

Column: Creatief

18-08-2006 00:00

De snel groeiende creatieve industrie in ons land zou gekoppeld moeten worden aan de retail. Dat stelt Michel van Tongeren (SVT Branding & Design Group) in zijn column in het augustusnummer van RetailTrends.

“Natuurlijk verdienen wij als ontwerpers al langer een goede boterham aan dit fenomeen, maar creativiteit kan veel ruimer worden uitgelegd”, aldus Van Tongeren.

Echter: “bedrijven als Blokker, die voortsukkelen alsof het nog steeds 1955 is, of Zeeman, die nog nooit van Primark, Zara of H&M, lijkt te hebben gehoord, zijn er wat dit betreft nog lang niet. Deze retailers opereren waarschijnlijk nog zeer succesvol, maar zij hebben een zekere statische rationaliteit, die de behoefte aan innerlijke groei van de natie ontkent.”

De gehele column kunt u ook lezen op het Forum van RetailNews.nl.