

## &#8216;Klein en lokaal is zo gek nog niet&#8217;

21-02-2007 00:00

Kleine, regionale retailbedrijven zijn zo gek nog niet. Dat valt te concluderen uit het verhaal van Edward McLaughlin, hoogleraar retailmarketing aan de Amerikaanse Cornell University. "Een van de dingen die we hebben geleerd van de wereldwijde consolidatie is dat de beoogde schaalvoordelen en synergie niet konden worden bewerkstelligd. Dat moet goed nieuws zijn voor spelers die veel verstand hebben van de lokale markt en cultuur."

McLaughlin was onlangs op de Universiteit van Tilburg om op uitnodiging van de Nederlandse Trade Marketing Association de aanwezigen bij te praten over de situatie in de retailsector in de Verenigde Staten. Hij sprak met name over Wal-Mart, dat de laatste tijd steeds meer onder vuur ligt van aandeelhouders. Na een beschamende aftocht uit Duitsland en Zuid-Korea moest de grootste retailer ter wereld wat uitleggen op Wall Street.

*Wilt u verder lezen over de visie van Edward McLaughlin? Lees dan het volledige artikel dat u terugvindt in het februarinummer van RetailTrends. Een gratis proefnummer van RetailTrends aanvragen kunt u [hier](#). Voor een jaarabonnement kunt u [hier](#) klikken.*