



Belangrijkste resultaten Modeonderzoek 2017

1. Heel veel Belgen zijn bezig met mode, ook mannen!

Het is opvallend hoe belangrijk mode is voor heel wat Belgen:

- 6 op 10 van de Belgen vindt het belangrijk om er steeds tip top uit te zien.
- 45% denkt dat hij/zij aanzien wordt als heel stijlvol.
- 1 op 3 zegt heel erg geïnteresseerd te zijn in mode.
- Net iets meer dan de helft van de Belgen zegt ook spontaan te houden van shoppen.
- 56% vindt het ook belangrijk dat bij een outfit alles op elkaar is afgestemd.
- 39% zegt een eigen kledingstijl te hebben die herkenbaar is.

Hoewel we zien dat mode en kleding iets is waar vrouwen meer mee bezig zijn dan mannen, is het opvallend hoeveel mannen ook meer en meer bezig zijn met mode, stijl en kleding.

Zo zien we dat bovenstaande zaken ook gelden bij heel wat mannen:

- 56% van de mannen vindt het belangrijk om er steeds tip top uit te zien
- 37% geeft aan dat hij wel van shoppen houdt.
- 31% zegt een eigen kledingstijl te hebben
- net iets meer dan de helft van de mannen (51%) vindt het belangrijk om een volledige outfit op elkaar af te stemmen.



Ook mannen geven aan erg geïnteresseerd te zijn in mode, zij het heel wat minder dan vrouwen (17,8% versus 42% bij de vrouwen).

		Totaal	Mannen	Vrouwen
Ik vind het belangrijk om er steeds tiptop uit te zien	Akkoord	60,60%	55,90%	65,00%
Ik hou van shoppen.	Akkoord	47,90%	37,10%	58,20%
Anderen zien mij als een stijlvol persoon.	Akkoord	44,40%	37,80%	50,60%
In welke mate bent u geïnteresseerd in mode?	Heel erg	30,30%	17,80%	42,10%
Voor een speciale gelegenheid (feestdagen, huwelijk, geboorte, communie...) koop ik een nieuwe outfit.	Akkoord	68,40%	53,70%	82,40%
Ik vind het belangrijk dat alles op elkaar is afgestemd: schoenen, horloge, riem, broek...	Akkoord	56,40%	51,50%	61,00%
Ik heb echt een eigen kledingstijl waar mensen mij aan kunnen herkennen.	Akkoord	38,60%	31,20%	45,60%

Bron: iVOX, Creamoda Modeonderzoek 2017, N= 2000

De grootste verschillen situeren zich vooral op het vlak van **speciale gelegenheden**. Die gelegenheden zijn voor 82% van de vrouwen het ideale excuus om een nieuwe outfit te kiezen, terwijl slechts 54% van de mannen dan aangeven iets nieuws te kopen.



2. Belgische modemerken niet bekend, Belg haalt een onvoldoende op de kennisvragen over Belgische mode

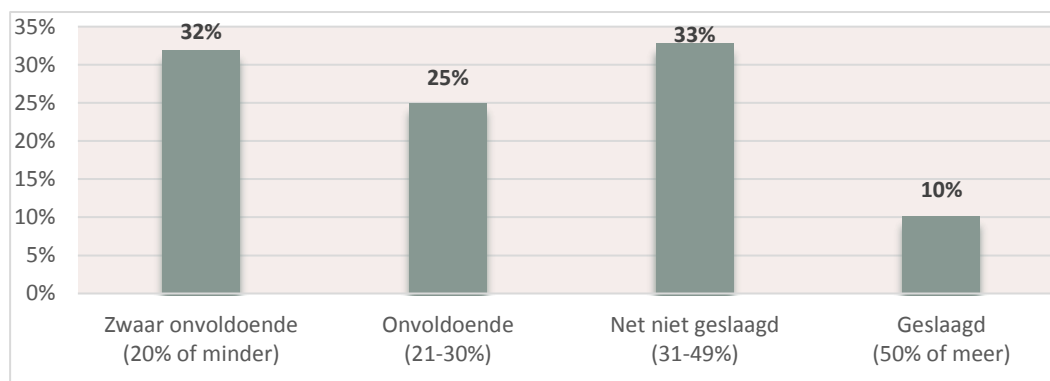
Bijna 2 op 3 Belgen geeft spontaan aan geen enkel Belgisch kledingmerk te kennen, en de Belg slaagt er ook niet in om Belgische merken op te noemen als we er naar vragen. Vaak worden zelfs bekende internationale merken zoals Zara en H&M eerder vermeld dan de echte, meer bekende Belgische merken.

