

RetailTrends 1: Action, SLA, 10 x shopinnovatie en HEMA hapert

22-01-2015 00:00

Is **Action**-topman Ronald van der Mark van zijn geloof gevallen? E-commerce, dat was niets voor de discounter. Was, want in de toekomst ziet Van der Mark wél mogelijkheden. Hoewel Action dit jaar geen webwinkel zal openen 'gaat het er ooit van komen', zegt hij in gesprek met Pascal Kuipers.

"Wij doen het nu niet, omdat wij onze artikelen toch al voor een heel lage prijs verkopen en we geen bezorgkosten willen berekenen", stelt Van der Mark. Ooit zullen de bezorgkosten minimaal zijn, verwacht de ceo en dan is e-commerce ook voor Action interessant.

De grootste uitdaging voor Action op dit moment is misschien nog wel het bewaren van de eenvoud. "De internationalisatie, de onstuimige groei van de supplychain, en dan tóch de eenvoud behouden. Dat is heel complex!"

Van der Mark stelt dat Action 'datgene blijft doen wat we altijd al heel goed hebben gedaan'. "Maar we ontwikkelen wel. We gebruiken voice picking en op afstand bestuurbare reach trucks. Alle kosten die we daarmee besparen, investeren we in lagere prijzen voor onze klanten. Simpele oplossingen die gewoon werken. Dat geeft een enorme kick."

Continu duiken er initiatieven op die de manier waarop consumenten winkelen veranderen. Niels Achtereekte zet **tien opvallende ontwikkelingen** op een rij. Van robots, slimme software en leenmodellen tot nieuwe samenwerkingen; innovatie kent vele vormen.

Wat er is toch aan de hand met onze nationale **knuffelretailer HEMA**? Over de grens oogst de warenhuisketen applaus, maar op de Nederlandse thuismarkt bevindt de retailer zich in een andere realiteit, schrijft Suzanne Geurts.

Rode cijfers, het sluiten van enkele vestigingen en de toenemende en veranderende concurrentie in de markt roepen de vraag op hoe één van Nederlands topmerken zijn marktpositie kan behouden. Heeft HEMA met de recente metamorfose en nieuwe slogan een passend antwoord op de marktontwikkelingen? "HEMA danst op een heel dun koord."

Nederlandse retailers blikken gematigd positief terug op 2014, maar wat zijn de **verwachtingen van 2015**? Zo'n 130 retailers hebben deelgenomen aan het eindejaaronderzoek van RetailTrends en Q&A Research. Wat vertelt de peilstok die in de Nederlandse retailmotor is gestoken?

De saladeformule **SLA** opende in anderhalf jaar tijd vier vestigingen in onze hoofdstad, en oprichter Jop van de Graaf kijkt inmiddels verder dan Amsterdam. Steden als Utrecht, Rotterdam en Den Haag staan op het vizier, en ook over de landsgrenzen ziet hij mogelijkheden, liet hij tegenover Margot Visser weten.

Zo ziet Van de Graaf in Duitsland en Scandinavische landen geen vergelijkbare concepten. "Maar we hebben geen haast. Eerst rustig groeien in Nederland, dan kijken we daarna over de grens." SLA wil niet alleen gezonde voeding toegankelijker maken, het concept draait ook om kennisdeling. "We organiseren regelmatig lezingen en events zoals een wijnproeverij of kookworkshop maar ook bijvoorbeeld de SLA miniretreat: een uurtje yoga en daarna gezond eten."

Zo'n vijf jaar terug was de **Chinese droom** onder Westerse retailers nog springlevend. Terwijl consumenten op de concurrerende thuismarkten de hand op de knip hielden door allerlei economische onzekerheden, groeiden

de bomen in China tot in de hemel. Dachten we. Succes op de Chinese markt blijkt zelfs voor de grootste retailer ter wereld Walmart geen vanzelfsprekendheid. China lost zijn belofte niet in, constateert Donovan van Heuven.

Ook in het januarinumnummer van RetailTrends:

- Horecafamilie Van der Valk start nieuw versconcept
- Joint promotions in de lift
- Columns van Hans Verstraaten, Antoine Endtz en Wouter van der Ley
- De vaste rubrieken Retail in Beeld, Update, RetailReview, Grenzeloos en Service

Het januarinumnummer van RetailTrends verschijnt aan het eind van deze week. Klik [hier](#) voor meer informatie over een abonnement op RetailTrends.