

Fast moving art

08-08-2006 00:00

Ondanks acties bij Aldi, Kruidvat en Blokker is kunst nog geen categorie die een permanent plekje verdient bij grote winkelketens. Althans, niet op het schap tussen de fast movers. Want dankzij digitale technologie kan kunst prima vanuit een centraal depot worden aangeboden. Kunst als variant van Long Tail Retail.

Het succes van tijdelijke acties bij Aldi, Kruidvat, Trekpleister en Blokker werpt de vraag op of kunst een productgroep is een permanente plek in massaretail verdient. Daarvoor is het echter nog te vroeg, reageert Theo Haksteen, oprichter van ArtMarketing.nl. Bij Aldi is kunst een thema dat jaarlijks terugkeert in de actiekalender. Ook Kruidvat, Blokker en Bruna bereiden nieuwe aanbiedingen voor. De kunst is echter de juiste art voor de juiste prijs bij de juiste winkelformule te plaatsen.

V&D wil bijvoorbeeld ook actief worden in deze markt, maar dan wel met een ietwat exclusiever aanbod in beperktere oplage en voor een hogere prijs. V&D neemt zo positie in tussen Kruidvat en Blokker en de Bijenkorf.

Het gehele artikel is te lezen in het augustusnummer van RetailTrends, dat donderdag 10 augustus verschijnt
Een jaarabonnement op RetailTrends? [Klik hier](#)
U kunt vrijblijvend een proefnummer aanvragen via sales@retailtrends.nl