



Jeans verzeichneten im gehobenen Markt zweistellige Zuwachsraten. 7 for all mankind/Maskulin-Katalog



Männer hatten Lust auf Formelles: Anzüge und Business-Hemden wurden stark nachgefragt. Drykorn/Wormland-Prospekt



Strick war vor allem in ausgefallenen Farben gefragt. Das Plus wird getragen von Männern im Markt der Mitte. Mexx



Der Rock war bei Frauen ein starkes modisches Thema, vor allem ausgefallene Modelle. Max & Co

„Der Preis stand nicht so stark im Fokus“

HML Modemarketing: Konsumenten-Befragung im Zeitraum August bis November 2005

Männer, Frauen und Kinder hatten im Herbst Lust auf Mode: Die Ausgaben für Damen-, Herren- und Kinderbekleidung sind im Zeitraum von August bis November 2005 gestiegen. Das ergibt die Konsumenten-Befragung von HML Modemarketing. Vier mal jährlich befragt das Frankfurter Beratungsunternehmen Männer und Frauen ab 14 Jahren in 1400 Haushalten zu ihren Vorlieben beim Kauf von Bekleidung und Schuhen. Dabei ordnen sich die Konsumenten in die Segmente gehobener Markt, Markt der

Mitte und Preismarkt ein. Diese Gliederung richtet sich nach Anspruchsniveau und Modegrad der Befragten.

„Die HAKA liegt insgesamt im Plus. In den verschiedenen Märkten war das Kaufverhalten der Männer aber sehr unterschiedlich“, sagt Marktforscherin Dr. Ulla Ertelt. Das Plus werde getragen vom gehobenen Markt und dem Markt der Mitte. Der Preismarkt sei dagegen rückläufig. Anders in der DOB: „Alle drei Märkte haben sich in etwa gleich entwickelt“, so

Ertelt. Gehobener Markt, Markt der Mitte und Preismarkt erreichten ein kleines Plus oder bewegen sich auf Vorjahresniveau.

Die Ausgabebereitschaft in HAKA und KOB ist gestiegen. Und auch bei den Frauen stehe der Preis nicht mehr so stark im Fokus wie noch vor drei Jahren. Die unteren Preislagen seien ebenso wie die gehobenen bis hohen Preislagen verstärkt nachgefragt worden. DOB und HAKA liegen mengenmäßig im Plus, dagegen ist die Zahl der KOB-Käufe rückläufig.

GEWINNER & VERLIERER DOB

Die Nachfrage-Entwicklung August bis November 2005 in der DOB in den alten Bundesländern im Vergleich zum Vorjahr

	+ Wert	+ Menge
Jeans	+15,3	+17,8
Röcke	+11,8	+17,8
Jacken	+4,8	+8,7
Blusen	+2,9	+5,6
Kostüme/Hosenanzüge	+1,8	+5,6
Wirkwaren	+1,1	+3,2
Hosen	-3,4	-0,3
Kleider	-2,3	-1,7
Strickwaren	-2,7	-1,4
Mäntel	-9,3	-5,4
Gesamt	+1,3	+2,5

Quelle: HML Modemarketing

GEWINNER & VERLIERER HAKA

Die Nachfrage-Entwicklung August bis November 2005 in der HAKA in den alten Bundesländern im Vergleich zum Vorjahr

	+ Wert	+ Menge
Anzüge	+10,9	+12,6
Jeans	+4,6	+4,3
Strickwaren	+2,4	-1,7
Hemden	+2,1	+0,3
Jacken	+1,6	+2,3
Wirkwaren	-0,4	+4,2
Mäntel	-2,4	-3,1
Hosen	-7,6	-8,6
Gesamt	+1,7	+0,7

Quelle: HML Modemarketing



Auch bei den Damen waren Jeans im vergangenen Herbst der Renner. Comma



Bei Jacken waren vor allem Indoor-Jacken gefragt, wie sportive Baumwoll-Blazer. Breuninger-Prospekt

Zur Studie

- Grundgesamtheit: 50,79 Mill. Einwohner ab 14 Jahren in den alten Bundesländern und Berlin
- Fallzahl: 1400 Haushalte
- Zeitraum: August bis November 2005
- Stichprobe: Quoten-Auswahlverfahren
- Befragungsmethode: Interviews über Fragebögen
- Institut: HML Modemarketing in Frankfurt/M.



