



## GfK Fashion\*Scope

Hållbart Mode

# GfK Fashion\*Scope

## Hållbart Mode



2

### Rapportinnehåll :

---

1. Totalmarknadsuppskattning (konsumentvärde) och andel köpande hushåll för ekomärkta plagg\*.
2. Totalmarknadsuppskattning (konsumentvärde) och andel köpande hushåll för Second Hand-plagg.
3. Genomsnittspriser för de största ekoplaggtyperna. Jämförelser mot genomsnittspriser totalt.
4. Olika plaggtypers värdeandel inom ekoplagg resp. Second Hand jämfört med totalmarknaden för kläder. Vilka plagg är överrepresenterade?
5. Konsumentprofiler för ekoplagg resp. Second Hand. Granskning av ålder, familjetyp\*, utbildning, ortsstorlek, miljömedvetenhet och consumer style\*.
6. Försäljningskanalernas marknadsandelar inom ekoplagg.

\* Se definitioner nästa sida.

# GfK Fashion\*Scope

## Hållbart Mode



3

### Definitioner

---

#### **EKO märkta plagg**

Alla typer av miljömärkning såsom Svanen symbol, bra miljöval eller ECO

#### **Consumer Styles:**

Värderingsgrundad segmentering i fyra konsumentgrupper som kan rubriceras:

- Gemenskap
- Nöje/Fritid
- Status
- Trygghet

#### **Familjetyper:**

Unga singlar och par utan barn (-39 år)  
Medelålders singlar och par utan barn (40 – 64 år)  
Äldre singlar och par utan barn (65 år+)  
Hushåll med småbarn (0 – 6 år)  
Hushåll med mellanbarn (7 – 12 år)  
Hushåll med tonårsbarn (13 – 19 år)

#### **Miljömedvetenhet:**

Segmentering grundad på frågor kring inköp av miljömärkta och närproducerade produkter:

- Starkt miljömedveten
- Selektivt miljömedveten
- Ej miljömedveten

# GfK Fashion\*Scope

## Hållbart Mode



4

### Rapportinnehåll

---

#### Specifikation – försäljningskanaler:

##### Fackhandel för kläder

- Cubus
- Dressmann
- Ginatricot
- H&M butik
- Indiska
- JC
- KappAhl
- Lindex
- MQ
- Polarn O Pyret
- Övr. kedjor
- Övrig fackhandel

##### Sporthandel

- Intersport
- Stadium
- Team Sportia
- Övriga sportbutiker

##### Varuhus

- Åhléns
- Lågprisvaruhus

##### Dagligvaruhandel

- ICA
- Coop

##### Postorderföretag

- Ellos
- H&M Distans

##### Övriga inköpsställen

##### H&M totalt

# GfK Fashion\*Scope

## Hållbart Mode



### Rapport och leverans

---

#### Rapport

- Undersökningen levereras i form av en åskådlig presentation i PowerPoint.

#### Leverans

- Två veckor efter order dock tidigast v. 39 2011

#### Pris

- SEK 24.500:- + moms

#### Beställning

- Via mail till [etel.keil.bjork@gfk.com](mailto:etel.keil.bjork@gfk.com) eller [marie.eriksson@gfk.com](mailto:marie.eriksson@gfk.com)  
Telefon 046-18 16 00

# GfK Fashion\*Scope

## Hållbart Mode



6

### **Mätmetod:**

Inköpsdata som insamlas varannan vecka via en web-baserad inköpsdagbok.

### **Hushållsurval:**

5.000 hushåll, representativa för svenska privathushåll samt för befolkningsstrukturen på individnivå. Med utgångspunkt från offentlig statistik (SCB) byggs en sociodemografiskt representativ panel upp. Vårt stratifierade slumpmässiga urval av hushåll vägs utifrån region, ålder, hushållsstorlek och två nivåer på barnhushåll baserat på 9 basregioner.

För individrelaterade produkter (kläder, skor, t.ex.) sker även individvägning, varvid individstrukturen (ålder och kön) justeras efter populationen.

Ett hushåll, som ingår i panelen, som av olika orsaker inte kan fullfölja sina rapportering till GfK, byts ut mot ett så identiskt hushåll som möjligt inom samma region och sociodemografiska struktur.