



IN

# Branchervisie Mode & Schoenen 2025

2024 was een jaar van uitersten in onze branche. Ja, de gemiddelde omzet groeide, maar niet door meer verkochte stuks. De afzet was gelijk aan 2023, terwijl de gemiddelde verkoopprijzen stegen\*. De kostenstijgingen zetten het rendement onder druk en dat vraagt om aanpassingen in je verdienmodel. De ondernemers die in deze uitdagende maar kansrijke markt slagen, durven te kiezen, investeren en weten zich te onderscheiden.

## Meer dan een plek om producten te verkopen

Waar de ene ondernemer worstelt om het hoofd boven water te houden, sluit de ander het jaar af met een ruime plus. De sleutel? Durven (door)ontwikkelen. Dat is de reden dat we in 2024 het [INretail Ontwikkelprogramma](#) lanceerden. Succesvolle ondernemers hebben in ieder

geval één ding gemeen: ze schaven net zo lang aan hun businessmodel als een designer aan een nieuwe collectie. Ze sturen bij op kosten, optimaliseren marges en durven anders te denken. Niet langer (alleen) concurreren op prijs, maar op beleving, service en vakmanschap. De fysieke winkel leeft. Maar wel vooral bij retailers die meer zijn dan een plek om producten te verkopen. Het gaat om verhalen vertellen, expertise tonen en de klant verrassen.

## Data als kompas

Dé succesfactor? Data. Verzamel, analyseer en gebruik het om de juiste keuzes te maken voor jouw onderneming. Samenwerking is daarin geen optie meer, maar noodzaak. Zoek actief de verbinding met technologische partners en leveranciers om

je rendement te verbeteren en je bevoorrading te optimaliseren. Waarbij het bij dat laatste niet altijd gaat om meer, maar om slimmer. Zo zien we voorbeelden van ondernemers die met minder voorraad meer omzet weten te behalen.

Hoewel het misschien niet altijd zo voelt, is technologie je compagnon. Je hebt digitale innovaties nodig om efficiënt genoeg te kunnen werken. Automatiseer processen, maak werkzaamheden eenvoudiger en focus op wat echt telt: de beleving van de klant. Die bevindt zich inmiddels namelijk standaard in twee werelden: scrollend online en op je winkelvloer. Die twee moeten naadloos op elkaar aansluiten en allebei hetzelfde verhaal vertellen. Iedere interactie is een kans om je visie uit te dragen en je merk te versterken.



### **Van optioneel naar operationeel**

Een ander thema waar we niet meer omheen kunnen, is duurzaamheid. Toenemende wet- en regelgeving duwt de branche richting een hoognodige circulaire keten. Wie daar nu niet op inspeelt, wordt straks ingehaald. Neem het vanaf 2027 verplichte Digitaal Product Paspoort, dat vertelt waar het product uit bestaat, waar het vandaan komt en hoe je het kunt gebruiken, afdanken, hergebruiken of recyclen. Straks geen ver-van-je-bed-show meer, maar de dagelijkse realiteit. Slimme ondernemers bereiden zich nu voor. Groot modemerken of een gespecialiseerde schoenenzaak: elke stap richting duurzaamheid telt.

Partnerships zijn daarbij essentieel, en bovendien het nieuwe concurrentievoordeel. Word de ondernemer die niet alleen verkoopt, maar ook direct samenwerkt met fabrikanten of zelf creëert. Zoek leveranciers die méér zijn dan toeleveranciers: zoek partners met wie je een visie deelt. En wees kritisch: wat voegt deze partij echt toe aan jouw onderneming? Commitment is tweerichtingsverkeer. Gezamenlijke doelen, transparantie en de bereidheid om samen te groeien – dát is de toekomst.

Groeien doe je ook door open te staan voor het onbekende(re). Zoals de resell- en vintagemarkt, die explosief groeien – zowel online als offline. Zie dit niet als bedreiging, maar als kans om je businessmodel te verrijken. Integreer tweedehands of geef gebruikte producten nieuwe waarde door upcycling, met repair services, huurmodellen of buy-back programma's.

### **Het begint in de winkel**

Op de arbeidsmarkt overheerste in 2024 vooral schaarste, maar de balans lijkt langzaam terug te komen. Dat kan het makkelijker maken om medewerkers te vinden, maar kwantiteit is niet alles. Kwaliteit blijft de échte onderscheidende factor als je waarde wilt toevoegen aan jouw organisatie. En dat is een serieuze uitdaging met de dalende interesse van jongeren in een carrière in de retail. INretail pakt de handschoen op met de landelijke campagne 'Het begint in de winkel', waarmee we het imago van de sector willen versterken om zo nieuwe medewerkers aan te trekken. Ook lanceren we in 2025 een campagne met aandacht voor een inclusief personeelsbeleid, waarin we een oplossing zien voor de arbeidsmarktcrisis. Iedereen verdient

immers een gelijke kans. Ongeacht achtergrond, beperking of persoonlijke omstandigheden. Lokaal kun jij als ondernemer de beweging in gang zetten. Werk bijvoorbeeld met stagiaires: niet als goedkope arbeidskrachten, maar als toekomstige ambassadeurs van het mooie retailvak. Investeer in hen. Laat ze in jouw bedrijf meelopen, deel je passie en bouw aan een lokaal netwerk met praktijkleiders. Elk gesprek, elke stage is een kans om talent te inspireren. De toekomst van retail begint in de winkel. En die toekomst ben jij.

### **Heb je hulp nodig bij jouw voorbereiding op die toekomst?**

Vragen over hoe je je rendement kunt verbeteren of met jouw winkel kunt inspelen op de ontwikkelingen in digitalisering en duurzaamheid? Neem contact met ons op: samen komen we verder.



**Julian Aarts**

Branchespecialist Mode & Schoenen  
06 304 707 22  
[jaarts@inretail.nl](mailto:jaarts@inretail.nl)  
[www.inretail.nl](http://www.inretail.nl)

*\*Bronnen: CBS, INretail Marktmonitor*



KONINKLIJKE  
INRETAIL