

DER **MODE** KONSUM

Starke Verschiebungen im Männermode-Markt

HML Modemarketing: Die Ausgaben für Mode sind im Zeitraum Februar bis Mai 2008 leicht gestiegen. Der Preismarkt in der HAKA hat überraschend zugelegt.

Das erste Mal seit schätzungsweise vier Jahren hat der Preismarkt in der HAKA nicht verloren, sondern zugelegt“, sagt Dr. Ulla Ertelt vom Frankfurter Beratungsunternehmen HML Modemarketing. Vier Mal im Jahr analysiert Ertelt die Entwicklung der Ausgaben für Mode. Dafür werden Männer und Frauen ab 14 Jahren in 1400 Haushalten zu ihren Vorlieben beim Kauf von Schuhen und Bekleidung befragt. Die Konsumenten ordnen sich dabei selbst in die Segmente gehobener Markt, Markt der Mitte und Preismarkt ein und treffen so eine Aussage über ihren eigenen Modegrad und ihr Anspruchsniveau. Die aktuellen Studie bezieht sich auf den Zeitraum Februar bis Mai 2008. Vor allem das Ausgabeverhalten der Männer hat sich in diesem Frühjahr grund-

legend verändert. So kam das Wachstum, anders als gewöhnlich, vor allem aus dem Preismarkt (Wert: plus 3,8%; Menge: 7,2%). Der gehobene Markt, der sonst Garant für Zuwächse war, hat hingegen verloren (Wert: minus 2%; Menge: minus 2,6%). Ertelt begründet diese Entwicklung mit der verbesserten Arbeitsmarktsituation: „Es stand mehr Geld zur Verfügung, weil mehr Menschen in einem Beschäftigungsverhältnis waren. Das schlägt sich am stärksten im Preismarkt nieder.“ Männer mit mittlerem Anspruchsniveau (Markt der Mitte) haben weniger, dafür aber teurer gekauft. Über alle Märkte hinweg hat der HAKA-Markt in Menge (plus 0,7%) und Wert (plus 0,9%) minimal zugelegt. Die stärksten Produktgruppen waren Jacken, Hosen und Strickwaren sowie auf niedrigem Niveau Anzüge und Mäntel. In der DOB setzt sich die Entwicklung der vergangenen Saisons fort: Die Ausgaben im gehobenen Markt sind mit einem Plus von 6,6% am stärksten gestiegen, gefolgt von plus 3,1% im Markt der Mitte. Der

Preismarkt hingegen hat stark verloren (minus 6,9%). Marktübergreifend haben Frauen etwa genauso viel gekauft wie im Frühjahr 2007, dafür aber etwas mehr ausgegeben (Wert: Plus 1,8%; Menge: 0,6%). Auch bei den Topsellern hat es keine nennenswerten Überraschungen gegeben: Jacken, Kleider, Blusen, darunter auch viele Tuniken und Wirkwaren waren die meist gekauften Artikel. Während die Ausgaben für DOB, HAKA und KOB im Frühjahr leicht gestiegen sind, wurde am Schuh zum Teil stark gespart (siehe Grafik oben). ■ JK



Brunello Cucinelli / Eickhoff-Katalog

Napapijri / Engelhorn-Katalog

DAS KAUFVERHALTEN DER KUNDEN

Nachfrageentwicklung von Februar bis Mai 2008 im Vergleich zum Vorjahr
 Angaben in Prozent

	+ - Wert	+ - Menge
DOB	+1,8	+0,6
HAKA	+0,9	+0,7
KOB	+0,6	4,1
Damenschuhe	-2,0	-0,5
Herrenschuhe	-6,2	-6,1

Quelle: HML Modemarketing

www.TWnetwork.de

Mehr zur Studie für Abonnenten der Newsline von TWnetwork.de: www.TWnetwork.de/Modekonsum

DIE STUDIE

- Grundgesamtheit: 50,79 Millionen Einwohner ab 14 Jahren
- Fallzahl: 1400 Haushalte
- Zeitraum: Februar bis Mai 2008
- Stichprobe: Quotenwahlverfahren
- Befragungsmethode: Interviews über Fragebögen
- Institut: HML Modemarketing in Frankfurt/Main

GEWINNER & VERLIERER DOB

Die Nachfrageentwicklung von Februar bis Mai 2008 in der DOB im Vergleich zum Vorjahr
 Angaben in Prozent

	+ - Wert	+ - Menge
Mäntel	+9,4	+19,1
Jacken	+6,6	+1,8
Kleider	+6,0	+9,3
Blusen	+5,6	+6,3
Wirkwaren	+5,0	+2,6
Hosen	+3,0	-0,1
Kostüme/Hosenzüge	-0,7	-3,2
Jeans	-1,3	-3,9
Strickwaren	-2,5	-3,5
Röcke	-9,4	-9,0
Gesamt	+1,8	+0,6

Quelle: HML Modemarketing

GEWINNER & VERLIERER HAKA

Die Nachfrageentwicklung von Februar bis Mai 2008 in der HAKA im Vergleich zum Vorjahr
 Angaben in Prozent

	+ - Wert	+ - Menge
Mäntel	+5,2	+4,4
Anzüge	+2,2	-0,1
Hosen	+1,7	+1,7
Jacken	+1,6	+6,4
Strickwaren	+1,5	-1,1
Jeans	+1,0	+0,7
Wirkwaren	+0,2	-0,4
Hemden	-2,0	-1,1
Gesamt	+0,9	+0,7

Quelle: HML Modemarketing