

# Tisková zpráva

## 60 procent nákupů módy je v akci

25. března 2019

Mgr. Andrea Patočková  
Marketing&PR  
+420 296 555 422  
[andrea.patockova@gfk.com](mailto:andrea.patockova@gfk.com)

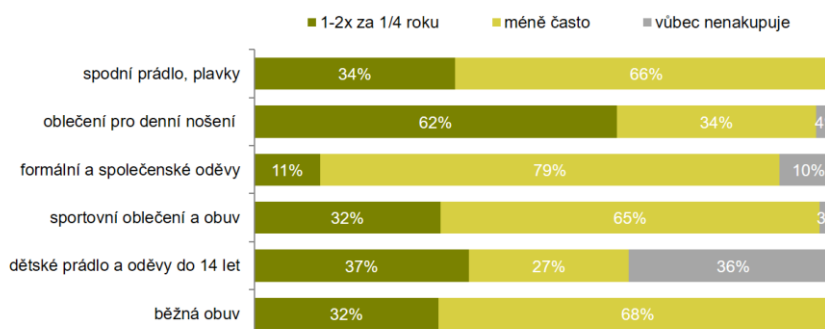
RNDr. Zdeněk Skála  
Director Retail & FMCG  
+420 603 893 584  
[zdenek.skala@gfk.com](mailto:zdenek.skala@gfk.com)

Praha, 25. 3. 2019 - Výsledky nové studie GfK Fashion 2019 ukazují, že přibližně polovina Čechů nakupuje oblečení a obuv minimálně jednou za 3 měsíce nebo častěji. Tato zákaznická skupina průměrně utratí za odívání a obuv přibližně 20 000 Kč za rok. Alespoň někdy nakupuje oděvy nebo obuv na internetu jeden z devíti spotřebitelů. Největší podíl zákazníků využívá pro nákup oděvů nebo obuvi internetové prodejny [bonprix.cz](http://bonprix.cz), [lidlshop.cz](http://lidlshop.cz), [sportisimo.cz](http://sportisimo.cz) a [zoot.cz](http://zoot.cz).

100procentní podíl spotřebitelů nakupuje spodní prádlo a také běžnou obuv, 97 procent sportovní oblečení a obuv, 96 procent oblečení pro denní nošení; dětské prádlo a oděvy do 14 let nakupuje 64 procent spotřebitelů.



### Frekvence nákupu jednotlivých sortimentních skupin



GfK Czech, s.r.o.  
KAVČÍ HORY OFFICE PARK  
Na Hřebenech II 1718/10  
140 00 Praha 4  
Česká republika

Tel. +420 296 555 111  
Fax +420 251 815 800

Vedení společnosti  
Jednatel:  
RNDr. Tomáš Drtina  
Prokuristé:  
RNDr. Zdeněk Skála  
Ing. Jiří Nosek

Společnost je zapsána  
v OR MS v Praze,  
Oddíl C, vložka 1326

Q1 Jak často nakupujete z kategorie ...  
© GfK Fashion 2019

N=1250, nakupuje módu  
3

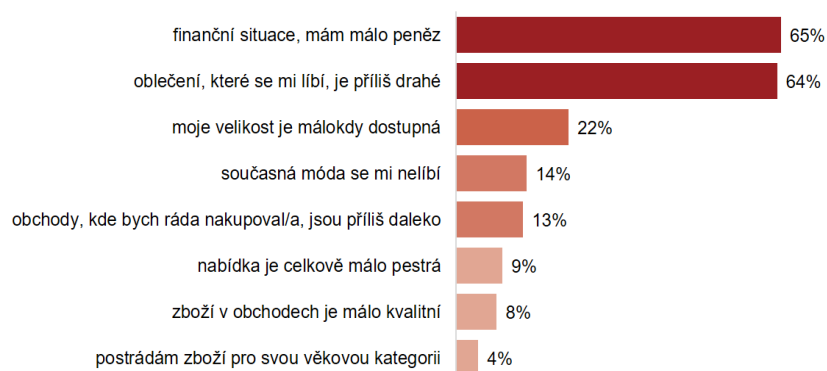
Studie GfK Fashion 2019 uvádí, že největší podíl zákazníků nakupovalo v

posledních 12 měsících oděvy nebo obuv v prodejnách Deichmann, Lidl a Sportisimo, následují prodejny řetězců C&A, F&F/Tesco, H&M, Kik a Pepco.

86 procent spotřebitelů uvádí, že alespoň někdy nakupuje oděvy nebo obuv na internetu; minimálně jednou za 3 měsíce nakupuje tento sortiment na internetu 42 procent spotřebitelů. Největší podíl zákazníků využívá pro nákup oděvů nebo obuvi internetové prodejny bonprix.cz, lidlshop.cz, sportisimo.cz a zoot.cz.

„Podle výsledků studie GfK Fashion 2019 nakoupí ve slevách, akcích a výprodejích zákazníci téměř 60 procent oblečení a obuvi. Nejčastěji takto nakupují v sezónních výprodejích, následují akce z reklamních letáků a slevy vázané na věrnostní programy a registrace u prodejce. V některých prodejnách jsou podle respondentů slevy tak časté, že v nich prakticky nikdy nenakupují za plné ceny. Respondenti nejčastěji uváděli prodejny Lidl, Sportisimo a Tesco F&F,“ říká Zdeněk Skála, Client Service Director Retail & FMCG, GfK Czech.

### Důvod, proč zákazníci nenakupují oblečení tak, jak by si přáli



Q31 Jaké jsou hlavní důvody toho, že si nemůžete nakupovat oblečení tak, jak byste si přáli/a?  
© GfK Fashion 2019

N= 518, nemůže si dovolit kupovat věci, jaké by si přál  
1

### O GfK

GfK propojuje data s vědou. Naše inovativní průzkumná řešení poskytují odpovědi na klíčové obchodní otázky týkající se spotřebitelů, trhů, značek a



médií nejenom na dnešních trzích, ale i těch budoucích. GfK, jako výzkumná a analytická společnost, slibuje svým klientům po celém světě "Growth from Knowledge" (růst na základě znalostí). Pro více informací navštivte stránky [www.gfk.com/cz](http://www.gfk.com/cz) nebo sledujte GfK na Twitteru: [https://twitter.com/GfK\\_Czech](https://twitter.com/GfK_Czech).