Het beste van RetailTrends: week 9

05-03-2018 08:20



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.

Zo blijft de middelgrote stad aantrekkelijk om te winkelen
Hoogeveen groeide in recordtempo uit van zorgenkindje tot beste middelgrote binnenstad van ons land. De Drentse gemeente is echter niet immuun voor de economische crisis en het veranderde consumentengedrag. Hoe Hoogeveen er voor de tweede keer bovenop probeert te komen.

Dit is er aan de hand met Mango
Mango sloot in december onverwacht de deuren van zijn flagshipstore in Almere. De afgelopen weken kwamen daar winkels in Tilburg, Leiden en Arnhem bij. Toch lijkt er weinig reden tot zorgen over de Spaanse modeketen.

Waarom Kruidvat een gezonde toekomst voor zich ziet
Kruidvat staat al jaren bovenaan de lijst met grootste winkelketens van Nederland, gemeten naar het aantal vestigingen. Tijdens de nieuwste telling van Locatus bleek de drogisterijketen goed voor 930 vestigingen in Nederland. Samen met zusterformules Trekpleister en Ici Paris XL is de health & beautytak van A.S. Watson zelfs goed voor 1670 winkels in de Benelux en nog lang niet klaar. Ceo Gerard van Breen ging tijdens een door

Vedis georganiseerde College Tour bij Avans Hogeschool in Den Bosch in op zijn plannen om de winkelketens – letterlijk en figuurlijk – gezond te houden.

De nieuwe koffiemarktplaats van Starbucks
Starbucks gooit er nog maar eens een nieuw winkelconcept tegenaan, gelieerd aan zijn premium Reserve-koffie. Drie maanden terug baarde de koffieketen nog opzien met de opening van zijn tweede Reserve Roastery in Shanghai, de allergrootste vestiging ter wereld. Nu heeft het op zijn hoofdkantoor in Seattle de eerste Reserve-winkel geopend - zonder Roastery dus.

Overleven in retail: zo doe je het
Viel de afgelopen jaren het woord retail, dan werd dat vaak in één adem genoemd met faillissementen, leegstand, banenverlies en andere negatieve associaties. De crisis heeft er met name onder non-foodspelers hard ingehakt en het kaf van het koren onder de winkelketens gescheiden. Maar waar verliezers zijn, zijn ook winnaars. Wat zijn de gemeenschappelijke kenmerken van deze *retail survivors*?