

Het beste van RetailWatching: week 5

08-02-2016 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.

Over het einde van (pure) webshops en het piramidespel van Zalando

Kunnen webshops eigenlijk wel winst maken? En kloppen de 'hosanna-verhalen' over torenhoge omzetten en groei eigenlijk wel? Is het eigenlijk wel nodig om een webshop te hebben? Hans van Tellingen, Tadek Solarz en Ernest Schaapman vinden dit belangrijke vragen. Want [de internetkerk](#) - dus het achterhaalde '2012-denken' - heeft ook de banken bereikt.

De tien leukste winkels van Nederland

Zelfstandige winkels staan onder druk van de grote ketens met hun goedkope formules en de online webshopeuzen. En die bieden nu niet echt een inspirerende ervaring. Althans, dat stelt NLstreets. Die organisatie brengt sinds 2003 daarom zelfstandige winkeliers in beeld die het verschil maken en kleur geven aan een stad. Ieder jaar worden er [tien genomineerd voor de NLstreets Award](#), een prijs die vorig jaar werd uitgereikt aan het Amsterdamse Deksel!

De zevenmijlslaarzen van Nelson

De overname van de failliete Macintosh-keten Dolcis is een volgende grote stap in [de stormachtige groei van Nelson Schoenen](#). Met de ombouw van ongeveer twintig Dolcis-vestigingen naar het Nelson-concept komt de schoenenretailer steeds dichterbij het uiteindelijke doel: landelijke dekking.

Hoe gaat het met Simon Lévelt?

Het gaat goed met de koffie- en theecultuur in Nederland. Of in de specialiteitenmarkt, zoals Mikkelt Levelt, zesde generatie binnen de 'Simon Lévelts' het noemt. Sinds 2004 zwaait ze de scepter over het familiebedrijf, en ziet sindsdien de markt [steeds meer in beweging komen](#). "Nog steeds vinden meer mensen de weg naar koffie- en theespeciaalzaken. Men probeert wat anders."

Zo groeit Only for Men van servet naar tafellaken

We willen een landelijke dekking", vertelde Piet Feenstra in 2013 in gesprek met RetailTrends. Only for Men had net een druk jaar achter de rug, met in totaal vier winkelopeningen. Daardoor beschikte de modeketen plotsklaps over tien winkels. "Wie weet zijn we over tien jaar in winkelaantal verdubbeld. Belangrijk is dat we gezond blijven groeien", aldus de oprichter. "Te groot voor servet, maar te klein voor tafellaken. [Zo'n situatie willen we voorkomen](#)."

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