

RetailTrends februari: internationale special

17-02-2023 08:10



Het februarinummer van RetailTrends valt bijna op de mat. Deze speciale internationale editie heeft als thema Retail around the world. RetailTrends sprak onder meer met Japans modemerkt Uniqlo, bezocht in New York NRF Retail's Big Show en schetste drie scenario's voor het komende jaar. Een sneak preview.

Uniqlo

'We zien nu pas de potentie van de Nederlandse markt'

Miljoenendonaties aan de slachtoffers van de oorlog in Oekraïne, jassen die een leven lang mee kunnen en gratis meditatiecursussen voor klanten: Uniqlo wil allesbehalve de *next best fashion brand* zijn. Met idealen als rentmeesterschap en gastvrijheid in de haarvaten van de organisatie kan dat ook bijna niet anders. Coo Kaman Leung legt in dit nummer uit hoe het Japanse modemerkt daarmee ook de Nederlandse polder wil veroveren.

New York

Negen must-sees, de relevantie van warenhuizen en consumententrends

9x Storedesign

The city so nice they named it twice, the big apple, the city that never sleeps: New York is de stad met misschien wel de meeste bijnamen ter wereld. Het is in elk geval een stad met veel toonaangevende retailnamen. Een storetour langs oude bekenden en verrassende nieuwkomers.

Waarom warenhuizen er niet meer toe doen (en waarom wel)

Van alle categorieën fysieke retail staan de warenhuizen misschien wel het zwaarst onder druk. Toch duiken er nieuwe namen op die het concept opnieuw willen uitvinden. De ceo's van Harrods, Macy's, Neiman Marcus en nieuwkomer Neighborhood Goods spraken tijdens NRF Retail's Big Show over het bestaansrecht van warenhuizen.

Alles komt goed

Aan de rand van de afgrond, daar staan we. Met slechts 90 seconden op de doemdagklok rollen we van de ene crisis in de andere. (Wat we eerder 'een probleem' noemden, is nu overigens ook gelijk 'een crisis'.) Geen wonder dat consumenten bang en somber zijn. De onderzoekers van WGSN zetten op een rijtje wat er speelt en hoe retailmerken hun klanten kunnen bieden waarnaar ze snakken.

Drie scenario's voor 2023

Retailen tijdens de permacrisis

Covid, conflict, climate change. Deze drie 'grote C's' bepalen bij elkaar alweer een tijd hoe de wereld eruitziet en een snel einde lijkt niet in zicht. Wat betekent dat voor retail in 2023? Het jaar in drie scenario's van pessimistisch naar optimistisch: *The Ugly*, *The Mild* en *The Good*.

Verder in de nieuwe RetailTrends: de retaillessen van Lowe's-ceo Marvin Ellison, profielen van Changemaker NoWa en Veepee-oprichter Jacques-Antoine Granjon, het tweede leven van Asos en meer.

Membership

De nieuwste editie van RetailTrends verschijnt op vrijdag 17 februari en nu al [digitaal te lezen is](#). Ben jij ook member van RetailTrends? Je ontvangt dan zes keer per jaar het printmagazine van RetailTrends, plus:

- Toegang tot de digitale editie van het magazine
- 10 extra gebruikersaccounts voor je collega's
- Korting op alle 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.