



Consumenten marktonderzoek Netex



Inhoudsopgave

Samenvatting en belangrijkste conclusies	3
1. Inleiding	4
2. Het onderzoek	5
2.1 Onderzoeksopzet	5
2.2 Respondenten	5
3. Resultaten	6
3.1 Bezoekgedrag aan stomerijen	6
3.1.1 Stomerijgebruik	6
3.1.2. Bezoekfrequentie en aantal meegebrachte artikelen	6
3.1.3 Redenen om al dan geen stomerij te bezoeken	9
3.2 Klantenperceptie van de stomerij	11
3.2.1 Behandeling van kleding	11
3.2.2. Service binnen de stomerij	12
3.3 Service en producten van de stomerij	14
3.3.1 Interessante producten	14
3.3.2 Interessante dienstverlening	14
3.3.3 Openingstijden	15
3.4 Prijsniveau van de stomerij	16
4. Conclusies en aanbevelingen	18
5. Bijlagen	20

Samenvatting en belangrijkste conclusies

Dit marktonderzoek is gehouden op inzicht te krijgen in de wensen die er bij de Nederlandse consument leven op het gebied van chemisch reinigen. Er is een enquête gehouden (mondeling en op internet) waar 587 personen aan hebben meegedaan.

De belangrijkste conclusies zijn:

De stomerijen in Nederland kennen een hoge graad van klantentrouw, maar de bezoekfrequentie is vrij laag.

Klanten lijken niet op de hoogte te zijn van alle mogelijkheden van de stomerij. De meest aangeboden artikelen zijn colberts, pantalons, kostuums en winterjassen.

Meer dan de helft van de respondenten weet niet of reinigen in de stomerij milieuvriendelijker is dan thuiswassen.

Veel respondenten wassen thuis omdat dit volgens hen goedkoper is. Het effect van een prijsdaling bij stomerijen is niet duidelijk.

Als de service van stomerijen wordt uitgebreid, is er met name interesse voor het reinigen van meubelkussens, tapijten en gordijnen.

Het persoonlijke contact in een stomerij is voor bijna driekwart van de respondenten een belangrijk punt.

De meeste respondenten denken niet meer gebruik van de stomerij te gaan maken als de openingstijden worden verruimd. Mocht dat wel gebeuren, dan zien ze dit het liefst 's avonds en op zaterdag.

1. Inleiding

In de periode november 2007 tot maart 2008 is in opdracht van de Nederlandse Vereniging van Textielreinigers (Netex), brancheorganisatie van stomerijen, een marktonderzoek gehouden onder de Nederlandse bevolking. Doel van het onderzoek was om inzicht te krijgen in de wensen die er bij de Nederlandse consument leven op het gebied van chemisch reinigen. Welke verwachtingen heeft men van de stomerij, hoe kan zo goed mogelijk ingespeeld worden op de wensen van de klant en hoe krijgt men mensen die nu geen gebruik maken van de stomerij zover dat men (weer) naar de stomerij gaat? Door middel van een enquête is getracht antwoord op deze vragen te krijgen en zo meer inzicht in wensen van consumenten te verkrijgen.

2. Het onderzoek

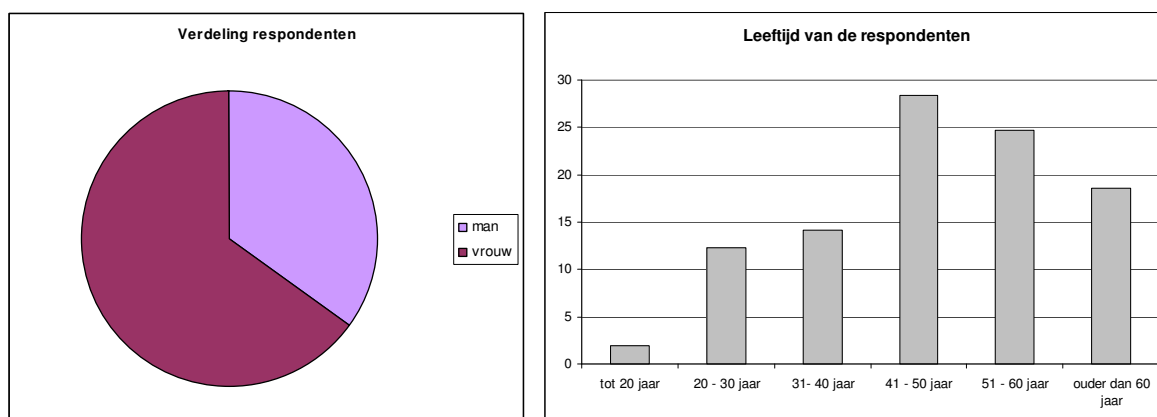
2.1 Onderzoeksopzet

In het onderzoek werden de prijzen, de producten, de service en de doelgroep van de stomerijen nader onderzocht. Dit is gebeurd met een door Netex opgestelde vragenlijst die zowel via internet als mondeling op straat werd afgenomen. De mondeling afgenomen enquêtes hebben plaatsgevonden in diverse steden verdeeld over Nederland, waarbij de enquêteurs zowel bij een stomerij als in het winkelcentrum personen hebben aangesproken. De vragenlijst op internet is extra onder de aandacht gebracht door flyers aan de stomerijen beschikbaar te stellen. Totaal zijn ruim 10.000 flyers aangevraagd bij het Netex secretariaat.

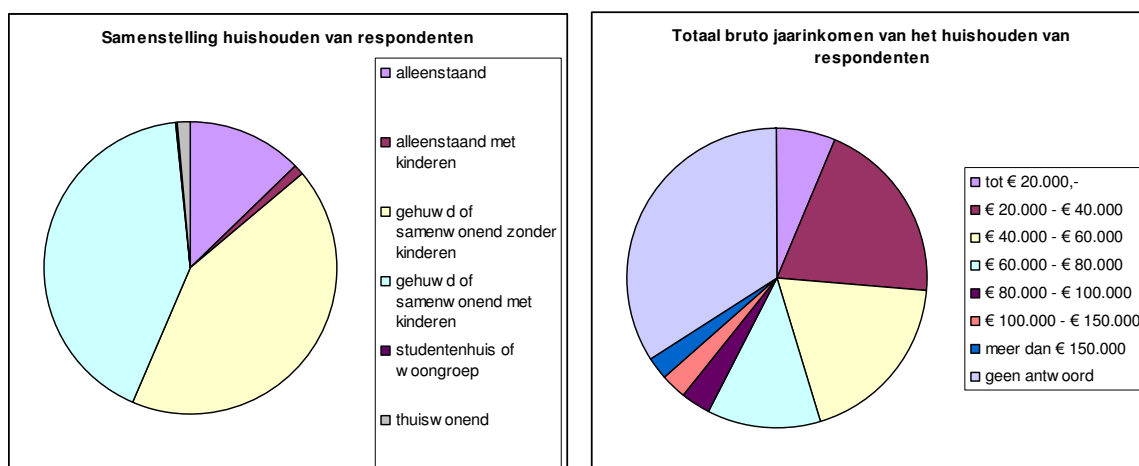
In verband met de lengte van de enquête zijn er enige verschillen tussen de vragenlijst op internet en op papier. Deze verschillen zijn verwerkt in de resultaten.

2.2 Respondenten

In totaal hebben 587 personen deelgenomen aan het marktonderzoek, waarvan 164 mondeling en 423 via internet. Het grootste gedeelte van de respondenten (65%) was vrouw. De meeste respondenten waren tussen de 31 en 60 jaar oud.



42% van de ondervraagden was gehuwd/samenwonend met kinderen en een gelijk percentage gehuwd/samenwonend zonder kinderen. De meeste respondenten verdienden modaal tot bovenmodaal.