Ook als we een aantal Belgische merken voorleggen aan de consument weet deze niet juist aan te geven of deze Belgisch zijn of niet. De Belgische merken waar de Belg al het meest heeft over gehoord en dus bekend voor staan om Belgisch te zijn, zijn volgens het onderzoek o.a. [Dries Van Noten](#), [Caroline Biss](#), [Natan](#), [Essentiel](#), [Eskimo](#), [Mayerline](#), [Terre Bleue](#), [Marie Jo](#), [PrimaDonna](#), [Woody](#) en [Xandres](#).

In het onderzoek werden eveneens een aantal kennisvragen gesteld over de Belgische modesector in het algemeen, alsook over de verschillende leden van Creamoda, de Belgische modedefederatie.

De resultaten tonen duidelijk aan dat er nog heel wat werk is aan die kennis: gemiddeld scoorde de Belg **3 op 10**. Jongeren, hoger opgeleiden en vrouwen scoren iets beter, maar blijven gemiddeld ondermaats. Slechts 10% van de Belgen haalt een voldoende score.

Overzicht van de scores op de kennisvragen.



Bron: iVOX, Creamoda Modeonderzoek 2017, N= 2000

En de Belg weet dit zelf ook: 84% van de ondervraagde Belgen is akkoord met de stelling dat ze eigenlijk niet goed weten welke kledingmerken nu Belgisch zijn of niet.

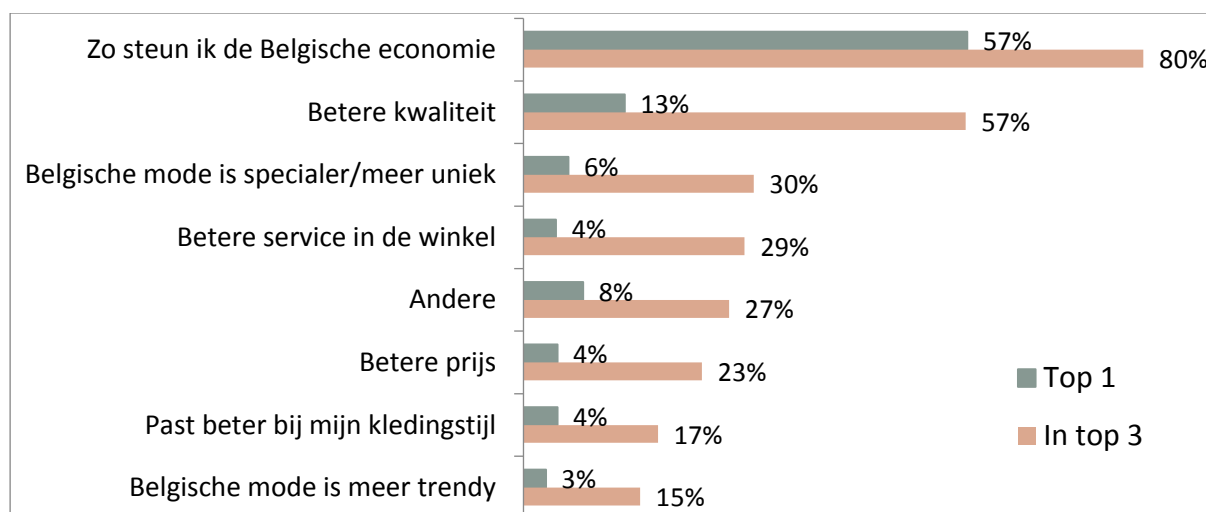
3. Belgische mode: wel positief beeld bij velen, maar nog veel werk aan de winkel voor Creamoda en de sector

Toch zitten er in de studie een aantal **belangrijke mogelijke hefboomen voor de Belgische mode-industrie**:

- 38% van de Belgen geeft aan nu al heel vaak Belgische merken te kopen.
- Bijna de helft van de mensen zegt voorkeur te geven aan Belgische merken (46%)
- Niet minder dan 70% van de Belgen vindt dat er te weinig Belgische merken vertegenwoordigd zijn in het winkelstraatbeeld.

