

'Vergrijzing is niet alleen een kans'

04-07-2016 07:26



Vergrijzing zal een nog grotere impact hebben op het aanzien van de winkelstraten dan het online shoppen. "En net als bij internet is vergrijzing niet alleen een kans, maar vooral een bedreiging voor de huidige status quo", stelt onderzoeksdirecteur John Terra van Q&A in [de Volkskrant](#).

Ouderen hebben volgens Terra veel vrije tijd en veel geld, maar winkelen juist relatief weinig. Ze hebben veel spullen al en hoeven niet zo snel nieuwe meubilair of een nieuwe auto. De vergrijzing heeft ook een kledingketen als McGregor de das omgedaan, denkt hij. "De doelgroep waar zij het van moesten hebben, is nu op een punt in het leven beland dat mensen minder geld uitgeven aan een nieuw overhemd."

Winkels in vergrijzende gebieden – vooral buiten de grote steden – moeten zich volgens Terra voorbereiden op sterk dalende volumes en bestedingen. Ook de tijden waarop gewinkeld wordt, veranderen. Ouderen shoppen minder in het weekend of koopavonden, omdat ze ook op dinsdagmiddag kunnen winkelen.

Reisbureaus en fabrikanten van onder meer trapliften profiteren volgens Terra juist van de vergrijzing. Ook winkels die zich richten op gezondheid en wellness zullen groeien, vult managing consultant Linda van Rijn van GfK aan. Zo kan Holland & Barrett de vruchten gaan plukken van de vergrijzing. "Of drogisterijen als Etos die antirimpelcrèmes verkopen en producten tegen spier- en gewrichtspijn."

Het ING Economisch Bureau stelde vorige maand al in een rapport dat de vergrijzing in Nederland een

negatieve impact zal hebben op de bestedingen in de modebranche. Het aantal ouderen neemt de komende jaren flink toe en deze groep besteedt flink minder aan kleding en schoenen dan jongere consumenten.