

## Bruna laat 'fantasie de vrije loop' met online assortiment

31-07-2019 15:50



Bruna wil zijn webwinkelassortiment fors uitbreiden met producten rondom het thema ontspanning. Daarbij kan de retailer sterk afwijken van zijn kernassortiment, vertelt algemeen directeur George Steur aan [RetailTrends](#). "Ik kan me goed voorstellen dat we straks online een barbecue verkopen."

Bruna wil consumenten volgens zijn nieuwe merkpositionering helpen te ontspannen, via de pijlers spelen, maken, leren en doen. Zo worden in de winkel nekkussentjes en spelletjes voor op de achterbank op de afdeling met de reisgidsen gelegd. Steur wijst erop dat in de fysieke winkel slechts beperkte ruimte is voor dit soort nieuwe productcategorieën. "Maar online kun je je fantasie de vrije loop laten. Dan krijg je een echte longtail, waarbij je vooral de wereld van het koken veel verder kunt uitbreiden."

Naast een barbecue zijn potten, pannen en servies opties binnen het kooksegment. "Zeker als het bijvoorbeeld van de Jamie Oliver-reeks is, waar we ook boeken van verkopen." Alle nieuwe producten moeten bijdragen aan ontspanning, benadrukt Steur. "Ik kan me zo gauw niet voorstellen dat we kleding gaan verkopen, dat heeft geen logisch haakje."

Bruna gaat eind dit of begin volgend jaar van start met click & collect, vertelt Steur verder. Door de winkelvoorraad online inzichtelijk te maken en van daaruit te leveren, hoopt hij klanten te stimuleren boeken op te halen in plaats van te laten bezorgen. "Daardoor kun je kostentechnisch een positief plaatje krijgen uit je onlineactiviteiten, wat eigenlijk niemand lukt in onze markt." Alle on- en offline veranderingen moeten ertoe

leiden dat dit jaar weer een positief ebitda in de boeken wordt geschreven. Vorig jaar was dat nog 1,4 miljoen euro negatief, terwijl het nettoverlies 2,1 miljoen euro bedroeg.

George Steur gaat op RetailTrends uitgebreid in op [het veranderproces waar Bruna doorheen gaat](#).