Het beste van RetailTrends: week 19

11-05-2020 08:20



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.

Wordt een bezoekje aan de supermarkt ooit nog zoals het was?
Lege schappen tref je er nauwelijks nog aan, maar verder is er weinig 'normaal' in de supermarkt. Buiten wachten in de rij, verplicht met een winkelwagentje naar binnen (ook al heb je slechts een halfje tarwe nodig). Wordt een bezoekje aan de supermarkt ooit nog zoals het was? We vroegen het directeur Marc Jansen van brancheorganisatie CBL, met wie we eerst even terugkeken

Zo probeert Maxi Toys de coronacrisis de baas te blijven
Hoewel de Belgische speelgoedwinkelketen Maxi Toys vorig jaar het naar eigen zeggen beter deed dan de markt, schoffelt het coronavirus het dochterbedrijf van Mirage Holding (ook moeder van Blokker, Big Bazar en Intertoys) hard onderuit. Dinsdagmorgen vroeg de speelgoedwinkel uitstel van betaling aan bij de ondernemingsrechtbank. “Dat wil helemaal niet zeggen dat er een faillissement volgt”, drukt Michiel Witteveen, ceo van Mirage Holding, ons op het hart.

Zeven vragen aan supermarktformule 2 Brüder
“Wie niet waagt, wie niet wint.” Zo verklaart Ronald Versluis, directeur van 2 Brüder, zijn beslissing om een

tweede supermarkt te openen in het voormalige Hudson’s Bay-pand in Enschede. Wat is kenmerkend aan 2 Brüder en wat is Versluis van plan met de keten? Zeven vragen aan de directeur.

Een abonnement op koffie: zo wil Wakuli de markt hervormen
Verse, eerlijke kwaliteitskoffie, wekelijks of maandelijks op je deurmat: daarin voorziet Wakuli op dit moment zo'n vijfduizend Nederlandse huishoudens. Onlangs haalde de Amsterdamse startup een half miljoen euro aan groeigeld op. Hoe wil Wakuli die groei realiseren en wat maakt hun koffie anders dan die van de supermarkt? Een gesprek met mede-oprichter Yorick Bruins.

Zo verandert het coronavirus het koopgedrag bij MediaMarkt
De coronacrisis leidt tot een heel ander koopgedrag in Nederland, ziet ook MediaMarkt. De elektronicaketen analyseerde de verkoopcijfers van de afgelopen twee maanden en vergeleek die met die van de week vóór de crisis.