

"Statt in Mode investieren die Menschen in Reisen"

Von Aziza Freutel

Freitag, 21. Juli 2023



Hosenanzüge und Kostüme wurden von den Frauen zwischen Februar und Mai 2023 besonders nachgefragt. Bei den Männern standen Hosen hoch im Kurs.

HML Modemarketing (/suche/?OK=suchen&i_q=HML+Modemarketing) Frühjahr 2023: Frauen und Männer haben zwischen Februar und Mai deutlich weniger Bekleidung gekauft als noch im Vorjahr. Dass ihre Ausgaben dabei höher lagen, hat etwas mit den Preissteigerungen für Mode zu tun, aber nicht nur.

"Wir sehen in diesem Frühjahr zwei Tendenzen beim Modekonsum: Zurückhaltung auf der einen Seite, Einkaufen auf der anderen. Dabei ist zwischen der Entwicklung der Menge und des Wertes, aber auch den verschiedenen Märkten zu unterscheiden", sagt Ulla Ertelt mit Blick auf die Ausgaben der privaten Haushalte für Mode in der ersten Hälfte der Frühjahrssaison. Mit ihrem Institut HML Modemarketing untersucht sie exklusiv für die TW viermal jährlich die Konsumausgaben der Verbraucher. Dabei werden 2200 Haushalte befragt, die sich in die Segmente gehobener Markt, Markt der Mitte und Preismarkt einteilen. Vergleichszeitraum ist das Vor-Corona-Jahr 2019.

Signifikantestes Ergebnis der neuen Auswertung: Zwischen Februar und Mai 2023 haben die Menschen weniger Mode gekauft. Der Modekonsum von Männern reduzierte sich um knapp ein Zehntel, Frauen kauften sogar 13% weniger Bekleidungsartikel als 2019.

Starke Nachfrage nach Großteilen

Trotz der geringeren Warenmenge lagen über alle Märkte die Ausgaben für Mode höher als 2019. Eine Entwicklung, die laut Ertelt vom gehobenen Markt getrieben wird: "Die Wertsteigerung im gehobenen Markt hat sowohl in der DOB, als auch in der HAKA etwas mit den höheren Preisen für Bekleidung zu tun, aber nicht nur. Vor allem die stärkere Nachfrage nach Großteilen wie Jacken, Hosenanzügen und Kostümen bei den Frauen sowie Jacken und Hosen bei den Männern haben die Ausgaben gesteigert."

Dabei gibt es zwischen den Märkten große Unterschiede. "In der DOB haben die Kundinnen im gehobenen Markt mehr ausgegeben als 2019. In Bezug auf die gekaufte Menge hat sich aber auch dieser Markt rückläufig entwickelt. Dabei sind im gehobenen Markt die Kundinnen unterwegs, die sich weiter Reisen und Kleidung leisten können, also nicht abwägen müssen."

Entwicklung der Nachfrage Februar bis Mai 2023 im Vergleich zu 2019		
	WERT	MENGE
Kostüme/Hosenanzüge	+40,3%	+31,2%
Jacken	+11,1%	+2,2%
Strickwaren	+6,1%	-6,9%
Kleider	+2,2%	+1,3%
Hosen	-1,0%	-11,9%
Jeans	-3,2%	-16,7%
Mäntel	-5,5%	-10,4%
Blusen	-12,0%	-22,0%
Jersey	-14,6%	-23,2%
Röcke	-22,2%	-30,0%
Gesamt	+1,4%	-13,8%

Quelle: HML Modemarketing

Im Markt der Mitte sei hingegen die Verschärfung der Situation aufgrund der hohen Inflation sichtbar. "Die Kundin in diesem Segment muss sich bei Anschaffungen entscheiden. Oft ist die Mode hier nicht in der Lage, sich gegen andere Wünsche durchzusetzen. Das verfügbare Haushaltseinkommen wird zuungunsten der Mode für Reisen und Erlebnisse ausgegeben. Zumal das Modeangebot im mittleren Markt wenig innovativ ist."

