

Het beste van RetailTrends: week 10

09-03-2020 08:10



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 project Markthal 2.0 de mist in ging

Een icoon voor Rotterdam moest de Markthal worden en dat is gelukt. Architectonisch zeker en ook over bezoekers heeft het foodpaleis weinig te klagen. Daartegenover staat een uit elkaar gevallen ondernemersvereniging, gemeente die zijn handen ervan af heeft getrokken en nog altijd [voortdurende conflicten met de eigenaar](#).

Waarom CoffeeLab geen Starbucks-mentaliteit heeft

"We denken niet in doelgroepen, maar in mentaliteiten", stelt Jeroen Veldkamp, mede-eigenaar van CoffeeLab. Koffieliefhebbers die 'durven kiezen voor het alternatief' belanden volgens hem bij de Brabantse keten, in plaats van bij die grote Amerikaanse concurrent. Die aanpak lijkt te werken onder de rivieren, [waar CoffeeLab binnenkort zijn vijfde vestiging opent](#).

Rituals, Takeaway en Jumbo over het succes van hun formule

Van een kleine onderneming een succesvol bedrijf maken. Dat is de gemeenschappelijke deler van de retailers die woensdag spraken op het evenement BusinessBoost Live. Soms is het een kwestie van een lange adem,

soms komt er een beetje geluk bij kijken, maar feit blijft dat ze van succes kunnen spreken. [Vijf inzichten van Rituals, Jumbo en Takeaway.](#)

Pionieren met pindakaas, ook over de grens

Een 'retailimperium' bouwen was nooit de ambitie. Toch timmert De Pindakaaswinkel met zeven Nederlandse filialen, een webshop en ruim tweehonderd verkooppunten aardig aan de weg. Tel daar sinds deze week een Belgische winkel bij op en je vraagt je vanzelf af: wil het Amsterdamse bedrijf stiekem tóch de wereld veroveren? [We vroegen het marketingdirecteur Chiel Spruitenburg.](#)

Hoe De Groene Weg flexitariërs wil veroveren

Vooraf het afgelopen jaar werd duidelijk dat de markt voor plantaardige vleesvervangers steeds steviger aantrekt. Tussen al dat geweld zou je haast vergeten dat ook de markt voor biologisch vlees nog altijd flink groeit. Aan biologische slagersketen en producent De Groene Weg [om de 'bewuste' consument tot een keuze voor biovlees te bewegen.](#)