De reden? Belgisch kopen doen Belgen uiteraard om **de Belgische economie te steunen (80%)**, maar daarnaast ook omwille van de **betere kwaliteit 57% en uniekere stijl (30%)**.

Waarom overweegt u om Belgische merken te kopen? (meerdere antwoorden mogelijk)

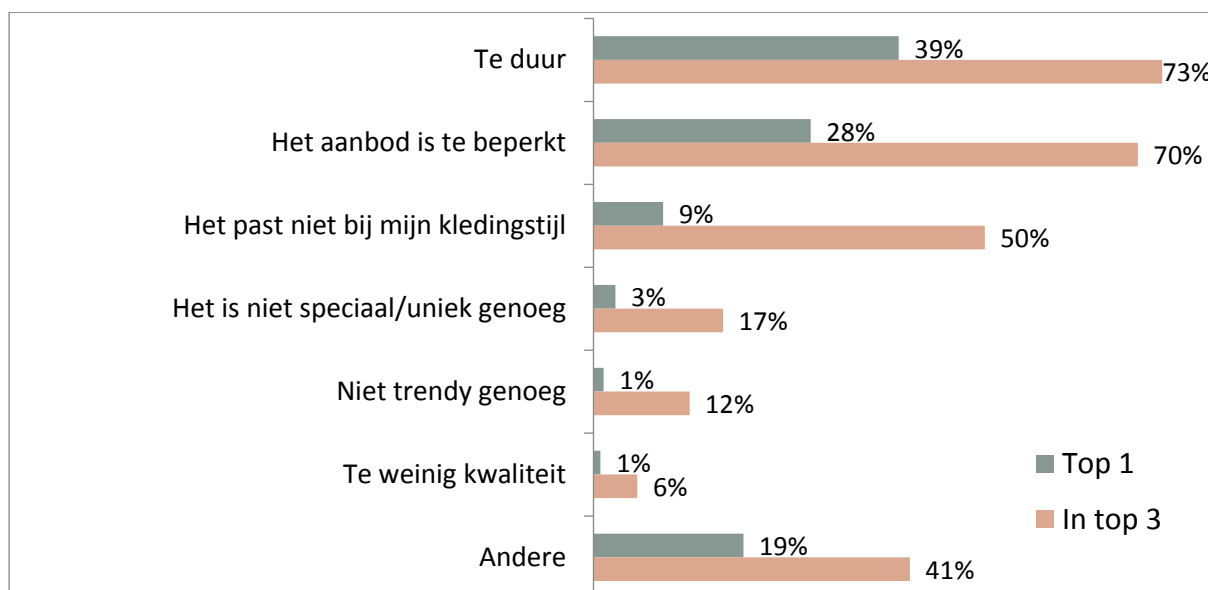


Bron: iVOX, Creamoda Modeonderzoek 2017, N= 2000

Toch is er nog heel **veel werk voor Creamoda en de sector**, niet alleen op vlak van de kennis (zie hierboven), maar ook omdat slechts 19% aangeeft op dit moment specifiek op zoek te gaan naar Belgische merken. 36% is zelfs bereid meer te betalen voor Belgische merken.

De perceptie van prijs en vooral dat het aanbod als beperkt wordt ingeschat, zijn de belangrijkste redenen waarom mensen op dit moment aangeven geen Belgische merken te kopen.

