

Gray Label test abonnement op kinderkleding

15-10-2019 16:22



Het Amsterdamse Gray Label ontwikkelt een abonnement op kinderkleding. De service bestaat uit een pakket van vier, acht of twaalf stuks kleding, die ingewisseld kunnen worden wanneer het kind er bijna uitgegroeid is.

Het abonnement wordt gelanceerd in 2020 en is bedoeld voor kinderen van nul tot één jaar. “Op die leeftijd groeien kinderen het hardst”, verklaart eigenaresse Emily Gray, die het concept ontwikkelde vanuit een duurzaamheidsgedachte, aan RetailNews. De kleding uit teruggestuurde pakketten wordt eerst gereinigd op een ‘zo ecologisch mogelijke manier’ en dan klaargemaakt voor de volgende klant.

Op dit moment wordt de abonnementsservice getest met een kleine groep ouders en kinderen. “We willen eerst voelen en testen waar de behoeftes liggen en waar we het concept kunnen bijschaven.”

Mogelijk wordt het concept later uitgerold naar andere leeftijden en andere landen, vertelt Gray. “Met name wegens logistieke redenen hebben we ervoor gekozen het eerst klein aan te pakken.” Gray Label is met 200 verkooppunten wereldwijd vooral in Duitsland en Amerika populair. Gray: “Ik verwacht dat de abonnementsservice redelijk rap buiten de grenzen zal treden.”