

'Grote merken bezorgd om wildgroei aan ambachtelijke producten'

16-02-2018 09:02



Grote merken zijn bang dat hun producten niet in de smaak vallen van de nieuwe generatie. “Ze zien dat consumenten de ambachtelijke variant van hun producten. Ze willen lokale, handgemaakte producten die in kleine oplages worden gemaakt.” Dat zegt socioloog Richard Ocejo, auteur van het boek *Masters of Craft: Old Jobs in the New Urban Economy*, in het februarinummer van RetailTrends.

Consumenten vragen zich volgens Ocejo tegenwoordig hardop af waar producten vandaan komen en hoe ze zijn gemaakt. “Ze willen weten wat ze in hun lichaam stoppen. Die vraag gaat ten koste van de anonieme massaproductie”, stelt hij.

De ‘grote jongens’ zijn zich volgens Ocejo bewust van het imago probleem van hun product. Jonge consumenten willen het verhaal achter het product horen. “Ze willen op een bepaalde manier verbonden zijn met het ambacht en de cultuur”, stelt hij.

Door de ‘wildgroei aan ambachtelijke producten’, groeien mainstreamproducten volgens hem niet zo hard mee als ze gewend zijn. Ocejo verwacht dat het marktaandeel van ambachtelijke producten ‘significant gaan oplopen’, al blijft massaproductie de bovenhand houden. “Daarvoor gaat er te veel geld om in deze industrie. Wel worden de mainstreammerken uitgedaagd op een manier die lang niet meer is voorgekomen.”

In het februarinummer van RetailTrends wordt uitgebreid stilgestaan bij ‘de comeback van het ambacht’ en de

gevolgen voor de traditionele spelers. Speciale aandacht is er voor het vakmanschap van SneakerRestore, Farm Brothers en Kever Genever uit Nederland. [Klik hier om het artikel digitaal te lezen](#). Nog geen member? [Kijk dan hier](#) voor meer informatie.