

Het beste van RetailWatching: week 2

18-01-2016 08:31

RetailWatching richt zich op voor de retail relevante achtergronden met onder meer tips, video's, fotoreportages, columns, expertartikelen en whitepapers. RetailNews zet de vijf meest gelezen artikelen van afgelopen week op een rij.

De Lidl onder de kapsalons

Brainwash focust niet langer alleen op prijs. De kappersketen zet nu ook vol in op de binding met hun klanten. Mede-eigenaar Ivo Priem vertelt hoe Brainwash inzet op volume, zonder daarbij de focus op kwaliteit en klantenbinding te verliezen.

Het einde van het filiaalbedrijf?

De filialisering van de winkelstraat is voor het eerst sinds jaren teruggelopen. Daarmee ontstaat er meer ruimte voor zelfstandige ondernemers. Jarenlang verdrongen de filiaalbedrijven de lokale ondernemers juist, nu lijkt een omgekeerde trend in gang gezet. [Hoe komt dat?](#)

Hoe retail steeds meer metaal wordt

Met een storm aan surseances en faillissementen van retailiconen als V&D, DA en Dolcis in de maand december, sluiten we een onstuimig retailjaar af. Dat de fysieke winkelstraat rustiger wordt doordat de consument anders winkelt dan voorheen, is geen nieuws. Wat volgens Huib Lubbers wel vaak [tot verwarring leidt](#), is de aanname dat webwinkelen het straatwinkelen vervangt en dat jongeren straks geen fysieke winkels meer zouden bezoeken.

Neckermann.com, van postorderbedrijf tot winkelketen

Decennialang behoort Neckermann tot de top van de Nederlandse postorderbedrijven, samen met Wehkamp en Otto. Een onhoudbare positie, omdat de catalogus het moet afleggen tegen het online shoppen. In tegenstelling tot Wehkamp weet Neckermann geen geslaagde transitie naar het web te maken: in 2014 volgt een faillissement. Readen Retail gunt het merk nu [een nieuwe kans in de winkelstraat](#).

Muji's merkloze megastore

Het Japanse warenhuis Muji (vrij vertaald: merkloos) heeft al meer dan 130 winkels in China, en wil er daar vanaf 2017 zeker vijftig per jaar aan toevoegen. [Een symbool van deze expansiedrang](#) is de recente opening van een flagshipstore in Shanghai, de grootste vestiging wereldwijd tot nu toe.

Klik [hier](#) om naar de homepage van RetailWatching te gaan en [hier](#) voor aanmelding voor de gratis dagelijkse nieuwsbrief.