

Het beste van RetailWatching: week 7

22-02-2016 08:51

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.

Einde V&D is geschenk uit de hemel

'V&D is dood, lang leve de vernieuwing in de binnensteden', schrijft Rupert Parker Brady. Hij ziet de toekomst zonnig in, nu er definitief afscheid is genomen van een massief warenhuis waar de meeste Nederlanders geen enkele band mee hadden. V&D was volgens hem geen icoon, maar [een historisch gegeven](#).

Het reusachtige warenhuis van Nordstrom onthuld

Het is inmiddels vier jaar terug dat Nordstrom bekendmaakte zijn eerste warenhuis in New York te openen. En wat voor één: liefst 464 meter telt het pand straks bij oplevering. Daarmee is de 'Nordstrom Tower' het op één na hoogste gebouw van de stad en het land. Nordstrom laat nu voor het eerst zien wat we van de toren kunnen verwachten. Of in ieder geval van de eerste zeven verdiepingen, [waar consumenten vanaf 2019 kunnen winkelen](#).

De toekomst van de folder

Zeventien minuten leest de Nederlander wekelijks gemiddeld de reclamefolders, blijkt uit de laatste onderzoekscijfers van de NOM Foldermonitor. Naast de papieren folder, die 11,3 miljoen mensen per week bereikt, neemt de populariteit van de digitale folder sterk toe. [Hoe ziet de folder van de toekomst eruit?](#)

Wat te doen met zeshonderd miljoen?

V&D is dicht en blijft dicht. Duizenden medewerkers staan op straat, binnensteden kampen met een groot gapend gat en consumenten kunnen voor hun schoolagenda of broodje roomkaas niet meer in het warenhuis terecht. Dat betekent ook dat er honderden miljoenen euro's aan omzet voor het oprapen liggen. De één zijn dood is immers een ander zijn brood. [Wie gaan er profiteren](#) van het verdwijnen van V&D?

Zo ziet de toekomst van betalen eruit

Met je smartphone boodschappen scannen en afrekenen, betalen met je horloge en een pizza bestellen in de auto. Daniel van Delft, sinds zes jaar country manager van Visa Europe in Nederland, [geeft zijn visie op de toekomst van betalen](#).

Aanmelden voor de gratis dagelijkse nieuwsbrief van RetailWatching? Dat kan [hier](#).