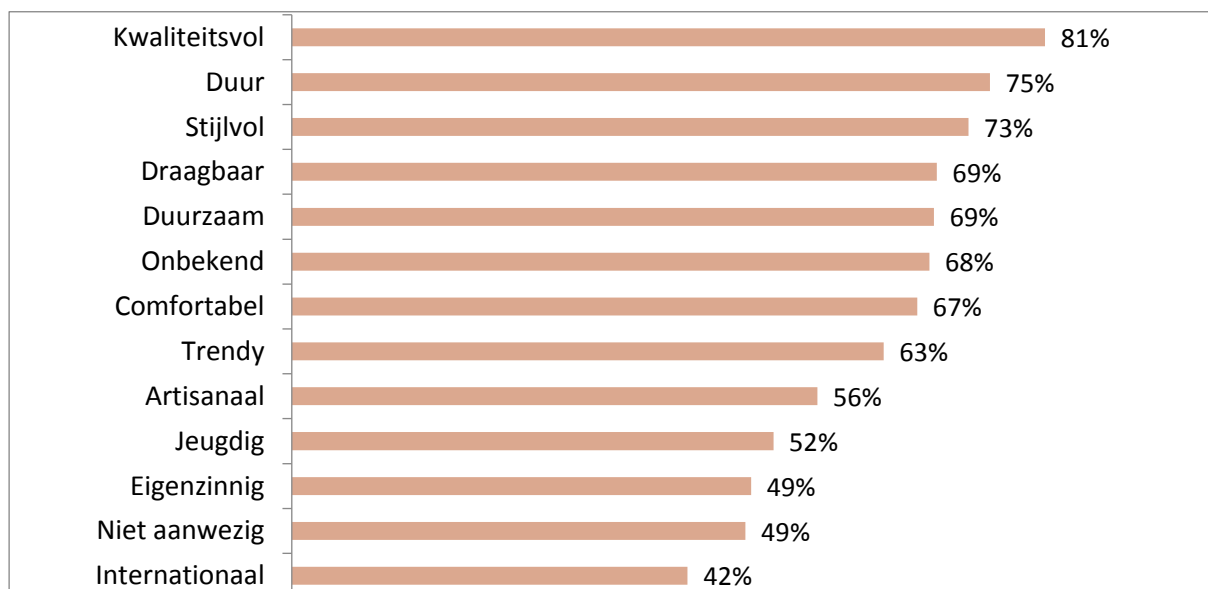
Waarom overweegt u niet om Belgische merken te kopen?



Bron: iVOX, Creamoda Modeonderzoek 2017, N= 2000

Toch zien we over het algemeen wel **heel wat potentieel voor Belgische mode**: zo associëren de mensen Belgische mode het meest met **kwalitatief (81%), stijlvol (73%) en comfortabel (67%)**

Welke kenmerken associeert u met Belgische mode?



Bron: iVOX, Creamoda Modeonderzoek 2017, N= 2000



Van de mensen die aangeven geen totale onbekende te zijn van Belgische mode zien we vooral dat ze **Belgische mode**:

- Beschouwen als een echt internationaal **kwaliteitsmerk** (78%)
- **Specialer** vinden dan internationale merken (63%)

De **#ikkoopBelgisch-campagne** is nog niet erg bekend onder de Belgen: slechts 1 op de 10 heeft er al van gehoord, en minder dan 1 op de 20 zegt een sticker gezien te hebben. Ongeveer de helft van de Belgen kent de **#ikkoopBelgisch-campagne** niet, maar wil ze wel graag leren kennen en geeft aan meer geneigd te kopen in winkels waar duidelijk zichtbaar aangegeven staat dat ze er Belgische mode kunnen kopen.

De idee om Belgische kleding meer te **promoten** via een duidelijk label/vermelding vindt zelfs 84% van alle Belgen een uitstekend idee!

Een belangrijke uitdaging is de **online aanwezigheid**: op de vraag of Belgische merken te weinig online te verkrijgen zijn weet 52% geen antwoord, maar opvallend: van de 48% die een mening hebben denkt 37% dat dit veel te weinig is.



4. Over smaken en kleuren... de verschillende type Belgen op vlak van (Belgische) mode

Op basis van de antwoorden op de verschillende vragen hebben we de Belg ingedeeld in verschillende types.

Dit doen we door te kijken naar twee dimensies:

- De mate waarin mensen **bezig zijn met mode**, kleding, shoppen in het algemeen
- De **relatie van mensen tot de Belgische mode**: de kennis, de attitude,...

Zo kunnen we **4 duidelijke types** onderscheiden:

1) De Belfashionista: I love Belgian Fashion!

Ongeveer 25% van de Belgen kunnen we omschrijven als echte Belfashionista's: zij houden van mode in het algemeen, en Belgische mode in het bijzonder en zijn er ook erg in thuis. Ze houden van shoppen als ontspanning en Belgische mode is leuk omdat het hip, trendy en kwaliteit is.

