

Outlet profiteert van recessie

26-02-2009 00:00

De drie grote Nederlandse outletcenters 'spinnen garen bij de crisis'. "Mensen zoeken de betere prijzen op", zegt Marc Bauwens, general manager van Designer Outlet Roermond.

De oude collecties kleding, schoenen en accessoires voor een scherpe prijs vinden gretig aftrek. Sinds oktober 2008 is het aantal bezoekers van Designer Outlet Roermond (open sinds november 2001) met twaalf procent gestegen. De omzet per bezoeker is gelijk gebleven. De goede cijfers hebben overigens ook te maken met een verbeterde wegenstructuur rond Roermond, zo bekent Bauwens.

Het oudste Nederlandse outletcentrum Bataviastad (geopend sinds september 2001) trekt iets minder bezoekers dan verwacht, maar noteert wel een omzetstijging. "De mensen die komen, komen echt om te shoppen", aldus marketingmanager Natalia de Smalen. Volgens haar komt de omzetplus enerzijds voor rekening van prijsbewuste consumenten en anderzijds door de herpositionering van Bataviastad door onder meer uitbreiding en campagnes.'

Rosada in Roosendaal, open sinds november 2006, signaleert een stijging van het aantal bezoekers en meer omzet, in de eerste weken van dit jaar ten opzichte van 2008. "Dat is een logische stijgende lijn bij een opstartend outletcenter", vertelt manager Martina Hundt. "Ik kan nu niet zeggen dat we door de crisis meer bezoekers trekken, maar mensen geven in elk geval niet minder uit."

De koopjescentra tonen niettemin voorzichtigheid. Zo stelt De Smalen dat Bataviastad 'nog maar moet zien of het centrum de stijgende lijn kan aanhouden'. "Mij hoor je niet zeggen dat we immuun blijven voor de crisis", zegt ook Bauwens. "Als het werkloosheidscijfer verder stijgt, kan dat een negatieve invloed hebben. Dan houden veel mensen toch de hand op de knip."

Hundt denkt dat de recessie nog een positief gevolg heeft voor de klant, namelijk dat de kleding die in de outletcenters wordt aangeboden, nog goedkoper wordt. "Hoe minder mensen kopen in de gewone winkels, hoe meer stukken er in de outlet terechtkomen. Dat heeft invloed op de prijzen."