

# 'Kledingmarktplaats' Vinted doet overname in Nederland

Julia Cornelissen en Richard Smit  
Amsterdam

United Wardrobe, de grootste tweedehandsmodemarktplaats van Nederland, gaat op in zijn grotere branchegenoot Vinted. Deze Litouwse unicor, die geleid wordt door de Nederlander Thomas Plantenga, wil met deze overname nog sneller uitbreiden naar nieuwe markten in Europa. Ook de rest van de mode-industrie stort zich op de snelgroeien- de markt van gebruikte kleding.

Vanuit Utrecht wilde United Wardrobe, in 2013 opgericht door drie studenten van de Universiteit Wageningen, de grootste modemarkt- plaats ter wereld worden. 'We werken al een paar jaar naast elkaar', zegt ceo Sjuul Berden over de overname door Vinted. 'Het is logischer om één netwerk te hebben met het meeste aanbod en de meeste gebruikers. Eerder kon je per land nog wel de grootste worden, maar met de huidige technologie kun je nu net zo makkelijk iets kopen in Barcelona of Parijs.'

Daar komt bij dat de apps de ambitie delen tweedehandskleding de eerste keus te maken en de kledingindustrie duurzamer te maken, voegt Plantenga daaraan toe. 'United Wardrobe is een soort mini-Vinted.' Het is de eerste keer dat Vinted een aankoop doet waarbij het team, in dit geval 35 werknemers, wordt overgenomen. Het van oorsprong Litouwse modeplatform, dat eind vorig jaar bij een financieringsronde werd gewaardeerd op meer dan €1 mrd, kocht eerder wel het klantenbestand van het Spaanse Chicfy.

De naam United Wardrobe gaat verdwijnen. De vier miljoen gebruikers die het platform zegt te hebben, krijgen vanaf vandaag een uitnodiging om met een druk op een knop hun profiel, aanbod, gebruikersgeschiedenis en favorieten naar Vinted over te zetten. 'Dan kunnen ze net zo makkelijk een jurk voor drie tientjes verkopen aan iemand in Barcelona', zegt de Vinted-ceo. 'Dat kost met ons verzendstelsel maar vanaf circa €2,50.' Daarnaast hoeven ze niet langer verkoopkosten te betalen.

'De groei van de markt voor tweedehandskleding is een massieve trend', zegt Berden. 'De kledingindustrie is heel vervuילend en tweedehands is beter voor het milieu en beter voor je portemonnee.' In heel Europa wordt volgens Plantenga jaarlijks voor zo'n €120 mrd aan nieuwe kleding verkocht. Vinteds omzet steeg naar €1,3 mrd in 2019, maar de ceo ziet nog veel ruimte voor groei van de tweedehandskledingmarkt. De tijd dat tweedehands wat armoedig en stoffig was, is volgens hem echt voorbij.



**Barbara Jouenaar van Bar's Bargain verkoopt kleding vanuit huis via United Wardrobe.** FOTO: MARIJN FIDDER VOOR HET FD

Met name de jongste generaties, de millennials en generatie Z, halen de neus allang niet meer op voor een jurk die twee keer is gedragen of een broek met wat sleetse plekje. Wereldwijd snuffelen zij in de kledingkast van anderen via platforms als Depop, Poshmark, ThredUp, Vestiaire Collective en Vinted. De markt voor tweedehandsjes, pre-owned of vintage, hoe je het ook wilt noemen, zal volgens onderzoeksbureau GlobalData tussen 2019 en 2024 groeien van \$28 mrd naar \$64 mrd.

Daar spelen andere bedrijven slim op in. Zo ontdekte de Duitse modegigant Zalando dat de helft van de Nederlanders wel eens tweedehandskleding koopt. Sinds begin deze maand

## 'Het taboe is eraf'

**B**arbara Jouenaar (28) poseert elke dag in tweedehandskleding in een speciaal ingerichte studio in haar huis voor haar iPhone-camera. Ze runt op United Wardrobe haar eigen tweedehandswinkel — Bar's Bargain — en fungeert daarvoor zelf als model. De afgelopen dagen plaatste ze een wollen Benetton-trui

met ruitjes, een gele blouse met streepjes en een zwarte lammycoat, voor tussen de €15 en €40. Sinds de uitbraak van het coronavirus is dit Jouenaars fulltimebaan, door het wegvallen van haar bijbaan in de horeca. Gelukkig verdubbelde sindsdien ook haar omzet. 'Ik kan er nu van leven. Doordat iedereen thuiszit, verkoop ik juist

meer', zegt Jouenaar, die bijna 2000 volgers heeft. Ze verstuurt elke week zo'n dertig kledingstukken, die ze zelf meestal koopt bij kringloopwinkels. Daarnaast hebben consumenten minder te besteden en kan tweedehands daarom aantrekkelijker voor ze zijn. Jouenaar koos voor United Wardrobe omdat 'de doelgroep daar al zit'.

kunnen consumenten in Nederland en België hun oude kleding op het platform aanbieden voor doorverkoop. In de winkelstraat rukt de kringloopkleding ook snel op. Het aantal tweedehandskledingwinkels groeide volgens de Kamer van Koophandel afgelopen jaar met 7%, naar 2415.

Grote namen uit de mode-industrie, die wel doorhebben dat het koopgedrag aan het veranderen is, starten initiatieven om mode-items een tweede leven te geven. Miu Miu is begonnen met het label Upcycled by Miu Miu. Levi's heeft sinds kort Levi's Secondhand en Tommy Hilfiger verkoopt afdankertjes via Tommy for Life. Luxemerken als Burberry, Gucci en Stella McCartney werken samen met The RealReal, een platform dat tweedehandskleding van modemerken verkoopt.

De oude namen in de winkelstraat blijven niet achter. Het Britse Selfridges is begonnen met de verkoop van gebruikte mode en Patagonia heeft al langer het Worn Wear-programma. Ook H&M, de kampioen van de snelleweggooi-mode, probeert aan klantwensen tegemoet

**'Kledingindustrie is heel vervuילend en tweedehands is beter voor het milieu en voor je portemonnee'**

te komen met hergebruik. Dochterketen Cos richt een eigen tweedehandsplatform op onder de naam Resell. Eerder startten de Zweden al met de vintageformule Afound.

Samen met United Wardrobe kan Vinted het expansietempo naar nieuwe markten verdubbelen, zegt Vinted-baas Plantenga. In Nederland hebben de platforms samen naar eigen zeggen vijf miljoen geregistreerde gebruikers. Toch noemt hij de Nederlandse markt nog jong en onvolwassen. Hij ziet geen reden om te stoppen met de agressieve campagne waarmee Vinted naar Nederland kwam. Van het bombardement aan 'Draag je 't niet, verkoop 't dan'-reclames op tv en internet zijn we voorlopig nog niet af.

'Wij kiezen ervoor om de omzet terug te investeren in het bedrijf', zegt Plantenga. 'We kunnen er best geld in steken om iemand binnen te krijgen. Als mensen eenmaal klant zijn, blijven ze terugkomen.' Volgens hem kan het bedrijf al snel winst maken als het minder snel naar nieuwe markten zou gaan. Het bedrijf, dat eerder al €50 mln en later nog eens €128 mln ophaalde, kan nog wel even investeren. 'Ik verwacht niet dat we komende maanden geld nodig hebben.'