



46/2023

TW-Testclub: Plus-Serie hält an

Die zweite Novemberwoche verlief für die meisten Unternehmen im Modehandel erfreulich, was auch auf etliche Aktionen und Events zurückzuführen war. So ermittelte der Testclub der TextilWirtschaft für die 45. Kalenderwoche im Durchschnitt einen Umsatzzuwachs in Höhe von fünf Prozent. Immerhin lag die Vorlage aus 2022 bei einem Plus von vier Prozent.

Sechs von zehn Umfrage-Teilnehmer landeten im Plus, fast 40 Prozent sogar zweistellig. Überdurchschnittlich lief es im Süden und Westen sowie im mittleren Genre mit einem Plus von sechs Prozent. Dagegen landete das hohe Genre nur bei einem Umsatzpari.

Premium-Absage: BTE fordert Info-Plattform für Fashion- und Schuhhandel

Die Absage der Premium-Modemesse In Berlin ist ein weiterer Rückschlag für den Mode-Messeplatz Deutschland. Leider fehlt im Inland schon seit Jahren eine breite Plattform, um schnell und kompakt einen umfassenden Überblick über das Orderangebot zu bekommen. Das gilt nicht nur für Bekleidung, sondern auch für Schuhe.

Viele Fashion- und Schuhhändler beklagen, dass sie „kalt“ in die Orderrunde starten müssen und damit auch das Risiko für Fehlkäufe merklich steigt. Vor allem in der DOB gibt es selbst im europäischen Ausland keine Messe mehr, auf der die wesentlichen Trends erlebbar und die wichtigsten Labels präsent sind.

Für den größten europäischen Markt ist dies nach Ansicht des BTE ein Armutszeugnis. Es ist weder nachhaltig noch effizient, wenn tausende deutsche Händler wochenlang durch Europa reisen müssen, um zumindest halbwegs einen Überblick über das Marktangebot zu bekommen. Dass dies auch in Deutschland möglich ist, zeigt die Offenbacher Lederwarenmesse ILM.

Der BTE fordert bzw. wünscht sich daher, dass die Fashion- und Schuh-Lieferanten gemeinsam mit dem Handel endlich einen Weg finden, um diesen Missstand zu beheben. Der BTE wird dazu das Gespräch mit allen relevanten Partnern suchen und sich aktiv daran beteiligen, eine für alle Seiten befriedigende Lösung zu erarbeiten.

Black Friday: Preisaktionen gut überdenken!

Nach einem (zu) warmen und sonnigen September hat der Umsatz mit Herbstware in den letzten Wochen dank der oft ungemütlichen Witterung deutlich angezogen. Es waren vor allem Bedarfskäufer unterwegs, die wegen der bei vielen Verbrauchern knappen Konsumbudgets vor allem im mittleren und unteren Preisgenre einen nicht unerheblichen Anteil an allen getätigten Käufen ausmachen.

Begleitet wurde dies von Preisaktionen, die in diesem Jahr wegen des anfänglich stockenden Geschäfts - und womöglich damit verbundener Liquiditätsengpässen - schon früh starteten. Dies ist ein Rückfall in überwunden geglaubte Zeiten, nachdem die Branche in den letzten Jahren dank späterem und/oder reduziertem Preismarketing ihre Abschriften vielfach senken konnte.

Wenn die Renditen, die aufgrund der gestiegenen Kosten ohnehin in diesem Jahr stark unter Druck stehen, nicht weiter fallen sollen, muss unbedingt gegengesteuert werden. Nach Überzeugung des BTE darf es jetzt nicht zu einem breiten Preiskampf kommen, der weitere Punkte in der Kalkulation kostet.

Ansonsten dürften viele Textil-, Schuh- und Lederwarenhändler 2023 in den roten Zahlen landen – und zwar ohne Berücksichtigung drohender Rückzahlungen von Überbrückungshilfen!

Allenfalls gezielte Angebote und Rabatte auf echte Altware oder schlecht laufende Artikel könnten nach Meinung des BTE jetzt betriebswirtschaftlich angeraten sein. Keinesfalls aber sollte echte Winterware bereits jetzt reduziert werden. Schließlich waren die Temperaturen in den allermeisten Teilen von Deutschland noch nicht so niedrig, dass der Bedarf für warme Bekleidung, Schuhe oder Zudecken nachhaltig angeregt wurde. Und auch im kommenden Winter wird ein Gutteil der Bevölkerung ihre Heizung etwas runterdrehen und sich dafür zuhause etwas wärmer anziehen müssen. So spricht einiges dafür, dass die Nachfrage nach wärmenden Artikeln wieder anzieht, wenn die Temperaturen wieder sinken sollten.

