

Het beste van RetailTrends: week 31

06-08-2018 08:30



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.

Heeft HEMA zijn franchisers nog lief?

Iedere Nederlander houdt van HEMA, maar HEMA houdt niet meer van zijn ondernemers. Omgekeerd is het franchisebestuur ook niet helemaal zonder schuld aan het slepende conflict binnen de winkelketen, stelt Rupert Parker Brady. [Hoe kunnen beide partijen hier nog uit komen?](#)

Dit is de eerste standalone bakkerij van Starbucks

Het verhaal van bakkerij Princi gaat terug tot 1986, toen Rocco Princi zijn boetiek en café opende aan het historische Piazzale Istria in Milaan. In de dertig jaar daarop breidde hij uit met nog vijf andere locaties in Milaan en Londen. In 2016 kwam Starbucks aan boord als investeerder en wereldwijd licentienemer van het bedrijf. De eerste locatie in de Verenigde Staten werd geopend binnen de Reserve Roastery in Seattle, [dezelfde stad waar nu de eerste standalone locatie is geopend.](#)

Hoe Burger King zijn achterstand wil verkleinen

De naam Burger King zal bij weinig Nederlanders onbekend in de oren klinken. Toch heeft de hamburgergigant momenteel maar een kleine zestig vestigingen in ons land, nog geen kwart van het aantal locaties van grote

concurrent McDonald's. Maar als het aan BKNL ligt, sinds dit jaar de nieuwe masterfranchiser van de keten in Nederland, komt daar snel verandering in. [Burger King wil groeien in ons land, en snel ook, zo vertelt managing director Hans Miete.](#)

Binnenkijken bij Zalando's beautywinkel

Zalando is van steeds meer markten thuis. Tien jaar geleden begonnen als schreeuwerige schoenenwebshop, werd in de jaren daarna uitgebreid met een volledig en immens mode-aanbod. Dit jaar dook de Duitse etailer ook in het beautysegment. Eerst alleen online, [maar nu ook met een fysieke winkel in Berlijn.](#)

Hoe de droom van House of Eléonore uiteenspatte

House of Eléonore startte drie jaar geleden niet zomaar met de verkoop van diamanten, maar met een missie. De RetailRookie van 2015 wilde luxe duurzamer, innovatiever en toegankelijker maken in een wat ingedutte branche. Na drie jaar is het echter einde verhaal: het geld is op. [Waar ging het mis?](#)

Om interviews en achtergronden te lezen en de nieuwste winkelconcepten en video's te zien, heb je een membership nodig. Met een membership ontvang je het magazine RetailTrends, krijg je korting op onze events en kun je tot tien collega's een inlogaccount geven. [Ben je nog geen member van RetailTrends? Probeer het eerst een maand gratis!](#)