

TextilWirtschaft



HML MODEMARKETING

DOB: „Die Herbstsaison lief besser als erwartet“

von Aziza Freutel am 17. Januar 2019

Die Herbstsaison hat nach einem schwachen Start etwas an Fahrt aufgenommen. „Der Markt ist zwar extrem volatil. Insgesamt lief die Saison aber bisher nicht so schlecht wie es im September/Oktober noch ausgesehen hat“, sagt Ulla Ertelt von HML Modemarketing. Das Institut analysiert viermal jährlich für die TextilWirtschaft die Konsumausgaben für Mode. Dafür werden 2200 Haushalte befragt. Die Konsumenten ordnen sich selbst in die Kategorien gehobener Markt, Markt der Mitte und Preismarkt ein.

Die DOB hat sich demnach etwas rückläufig im Vergleich zu 2017 entwickelt. So kauften die Frauen im Zeitraum August bis November nicht nur weniger Bekleidung (minus 0,7%) als 2017, sie gaben auch weniger dafür aus (minus 0,9%). Das heißt, generell wurde etwas weniger wertig eingekauft. Allerdings war die Vorjahresvorlage auch verhältnismäßig hoch. Im Herbst 2017 hatten die Frauen nicht nur 3,6% mehr Bekleidung gekauft, sie hatten dafür auch 4,2% mehr ausgegeben. Vor allem von den wettertechnischen Voraussetzungen war der Herbst 2018 aber kaum mit dem Vorjahr zu vergleichen. Bis weit in den Oktober hielten die hochsommerlichen Temperaturen an – keine guten Voraussetzungen für den Verkauf von warmer Herbstware.

UMSÄTZE 2018

**Drittes Minusjahr in Folge
für den stationären
Modehandel**



Vor allem typische Herbstartikel wurden weniger nachgefragt. Die stärksten Rückgänge gab es bei Mänteln,

Strickwaren und Jacken. Für Ertelt keine Überraschung: „Der Bedarfskauf gewinnt immer mehr an Bedeutung.“ Das spiegelt sich vor allem im mittleren Markt wider, der im Herbst deutlich verloren hat (Menge: minus 1,9%; Wert: minus 5,9%).

ZUR STUDIE

- Grundgesamtheit: 50,79 Millionen Einwohner ab 14 Jahren
- Fallzahl: 2200 Haushalte
- Zeitraum: August bis November 2018
- Stichprobe: Quotenauswahlverfahren
- Befragungsmethode: Interview über Fragebögen
- Institut: HML Modemarketing, Frankfurt

„Die Käuferinnen im mittleren Markt steuern immer häufiger günstigere Läden an. Auch weil die Vergleichbarkeit der Produkt so hoch ist“, sagt Ertelt. Während der Preismarkt verlor (Menge: minus 2%; Wert: minus 3,5%) entwickelte sich der gehobene Markt (Menge: plus 1,7%, Wert: plus 2,2%) positiv.

GEWINNER & VERLIERER DOB

Nachfrage-Entwicklung August bis November 2018 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum

	WERT	MENGE
Kleider	14,5%	16,7%
Wirkwaren	6,8%	4,4%
Röcke	6,5%	5,9%
Blusen	6,4%	4,8%
Hosen	6,1%	3,0%
Jeans	-0,9%	-2,7%
Kostüme/Hosenanzüge	-5,6%	-2,8%
Jacken	-6,7%	-7,0%
Strickwaren	-5,9%	-1,9%

HML Modemarketing

Gesamt

-0,9%

-0,7%

Quelle: HML Modemarketing

DAS KÖNNTE SIE AUCH INTERESSIEREN

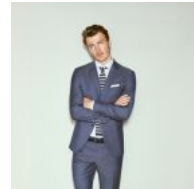
HML MODEMARKETING

HAKA: Die **Jeans** verliert in allen Märkten



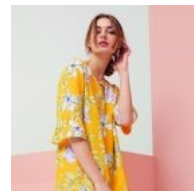
HML-MODEMARKETING

HAKA-Saisonauswertung:
Aufsteiger Anzug, Denim unter Druck



HML-MODEMARKETING

DOB-Saisonauswertung:
Kleider top, Jacken flop



TW JOBS

Aktuelle Fashion Jobs
Fashion Branche
-> Alle Jobangebote
