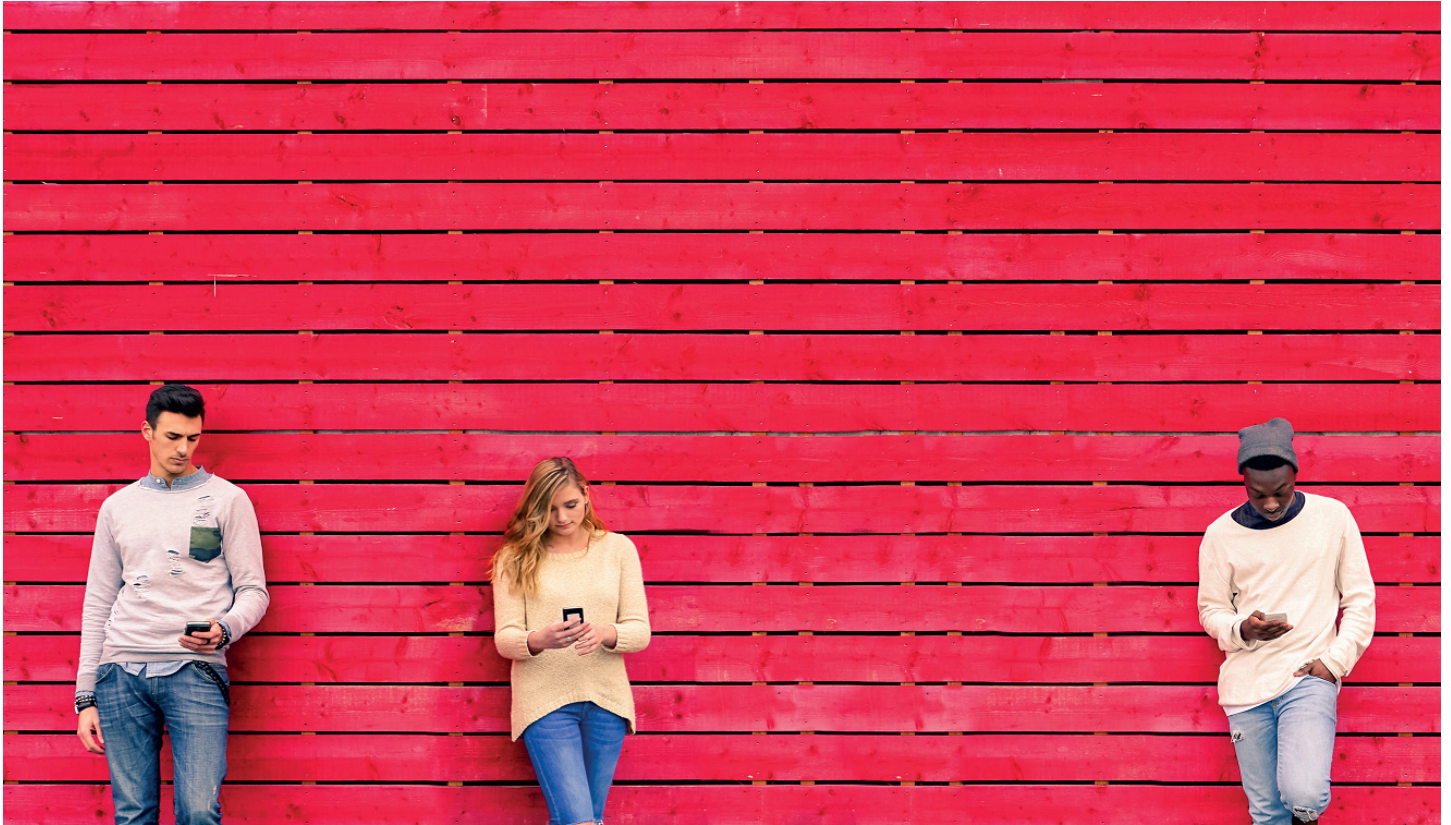


Het beste van RetailTrends: week 24

19-06-2017 09:38



RetailTrends.nl 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.

Het overdonderende succes van de Markthal: de feiten

De laatste tijd duiken er veel negatieve publicaties op over de Markthal. Veel mensen geloven nu dat de vershal een sof is, stelt Hans van Tellingen. De Markthal is volgens hem echter een groot succes en velen profiteren mee. Die stelling [onderbouwt hij met onderzoeksresultaten](#).

Zo komt het nieuwe Kijkshop eruit te zien

"Retail zoals we het kennen is dood." Topman Björn Serving van Kijkshop [laat niets aan duidelijkheid te wensen over](#). In een rondschrijven aan de medewerkers van de retailorganisatie vertelt hij eens te meer dat het anders moet. "We duiken volledig in het onbekende. Niet voor de kick, maar voor de goede zaak."

Wie gaat er met HEMA vandoor?

De geruchten over een op handen zijnde verkoop van HEMA worden steeds hardnekkiger. Meldde Quote onlangs al dat eigenaar Lion Capital in 2018 van de winkelketen af wil, De Financiële Telegraaf wist dit weekend te melden dat het verkoopproces deze zomer van start gaat. Zowel een onderhandse verkoop als een beursgang zijn een optie, terwijl Lion ook het verkleinen van het eigen aandeel ten gunste van nieuwe aandeelhouders in het achterhoofd houdt. [Wat zijn de scenario's?](#)

Thema instore: De meest selfiewaardige en Instagrammable winkels

Steeds meer retailers zien de waarde in van communicatie via Instagram, Snapchat en Pinterest en passen daar hun fysieke omgeving op aan, zo staat te lezen in het juninummer van RetailTrends. De interieurs worden fotogenieker, verlichting en achtergronden nodigen shoppers uit om selfies te maken en displays hebben die ideale afmeting voor Instagram-foto's. [Tien voorbeelden van concepten die de social-savvy consument op zijn wenken bedienen in hun winkel.](#)

De confrontatie met Neckermann.com-directeur Joop Steenbergen

Er lijkt nogal het een en ander mis te gaan bij Neckermann.com, ontdekte Radar. Het programma kreeg op afstand geen contact met het bedrijf, dat zich na de sluiting van de fysieke winkels eind vorig jaar richt op zijn webwinkels. Radar bracht een bezoek aan het Neckermann.com-magazijn in Naarden, en [confronteerde daar directeur Joop Steenbergen met de problemen.](#)