

HML MODEMARKETING

DOB: Mehr Menge, mehr Money

Von Elke Dieterich

Mittwoch, 24. Juli 2019



Die Frauen sind weiterhin heiß aufs Kleid, zeigt auch die jüngste Erhebung von HML Modemarketing. Im Foto: S.Oliver Black Label.

It-Piece und Bestseller zugleich. Die Frauen sind weiterhin heiß aufs Kleid. Das zeigen auch die jüngsten Zahlen von HML Modemarketing, die für den Erhebungszeitraum Februar bis Mai aus Konsumentensicht für Kleider eine wertmäßige Steigerung von 8% gegenüber dem Vorjahreszeitraum ausweisen. Danach behauptete sich das Kleid – am liebsten in Midi-Länge, mal fließend in Viskose, mal in Chiffon, meist mit farbenfrohem Print – deutlich gegenüber dem Rock (minus 4%) und der Hose (minus 0,1%).

Warum gerade das Kleid? Der Trend, es zu Sneakern zu kombinieren, macht es für den breiten Markt attraktiv. Anlassbezogene Käufe für Abschlussbälle und Hochzeitsfestivitäten, die erfahrungsgemäß früh erfolgen, dürften diese Umsätze zusätzlich angetrieben haben.

Auch bei leichtem Strick in greifen die Frauen zu (plus 2,5%). Hauptsache: Ready-to-wear. Gewinner laut HML-Modemarketing jedoch ist das Jacken-Segment (plus 15,3%). Ob Parka im Utility-Look, coole Jeansjacke oder Leichtdaune für kühle Abende – für das modische Obendrüber im Frühjahr scheinen die Kundinnen gerne mehr auszugeben.

GEWINNER & VERLIERER DOB

*Entwicklung der Nachfrage Februar bis Mai 2019
im Vergleich zum Vorjahreszeitraum*

| | WERT | MENGE |
|---------------------|--------------|--------------|
| Jacken | 15,3% | 9,4% |
| Kleider | 8,0% | 4,3% |
| Jeans | 3,6% | 6,0% |
| Strick | 2,5% | 3,1% |
| Wirkwaren | 1,0% | 0,9% |
| Hosen | -0,1% | -1,3% |
| Blusen | -2,6% | -2,6% |
| Röcke | -4,0% | -4,0% |
| Mäntel | -9,8% | -9,9% |
| Kostüme/Hosenanzüge | -10,5% | -9,7% |
| Gesamt | +1,5% | +0,9% |

Quelle: HML Modemarketing