

OUTFITTERY berät ab sofort auch bei Sportmode

- **OUTFITTERY erweitert Sortiment und bietet Sportmode für Kunden in Europa an**
- **Ausgaben für Sportbekleidung in Europa steigen, globaler Markt soll bis 2026 auf \$250 Milliarden wachsen**
- **Künftig soll auch Funktionskleidung für spezielle Sportarten wie Wander- oder Wintersport ins Angebot aufgenommen werden**

Berlin, 08.12.2020. Europas größter Personal Shopping-Service OUTFITTERY (www.outfittery.de) erweitert das Angebot für seine Kunden um Sportbekleidung und -schuhe. Ab sofort sind Produkte von Marken wie Adidas, Puma, Reebok, New Balance und The North Face erhältlich. Der Service ist europaweit für Kunden in allen OUTFITTERY-Märkten verfügbar. Damit ergänzt das Unternehmen sein Sortiment aus Freizeit- und Geschäftskleidung um eine wichtige Kategorie, die besonders durch die Corona-Pandemie an Relevanz für Kunden gewonnen hat. Bis 2026 soll der globale Markt für Sportbekleidung jährlich um 5% auf schließlich \$250 Milliarden wachsen.

Strategischer Schritt aufgrund steigender Kundennachfrage

„Für uns ist es der natürliche nächste Schritt, Sportswear in unser Angebot aufzunehmen und so unsere Produktvielfalt strategisch zu erweitern. OUTFITTERY bietet ein individualisiertes Einkaufserlebnis an, das sich immer an den Bedürfnissen unserer Kunden ausrichtet. Und diese zeigen bereits seit längerem ein verstärktes Interesse an Sportbekleidung“, kommentiert Julia Bösch, Co-Founderin und CEO von OUTFITTERY. „Seit März ist die Nachfrage deutlich gestiegen, da in der Corona-Pandemie eher bequeme und sportliche Kleidung gefragt ist. Das Marktpotenzial ist vielversprechend: Männer geben für Sportartikel aktuell rund \$100 Milliarden im Jahr aus, der Markt soll bis 2026 jährlich um 5% wachsen.“

Eine exklusiv für OUTFITTERY durchgeführte, repräsentative Umfrage von Civey bestätigt das Interesse der Zielgruppe: knapp ein Viertel der deutschen Männer kauft neue Sportmode, um gut auszusehen, neue Trends auszuprobieren oder weil sie diese gern mit Alltagsmode kombinieren. Das Unternehmen stärkt durch die Sortimentserweiterung somit nicht nur seinen Ansatz, Männer modisch zu inspirieren, sondern kann auch die Beratung zu Geschäfts- und Freizeitoutfits um begehrte Produkte erweitern.

OUTFITTERY reagiert mit dem Schritt außerdem auf die aktuelle Entwicklung im internationalen Modemarkt. Laut McKinsey sind die Ausgaben für Sportbekleidung in Europa im Vergleich zur ersten Pandemie-Hochphase im Frühjahr um 20% gestiegen. 15% der Europäer geben sogar mehr für Sportmode aus als vor der Krise. „Auch über die Pandemie hinaus wird sich Mode stark verändern. Die Grenzen zwischen Alltags-, Geschäfts- und Sportmode verschwimmen zunehmend. Der Komfort und die Funktionalität von Sportswear halten verstärkt Einzug in Freizeit und Business“, erklärt Jens Bastian, Director Buying bei OUTFITTERY.

Zukünftig auch Funktionskleidung für spezielle Sportarten

Während OUTFITTERY sich zunächst auf ein breites Sortiment aus Sportartikeln für Home Workout, Cross Fit oder Laufsport konzentriert, wird das Unternehmen sein Angebot weiter strategisch ausbauen. Künftig sollen spezialisierte Stylistinnen und Stylisten die Kunden bei der Ausstattung



für bestimmte Sportarten, wie Wander- oder Schneesport professionell beraten.

„Wir sehen bei Sportbekleidung enormes Potenzial, weshalb wir in Zukunft sowohl ein größeres Angebot schaffen möchten, als auch spezielle Schulungen für unsere Stylistinnen und Stylisten anbieten werden. Auf diese Weise können wir dem Kunden ein noch besseres Einkaufserlebnis anbieten und unsere Position als Europas größter Personal Shopping-Service weiter ausbauen“, verdeutlicht Bösch.

Quellen:

Allied Market Research, [Sports Apparel Market Outlook - 2026](#)

McKinsey, COVID-19 Apparel, Fashion & Luxury Consumer Survey, August 2020

Exklusive, repräsentative Umfrage über Civey mit 2.500 Befragten in Deutschland, November 2020

Über OUTFITTERY:

OUTFITTERY (www.outfittery.de) ist Europas größter Personal Shopping-Service für Männer. Ziel des Service ist es, die Suche nach dem passenden Outfit möglichst einfach und zeitsparend zu gestalten. Durch eine Kombination aus persönlichem Service und intelligenter Technologie unterstützt OUTFITTERY seine Kunden dabei, ihren individuellen Stil zu finden. Das Berliner Unternehmen wurde 2012 von Julia Bösch und Anna Alex gegründet und schloss sich im Mai 2019 mit der Curated Shopping Group (u.a. Modomoto, The Cloakroom, Box31) zusammen. Das Unternehmen beschäftigt rund 350 Mitarbeiter, die Mehrheit davon sind Stylisten. OUTFITTERY hat bereits knapp eine Million Männer eingekleidet. Der Service ist derzeit in neun Ländern verfügbar.

Pressekontakt:

Carolina Ivarsson

OUTFITTERY GmbH

Leuschnerdamm 31 // 10999 Berlin

E-Mail: presse@outfittery.de