in winkels van Media Markt, is volgens Van Dijk nog niet aan de orde. “Wij moeten vooral laten zien dat je entertainmentproducten nog steeds goed kunt verkopen, de volgende stap is om te kijken of we een deel van dat concept kunnen overzetten.” Fame voorziet nog steeds in een behoefte, stelt hij. “De consument wil nog steeds doosjes kopen en die vraag gaat alleen maar groter worden.”

De omzetdoelstellingen voor het eerste jaar zijn volgens Van Dijk behaald, zonder cijfers te concretiseren. Met de doelstelling voor 2017 gaat het naar eigen zeggen om ‘een paar ton omzetverhoging’.

Klanten wisten Fame volgens Van Dijk direct te vinden en was vanaf de eerste dag, in oktober vorig jaar, ‘de grootste entertainmentverkoper binnen Media Markt. “Nu durf ik te roepen dat wij de grootste van Nederland zijn.”

Fame werd in juni 2015 failliet verklaard en vervolgens overgenomen door Media Markt. Een maand later maakte de elektronicaretailer bekend zevenhonderd vierkante meter voor de formule te reserveren in de kelder van zijn Amsterdamse vestiging.