

Het beste van RetailTrends: week 43

28-10-2019 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.

Hoe Gray Label afrekent met 'schreeuwerige' kinderkleding

Met uniseks kleding, een vast kleurenpalet en minimalistische designs spreekt het Amsterdamse Gray Label een specifieke doelgroep aan. Waar de focus in het begin vooral internationaal lag, begint nu ook de Nederlandse markt warm te lopen voor de printloze, organische kinderkleding. [Een gesprek met eigenaresse Emily Gray.](#)

Care & Beauty: local heroes in de drogisterijbranche

Care & Beauty werd begin dit jaar opgericht door een groep D.I.O.-ondernemers die zich niet thuis voelde in de overstap van D.I.O. naar DA. De drogisterijbranche kreeg er hiermee een concurrent bij. Maar de ambitie om heel hard te groeien heeft Care & Beauty niet. Hoe ging het in de eerste tien maanden en wat zijn de plannen? [Een gesprek met Harry Piet, een van de franchisenemers.](#)

Drie innovatielessen van Picnic

Picnic begon met een simpele missie: online boodschappen doen leuk en betaalbaar maken voor iedereen. Maar hoe eenvoudig dat ook klinkt, er komt een hoop technologie bij kijken. Daniel Gebler, cto van de app-only

supermarkt, staat daar uitgebreid bij stil op What's Next in Retail Tech. [Nu alvast drie lessen](#), die hij deelde tijdens Tech. Festival in Londen.

McGregor: 'Het gaat erom dat je minder fouten maakt'

McGregor ging in 2017 voor de tweede keer in korte tijd failliet. De merkrechten van McGregor werden verkocht aan Fred Gehring en Ludo Onnink, de voormalige ceo en coo van Tommy Hilfiger en DM Equity. Nu, twee jaar later, werkt het merk aan een comeback. Hoe zorgen de nieuwe eigenaren ervoor dat die comeback slaagt? [Gehring en Onnink vertellen erover](#).

Waarom Hunkemöller zijn geluk in het oosten zoekt

Hunkemöller loopt in zijn kernmarkten tegen de grenzen van zijn groei aan. Dat is geen reden tot zorg, want daarbuiten is er nog volop ruimte voor de Nederlandse lingerieketen. Zo zijn er ambitieuze plannen in vooral China en Rusland. [Coo Vi Patel praat ons bij over de internationale groeistrategie](#).