Der Preismarkt sei hingegen ein reiner Bedarfsmarkt. Angesichts des kühlen und nassen Wetters sei so etwa der starke Rückgang bei der Nachfrage nach Kleidern – Menge minus 7,2%, Wert minus 13,3% im Vergleich zu 2019 – nicht überraschend: "2019 hatten wir ein warmes Frühjahr, leichte Kleider wurden früher gekauft".

MEHR ZUM THEMA



ULLA ERTELT, HML MODEMARKETING, ZUM ERSTEN HALBJAHR 2023

"Das, was wir eigentlich wollen, wird nicht gemacht"

</business/news/intervi-mi-ull-ertel-hm-modemarketin-zu-erstem-halbjahr-2023-e-is-ei-riese-widerspruch-i-mark-da-wa-wi-eigentlich-wolle-wir-nich-gemach-241100>

Ulla Ertelt von HML Modemarketing über die Modenachfrage im ersten Halbjahr 2023, die unterschiedliche Entwicklung der verschiedenen Märkte und darüber, warum es entscheidend wird, wie lange der Sommer dauert. »

Ähnlich gespalten stellt sich die Entwicklung in der HAKA dar. Wertmäßig konnte einzig der gehobene Markt zulegen, in allen Märkten kauften die Männer weniger Teile. "Erstaunlicherweise haben sich Hosen in allen Märkten positiv entwickelt, vor allem im gehobenen Markt hat diese Produktgruppe stark performt."

GEWINNER & VERLIERER HAKA <small>TW/HML Modemarketing</small>		
Entwicklung der Nachfrage Februar bis Mai 2023 im Vergleich zu 2019		
	WERT	MENGE
Hosen	+14,1%	+8,2%
Jersey	+8,8%	-7,3%

Jacken	+2,2%	-4,1%
Strickwaren	+0,3%	-9,8%
Anzüge	-1,6%	-8,3%
Jeans	-7,5%	-13,9%
Hemden	-10,5%	-20,8%
Mäntel	-30,9%	-35,1%
Gesamt	+0,2%	-9,0%

Quelle: HML Modemarketing

Interessant sei die Negativentwicklung der Jeans im gehobenen Segment. So kauften die Männer in dem Markt mehr als ein Fünftel weniger Jeans als im Frühjahr 2019. Da die Ausgaben nur um knapp 12% zurückgegangen sind, folgert Ertelt daraus, dass dennoch die Preissteigerungen akzeptiert wurden. Das sieht bei Hemden anders aus. Hier habe es eine Verschiebung weg von Business- hin zu Freizeithemden gegeben. "Selbst im gehobenen Markt wurde das 2019er-Niveau nicht erreicht. Die deutlich höheren Preise konnten nicht immer durchgesetzt werden. Die Kunden wichen auf andere Anbieter aus."

TW|JOBS

AKTUELLE JOBS FÜR SIE

(<https://www.twjobs.de/>)

SPORTALM GMBH

Technischer Betriebsleiter (m/w/d)

(https://www.twjobs.de/Job/Technischer-Betriebsleiter-m-w-d.1314039135.html?jw_chl_seg=ONLY_TW_JOBS_FEED)



MARIENFELDER BEKLEIDUNG BRUNO KLEINE

Filialleiter im Textileinzelhandel (m/w/d)

(https://www.twjobs.de/Job/Filialleiter-im-Textileinzelhandel-m-w-d.1310953705.html?jw_chl_seg=ONLY_TW_JOBS_FEED)



KRESS MODEZENTRUM

Filialleiter*in

(https://www.twjobs.de/Job/Filialleiter-in.1310683395.html?jw_chl_seg=ONLY_TW_JOBS_FEED)



Alle Stellenanzeigen auf [twjobs.de](https://www.twjobs.de) (<https://www.twjobs.de/>)