Das bedeutet: Preisaktionen sollten in dieser Saison gut überdacht werden. Selbst wenn Wettbewerber - ggf. notgedrungen - Preisaktionen starten, sollte man darauf besonnen reagieren und möglichst nur sehr dosiert mit eigenen Sonderangeboten antworten. Statt pauschaler Rabattaktionen empfehlen sich dann eher kreative Aktionen für die eigene Stammkundschaft.

Zudem sollte der Black Friday auch in diesem Jahr nicht der Startschuss in eine breite Reduzierungsphase sein. Nach dem schlechten Start in die Saison sollte stattdessen intensiv nach Wegen gesucht werden, den Vollpreis-Zeitraum zu verlängern. Schließlich ist wegen der Klimaerwärmung zu befürchten, dass Kältewellen im Herbst künftig immer länger auf sich warten lassen. Hier müssen Handel und Industrie gemeinsam nach Lösungen suchen!

Hinweis: Bereits im Oktober 2022 hat das Kammergericht Berlin geurteilt, dass die Wortmarke Black Friday komplett aus dem Markenregister gelöscht werden soll. Letztendlich hat es aber bis zum 17. Juli 2023 gedauert, bis der Rechtsstreit durch den Bundesgerichtshof final geklärt wurde. Die Löschung ist seitdem endgültig bestätigt.

Heimtextil 2024 mit exklusivem MEHR.WERT-Paket für den Fachhandel

Die Frankfurter Fachmesse Heimtextil lockt vom 9. bis 12. Januar 2024 die Einkäufer von Haus- und Heimtextilien mit Inspiration, Austausch und Wissensvermittlung. Auf der wichtigsten Plattform für textile Materialien präsentieren sich renommierte Marktführer und vielversprechende Newcomer. Das Angebot reicht von Textilien rund um Bett, Bad und Tisch über textiles Design, Dekorations- und Möbelstoffe bis zu Tapeten und Sonnenschutz.

Der Besuch der Heimtextil lohnt sich auch aufgrund des umfangreichen Rahmenprogramms. Dazu zählt die „Heimtextil Conference: Sleep & More“ in Halle 11.0, auf der renommierte Experten Einblicke und Best Practices vermitteln - von Schlafmythen über digitale Tools und nachhaltige Materialien bis hin zu innovativen Bettwaren. Hochattraktiv ist zudem das Programm des Deco Teams, die Angebote des ZVR zum Thema Nachwuchs und Netzwerken sowie die geführten Sleep-Touren in Halle 11.0.

Herzstück der Heimtextil sind die Heimtextil Trends. Unter dem neuen Leitthema „New Sensitivity“ werden drei Wege zu einer sensibleren Welt der Textilien präsentiert: die pflanzenbasierte Herstellung von Textilien, die Unterstützung textiler Kreisläufe durch Technologie und die biotechnologische Verwendung natürlicher Inhaltsstoffe.

Mit dem neuen Kundenprogramm MEHR.WERT erhalten Besucher aus dem Fachhandel attraktive Vorteile. MEHR.WERT richtet sich u.a. an Textilhäuser, Bettengeschäfte, Concept Stores, Boutiquen und Raumausstatter und bietet kostenfreien Eintritt an allen Messetagen, exklusive Lounges in den Hallen 3.1 und 11.0 zum Entspannen und Netzwerken mit kostenlosem Catering, eine exklusive deutschsprachige Führung zu den Heimtextil Trends 24/25 und vieles mehr. Infos und Anmeldung zu MEHR.WERT unter www.heimtextil.de/mehrwert, Code: HMBT24.

Impressum:

Newsletter des BTE Handelsverband Textil Schuhe Lederwaren für EHV-Mitglieder
Herausgeber: BTE e.V., Weinsbergstraße 190, 50825 Köln, Telefon: 0221/921509-0, Fax -10
E-Mail: info@bte.de; Verantwortlich: Axel Augustin