

BESTELLUNG

ITE GmbH
Frau Dorothee Kindermann
An Lyskirchen 14
D-50676 Köln

E-Mail
itebestellungen@bte.de

Telefax
+49 (0)221-92150915

Hiermit bestellen wir:

Branchenfokus „JEANS“, Jahrgang 2011

zum Preis von Euro 850,- zzgl. MwSt. als PDF per E-Mail

Bitte senden Sie uns den monatlichen Newsletter per E-Mail
Bitte teilen Sie uns Ihre E-Mail-Adresse mit.

Im Bereich **Fashion & Accessoires** bieten wir Ihnen außerdem noch folgende aktuelle Publikationen an:

- Branchenreport Schuhe
- Branchenreport Wäsche
- Branchenreport Baby- und Kinderausstattung
- Branchenfokus Kinderbekleidung
- market highlight Fashion

Interesse? Sprechen Sie uns an!

Firma _____

UST./VAT-Nr. _____

Position _____

Name _____ Vorname _____

Straße _____ PLZ/Ort _____

Telefon _____ Telefax _____

E-Mail _____

Datum/Unterschrift _____

Branchenfokus JEANS 2011

IBH KÖLN
RETAIL CONSULTANTS

IFH KÖLN
RESEARCH EXPERTS

IBH RETAIL CONSULTANTS - ein Unternehmen des IFH - Institut für Handelsforschung

Branchenfokus Jeans Jahrgang 2011

Autor: Hansjürgen Heinick

- Der deutsche Markt für Jeans 2005 bis 2010 – Damenjeans und Herrenjeans
- Marktvolumen zu Endverbraucherpreisen in Mio. Euro, Mengen in Mio. Stück
- Pro-Kopf-Ausgaben, Pro-Kopf-Verbrauch, Durchschnitts-Verkaufspreise
- Produktion, Importe, Exporte: Lieferländer, Durchschnittspreise
- Jeans im Vergleich zu übrigen Hosen – Marktanteile, Entwicklung
- Preissegmente – Anteile, Entwicklung
- Die Distribution im Markt für Jeans – Vertriebswegeanteile gestern und heute
- Andere Jeansprodukte
- Verbraucher und Jeans: Käufe und Markenbesitz nach Alter
- Ausblick 2015: Marktvolumen und Distributionsstruktur

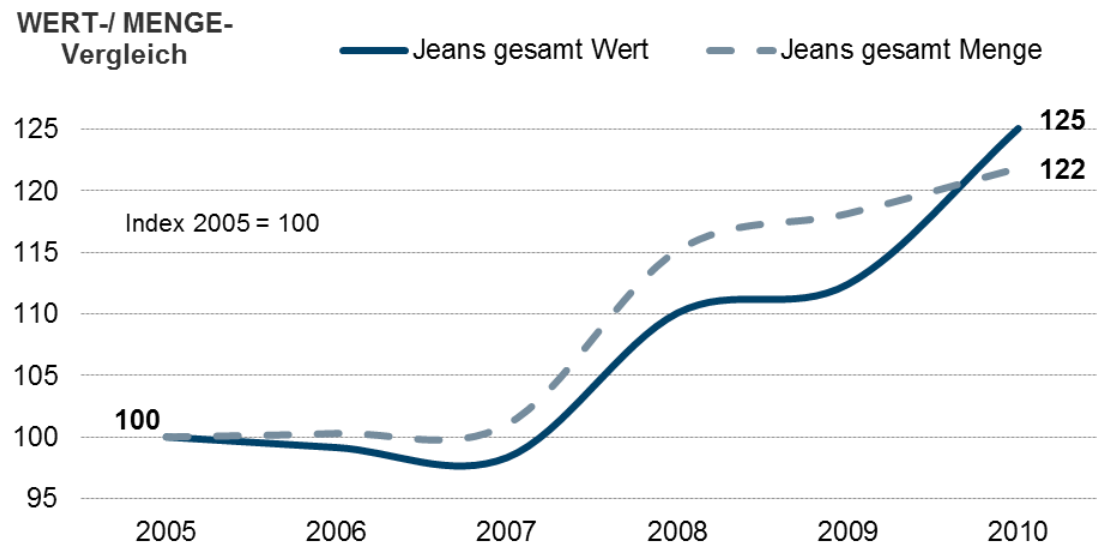
Der **IBH Branchenfokus „Jeans“, Jahrgang 2011**, umfasst 55 Seiten mit 44 Tabellen und Übersichten und ist zum Preis von 850,- Euro zzgl. Mehrwertsteuer als PDF per Email erhältlich.

