



KAUPAN LIITTO

Klädmarknaden och konsumentens köpstig

Jaana Kurjenoja

[Axplock](#) ur undersökningen.

Hela undersökningen är tillgänglig på Finsk Handels webbplats för medlemmar kauppa.fi under rubriken Tutkimukset (på finska).



Innehåll

Trender inom konsumenthandeln med kläder nu och i en nära framtid	2
Bakgrund till utredningen	6
Klädmarknadens storlek, struktur och tillväxtprognos	11
Konsumentens köpkorg 2018 i en internationell jämförelse	18
Köpen i Finland per kläd- och skotyp samt prognos 2023	24
Köpställena för kläder och skor – april 2018–mars 2019	33
Köpställena för sportmode (idrott, motion och friluftsliv) – april 2018–mars 2019	42
De till omsättningen största fackhandlarna för kläder och sport, webbutikerna för mode och webbutikerna för sport	51
Köpstigen för kläder – april 2018–mars 2019	56
Köpstigen för sportmode – april 2018–mars 2019	69
Källor	82

[Axplock](#) ur undersökningen.

Hela undersökningen är tillgänglig på Finsk Handels webbplats för medlemmar kauppa.fi under rubriken Tutkimukset (på finska).

Bakgrund till utredningen

Axplock ur undersökningen.

Hela undersökningen är tillgänglig på Finsk Handels webbplats för medlemmar kauppa.fi under rubriken Tutkimukset (på finska).

