

Het beste van RetailTrends: week 34

28-08-2017 09:56



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.

Edeka's statement tegen racisme

Griekse olijven? Spaanse tomaten? Franse kaas? Ze waren afgelopen weekend niet te vinden bij een van de Edeka-filialen in Hamburg. Alleen voor producten van Duitse bodem konden klanten er terecht. [En dan zien de schappen er plotseling heel anders uit.](#)

Bakker.com: de groenmaker van Europa

Van plantenpostorderbedrijf tot e-commercespeler in negentien Europese landen. Er zijn eenvoudiger koerswijzigingen te bedenken. [Ceo Paul Geraeds over de transitie van Bakker Hillegom naar Bakker.com.](#)

Hoe de zeepbel van Sabon uiteenspatte

Exact twintig jaar nadat Sabon zijn eerste vestiging wereldwijd opende, in land van oorsprong Israël, zit het avontuur in ons land er definitief op. De winkelketen ging in korte tijd twee keer failliet, beide keren gevolgd door een snelle doorstart. Het mocht niet baten: [ook in afgeslankte vorm werd de keten geen succes](#) en de

laatste eigenaar is helemaal klaar met de formule.

Hoe AO gedoseerd de beste wil worden

Wat begon als een weddenschap om een pond, is in minder dan twintig jaar bijna uitgegroeid tot een miljardenbedrijf. Na het succes in eigen land, probeert de Britse elektronikaverkoper AO sinds anderhalf jaar ook het Europese vasteland te veroveren. [Niet overhaast, benadrukt head of retail Evert van Ginkel](#). “We kiezen ervoor om gedoseerd te groeien.”

De schaduwzijden van het internet

Internet maakt de retailbranche transparanter, terwijl retailers hun aanbod goed kunnen afstemmen op consumenten dankzij de digitale sporen die zij achterlaten. Zo rooskleurig is het allemaal niet, stelt Oxford-professor Ariel Exrachi. [Over de schaduwzijden van het wereldwijde web](#).