Het beste van RetailTrends: week 35

31-08-2020 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.

Vijf vragen aan Hunkemöller-ceo Philip Mountford
“Op een dag komt er iemand aan boord die jonger en slimmer is.” Dat zei Hunkemöller-ceo Philip Mountford drie jaar geleden tegen RetailTrends. Toch is hij alweer elf jaar topman bij de Nederlandse lingerieketen. Vijf vragen aan de ceo over de kracht van Hunkemöller en de impact van de coronacrisis op het bedrijf.

Hoe Electro World groeit in een markt onder hoogspanning
Je zou het misschien niet denken, maar sinds een kleine twee jaar is Electro World de grootste elektronicaketen van Nederland. Tenminste: op basis van het aantal vestigingen. Door de ombouw van zusterketen Euronics stond Electro World ineens op 150 Nederlandse gevels. Hoe staan de zaken er nu voor?

Waarom Bauhaus niet zo snel groeit als het zou willen
De van oorsprong Duitse formule viert in september zijn vijfjarige bestaan in ons land. En hoewel algemeen directeur Herwin Oost tevreden terugkijkt op de afgelopen vijf jaar, had hij graag vijf vestigingen van Bauhaus gerealiseerd willen hebben in plaats van de drie die er nu staan. “Expansie is een van de uitdagendste onderdelen van het werk.”

3x Krein Bons over de schoenenbranche

Al meer dan twintig jaar staat Krein Bons aan het roer bij vanHaren. In die tijd zag hij de schoenenbranche enorm veranderen: van de opkomst van prijsvechters als Scapino en Bristol, het verhuizen van de productie naar het Verre Oosten tot de disruptie door onlinespelers. Bons gaat in de RetailTrends-podcast onder meer in op de transformatie van zijn sector en legt uit hoe vanHaren daarop inspeelt. Dit is zijn verhaal in drie quotes.

Leonidas: 'Meer dan vroeger zoekt de klant naar geluksmomenten'
Chocolade was tijdens de coronacrisis niet zo belangrijk als toiletpapier. Dat merkte ook de Belgische chocolatier Leonidas toen er twee maanden lang geen enkele bonbon over de toonbank ging. Desalniettemin is de missie van de chocoladeketen – 'het brengen van geluksmomenten' – nu misschien wel relevanter dan ooit tevoren. Een gesprek met ceo Philippe de Selliers.