

TextilWirtschaft



HML-MODEMARKETING

HAKA-Saisonauswertung: Aufsteiger Anzug, Denim unter Druck

von Aziza Freutel am 30. August 2018

In der Männermode lief es in der vergangenen Frühjahr-/Sommersaison insgesamt besser als in der DOB, doch auch hier reichte es nicht zu einem positiven Saisonabschluss. Die Männer kauften zwar fast genauso viel wie im Vorjahreszeitraum ein (Menge: minus 0,1%), sie gaben dafür aber deutlich weniger aus (minus 3%). Die Entwicklung aus den ersten Monaten der Saison setzte sich in der zweiten Saisonhälfte weiter fort.

Anzüge und Wirkwaren blieben laut der Erhebung von HML Modemarketing in der Gesamtsaison die zwei einzigen Produktgruppen, die sowohl mengen- als auch wertmäßig zulegen konnten. So kauften die Männer nicht nur deutlich mehr (plus 5,5%) Anzüge als im Vorjahr, sondern gaben dafür auch deutlich mehr aus (plus 9,4%). Das starke Wachstum wird dabei vor allem durch die steigende Nachfrage im gehobenen Markt getrieben.

GEWINNER & VERLIERER HAKA

*Nachfrage-Entwicklung Februar bis Juli 2018
im Vergleich zum Vorjahreszeitraum*

	WERT	MENGE
Anzüge	9,4%	5,5%
Wirkwaren	0,6%	4,5%
Hosen	-0,9%	0,8%
Hemden	-3,3%	-1,6%

Jeans	-11,8%	-7,5%
Gesamt	-3,0%	-0,1%

Quelle: HML Modemarketing

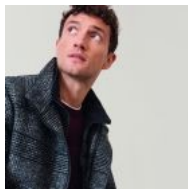
Bei den Wirkwaren hielt sich das Wachstumstempo von Saisonbeginn, allerdings kauften die Männer in den letzten zwei Monaten nicht mehr ganz so wertig ein. Dieser Rückgang hat sicherlich auch mit den weiteren Reduzierungen zu tun und damit, dass sich viele Kunden schon zu Saisonbeginn neue T-Shirts und Polo-Shirts angeschafft hatten. Ebenfalls stabil – allerdings rückläufig im Vergleich zum Vorjahr – entwickelten sich Mäntel und Jacken. Wie die Frauen hielten sich die Männer wohl auch aufgrund des fehlenden Übergangswetters bei der Neuanschaffung dieser Produkte zurück.

Hinzugewonnen haben im Saisonverlauf Hemden und Hosen. Vor allem bei den Hemden schlugen die Herren angesichts weiterer Reduzierungen zu. Am schwächsten schnitten die Jeans ab. Zwar stieg zum Saisonende hin die Nachfrage nach Jeans noch etwas an, doch viele Männer hatten bei dieser Produktgruppe offenbar auf weitere Rabatte gewartet und kauften erst zu stark reduzierten Preisen.

WEITERE HML-STUDIEN

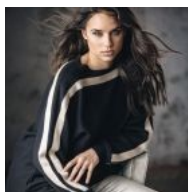
HML-MODEMARKETING

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.

HML-MODEMARKETING

HAKA: Premium legte am stärksten zu

Der Herbst gehörte den Männer-Mänteln, wohlgermerkt auf kleinem

Umsatzniveau. Auch die Denim-Zahlen waren stark. Aufgesplittet in Genres war es die Premium-Liga, die am stärksten wuchs, zeigt die Erhebung des Marktforschungsinstituts HML Modemarketing von August bis November 2017.

TW JOBS

Aktuelle Fashion Jobs

Fashion Branche

-> Alle Jobangebote