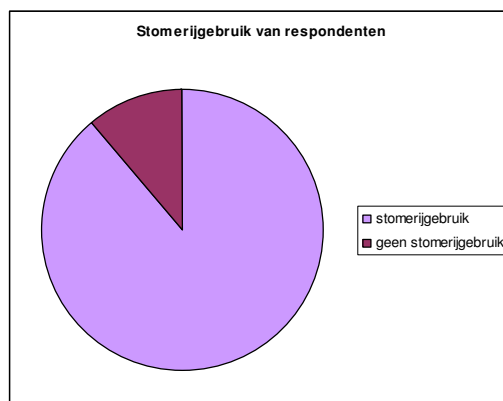


3. Resultaten

3.1 Bezoekgedrag aan stomerijen

3.1.1 Stomerijgebruik

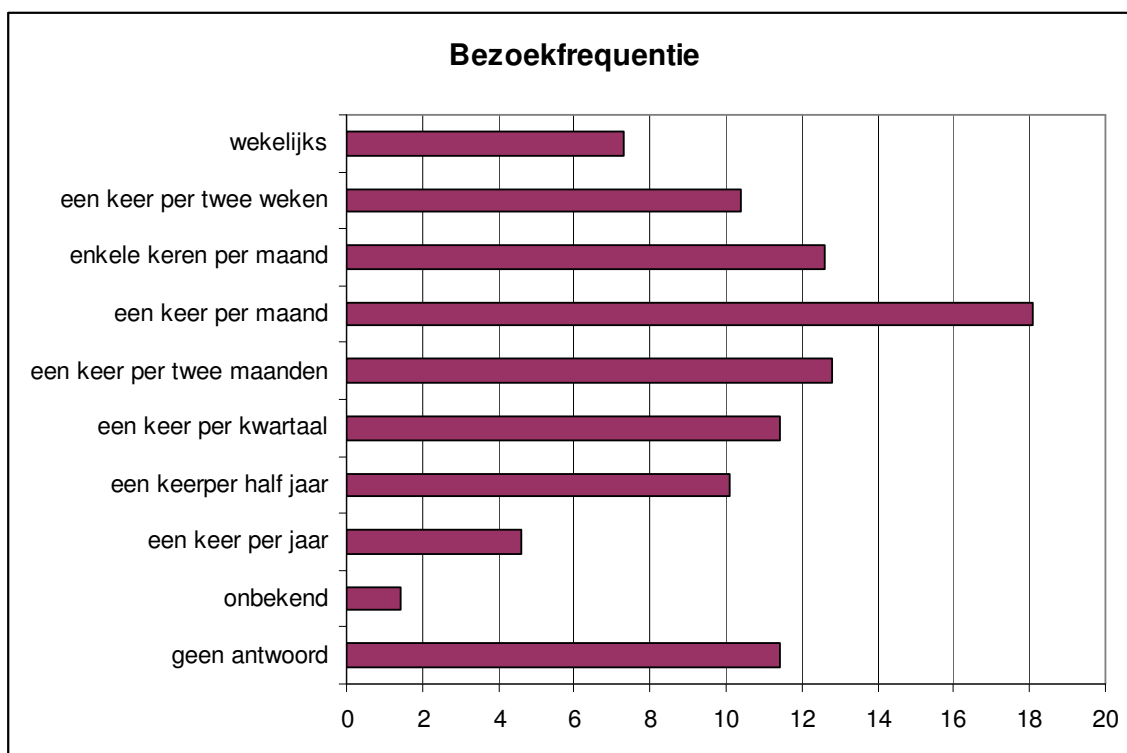
'Maakt u of heeft u wel eens gebruik gemaakt van de stomerij?' luidde de eerste vraag van het marktonderzoek. De antwoorden laten zien dat 89% van de ondervraagden gebruik maakt van de stomerij. Iets wat in de lijn der verwachting lag, aangezien de meeste respondenten via een stomerij zijn verkregen.



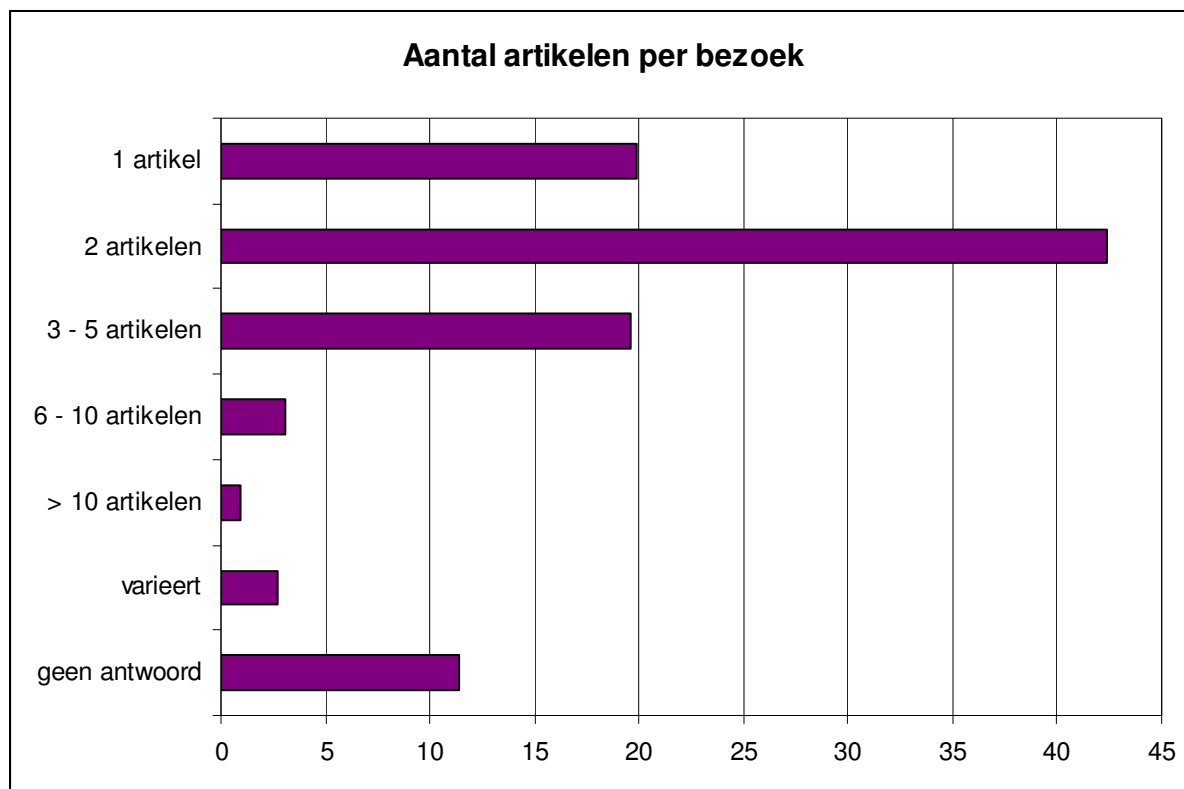
Van de bezoekers aan stomerijen is 85% tevreden over de huidige stomerij. Redenen voor ontevredenheid zijn onder meer: beschadiging van een artikel, het te reinigen artikel was is niet schoon geworden, de openingstijden, de service is slecht, er is geen ophaal- en brengservice.

