

Meer concurrentie voor modezaken van andere branches

21-10-2014 00:00

Consumenten kopen bovenkleding steeds vaker in branchevreemde segmenten als supermarkten en drogisterijen. Waar consumenten in de periode juli 2013 tot en met juni 2014 in totaal minder uitgaven aan bovenmode, zagen sommige van deze segmenten de uitgaven per koper juist stijgen. Dat blijkt uit gegevens van onderzoeksbureau GfK.

Het totaal aantal kopers van bovenmode in Nederland steeg in deze periode met één procent, terwijl de totale uitgaven met vier procent terugliepen. Supermarkten zagen het aantal kopers met liefst achttien procent stijgen. In totaal kocht twaalf procent van de consumenten tussen juli 2013 en juni 2014 bovenkleding in een supermarkt. De totale uitgaven aan bovenmode in supermarkten groeiden met vier procent, waarmee deze branche goed is voor twee procent van de totale omzet.

Een verklaring voor de forse stijging kan het wereldkampioenschap voetbal zijn, zegt onderzoeksdirecteur Joop Holla. "Naast de Roy Donders juichpakken en de jurkjes bij Albert Heijn pakten ook bierfabrikanten als Heineken en Bavaria uit met oranje bovenkleding."

Consumenten zijn volgens GfK steeds meer bereid om kleding buiten modezaken om te kopen. Zo trokken drogisterij- en parfumerieketens tussen juli 2013 en juni 2014 twaalf procent meer bovenmodekopers dan een jaar eerder. De totale uitgaven stegen vijf procent, berekent GfK. Bij bouwmarkten nam het aantal kopers met tien procent toe, maar liepen de uitgaven met hetzelfde percentage terug. Dit kan volgens het onderzoeksbureau te maken hebben met een assortimentsverdieping van bouwmarkten.

Daarnaast kochten ook meer consumenten bij markten (vier procent) en warenhuizen (één procent). De totale uitgaven aan bovenmode liep bij markten met vijf procent terug, terwijl warenhuizen drie procent meer omzet in bovenmode boekten.