

inhalt



22
 H/W 17/18:
 HAKA-TRENDS



82
 H/W 17/18
 DIE BODYWEAR



MODISCHE FLUCHT NACH VORNE

Nein, 2016 war kein einfaches Jahr für den Modehandel und die Bekleidungsindustrie. Im Spannungsfeld zwischen Onlineplayern, Ertragsdruck, mangelnder Kundenfrequenz und einer (damit wohl einhergehenden) permanenten Preisreduzierung macht es immer weniger Spaß, Mode zu verkaufen. Modeaktien ziehen nicht mehr, Anleihen erweisen sich als Millionengrab. Einstmals »bombsichere« Geschäftsmodelle wie Franchiseformate oder Shop-in-Shops haben ausgedient. Wer früher um die Gunst großer Systemanbieter buhlte, ist heute heilfroh, der Gleichheitsfalle zu entkommen. Jetzt ist »small« auf einmal wieder »beautiful«: Kleinere Läden, früher etwas verächtlich unter »Uschis Modeboutique« subsumiert, schaffen es schneller, sich neuen Anforderungen anzupassen. Wechseln wendiger ihre Lieferanten, springen behetzt auf neue Trends auf. Die modische Todeszone, das sind heute Filialisten, die auf die Kraft mittelständischer Massenmarken vertraut haben. Wenn in wenigen Tagen die Herrenmode für Herbst/Winter 2017/18 in Florenz an den Start geht, kann man nur hoffen, dass die Kleinen mutig bleiben und ihre Kunden mit immer neuen Labels und immer neuen Teilen überraschen. Jetzt hilft nur noch die modische Flucht nach vorne. Und die Bereitschaft, seinen eigenen Weg zu gehen, ohne allzu sehr darauf zu blicken, was die Konkurrenz macht. Die Gewinner der letzten Jahre haben vor allem auf eines gehört: den eigenen modischen Instinkt. Auf den wird in vielen großen Unternehmen halt so gar nicht gehört ...

BRIGITTE PFEIFER-MEDLIN



06
 NEUER STORE:
 FALCON
 LIFE & STYLE

30
 H/W 17/18:
 HAKA-KOLLEKTIONEN