Der Jeans-Boom nimmt kein Ende. Mehr als 100 Mio. Paar Jeans kaufen die Deutschen im Jahr. Das sind 1 ¼ Paar Jeans pro Person, vom Säugling bis zum Greis und mehr als doppelt so viele wie noch vor 10 Jahren. Immer wieder mal lassen leichte Rückgänge des Marktes ein Ende des Jeans-Kult erwarten. Doch schon im Jahr darauf steigt die Nachfrage schon wieder.

Dabei hat sich die Jeans allerdings auch verändert. Jeans ist längst nicht gleich Jeans. Immer weiter ausdifferenziert wird der Markt nach Stil, Anlass, Style und Altersgruppen einerseits sowie nach Preislagen andererseits. Aber auch hier hat sich der Markt gewandelt. Nach Discountpreis-Fixierung und Hype um Luxuslabels wird die Preismitte wieder zum Markttreiber.

Die Vertriebsstätten und die Vertriebspolitik stehen vor neuen Herausforderungen. Nicht nur, dass das Internet Marktanteile an sich zieht, auch die Kundenanziehung im stationären Handel muss neu ausgerichtet werden. Ankermarken bleiben wichtig, aber eine geschickte Auswahl wird immer entscheidender. Die Herausforderung liegt in einer idealen Verbindung zwischen (Marken-) Emotion, dem Angebot zielgruppen-spezifischer Styles und passformstabiler Jeanshosen.

Indexentwicklung Jeans: Wert und Menge – 2005 bis 2010



Quelle: IBH RETAIL CONSULTANTS

Editorial/Methodik

Kapitel I Der deutsche Markt für Jeans: Zahlen, Fakten, Zeitreihen

- A Marktvolumen, Mengen, Durchschnittspreise, Pro-Kopf-Ausgaben
- 1 Jeans gesamt – Marktvolumen Wert und Menge 2005-2010
- 2 Damenjeans und Herrenjeans – Marktvolumen Wert und Menge 2005-2010
- 3 Durchschnittspreise Jeans gesamt, Damenjeans, Herrenjeans 2005-2010
- 4 Pro-Kopf-Verbrauch und Pro-Kopf-Ausgaben Jeans gesamt, Damenjeans, Herrenjeans 2005-2010
- 5 Jeans-Jacken, -Röcke & Co. – wie groß ist der Jeansmarkt ohne Hosen?
- 6 Jeans-Anbieter/Marken
- B Produktion, Importe, Exporte: Lieferländer, Durchschnittspreise, Entwicklungen
- 1 Produktion
- 2 Jeansimporte – Asien bleibt stark, aber Europa rückt näher
- 3 Jeansexporte – Stammkunden im Westen, neue Kunden im Osten
- C Ausgewählte Aspekte des Jeansmarktes
- 1 Jeans vs. andere Hosen – Verdrängungskurs hält an
- 2 Preissegmente Jeans – mehr Mitte gefragt

Kapitel II Jeans im Handel – die Vertriebsstrukturen 2007 und 2010 mit den Formaten ...

- Markenführender Bekleidungsfachhandel
- Vertikale Händler
- Textildiscounter
- Jeansspezialisten inkl. Monolabel-Stores der Hersteller
- Versender (Katalog+Online)
- Kauf-/Warenhäuser
- Lebensmitteleinzelhandel (LEH)
- Sonstige Anbieter (Sportgeschäft, Internet, Factory-Outlet, ...)

Kapitel III Verbraucher und Jeans – Käufe und Markenbesitz nach Alter

Kapitel IV Der deutsche Markt für Jeans: Prognose bis 2015

- A Die wichtigsten Einflussfaktoren
- 1 Gesamtwirtschaftliche Situation
- 2 Branchenspezifische Annahmen
- 3 Branchenpositionierung von Jeans im Konsumgütermarkt Damen- und Herrenbekleidung bis 2015
- 4 Preisentwicklung für Jeans bis 2015
- B Marktvolumen-Korridor und Distributionsanteile 2015

Tabellenverzeichnis

- Tabelle 1: Top 20 Lieferländer von Jeans 2010 – Importanteile Wert und Menge
- Tabelle 2: Top 20 Abnehmerländer deutscher Jeans 2010 – Exportanteile Wert und Menge
- Tabelle 3: Jeans-Stores und Flächensysteme in Deutschland 2010

