

TextilWirtschaft



HML-MODEMARKETING

HAKA – Abkühlung zum Saisonende

von Aziza Freutel am 26. März 2018

Ebenso wie in der DOB schwächte sich auch in der HAKA die Nachfrage nach den üblichen Winterartikeln wie Jacken und Mäntel zum Saisonende hin deutlich ab. „Die Verbraucher wissen einfach inzwischen, dass sie eigentlich alles immer zu reduzierten Preisen kaufen können“, erklärt Ulla Ertelt. Diese Entwicklung ist vor allem für den Preismarkt überraschend. „Die Kunden im Preismarkt gehen tendenziell immer häufiger direkt bei Mode-Discount-Anbietern einkaufen und warten nicht mehr auf die Reduzierungen bei anderen Händlern“, sagt die Inhaberin des Marktforschungsinstitutes HML Modemarketing in Frankfurt am Main.

Generell entwickelte sich die Nachfrage nach Männermode nicht ganz so dynamisch wie bei den Frauen. Zwar kauften die Männer im Vergleich zum Vorjahr mehr (Mengenplus: 1,9%), dann aber etwas günstiger ein (Wertplus: 1,5%). Besonders positiv entwickelte sich die Produktgruppe Mäntel, es wurden 7,6% mehr Mäntel gekauft und mit 8,3% sogar überproportional mehr dafür ausgegeben. Allerdings zeigte sich auch hier eine leichte Abkühlung zum Saisonende hin.

Wie in der DOB war der gehobene Markt auch in der HAKA der Treiber. Die Kunden, die sich diesem Markt zuordnen, kauften mehr (Mengenplus: 3%) und teurer (Wertplus: 3,5%) ein. Besonders stark war dort die Nachfrage nach Jeans und Wirkwaren. In beiden Produktgruppen kauften die Männer nicht nur mehr Teile, sondern kauften auch deutlich wertiger als in der vorherigen Herbst-/Wintersaison ein. Aber auch hier schwächte sich die Entwicklung zum Saisonende hin ab.

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

In eine andere Richtung entwickelte sich der Preismarkt, zwar stieg auch hier die Menge im Vergleich zum Vorjahr um immerhin 2,2% an, allerdings war das Wertplus mit 0,2% gering, d.h. die Kunden in diesem Markt kauften eher günstiger als noch im Vorjahr. Das gilt auch für den Markt der Mitte, der mengenmäßig von August bis Januar zwar um 0,9% zulegte, wertmäßig aber ungefähr im gleichen Ausmaß (minus 0,8%) verloren hat.

GEWINNER & VERLIERER HAKA		
<i>Nachfrage-Entwicklung August 2017 bis Januar 2018 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum</i>		
	WERT	MENGE
Mäntel	+8,3%	+7,6%
Jeans	+4,3%	+3,3%
Wirkwaren	+2,3%	+2,9%
Jacken	+1,7%	+1,6%
Strickwaren	+1,4%	+1,7%
Hosen	+0,6%	+1,3%
Hemden	-0,3%	+0,1%
Anzüge	-2,0%	-1,4%
Gesamt	+1,5%	+1,9%

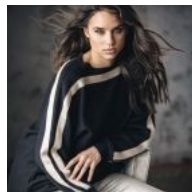
Quelle: HML Modemarketing

HMI Modemarketing HAKA

VERWANDTE THEMEN

HML-MODEMARKETING

DOB – Schwaches Saisonfinale



TW JOBS

Aktuelle Fashion Jobs

Fashion Branche

-> Alle Jobangebote
