

# RetailTrends 7/8: Domino's, Russische risico's en het Zara-effect

06-07-2015 12:26

In het zomernummer van RetailTrends: fashionretailers **in het kielzog van H&M en Zara**. Met doorlopend nieuwe collecties die aansluiten op de laatste modetrends bepalen beide ketens de toon in fashionretail. De druk bij andere retailers om hun keten te versnellen stijgt. Hoe gaan zij hier mee om?

Doorlooptijden van vier tot zes weken zoals bij Zara en H&M zijn niet voor iedereen haalbaar. Maar dat er mogelijkheden zijn om de traditionele modeketen te versnellen is duidelijk. De belangrijkste manier om deze keten te versnellen is verticale integratie.

Kledingmerken die eigen winkels openen en retailers die hun eigen kledingmerken introduceren, slaan het voorverkoopseizoen over en winnen daardoor drie tot vier maanden tijd. "Dat is wat wij sinds twee tot drie jaar doen met ons merk Sissy-Boy en de private labels van Men at Work", zegt Maarten Vaessen van Varova, de investeringsmaatschappij achter beide merken.

Steeds meer risico verschuift van de retailers naar hun leveranciers door het zogenaamde leveren in consignatie waarbij de voorraad in de winkel eigendom blijft van de kledingleverancier. Pas als een item is verkocht, wordt deze betaald. "Wie in consignatie levert, is overal welkom", signaleert kledingeconoom Rens Tap van Modint. Maar daar kleven ook nadelen aan, schrijft Marcel te Lindert.

De pizzapunten van **Domino's** vinden gretig aftrek in ons land. Wat heet, Domino's Enterprises noemt Nederland de superster van zijn portfolio. Tegen de gezondheidstrend in? "De klant bepaalt uiteindelijk zelf hoe gezond de pizza is", stelt ceo André ten Wolde tegenover Pascal Kuipers.

Ten Wolde wil er jaarlijks dertig nieuwe vestigingen bij. De grootste barrières zijn de bestemmingplannen van gemeenten. "Ik heb meegemaakt dat gemeenten die te maken hadden met minstens vijftien procent winkelleegstand gewoon onwillig waren om ons een vestigingsvergunning te verstrekken. Die gemeenten zijn het gevoel voor de realiteit kwijt."

De pizzaverkoper telt meer programmeurs dan koks. Technologie is dan ook de katalysator van het succes van Domino's stelt de topman in het interview, waarin hij het verder heeft over minutenwinst, het koesteren van eigenwijsheid en de omgang met franchisers. "Domino's is geen democratie."

Wat is er over van groeimarkt **Rusland**? Het land wordt getroffen door alle plagen tegelijk. Rusland ligt in de clinch met vooral de westerse wereld door het conflict met Oekraïne. Daarop volgen sancties, een boycot, inflatie, een dalende olieprijs en uiteindelijk een recessie.

Wat betekent dat voor de retailmarkt? Bertus Bouwman sprak met de Nederlandse topmannen Jan Heere van Russische moderetailer Kira Plastinina en Henk Teunissen van Riviera Maison. Ondanks alle onzekerheden, zien zij toch kansen in het land. "Nu moet je je posities innemen. Wees klaar als de economie weer aantrekt."

Verder in de juli-editie van RetailTrends: **stilte als de nieuwe luxe**. Het klantenbrein wordt dagelijks overspoeld met beelden, impulsen en prikkels. Technologie is onderdeel geworden van het dagelijks leven en de innovaties denderen maar door. En dat terwijl de menselijke hersenpan niet gemaakt is voor een grote stortvloed aan informatie, schetst trendanalist Christine Boland.

Niet elke formule leent zich per definitie voor het bieden van rust. Consumenten bezoeken een Action en Kruidvat om te grasduinen tussen de koopjes, dus de schappen leeghalen is in zo'n geval niet verstandig. "Elke

retailer kan zich afvragen: 'Wat kan ik met deze trend? En waar liggen voor mij de kansen en mogelijkheden?'

**Howard Schultz** leerde Amerikanen, gewend aan een soort slootwater bij het ontbijt, echte koffie drinken en maakte van zijn Starbucks een iconisch merk. In 2008 keerde hij terug om dat merk van de ondergang te redden. Een portret door Hans Verstraaten: Schultz, retailer met een heilige missie.

**Ook in RetailTrends 7/8:**

- Nieuwe IJstijd: koude oorlog tussen supers en diepvriesbezorgers
- Winkelleegstand en het taboe van de sloopkogel
- De grootste uitdagingen van een webwinkel op maat
- Vijf tech-startups om in de gaten te houden
- Van hotspots spotten tot conversie verhogen met nieuwe lichting camera's

Het zomernummer van RetailTrends verschijnt vrijdag 10 juli. RetailTrends elke maand ontvangen? [Neem een abonnement en ontvang tevens zes keer per jaar het magazine RetailTrends.](#)