Übersichtenverzeichnis

- Übersicht 1: Jeans-Marktvolumen in Deutschland – Wert – 2005-2010 in Mio. Euro
- Übersicht 2: Jeans-Marktvolumen in Deutschland – Menge – 2005-2010
- Übersicht 3: Indexentwicklung Jeans – Wert und Menge – 2005-2010
- Übersicht 4: Jeans-Marktvolumen Damen – Wert und Menge – 2005-2010 – in Mio. Euro bzw. Mio. Stück
- Übersicht 5: Jeans-Marktvolumen Herren – Wert und Menge – 2005-2010 – in Mio. Euro bzw. Mio. Stück
- Übersicht 6: Indexentwicklung – Damen-/Herren-Jeans – Wert und Menge
- Übersicht 7: Anteile Damen-/Herrenjeans – Wert und Menge – 2005-2010 in %
- Übersicht 8: Durchschnittspreise Jeans gesamt, Damen-/Herren-Jeans 2005-2010 in Euro/Jeans
- Übersicht 9: Pro-Kopf-Verbrauch Jeans gesamt, Damen/Herren 2005-2010 in Stück/p.a.
- Übersicht 10: Pro-Kopf-Ausgaben Jeans gesamt, Damen/Herren 2005-2010 in Euro/p.a.
- Übersicht 11: Marktvolumen und Anteile der Segmente Jeansmarkt inklusive Jacken, Röcke und Andere in Mio. Euro bzw. Prozent
- Übersicht 12: Entwicklungsvergleich Jeansmengen: Produktion, Importe, Exporte 2005-2010 – Index
- Übersicht 13: Deutsche Jeansimporte 2005-2010 in Mio. Stück
- Übersicht 14: Durchschnittspreise pro Import-Jeans 2005-2010 in Euro
- Übersicht 15: Entwicklungsvergleich Jeans-Importe: Menge, Wert, Durchschnittspreis 2005-2010 – Index
- Übersicht 16: Deutsche Jeansexporte 2005-2010 in Mio. Stück
- Übersicht 17: Durchschnittspreise pro Export-Jeans 2005-2010 in Euro
- Übersicht 18: Entwicklungsvergleich Jeans-Exporte: Menge, Wert, Durchschnittspreis 2005-2010 – Index
- Übersicht 19: Pro-Kopf-Ausgaben für Jeans und übrige Hosen 2005-2010 in Euro
- Übersicht 20: Marktvolumen für Hosen (o. Jeans) und Jeans 2005-2010 in Mio. Euro
- Übersicht 21: Anteile Jeans und übrige Hosen am Gesamtmarktvolumen (Wert) für Hosen 2005-2010 in %
- Übersicht 22: Indexentwicklung des Marktvolumens für Jeans, übrige Hosen und Hosen gesamt – 2005-2010
- Übersicht 23: Marktvolumen für Damen-Hosen (o. Jeans) und Damen-Jeans 2005-2010 in Mio. Euro
- Übersicht 24: Marktvolumen für Herren-Hosen (o. Jeans) und Herren-Jeans 2005-2010 in Mio. Euro
- Übersicht 25: Anteile der Preissegmente Preis/Mitte/Qualität/Premium am Marktvolumen (Wert) Jeans 2010 in Mio. Euro
- Übersicht 26: Anteile der Preissegmente Preis/Mitte/Qualität/Premium an den Jeansmengen 2010 in Mio. Stück
- Übersicht 27: Anteile der Preissegmente Preis/Mitte/Qualität/Premium am Marktvolumen Wert und Mengen im Jeansmarkt 2007 in %
- Übersicht 28: Anteile der Preissegmente Preis/Mitte/Qualität/Premium am Marktvolumen Wert und Mengen im Jeansmarkt 2010 in %
- Übersicht 29: Marktvolumen-Verteilung Jeans nach Preissegmenten 2007/2010 in %
- Übersicht 30: Distributionsstruktur Jeans 2007
- Übersicht 31: Distributionsstruktur Jeans 2010
- Übersicht 32: Jeans – Entwicklung der Vertriebswege 2010 geg. 2007 in %
- Übersicht 33: Jeanskäufer nach Geschlecht und Alter
- Übersicht 34: Markenbesitz ausgewählte Jeansmarken nach Geschlecht in Mio.
- Übersicht 35: Markenbesitz ausgewählte Jeansmarken nach Alter im Vergleich*
- Übersicht 36: Markenbesitz ausgewählte Fashionmarken nach Alter im Vergleich*
- Übersicht 37: Jeans: Branchenpositionierung im Konsumgütermarkt Damen- und Herrenbekleidung im Dynamik-Volumen-Portfolio
- Übersicht 38: Jeans: Branchenmarktanteile und Entwicklung im Konsumgütermarkt Damen- und Herrenbekleidung 2005/2010/2015
- Übersicht 39: Die Preisentwicklung für Jeans bis 2015
- Übersicht 40: Prognose Jeans-Marktvolumen bis 2015
- Übersicht 41: Vertriebswegeanteile Jeans 2007, 2010 und 2015 (Prognose) in %

Für Rückfragen steht Ihnen **Frau Vesta Grell** unter der **Telefonnummer +49 (0)221 943 607-68** oder per **Email** unter **v.grell@ibhkoeln.de** gerne zur Verfügung. Wir freuen uns auf Ihre Kontaktaufnahme!

Von unserem fundiertem Marktwissen profitieren Sie in bewährter Weise: In **60 Konsumgütermärkte** und über **500 Warengruppen!**