

TOP SHOPS 2013

DEUTSCHLANDS BESTE MODEHÄNDLER
stationär

Konzept & Markt GmbH
Bischof-Blum-Platz 2
65366 Geisenheim

+ 49 (0) 6722 75034 10
www.konzept-und-markt.com



Repräsentative Online-Befragung

Eine Gemeinschaftsstudie von:
Konzept & Markt GmbH in Kooperation
mit der TextilWirtschaft

August 2013

Vorwort

Mit der Studie „Top Shops 2013“ analysieren die TextilWirtschaft und Konzept & Markt zum dritten Mal umfassend die Stärken und Schwächen des deutschen Bekleidungshandels aus Verbrauchersicht. In der vorliegenden Studie erfolgt die explizite Betrachtung des **Stationärhandels**, also Unternehmen mit stationären Geschäften oder Verkaufshäusern.

Die Studie ermittelt dabei vor allem:

- die Zufriedenheit der privaten Kunden mit den Leistungen der Modehändler,
- die Markenstärke und die Performance im Markentrichter,
- die wahrgenommenen Images und deren Treiberwirkung für den Unternehmenserfolg.

Hierzu wurden 6.000 repräsentativ ausgewählte Modekäufer online befragt, die den Einkauf in stationären Geschäften bevorzugen.

Vor dem Hintergrund der aktuellen wirtschaftlichen Situation und der zunehmenden Globalisierung im Handel liefert diese Studie Händlern sowie Produzenten wichtige und umfassende Informationen und Benchmarks. Und dies vor dem Hintergrund, dass der Verbraucher immer multioptionaler handelt und Multichannel-Vertriebsformen längst etabliert sind. Auch kleinere regionale Händler, die in der Studie nicht erwähnt werden, profitieren von den Ergebnissen, da sie die spezifischen Stärken und Schwächen ihrer überregionalen Wettbewerber im kompakter Form analysieren können.

Inhaltsverzeichnis

	Seite
1 Multichannel beim Modekauf	4
2 Erfolgskennziffern: Von der Bekanntheit zum Top-Händler	19
3 Markentrichter und Markenstärke	41
4 Nutzung des Online-Angebots der stationären Textilunternehmen	50
5 Idealprofil: Die Anforderungen der Kunden	58
6 Image der stationären Modehändler	65
6.1 Waren- und Sortimentsleistung	68
6.2 Preis-Leistung	77
6.3 Kommunikation	82
6.4 Beratungsleistung	87
6.5 Atmosphäre und Einrichtung	92
6.6 Service	99
6.7 Erfolgsindex über alle relevanten Leistungskategorien	105
6.8 Sortimentskompetenz	107
6.9 Website	117
6.10 Verantwortung	125
7 Käufertypologie	132
8 Leistungsprofile der Einkaufsstätten	142
9 Untersuchungsdesign	364

9 Untersuchungsdesign

Konzeption:	Konzept & Markt GmbH, Bischof-Blum-Platz 2, 65366 Geisenheim/Rheingau TextilWirtschaft, Mainzer Landstraße 251, 60326 Frankfurt am Main
Realisierung:	Konzept & Markt GmbH
Grundgesamtheit:	Deutschsprachige Personen im Alter von 16 bis 79 Jahren
Betrachtete Handelsunternehmen:	Es wurden nur die Leistungen von überregional aufgestellten Handelsunternehmen mit stationären Geschäften, mit Sortiments- schwerpunkt Bekleidung, permanentem Textilsortiment und einer Käuferreichweite von 1% abgefragt.
Art der Stichprobe:	Repräsentative Bevölkerungsbefragung (Zufallsauswahl)
Stichprobe:	n=6.035 Befragte Männer n=3.007; Frauen n=3.028 16-29 Jahre n=2.009; 30-49 Jahre n=2.012; 50+ Jahre n=2.014
Zielperson:	Personen, die selbst Bekleidung für sich kaufen und den stationären Einzelhandel für den Modekauf bevorzugen
Feldarbeit:	Mai / Juni 2013
Erhebungsmethode:	Online-Befragung anhand eines strukturierten Fragebogens

Ihr Konzept & Markt - Serviceteam



Senior-Projektmanager

☎ +49 (0) 6722 750 34 11
✉ franzen@
konzept-und-markt.com



Senior-Projektmanager

☎ +49 (0) 6722 750 34 12
✉ fuchs@
konzept-und-markt.com



Projektmanagerin

☎ +49 (0) 6722 750 34 16
✉ grumm@
konzept-und-markt.com