



Future Fashion Retail

Zukunftskonzepte für den Stationären Modehandel in Deutschland

GfK Fashion & Lifestyle, 2016

Future Fashion Retail – Die Grundlagenstudie

Ein Projekt mit starken Partnern

„Fashion & Lifestyle ist seit 64 Jahren „Thought Leader,“
Wir sind verbunden mit allen GfK Forschungsbereichen
und der externen Fashion Welt.
Dazu gehört die Fashion Industrie, der Handel
und die Fashion Communities der Branche wie
Deutsches Mode Institut, Modeschulen, Messen,
Trend Scouts und Fachmedien.“

„Die Experten für Fashion & Lifestyle
bieten ein umfassendes Branchen-
wissen und eine jahrzehntelange
Erfahrung in der Prognose von
Marktentwicklungen.“

Die TW ist die reichweitenstärkste Fachpublikation
der Textilbranche im deutschsprachigen Raum.
Sie vermittelt einen umfassenden Überblick über
das gesamte Spektrum der Branche und ist
d e r Ansprechpartner für Fashion-Trends
bei Herstellern und im Handel

„Der GfK Verein entwickelt
innovative Forschungsmethoden in
Zusammenarbeit mit der GfK und
weiteren wissenschaftlichen Institutionen.
Er verfolgt die für den privaten Konsum
grundlegenden Entwicklungen in
Gesellschaft, Wirtschaft und Politik
und erforscht deren Auswirkungen
auf die Verbraucher.“



