

RetailTrends 12: Flying Tiger Copenhagen, 10x 2017 en lang leve het midden!

15-12-2016 04:30



In het decembernummer neemt RetailTrends je mee naar designstad Kopenhagen, delen tien (internationale) experts de belangrijkste trends en ontwikkelingen voor 2017 (en verder), gaan ceo's in dialoog over de toekomst van het midden en zien we hoe de vierde industriële revolutie fashion een nieuwe tijdperk in loodst. [De vernieuwde digitale editie van RetailTrends is ter kennismaking voor iedereen gratis beschikbaar.](#)

Waarom een kerstboom kopen, als je 'm ook aan kunt trekken? Welkom in de belevingswereld van **Flying Tiger Copenhagen**. De speelse formule introduceert maandelijks driehonderd nieuwe producten met funfactor. Donovan van Heuven bezocht afgelopen maand designstad Kopenhagen en ging onder meer langs op het hoofdkantoor van de speelse formule voor een gesprek met innovatie- en designdirecteur Federico Bosisio. Een goedlachse Italiaan over Deens design, gestoorde productideeën, nieuwe formats en de drang naar verrassing. "We mogen geen slaven zijn van consumentenverwachtingen alleen."

Over dertig jaar leeft zeventig procent van de wereldbevolking in de stad. Tegelijkertijd zijn we met steeds meer. **Space10** vraagt zich hardop af wat dat betekent voor ons leven. Bij IKEA's externe innovatielab in Kopenhagens Meatpacking district draait het allemaal om het stellen van de juiste vraag.

Space10 zoekt geen oplossingen voor IKEA's huidige businessbehoeften en ontwerpt geen catchy innovatieve

producten, vertelt communicatiedirecteur Simon Caspersen, ook filmmaker, sociaal ondernemer en afgestudeerd antropoloog. "De oplossingen die we vinden moeten dicht genoeg bij IKEA liggen qua relevantie, maar er ver genoeg van af staan zodat ze geen onderdeel zijn van het huidige businessmodel." Een ontdekkingstocht van IKEA-hackers langs de gehaktbal van de toekomst en schroefloze meubels.

Schoenen die in de gewenste vorm groeien uit plantaardige materialen; het klinkt futuristisch, maar de technologie bestaat al. De **fashionbranche staat aan het begin van een revolutie** waarin innovaties als 3D-printing de toon zetten. Een aantal partijen zet al stappen op dit nieuwe speelveld, ziet Amnon Vogel. "Winkels worden Willy Wonka-fabrieken waar de productie ter plekke plaatsvindt."

Over tien jaar is **het middensegment** dood en begraven, voorspellen retaildeskundigen. Of toch niet? Om tafel met Lucardi Juwelier, Hans Anders en de gloednieuwe middenvelder Bellamy Gallery. Een dialoog over nét-niet-spullen, het V&D-geluk, de onvoorspelbare consument, de sloop van 'oude huizen' én kansen. "Het probleem is niet het midden op zich, daar zit nog genoeg geld."

RetailTrends sluit 2016 af met **een vooruitblik op 2017**. Tien binnen- en buitenlandse experts en trendwatchers over de volgens hen belangrijkste trend of ontwikkeling waar retailers en merken niet omheen kunnen. Een greep: brandscaping voorbij de winkelmuren; artificial intelligence is het nieuwe ambacht, de concurrent als beste vriend en denk vooral niet als retailer.

Ook in het decembernummer:

- 10x **design en creativiteit** in Kopenhagen
- **Papabubble**, snoepwinkel annex snoepatelier
- Hoe **Van den Tweel Groep** zijn klantenbinding vergroot rondom de kerstdagen
- INretail-katern: blurring en landelijke wetgeving
- Zo heeft Detailresult Groep grip op promoties
- De column van HANS
- Selfie: directeur en eigenaar Harmen van der Meulen van Futurumshop
- En de rubrieken Retail in beeld, Update, Grenzeloos en Service

De vernieuwde digitale editie van RetailTrends is ter kennismaking voor iedereen [gratis beschikbaar](#).

[Neem ook een abonnement op RetailTrends en ontvang elf keer per jaar RetailTrends en zes keer per jaar EtailTrends.](#)