3.1.2 Bezoekfrequentie en aantal meegebrachte artikelen

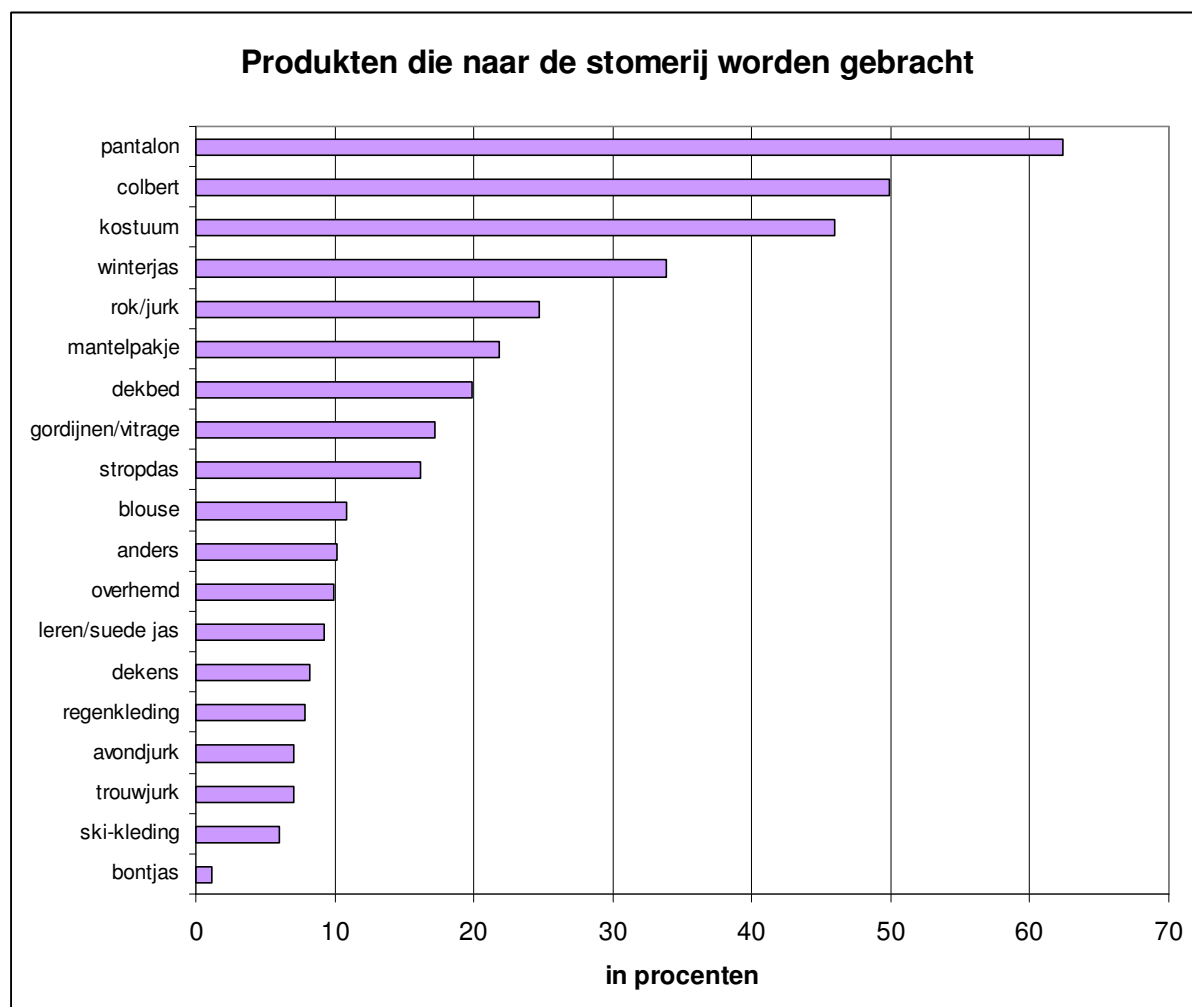
De meeste respondenten bezoeken de stomerij gemiddeld een keer per maand. Opvallend hierbij is dat toch nog 7,3% de stomerij wekelijks binnenloopt. De meeste klanten van een stomerij lijken dus meer vaste klanten te zijn dan mensen die alleen hun kostuum of gordijnen laten reinigen.



Gemiddeld brengt een klant bij een bezoek aan de stomerij twee artikelen mee voor reiniging. Meer dan vijf artikelen komt niet veel voor: 3,1% brengt zes tot tien artikelen naar de stomerij en slechts 0,9% neemt meer dan tien artikelen mee.



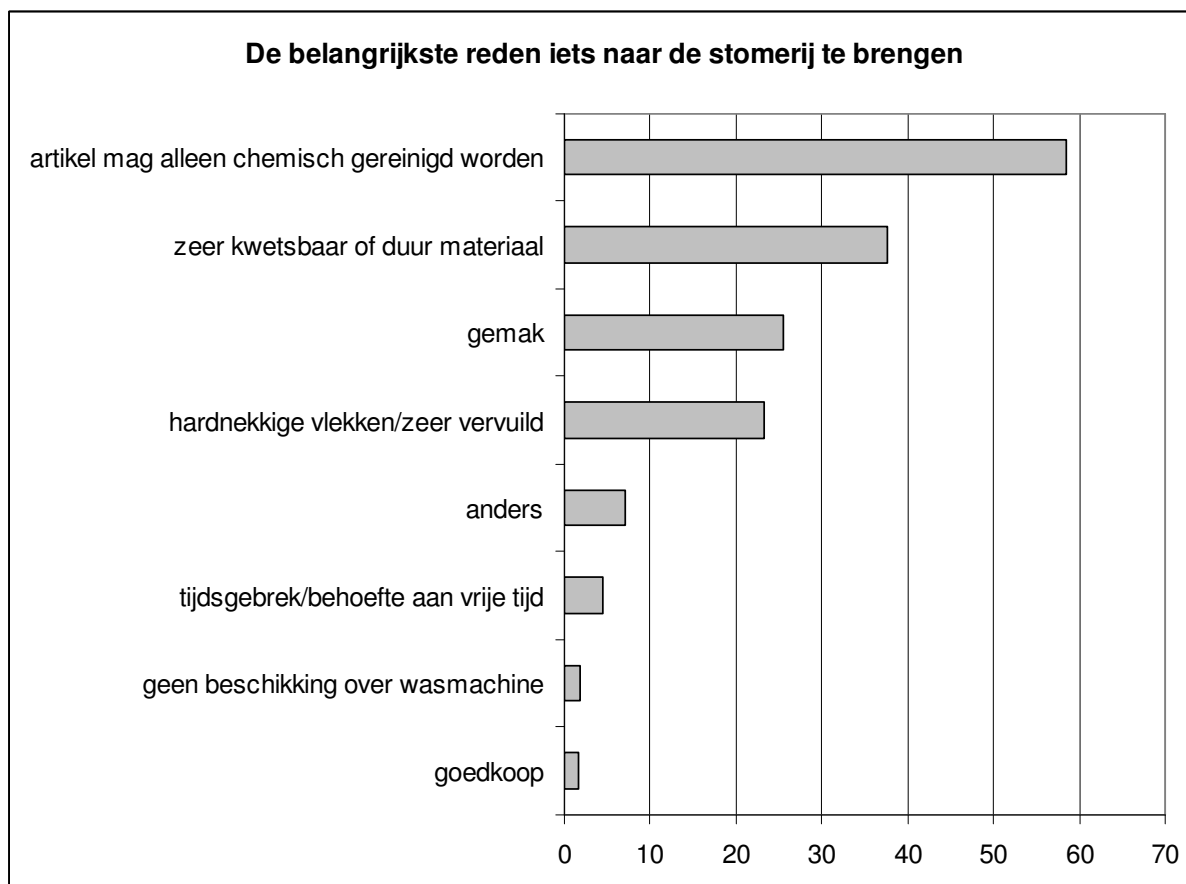
Verreweg de meeste klanten brengen als ze naar de stomerij gaan een pantalon, colbert of kostuum ter reiniging. Maar ook textielproducten als een dekbed of gordijnen worden regelmatig door respondenten aangeboden bij de stomerij. Bij de categorie 'anders' werden onder meer een doopjurkje, slaapzak, bekleding van de bank en een carnavalskostuum genoemd.



