



ONDERNEMEN

MASSALE STEUN VOOR GEREGLIEERDE UITVERKOOP, MAAR HOE KANSRIJK IS DIT?

by Rik de Langen / 26 maart 2020 0 comments

De oproep om een eenmalige geregleerde uitverkoop kan op massale bijval van Nederlandse mode- en schoenenretailers rekenen. Hoe reëel is het dat zo'n maatregel er daadwerkelijk komt?

De coronacrisis komt voor de mode- en schoenenhandel op het slechtste moment denkbaar. De eerste weken van de lente zijn immers de weken waarin het geld moet worden verdiend met de nieuwe voorjaarscollecties. Onder veel winkeliers leeft de angst dat, als de situatie straks weer normaal is, de uitverkoop direct van start gaat om de geleden verliezen enigszins te kunnen compenseren. Die beweging is nu al te zien, zegt retailer Marcel Schevers van Van Schijndel Schoenen. "Een aantal winkeliers geeft al kortingen van 20 of 25 procent op producten die pas net in de winkel liggen." Daardoor is de roep om de uitverkoop wettelijk aan banden te leggen, in ieder geval voor deze zomer, opnieuw opgeblaasd. Het onderwerp stond de afgelopen jaren vaker op de agenda, maar is voor veel mode- en schoenenbedrijven nu urgenter dan ooit.

'GEEN GESTUNT MET PRIJZEN'

Uit een poll van Textilia en Schoenvisie blijkt dat meer dan 90 procent voor een door de overheid geregleerde uitverkoop is, in ieder geval deze zomer (693 van de 758 stemmers bij Textilia, 70 van de 76 stemmers bij Schoenvisie). Karin Vink, mede-eigenaar van vrouwenmodemerk Femmes du Sud, riep de overheid in gesprek met Textilia vorige week op om dit ook daadwerkelijk in te voeren. Vijf prominente schoenenretailers trokken deze week op Schoenvisie.nl aan de bel. Naast Marcel Schevers gaat het om Kees van Keeken (Van Keeken Schoenen), Leon Snoeren (Snoeren Schoen- en Voetspecialist), Peter ten Hoor (Van Camp Schoenen & Fashion) en Roger van Lier (Van Lier Schoenen). Als het 'gestunt met prijzen' doorzet, zal het voortbestaan van een grote groep financieel gezonde ondernemers in serieus gevaar komen, stellen ze.

PETITIE VOOR EEN NOODVERORDENING

Vink is een petitie gestart om de regulering via een noodverordening in te voeren. De petitie is inmiddels meer dan 5.000 keer ondertekend. "Het streven is om aan het eind van de week minimaal 5.000 stemmen te hebben", licht ze telefonisch toe. "Zo'n aantal geeft ook goed de noodzaak weer. We hopen de petitie vrijdagmiddag aan te kunnen bieden aan staatssecretaris Mona Keijzer van Economische Zaken." Aanvankelijk richtte Vink zich op een geregleerde start van de uitverkoop vanaf 1 juli. Maar nu de overheid de maatregelen heeft verscherpt en voor een deel tot 1 juni heeft verlengd, zou ze het liefst zien dat de uitverkoop wordt opgeschort tot 1 augustus. En met haar vele anderen, blijkt uit de reacties op onze polls.

VERSCHILLENDE MENINGEN

Retailers kijken naar Inretail om een vuist te maken, maar de brancheorganisatie meldt in de ledenupdate van 19 maart op dit vlak geen positie te kunnen innemen, en dus ook geen lobby te kunnen voeren. De meningen van hun leden zouden te ver uiteenlopen en bovendien verbiedt de Autoriteit Consument en Markt (ACM) dergelijke prijsafspraken, zo staat te lezen.

Schevers en zijn collega-retailers vinden dat Inretail zich wel zou moeten uitspreken. "Dat de ACM de regulering van de uitverkoop verbiedt is waar", schrijven ze in een mail naar de brancheorganisatie, die ook naar de redacties van Textilia en Schoenvisie is gestuurd. "Maar onze oproep is juist om met de overheid te bespreken om dit, ondanks het verbod, voor de duur van de crisis toch mogelijk te maken." "Men zegt wel dat het niet kan omdat het in strijd is met de mededingingswet, maar ik denk dat het alleen maar schuurt", vult Vink aan. "Inhoudelijk moet het haalbaar zijn. Het gaat ons er niet om de prijzen kunstmatig hoog te houden, maar dat retailers genoeg tijd hebben om normale marges te maken."

