



Gerne gekauft wurden taillierte Blazer. In den Sommermonaten haben sie erneut zugelegt. Olsen



Jeans verzeichneten zweistellige Zuwächse. Nur im Preismarkt rutschten sie ins Minus. Mavi



Mäntel liegen in allen Segmenten vorne. Farbige Trenchcoats machten das Rennen. Mango



Strick kauften viele Männer im Ausverkauf. Gut liefen vor allem kräftige Farben. Conley's



Poloshirts im Stil von La Martina zählten zu den Bestsellern. La Martina/Maskulin-Prospekt

„Der Ausverkauf-Effekt“

Bei den Männern locken die Schnäppchen, Frauen kaufen wertiger, die KOB liegt weiter im Plus – das zeigt die Konsumenten-Befragung von HML Modemarketing im Zeitraum von Februar bis Juli 2005

In der DOB wurde wertiger gekauft“, sagt Marktforscherin Dr. Ulla Ertelt. Dabei bezieht sie sich auf die Konsumenten-Befragung von HML Modemarketing im Zeitraum von Februar bis Juli 2005. 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. Die Konsumenten werden in die Segmente gehobener Markt, Markt der Mitte und Preismarkt unterteilt. Die Gliederung richtet sich in erster Linie nach Anspruchsniveau und Modegrad der Befragten.

„Die DOB hat trotz des Ausverkaufs in den Sommermonaten nicht nachgegeben“, stellt Ertelt

fest. Insgesamt hat der Markt in der Menge um 0,8% verloren, im Wert dagegen um 0,7% zugelegt. Im gehobenen Markt wurde günstiger gekauft, der Markt liegt in Menge (plus 6,6%) und Wert (plus 2,4%) aber weiter im Plus. Ertelt begründet das damit, dass in den Sommermonaten vermehrt Kleinteile über die Theke gingen. Der Markt der Mitte bleibt stabil. Von Februar bis Juli ist mehr gekauft worden (Menge: plus 3,8%), aber dafür auch günstiger (Wert: plus 0,2%). Stärkster Artikel ist hier die Jeans. Strick- und Wirkwaren haben im Juni und Juli stark verloren, insgesamt liegen sie aber immer noch im Plus.

Der Preismarkt bleibt in Menge und Wert rück-

läufig, die Rückgänge sind aber weniger stark als in den ersten vier Monaten des Jahres. Zu den Bestsellern zählen Jacken und Mäntel.

In der HAKA spricht Ertelt vom „Ausverkauf-Effekt“. Der Markt liegt insgesamt weiter im Plus. Die Kunden haben im Juni und Juli aber günstiger eingekauft. Die Ausgaben sind in diesen Monaten um einen Prozentpunkt auf plus 1,7% gesunken. Die Zahl der Käufe bleibt stabil. Das Plus in der HAKA wird getragen vom gehobenen Markt und vom Preismarkt. Mit einem Mengenplus von 3,7% und einer Wertsteigerung von 6% wird im gehobenen Markt weiterhin wertig gekauft. Strickwaren verkauften sich in großen Mengen, aber überwiegend zu

DAS KAUFVERHALTEN DER KUNDEN

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

- + Wert - + Menge

KOB	+2,1
	+1,6
HAKA	+1,7
	+0,8
DOB	+0,7
	-0,8
Herrenschuhe	+0,3
	+2,4
Damenschuhe	+1,2
	-1,3

*Lesebeispiel: Die Kunden in den alten Bundesländern haben für DOB im Zeitraum Februar bis Juli 2005 0,7% mehr ausgegeben als im Vorjahreszeitraum
Quelle: HML Modemarketing

GEWINNER & VERLIERER DOB

Die Nachfrage-Entwicklung Februar bis Juli 2005 in der DOB in den alten Bundesländern im Vergleich zum Vorjahr
Angaben in Prozent

- + Wert - + Menge

Mäntel	+24,8
Jeans	+19,3
Jacken	+9,9
Wirkwaren	+3,2
Strickwaren	-1,1
Röcke	-0,7
Kleider	-1,3
Blusen	-1,5
Hosen	-5,6
Kostüme/Hosenzüge	-2,2
Gesamt	-11,5
	-3,0
	-1,4
	-3,9
	-4,2
	-8,2
	-4,8
	-0,8
	+0,7

Quelle: HML Modemarketing



Auch für Männer waren Jeans im Frühjahr/Sommer 2005 ein Must-have. Tommy Hilfiger

Zur Studie

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

www.TWnetwork.de

Die Abonnenten der Newsline TWnetwork.de-today können sich auf der Homepage www.TWnetwork.de zusätzliche Daten zur Studie herunterladen.

Rotstiftpreisen. Im Preismarkt wurde im Juni und Juli mehr Geld ausgegeben, dennoch steht der Preis im Vordergrund. Während dieser Markt in den ersten vier Monaten wertmäßig noch im Minus lag, erreicht er jetzt ein Plus von 1,3%. Rückläufig ist dagegen der Markt der Mitte. Besonders zu Buche geschlagen hat das Minus bei Hosen, Hemden und Strick.

Weiterhin im Plus liegt die KOB. Im Juni und Juli wurde zwar weniger gekauft, mit plus 2,1% im Wert und plus 1,6% in der Menge schneidet die KOB im Vergleich zu den anderen Segmenten aber immer noch am besten ab. ■

JANA KERN

GEWINNER & VERLIERER HAKA

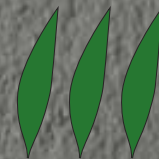
Die Nachfrage-Entwicklung Februar bis Juli 2005 in der HAKA in den alten Bundesländern im Vergleich zum Vorjahr
Angaben in Prozent

■ + Wert ■ + Menge

Kategorie	Wert (%)	Menge (%)
Jeans	+10,8	+8,5
Wirkwaren	+3,3	+3,5
Anzüge	-1,4	+2,1
Jacken	+2,1	+3,0
Strickwaren	+2,0	+3,7
Hemden	-2,3	-3,8
Hosen	-4,7	-5,6
Mäntel	-20,8	-8,6
Gesamt	+1,7	+0,8

Quelle: HML Modemarketing

Hetregó: +39 0545 900714 - www.hetrego.it
Vertrieb: Tel 089 20207771 - info@d-tails.de



HETREGÓ
Stile unico

