

Zelden uitverkoop Zara en H&M

07-04-2006 00:00

Recent werd bekend dat modewinkel Zara de concurrent Hennes & Mauritz heeft ingehaald. Desondanks hebben beide winkelketens weinig te klagen: de groei zet door en 'fast fashion' zet de toon.

Nederlanders gaven de afgelopen drie jaar minder uit aan kleding. Daar is bij de Zara en H&M echter weinig van te merken. De winkelketens hebben hun succes te danken aan snelle communicatielijnen binnen de keten. De productie wordt zelf in de hand gehouden en de kassa-informatie wordt dan ook goed bekeken. "Als blauwe T-shirts minder goed verkopen dan gele, zien ze dat snel", zegt directeur Jef Wintermans van Modint, de organisatie van modeleveranciers. "Bovendien geven ze die gegevens snel door aan de fabrikanten. Die maken dan minder blauwe T-shirts, maar meer gele. Dat heeft twee voordelen: de winkels verkopen meer gele T-shirts en daardoor gaan er aan het einde van het seizoen minder blauwe voor een spotprijs in de uitverkoop", aldus Wintermans.

Het informatiesysteem dat dagelijkse verkopen en consumentenwensen vastlegt stelt de winkelketens in staat om snel kleine series ontwerpen op de markt te brengen. Daarnaast kunnen bestaande ontwerpen binnen enkele weken worden aangepast aan de eisen van de consument. Productie met een kleine omvang kan snel even tussendoor en hangt snel in de rekken: 'fast-fashion'. Bij de concurrentie duurt dit proces drie tot vijf keer zo lang.