

Drucken

TextilWirtschaft vom 25.03.2010
News Umsätze

DER MODEKONSUM

Rote Preise lockten die Kunden

HML Modemarketing: Der Modekonsum war erwartungsgemäß von der Sale-Phase geprägt. Die Märkte entwickelten sich allerdings gegenläufig.

Angebote und Reduzierungen kamen bei den Konsumenten im Winter ganz unterschiedlich an. Während im Markt der Mitte und im Preismarkt **die** Rabatte genutzt wurden und **die Kunden** tendenziell günstiger einkaufte, wurde im gehobenen Markt wie auch schon im Herbst teurer konsumiert. **Diese** Entwicklung ist sowohl in der DOB als auch in der HAKA zu beobachten. "Das Auseinanderklaffen der Märkte ist der beherrschende Trend **dieses** Winters", sagt Dr. Ulla Ertelt von HML Modemarketing zu den Ergebnissen der aktuellen **Kundenbefragung**. Viermal jährlich analysiert das Frankfurter Beratungsunternehmen **die** Konsumausgaben für Mode. Dafür werden Verbraucher in 2200 Haushalten zu ihren Vorlieben beim Kauf von Bekleidung und Schuhen befragt. **Die** Konsumenten ordnen sich dabei selbst in **die** Segmente gehobener Markt, Markt der Mitte und Preismarkt ein.

Wie schon im Herbst hat besonders der Preismarkt verloren. Der Preisdruck ist von August bis Januar weiter gestiegen, denn Frauen und Männer haben im Winter wieder günstiger in **diesem** Segment eingekauft. Ansonsten entwickelten sich **die** einzelnen Marktsegmente und Warengruppen heterogen.

· **Die** DOB wurde wie im Herbst wieder vor allem vom gehobenen Markt getrieben. Dort wurde tendenziell mehr Geld für ein einzelnes Bekleidungsstück ausgegeben als im Vorjahr. Im Markt der Mitte und im Preismarkt zeichnete sich ein Wertverlust ab, **die** Frauen kauften günstiger. Ausnahmen waren allerdings im Markt der Mitte topmodische Artikel wie Kleider, Röcke und Jeans. **Diese** Produkte wurden teurer eingekauft als im Vorjahr. Auch im Schuhmarkt zeichnet sich eine Trendaffinität ab. So wurden etwa Stiefel wertiger gekauft als im Vorjahreszeitraum.

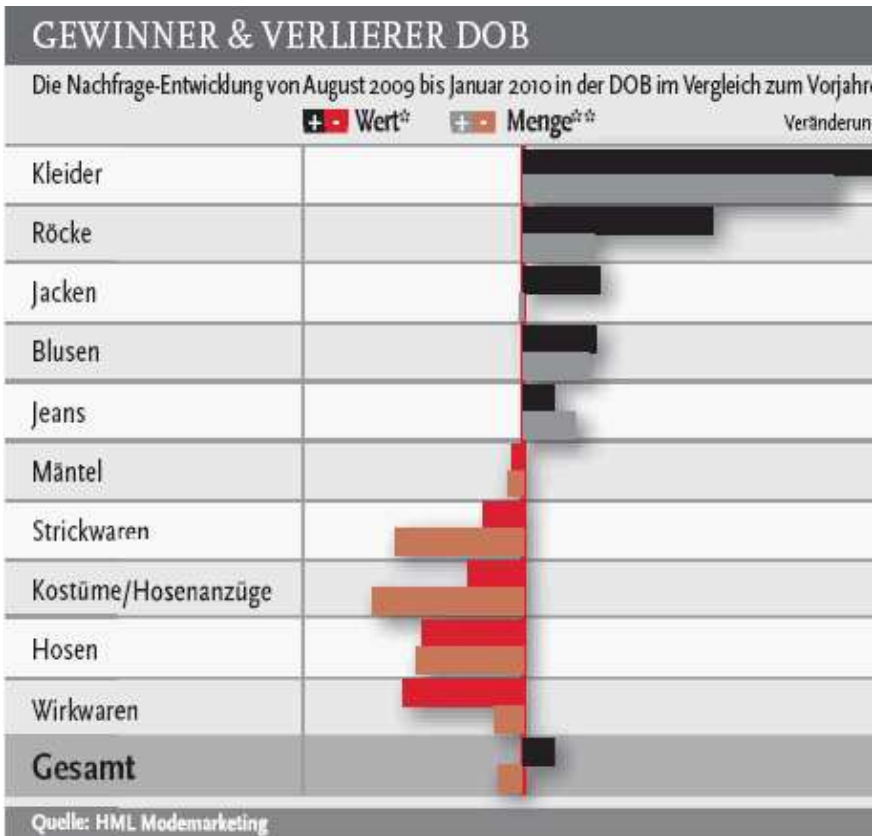
· In der HAKA wurde **die** Reduzierungsphase insgesamt für preiswertere Käufe genutzt. Während **die** Menge um 0,7% leicht stieg, sank der Wert um 1,3%.

