



Schlechtes Wetter brachte gute Abverkäufe von Jacken. Fuchs & Schmitt/ Appelrath-Cüpper



Jeans gehören in der DOB nach wie vor zu den Bestsellern. Replay



Trenchcoats in neuen Farben kurbelten die Mantelumsätze an. T-Jay/ Conley's-Katalog



Der Denim-Boom hält an. Viele Männer haben sich im Frühjahr eine neue Jeans gekauft. Combo



Pullover in kräftigen Farben wurden stark nachgefragt. Malo/ Masculin-Prospekt

Die Kunden kaufen wieder

HAKA und KOB sind auf Erfolgskurs. Der DOB-Markt bleibt stabil. Das zeigt die aktuelle Konsumenten-Befragung von HML Modemarketing im Zeitraum von Februar bis Mai 2005.

Frauen, Männer und Kinder haben im Frühjahr mehr Bekleidung gekauft. Das ergab eine Erhebung des Frankfurter Beratungsunternehmens HML Modemarketing im Zeitraum Februar bis Mai 2005.

Vier Mal jährlich befragt das Institut Männer und Frauen ab 14 Jahren in 1400 Haushalten zu ihren Vorlieben beim Kauf von Bekleidung und Schuhen. Bei ihrer Betrachtung unterteilt Marktforscherin Dr. Ulla Ertelt in die drei Marktsegmente gehobener Markt, Markt der Mitte und Preismarkt. Die Einteilung richtet sich in erster Linie nach Anspruchsniveau und Modegrad der Befragten.

Männer haben in diesem Frühjahr nicht nur

mehr, sondern auch wertiger gekauft. Im Wert ist der HAKA-Markt um 2,7% gewachsen, in der Menge um 0,7%. „Der gehobene Markt ist mit plus 8% Wertwachstum der absolute Gewinner der Saison. Sakkos, Hosen, Strickwaren und Hemden sind die Treiber dieses Wachstums. Wirkwaren haben dagegen stark verloren“, sagt Ertelt.

Im Markt der Mitte haben die Verbraucher zwar weniger gekauft, dafür aber mehr für Bekleidung ausgegeben. Zu den meistgekauften Artikeln zählen Anzüge, gefolgt von Jacken und Jeans, während Hemden und Hosen nachgegeben haben.

Im Preismarkt sind die Durchschnittspreise bei

der Formalwear mit Produkten wie Anzügen, Mänteln und Jacken weiterhin rückläufig.

Der DOB-Markt ist zwar weniger stark gewachsen als die HAKA, bleibt aber mit knapp 1% in Menge und Wert stabil. Als „Gewinner der Saison“ bezeichnet Ertelt den gehobenen Markt. Das Mengenwachstum (plus 14,4%) ist zweifelhaft bei einer Wertsteigerung von 3,6%. Jeans, Strick- und Wirkwaren sowie neue Blusenformen wie Tuniken hätten diese Entwicklung begünstigt. Im Markt der Mitte sei der Preisverfall gestoppt. „Das ist kein kurzfristiger Effekt“, so Ertelt. „Die Verbraucherinnen wollen in diesem Segment ein gutes Preis-/Leistungsverhältnis. Sie kaufen nicht mehr um jeden Preis billig.“

DAS KAUFVERHALTEN DER KUNDEN

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

➔ Wert ➔ Menge

Kategorie	Wert (%)	Menge (%)
KOB	+2,9	+2,4
HAKA	+2,7	+0,7
DOB	+0,6	+0,8
Damenschuhe	-0,8	±0,0
Herrenschuhe	-1,1	+2,1

*Lesebeispiel: Die Kunden in den alten Bundesländern haben für DOB im Zeitraum Februar bis Mai 2005 0,6% mehr ausgegeben als im Vorjahreszeitraum
Quelle: HML Modemarketing

GEWINNER & VERLIERER DOB

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

➔ Wert ➔ Menge

Kategorie	Wert (%)	Menge (%)
Jeans	+11,8	+17,1
Mäntel	+12,6	+15,9
Jacken	+3,8	+7,9
Hosen	+1,3	-0,9
Wirkwaren	+0,9	+2,1
Strickwaren	-0,1	+4,1
Kleider	-1,9	-4,7
Kostüme/Hosenanzüge	-2,4	-4,2
Blusen	-2,6	-6,2
Röcke	-2,6	-6,6
Gesamt	+0,6	+0,8

Quelle: HML Modemarketing



Anzüge werden wieder wertiger gekauft. Der Trend setzte sich fort.
J.D. Fielding / P & C, Düsseldorf

Zur Studie

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

www.TWnetwork.de

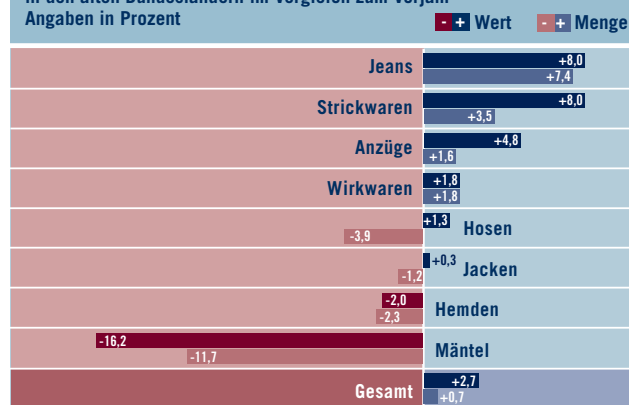
Die Abonnenten der Newsline TWnetwork-today können sich auf der Homepage www.TWnetwork.de zusätzliche Daten der Studie herunterladen.

Zweistellige Umsatzzuwächse wurden mit Jeans, Kostümen und Mänteln verzeichnet. Stark verloren hat der Preismarkt. Es wurde zwar auch hier wertiger gekauft, dafür aber viel weniger (minus 10,6%). „Nur bei der Warengruppe Jeans konnten die Mengen gehalten und der Wertumsatz gesteigert werden“, so Ertelt. Weiterhin auf Erfolgskurs ist der KOB-Markt. Sowohl in Menge (plus 2,4%) als auch im Wert (plus 2,9%) hat das Segment zugelegt. Häufig über die Ladentheke gingen Jeans, Jacken und Wirkwaren, während die Umsätze mit Hemden und Blusen sowie Hosen zurückgingen. ■

JANA KERN

GEWINNER & VERLIERER HAKA

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



Quelle: HML Modemarketing

markensalz.com

● Bloß nicht verpassen: TW Order-Info.

Der Pflichttermin für Ihren cpd-Besuch:

DOB-Order-Info
Farben, Stoffe, Silhouetten
Frühjahr / Sommer 2006

Referenten:
Peter Paul Polte, TextilWirtschaft
Elke Giese, Deutsches Mode Institut

24.07.2005, 10.00 Uhr,
Raum L, M, R, CCD Ost,
Congress-Center,
Messe Düsseldorf



Eine Veranstaltung von:



igedo.com

TextilWirtschaft
NEWS | FASHION | BUSINESS