

Frühjahr 2016: Kleider haben Potenzial

von Elke Dieterich am 20. Juli 2016 / www.Textilwirtschaft

Die Frauen haben weniger gekauft, dafür aber wertiger“, bilanziert Ulla Ertelt vom Marktforschungsinstitut [HML Modemarketing](#) in Frankfurt am Main die Monate Februar bis Mai 2016. Trotz eines schwachen Frühjahrsgeschäfts wurde gegenüber dem Vorjahr wertmäßig immerhin noch ein Plus von 0,2% erzielt. Überraschende Gewinner: Kostüme und Hosenanzüge. Sie schwächelten in den vergangenen Saisons und profitieren nun von neuen, modischen Kombi-Ideen, wenn auch nur auf niedrigem Niveau.

Mit leichten Qualitäten, langen Silhouetten, vor allem aber Farbe und Prints haben Sweats und Shirts die Kleiderschränke wieder neu erobert und den Siegeszug der Bluse gemindert. Dazu tragen auch viele Hybridformen aus Jersey und Webstoff (Schlusen) bei, die für ihren entspannten, unkomplizierten Look geliebt werden. Abiball, Taufe, Hochzeitsfeier. Für diese Anlässe haben die Frauen in Kleider investiert. Für die Sommermonate, speziell bei den aktuell steigenden Temperaturen, sieht Ertelt hier noch jede Menge Potenzial. Vom Etuikleid in Spitzen-Optik bis zum Maxikleid im Hippie-Stil.

Die Strategie ist bei vielen Händlern schon länger formuliert: volatiler Kundenfrequenz entgegenzutreten, indem Durchschnittsbons konsequent erhöht werden. Die Zahlen, erhoben zwischen Februar und Mai, zeigen deutlich: Der Fashion-Handel konnte mehr Umsatz mit Jeans erwirtschaften (plus 2,1%). Und das mit weniger Ware (minus 0,6%). Vor allem Superstretch- und Jogg-Styles dürften dafür verantwortlich sein, wie man dazu im Menswear-Handel immer wieder hört. Viel Arbeit scheint indes noch im Hemden-Business anzustehen, wo oft das Preis-Argument gezogen wurde.

GEWINNER & VERLIERER DOB		
Nachfrage-Entwicklung Februar 2016 bis Mai 2016 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum		
	WERT	MENGE
Kostüme/Hosenanzüge	+3,5%	+3,7%
Wirkwaren	+3,3%	+3,5%
Kleider	+1,8%	+1,7%
Jeans	+1,5%	+1,0%
Röcke	+1,1%	+0,1%
Jacken	+0,3%	-0,3%
Blusen	-1,7%	-2,4%
Hosen	-2,4%	-2,5%
Strickwaren	-2,9%	-5,6%
Mäntel	-4,8%	-4,6%
Gesamt	+0,2%	-0,3%

Quelle: HML Modemarketing

GEWINNER & VERLIERER HAKA		
Nachfrage-Entwicklung Februar 2016 bis Mai 2016 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum		
	WERT	MENGE
Jeans	+2,1%	-0,6%
Wirkwaren	+1,3%	-1,3%
Jacken	+1,2%	+1,0%
Hosen	+0,2%	+1,0%
Hemden	-0,4%	+0,5%
Anzüge	-1,5%	-1,4%
Strickwaren	-3,5%	-6,1%
Mäntel	-6,0%	-3,0%
Gesamt	+0,1%	-0,6%

Quelle: HML Modemarketing