

'Zelfs McDonalds en Starbucks kunnen niet alles zelfstandig oplossen'

13-03-2019 08:40



Opensource samenwerkingen vormen één van de belangrijkste trends en kansen voor de komende jaren. Dat stelt David Mattin, global head of trends & insights bij TrendWatching, in het maartnummer van RetailTrends. "Het is een krachtige graadmeter naar je klanten over wie je bent en waar je als merk voor staat. En hoe zij betrokken kunnen raken bij jou."

Met opensource wordt bedoeld dat bedrijven vaardigheden, middelen en kennis delen om zo gezamenlijke problemen op te lossen. Aangejaagd door het belang van positieve impact op milieu en maatschappij kiezen ook retailmerken steeds vaker voor dit soort samenwerkingen.

Een voorbeeld zijn McDonald's en Starbucks die vorig jaar gingen samenwerken, met als missie binnen drie jaar een volledig recyclebare en toekomstbestendige beker te ontwikkelen. De foodretailers zijn overtuigd dat zij met gebundelde krachten sneller tot een oplossing komen voor het uitbannen van wegwerpbekers en zo de ecologische voetafdruk van de fastfoodbranche kunnen verkleinen.

Mattin stelt dat de consumentenverwachtingen er zijn op het gebied van opensource, evenals de vraag naar authenticiteit. Uit het voorbeeld van McDonald's en Starbucks blijkt volgens hem dat zelfs twee van de grootste bedrijven ter wereld niet in staat zijn alle problemen zelfstandig op te lossen. Tegelijkertijd is hun opgetelde impact wat bekertjes betreft slechts vier procent van de geschatte zeshonderd miljard die de wereld jaarlijks gebruikt. Cijfers die volgens hem een sterk pleidooi vormen voor een meer open en creatieve samenwerking.

Lees meer over opensource samenwerkingen in het [maartnummer van RetailTrends](#). Nog geen member? [Klik](#)

[dan hier voor meer informatie.](#)