

DOB: Mäntel, Strick und Jeans gefragt

von Aziza Freutel am 23. Januar 2017 / www.Textilwirtschaft.de

Weniger bezahlt. „In der DOB reichte es zu einer roten Null“, sagt Ulla Ertelt von HML Modemarketing in Frankfurt. Zwar kauften die Frauen etwas mehr als im Vorjahr, bezahlten dafür aber 0,5% weniger. Angesichts des schwachen Septembers, in dem die Nachfrage nach Mode und damit auch die Umsätze mit Mode deutlich nach unten gingen, keine selbstverständliche Feststellung. „Von August bis November betrachtet, hat sich dieser negative Effekt ausgeglichen“, so Ertelt. Mit ihrem Frankfurter Marktforschungsinstitut analysiert sie viermal jährlich 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.

In der DOB kamen im vergangenen Herbst positive Effekte vor allem aus dem Mantel-Sektor. Mäntel wurden über alle Segmente gut nachgefragt – allerdings weniger wertig eingekauft als im Vorjahr. So shoppten die Frauen 4,6% mehr Mäntel, gaben dafür aber nur 2,1% mehr aus. Wert- und mengenmäßig zulegen konnten Strickwaren und Blue Jeans.

Kleider entwickelten sich zwischen August und November über alle Segmente weitestgehend stabil.

In den einzelnen Kategorien zeigen sich allerdings deutliche Unterschiede. Während Kundinnen im gehobenen Markt an den heißen Tagen im September noch einmal Kleider zu reduzierten Preisen einkauften (Menge: plus 8,8%, Wert: plus 5,7%), sank der Kleider-Konsum der Verbraucherinnen im Preismarkt massiv. Sie kauften nicht nur 12,4% weniger Kleider, sondern gaben dafür auch im Vergleich zum Vorjahr 22,5% weniger aus.

„Die Frauen im gehobenen Markt investierten in mehrere Outfits, was sich am Zuwachs bei Röcken und Jeans in diesem Markt ablesen lässt“, sagt Ertelt. Knapp ein Fünftel der Frauen ordnet sich diesem Markt zu, der wiederum 56% des Volumens des DOB-Gesamtmarktes ausmacht. n.

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

Quelle: HML Modemarketing

Lichtblick in der HAKA: Plus bei Mänteln

von Aziza Freutel am 23. Januar 2017 / www.Textilwirtschaft.de

Anders als in der DOB blieb der Modekonsum der Männer im Herbst hinter dem Vorjahr zurück. Wert- und mengenmäßig verlor der Markt um 2,3%. Ein Lichtblick war – wie auch bei den Frauen – das Mantel-Geschäft. Die Männer kauften 15,7% mehr Mäntel als im Vorjahreszeitraum, allerdings deutlich günstiger als im Vorjahr (Wertplus: 8,5%). Das zeigt die Analyse des Frankfurter Marktforschungsinstituts HML Modemarketing zu den Konsumausgaben für Mode von August bis November 2016. Für die Studie werden 2200 Haushalte befragt. Die Konsumenten ordnen sich selbst in die Kategorien gehobener Markt, Markt der Mitte und Preismarkt ein.

„Insgesamt setzte sich in der HAKA ein gepflegter Look durch“, so Ulla Ertelt von HML Modemarketing. Das zeige sich auch am starken Plus bei den Anzügen. Diese wurden wertiger als im Vorjahr eingekauft. Analog dazu zog auch die Nachfrage nach Hemden im Herbst an. In den einzelnen Segmenten ergibt sich aber ein differenziertes Bild. So kauften die Männer im gehobenen Markt mehr Hemden (plus 5,6%), diese aber etwas günstiger (Wert: plus 4,1%).

Im Preismarkt hingegen wurden nicht nur mehr, sondern auch wertigere Hemden gekauft. Sie waren im Preismarkt neben den

Blue Jeans die einzige Produktgruppe, die zulegen konnte. „Dieser Markt hat sich auch vom September-Tief nicht wieder erholt“, sagt Ertelt. „Das Geld, das im September nicht für Mode ausgegeben wurde, floss in andere Ausgaben und war dann einfach weg.“ Die Männer im Preismarkt geben laut HML Modemarketing im Schnitt 166 Euro jährlich für Oberbekleidung aus.

Wie in der DOB wird der Großteil des HAKA-Gesamtmarktvolumens im gehobenen Markt erbracht. Im vergangenen Jahr ordneten sich 14% der Männer dem gehobenen Markt zu, sie stehen gleichzeitig aber für 51% des Marktvolumens.

GEWINNER & VERLIERER HAKA		
<i>Nachfrage-Entwicklung August bis November 2016 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum</i>		
	WERT	MENGE
Mäntel	+8,5%	+15,7%
Anzüge	+5,8%	+3,3%
Hemden	+2,6%	+2,0%
Strickwaren	-2,2%	-2,7%
Jeans	-2,5%	-0,2%
Wirkwaren	-5,1%	-2,8%
Hosen	-7,3%	-6,8%
Jacken	-7,5%	-8,5%
Gesamt	-2,3%	-2,3%

Quelle: HML Modemarketing