Unser FORSCHUNGSANSATZ umfasst 4 Bereiche



MARKET DYNAMICS



MARKET OPPORTUNITY

TRENDS

BEDÜRFNISSE

KONZEPTE

POTENZIALE

**Meta-Analyse &
Desk Research**

**Qualitative Insights
mit Konsumenten**

**Ideenplattform
mit „Vordenkern“
via GfK SocioLog.dx**

**Quantifizierung und
Segmentierung der
Bedürfnisse**

* Future Fashion Retail – Eine Grundlagenstudie im Auftrag des GfK Vereins

Unser FORSCHUNGSANSATZ umfasst 4 Bereiche



MARKET DYNAMICS



MARKET OPPORTUNITY

TRENDS

**Meta-Analyse &
Desk Research**

BEDÜRFNISSE

**Qualitative Insights
mit Konsumenten**

KONZEPTE

**Ideenplattform
mit „Vordenkern“
via GfK SocioLog.dx**

POTENZIALE

**Quantifizierung und
Segmentierung der
Bedürfnisse**

* Future Fashion Retail – Eine Grundlagenstudie im Auftrag des GfK Vereins

Mega Trends in Fashion & Lifestyle



Unser FORSCHUNGSANSATZ umfasst 4 Bereiche



MARKET DYNAMICS



MARKET OPPORTUNITY

TRENDS

Meta-Analyse &
Desk Research

BEDÜRFNISSE

Qualitative Insights
mit Konsumenten

KONZEPTE

Ideenplattform
mit „Vordenkern“
via GfK SocioLog.dx

POTENZIALE

Quantifizierung und
Segmentierung der
Bedürfnisse

* Future Fashion Retail – Eine Grundlagenstudie im Auftrag des GfK Vereins

Relevante **Verbraucherbedürfnisse** in Fashion & Lifestyle



DRESSED FREE
ENTERTAINED
FEEL YOURSELF SOMETHING
BELONGING CONTENT
VALUED

Unser FORSCHUNGSANSATZ umfasst 4 Bereiche



 MARKET DYNAMICS



 MARKET OPPORTUNITY



* Future Fashion Retail – Eine Grundlagenstudie im Auftrag des GfK Vereins

Kreative **Shop Konzepte** – entwickelt mit den Fashion-Experten



Ihr FASHION PROFILER

Ihr FASHION LIVE SIMULATOR

Ihr FASHION GREENHOUSE

Ihr MULTIPLEX FASHION PARK

Ihr FASHION APPARTEMENT

Ihr FASHION CUSTOMIZING LAB

Ihr FASHION on TOUR

Ihr GUERILLA FASHION

Ihr FASHIONTOPIA

Ihr CLICK+FIT+COLLECT STORE

Ihr FASHION UPDATE CLUB

Unser FORSCHUNGSANSATZ umfasst 4 Bereiche



MARKET DYNAMICS



MARKET OPPORTUNITY

TRENDS

Meta-Analyse &
Desk Research

BEDÜRFNISSE

Qualitative Insights
mit Konsumenten

KONZEPTE

Ideenplattform
mit „Vordenkern“
via GfK SocioLog.dx

POTENZIALE

Quantifizierung und
Segmentierung der
Bedürfnisse

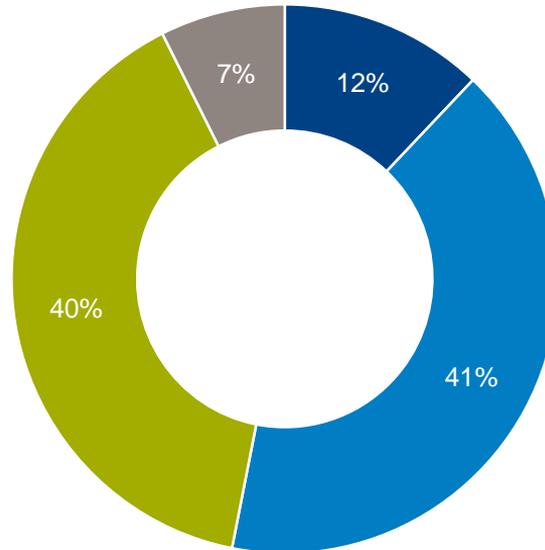
* Future Fashion Retail – Eine Grundlagenstudie im Auftrag des GfK Vereins

Generell ist mehr als die Hälfte an neuen Konzepten interessiert;
12% würden Fashion sehr gerne auf eine neue Art einkaufen.



Wunsch nach neuer Art des Shopping

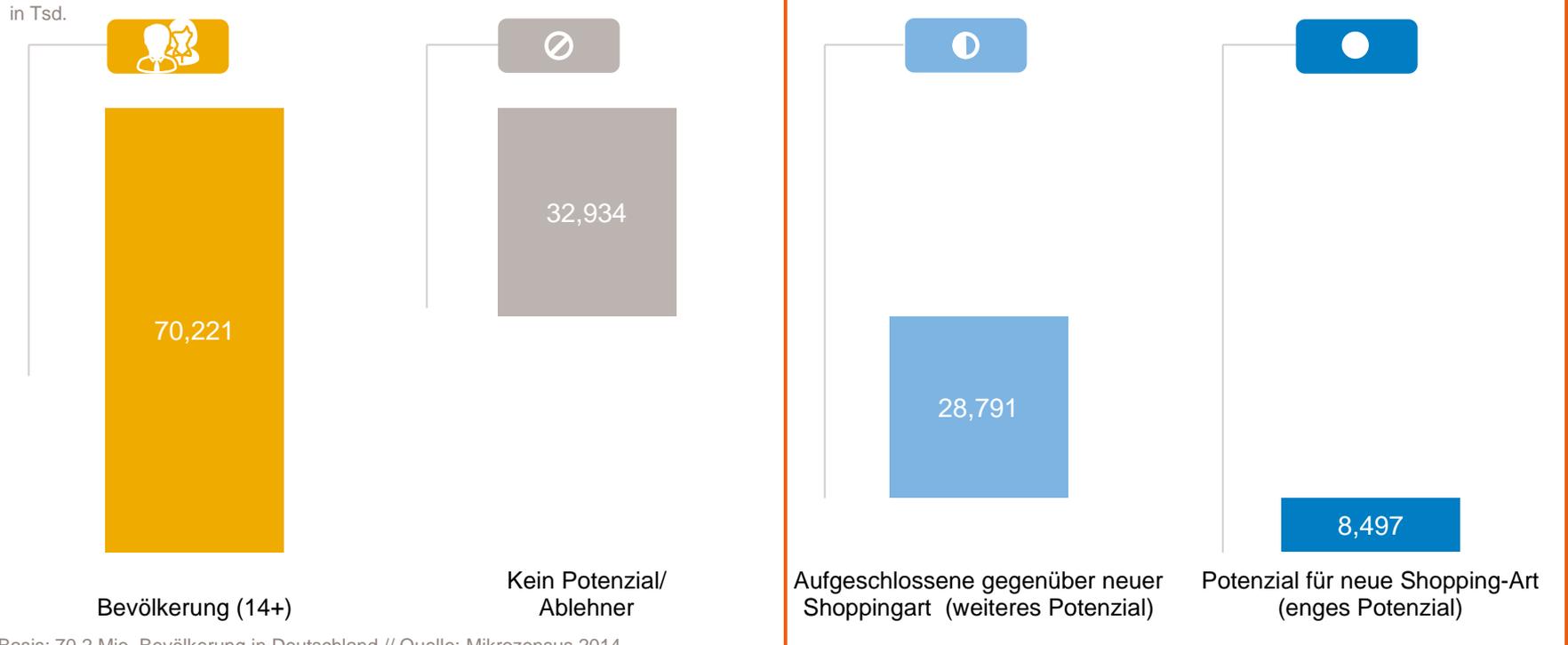
- Ich würde sehr gerne auf eine neue Art und Weise Mode/ Fashion einkaufen.
- Eine neue Art und Weise Mode/ Fashion einzukaufen kommt für mich grundsätzlich in Frage.
- Ich brauche grundsätzlich keine neue Art und Weise Mode/ Fashion einzukaufen.
- Stimme keiner dieser Aussagen zu



Damit liegt das Gesamt-Potenzial für eine neue Art des Shopping bei 37,3 Mio., sehr aufgeschlossen sind dem immerhin 8,5 Mio.



