

Uniqlo-topman: 'Basics zijn de meest modieuze items'

09-10-2017 08:40



Uniqlo-eigenaar Fast Retailing heeft de ambitie om H&M en Inditex de komende drie jaar voorbij te streven. De Japanse retailer houdt daarvoor vast aan basic en vrij tijdloze kleding, stelt creatieve topman John C. Jay in het oktobernummer van [RetailTrends](#).

Fast Retailing kondigde al in 2011 aan zijn omzet tot 2020 uit te willen bouwen tot vijf biljoen yen, oftewel 39 miljard euro. Die omzetdoelstelling is inmiddels teruggebracht tot drie biljoen yen. De grootste ter wereld zijn heeft voor oprichter Tadashi Yanai echter niet alleen te maken met omzetcijfers, stelt Jay. "Het gaat ook om het leveren van producten van de hoogste mogelijke kwaliteit aan zoveel mogelijk consumenten over de hele wereld."

H&M en Inditex zijn goed in het volgen van fashiontrends, beaamt Jay. Consumenten hebben volgens hem echter voldoende behoefte aan nieuwe basics, om de twee concurrenten te kunnen overtreffen. "Op de een of andere manier is er een kunstmatige barrière ontstaan tussen fashion en basics", stelt hij. Basics zijn volgens hem juist de meest modieuze items die er zijn. "Kijk maar om je heen. Dragen mensen op straat vooral trendgevoelige kleding of meer de essentiële basics?"

Het grootste modeconcern ter wereld worden is volgens Jay niet de grootste uitdaging. Dat is namelijk de nummer één blijven, stelt hij. "Daarom moeten we onze ogen op de bal houden. Dat betekent: continue verbetering van onze vaardigheden, kleding en begrip van de wereld. En natuurlijk trouw blijven aan wat Uniqlo

is.”

Tadashi Yanai is een van de tien topretailers die voor de 150ste editie van RetailTrends is geïnterviewd. Lees het volledige interview en de gesprekken met onder meer Zeeman, Patagonia, Hunkemöller en Daniel Ropers in het jubileumnummer, dat dinsdag verschijnt. Nog geen member van RetailTrends? [Klik hier voor meer informatie.](#)