‘Retailers zijn naarstig op zoek naar eigen stijl’

17-07-2014 13:00

Het hebben van een eigen gezicht wordt steeds belangrijker voor retailers en merken. Het brengen van iets nieuws is vanwege de snelle ontwikkelingen minder belangrijk, aldus trendanalist Christine Boland in het zomernummer van RetailTrends. “We moeten dus niet kijken naar wat nieuw is, maar wat relevant is.”

Retailers en merken zijn volgens Boland op zoek naar een eigen stijl. De afgelopen jaren is er door veel van hen op safe gespeeld. Een veilig design is echter niet meer voldoende in een tijd waarin consumenten steeds kritischer en bewuster worden, stelt zij. “Je loop dan het gevaar dat je inwisselbaar wordt. Op de lange termijn kun je daardoor zelfs je bestaansrecht verliezen.”

Retailers en fabrikanten zijn zich daar bewust van, maar ze weten volgens haar niet waar ze moeten beginnen. Er heerst een zekere angst, onrust en onzekerheid bij deze partijen. Dat komt volgens Boland omdat ze op een kantelpunt staan. “Je kent het wel uit je kindertijd, dat je op de wip staat en naar het midden loopt”, zegt zij. Naar verloop van tijd klapt de wip om. “Momenteel bevinden we ons precies op dat kantelpunt.”

Boland vertelt in RetailTrends 7/8 hoe ze trends terugkoppelt naar retailers en merken en over het belang van haar boek Trends Beacon, dat vooruitkijkt naar 2015/2016. Klik hier voor meer informatie over een abonnement op RetailTrends.