# Saks Off 5th: wat staat ons te wachten?

17-05-2016 09:23

De kogel is door de kerk, Hudson's Bay Company komt dan echt naar Nederland. Zijn komst werd al aangekondigd toen V&D op zoek was naar een nieuwe eigenaar, maar vervolgens bleef het opvallend stil rondom het Canadese warenhuisconcern. Nu windt Hudson's Bay Company er geen doekjes om: het warenhuisconcern komt volgende zomer naar ons land.

Zo'n twintig vestigingen moeten er komen, waaronder op het Rokin in Amsterdam. Het pand dat eigenlijk bestemd was voor Haussmann wordt het nieuwe onderkomen van Hudson's Bay. De Canadezen hebben er namelijk voor gekozen om dat merk in ons land te introduceren, en niet het Belgische Galeria Inno, zoals de NOS maandag meldde. En ook niet Saks Fifth Avenue, dat evenens in handen van HBC is.

Saks Fifth Avenue is weliswaar een wereldwijd begrip, schreef correspondent Anke Meijer al in het maartnummer van RetailTrends, maar groeit niet zo hard als zijn kleine zusje. Het is namelijk discountformule Saks Off 5th dat het succesverhaal van de Saks-familie genoemd mag worden, en nu ook in ons land wordt geïntroduceerd.

HBC mikt met het in rap tempo groeiend aantal off-price winkels niet op het originele Saks-publiek – die krijgen straks op Fifth Avenue een vernieuwd warenhuis waar ze hun geld kunnen stukslaan op Louis Vuitton tassen van vele tienduizenden dollars – maar op de consument die graag bekende merken koopt, maar daar niet te veel geld aan kan en wil uitgeven. En dat blijkt een dankbare doelgroep. Niet alleen Saks, ook andere Amerikaanse high-end warenhuizen als Neiman Marcus, Barneys New York en Bloomingdale's, openden de

afgelopen jaren steeds meer outletwinkels. Het is een van de snelst groeiende takken van de retailmarkt.

**Off-price winkel**
Niet heel verwonderlijk dus, dat Hudson's Bay grootse plannen heeft met de Saks Off 5th buiten Amerika. Wat kunnen we verwachten van Saks Off 5th? Volgens de officiële factsheet van HBC combineert de winkel, zowel on- als offline, de twee grootste geneugten van het shoppen: het plezier van het ontdekken van de beste luxe producten en de opwinding van het vinden van een goede koop. Verder pronkt het met een 'geavanceerde winkelervaring', 'zorgvuldig geselecteerde catwalktrends', 'uitzonderlijke service', en 'besparing op de grootste namen uit de modewereld'. Mooie woorden die niet wegnemen dat Off 5th een outletstore is – al benadrukt een woordvoerder dat het geen outlet maar 'off-price' winkel is. En een discountwinkel kan niet tippen aan de luxueuze winkelervaring van moederschip Saks Fifth Avenue.

Veelgehoorde klachten op Yelp, een van Amerika's grootste consumentenreviewsites, over verschillende Off 5th-locaties door het hele land zijn dan ook 'volgepropt' en 'claustrofobisch'. Zeker na een redesign van de winkelopzet in 2014 om de winkels meer op de succesvolle discountwinkels van Nordstrom, Rack, te laten lijken. Topman Richard Baker toentertijd tegen The Wall Street Journal: "Onze outletstores lijken te veel op warenhuizen. Nordstrom Rack is een zooitje, en klanten vinden het geweldig."

Nu staat de gemiddelde outletstore ook niet bekend om ruimtelijke winkelervaringen, maar om koopjes. En de lijst designers wiens kleding, schoenen en accessoires voor minder geld worden aangeboden bij Off 5th is indrukwekkend, lang en uitvoerig. Van Diane Von Furstenberg en Oscar De La Renta tot Zac Posen. Dit betekent overigens niet dat de kleding die in de off-price winkels wordt verkocht rechtstreeks uit het magazijn van Saks Fifth Avenue komt. In werkelijkheid zijn het geen schoenen van een vorig modeseizoen die niet zijn verkocht, of designertassen die zijn teruggebracht, iets wat veel consumenten nog altijd denken wanneer ze winkelen in een outletstore.

In de praktijk wordt een groot gedeelte van de koopwaar van de meeste outlets speciaal gemaakt of gekocht voor die goedkopere winkels. Het zijn dan ook vaak kledingstukken die de modegek bekend voorkomen en erg veel lijken op de stukken waarmee designers hun catwalks en modelijnen sierden, alleen dan net even anders. Meestal ook van mindere kwaliteit én van minder waarde dan het originele, doorgestreepte bedrag op het prijskaartje doet denken. Zo ook bij Saks Off 5th, aldus website Buzzfeed. In hun geval komt het, aldus de website, neer op tien procent overgebleven inventaris van Saks, 25 procent van het privélabel en de rest koopwaar dat speciaal voor de winkels is gemaakt.

**Angst voor kannibalisatie**
Mocht Saks Off 5th in Nederland worden geïntroduceerd in de door V&D achtergelaten panden, dan wijkt HBC daarmee af van het wereldwijde gebruik om outletwinkels ver van de 'gewone' winkels en stadscentra te plaatsen. Ook in Amerika is het de gewoonte voor outlets om zich te vestigen in speciale winkelcentra vol met vergelijkbare winkels, zoals het Nederlandse Bataviastad. Een gewoonte die voortkomt uit angst om het eigen merk te kannibaliseren, zegt Donald Ngwe, assistent hoogleraar aan de afdeling marketing van Harvard Business School die uitvoerig onderzoek doet naar outletstores. "Mijn onderzoek toont aan dat outletstores in afgelegen winkelcentra de retailer een kans geven om afgeprijsde producten aan te bieden zonder de inkomsten van het normale assortiment te schaden." Dit omdat de high-end consument minder geneigd is te reizen voor alleen een beetje korting. De meer bewuste koper aan de andere kant, hecht weer minder waarde aan hoe trendy of nieuw de kleding is, en ziet in lagere prijzen een goede reden om inde auto te stappen.

Wanneer een outlet zich wel in een stadscentrum vestigt, moet het zich volgens Ngwe op een andere manier onderscheiden van het originele merk. Bijvoorbeeld door een slechtere service te bieden: "Iets wat tijdelijk voor een stijging in verkoop kan zorgen, maar op de lange termijn kan leiden tot een verwatering van het originele

merk.”

Mocht HBC besluiten om het merk Saks in ons land enkel via de off-price winkels te introduceren, dan bestaat er geen gevaar voor kannibalisatie aangezien het moedermerk hier nog niet aanwezig is. Al maakt deze zet het wel onmogelijk om daarna alsnog Saks Fifth Avenue naar Nederland te halen, meent Ngwe. Daarnaast kan de komst van een outletstore naar een normale winkellocatie volgens de hoogleraar ook een negatief effect hebben op de omgeving. “Zelfs als er voornamelijk high-end merken worden verkocht in de outlet, dan blijft het overduidelijk dat het om afgeprijsde waar gaat.” Die wetenschap, en het feit dat de koopwaar bij een winkel als Saks Off 5th altijd wordt verkocht voor een lagere prijs en het dus altijd uitverkoop is, kan een neerwaartse prijsdruk op de nabijgelegen retailers leggen.

Bron: RetailTrends 3