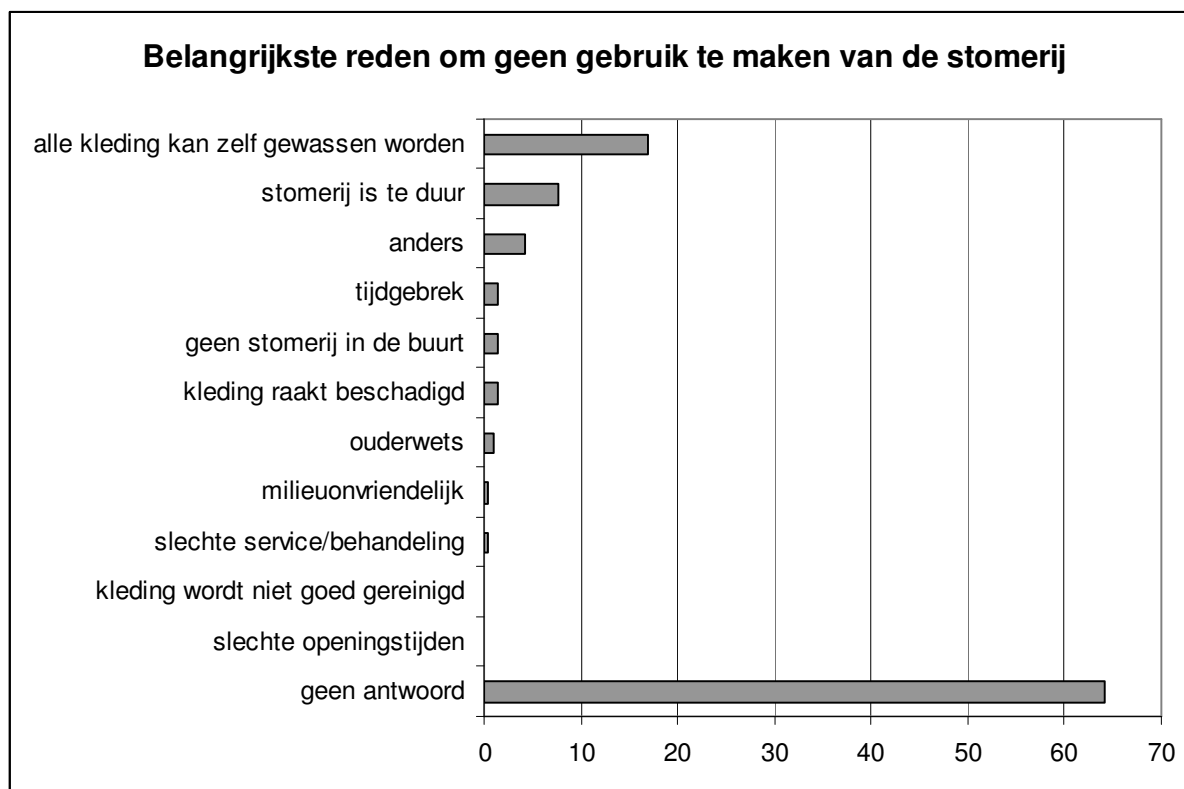
3.1.3 Redenen om al dan geen stomerij te bezoeken

Het merendeel van de klanten van een stomerij brengt een artikel omdat het alleen chemisch gereinigd mag worden. Ook als het zeer kwetsbaar of duur materiaal betreft wordt een artikel vaak naar de stomerij gebracht. Slechts een paar procent van de respondenten brengt iets naar de stomerij omdat het goedkoop of gemakkelijk is.

Bij 'anders' werd onder meer aangegeven dat de kleding mooier blijft, dat het bedrijfskleding betrof, dat het artikel te groot was voor de eigen wasmachine of dat er een plooi ingestreken moest worden of het kledingstuk geïmpregneerd moest worden.



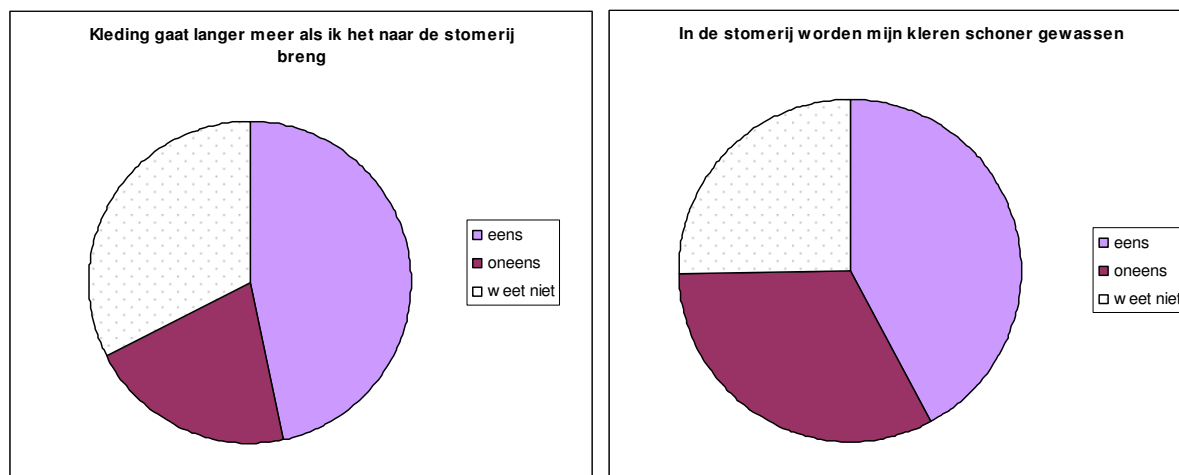
Bij de vraag 'waarom maakt u geen gebruik van de stomerij' konden 64% van de respondenten niet antwoorden. Wat voor de hand ligt, omdat de meeste van hen stomerijbezoekers zijn. De belangrijkste reden om geen gebruik (meer) te maken van een stomerij was voor respondenten het feit dat alle kleding zelf gewassen kan worden of dat de stomerij te duur was.



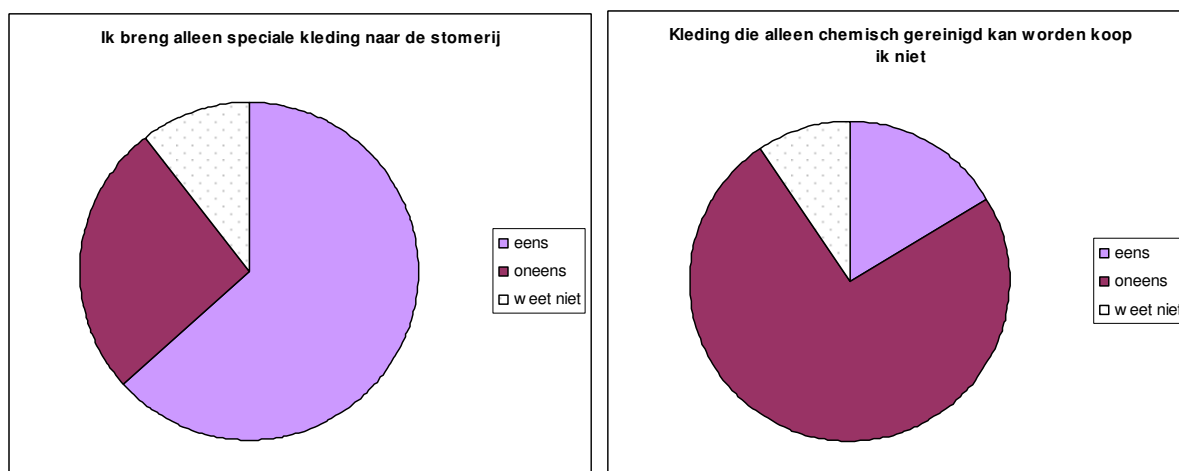
3.2 Klantenperceptie van de stomerij

3.2.1 Behandeling van kleding

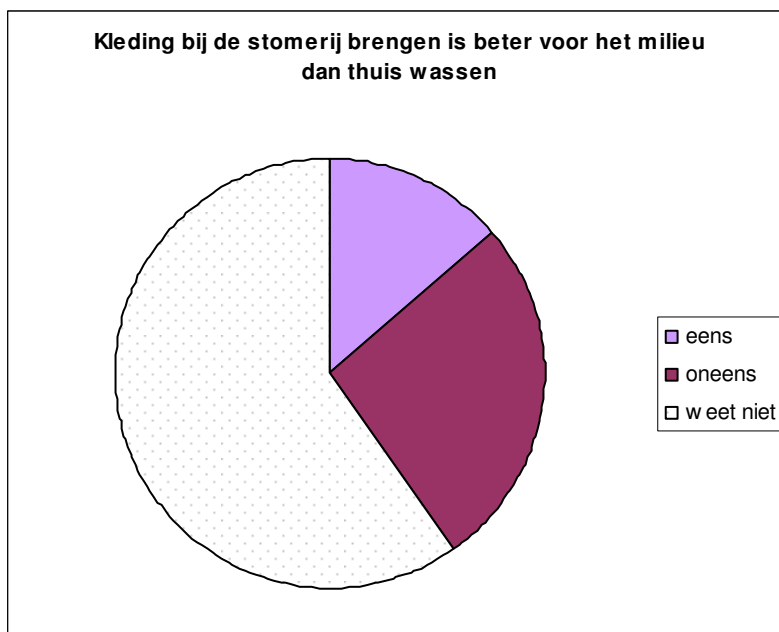
De respondenten van het onderzoek zijn over het algemeen van mening dat hun kleding schoner wordt en langer meegaat indien het in de stomerij wordt gereinigd. Opvallend is wel het grote deel respondenten wat geen antwoord op de vraag weet.



