

Die Hälfte aller Frauen in Deutschland war bereits im ersten Monat nach dem Lockdown wieder im stationären Handel Kleidung oder Schuhe shoppen. Die Meisten von ihnen wussten ganz genau was sie wollten und gingen schnurstracks in die Geschäfte. Das zeigt die jüngste Verbraucherinnen-Umfrage von HML Modemarketing.

Vor drei Monaten durften in Deutschland die ersten Läden nach dem Coronavirus-bedingten Lockdown wieder öffnen, doch von Normalität sind die Innenstädte noch weit entfernt: Der Handelsverband Deutschland rechnet erst 2022 damit, dass mit einem Umsatzniveau des Vorkrisenjahres 2019 zu erreichen und auf der anderen Seite erlebt der Onlinehandel gerade seinen Frühling. Trotz der 1,5-Meter-Abstandsregelung und Maskenpflicht in Geschäften sind die Fußgängerzonen wieder einigermaßen gefüllt. Doch wer entscheidet sich für einen Shopping-Trip und warum?

Hälfte der Frauen war schon Mode shoppen

45 Prozent aller Frauen in Deutschland war bereits – mit Maske – Bekleidung oder Schuhe einkaufen. Vor allem trendbewusste Frauen, unabhängig vom Preisniveau, lassen sich vom Shoppen nicht abhalten, zeigt die HML-Umfrage. Besonders aber die Geschäftsfrauen scheinen ihre Garderobe nach Monaten im Homeoffice neu gestalten zu wollen: 69 Prozent dieser Kundinnen waren bereits einkaufen, so viel wie keine andere Gruppe.

Dabei hatte der Großteil schon eine Vorstellung, was im Einkaufskorb landen soll: 37 Prozent wussten vorher was sie wollen und mehr als ein Viertel haben tatsächlich das gekauft, was sie geplant hatten. Nur bummeln und sich Neuheiten anschauen wollten lediglich 13 Prozent der Verbraucherinnen und 14 Prozent haben nichts gekauft. Dabei spielt das Preisniveau und Modeinteresse keine Rolle – bei allen Kunden ist der gezielte Einkauf an der Tagesordnung.

Nur im Bereich Avantgarde besuchten fast die Hälfte der Kundinnen die Stores, um die Mode zu sehen. Das könnte allerdings auch daran liegen, dass die Boutiquen, in denen diese Kundinnen einkaufen, viel

geringere Besucherzahlen haben, als zum Beispiel ein Fast Fashion-Store, und das Bummeln dadurch angenehmer ist.

Unsicheres Gefühl beim Shoppen

Auf der anderen Seite stehen 55 Prozent an Kundinnen, die noch keine Mode einkaufen waren. Die Meisten von ihnen haben kein gutes Gefühl und sehen ihre Sicherheit gefährdet (24 Prozent). Der Rest hatte entweder noch keine Zeit, wartet auf eine Preisreduzierung oder fühlt sich wegen der Corona-Auszeit nicht in Form für neue Kleidung, weil sie zugenommen haben.

Unsicherheit im Bezug auf ihr Einkommen scheint allerdings eher kein Grund für Kaufzurückhaltung zu sein: Fast 70 Prozent der Teilnehmerinnen gaben an, dass sich die Einnahmen ihres Haushaltes wahrscheinlich nicht verändert haben. Fast ein Drittel geht von einem geringeren Einkommen aus....