

RetailTrends juli: Mart Visser, My Jewellery en Victor Mids

30-06-2021 09:30



Lekker lezen vanuit de hangmat: **de zomereditie van RetailTrends** puilt uit van de interviews rond het thema **Stores That Wow**. Want hoe moet retail er eigenlijk uitzien, nu de samenleving weer open gaat?

De Nederlandse topontwerper **Mart Visser** is al bijna 30 jaar actief in fashionland en pleit onder meer voor wat hij inschuifsystemen noemt. "Ik zag laatst een lege winkel in de Negen Straatjes in Amsterdam: prachtig wit van binnen, alles kan erin. Schoenen, aardappelen, een kapper, you name it. Dat is de toekomst. Kijk, ik kan nooit een winkel op de Kalverstraat openen. Maar als je eenmalig drie weken in de Kalverstraat zit, je doet een event, 's avonds nog een show – dán kun je wat doen." Hoofdredacteur Amnon Vogel zocht de designer op in zijn atelier en nam zeven inzichten mee terug.

Ook de bouwmarkt is aan verandering onderhevig en **Praxis** kan natuurlijk niet achterblijven. Managing director Corine Duchenne trad vlak voor de coronacrisis aan en gaat in op de noodzakelijke digitalisering en vernieuwing van de formule. "Experience is niet waar ons winkelconcept primair om draait."

De stenen winkel is volgens **designexpert Ad de Hond** allesbehalve aan het einde van zijn Latijn. Sterker nog, volgens hem is dit juist hét moment om fysiek helemaal uit te pakken. De Hond neemt ons mee naar zijn vijf favoriete storedesigns, legt uit waarom ze volgens hem uitblinken en welke learnings daaruit te halen zijn.

In het coronajaar schoten de online aankopen door het plafond. Het is nog onduidelijk in welke mate, maar het

is voor de hand liggend dat de omzetaandelen blijvend veranderd zijn. **Bestellen** met een paar klikken is echter niet per se een **shopervaring met wow-factor**. Pangaia en Vans laten zien hoe je een merk emotioneel laadt in een functionele omgeving.

3, 2, 1... en we zijn live! Albert Heijn gaat met klanten in gesprek op **Clubhouse**, designer Rebecca Minkoff geeft mentorles via **OnlyFans** en exclusieve collecties schaf je tegenwoordig aan in livestreamapp **NTWRK**. Redacteur Esther Schaap zoekt uit waarom retailmerken uit binnen- en buitenland op het podium klimmen om interactie met de consument te genereren.

Wat illusies en retail met elkaar gemeen hebben? Meer dan je denkt, stelt **illusionist Victor Mids**. Hij weet alles van gedragsbeïnvloeding en ziet nog wel wat verbeterpunten voor retailmerken. "In de winkelstraat is het vooral veel hit and miss." Speciaal voor RetailTrends geeft hij een inkijkje in zijn trukendoos.

"De winkelstraat moet heel leuk zijn, anders komen we niet", zegt Sharon Hilgers. De oprichter van **My Jewellery** weet precies hoe ze millennials en Gen Z'ers aan haar lifestylemerk bindt. De fysieke winkel speelt daarin een cruciale rol. "Als alles online te koop is moet je je serieus afvragen wat je meerwaarde in de binnenstad is."

50 jaar retail, 3 keer ceo en dat ook nog bij De Grote Drie: de Bijenkorf, V&D en HEMA. **Jan Kessels**, medegrondlegger van **de Drie Dwaze Dagen** en het **typische HEMA-design**, neemt zijn bewogen carrière onder de loep. Een gesprek over het warenhuislandschap, zijn hoge toppen en diepe dalen en de eenzaamheid, hoog op de apenrots. "Aan het einde van het HEMA-verhaal voelde ik me in de steek gelaten."

En verder:

- Deze zomer is **Brexit** een half jaar een feit. Wat merken Nederlandse retailers ervan? Een tussenbalans.
- Duizendpoot **Amazon** is sinds afgelopen voorjaar ook actief in de kappersbranche. Natuurlijk zou Amazon zichzelf niet zijn als het de boel in zijn Salon-concept niet net wat anders aanpakt dan de gemiddelde kapper.
- 'Sorry, ik ben wat later, ik verwacht nog een pakketje.' Hoewel e-commerce veel gemak biedt zorgt het ook voor **frictie** voor de consument én de retailer. **Box, Big+ Click & Collect** en **The Point** zoeken een oplossing.
- Pop-upstores zijn inmiddels gemeengoed. Met zijn eigen pop-upconcept **UpNext** maakt Wereldhave die verrassingen een vast onderdeel van zijn winkelcentra
- De komst van Saskia Egas Reparaz betekent de start van een nieuwe **HEMA**, voorziet columnist Rupert Parker Brady.
- Duurzaamheid toegankelijk maken voor de consument: dat staat centraal in het vernieuwde winkelconcept van **JBC**.
- De comeback van **Crocs**.
- Handvatten voor retail in roerige tijden, gebaseerd op het **Global Consumer Insights Survey** van PwC.
- **Oscar Diele (Flinders)** vertelt in Selfie over zijn ongeduld, liefde voor gadgets en ijdelheid.

De nieuwste editie van RetailTrends is verschijnt op **donderdag 1 juli**. Ben jij ook al member van RetailTrends? Je ontvangt dan iedere maand het printmagazine van RetailTrends, plus:

- Toegang tot de digitale editie van het magazine
- 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.](#)