WERDEN SIE JONES FRANCHISEPARTNER.

Mode ist Ihr Business, Sie wollen sich weiter entwickeln und suchen eine neue Herausforderung? Hier ist sie.

Jones ist ein schnell expandierendes Modelabel mit 74 Stores innerhalb von sechs Jahren (54 in Österreich, 20 international, davon 10 in Deutschland) und jahrelanger Erfahrung im Einzelhandel.

Wir suchen Franchise-Partner, die am weiteren Erfolg unserer Marke mitarbeiten wollen. Kontaktieren Sie unsere Ansprechpartner oder informieren Sie sich: www.jones.at

Wir freuen uns auf unsere Partnerschaft!

Was waren die Must-haves im Herbst? Ertelt: „Anzüge und korrekte Hemden wurden vor allem von Männern im gehobenen Markt gekauft.“ Ein beliebtes Outfit war außerdem die Kombination aus Sakko, Jeans und Pullover. Dementsprechend haben Strickwaren, Jacken und Jeans im Herbst zugelegt. Wirkwaren gingen in großen Mengen über die Ladentheken. Insgesamt wurden sie aber deutlich günstiger gekauft. Die zweistellige Wertsteigerung im gehobenen Markt konnte das Minus im Markt der Mitte und im Preismarkt nicht ausgleichen.

Gestiegen sind außerdem die Käufe von Indoor-Jacken und Wirkwaren. Formal-Wear wurden im gehobenen Markt und auf niedrigem Niveau im Preismarkt gesucht. Für aufwändige Details bei Blusen waren die Frauen bereit, mehr Geld auszugeben. Ein modisches Highlight war bei Männern und Frauen der Stiefel. Insgesamt waren die Schuhkäufe im Herbst dennoch rückläufig. Bei einem mengenmäßigen Anstieg ist das durchschnittliche Preisniveau gefallen. ■

JANA KERN

Die Bestseller. Jeans und Röcke – das waren die beliebtesten Artikel der Frauen. Beide Produktgruppen liegen zweistellig im Plus. Das ging zu Lasten der Hosen. Lediglich im gehobenen Markt verzeichneten sie Zuwächse.

www.TWnetwork.de

Die Abonnenten der Newslite TWnetwork.de können sich im Internet auf der Seite www.TWnetwork.de unter der Rubrik Modekonsum zusätzliche Daten zur Studie herunterladen.

DAS KAUFVERHALTEN DER KUNDEN

Nachfrage-Entwicklung Menge und Wert August bis November 2005 in den alten Bundesländern im Vergleich zum Vorjahr
Angaben in Prozent

■ + Wert ■ - + Menge

Kategorie	Wert (%)	Menge (%)
HAKA	+1,7	+0,7
DOB	+1,3	+2,5
KOB	-0,7	+1,3
Damenschuhe	-1,9	+0,5
Herrenschuhe	-3,2	+0,6

*Lesebeispiel: Die Kunden in den alten Bundesländern haben für DOB im Zeitraum August bis November 2005 1,3% mehr ausgegeben als im Vorjahreszeitraum
Quelle: HML Modemarketing

DEUTSCHLAND

Textilagentur Kaufmann
Fashion Atrium, Raum 308, Ingolstädter Straße 44
D-80807 München, Tel: 0049/89/35 65 85-80
Fax: 0049/89/35 65 85-81, Mobil: 0049/172/820 06 08
E-Mail: f.kaufmann@jones-fashion.de

SCHWEIZ

M+M, Ursula Meier
Talackerstraße 9, Glattbrugg
Postfach 1580, CH-8065 Zürich
Tel: 0041/44/810 90 22, Fax: 0041/44/810 90 23
E-Mail: mmumeier@swissonline.ch

ÖSTERREICH

Magda Rose KG
Modcenterstraße 22/A4, A-1030 Wien
Tel: 0043/1/798 93 48 0, Fax: 0043/1/798 91 94
E-mail: jones@rose.at

