

Moderetail voelt gevolgen recessie

30-03-2009 00:00

De maand januari, mode-uitverkoopmaand bij uitstek, is voor de modedetailhandel teleurstellend verlopen. De consument gaf vier procent minder uit aan mode (bovenmode, lingerie, beenmode en schoenen) dan in januari 2008. Dit blijkt uit deze week gepubliceerd onderzoek van marktonderzoeker GfK, zo meldt het Algemeen Dagblad.

Slachtoffer van de crisis in de mode zijn op dit moment vooral zelfstandige ondernemers die dure merkkleding (zoals Tommy Hilfiger, Ralph Lauren en Escada) verkopen. "Klanten van deze winkels gaan nu voor goedkopere merken als Esprit en Mexx", licht onderzoeker Sandra Wolters van GfK toe. "Wij hadden verwacht dat ook de kopers van die merken naar goedkopere kledingwinkels zouden gaan. Maar er is nog geen verschuiving naar de discountformules. De consument doet kennelijk nog geen concessies", zegt Wolters.

Verder blijkt dat ondernemers vaak te snel kiezen voor het afprijzen van hun waar, terwijl dat eigenlijk niet nodig is. "Er zijn twee groepen consumenten: een groep die wél gevoelig is voor de crisis en een groep die dat niet is. Het heeft geen enkele zin om paniekvoetbal te spelen en af te prijzen, terwijl de klant daar niet om vraagt. Ondernemers moeten veel beter kijken naar de behoeften van hun klanten."