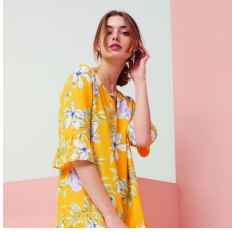


TextilWirtschaft



HML-MODEMARKETING

DOB-Saisonauswertung: Kleider top, Jacken flop

von Aziza Freutel am 29. August 2018

Wettertechnisch nahm die Frühjahr-/Sommersaison nach einem sehr kalten Start im März zunehmend an Fahrt auf. Der Juni und vor allem der Juli waren passend zur leichten Sommerbekleidung hochsommerlich warm. Bei der Modenachfrage ließ der Schwung allerdings auf sich warten, wie die Analyse der Saison (Februar bis Juli) durch das Marktforschungsinstitut HML Modemarketing in Frankfurt zeigt.

Das Institut analysiert exklusiv für die TextilWirtschaft viermal jährlich die Konsumausgaben für Mode. Dafür werden 2200 Haushalte ausführlich zu ihrem Modekonsum befragt. Die Konsumenten ordnen sich selbst in die Kategorien gehobener Markt, Markt der Mitte und Preismarkt ein.

GEWINNER & VERLIERER DOB		
<i>Nachfrage-Entwicklung Februar bis Juli 2018 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum</i>		
	WERT	MENGE
Kleider	6,5%	6,9%
Blusen	-0,9%	2,5%
Hosen	-1,6%	0,4%
Kostüme/Hosenzüge	-2,4%	-3,2%
Strickwaren	-3,7%	-1,5%
Jeans	-6,1%	-3,4%
Mäntel	-6,5%	-5,0%
Wirkwaren	-7,1%	-2,2%
Röcke	-8,6%	-6,7%

Gesamt	-3,1%	-1,4%
Quelle: HML Modemarketing		

Bereits die Ergebnisse der ersten vier Monate – Februar bis Mai – der Saison zeigt, dass nur einige wenige Produktgruppen das Interesse der Verbraucher wecken konnten und so die Modeausgaben sanken. Auch die letzten zwei Monate der Saison – Juni und Juli – änderten an dieser Entwicklung nur noch wenig.

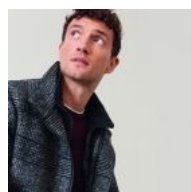
Unangefochtener Spitzenreiter in der Damenmode waren in der vergangenen Saison Kleider. Die Verbraucherinnen kauften nicht nur deutlich mehr Kleider (plus 6,9%) als im Vorjahr, sondern gaben dafür auch mehr aus (plus 6,5%). Vor allem die Kundinnen im Markt der Mitte trieben in der zweiten Saisonhälfte die Umsätze in dieser Produktgruppe an. Wertmäßig konnte keine andere Produktgruppe zulegen. Im Vergleich zum Vorjahr stieg allerdings die Nachfrage nach Blusen und Hosen gegen Ende der Saison an.

Leicht erholt hat sich zum Saisonende hin auch die Nachfrage nach Röcken und Jacken. Dennoch kauften die Frauen nicht nur knapp 10% weniger Jacken als im Vorjahreszeitraum, sie gaben dafür auch 15% weniger aus. Eine Ursache für diesen starken Rückgang ist sicherlich der fehlende Übergang zwischen Winter und Sommer.

WEITERE SAISON-ANALYSE VON HML MODEMARKETING

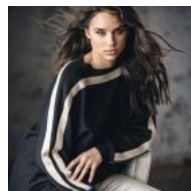
HML-MODEMARKETING

HAKA – Abkühlung zum Saisonende



HML-MODEMARKETING

DOB – Schwaches Saisonfinale



HML-MODEMARKETING

DOB: Leichte Jacken und Parkas funktionierten

Eine bewegte, doch erfolgreiche Saison liegt hinter der DOB. Das zeigt die Erhebung des Marktforschungsinstituts HML Modemarketing von August bis November 2017. In dem durchweg milden Klima haben leichte Jacken hervorragend funktioniert. Aber auch der Parka lief gut.



Aktuelle Fashion Jobs
Fashion Branche
-> Alle Jobangebote