63% van de respondenten brengt alleen speciale kleding bij de stomerij. Dit is in overeenstemming met het antwoord op de stelling 'kleding die alleen chemisch gereinigd kan worden koop ik niet': hier is 74% van de respondenten het mee oneens. In principe vinden mensen het dus geen bezwaar om naar de stomerij te gaan als het niet anders kan.

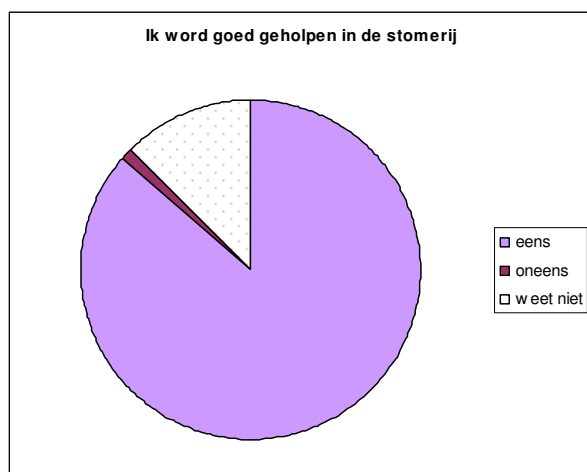


27% van de respondenten denkt dat thuis wassen beter voor het milieu is dan kleding naar een stomerij brengen, en 60%, de meerderheid van de respondenten, weet hier geen antwoord op.

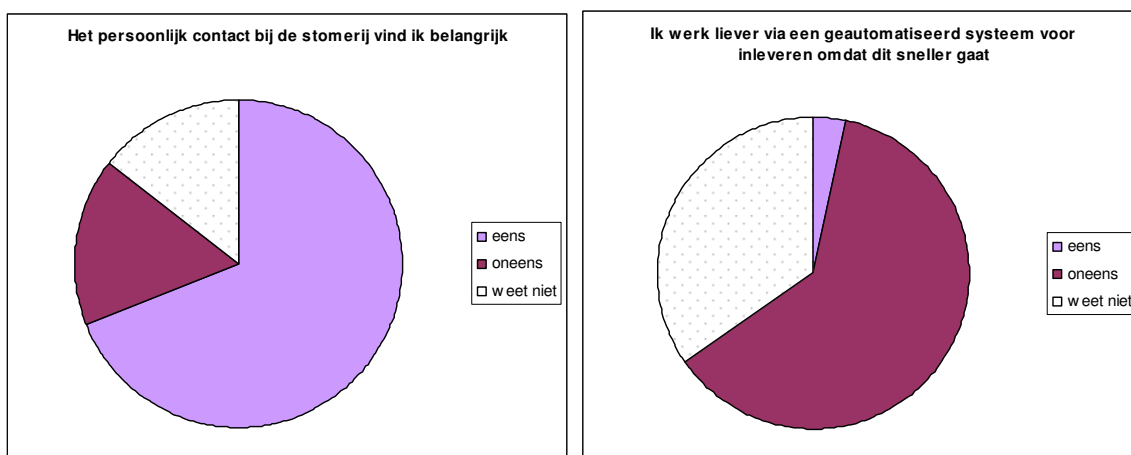


3.2.2 Service binnen de stomerij

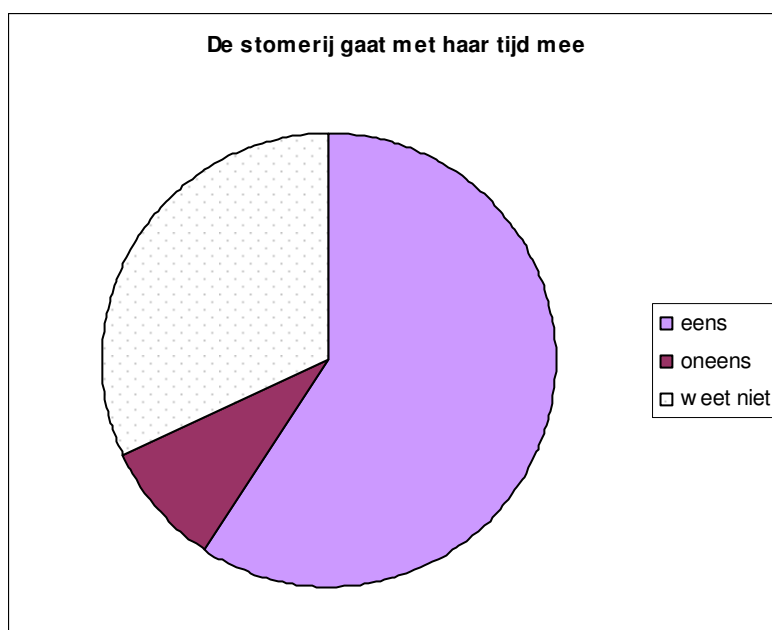
Respondenten blijken erg tevreden te zijn over de service in de stomerij. 86% wordt goed geholpen in de stomerij, en 59% beaamt dat er goed met klachten wordt omgegaan (tegen 2% oneens).



Bijna 70% van de respondenten stelt prijs op het persoonlijke contact bij de stomerij, en het verbaast dan ook niet dat slechts 3% liever met een geautomatiseerd systeem voor inlevering van kleren werkt.



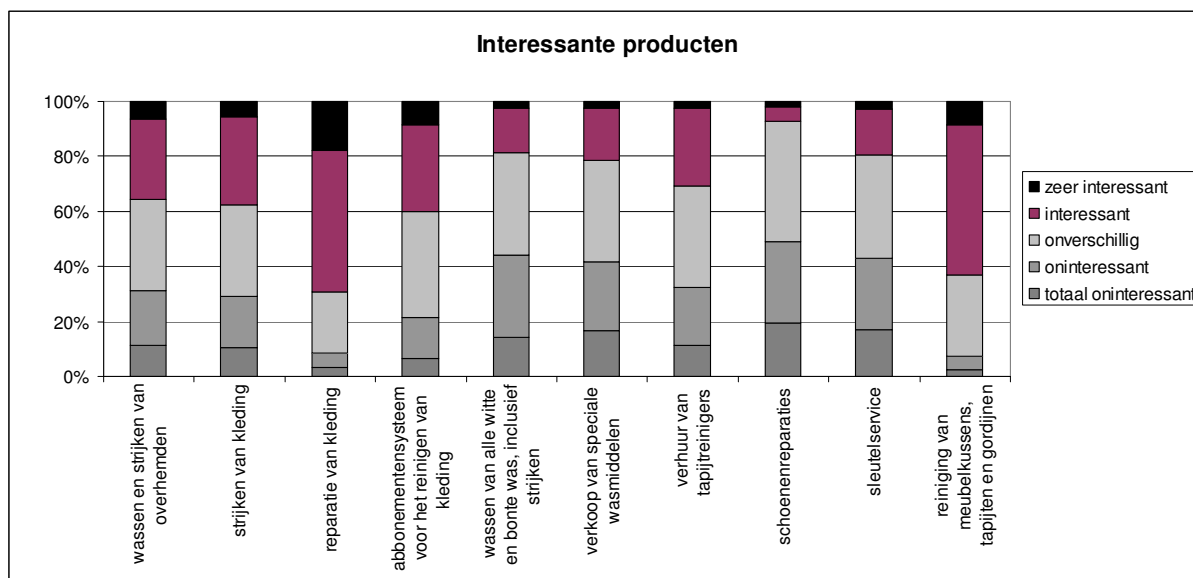
Een kleine meerderheid van de respondenten vindt dat de stomerij met haar tijd meegaat. 30% van de respondenten had hier geen mening over.



