

Het beste van RetailWatching: week 3

25-01-2016 08:32

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.

Waarom Eataly een aanwinst is voor Nederland

Vraag een retailkenner naar de perfecte combinatie van retail en horeca en de kans is groot dat de naam van Eataly valt. De Italiaanse foodformule komt over twee jaar naar Nederland en brengt [hoge verwachtingen](#) met zich mee.

Waarom winkels sluiten niet makkelijk is

Met het sluiten van zijn zeshonderd zwakste winkels, hoopte Sears Holding het jaar positief af te sluiten. De tegenvallende cijfers prijkten echter alweer op de balans van het derde kwartaal van 2015: min 8,6 procent like-for-like. [Sears vormt geen uitzondering](#).

De winkel als ontdekkingsruimte

Van een traditionele winkel naar een ontdekkingsruimte. Dat is de overlevingsstrategie van de toekomst voor retailers, stellen onderzoekers Maaïke de Jong en Alexander Grit van Stenden Hogeschool en Maaïke van Rooden van SVT Branding & Design Group. Hoe ziet zo'n ontdekkingsruimte eruit? [Drie formules hebben het al laten zien](#).

De showroom van de toekomst volgens Made.com

Made.com opent zaterdag zijn eerste showroom in ons land. Eentje waarin technologie hoogtij viert. [De showroom van de toekomst](#) ziet er volgens Made.com echter heel anders uit.

Hoe je als bouwmarkt een stadswinkel opent

[De stadswinkel](#) heeft vorig jaar nadrukkelijk zijn opwachting gemaakt in de winkelstraat. Niet alleen in Nederland (denk aan Baderie, Gamma en Praxis), maar ook in het buitenland zien grote retailers de toevoegde waarde van een filiaal in het stadscentrum. IKEA opende bijvoorbeeld in een verkeersvrije winkelzone in Hamburg, waar Lowe's zijn opwachting maakte in Manhattan.

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