2) De internationale fashionista: fashion like the stars

Ongeveer 15% van de Belgen is een fashionista die graag bezig is met mode, maar minder geneigd is om Belgisch te kopen of minder interesse heeft in Belgische mode. Ze laten zich meer inspireren door grote internationale sterren en merken en kijken veel minder naar de Belgische mode.

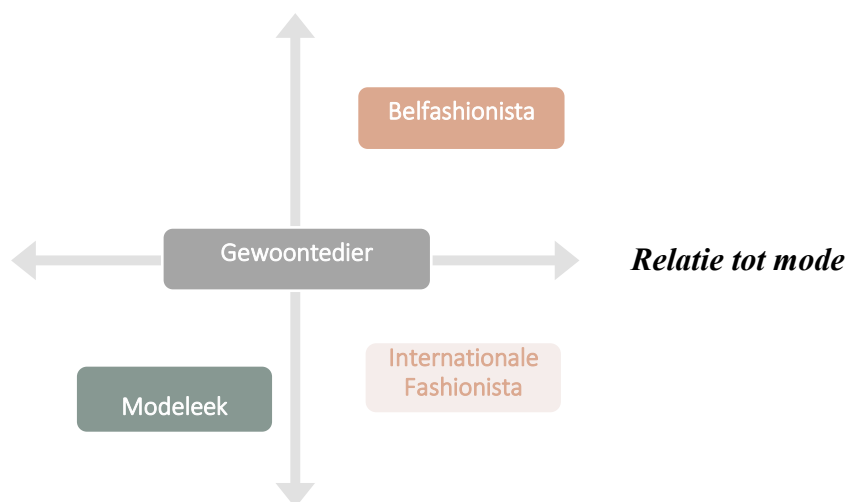
3) Het gewoontedier: play it safe

Ongeveer 40% van de Belgen is op modevlak eerder een gewoontedier. Ze worden niet warm of koud van mode dus spelen ze op safe en houden ze het bij wat ze gewoon zijn. Belgische mode is daarom vaak onbekend terrein.

4) De modeleek: just not that in to fashion

Ongeveer 20% van de Belgen is een modeleek: mode zegt hen niets en ze hebben ook meestal niet de ambitie om dat te veranderen shoppen is eerder een opgave dan een leuke activiteit en gebeurt erg doelgericht.

Relatie tot Belgische mode



	Totaal	man	vrouw	<= 34	35 - 54	55 +
Belfashionista	24,70%	21,70%	27,60%	16,70%	24,30%	31,60%
Internationale Fashionista	15,30%	9,50%	20,80%	20,80%	16,90%	9,00%
Gewoontedier	40,90%	47,30%	34,80%	41,70%	38,80%	42,70%
Modeleek	19,10%	21,50%	16,90%	20,80%	20,00%	16,80%

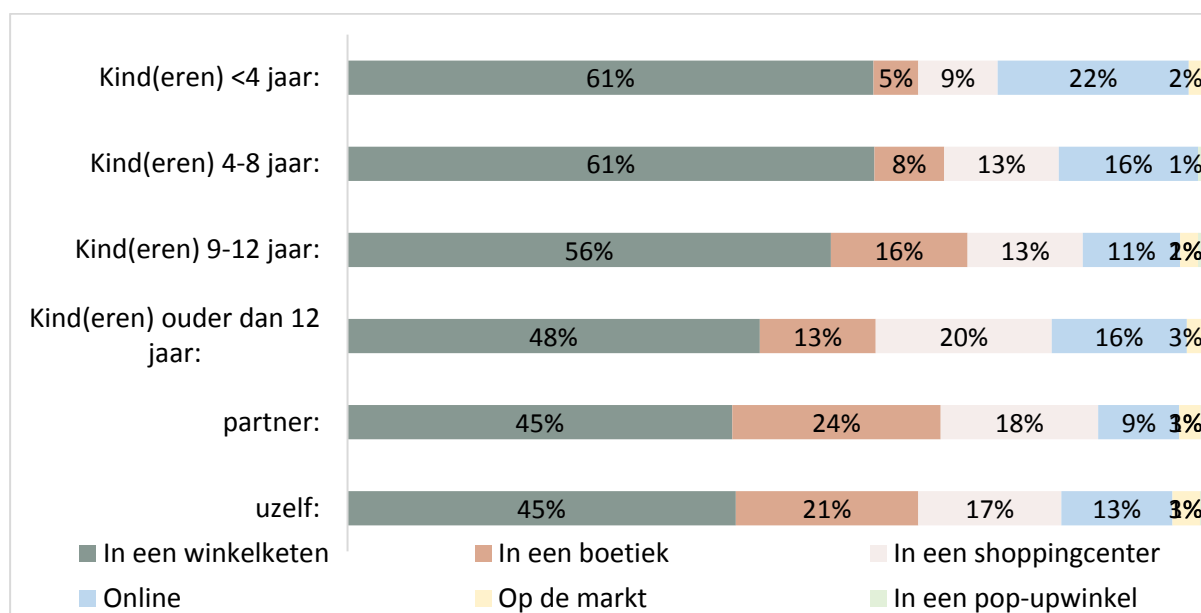
Overzicht van de verdeling van de types naar geslacht en leeftijd:

5. De shoppende Belg in kaart gebracht

Heel wat Belgen **houden** van shoppen: 39% gaat minstens 1 keer per maand shoppen voor zichzelf. Een klein gedeelte haat shoppen: 8% gaat minder dan 1 keer per jaar shoppen voor zichzelf.

Als men gaat shoppen dan is dat heel vaak in een **winkelketen**.

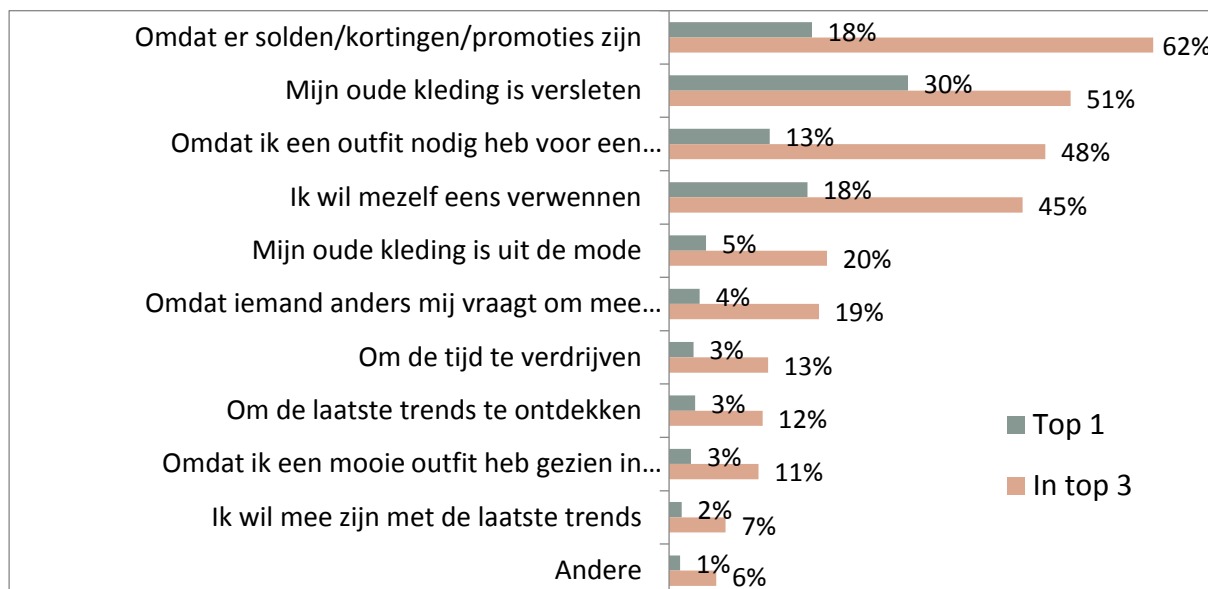
Waar gaat u shoppen voor?



Bron: iVOX, Creamoda Modeonderzoek 2017, N= 2000

De **aanleiding** om te gaan shoppen kan heel divers zijn, al zijn solden/promoties heel erg belangrijk. Daarnaast zien we duidelijk meer instrumentele redenen die belangrijk zijn: versleten kleding, of een speciale gelegenheid enerzijds en anderzijds gewoon meer emotioneel: jezelf eens goed verwennen.

