

TextilWirtschaft



HML-MODEMARKETING

DOB – Schwaches Saisonfinale

von Aziza Freutel am 26. März 2018

Am Ende ist der Saison die Puste ausgegangen – so überspitzt könnte man das Fazit von Ulla Ertelt für die zurückliegende Herbst-/Wintersaison 2017/18 ausdrücken. „Die Ausverkaufsphase im Dezember und Januar macht nicht mehr viel mit dem Markt“, sagt die Inhaberin des Marktforschungsinstitutes HML Modemarketing in Frankfurt/Main. 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 entwickelte sich von August bis Januar generell positiv. Über alle Märkte kauften die Frauen nicht nur mehr (Menge: plus 3,4%), sondern auch wertiger (Wert: plus 3,8%). Treiber war dabei vor allem der gehobene Markt, in dem der Mengen- und Wertzuwachs am stärksten war. Selbst dort ist aber zu beobachten, dass sich in den letzten zwei Monaten der Saison die Wachstumstendenz abschwächte. „Der Rückgang ist vor allem mit den Reduzierungen zu erklären“, sagt Ertelt.

Die Auswertung der Zahlen zeigt aber auch, dass einige Frauen zum Saisonende schon zu neuer Übergangsware gegriffen haben. So legten die Produktgruppen Hosen, Blusen und Strickwaren sowohl mengen- als auch wertmäßig zu. „Den Frauen war es kalt und sie haben sich noch einmal mit Strickwaren eingedeckt“, so Ertelt. Rückläufig entwickelte sich zum Saisonfinale hingegen die Nachfrage nach Wirkwaren, Kleidern, Röcken, Jacken und Mänteln.

ZUR STUDIE

- Grundgesamtheit: 50,79 Millionen Einwohner ab 14 Jahren
- Fallzahl: 2200 Haushalte

- Zeitraum: August 2017 bis Januar 2018
- Stichprobe: Quotenauswahlverfahren
- Befragungsmethode: Interview über Fragebögen
- Institut: HML Modemarketing Frankfurt am Main

Diese Entwicklung gehört mit zu den Überraschungen der vergangenen Saison, denn anders als bisher zogen übliche Ausverkaufsartikel wie Mäntel und Jacken, die gerne zum Ende der Saison noch einmal stark reduziert gekauft wurden, nicht mehr so stark wie früher. Das gilt über alle Märkte, selbst im preissensitiven Preismarkt war der Bedarf an Winterartikeln offensichtlich bereits in den ersten vier Monaten der Saison gedeckt worden.

GEWINNER & VERLIERER DOB

Nachfrage-Entwicklung August 2017 bis Januar 2018 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum

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

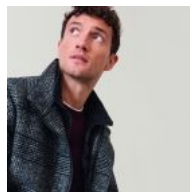
Quelle: HML Modemarketing

Gewinner & Verlierer DOB

VERWANDTE THEMEN

HML-MODEMARKETING

HAKA – Abkühlung zum
Saisonende



TW JOBS

Aktuelle Fashion Jobs

Fashion Branche

-> Alle Jobangebote
