

RetailTrends 1: fonQ, Wish, Aesop en het einde van fastfashion

19-01-2020 08:00



Een webwarenhuis met van alles wat en vooral veel kookspullen. Zo kennen veel consumenten **fonQ** nog altijd, maar dat is de onlinespeler allang niet meer. Consumenten ontzorgen bij hun woninginrichting is de missie onder het huidige bestuur. Samenwerkingen met derden passen daarbij, maar in een keiharde platformstrategie ziet ceo Antoine Brouwer geen brood.

Nog iets waar fonQ niet aan begint: fysieke winkels. Enkele jaren terug was daar eens sprake van, maar Brouwer ziet er geen rendabele businesscase in. Met het assortiment van fonQ (veertigduizend producten) zou je dan al snel bij IKEA-achtige locaties uitkomen, weet de topman. "Daar moet je veel omzet doen én zelf traffic zien te genereren. Dat zie ik ons niet winstgevend doen."

Een joggingpak van Boss: zestien euro. Slippers, met op de rechter F*ck en op de linker Off: negen euro. Een onderbroek waarin een gespierd model zijn hand laat glijden: drie euro. Talloze speeltjes voor katten: een paar euro. Gevoerde pantoffels: een euro. Dit is **Wish**, een shoppingapp met een groot aanbod voor kleine prijzen – en reusachtige ambities.

Het prijskaartje van **fastfashionitems** is laag, maar de maatschappelijke kosten zijn hoog. Vervuiling, beschamende uurlonen en werkplekken die je je ergste vijand niet gunt. Maar wat doen de Zara's, H&M's en Primarks? Ach, ze strooien wat groene beloften en klaar. Ondertussen wordt de grond onder hen heter en

heter.

De winkels van cosmeticamerk **Aesop** zijn een fenomeen door hun opvallende design. En elke winkel is anders. Nederland heeft nu ook een vestiging, in de Utrechtsestraat te Amsterdam.

Negentien jaar geleden ging **Julie Wainwrights** startup pets.com plotseling failliet en ging ze met pek en veren Silicon Valley uit. Nu is ze helemaal terug met The Realreal, dat tweedehands topmerken verkoopt en de authenticiteit garandeert dankzij curatoren. Pak de tissues en popcorn er maar bij, want dit is een ware feelgoedmovie.

DA Drogisterijen, Praxis, HEMA, Ahold, weer HEMA, V&D: ondanks dat **Ronald van Zetten** nooit een carrièreplan maakte, bracht zijn ondernemingsdrang hem naar de top van oer-Hollandse iconen. En altijd weer die nuchterheid. "Van vakkenvuller tot baas van HEMA – een jongensboek misschien, maar zo heb ik het nooit ervaren. Als je aan de top komt, denk je weleens: is dit het nou?"

De nieuwste editie van RetailTrends verschijnt op **17 januari**. Ben jij ook member van RetailTrends? Je ontvangt dan iedere maand het printmagazine van RetailTrends, plus:

- Toegang tot de digitale editie van het magazine
- 10 extra gebruikersaccounts voor je collega's
- Korting op een aantal RetailTrends-events
- Onbeperkt toegang tot RetailTrends.nl
- Iedere dag het laatste nieuws in je mailbox
- Toegang tot het volledige archief
- De mogelijkheid je persoonlijke nieuwspagina samen te stellen

Nog geen member? [Klik hier voor meer informatie.](#)