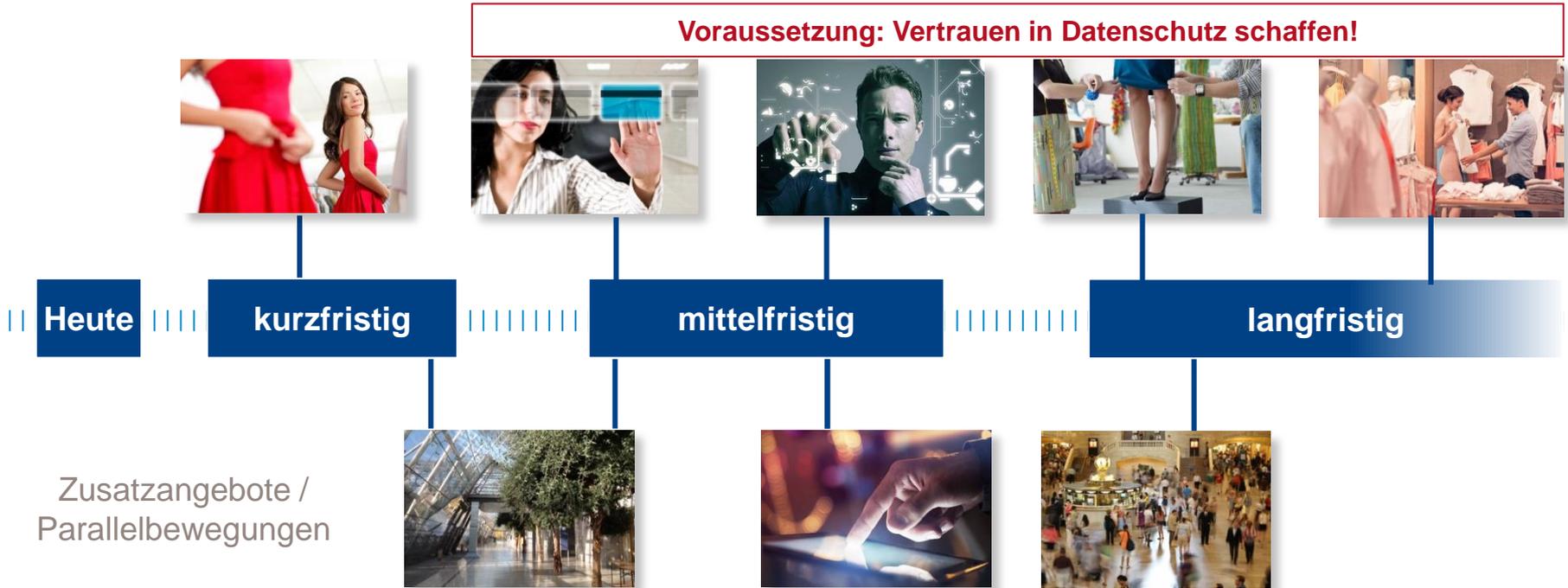
Wie sieht das aktuelle Potential für eine neue Shopping-Art aus?



Basis: 70,2 Mio. Bevölkerung in Deutschland // Quelle: Mikrozensus 2014
Frage LW2 (Relevance of new solution)

Roadmap: Future of Fashion Retail

Zeitliche Einordnung zur Akzeptanz der Konzepte



Future Fashion Retail – Ihr individuelles Future Fashion Shop Concept

Ihr individuelles **Future Fashion Shop Concept**
entwickelt mit Ihnen – für Ihren Future Fashion Store



**Verbindung von “Hard Facts” aus dem GfK Textilpanel und
Qualitativen Workshop – für ein relevantes, tragfähiges Shop-Konzept**

The background of the slide is a photograph of a modern architectural interior. It features a large, complex, white metal and glass structure that forms a curved, tunnel-like ceiling. The structure is composed of many interconnected triangular and quadrilateral panels. The floor is dark, and there are several white circular lights on the ground. In the distance, a group of people is walking through the space. The overall atmosphere is bright and futuristic.

Future Fashion Retail

Zukunftskonzepte für den Stationären Modehandel in Deutschland

Petra Mücke

Account Director Fashion & Lifestyle

T: +49 (0) 911 – 395 2256

E: petra.muecke@gfk.com