

Het beste van RetailWatching: week 42

24-10-2016 07:32



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.

Hoe Karwei haar imago wil verbouwen

Karwei moet een duidelijker gezicht krijgen, dat vooral anders is dan dat van zusterformule Gamma. Vrouwelijker en decoratiever. Een weg die de bouwmarktketen al wat langer is ingeslagen, maar nu verder wordt doorgevoerd in huisstijl en assortiment. In de eerste pilotstore, die woensdag zijn deuren heeft geopend in Uden, vertelt formuledirecteur Machiel van der Sluis [over het hoe en waarom van de koerswijziging](#).

Scotch & Soda: van groothandel tot retailer

Heel even werd gevreesd voor een V&D-scenario, toen begin dit jaar bekend werd dat Scotch & Soda zwaar verliesgevend was. Liefst 73,88 miljoen euro stond het kledinglabel in het rood, een bedrag waar zelfs de inmiddels failliete warenhuisketen niet aan kwam. Het gegeven dat zowel Scotch & Soda als V&D in handen was van Sun Capital, [deed menig wenkbrauw fronsen](#).

Dit is de nieuwe Apple (Store)

De fysieke locaties van Apple worden meer dan een winkel. Vandaar dat het technologieconcern ervoor heeft gekozen om het woordje 'Store' af te schaffen. Apple wil meer nadruk leggen op de functie van community

center en [maakt in Londen duidelijk hoe dat eruit ziet](#).

De onstuitbare groei van Kate Spade

De geschiedenis van het merk Kate Spade gaat terug naar 1991, als een modejournalist van het magazine Mademoiselle besluit de handtassenwereld op te schudden. Kate Brosnahan raakt verveeld van de klassieke tassen van Chanel, Prada, Coach en Longchamp. Ondanks haar gebrek aan ontwerpervaring, maar mét de steun van haar vriend en creatieve reclameman Andy Spade, [creëert ze haar eigen perfecte handtas](#).

Hoe Nederland shopbestemming bij uitstek wordt

Concurrentie voor de molens en bloembollenvelden. [Nederland kan nog een troef inzetten om internationale toeristen te trekken: shoppen](#). Nu al besteden kooptoeeristen zeshonderd miljoen euro in ons land. In de Kalverstraat weten ze daar alles van: daar is de ondernemersvereniging een campagne begonnen om juist mee Amsterdammers naar de winkelstraat te lokken. Zestig procent van de bezoekers komt nu van buiten de stad, en die zijn er niet altijd om te winkelen.

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