

# Die neue Basisstudie für die ganze Branche!

## Top Shops 2009: Deutschlands beste Modehändler

Erstmalig analysieren TextilWirtschaft und das Marktforschungsinstitut Konzept & Markt mit einer breit angelegten Repräsentativbefragung von 2.000 Männern und Frauen das **Einkaufsverhalten** der Deutschen bei Bekleidung sowie die Nutzung und **Stärken und Schwächen der Top-Unternehmen** des Bekleidungshandels.

Wer sind die **Top-Einkaufsstätten** bei Bekleidung in Deutschland? Wie groß ist ihre **Markenstärke**? Wie hoch ihr **Markenwert**? Wo kaufen die Deutschen was ein? Wie sieht die **ideale Einkaufsstätte** bei Bekleidung aus? Und welche Leistungen erfüllen die Top-Einkaufsstätten – und welche nicht?

Diese und noch viele andere zentrale Fragen beantwortet die aktuelle, von der TextilWirtschaft und Konzept & Markt erstellte Gemeinschaftsstudie „Top Shops 2009“.

Die Studie ermittelt dabei vor allem:

- Käuferreichweiten und Käuferstruktur der Top-Handelsunternehmen,
- die Markenstärke und den Markenwert der Bekleidungshändler und
- Idealprofile sowie die wahrgenommenen Images und deren konkrete Bedeutung für den Unternehmenserfolg.

Vor dem Hintergrund der aktuellen wirtschaftlichen Situation und den sichtbaren Umbrüchen in der Handelslandschaft liefert die Studie einen fundierten Überblick und vermittelt damit sowohl Händlern als auch Produzenten wertvolle Erkenntnisse.

Auch kleinere, regionale Händler, die in der Studie keine Erwähnung finden, profitieren in hohem Maße von den Ergebnissen: In kompakter Form erhält man Informationen über spezifische Stärken und Schwächen der überregionalen Mitbewerber. Mit diesem Wissen kann die eigene Marktposition optimiert werden.

### Einbezogene Unternehmen\*:

- |                     |               |               |                      |             |
|---------------------|---------------|---------------|----------------------|-------------|
| • Adler             | • Gerry Weber | • New Yorker  | • Strauss Innovation | • Wöhrl     |
| • Benetton          | • H&M         | • NKD         | • Street One         | • Woolworth |
| • Bonita            | • Jeans Fritz | • Orsay       | • Takko              | • Zara      |
| • C&A               | • K&L Ruppert | • P&C         | • Tally Weijl        | • Zero      |
| • Cecil             | • Karstadt    | • Pimkie      | • Tchibo             |             |
| • Ernsting's family | • kik         | • real,-      | • Ulla Popken        |             |
| • Esprit            | • Mango       | • s.Oliver    | • Vero Moda          |             |
| • Galeria Kaufhof   | • Mister Lady | • SinnLeffers | • Vögele             |             |

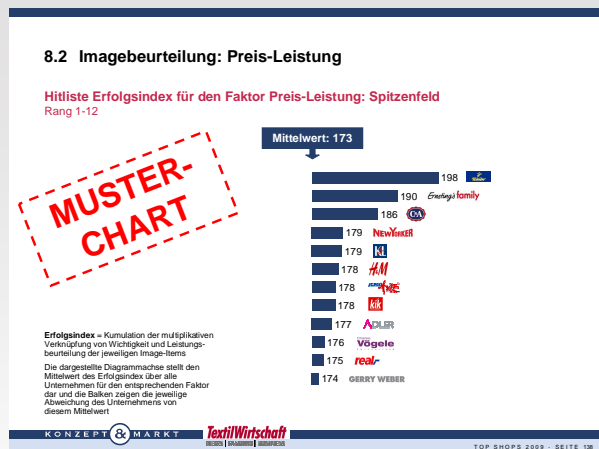
\* Ausgewiesen werden die Unternehmen, deren nationale Reichweite eine statistisch abgesicherte Ergebnisdarstellung erlaubt.

Die über 300 Seiten starke Studie informiert Sie detailliert u.a. über die folgenden Themengebiete:

- Käuferreichweiten der Top-Unternehmen im Bekleidungshandel
- Sortiments-Kompetenzen der Bekleidungsunternehmen
- Idealprofile eines Bekleidungs-geschäfts aus Kundensicht
- Käufertypologie nach Anspruchsniveau und Mode-Orientierung
- Käuferstruktur der Geschäfte
- Kundenzufriedenheitsprofile
- Imageprofile und Imageportfolios für alle befragten Unternehmen
- Vergleichende Darstellungen aller Unternehmen bei den zentralen Imagefaktoren von der Sortiments- über die Beratungs- bis hin zur Preis-Leistung
- Bekanntheitsgrade und Werbebekanntheit der Unternehmen
- Effizienz der eingesetzten Werbemittel
- Markenstärke und Markenwert der Top-Unternehmen

# Die neue Basisstudie für die ganze Branche!

## Hitliste Erfolgsindex „Preis-Leistung“:



## Käufertypologie:



## Die aktuelle Studie „Top Shops 2009: Deutschlands beste Modehändler“ ist eine hervorragende Informationsquelle für:

### Händler:

Zu den Themen / Bereichen:

- Markenwert
- Markenwirkung
- Markenstärke
- Werbeeffizienz
- Wettbewerbsvergleich
- Stärken-Schwächen-Analysen
- Standortbestimmung
- Differenzierungspotentiale
- Optimierung von Vertriebsstrategien

### Hersteller:

Zu den Themen / Bereichen:

- Präsenz und Darstellung am POS
- Angebotspositionierung
- Optimierung der Verkaufsförderung
- Eigenmarkenproduktion
- Einstellung auf Verbraucherverwünsche
- Vorbereitung, Durchführung und Optimierung von Jahresgesprächen
- Stärken-Schwächen-Analysen

### Agenturen / Berater:

Zu den Themen / Bereichen:

- Aktuelle, komprimierte und kostengünstige Markt- und Handelsforschungsdaten
- Optimierung von Wettbewerbspräsentationen
- Hintergrundwissen über Entwicklung und Status Quo der Textilunternehmen in Deutschland
- Basiswissen über Kunden: Käufertypologie und differenzierte Erwartungen an die Einkaufsstätten bei Bekleidung

Preis der Studie auf CD-Rom: 1.950,- EUR zzgl. MwSt.

Weitere Informationen zur Studie geben Ihnen gerne:

**Konzept & Markt GmbH**

Dr. Ottmar Franzen, Tel.: 0611 / 690 17 11  
E-Mail: franzen@konzept-und-markt.com

Michael Fuchs, Tel.: 0611 / 690 17 28  
E-Mail: fuchs@konzept-und-markt.com

Diese Studie ist eine Gemeinschaftsproduktion von:

**Konzept & Markt GmbH  
und TextilWirtschaft**