

Wat verder deze week voorbij kwam...

16-09-2016 12:16



Gepeperde meningen, rake observaties, niet te missen innovaties, opvallende onderzoeken. RetailWatching tipst wekelijks artikelen van over de grens die de moeite van het lezen waard zijn. Deze week artikelen die voorbij kwamen op Time, Business Insider, The Daily Mail, De Standaard en The New York Post.

Eeuwfeest

Voedingsmiddelen bij elkaar shoppen met een mandje in de hand, ooit was het een baanbrekende ontwikkeling. Honderd jaar geleden om precies te zijn, toen met Piggly Wiggly de eerste moderne supermarkt van de Verenigde Staten opende. Het is lang niet de enige manier waarop deze retailer de wereld heeft veranderd.

Lees verder bij Time: <http://ti.me/2cs303r>

Gewoontjes?

De missie van Starbucks toen het werd opgericht, was om hoogwaardige koffie beschikbaar te maken voor de massa. Het moest de 'third place' worden van consumenten, na hun huis en werk. 45 jaar later heeft de koffieketen 24 duizend winkels verspreid over de wereld, en die schaal brengt het imago in gevaar. Is Starbucks te 'basic' geworden?

Lees verder bij Business Insider: <http://read.bi/2cBDXw7>

Snozzcumber

Schrijver Roald Dahl zou deze week honderd jaar geworden zijn. Daar moet bij stilgestaan worden, vond Morrison's. Daarom introduceert de Britse supermarktketen de Snozzcumber in zijn assortiment, in het Nederlands bekend als de Snoskommer uit Dahls boek De Grote Vriendelijke Reus. De bijna vier meter lange komkommer is een bijzondere verschijning in het groenteschap.

Lees verder bij The Daily Mail: <http://dailym.ai/2ctDZds>

Jatwerk

Fast fashionketens en plagiaat, het lijkt een veel voorkomende combinatie. Nog maar kort geleden werd Zara al beticht van het kopiëren van ontwerpen, nu is H&M aan de beurt. De doorschijnende bh die bij de Zweedse modeketen in de winkel lag, leek wel erg veel op het ontwerp van het Belgische La Fille d'O.

Lees verder bij De Standaard: <http://bit.ly/2cvXxur>

O.B.

Ook aan de andere kant van de oceaan zijn grote faillissementen te betreuren. Golfsmith, 's wereld grootste golfretailer, had geen antwoord meer op de dalende populariteit van de sport. Zeker twintig van de 109 winkels gaan dicht, terwijl voor de rest een koper wordt gezocht.

Lees verder bij The New York Post: <http://nyp.st/2ctECn6>