

“Midden van de markt is lege plek”

05-07-2006 00:00

Het midden van de markt is leeg, want de typische midden-van-de-markt-consument sterft uit." Dat zei Michel van Tongeren van de SVT Branding Design Group vorige week op het Euroforum-congres [Verleiding op de winkelvloer](#). Mensen gaan zich selectief 'up-traden', of zich in een hoger marktsegment begeven voor producten die hun passie wegdragen. Sociale barrières bij consumenten vervagen zo. Om de up-trade aankopen te financieren gaan de kopers ook even selectief downtraden. Zo geeft een modebewuste dame graag een premium prijs voor exclusieve kleding, terwijl ze in de super de goedkoopste merken koopt.

Bekijk ook ons [fotoarchief](#) op RetailAgenda.nl voor een beeldverslag van dit congres.