

Het mag een maatje meer zijn

15-01-2016 09:59

Jeans Centre breidt zijn collectie uit met grote maten. Dames kunnen vanaf dit jaar bovenmode van het merk Image shoppen tot maat XXL en heren die van Pilot tot 3XL. Ook de jeanscollectie van Garcia voorziet in grote maten.

De modeketen ziet een trend naar mode en jeans in grote maten. En de retailer lijkt gelijk te hebben. Meer dan een derde van de kopers van damesbovenmode heeft een plus size, blijkt uit het Plus Size onderzoek van [GfK](#) in 2015. Hierbij is het koopgedrag van 5521 vrouwen geanalyseerd, waarvan 1913 vrouwen met maat 44 en groter.

Belangrijke doelgroep

Zo'n twee miljoen kopers van damesbovenmode heeft confectiemaat 44 en groter. Daarvan heeft 24 procent maat 44 en 46 en dertien procent maat 48 of groter; nog altijd zo'n zeventhonderdduizend kopers. Daarbij zijn vrouwen met plus size-maten goed voor 32 procent van alle bestedingen in de markt voor damesbovenmode. De groep met maat 48+ is goed voor negen procent van de totale markt.

Er komt steeds meer aanbod. Oók voor jongeren. Zo introduceerde Bestseller het plus size damesmodelabel Junarose, heeft Mango haar Violeta-lijn, biedt River Island vanaf maart 2016 – alleen online – een plus-collectie en introduceert luxemerk Marina Rinaldi aankomende zomer plus size merk Persona.

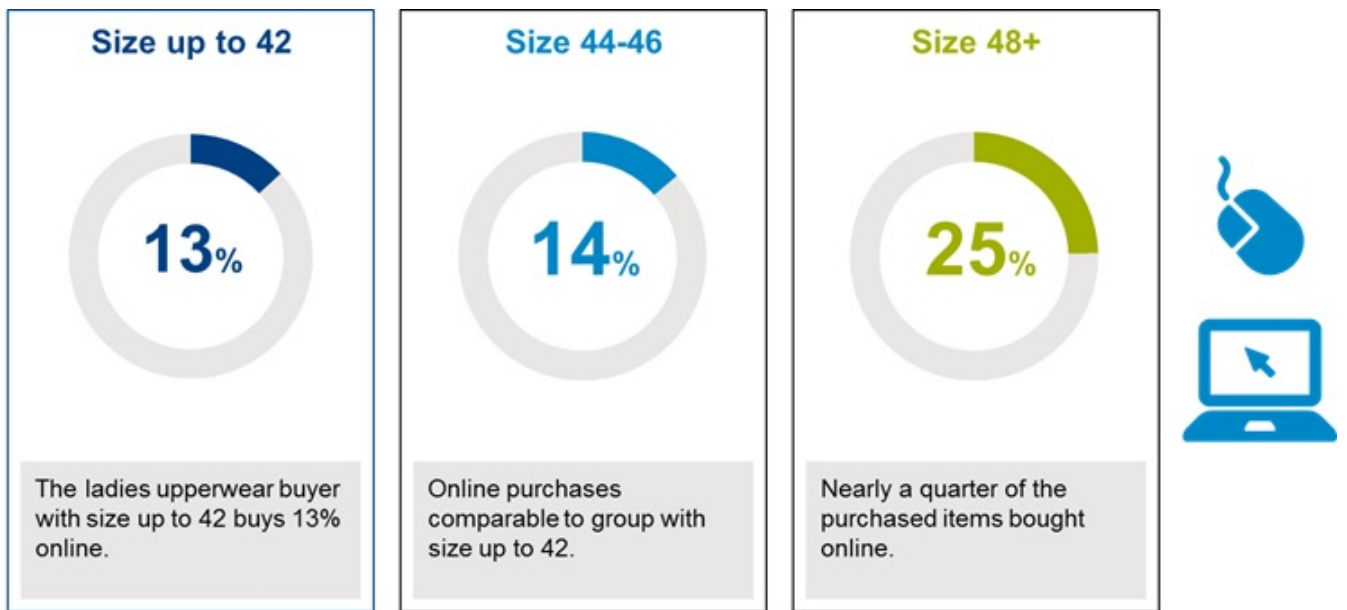
Damesmodeketen Norah – met een aanbod tot maat 48 – breidt dit jaar flink uit. In het eerste kwartaal van 2016 komen er vier nieuwe winkels in het zuiden van het land bij, naast de twintig vestigingen in het noorden van Nederland. Onderscheidend van winkels dezelfde maatrang is de snelle collectiewisseling. Norah maakt haar eigen collecties, waardoor de winkels wekelijks van nieuwe items voorzien kunnen worden.

Voor River Island voelt het als 'het juiste moment' om de maatrang uit te breiden, zegt marketing directeur van River Island Josie Roscop tegen Vogue. Uiteindelijk draait alles om mode. "Een plus size-collectie hoeft niet geheel anders te zijn, maar het moet vooral passen", voegt model Candice Huffine, boegbeeld van de collectie, toe.

Ook Jeans Centre koos ervoor om geen aparte plus size-collectie te maken, maar de reguliere collectie met grote maten uit te breiden. "Wij vinden het belangrijk dat onze collectie voor iedereen toegankelijk is, dus ook voor mensen met een plus size. Wij willen daarom geen onderscheid maken met aparte collecties", aldus ceo Peter Berg.

Vooraf online

Maar waar koopt de plus size doelgroep haar kleding het liefst? Niet in de speciaalzaak, zegt het GfK. 'Hier ligt een mooie kans voor dit kanaal van zelfstandige retailers.' Waar ze wel shoppen? Online. Webshops en postorderbedrijven zijn populairder onder vrouwen met maat 48+ dan onder vrouwen met kleinere maten. Ook blijkt uit het onderzoek dat vrouwen met grote maten bovengemiddeld kopen bij de grote ketens, maar juist relatief weinig kopen bij (multi)brandstores en warenhuizen. Over de motieven om online te kopen kan GfK op basis van het rapport geen uitspraken doen. Voor het eerste Plus Size-onderzoek zijn respondenten niet ondervraagd, maar is gebruik gemaakt van analyses van het geregistreerde koopgedrag.



De meeste merken lijken rekening te houden met het online koopgedrag. Zo heeft Mango twee Violeta-plus size winkels geopend, maar wordt de collectie verder alleen online verkocht. Ook River Islands grote maten zijn alleen online verkrijgbaar. Jeans Centre gaat voor een aantal geselecteerde winkels en de webshop. Winkels die de plus sizes niet fysiek in de winkel hebben, kunnen deze via een online scherm aanbieden aan de klant. De klant krijgt de artikelen dan kosteloos thuisgestuurd.

Het is duidelijk dat de consument niet langer is aangewezen op traditionele grote maten-merken. En zelfs haute couture is om: afgelopen september liep er voor het eerst een 'plus size'-model mee op de catwalk in New York.

