# RetailTrends 2: Expeditie Duitsland, Chocolate Company en eigenwijze tieners

16-02-2015 00:00

Hoe flikken G-Star, Rituals en Hunkemöller het toch bij onze oosterburen? Zij zijn succesvol in Duitsland, terwijl dat geen vanzelfsprekendheid blijkt voor Nederlandse retailers met expansiedrift. ‘Met de ‘doe maar normaal dan doe je gek genoeg’-mentaliteit red je het niet over de grens.’

Maar hoe red je het dan wel? Duitsland-correspondent Bertus Bouwman ontrafelt de succesfactoren en sprak onder meer met country manager Duitsland Axel Schukies van G-Star, dat ondertussen vijftig Duitse winkels telt.

De voortekenen bij het betreden van de Duitse markt waren niet goed, weet Schukies. “Toch deden we het. We kwamen met iets dat nog niemand had. Doordat we daar de focus op leggen, hebben we nog altijd succes.”

2015 wordt het jaar van **Chocolate Company**, voorziet mede-eigenaar Alexander de Ronde Bresser: “We hebben met onze keten veel ijzers in het vuur, die zich dit jaar gaan uitbetalen.”

De formule neemt afstand van ‘de conservatieve sfeer die van oudsher rond de chocoladebranche hangt’. Dat is nergens goed voor, zegt De Ronde Bresser tegenover Reinilde van Ekris. “Wij brengen vrolijkheid en een knipoog.” En dat gaat gepaard met flinke ambities. Zo wordt het aantal winkels in Nederland en Duitsland uitgebreid en zijn er plannen voor Rusland en Azië.

Laten **tieners** zich strikken door retailers? De doelgroep is eens omschreven als een nachtmerrie voor retailers, vanwege hun ongrijpbaarheid. Hoe zit het nou echt? Nick Möller houdt de doelgroep tegen het licht. ‘De afstand tussen retailers en tieners is veel kleiner dan vroeger.’

In het februarinummer aandacht voor human capital met het **thema Personeel & Opleiding**. Investeren we in personeel of niet? Grootwinkelbedrijven steken in veel gevallen nog wel geld in personeel en opleidingen, maar de kleinere retailers doen dit steeds vaker niet omdat het hoofd boven water houden al moeilijk genoeg blijkt. Pascal Kuipers zoomt in op bottlenecks, maar signaleert ook kansen.

In de loop van vorig jaar ontplofte er een bommetje: **robots zijn in opkomst** en nemen onze banen af. Winkelverkopers werden genoemd als een van de grootste risicogroepen. Tegengeluiden over het ontstaan van nieuwe kansen volgden al snel. Nu, enige tijd later, maakt Niels Achtereekte de balans op. Welke kansen en bedreigingen brengt robotisering met zich mee?

Verder in het thema Personeel & Opleiding: De Action Academy, opleiden om de internationale groeiambities bij te benen. Sneller communiceren op de winkelvloer met een appje. En de acht werkwetten van wehkamp.nl en hoe die de aantrekkingskracht op high potentials versterken.

**Ook in het februarinummer:**
- Hoe ceo Greg Nieuwenhuys outdoorketen Bever wapent voor de toekomst
- Drie Dillemma’s
- Pakt de verpakkingsloze super ook Nederland in?
- Retailsmeltkroes: nieuwe elementen toevoegen en traditionele grenzen doorbreken
- Columns van Hans Verstraaten, Wouter van der Ley en Sander van de Gevel
- De vaste rubrieken Retail in Beeld, Update, RetailReview, Grenzeloos en Service

Klik hier voor meer informatie over een abonnement op RetailTrends.