



Rabobank



Rabobank Cijfers & Trends Branchebarometer

Groothandel in textielproducten

Consumentenvertrouwen versus lenteweer

De omgeving voor de textielbranche is uitdagend. Zowel voor woningtextiel als mode zijn het barre tijden. De modebranche laat in het eerste kwartaal van 2014 een omzetsdaling van 1,1% zien ten opzichte van hetzelfde kwartaal in 2013. Het consumentenvertrouwen neemt langzaam toe, maar dit uit zich nog niet in een toegenomen omzetstijging. Voor groothandels is het belangrijk om aan de slag te gaan met de kansen in de markt en daarmee retailers te ontzorgen.

Perspectief

Groothandels in textielproducten zijn sterk afhankelijk van binnenlandse bestedingen en het consumentenvertrouwen. Ondanks voorzichtige signalen voor een economische verbetering, blijft het consumentenvertrouwen laag. In de supply chain zijn alle ketenpartners op zoek naar margeverbetering. Dit leidt tot grote concurrentie, met druk op de prijs en marge. Het koopgedrag van klanten wijzigt, zowel bij B2C als bij B2B. Dit doet een groot beroep op competenties en veranderingsbereidheid van ondernemers. De hybride consument is inmiddels niet meer weg te denken. Deze kiest voor een combinatie van high end labels en goedkopere labels. Een uitgekende merkstrategie is daarom vereist.

De langetermijnprognose voor de textielgroothandel is neutraal. Indien er door een bedrijf in de keten geen toegevoegde waarde wordt geleverd, is er geen perspectief en wordt het groothandelsbedrijf uit de keten geknipt. Het gaat om het creëren van macht in de keten, onder andere door een scherp onderscheidend vermogen. Het ontzorgen van afnemers door een uitgekend logistiek proces, voorraadbeheer, databeheer en het creëren van een aantrekkelijke collectie. Het traditioneel kanaaldenken is passé en geëvolueerd tot het multichannel aanbieden van producten en diensten. Dit vraagt om een gedegen omnichannelstrategie. De combinatie van clicks & bricks is daarbij succesvol. M-commerce wordt de nieuwe norm in de kledingbranche. De klant heeft behoefte aan service en advisering. Dit vraagt specifieke competenties van medewerkers. Open het vizier en ga opzoek naar interessante markten! Benut kansen door slim samen te werken met partners binnen én buiten de keten. Acteer snel en doeltreffend waar het moet. Duurzaam ondernemen is inmiddels een randvoorwaarde.



VOLUME



SENTIMENT



PROGNOSE

Trends

- Afnemers hebben behoefte aan aantrekkelijk assortiment en frequente collectiewisseling;
- Voorraadrisico en financiering van de keten verschuift naar groothandel;
- Invloed van social media op merkbeleving;
- Voorwaartse- en achterwaartse samenwerking in de supply chain;
- De hybride consument: combinatie van kleding uit het lage als het hoge segment.

Kansen en bedreigingen

- Samenwerking in de supply chain;
- Internationalisering van afzetmarkt en distributie;
- Omnichannel dienstverlening;
- Financiering in de keten;
- (Door)ontwikkelen van merken en private labels voor een duidelijke positionering;
- Toenemende regeldruk en eisen van afnemers op het gebied van duurzaamheid;
- Het imago van een merk wordt steeds meer bepaald via social media.

Blog door: Véronique Bulthuis, Sectormanager groothandel

Hand op de knip

Rinkelt bij u de kassa al? De zon schijnt, de eerste rokjesdag van het jaar komt eraan! Als een aangename föhn waait de voorjaarswind door de garderobe. De wintercollectie maakt plaats voor de fleur van het voorjaar. Goed nieuws voor bedrijven in de textielbranche. Of ervaart u dit anders?

De afgelopen paasdagen waren positief voor bouwmarkten, meubelboulevards en supermarkten. Gezellig naar buiten! Nieuwe plantjes, tuinmeubelen enzovoort. En ook een nieuwe outfit voor de paasdagen? Nee, daar wachten consumenten mee. De meest recente omzetcijfers voor de branche tonen in Q1 een min van 1,1% ten opzichte van 2013. Wacht de consument nu al op de uitverkoop?

U bent aan zet

Als u wacht op de consument bent u te laat! Tijdens mijn bedrijfsbezoeken ervaar ik te vaak dat het weer en de economische situatie als excuus worden gebruikt voor de dalende omzet. Er zijn kansen, en hiermee moet u aan de slag. Ontzorg uw klant met het samenstellen van een aantrekkelijke collectie. Help uw klant bij de inrichting van het online aanbieden van producten en diensten.

Geef advies en biedt service, bijvoorbeeld op de winkelvloer. Beleving en 'fun' zijn belangrijke items geworden. Enfin, noem maar op, zo kan ik nog wel even doorgaan!

Weerman of ondernemerschap

Voor groothandels in textiel is het essentieel om kortcyclisch te ontwerpen. Zorg dat u meer collecties per jaar levert. De klant verwacht dit. Plaats de behoefte van de finale klant en retailer centraal. Zorg voor een uniek onderscheidend vermogen ten opzichte van andere aanbieders.

De zon gaat voor u schijnen als u aan slag gaat. U hoeft niet steeds als een weerman of weervrouw naar de weersverwachting te kijken. Ik daag u uit. En heeft u hulp nodig, dan ben ik u graag van dienst.



Meer weten?

Bel of mail dan met Véronique Bulthuis
06- 23273335
V.D.Bulthuis@rn.rabobank.nl