# Het beste van RetailWatching: week 21

29-05-2017 07:53




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.

**De implosie van Blokker Holding**
Iedereen trekt voortdurend de vergelijking met V&D, maar bij de ontmanteling van het Blokker familiebedrijf is volgens Rupert Parker Brady sprake van een implosie. Bij het voormalige warenhuisconcern trok de eigenaar er simpelweg de stekker uit. De uitverkoop van Blokker Holding is meer te vergelijken met de ontmanteling van het Dreesmann-imperium eind vorige eeuw.

**Dit krijg je als je Jumbo, Foodmarkt en La Place mixt**
Eindelijk is-ie open: de eerste gemakswinkel van Jumbo. In Groningen is de eerste Foodmarkt City by Jumbo geopend, waarin elementen van de reguliere supermarkten, Foodmarkt en La Place worden gecombineerd. Het resultaat is naar eigen zeggen een 'eigentijds gemakswinkelconcept waarin dagverse, huisgemaakte maaltijden en producten centraal staan'.

**Het probleem van Blokker is niet een teveel aan keus, maar een gebrek aan keus**

De Blokker-crisis. Het is volgens Hans van Tellingen als met het Nederlands Elftal. Heel Nederland, in de vorm van zeventien miljoen winkelbondscoaches, buitelt over elkaar heen. Met vaak zeer uiteenlopende visies. “Keuzes maken is essentieel. Het bepaalt of je een winnaar wordt.”

**Zo gaat Marqt de volgende fase in**
Het was een tijdlang stil rond Marqt. De duurzame supermarktketen groeide in rap tempo naar vijftien vestigingen, maar moest vorig jaar pas op de plaats maken. Met de komst van twee nieuwe aandeelhouders gaat Marqt de volgende fase in, vertelt oprichter Quirijn Bolle.

**Waarom Secrid wil dat de retail interessant blijft**
“Een complex en intensief proces”, noemt ceo René van Geer de transitie die voorafging aan het succes van de portemonnees van Secrid. Samen met zijn partner Marianne van Sasse van IJsselt runt hij het designbureau Spirid, als ze in 2009 besluiten zich volledig te focussen op hun grote droom: een eigen productlijn. Zonder slag of stoot gaat dat niet, vertelt Van Geer, een van de sprekers op het Jaarcongres Trends & Transities in Retail. Starten met een nieuwe activiteit tijdens de zwaarste crisisjaren is immers niet zonder risico. “Twee jaar lang stonden we op de rand van faillissement.”

Aanmelden voor de gratis dagelijkse nieuwsbrief van RetailWatching? Dat kan hier.