

Het beste van RetailWatching: week 39

03-10-2016 07:38



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.

Hoe stevig staan de pijlers van HEMA?

Het is inmiddels een driemaandelijkse goednieuwsshow: de kwartaalcijfers van HEMA. Waar de focus de afgelopen jaren vooral op de rode cijfers lag, schermt de Nederlandse winkelketen nu telkens met 'resultaatverbetering'. De omzet plust, de brutomarge neemt toe en het bedrijfsresultaat groeit mee. De rode cijfers zijn echter nog niet weggewerkt. "Winstgevendheid is de belangrijkste doelstelling die ik heb meegekregen", zei topman Tjeerd Jegen eind vorig jaar in RetailTrends. De nieuwste cijfers vormen een mooi moment om te kijken [waar op die weg HEMA zich bevindt](#).

Zo worden pakketjes in 2025 bezorgd

De wereld van pakketbezorging is volop in beweging. Consumenten verwachten hun bestelling steeds sneller in huis, terwijl nieuwe technieken de bezorging steeds efficiënter en duurzamer maken. [Hoe ziet de last mile er in 2025 uit?](#) Adviesbureau McKinsey zet in het rapport The Future of Last Mile op een rij wat we de komende tien jaar kunnen verwachten.

Hoe Xenos de snelle sfeermaker wordt

Wordt Xenos de volgende in het rijtje 'omvallers'? Niet als het aan Roderik Visser ligt. Want bij Xenos is het 'avontuurlijk en werelds winkelen'. Met zo'n pay-off durf je de toekomst aan. Bijvoorbeeld als ['de snelle sfeermaker' van ons land](#). Met wisselende sfeerthema's voor onder meer thuis en voor feesten en partijen, ook verzorgd op locatie. Een gat in de markt, aangezien er veel feestwinkels verdwenen zijn, V&D het loodje legde, en HEMA en Action met hun beperkte assortiment niet in het gat springen.

De Bijenkorf lijdt aan bloedarmoede

De Bijenkorf vervult de rol van beleveniswinkel met verve. Er is een uitgebreid scala aan merken, van heel duur tot midden-hoog. De winkels zien er luxe en in het algemeen verzorgd uit. Er is veel geïnvesteerd in uitbreiding van vloeroppervlakte en in aanpassing van de winkelvloeren aan de luxe eisen van deze tijd. Het personeel is redelijk professioneel en behulpzaam. En toch [lijdt de Bijenkorf aan bloedarmoede](#), vindt voormalig ceo Jan Kessels.

Plein.nl, de Coolblue voor dagelijkse verzorging

Plein.nl heeft alle registers opengetrokken. Ter gelegenheid van zijn tienjarig bestaan houdt de etailer het Pleinfestijn. Dat betekent tien dagen lang korting op bekende merken verzorgingsproducten. Eigenaar [Kees van den IJssel vertelt vanuit het magazijn over de groei van Plein.nl](#). "Het huis staat echt te trillen."

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