

# Het beste van RetailTrends: week 9

08-03-2021 08:00



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.

## **Wat Dille & Kamille ziet in Hutspot**

Het failliete lifestylemerk Hutspot vindt een doorstart onder de vleugels van de familie achter Dille & Kamille. Wat zijn de plannen met de voormalige RetailRookie? [Daarover sprak RetailTrends met Hans Geels, algemeen directeur van Dille & Kamille.](#)

## **FuturumShop heeft de wind mee, maar rekent zich niet rijk**

De paden op, de lanen in. We fietsen wat af met z'n allen, zeker in coronatijd. En daar plukt FuturumShop de vruchten van. [We spraken met eigenaar Harmen van der Meulen.](#)

## **Hoe Marley Spoon inspeelt op nieuwe behoeften**

De corona-uitbraak die inmiddels ruim een jaar aan de gang is maakte economisch gezien een harde scheidslijn tussen winnaars en verliezers. De cijfers van Marley Spoon laten duidelijk zien aan welke kant de maaltijdboxleverancier zich bevindt, al vindt managing director marketing Dijana Dimitrovska 'winnaar' niet helemaal de juiste term. ["We voelen ons bevoorrecht."](#)

**Podcast: Retaillessen van Bianca Verburg (Beter Horen)**

Bianca Verburg (53) is general manager van audicienketen Beter Horen, onderdeel van het Italiaanse concern Amplifon. Verburg werkt 19 jaar bij Nike Europe en zwaait in 2001 af als general manager retail EMEA. Via The Body Shop en G-Star wordt Verburg in 2018 verantwoordelijk voor Beter Horen. Haar carrièrekeuzes zijn allemaal gebaseerd op 'iets nieuws willen leren'. [Laat je inspireren door haar vele retaillessen bij internationale merken in diverse retailsectoren.](#)

**Startup van de maand: Goodcha**

Waar de meeste volwassenen wel één of meer zonnebrillen in hun bezit hebben, is dat bij jonge kinderen wel anders. Zorgwekkend, vinden Michael Abou el Khair en Charita Goedhart. "Tachtig procent van de zonneshade aan de ogen vindt in het eerste levensjaar plaats." [Met hun merk Goodcha willen ze meer bewustzijn creëren onder ouders.](#)