

Telegraaf, donderdag 02 december 2010

Eén op de drie modewinkels verkoopt bont

Ruim één op de drie modewinkels in Nederland verkoopt artikelen met daarin bont verwerkt of artikelen geheel van bont. Dat blijkt uit een onderzoek uitgevoerd door Goos Marketing Research onder 176 winkel- en filiaalbedrijven, die gezamenlijk bijna 1000 modewinkels in Nederland vertegenwoordigen.



Foto: Morgan Grunefeld

Aan het onderzoek namen winkels deel in damesmode, herenmode, kinderkleding en sportkleding. In al deze marktsegmenten wordt bont verkocht.

Het totaal aantal verkochte artikelen met bont in 2009 wordt geschat op circa 590.000 stuks verkocht door circa 4600 verkooppunten. Voor 2010 schat Goos Marketing Research de toename van de bontverkoop in Nederland op 10 tot 15 procent.

Vooraf konijn

In de mode met daarin bont verwerkt is konijn de meest voorkomende bontsoort, gevolgd door wasbeerhond en vos. In de mode geheel vervaardigd van bont is wederom konijn de meest voorkomende bontsoort en nerts een goede tweede.

“Dit verbaast ons allerminst”, aldus Ron Haarman, woordvoerder van het Nederlands Bont Instituut. “Het gaat om een maatschappij brede trend die zichtbaar is in alle marktsegmenten en voor alle doelgroepen. Van ‘streetwise’ mode voor jongeren tot de ultra chique van de PC Hoofdstraat. Wat opvalt in het onderzoek is dat de modewinkels die al bont verkopen ook volop vertrouwen hebben in de toekomst van die verkoop”.

Imago verbeterd

De detaillisten werd tevens gevraagd naar het imago van bont onder hun consumenten. Volgens de detaillisten die bont verkopen heeft liefst 86 procent van de consumenten een neutrale of positieve houding tegenover het kopen en dragen van mode met bont (48 procent neutraal en 38 procent positief). Meer dan de helft van de detaillisten is van mening dat het imago van bont de laatste jaren is verbeterd.

De detaillisten verklaren de verbetering van het imago van bont door het grote aanbod van bont in het modebeeld, de verminderde weerstand tegen bont en de toegenomen transparantie over de herkomst.

‘Dit sluit goed aan bij wat wij zien’, aldus Ron Haarman. ‘Internationaal en nationaal vernieuwen topontwerpers en merken telkens weer het beeld van bont. In Nederland bijvoorbeeld Viktor&Rolf, Mart Visser, Frans Molenaar en Claes Iversen maar ook tientallen anderen van een geheel nieuwe generatie. Ook de introductie van het Origin Assured en het Furlab label is een grote stap voorwaarts geweest. Dit label garandeert dat het bont afkomstig is uit landen waar goede dierenwelzijnsregelgeving van kracht is’.