

Het beste van RetailWatching: week 9

06-03-2017 08:38

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.

Waarom de Markthal gewoon een chique vreetkeet is

Twee jaar geleden schreef Rupert Parker Brady, net als velen met hem, vol lof over de Markthal. Inmiddels kan hij stellen dat [het experiment niet is geslaagd](#). "Vanaf dag één maakte de Markthal een valse start en dat is door onkunde van de eigenaar nooit rechtgezet. Het is in de praktijk een chique 'vreetkeet'. En wat is daar mis mee als dat is wat mensen willen?"

Hoe Coolblue een miljardenbedrijf wordt

Coolblue verwacht dit jaar voor het eerst de omzetgrens van een miljard euro te doorbreken. "Pas dan beschouw ik ons als 'groot'", aldus topman Pieter Zwart. Aan het eind van dit jaar moet de teller op 1,2 miljard euro omzet staan. De retailer zit naar eigen zeggen ['boordevol plannen' om dat bedrag te bereiken](#).

Only for Mens vrouwenverbod: meesterzet of misser?

Een vervroegde 1 april-grap? Een publiciteitsstunt? Als we Only for Men moesten geloven was het gewoon de nieuwe koers. De modeketen zou zijn formulenaam voortaan letterlijk nemen, en [geen vrouwelijke bezoekers meer toelaten in zijn winkels](#). Een slimme zet, een grote fout of gewoon een schreeuw om aandacht?

Dit zijn de restaurants van Albert Heijn

De ene na de andere supermarktketen speelt in op het fenomeen 'blurring'. Vers op de winkelvloer bereide maaltijden bij Jan Linders, personeel met een 'horecamentaliteit' bij Plus en natuurlijk Jumbo met zijn Foodmarkten. Albert Heijn gaat nog een stapje verder en introduceert in één keer twee nieuwe horecaformules onder het dak van zijn supermarkten: [Bakery Café en Deli Kitchen](#).

Hoe Papa John's tegen de heilige huisjes schopt

New York Pizza hoopt eind volgend jaar op tweehonderd vestigingen uit te komen. Domino's wil over zo'n twee jaar zelfs de driehonderd filialen hebben bereikt. De twee pizzaketens krijgen in hun groeiambities [concurrentie van Papa John's](#). "Er is meer ruimte op de Nederlandse markt dan voor twee pizzaketens", aldus masterfranchisenemer Jitesh Patel.

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