3.3 Service en producten van de stomerij

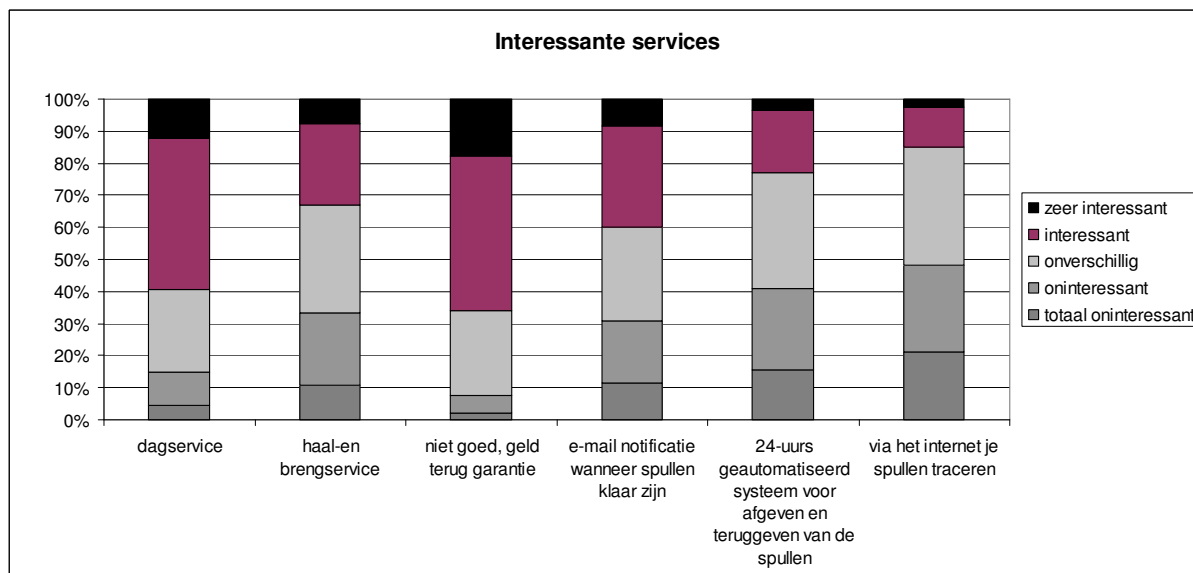
3.3.1 Interessante producten

Wanneer respondenten gevraagd wordt naar een aantal mogelijk interessante services, blijken daarbij vooral de dagservice ('s ochtends brengen, 's avonds klaar) en de niet goed, geld terug garantie interessant voor hen. Minder interessant zijn het via internet traceren van spullen en een 24-uurs geautomatiseerd systeem voor het afgeven en teruggeven van de spullen.



3.3.2 Interessante dienstverlening

Wat betreft interessante dienstverlening zijn respondenten vooral geïnteresseerd in reparatie van kleding (knopen aanzetten, ritsen vervangen) en het reinigen van meubelkussens, tapijten en gordijnen. Minder interessant vinden zij schoenenreparaties, verkoop van speciale wasmiddelen en wassen van alle witte en bonte was inclusief strijken.

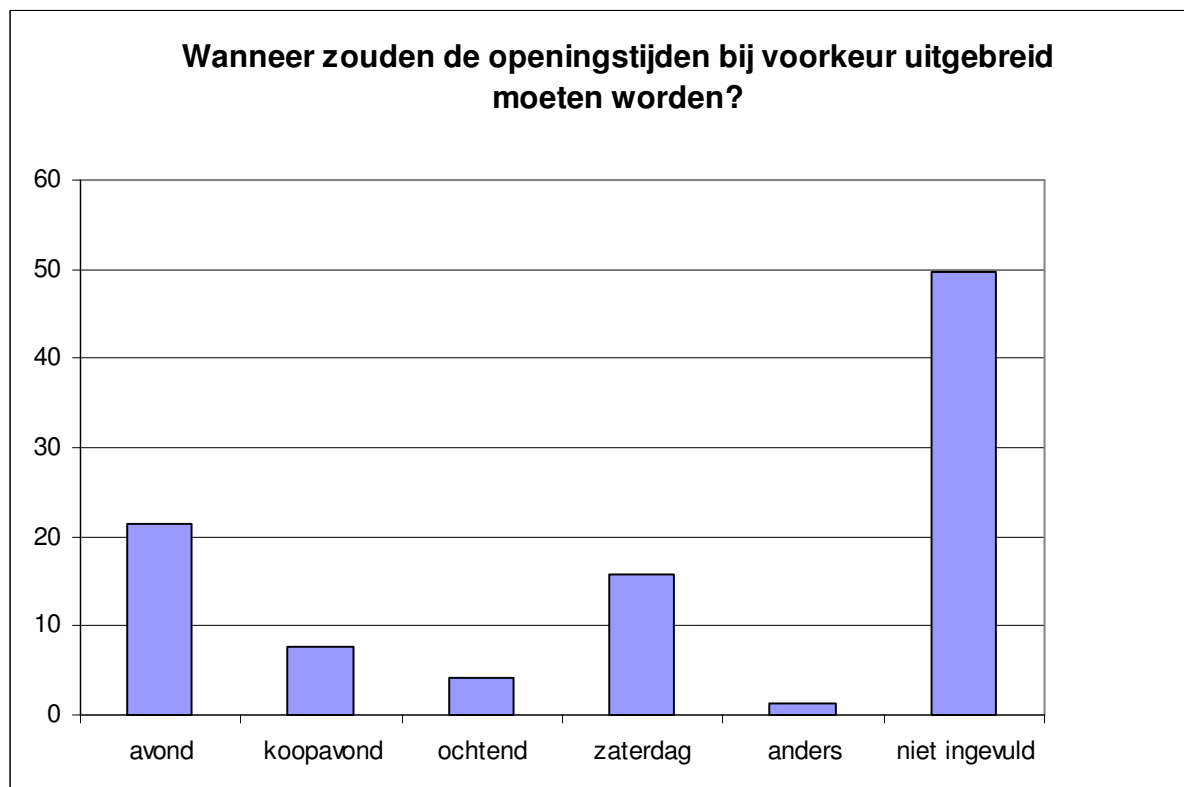


3.3.3 Openingstijden

29% van de respondenten zegt (meer) gebruik te gaan maken van de stomerij als de openingstijden verruimd worden. Maar 67% denkt niet dat dit invloed zal hebben op zijn of haar gebruik van de stomerij.