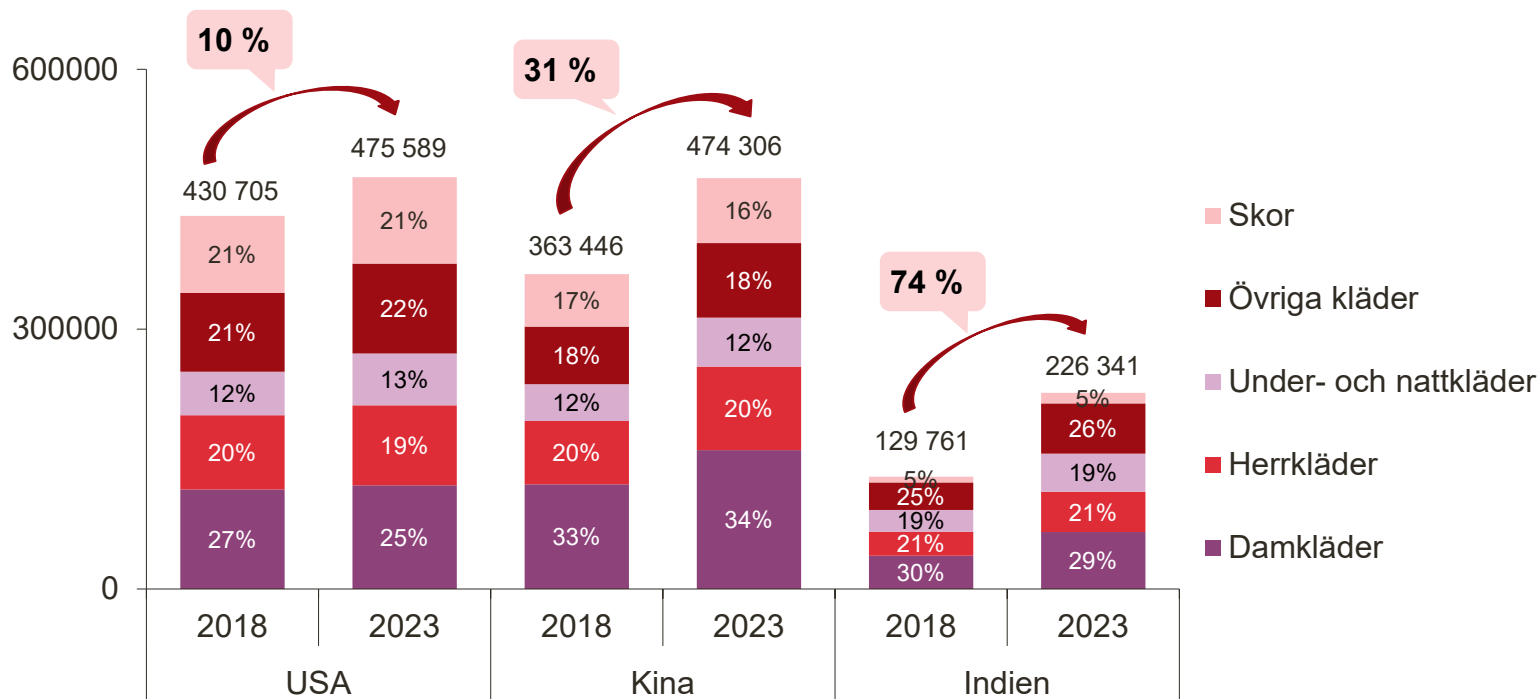


Bakgrund till utredningen: varför och hur?

- Försäljningen inom fackhandeln med kläder växte i Finland senast år 2012. Finsk Handel ville som stöd för hela klädbranschen utreda storleken av marknaden för kläder, prognoserna för marknadens utveckling och hur konsumenterna köper kläder och skor i Finland.
- En ytterligare avsikt var att utreda köpandet av och köpställena för sportmode eftersom sportmode är en av de starkaste trenderna inom kläder och mode just nu.
- Statistiken och prognoserna i utredningen bygger på Statistas databaser (Consumer Market Outlook, Digital Market Outlook, Global Survey och eCommerceDB), Finlands officiella statistik (FOS) som Statistikcentralen producerar och på företagsinformation som sökts med hjälp av Vainu.io.
- De avsnitt som redogör för konsumenternas köpstig bygger på två urvalsbaserade konsumentenkäter som TNS Kantar gjorde i mars–april 2019. För konsumentenkäternas undersökningsupplägg och för planeringen av enkätformulären ansvarar Jaana Kurjenoja, chefsekonom på Finsk Handel.
 - TNS Kantar ansvarade för att utforma urvalen och samla in informationen.
 - Den första konsumentenkäten undersökte köpstigen för kläder och skor och de mest använda butikerna. Urvalet bestod av 1 525 finländare från fastlandet i åldersgruppen 15–79 år. Urvalets struktur motsvarar befolkningens struktur.
 - Den andra konsumentenkäten undersökte köpstigen för sportmode (sportiga kläder och skor) och de mest använda butikerna. Urvalet bestod av 2 019 finländare från fastlandet i åldersgruppen 15–79 år. Urvalets struktur motsvarar befolkningens struktur.
 - Enkäterna genomfördes i den internetstödda svarspanelen Gallup Forum.

USA är den största marknaden för kläder, men tillväxten i Kina och Indien är väldigt stark

