

'Moderetailers laten kansen liggen tijdens crisis'

23-06-2020 09:06



Veel moderetailers laten kansen liggen op duurzaamheidsgebied, juist tijdens de coronacrisis. Dat stelt consumptiesocioloog Hans Dagevos van Wageningen University in een interview met RetailTrends. Vooral op het gebied van transparantie valt volgens hem winst te behalen.

“Door *social distancing* zien we een toename van personal shopping, waarbij klanten de gelegenheid hebben om naast prijs en kwaliteit te vragen naar de meerwaarde van een product.” De mode-industrie is vaak nog heel ondoorzichtig, meent Dagevos. “Daar worden consumenten toch wel een beetje moe van. Voor die ondernemers liggen er veel kansen bij transparantie rondom de productieketen.”

Door de pandemie ligt de globalisering onder een vergrootglas en gaat er meer aandacht uit naar de herkomst van producten. “Die ontwikkeling is niet nieuw, maar krijgt wel een boost”, aldus de consumptiesocioloog. Niet alleen moderetailers, maar ook aanbieders van lokale producten en supermarkten kunnen daar volgens hem op inspelen.

Dieren op plekken waar het normaal zwart ziet van de mensen. Geen smog, maar blauwe luchten rond de Mount Everest. De lockdown bood ons een inkijkje in een andere wereld – ook voor retailers. Komt de sector groener uit de crisis? Lees het hele artikel in [het juninummer van RetailTrends](#).