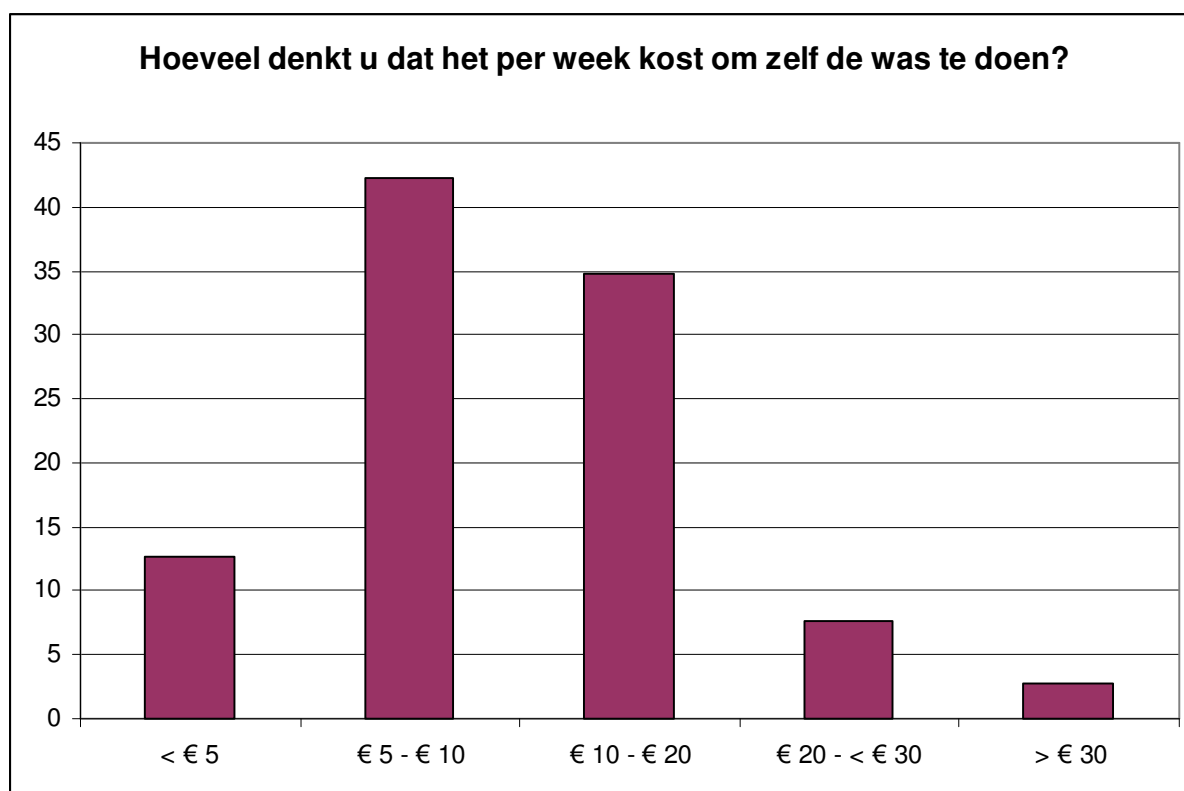


Als de tijden dan verruimd worden, dan zien respondenten dat bij voorkeur gebeuren in de avond of op zaterdag.

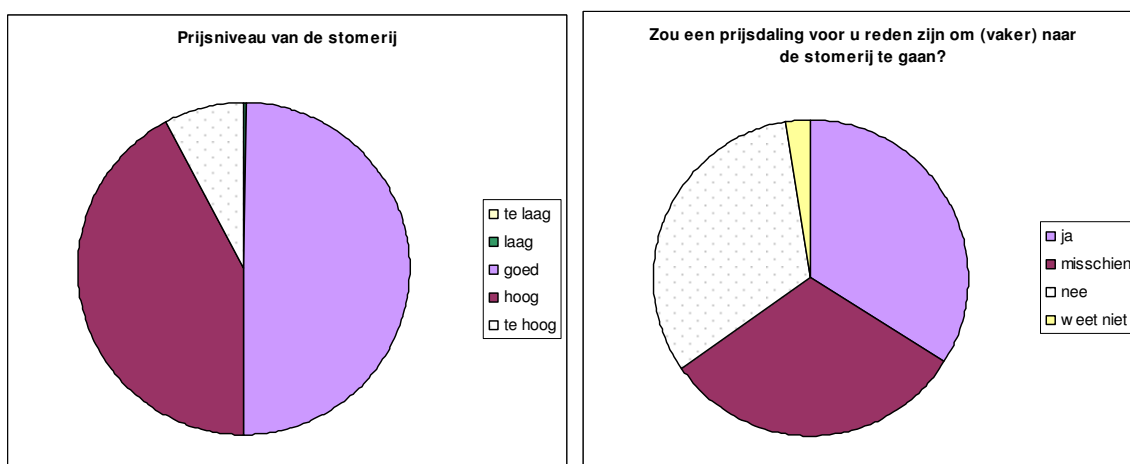


3.4 Prijsniveau van de stomerij

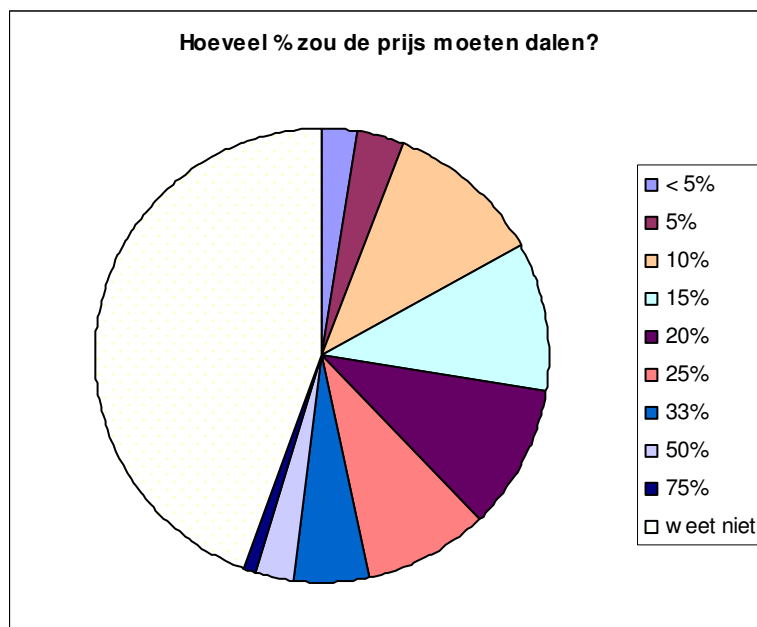
Stomerijen staan vaak bekend als duur of niet in verhouding staand met wat thuis wassen kost. Zelf denken de meeste respondenten per week tussen de €10 en €30 kwijt te zijn.



Het prijsniveau van de stomerij wordt over het algemeen als goed of net iets te hoog ervaren. Niemand van de respondenten vindt het prijsniveau te laag. Voor 34% van de respondenten zou een prijsdaling reden zijn om (vaker) naar de stomerij te gaan. Maar een bijna even groot deel (32%) denkt na een prijsdaling niet vaker de stomerij te bezoeken, en weer 31% twijfelt nog.



Als er een prijsdaling zou komen, zijn de meningen over hoeveel die daling dan zou moeten zijn nogal verdeeld. Een kleine meerderheid prefereert een daling van 10 – 15%.



4. Conclusies en aanbevelingen

- De stomerijen in Nederland kennen een hoge graad van klantentrouw. Bijna 90% van de ondervraagden geeft aan wel eens gebruik te maken van de stomerij en 85% is tevreden over zijn/haar stomerij.
 - Aanbeveling: Gezien dit hoge percentage vaste klanten, is het wellicht de moeite waard om de loyaliteit van de klanten te behouden of verder uit te bouwen middels 'customer loyalty programs'.
- De bezoekfrequentie is over het algemeen vrij laag. Er zit een grote spreiding in hoe vaak men artikelen naar de stomerij brengt. De grootste groep geeft aan 1x per maand naar de stomerij te gaan met meestal 2 artikelen (42%).
- Pantalons, colberts, kostuums en winterjassen worden het vaakst genoemd als kleding waar de stomerij voor in wordt geschakeld.
 - Aanbeveling: Bij de klanten zou de kennis vergroot kunnen worden m.b.t. de mogelijkheden die de stomerij biedt, zowel op landelijk niveau als per individuele vestiging.
- Zo'n 60% van de ondervraagden geeft aan artikelen o.a. professioneel te laten reinigen, omdat het alleen chemisch gereinigd mag worden. Verder wordt ervoor gekozen als het materiaal kwetsbaar en duur is en als er zeer hardnekkige vlekken in het textiel zitten. Voor ruim 25% van de geënquêteerden is gemak de reden. Als andere reden werden regelmatig het mooi plooiën van voornamelijk pantalons en het impregneren van kleding genoemd. Bijna $\frac{3}{4}$ van de ondervraagden koopt een kledingstuk ook als het alleen chemisch gereinigd mag worden.
 - Aanbeveling: Maak de stomerij leuk om naartoe te komen i.p.v. een noodzaak d.m.v. aantrekkelijke aankleding, modern interieur, muziek, aangename geur en temperatuur. Aan te raden is de nadruk op het gemak dat aan de klant geboden wordt en dat kleding weer 'zo goed als nieuw' wordt.
- Wat imago betreft is ongeveer de helft van de geënquêteerden ervan overtuigd dat kleding langer mee gaat wanneer het gereinigd wordt door een stomerij en ruim 40% denkt dat het ook schoner wordt. Ook is men tevreden over de manier waarop men door het personeel geholpen wordt en hoe omgegaan wordt met klachten. Ondanks deze positieve punten lijkt de stomerij er niet echt in te slagen hun toegevoegde waarde duidelijk te maken aan hun klanten.
 - Aanbeveling: Wijd bekend maken, ondersteund met onderzoeken, dat kleding langer meegaat en schoner wordt. Dit uitzetten tegen de kosten van zelf wassen en laten reinigen door de stomerij. Ruim 40% denkt dat het zelf wassen tussen de €5 en €10,-, 35% tussen de €10,- en €20,-.
- Bijna 60% geeft aan niet te weten of reinigen in de stomerij milieuvriendelijker is dan thuiswassen.
 - Aanbeveling: De stomerij past in het 'groene' denken. Meer het milieuvriendelijke aspect van het uitbesteden van was duidelijk maken aan het publiek.
- Bijna 45% van de geënquêteerden geeft aan thuis te wassen omdat dit goedkoper is. Het prijsniveau van stomerijen wordt als hoog ervaren, maar men is erg verdeeld over of men vaker naar de stomerij zou gaan als de prijzen zouden dalen.