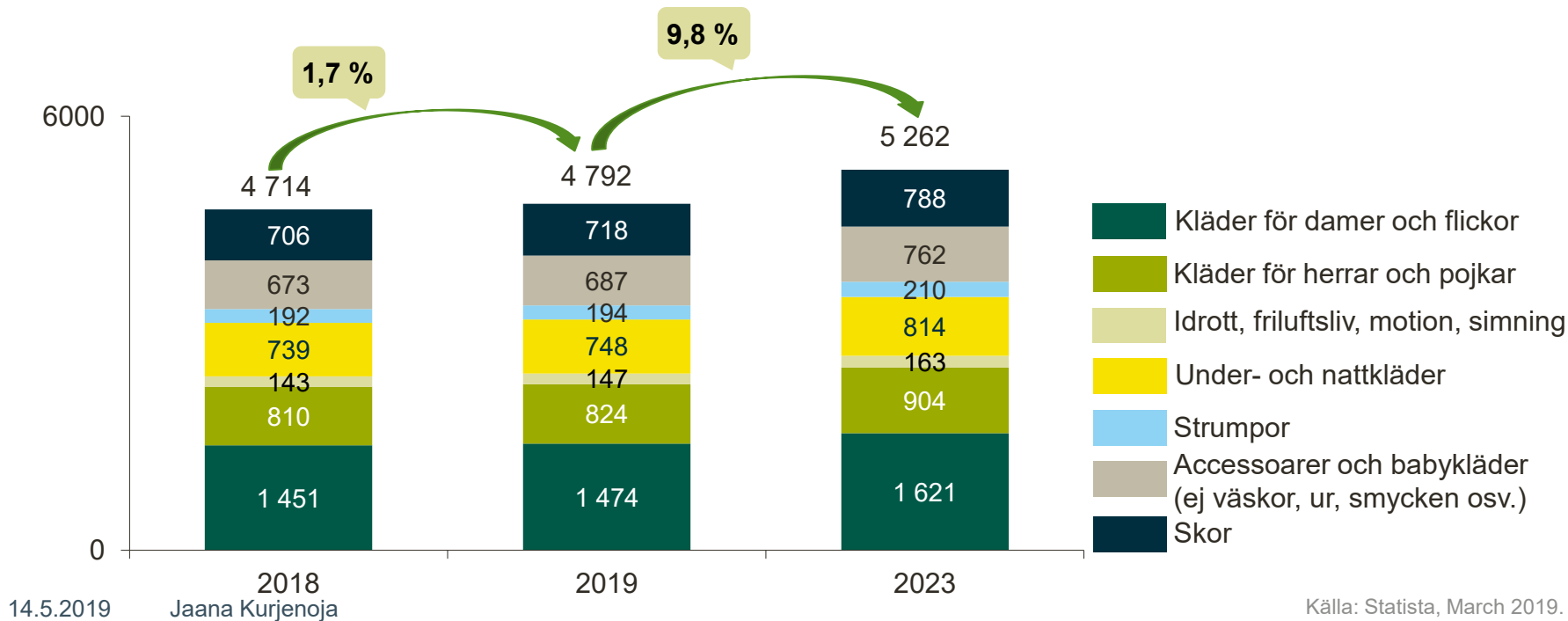
Utvecklingen av klädköpen på de största marknaderna 2018–2023, milj. USD



Köpen av kläder i euro i Finland ökar i genomsnitt med två procent varje år fram till 2023

Konsumenternas köp av kläder och skor sammanlagt, cirka 4,7 mrd euro 2018 (inkl. moms)*

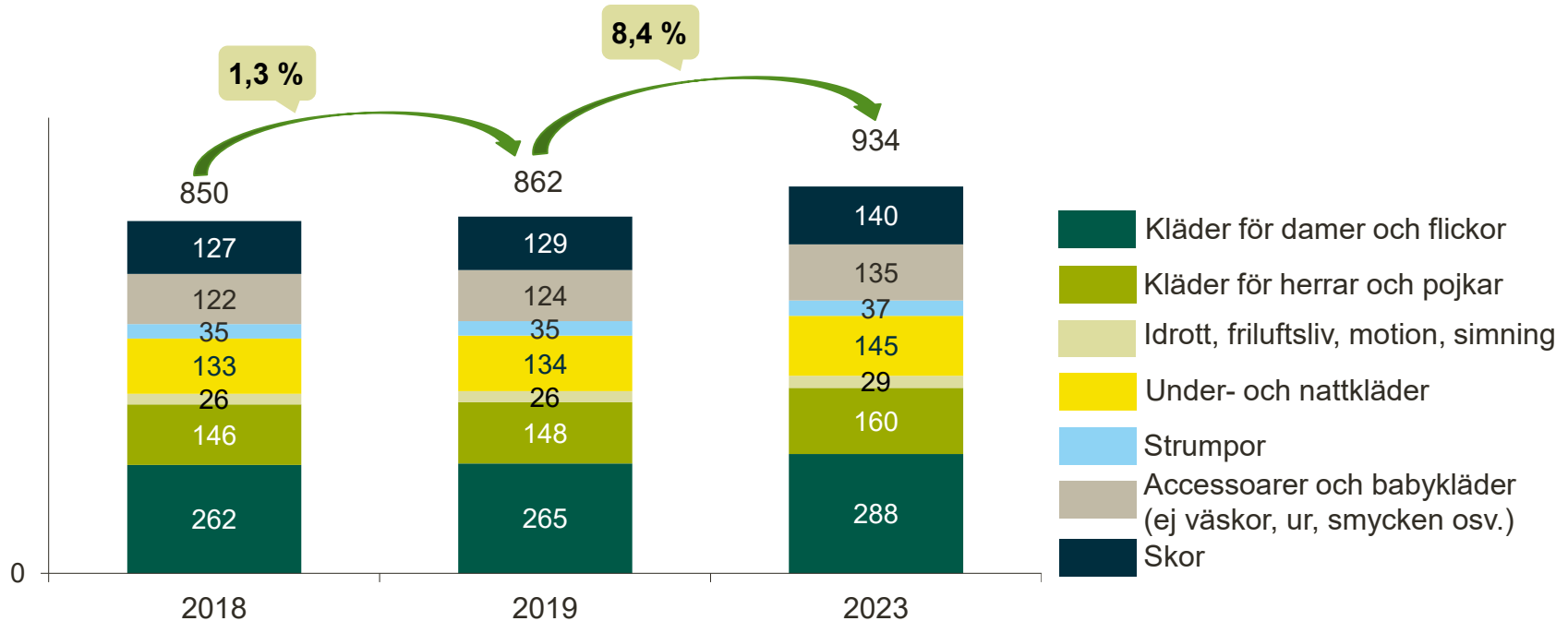
*Innehåller inte hyrning, tvättertjänster, sytillbehör, klädtextiler o.d.



