

Retailcanon: de lancering van Zalando

31-08-2016 11:38

RetailTrends stelde drie jaar geleden ter gelegenheid van het honderdste nummer een retailcanon samen. Honderd hoogte- en dieptepunten van de Nederlandse retailgeschiedenis passeerden de revue. De komende vier weken staat RetailWatching stil bij de honderd grootste retailgebeurtenissen in ons land, aangevuld met enkele belangrijke ontwikkelingen die na het samenstellen van de canon nog hebben plaatsgevonden. Vandaag deel achttien, met onder meer de start van Zalando en explosieve groei voor Jumbo.

Twee jongens uit Berlijn beginnen schoenensite Zalando (2009)

Logistiek, service, aanbod, magazijnbeheer, marketinggeweld – allemaal afgekeken van Amerikaanse retail sites, vooral van Zappos. Maakt niet uit: zeven jaar later al hebben ze bijna drie miljard euro omzet, waarvan een substantieel deel inmiddels uit Nederland komt, ten koste van onze toch al tobbede schoenenbranche. Wat Zalando zo bijzonder maakt? Elk product wordt gratis thuisbezorgd en elk product kan binnen honderd dagen (!) worden geretourneerd. Niet te vergeten: Zalando's reclamecampagnes vallen op door een zelden vertoonde stompzinnigheid.

Explosieve groei voor Jumbo (2009)

Jumbo van de familie Van Eerd maakt een wel héél grote stap: het neemt Super de Boer over. Als de overname is afgerond ontstaat een keten van driehonderd winkels. Ambitieuze? You ain't seen nothing yet. Want de familie Van Eerd laat het daar niet bij: in 2011 neemt Jumbo alle C1000-vestigingen over en komt het totaal aantal vestigingen van de familie Van Eerd op 725. Ergens in de verte komt marktleider Albert Heijn in zicht.

Geen Mega Mall in Nederland (2009)

We hebben onderhand zowat alles uit de Amerikaanse retail geïmporteerd – minus de Mega Mall. Aan het begin van deze eeuw heeft de gemeente Tilburg vergaande plannen: 100.000 vierkante meter consumentenplezier, honderden winkels onder een dak, 2500 banen, miljoenen klanten per jaar. De winkeliers uit de binnenstad zien het plan als levensgevaarlijke bedreiging voor hun business en er komt een referendum. Tilburg stemt tegen, einde plan. Eerder al heeft Walmart naar Nederland gekeken en besloten dat dit land niet rijp is voor superretailzaken en Mega Malls. Of komt daar dit jaar, met Mall of the Netherlands in Leidschendam, dan toch verandering in?

Maxeda zet retailmerken in etalage (2009)

Het uit Vendex (o.a. V&D) en KBB (o.a. De Bijenkorf en HEMA) voortgekomen retailconcern Maxeda lijkt vanaf 2009 zelf wel een warenhuis met zowat alles in de aanbieding. Na de verkoop van HEMA in 2007 worden in drie jaar tijd verkocht: Schaap en Citroen, Claudia Sträter, V&D, La Place, De Bijenkorf, Hunkemöller en MS Mode. Zo komen diverse 'oer-Hollandse' ketens in buitenlandse handen, doorgaans die van private equity-fondsen, waar ze zoals bekend niet aan oer-Hollandse of sowieso wat voor sentimenten dan ook doen.

Het Nieuwe Winkelen gaat van start (2011)

Te beginnen in Veenendaal. Geëxperimenteerd wordt met mobiele media: winkelgebieden krijgen gratis wifi en rondwandeland publiek kan op zijn smartphone allerlei acties in de diverse winkels zien. Op winkelruiten staan ook QR-codes zodat de consument snel te weten kan komen wat er binnen zoal te beleven is. En een flink aantal winkeliers trekt gezamenlijk op met zijn online activiteiten, ter besparing van IT-investeringen en logistieke kosten. Het Nieuwe Winkelen is kort samengevat een strijd tegen de economische crisis en bovenal tegen de almaar oprukkende e-commerce. Drie jaar later trekken veel gemeenten de stekker eruit, omdat succes uitblijft.