

HML Modemarketing: Der Juli brachte einen Umsatzschub

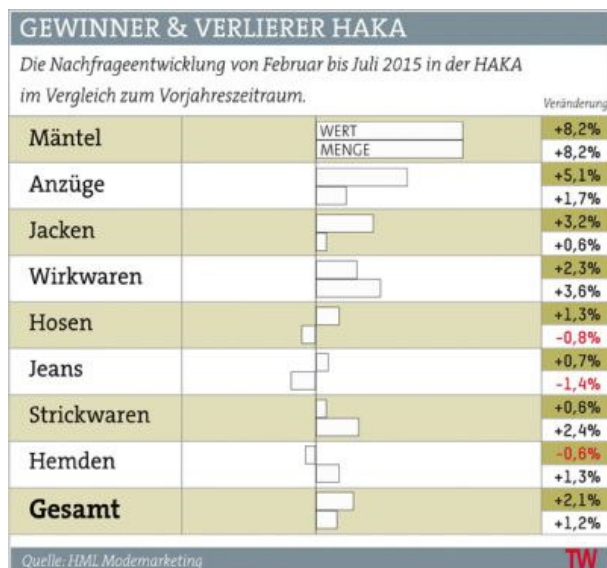
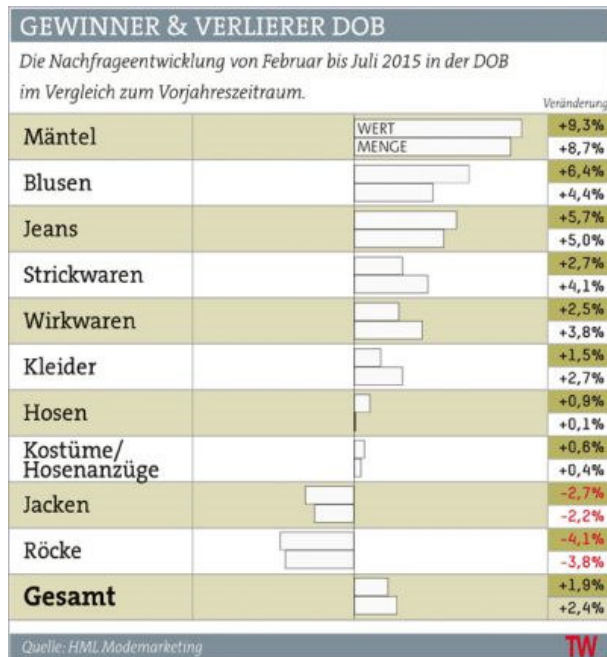
von Aziza Freutel am 16. September 2015 / www.Textilwirtschaft.de

Das Beste kommt zum Schluss. Zumindest auf den Verlauf der diesjährigen Frühjahr/Sommer-Saison (Februar bis Juli) trifft dieses Bonmot zu. Nachdem das Modegeschäft im Frühjahr aufgrund des wenig frühlingshaften Wetters nicht so recht in Schwung kam, sorgten die heißen Temperaturen im Juli für einen positiven Abschluss. „Vor allem die Sommerwarengruppen wie Blusen und Kleider liefen gut“, sagt Ulla Ertelt von HML Modemarketing. Viermal jährlich analysiert das Institut 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.

„Der Nachfrageschub im Juli hat dazu beigetragen, dass DOB und HAKA die Saison insgesamt wert- und mengenmäßig positiv abgeschlossen haben“, sagt Ertelt. Nach der ersten Saisonhälfte hatte noch ein Minus unter der Bilanz gestanden. Über die ganze Saison betrachtet konnten vor allem Mäntel zulegen – bei Frauen und Männern waren sie die stärkste Warengruppe laut HML. „Sie waren vor allem in den ersten Monaten der Saison gefragt – auch aufgrund der hohen Reduzierungen zum Ende der Wintersaison.“

In der DOB zog zwischen Februar und Juli die Nachfrage nach Blusen und Jeans an.

In der HAKA waren Anzüge, Jacken und Wirkwaren stark gefragt. Rabatte hätten letztlich auch die Nachfrage im Juli befeuert – neben dem hochsommerlichen Wetter. Zum Ende der Saison seien aber auch schon erste Teile aus den neuen Kollektionen bei den Verbrauchern gut angekommen. „Solange es sofort angezogen werden konnte, ist auch schon Neues im Juli gut gelaufen.“



GEWINNER & VERLIERER DAMENSCHUHE

Die Nachfrageentwicklung von Februar bis Juli 2015 von Damenschuhen im Vergleich zum Vorjahreszeitraum.

			Veränderung
	WERT	MENGE	
Schnürhalbschuhe			+13,6%
			+10,3%
Sportschuhe/Sneaker			+8,5%
			+5,3%
Sandalen/-letten Pantoletten			+5,0%
			+4,0%
Stiefel			+2,7%
			+2,4%
Slipper/Trotteur			-0,5%
			+0,5%
Pumps/Slings			-4,6%
			-4,2%
Gesamt			+2,0%
			+1,9%

Quelle: HML Modemarketing

TW

GEWINNER & VERLIERER HERRENSCHUHE

Die Nachfrageentwicklung von Februar bis Juli 2015 von Herrenschuhen im Vergleich zum Vorjahreszeitraum.

			Veränderung
	WERT	MENGE	
Sandalen/ Pantoletten/Clogs			+15,6%
			+6,6%
Slipper			+2,0%
			+0,5%
Schnürhalbschuhe			+1,5%
			+0,6%
Sportschuhe/Sneaker			-0,3%
			-0,2%
Stiefel			-2,7%
			-4,3%
Gesamt			+2,4%
			+1,5%

Quelle: HML Modemarketing

TW