Konsumenternas årliga köpkorg växer i genomsnitt med cirka två procent varje år fram till 2023

Konsumenternas genomsnittliga köp av kläder och skor per år, cirka 850 euro 2018 (inkl. moms)*

*Innehåller inte hyrning, tvätteritjänster, sytillbehör, klädtyger o.d.





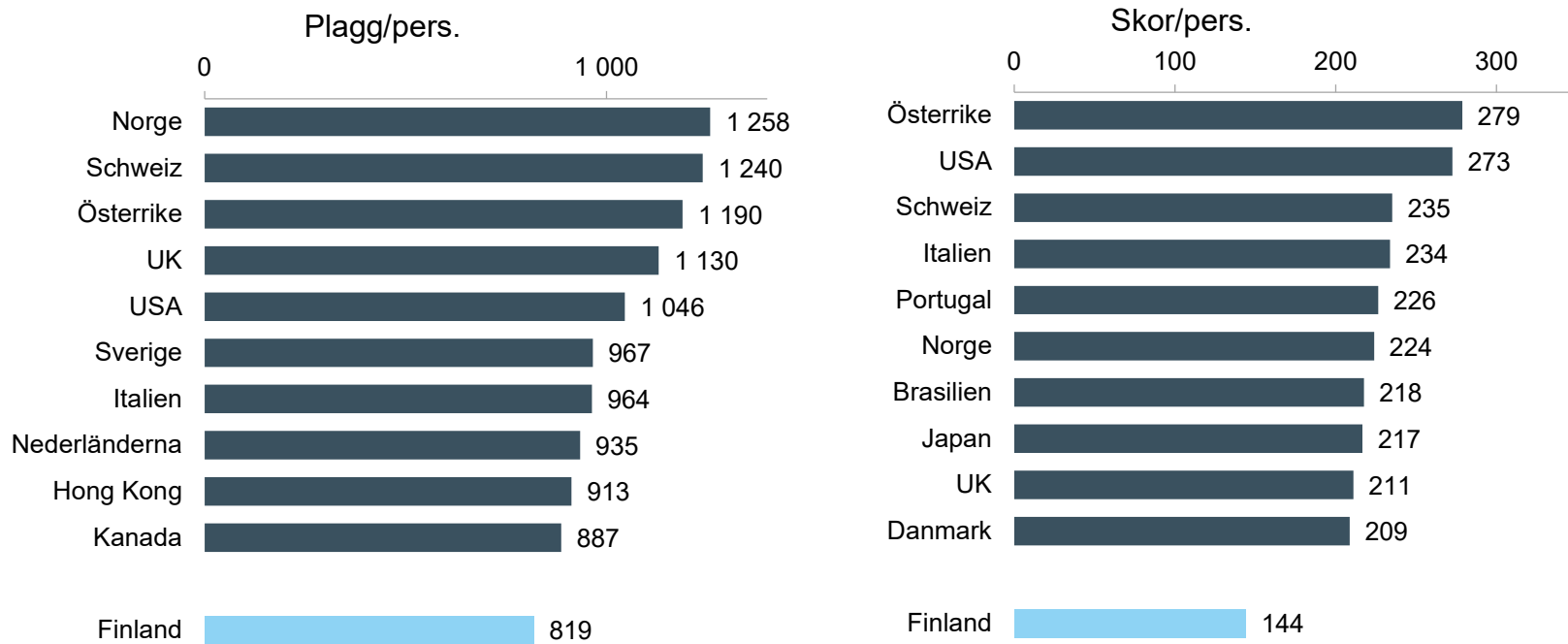
Konsumentens köpkorg 2018 i en internationell jämförelse

