

VOORUITBLIK → MET DE COMPLIMENTEN VAN DE CONSUMENTEN ANDERS GAAN

De crisis verandert ons koopgedrag ingrijpend, toch als de recessie nog even aanhoudt. Samen met trendwatcher Herman Konings (www.next.be) overlopen we hoe u dit jaar uw geld (niet) zult besteden. Als u dan zo goed wilt zijn om u hier een beetje aan te houden, dan zal eind dit jaar blijken dat we er niet zo ver naast zaten met onze voorspellingen. **TOM HEREMANS**

IN

1

Weg met wegwerp

De ongeveer duizend Belgische schoenmakers die nog bij hun leest zijn gebleven, zullen zich dat de komende tijd niet beklagen. De laatste maanden is hun omzet tot twintig procent gestegen. De consument denkt twee keer na voor hij nieuw schoei-aanschaf, en brengt zelfs spotgoedkope schoenen voor herstelling naar de schoenmaker.

Eenzelfde trend valt waar te nemen in andere niches van de kledingbranche. Veritas ziet de verkoop van kleefkatoen, knopen en ritsen merkwaardig snel toenemen. De consument vindt weer dat het de moeite loont om ietwat versleten kleren te herstellen in plaats van ze meteen te vervangen. Als kleren dan toch aan vervanging toe zijn, overwegen mensen sneller dan vroeger de stap naar kringloopwinkels, tweedehandsboetieks en vintagewinkels.



© hh

2

Hamburger met frieten

Een gebrek aan rechtlijnigheid maakt zich van het volk meester in periodes van economische crisis, zeker in het voedingspatroon.



© rr

Enerzijds zijn we geneigd gezond voedsel aan de bron te gaan halen (groenten en fruit rechtstreeks bij de boer) of het zelf te gaan kweken in de moestuin (Aveve rules!). Anderzijds kiezen we voor witte producten in de supermarkt en trekken we massaal naar eethuizen van bedenkelijk gezondheidsalooi, zoals daar zijn: het frietkot en de hamburgertent. Quick en McDonald's gaan gouden tijden tegemoet, fabrikanten van cholesterolpillen evenzeer.

Nog dit: iedereen schaft zich weer een thermos aan, om met één welgemikte kan opgegoten koffie de dag door te komen. De espressopads blijven in de winkelrekken liggen.

3

Gedeelde smart

Als we het niet meer alleen kunnen betalen, laten we anderen meebetalen. Op vakantie, bijvoorbeeld, zijn naast de betere campings (*glampings*, haha!) ook de grote stijlvolle villa's voor meerdere gezinnen erg in trek. Dat past trouwens mooi in de trend van (re)socialiseren met vrienden en kennissen (zie ook: de gezellige Wii-spelconsole) en dat is meegenomen. Ook luxe zijn we steeds meer bereid te delen: vroeger bestond *timesharing* alleen voor vakantiewoningen, nu ook – en veel beter georganiseerd – voor zeiljachten, klassieke auto's, paarden, noem maar op. Ook akkiefietjes zoals een Vuitton-schoudertas of juwelen kun je tegenwoordig

sharen, of gewoon een weekje huren. Sites als fractionallife.com en bagborroworsteal.com gaan een



© vuitton

mooie toekomst tegemoet, als de recessie aanhoudt. En nu we toch op het internet zitten: onlinewinkels worden nog populairder: de consument, slimmerik die hij is, heeft door dat hij daar impulsaankopen beter kan bedwingen.

UIT

1

Overbodige luxe

Ook in tijden van crisis wil een mens zichzelf en zijn geliefden al eens verwennen, maar die geliefden moeten toch niet meer te veeleisend zijn. Een dure fles Brunello, tot daar, maar een duur flesje parfum, dat ligt al moeilijker. Chanel heeft enkele weken geleden een dure glittershow afgeblazen en kondigde aan tweehonderd mensen te zullen ontslaan. Dat nieuws veroorzaakte een schok in het, toegegeven, nogal wufte wereldje van de luxegoederen. Ook de luxeconcerns LVMH (van onder meer Louis Vuitton) en Richemont (van onder andere Cartier) zakten de moed en de aandelenkoers in de

stijlvolle schoenen. Alain Remarq van juwelen- en parfumconglomeraat Mauboussin vatte het onlangs puntig samen in *Le Figaro*: 'De tijd van exclusieve hebberdingetjes is voorbij. We keren terug naar tijden van redelijkheid, fatsoen en discretie.'



© cartier

2

De zwaartekracht wint



© pn

De plastische chirurgie is de laatste jaren uitgegroeid van een stiefmoederlijk behandelde niche in de gezondheidszorg tot een mega-industrie in overdrive. Gedaan daarmee. In de VS, de bakermat van het esthetische slagerswerk, geven plastisch chirurgen te kennen dat hun agenda grote witte gaten vertoont, en dat was lang geleden. De bestellingen voor borstimplantaten lopen terug, de verkoop van botox keldert. IJdelheid is een van de eerste slachtoffers van de crisis: wie de buikriem aanhaalt, heeft geen liposuctie nodig.

3

Binnenkort in uw huiskamer

De bioscoop zal het moeten ontgelden. Een gezinsuitje naar de film kost meer dan een film kopen op dvd, daar wil een mens al eens op besparen. Veel mensen hebben trouwens net voor de crisis een heuse homecinema in huis gehaald, inclusief beamer en subwoofer-dolbyluidsprekers, dat treft. En wie thuis cinemaatje speelt, spaart vervoer- en kinderopaskosten uit. Dvd's huren is overigens zó 2008. De bieb heeft een heel mooi en gratis aanbod.

Ook om peperdure popconcerten lopen we dit jaar in een wijde boog heen, maar de kleintjes blijven we ontzien: voor een bezoek aan Plopsaland zijn we bereid een boterham met choco minder te eten.

© edm