- Aanbeveling: Omdat een prijsdaling waarschijnlijk niet het gewenste effect zou hebben, is het wellicht raadzaam een korting in te voeren bij bijvoorbeeld inlevering van een derde of vierde artikel.

- Op het gebied van uitbreiding van service bestaat er met name interesse voor het reinigen van meubelkussens, tapijten en gordijnen, wat door het merendeel (55%) interessant wordt gevonden. Ook de dagservice, reparatie van kleding en de niet-goed-geld-terug garantie blijken met ongeveer 50% interessant.
 - Aanbeveling: De servicediensten zouden alleen succes vol kunnen zijn als er voldoende publiciteit aan de diensten wordt gegeven. Uiteraard spelen lokale factoren een rol welke diensten interessant zijn in een gebied.

- Een kleine 70% geeft aan persoonlijk contact belangrijk te vinden en ruim 60% geeft dan ook aan liever niet met een geautomatiseerd systeem te werken, ondanks de kortere wachttijd.

- Ruim 65% geeft aan dat verruiming van de openingstijden geen reden zou zijn meer gebruik te maken van de stomerij. Mochten de openingstijden wel uitgebreid worden, dan het liefst 's avonds en op zaterdag.

5. Bijlagen

Flyer marktonderzoek t.b.v. stomerijkanten

Wat vindt u?
van uw stomerij

Maak kans op een geheel
verzorgd, luxe diner voor

4 personen t.w.v.
€ 500,-

Ga z.s.m. naar
www.textielreiniging.info of kijk op **www.netex.nl**
en vul de enquête in.

Het invullen neemt max. 2 minuten in beslag.
De actie sluit op 31 december 2007

Enquête mondeling

Stomerij Enquête

1. Maakt u weleens gebruik van de stomerij? Locatie:
 Ja Nee (ga verder met vraag 10)

2. Bent u tevreden over uw huidige stomerij?
 Ja Nee, waarom

3. Wat voor soort stomerij is dat?
 Stomerij met eigen machines in het pand
 Alleen afgifte-/ophaalpunt in andere winkel (bv Supermarkt)
 Stomerij met eigen machines en ook andere activiteiten (bv kledingreparatie, garenwinkel, etc)
 Onbekend

4. Grootte van het bedrijf?
 Klein Groot

5. Uitstraling van het bedrijf?
 Gezellig Modern Ouderwets Goed Anders

6. Hoe vaak gaat u ongeveer naar de stomerij?
 Wekelijks Enkele keren per mnd Om 14 dgn 1 keer per mnd 1 keer per 2 mnd
 1 keer per kw 1 keer per halfjaar 1 keer per jaar Onbekend

7. Hoeveel artikelen brengt u gemiddeld per keer naar de stomerij?
 1 2 3 tot 5 6 tot 10 >10 varieert te veel

8. Wat voor artikelen brengt u naar de stomerij?
 Pantalon Rok/Jurk Kostuum/mantelpak Overhemd/Blouse Colbert
 Regenjas Ski-kleding Avondjurk/trouwjurk Leren/Suede Jas Winterjas
 Stropdas Bontjas Dekens/Dekbed Gordijnen/Vitrage anders,

9. Wat is voor u de reden om iets naar de stomerij te brengen?
 Alleen chemisch reinigen Gemak
 Goedkoop Hardnekkige vlekken, zeer vervuild
 Zeer kwetsbaar/duur materiaal Tijdsgebrek, behoefte aan vrije tijd
 Geen beschikking over wasmachine Anders,

10. Wat zijn voor u de belangrijkste redenen dat u geen gebruik maakt van de stomerij?
 Geen stomerij in de buurt Kleding raakt beschadigd Slechte service/behandeling
 Ouderwets Stomerij is te duur Kleding wordt niet goed gereinigd
 Tijdsgebrek Milieu-onvriendelijk Slechte openingstijden
 Alle kleding kan zelf gewassen worden Anders,

11. Bent u het eens met het volgende? (omcirkelen wat van toepassing is)

* Kleding gaat langer mee als ik het naar de stomerij breng.	Ja / Nee / Weet niet
* Kleding bij de stomerij brengen is beter voor het milieu dan thuis wassen.	Ja / Nee / Weet niet
* In de stomerij worden mijn kleren schoner gewassen.	Ja / Nee / Weet niet
* Kleding die alleen chemisch gereinigd kan worden koop ik niet.	Ja / Nee / Weet niet

* Ik wordt goed geholpen in de stomerij	Ja / Nee / Weet niet
* Men gaat goed om met klachten.	Ja / Nee / Weet niet
* Ik breng alleen speciale kleding naar de stomerij.	Ja / Nee / Weet niet
* Het persoonlijk contact bij de stomerij vind ik belangrijk.	Ja / Nee / Weet niet
* De stomerij gaat met haar tijd mee.	Ja / Nee / Weet niet

MD/2008

Stomerij Enquête

12. Welke dienstverlening van de stomerij is voor u interessant?

- Dagservice ('s ochtends gebracht, 's avonds klaar)
- Haal- en brengservice
- Niet goed, geld terug garantie
- SMS/E-mail bericht wanneer kleding klaar is
- 24-uurs brengen en halen (automaat)
- Wassen en strijken van overhemden
- Strijken van kleding
- Reparatie van kleding (knopen aanzetten, ritsen vervangen etc)
- Abonnementsysteem voor het reinigen van kleding
- Wassen van alle witte en bonte was, inclusief strijken
- Verhuur van tapijtreinigers
- Reiniging van meubelkussens, tapijten en gordijnen
- Anders,
- Geen

13. Wanneer zouden de openingstijden uitgebreid moeten worden?

- 's ochtends
- 's avonds
- Koopavond
- Zaterdag
- Geen uitbreiding

14. Strijkt u zelf?

- Ja
- Nee

15. Hoeveel tijd denkt u kwijt te zijn met wassen en strijken? (per week)

- < half uur
- 0,5 – 1 uur
- 1-2 uur
- 2 – 3 uur
- 3 – 5 uur
- 5 -8 uur
- >8 uur
- Weet niet

16. Hoeveel geld denkt u dat het kost als u zelf de was doet? Kosten per week (niet helpen)

- < 5 Euro
- 5 – 10 Euro
- 11 – 20 Euro
- 21 – 30 Euro
- > 30 Euro

17. Wat vindt u van de prijs van de stomerij?

- Te hoog
- Hoog
- Goed
- Laag
- Te laag

18. Zou een prijsdaling reden voor u zijn om (vaker) artikelen naar de stomerij te brengen?

- Ja
- Misschien
- Nee
- Weet niet

19. Hoe is uw huishouden samengesteld?

- 1 per
- 2 pers
- 3 pers
- 4 pers
- > 4 pers

20. Binnen welke categorie valt het bruto jaarinkomen van uw huishouden?

- < 20.000 Euro
- 20.000 – 39.999 Euro
- 40.000 – 59.999 Euro
- 60.000 – 79.999 Euro
- 80.000 – 99.999 Euro
- 100.000 – 149.999 Euro
- > 150.000 Euro
- Geen antwoord

Hartelijk dank voor uw medewerking!

=====

21. Geslacht: Vrouw Man

22. Leeftijdsgroep:

- <20
- 20 – 30
- 31 – 40
- 41 – 50
- 51 – 60
- > 60