Die Entwicklung in den einzelnen Marktsegmenten ist heterogen. Im gehobenen Markt und Markt der Mitte wurde mehr konsumiert, allerdings zu niedrigeren **Preisen**. Der Konsum im Preismarkt entwickelte sich im Vorjahresvergleich rückläufig. Der Trend aus den Vormonaten hat sich fortgesetzt. Lediglich Hosen und Hemden wurden mehr gekauft, allerdings zu niedrigeren **Preisen**.af

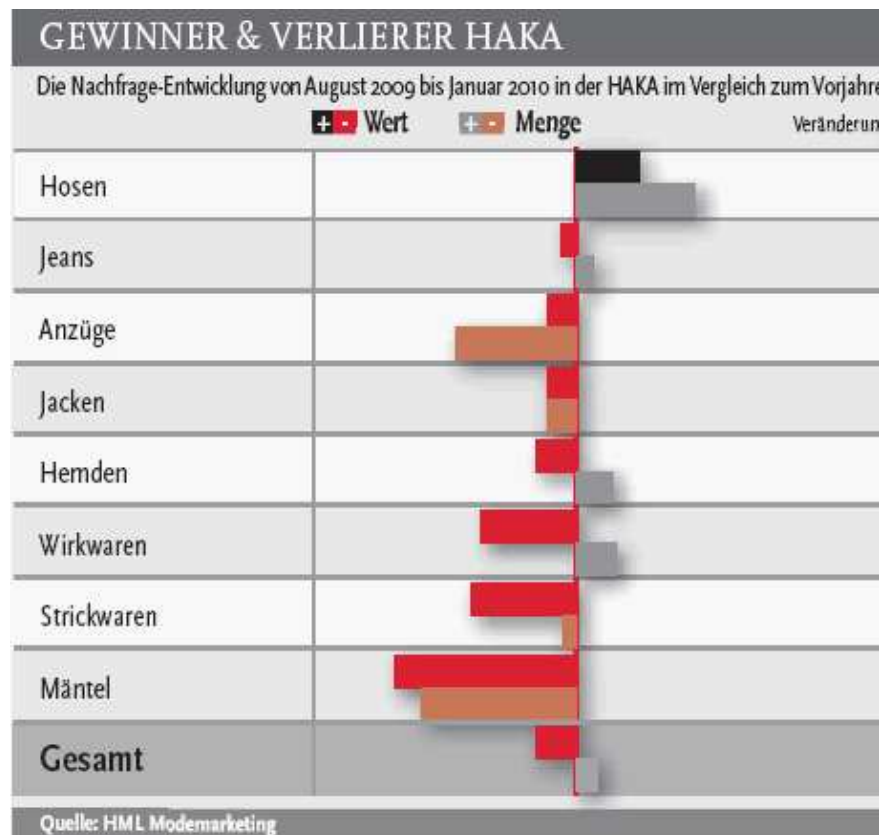
Die Studie

· Grundgesamtheit: 50,79 Millionen Einwohner ab 14 Jahren · Fallzahl: 2200 Haushalte ·
Zeitraum: August 2009 bis Januar 2010 · Stichprobe: Quotenauswahlverfahren ·
Befragungsmethode: Interviews über Fragebögen · Institut: HML Modemarketing in
Frankfurt/Main

GEWINNER & VERLIERER DOB - Die Nachfrage-Entwicklung von August 2009 bis Januar 2010 in der DOB im Vergleich zum Vorjahreszeitraum



GEWINNER & VERLIERER HAKA - Die Nachfrage-Entwicklung von August 2009 bis Januar 2010 in der HAKA im Vergleich zum Vorjahreszeitraum



DAS KAUFVERHALTEN DER KUNDEN - Nachfrage-Entwicklung von August 2009 bis Januar 2010 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum



Bildunterschriften

Gerry Weber Jacob Cohen/ Masculin Journal

Freutel, Aziza