

Dit gebeurde in het retailjaar 2018

02-01-2019 08:30



Wat gebeurde er afgelopen jaar in retailland? RetailTrends blikt terug op 2018, aan de hand van negen hoofdpunten.

[Blokkeers laatste hoop](#)

Wat zou een retailjaar zijn zonder Blokker Holding? Vorig jaar vertolkte het winkelconcern een hoofdrol in het overzicht van retailiconen die het vege lijf probeerden te redden, samen met C&A en de inmiddels failliete Kijkshop. En 2016 stond in het teken van de 'radicale transformatie' van Blokker, terwijl een jaar eerder voor het eerst verlies werd gemaakt en de paniek echt uitbrak. Voor volgend jaar weten we één ding zeker: Blokker Holding zal het jaaroverzicht niet meer halen. Voor winkelketen Blokker is nog hoop.

[Samenwerken als strategie](#)

Een samenwerking tussen retailers is van alle tijden. Hetzij door overnames en fusies, door shop-in-shops of via franchising. Maar het lijkt erop dat retailers steeds creatiever worden in hun zoektocht naar zinvolle krachtenbundelingen. Bestaande productgroepen uitbesteden, nieuwe aanboren of zelfs heuse 'retailallianties' met voordelen op meerdere vlakken: het kwam allemaal voorbij.

[Roemruchte merken herrijzen](#)

Bijna nergens was de economische crisis zo zichtbaar als in de winkelstraat. De lijst met namen van retailers

en merken die de afgelopen jaren failliet zijn gegaan is lang en groeit nog steeds. Niet alle problemen zijn immers opgelost nu er weer sprake is van enig economische herstel. Tegelijkertijd biedt het nieuwe kansen voor merken die in een eerder stadium kopje onder zijn gegaan. Dan hebben we het niet over de talloze doorstarts van merken als Men At Work, Leapp en Bakker.com, die direct na het faillissement weer in het zadel zijn geholpen. Het afgelopen jaar stond vooral in het teken van de merken die al een tijdje waren begraven, maar alsnog nieuw leven zijn ingeblazen.

[Robots nemen het dc over](#)

Het is nog maar iets meer dan drie jaar geleden dat koning Willem-Alexander het gigantische distributiecentrum van Wehkamp opende. De rest van retailend Nederland keek vol verwondering naar het geautomatiseerde magazijn in Zwolle, waar een investering van liefst honderd miljoen euro mee gemoeid was. Binnen een half uur na het plaatsen van een bestelling ligt het pakketje al klaar voor verzending. Het bleek een startschot van verdere investeringen in gerobotiseerde dc's, die in Nederland als paddenstoelen uit de grond schieten.

[Hudson's Bay ploetert voort](#)

Ons land maakte vorig jaar al kennis met Hudson's Bay, toen in september 2017 de eerste warenhuizen van de 'opvolger van V&D' hun deuren openden. In 2018 kreeg de retailer voor het eerst de kans om zich een heel jaar lang te bewijzen. Zouden we daarvoor een rapportcijfer moeten geven, dan lijkt een dikke onvoldoende onvermijdelijk. Hudson's Bay stond dit jaar vooral synoniem voor tegenslag. En dat was niet alleen in ons land zo, maar gold eigenlijk overal.

[De val van startups](#)

Zoveel als in 2013 gaan er niet op de fles, maar het faillissementsspook is anno 2018 nog niet uit de retail verdreven. Ook dit jaar gingen weer bekende namen over de kop, zoals Kijkshop, Bakker.com, Vrijbouter, Lake Side en Men At Work. Of denk aan SuperTrash, Gsus en De Linnerie. Ook lokale helden als Buining Fashion, Bovendeert en Tender Women moesten het faillissement aanvragen. Maar 2018 was bovenal het jaar dat veel jonge retailers het niet wisten te redden. Juist de bedrijven die met enthousiaste mensen vaak op de laatste trends zitten.

[De stem als het nieuwe scherm](#)

Nieuwe technologieën beïnvloeden de retail continu, zij het de een wat meer dan de ander. Vorig jaar leek de kassaloze winkel zijn definitieve doorbraak te beleven en ook dit jaar doken nog volop voorbeelden op van retailers die het fysieke afrekenen naadloos maakten. Maar nog meer was dit misschien wel het jaar van de menselijke stem. Voice commerce, conversational commerce, slimme assistent, spraakbesturing: hoe je het ook noemt, de stem lijkt het nieuwe scherm in retailland. Of toch op zijn minst voor een deel.

[Duurzaamheid is geen keuze meer](#)

Het zou natuurlijk niet terecht zijn om duurzaamheid als een 'trend' neer te zetten, die specifiek bij dit jaar hoort. Initiatieven om de business te verduurzamen worden al jaren genomen en dat zal de komende jaren niet anders zijn. Maar de hoeveelheid verschillende duurzaamheidsmaatregelen bij grote retailers en de verscheidenheid daarvan, was in 2018 wel degelijk opvallend.

[HEMA waant zich in een achtbaan](#)

HEMA staat in retailland altijd wel in het middelpunt van de belangstelling, maar 2018 was een uitzonderlijk onrustig jaar voor de oerhollandse winkelketen. Geruzie met franchisenemers, een mislukte verkoopopgave en uiteindelijk de verlossing in de vorm van Marcel Boekhoorn, waarmee de retailer daadwerkelijk weer in Nederlandse handen kwam. En dan boorde HEMA tussendoor ook nog verschillende nieuwe markten aan, nog altijd gebukt onder moeizame omzetontwikkelingen en rode cijfers.