



2020-04-16 07:00 CEST

Svenskarna shoppar mer myskläder och hudvård under coronakrisen

Många svenskar jobbar eller pluggar just nu hemifrån på grund av coronaviruset. Det har lett till en ökad försäljning av myskläder, hudvård och träningskläder, rapporterar Zalando, Europas största onlineplattform för mode och livsstil. Hälften av de som köpte sportkläder på Zalando under de första veckorna av coronakrisen gjorde det för första gången. Samtidigt har försäljningen av skönhetsprodukter tredubblats.

– Bekväma plagg i allt från mysbyxor och luvtröjor till pyjamas säljs mer än någonsin. Vi säljer dubbelt så många myströjor och mysbyxor om man jämför

med samma period för ett år sedan. En annan modeprodukt som har blivit oväntat populär är strumpor och även här ser vi en fördubbling av försäljningen, säger Kenneth Melchior, Direktör för Norra Europa på Zalando.

Det är inte bara strumpor i bassortimentet som ökar i efterfrågan. Även trendigare eller mer färgglada strumpor, som från Happy Socks, säljer mer än vanligt. Inom skokategorin är den absoluta bästsäljaren hemmatofflor.

Jämfört med samma period förra året syns också en stark försäljningsökning i sportkategorin. Försäljningen av yogakläder har också stigit kraftigt under de senaste veckorna – med en fördubbling av försäljningen jämfört samma tidsperiod förra året. Även försäljningen av löparkläder ökar stort.

– Under de första veckorna av coronapandemin hade majoriteten av de som köpte sportkläder på Zalando aldrig gjort det tidigare. Det innebär att vi ser en ökning av korsförsäljning på plattformen. Att vi dessutom ser en stark försäljningsökning för skönhetsprodukter och barnkläder, med en tredubblad försäljning inom särskilda underkategorier, visar tydligt att Zalando är en plattform att räkna med i alla tider, säger Kenneth Melchior, Direktör för Norra Europa på Zalando.

Med mer tid på hemmaplan verkar kunderna också ta sina skönhetsrutiner till en ny nivå. På Zalando görs nu tre gånger så många beställningar av skönhetsprodukter jämfört med samma tid förra året. Detox- och wellnessprodukter, doftljus, ansiktsmasker och handtvålar är också särskilt eftertraktade.

Dessutom har efterfrågan av barn- och babykläder ökat markant, med bodys och bekväma overaller som de mest populära kategorierna.

I söndags lanserade [Zalandos sin första sportkampanj](#), som producerats helt på distans, för att inspirera kunderna till att hålla sig aktiva hemma.

Zalando (<https://corporate.zalando.com>) är Europas ledande onlineplattform för mode och livsstil. Företaget, som grundades i Berlin 2008, erbjuder mode till mer än 32 miljoner aktiva kunder på 17 marknader. Vårt stora sortiment omfattar kläder, skor, accessoarer och skönhet från internationella modehus till lokala varumärken. Vår plattform är en enda destination för inspiration,

innovation och interaktion. Som Europas mest fashionabla teknikföretag arbetar vi hårt för att hitta digitala lösningar för alla aspekter av modevärlden: för våra kunder, partners och alla värdefulla medspelare som hjälper till att forma Zalandos framtid. Vårt mål är att bli utgångspunkten för mode.

Kontaktpersoner



Anne Vibe Hansen

Presskontakt

Kommunikationsansvarig

anne.vibe.hansen@zalando.dk