Axplock ur undersökningen.

Hela undersökningen är tillgänglig på Finsk Handels webbplats för medlemmar kauppa.fi under rubriken Tutkimukset (på finska).

I Europa har köpkorgen för kläder och skor ett högt värde – beroende antingen på innehållet eller på priserna

Den genomsnittliga konsumtionen av kläder och skor /pers. år 2018, USD





Köpställena för kläder och skor samt för sportmode

- April 2018–mars 2019

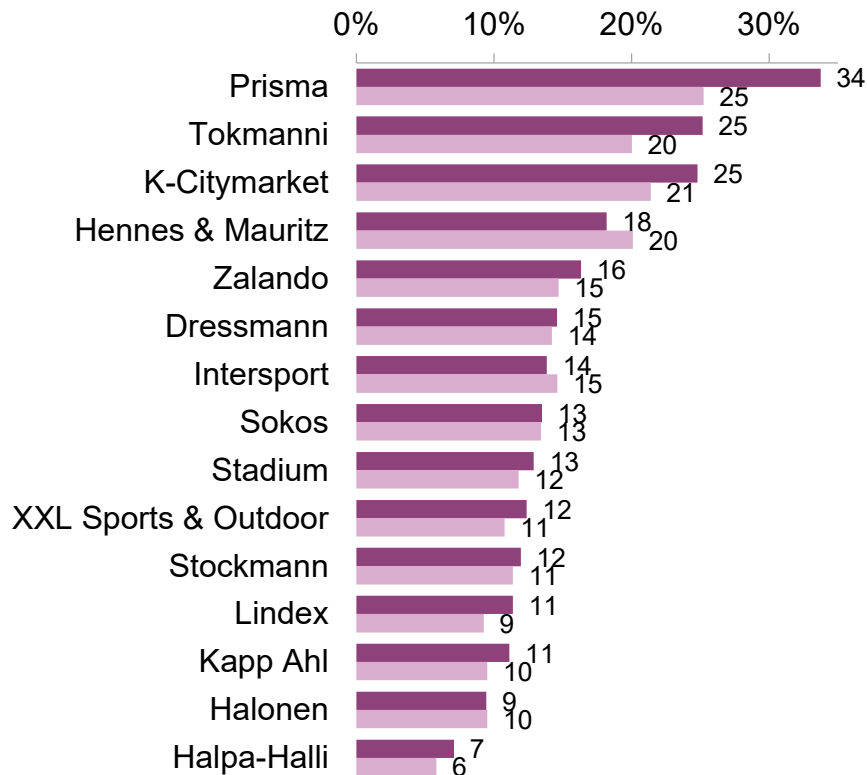
Axplock ur undersökningen.