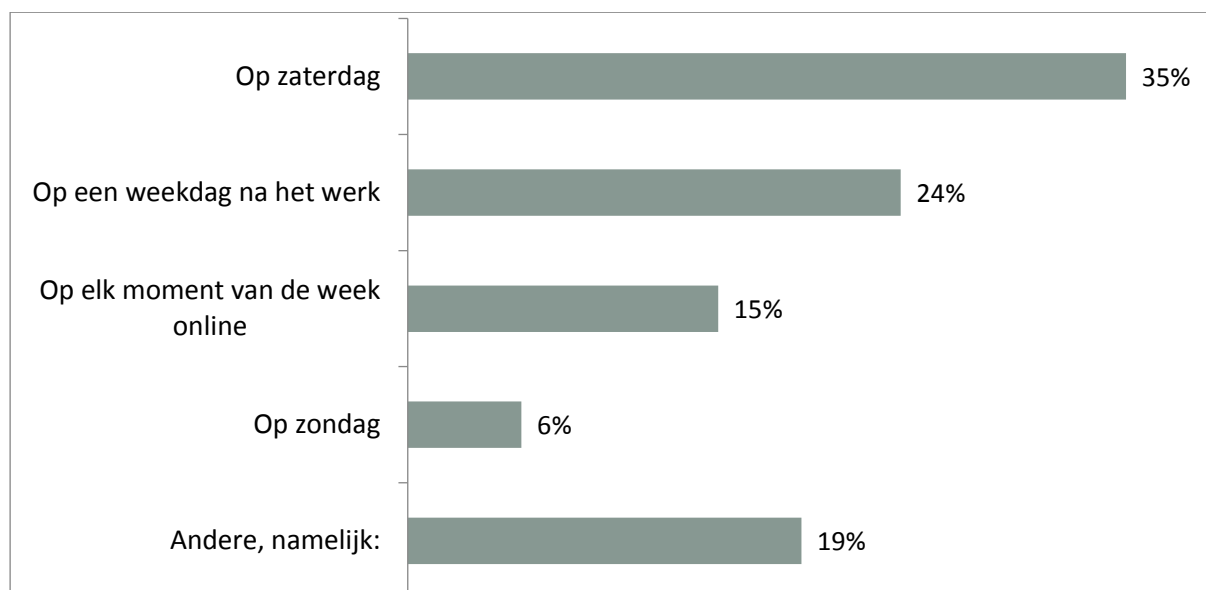
Wat zijn voor u de belangrijkste redenen om te gaan shoppen voor kleding?



Bron: iVOX, Creamoda Modeonderzoek 2017, N= 2000

De favoriete dag om te shoppen is uiteraard zaterdag (35%), al is het opvallend dat veel mensen ongetwijfeld toch ook de zaterdagdrukte proberen te vermijden. 24% vindt een weekday na het werk ideaal om snel nog kleding te kopen.

Wanneer gaat u het liefst shoppen?



Bron: iVOX, Creamoda Modeonderzoek 2017, N= 2000

Ook op het vlak van **online** shoppen zien we grote verschillen tussen de Belgen: ongeveer 1 op 3 geeft aan nooit kleding online te shoppen, een groot gedeelte doet het eerder uitzonderlijk, maar 7% doet het dan weer hoofdzakelijk online. Gemiddeld denken Belgen ongeveer 1 op 4 kleding aankopen online te doen.

Online shoppen gebeurt vooral voor het gemak en de prijs en omdat het tijdbesparend is, omdat onlinewinkels altijd 'open' zijn, omdat hun aankopen thuis of op het werk geleverd kunnen worden en omdat er meer keuze is.

Een fysieke winkel binnenstappen is dan weer populairder omdat je de kleding onmiddellijk kan passen en omdat je meteen weet of het er goed uitziet en je het niet hoeft terug te sturen. Factoren zoals gezelligheid en persoonlijk contact blijken minder belangrijk.

Qua **budget** geeft de Belg aan gemiddeld **65 euro** uit te geven aan kleding per maand voor zichzelf en niet iets minder 62 euro per maand voor zijn / haar partner.

