

Dit gebeurde in het retailjaar 2019

02-01-2020 08:50



Wat gebeurde er afgelopen jaar in retailland? RetailTrends blikt terug op 2019, aan de hand van negen hoofdpunten.

[De val van damesmoderetail](#)

Diverse bekende namen in de kledingbranche vielen in 2019 om. Opvallend veel ketens gespecialiseerd in damesmode gingen dit jaar over de kop. Sommigen wisten een doorstart te maken.

[Hudson's Bay vertrekt, maar niet met stille trom](#)

De dag dat Hudson's Bay ons land binnenkwam, een dikke twee jaar geleden, bleek het hoogtepunt voor de warenhuisketen in Nederland. Vanaf die dag was het verhaal van de retailer een korte, steile weg naar beneden. Eind 2019 viel definitief het doek.

[Sprakmakende retailrelletjes](#)

Het was ook een jaar met diverse relletjes. Zo was er ophef over (kerst)decoratie met Auschwitz-afbeeldingen bij bol.com en Amazon. En bij Albert Heijn snapte niet iedereen dat het gevoelig ligt als je voor het bepalen van de juiste kledingmaat van bedrijfskleding medewerkers vraagt foto's in ondergoed op te sturen.

[Hoe betalen gemakkelijker, sneller en \(on\)veiliger werd](#)

De betaalmogelijkheden zijn het afgelopen jaar flink uitgebreid. Om het de klant gemakkelijker te maken en

een betaling sneller te voldoen, maar ook omdat steeds meer partijen zich begeven op de betaalmarkt. Zo lanceerde Apple in Nederland Apple Pay, FitBit Pay werd geïntroduceerd en Amazon Pay wint terrein in Europa. Maar hoe veilig is dat betaalverkeer nou eigenlijk?

[Van Blokker tot Miniso \(de avonturen van Michiel Witteveen\)](#)

Een retailjaaroverzicht zonder terugblik op de ontwikkelingen bij Blokker en gelieerde winkelketens is haast ondenkbaar. 2019 was zo mogelijk nog opzienbarender dan de voorgaande jaren. Stond 2018 vooral in het teken van de ontmanteling van Blokker Holding, het afgelopen jaar betekende het einde van het familiebedrijf en de wederopbouw onder een nieuwe eigenaar. Eén die al jaren actief is in de retail, maar lang in de luwte wist te blijven: Michiel Witteveen.

[Vegan wordt \(bijna\) mainstream](#)

Vegan is hot. In 2019 schoten plantbased restaurants als paddenstoelen uit de grond. Voedselabrikanten omarmden massaal de groenteburger en vega-snack. Ook de retailsector pikte een graantje mee van de plantaardige trend.

[Het gestrekte been van FNV](#)

Op oudejaarsdag 2018 wordt bekend dat FNV PostNL voor de rechter sleept, omdat de vakbond van mening is dat zeker honderd pakkeetsorteerders onderbetaald worden. Het is het startsein voor een roerig 2019 waarin de FNV met regelmaat in de clinch ligt met retailers. Onder meer Picnic, Xenos, HEMA, de Bijenkorf en Jumbo moeten het ontgelden.

[Van kopen, kopen, kopen naar huren en leasen](#)

Een product kopen? Dat is zo 2018. Althans daar lijkt het op als je de vele initiatieven in de retail op het gebied van huren en leasen ziet. Product-as-a-service. Dat is de Engelse term die bij dit fenomeen hoort.

[Opvallende samenwerkingen in retailland](#)

2019 was een jaar dat diverse retailers samenwerkingen zochten en vonden. Soms met een andere retailer, soms met een merk. Zo pakte Jumbo aan met HEMA en Dunkin' en belanden maaltijdboxen van HelloFresh in de schappen bij Plus.

[De meest bijzondere in-store ervaringen](#)

Lange kassarijen, jengelende kinderen en warme paskamers. De fysieke winkel leek in eerste instantie niet de ideale plek waar je moest zijn om te ontspannen. Maar het tij lijkt te keren. De trend waarbij retailers gigantische vlaggenschepen openen waaraan de nodige dosis beleving is toegevoegd, zette ook dit jaar door.