Fiskars denkt aan multibrandstores in Nederland

02-11-2017 16:26



Iittala heeft zijn aantal eigen winkels in ons land de afgelopen jaren teruggebracht van tien naar drie. Moederbedrijf Fiskars overweegt in de toekomst weer uit te breiden, maar dan met winkels waarin het meerdere van zijn merken combineert, zegt regional director continental Europe Emile van Oorschot tegen RetailTrends.

Fiskars is sinds 2007 eigenaar van interieurmerk Iittala en voegde later ook labels als Royal Doulton en Wedgwood aan zijn portfolio toe. Die merken van woon- serviesproducten zijn mogelijk in gecombineerde winkels onder te brengen, al is Fiskars er nog niet uit hoe het dat goed kan doen. Zo is Iittala een 'premium luxury brand', terwijl Royal Doulton met dezelfde productgroepen in een lager prijssegment zit. Bovendien zou Fiskars met multibrandstores 'een echte retailer' worden, stelt Van Oorschot. "We vinden het prachtig om eigen winkels te hebben, maar het is toch een ander spel."

Iittala heeft inmiddels ook shop-in-shops bij alle Nederlandse warenhuizen van Hudson's Bay. Van Oorschot ziet de Canadese keten als een belangrijk nieuw kanaal in ons land, omdat warenhuizen volgens hem een belangrijke rol spelen in de living-categorie. "In onze optiek helpt Hudson's Bay erbij die categorie relevant te maken voor Nederlandse consumenten."

Op RetailTrends gaat Van Oorschot uitgebreid in op de groeiende focus van Fiskars op woonproducten, en legt hij uit waarom het Finse concern met een Procter & Gamble-syndroom kampt.