

RetailTrends februari: EasyToys, Intersport en de retaillessen van Jeanine Holscher (Blokker)

15-02-2021 08:00



Een gids in je seksuele ontdekkingstocht, zo profileert EDC Retail zich graag. Toch moet het Groningse moederbedrijf van onder meer **EasyToys** nog altijd opboksen tegen diepgewortelde vooroordelen. Zoals vorig jaar zomer, toen voetbalbond KNVB een stokje wilde steken voor een hoofdsponsorschap. Oprichter Eric Idema: "Een van de argumenten was dat Easytoys actief zou zijn in de seksindustrie. Nou, toen hing ik wel even in de gordijnen, hoor."

EDC Retail zit in een dynamische fase, kun je wel zeggen. In 2020 bleven de persberichten de redactiemailbox maar binnenkomen: 'Omzet EDC - moederbedrijf EasyToys - in 2019 ruim 50 procent gegroeid'. 'EDC Retail steekt miljoenen in uitbreiding opslag en productie'. 'Moederbedrijf EasyToys krijgt plek in CrossBorder Top 30'. 'Erotiekgigant EasyToys toch niet hoofdsponsor FC Emmen'. 'Erotiekgigant EasyToys alsnog hoofdsponsor FC Emmen'. Het hoogtepunt was toch wel het nieuws over de overname van de online activiteiten van het failliete Beate Uhse. Die deal maakte EDC in één klap de grootste erotische onlinetailer van Europa.

Elke maand een nieuwe doos met wijnen die steeds beter bij je persoonlijke smaak passen. Dat is in een notendop **Vinobox**, een jong Nederlands concept met grote ambities. "Wij willen de regie in de online aardverschuiving in de wijnmarkt."

Het Nederlandse **voedselsysteem** kan (en moet) eerlijker, gezonder en duurzamer. Daarover zijn veel experts het eens, net als de boeren die zorgen voor het eten op ons bord. Ook de foodretail moet op de schop, zo klinkt het. “Boeren zitten vast in het systeem en retailers moeten ruimte creëren zodat zij op een andere manier kunnen produceren.”

Meer dan een jaar: zolang houdt de coronacrisis ons land al in zijn greep. De impact op medewerkers is groot, of ze nu in de winkel staan of een kantoorfunctie hebben. Kledingketen **Primark** zet alles op alles om de betrokkenheid van zijn mensen op peil te houden, al gaat dat met vallen en opstaan. Dit zijn de learnings.

Je hebt Amazon in het westen en Alibaba in het oosten, maar hoe zit het met de grote e-commercespelers in ‘het midden’ van de wereld? **Afrikaanse webshops** zijn aan een opmars bezig. Sommige blijven lokaal actief, andere groeien uit tot een platform van continentaal formaat. Gaan zij het internationale speelveld ontwrichten?

Intersport door een fundamentele koerswijziging loodsen: zie hier de taak van ceo Steve Evers. De opkomst van direct-to-consumermerken en pure players dwingt de inkooporganisatie tot verticalisatie. Verre van eenvoudig, erkent Evers. “Dit had al heel snel kunnen sterven in schoonheid.” Een gesprek over die omslag en hoe je de neuzen dezelfde kant op krijgt én houdt.

Hoewel **Gucci** dit jaar alweer honderd kaarsjes uitblaast, behoort het van oorsprong Italiaanse luxemerk nog lang niet tot het verleden. In tegendeel: het iconische GG-logo prijkt steeds vaker op de borst van hippe Gen-Z'ers en millennials. Hoe het stokoude modehuis zoveel jonge harten veroverd.

Over de IT-revolutie in retail hoor je al jarenlang ontzettend veel (oké, tijdens corona wat minder). Maar over die andere retailrevolutie – de opkomst van **reviews** – hoor je veel minder. Toch kan een merk eigenlijk niet meer zonder. Maar waar anno 2021 op te letten? Tip van de sluier en wellicht wat verrassend: consumenten waarderen met name genuanceerde beoordelingen.

Dr. Martens, je houdt ervan of je haat ze. De schoen werd populair, ging bijna ten onder aan een gigantisch imago probleem – denk: skinheads en neonazi's – en is nu weer helemaal hip. Dat kan zomaar iets te doen hebben met het feit dat elke jongerengeneratie valt voor de rebelse look.

Jeanine Holscher (55) is de eerste vrouwelijke ceo van Blokker en zelfs de enige in de top van de huishoudketen. “Zeg, er wordt toch altijd aan vrouwen gevraagd hoe ze dat nou doen, een drukke baan combineren met een privéleven? Ga je dat niet vragen? Nee? Mooi!” Laat je inspireren door haar belangrijkste levenslessen.

De nieuwste editie van RetailTrends is verschijnt op vrijdag 12 februari en is nu al [digitaal te lezen](#). 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.](#)