VOLKOMEN TRANSPARANT

Los van de juridische haalbaarheid, rijst de vraag hoe reëel een eenmalige of misschien zelfs vaste geregleerde uitverkoop in Nederland is. "Een gelijk speelveld en rust in de markt zouden zeker helpen om retailers door deze enorm moeilijke periode heen te helpen", zegt Olaf Zwijnenburg, sectorspecialist retail bij de Rabobank. "Een geregleerde uitverkoop is op zich een heel sympathieke gedachte om de marge te optimaliseren. Maar ik geloof helaas niet dat dit nog uitvoerbaar is. Met de opkomst van internet is de winkelstraat volkomen transparant geworden, zeker als het gaat om merkartikelen. Klanten denken allang niet meer in kanalen en steeds minder in (lands)grenzen en kunnen altijd en overal kopen. Daar kan geen wetgeving tegenop."

Als voorbeeld wijst Zwijnenburg naar het Belgische model. België kent twee door de overheid vastgestelde uitverkoopperiodes in de maanden januari (wintersolden) en juli (zomersolden) voor de mode- en schoenendetailhandel. Aan deze solden gaat een zogenaamde 'sperperiode' vooraf, waarin niet met kortingen mag worden gecommuniceerd. Zwijnenburg: "Dit model is echter niet in lijn met de Europese wetgeving en zit vol gaten. Koppelverkoop, waarbij twee of meer stuks tegelijk met korting aangeboden worden, is bijvoorbeeld gewoon toegestaan."

Hoe zat het ook alweer met de Belgische solden en sperperiodes? Onderaan dit artikel praten we je bij.

OPRECHTE WAARDERING

Retaildeskundige Paul Moers ziet überhaupt niets in vroegtijdige hoge kortingen. Totaal onnodig, meent hij. "Als we na maanden uit deze crisis komen – en het gaat ongetwijfeld maanden duren – denk ik dat je als winkelier wel gek zou zijn om meteen met de uitverkoop te beginnen. Consumenten hebben tenslotte ook maanden binnen op hun geld gezeten, dus die duikelen waarschijnlijk als dartele koeien de restaurants en winkels in. Dan kopen ze echt wel, ook zonder korting."

Dat beaamt Zwijnenburg. "Als deze ellende achter de rug is, zullen consumenten de fysieke winkel weer oprecht gaan waarderen. Mensen zijn niet gemaakt om de hele dag eenzaam achter de computer te zitten. Winkels kunnen na de crisis weer volop voorzien in de menselijke behoefte aan ontmoetingsplaatsen, sociale interactie en gedenkwaardige ervaringen." Anticipeer daarop met een sterke collectie, bekwaam personeel en een nette en sfeervolle winkel, tippen de deskundigen. Moers: "Uitverkooprekken brengen alleen maar onrust in je zaak."

40 JAAR TERUG IN DE TIJD

Niet alle mode- en schoeneprofessionals staan achter het wettelijk aan banden leggen van de uitverkoop. Een kleine 10 procent van de stemmers op onze poll is tegen regulering (respectievelijk 65 van de 758 stemmers bij Textilia en 6 van de 76 stemmers bij Schoenvisie). Een van hen is Hans de Wit van mannenmodezaak Fabert de Wit in Hellevoetsluis. "Er is maar één partij die bepaalt of zij iets koopt of niet, en tegen welke prijs, en dat is de consument", zegt hij. "Het is aan ons om te zorgen dat die consument dat bij ons doet. Een uitverkoopwet zet ons 40 jaar terug in de tijd."

Retailers kunnen beter met hun leveranciers in gesprek gaan, tipt hij. "Wij hebben duidelijke afspraken met onze leveranciers over de geleverde collecties. Wanneer we artikelen afprijzen, tot wanneer we ze in de winkel laten hangen of het eventueel terugsturen van artikelen naar de merken. Het is echt beter om het zelf te regelen. Zo'n 25 procent van onze leveranciers denkt nu al met ons mee. Bijvoorbeeld door leveringen een paar maanden uit te stellen of een jaar door te schuiven. Met de helft zijn we in gesprek over een plan. Daar komen we wel uit; zij hebben ook even de tijd nodig om te bedenken wat ze moeten doen." Er is ook een groep leveranciers die niet van plan is bij te springen, zegt De Wit. "Zij zeggen: jammer, je weet wat de algemene voorwaarden zijn, dus kies zelf maar. Maar ik weet wel dat er straks een eindafrekening komt. Merken die zich rigide hebben opgesteld, daar gaan wij geen zaken meer mee doen."

HOE DOEN ZE HET IN BELGIË?