Hela undersökningen är tillgänglig på Finsk Handels webbplats för medlemmar kauppa.fi under rubriken Tutkimukset (på finska).

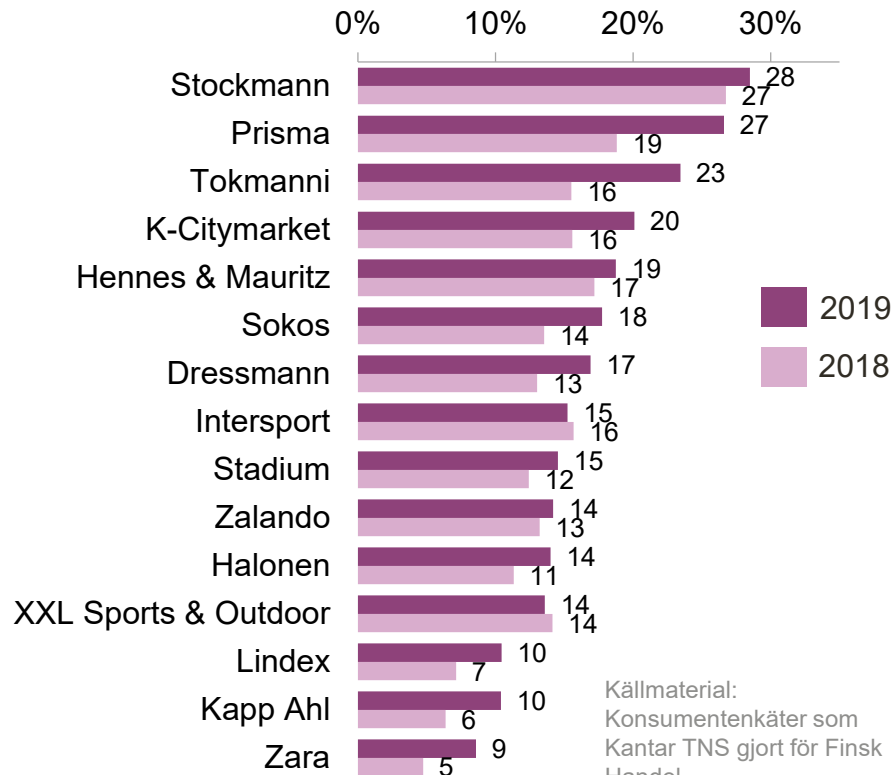
Stormarknaderna har förstärkt sin ställning som säljare av kläder

15 butiker som finländarna använt mest, % av kunderna har köpt under året

Hela landet



Huvudstadsregionen



Källmaterial:
Konsumentenkäter som
Kantar TNS gjort för Finsk
Handel.



Köpstigarna för kläder och sportmode

- April 2018–mars 2019

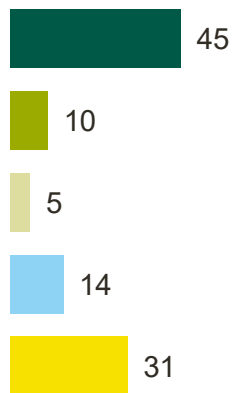
Axplock ur undersökningen.

Hela undersökningen är tillgänglig på Finsk Handels webbplats för medlemmar kauppa.fi under rubriken Tutkimukset (på finska).

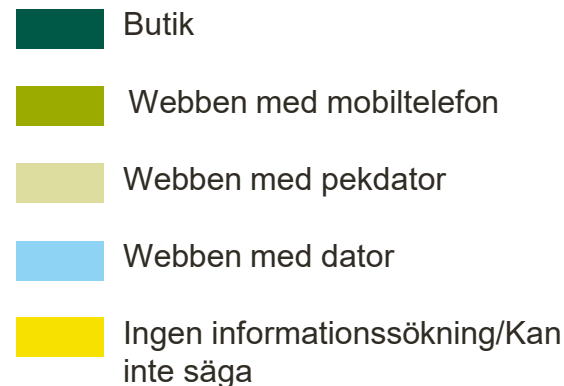
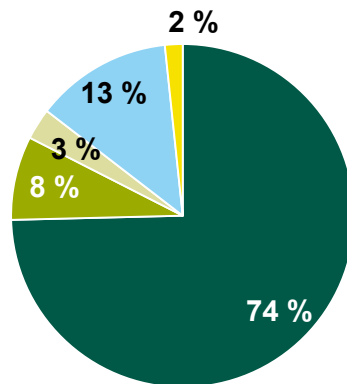
Den fysiska butiken är fortfarande den viktigaste kanalen när det gäller att söka information och att köpa kläder, men hela en fjärdedel av alla köp görs numera digitalt

