

Düsseldorf, 20. August 2008

H&M dominiert den Markt für junge Mode

Das Düsseldorfer Marktforschungsinstitut INNOFACT hat im August 2008 bei 1.000 Jugendlichen und jungen Erwachsenen die Bekanntheit und Bewertung von Modelabels analysiert. Die befragte Stichprobe steht repräsentativ für die Gruppe der rund 10 Mio. jungen Deutschen zwischen 14 und 25 Jahren. Kernergebnis: H&M dominiert bei der Beliebtheit der Marken und Anbieter eindeutig.

Bei der Bekanntheit erreicht der schwedische Modeanbieter in der relevanten Zielgruppe bereits 98%. Hier können andere Marken wie S.Oliver, adidas, Puma oder C&A noch mithalten. Fragt man aber nach den Marken bzw. Anbietern, die von den Jugendlichen am liebsten eingekauft werden, liegt H&M mit 39% sehr deutlich vor dem insgesamt Zweitplatzierten Esprit (16%) sowie C&A (14%), New Yorker (13%) Nike und adidas (je 9%).

Besonders bei den weiblichen Teenagern und jungen Frauen ist das Ergebnis eindeutig: 53% - also mehr als die Hälfte der Befragten - kaufen hier besonders gerne auch die Mode von H&M. Dahinter folgen Esprit mit 21%, New Yorker mit 19%, C&A mit 17% und Zara mit 10%. Bei den jungen Männern ist die Marktdominanz nicht ganz so stark ausgeprägt: Hier kaufen 24% gerne bei H&M. Dahinter folgen mit Nike und adidas (je 15%) zunächst zwei sportliche Marken. Auf den weiteren Plätzen liegen Esprit und C&A (je 11%) sowie S.Oliver (9%).

Die Bedeutung der Marken oder Labels ist für die junge Zielgruppe beim Modekauf sehr hoch. Nur 5% geben an, generell beim Kauf von Kleidung nicht auf Marken zu achten.

Durchschnittlich geben die 14 bis 25 Jährigen rund 43 € pro Monat für Mode und Bekleidung aus. Mit zunehmendem Alter steigen auch die Ausgaben der Jugendlichen. Dazu geben die weiblichen Befragten überdurchschnittlich viel aus. Insgesamt steht die relevante Zielgruppe damit im Segment Mode/Bekleidung für ein jährliches Marktpotenzial von mehr als 5 Mrd. €.

Weiterführende Informationen zur Befragung erhalten Sie bei der INNOFACT AG.

Ansprechpartnerin:

Karin Hagemann, Senior Projektleiterin
INNOFACT AG Research & Consulting
Neuer Zollhof 3
D-40221 Düsseldorf
Tel: 0211 / 86 20 29 - 226
Fax: 0211 / 86 20 29 - 210
k.hagemann@innofact.com

Über die INNOFACT AG:

Die INNOFACT AG ist ein Full-Service Marktforschungsinstitut und verbindet die bewährten Methoden der klassischen Marktforschung mit hoher methodischer Expertise und den innovativen Möglichkeiten des Online-Research. Neben der Kompetenz zu Offline-Befragungen verfügt INNOFACT seit 1998 über verschiedene eigene Onlinepanel aus dem Consumer- und B2B-Bereich. Im Consumerpanel der INNOFACT AG stehen über 300.000 Verbraucher für Befragungen in Deutschland, der Schweiz und Österreich zur Verfügung. Damit gehört das Institut zu den führenden europäischen Anbietern von Online-Marktforschung. INNOFACT arbeitet für Auftraggeber aus fast allen Branchensegmenten, z.B. für Markenartikler, den Einzelhandel, Telekommunikationsunternehmen, Banken, Consultants oder Medien.

www.INNOFACT.de