

Jeansketens in opmars

26-02-2008 00:00

Er verschijnen steeds meer jeansketens in de Nederlandse winkelstraten. Dat blijkt uit gegevens van marktonderzoeker GfK, zo schrijft het Algemeen Dagblad vandaag.

Formules als America Today, Men at Work, De Rode Winkel, Levi's en Five Pocket groeien flink. De verkoop van de spijkerbroeken gaat dan ook hard; vorig jaar werden bijna tien procent meer spijkerbroeken verkocht dan het jaar ervoor.

Volgens Harry Bijl, branchemanager mode bij Mitex, zijn een grote groep jonge klanten bereid veel geld neer te leggen voor een spijkerbroek. Zij dragen daarmee flink bij aan het succes van de jeansketens. "Vaak betalen zij de spijkerbroeken van hun zakgeld. Dat krijgen ze toch wel, ongeacht hoe de vlag van de economie erbij hangt. Daarom zijn jeanszaken minder gevoelig voor schommelingen in de economie."

Een andere reden van de succesvolle jeansketens zijn vernieuwende concepten van winkels en de manier waarop zij inspelen op de wensen van de klant, meent Bijl. Score is een keten die voortdurend met vernieuwing bezig is. "Wij kunnen met ons merk Chasin' alle kanten op", vertelt Simone Nass van Score. "Zo laten we sinds november 2007 een Japanse Selvage denim maken, een jeans in gelimiteerde oplage gemaakt van plantaardige indigo."