Kanalerna för anskaffning av information som stöd för köpbeslutet och köpkanalerna för kläder och skor
Vilka kanaler använde personen för att skaffa information och i vilken kanal gjorde personen sitt senaste köp? April 2018–mars 2019

Kanalerna för informationssökning före det senaste köpet



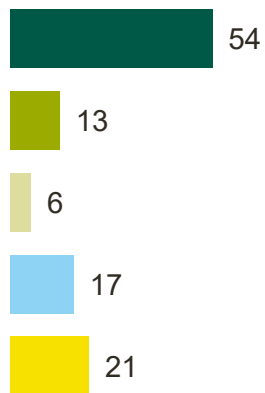
Köp



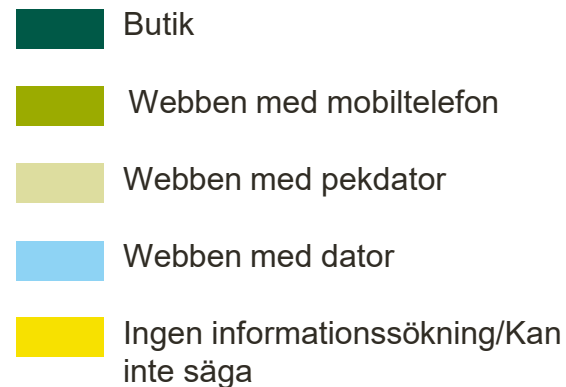
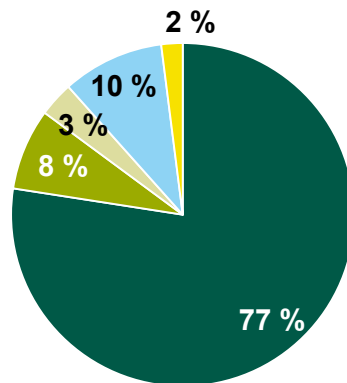
Konsumenter som vill köpa sportmode söker mer information än konsumenter som vill köpa annat mode – butiken är starkare som köpställe

Kanalerna för anskaffning av information som stöd för köpbeslutet och köpkanalerna för sportmode
Vilka kanaler använde personen för att skaffa information och i vilken kanal gjorde personen sitt senaste köp? April 2018–mars 2019

Kanalerna för
informationssökning före det
senaste köpet



Köp



Källor

Statista, 2019: Consumer Market Outlook.

Statista, 2019: Digital Market Outlook.

Statista, 2019: Global Survey.

Statista, 2019: databasen eCommerceDB.

Statistas övriga databaser.

Statistikcentralen, 2019: Nationalräkenskaperna.

Dessutom konsumentenkäter som utförts på uppdrag av Finsk Handel och som Finsk Handel planerat:

Kantar TNS; De mest använda butikerna för köp av kläder och konsumentens köpstig, mars–april 2019.

Kantar TNS; De mest använda butikerna för köp av sportmode och konsumentens köpstig, mars–april 2019.

Sökning av information från öppna källor och databaser, t.ex. Patent- och registerstyrelsen:

Sökmotorn Vainu.io.

[Axplock](#) ur undersökningen.

Hela undersökningen är tillgänglig på Finsk Handels webbplats för medlemmar kauppa.fi under rubriken Tutkimukset (på finska).



Mer information:

Jaana Kurjenoja

chefsekonom

Finsk Handel

jaana.kurjenoja@kauppa.fi

tfn 040 820 5378