België heeft twee vaste uitverkoopperiodes per jaar, die bij wet zijn bepaald: de wintersolden (3 tot en met 31 januari) en de zomersolden (1 tot en met 31 juli). Daaraan gaat een zogenaamde 'sperperiode' van vier weken vooraf, waarin mode-, schoenen- en lederwarenretailers geen reclame mogen maken voor prijsverlagingen op hun producten. In Nederland klinkt de roep om een geregleerde uitverkoop om de klappen van de coronacrisis op te vangen. In België roepen sectororganisatie Mode Unie en ondernemersorganisatie Unizo de regering op de soldenperiode op te schorten tot 1 augustus. Ook willen ze de sperperiode direct laten ingaan als de winkels weer open mogen (in België zijn alle mode- en schoenenwinkels tot 6 april dicht, red.). Het is nog niet bekend of deze maatregel er ook door komt.

Het Belgische systeem is niet feilloos. In 2012 oordeelde een rechter dat de sperperiode in strijd is met de Europese regelgeving, omdat ze 'de consument het recht op informatie ontnemt'. Een ander punt is dat bepaalde vormen van afprijzing tijdens de sperperiode wel zijn toegestaan, zoals de koppelverkoop (korting bij afname van meerdere producten) en fluistersolden (korting geven zonder dit openlijk te communiceren). Ook gebrek aan handhaving is een probleem, stelt Mode Unie-directeur Isolde Delanghe. Toch is ze positief over het systeem. "De regeling is bedoeld om zelfstandige winkeliers te beschermen tegen stuntaanbiedingen van grote winkelketens voorafgaand aan de solden, en slaagt daar voor een deel ook in. De koppelverkoop-kortingen in de sperperiode zijn met 20 tot 30 procent beduidend lager dan de kortingen tijdens de solden (vanaf 30%). Daardoor kunnen retailers in deze periode alsnog een goede marge maken op hun producten."

Textilia Modevakblad
ongeveer een week geleden

Moet de uitverkoop vanwege de coronacrisis wettelijk geregleerd worden?

LEES OOK: OPROEP VAN MODEMERK: 'UITVERKOOP PAS VANAF 1 JULI'
<https://www.textilia.nl/oproep-uitverkoop-pas-vanaf-1-juli/>

91% JA

9% NEE

Deze poll is beëindigd. 758 stemmen

18 21 21

TAGS: Uitverkoop

SHARE: f t @

PREVIOUS ARTICLE

NEXT ARTICLE

YOU MAY ALSO LIKE

Gone giving.
ONDERNEMEN

IS GIVING TUESDAY HET ANTWOORD OP BLACK FRIDAY?

7 november 2019

NIEUWS

MANNEN ZIJN KOOPJESJAGERS TIJDENS DE SALE

11 december 2018

NIEUWS

RETAILERS SPREKEN ZICH UIT TEGEN BLACK FRIDAY: 'WIJ HEBBEN ONZE MARGES KNEITERHARD NODIG'

24 november 2017



MASSALE STEUN VOOR GEREGLIEERDE UITVERKOOP, MAAR HOE KANSRIJK IS DIT?

26 maart 2020



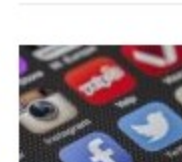
HOE DANTE6 MET DE CORONACRISIS OMGAAT

25 maart 2020



NAAR SCHATTING AL 20.000 WINKELS DICHT, THUISWINKEL.ORG WIL LANGERE RETOURTERMIJN EN MODE-ONDERNEMER MET CORONA WEER AAN HET WERK

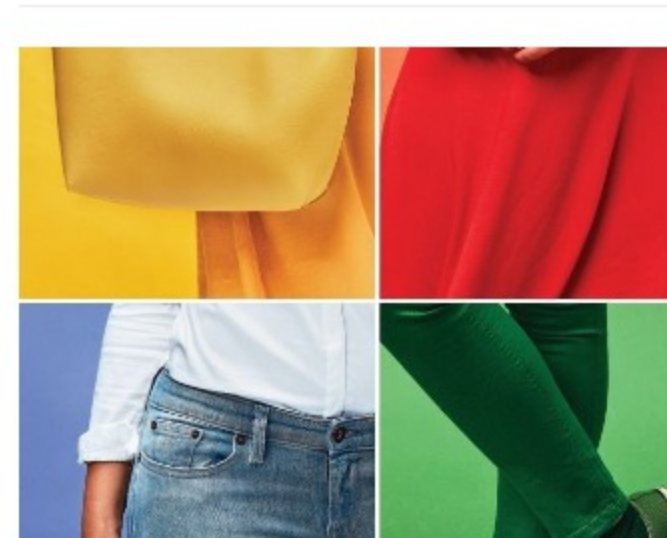
25 maart 2020



5 TIPS OM JE MODEVERKOOP TIJDENS DE CORONACRISIS EEN BOOST TE GEVEN

25 maart 2020

PARTNERS



MEER SUCCES MET JE WEBSHOP? POSTNL DOET MEER DAN BEZORGEN

21 maart 2020

VOLG ONS

f @ t