- Voor kleine kinderen ligt het bedrag iets lager, maar naarmate de leeftijd van de kinderen toeneemt, neemt ook het bedrag dat men spendeert toe , tot gemiddeld 83 euro per maand per kind voor tieners.
- Vrouwen geven 22% meer uit voor zichzelf dan mannen.
- Mannen spenderen bijna het dubbel voor hun partner in vergelijking met vrouwen.

	Man	Vrouw
Hoeveel euro besteedt u per maand gemiddeld aan kleding voor uw partner?	81	46
Hoeveel euro besteedt u per maand gemiddeld aan kleding voor uzelf?	58	71

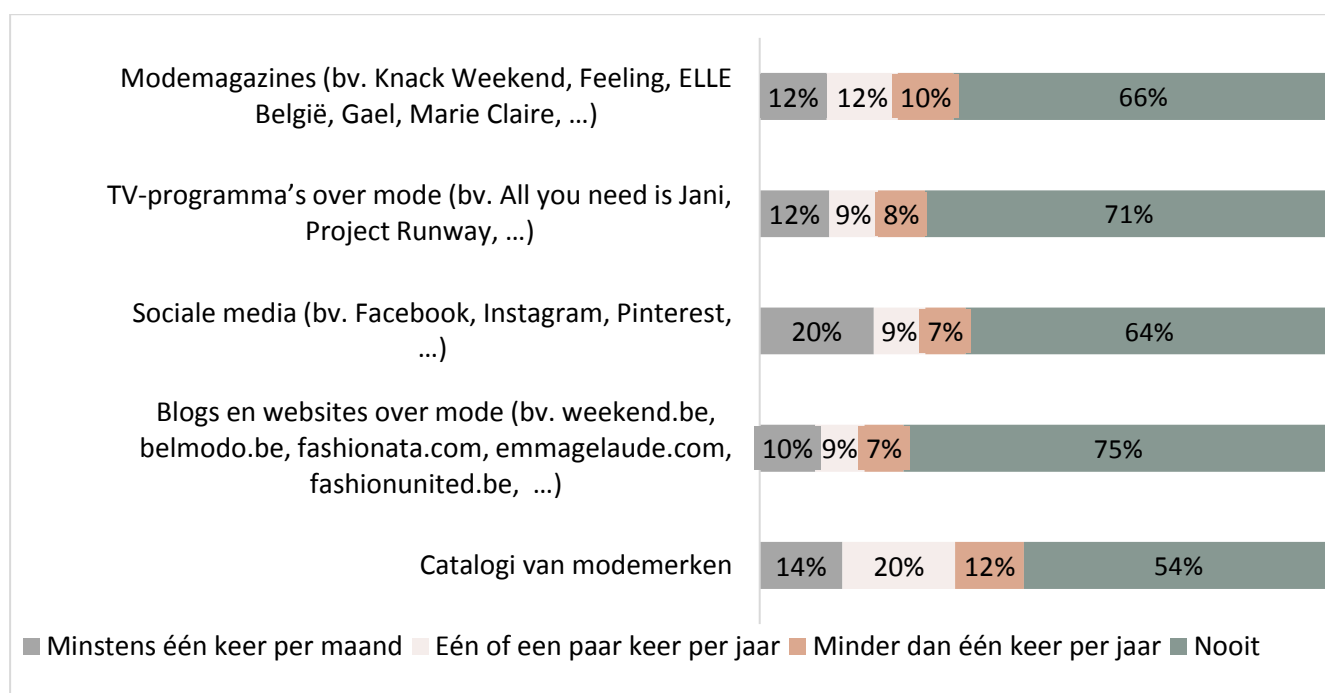
Bron: iVOX, Creamoda Modeonderzoek 2017, N= 2000

	GEM. (€)
<4 jaar	56
4-8 jaar	64
9-12 jaar	82
>12 jaar	83
Partner	62
Uzelf	65

6. Waar zoekt de Belg inspiratie over mode?

1 op 5 van de Belgen geeft aan dat ze minstens één keer per maand sociale media raadplegen om inspiratie op te doen over mode. Verder worden catalogi van merken het meest aangegeven als bron.

Hoe vaak raadpleegt u elk van onderstaande bronnen om inspiratie op te doen over mode?



Bron: iVOX, Creamoda Modeonderzoek 2017, N= 2000