BTE Handelsverband Textil Schuhe Lederwaren

information | Newsletter

51+52/2023

TW-Testclub: Durchwachsende dritte Adventswoche

Auch die dritte Adventswoche bescherte dem deutschen Modehandel nicht den erhofften Durchbruch im Weihnachtsgeschäft. So ermittelte der Testclub der TextilWirtschaft für die 50. Kalenderwoche im Durchschnitt ein Umsatzminus in Höhe von zwei Prozent. Allerdings lag die Vorlage aus 2022 erneut bei einem sehr hohen Plus von 39 Prozent.

Mit einem Anteil von 56 Prozent war die Minus-Fraktion leicht in der Mehrheit, knapp ein Viertel der Umfrage-Teilnehmer konnte dagegen ein zweistelliges Umsatzplus erzielen. Verlierer mit einem Minus von zehn Prozent war vor allem das Konsum-Genre, während das mittlere und hohe Genre auf ein Plus von einem Prozent kam. Nach dem wetterbedingten Einbruch in der Vorwoche konnte der Süden zumindest wieder ein Umsatzpari erzielen, während die anderen Landesteile einstellige Einbußen verbuchten.

Offener Brief von BTE-Präsident Mark Rauschen

Vor Weihnachten hat sich BTE-Präsident Mark Rauschen mit einem offenen Brief an die Branche gewandt, der u.a. in der TextilWirtschaft und auf der BTE-Website veröffentlicht wurde. Der Wortlaut:

Sehr geehrte Damen und Herren,
liebe Kolleginnen und Kollegen!

Das ablaufende Jahr war für die gesamte Textil-, Schuh- und Lederwarenbranche ein Wechselbad der Gefühle. Auf der einen Seite standen spektakuläre Insolvenzen und Geschäftsaufgaben bekannter Unternehmen, auf der anderen Seite konnten einige Kollegen Rekordumsätze erzielen. Die Schere zwischen den Unternehmen scheint in 2023 wieder weiter auseinander gegangen zu sein, und zwar in allen Märkten und Segmenten.

Woran liegt das? Fortune und ein glückliches Händchen bei strategischen Entscheidungen spielen sicher immer eine gewisse Rolle. Letztendlich muss man aber konstatieren, dass unternehmerische Qualität zumindest auf mittlere und lange Sicht den Unterschied zwischen Erfolg und Misserfolg ausmacht. Der Kunde entscheidet tagtäglich über unsere Existenzberechtigung und das ist in einer Marktwirtschaft ja so richtig und gewollt.

Schwierig wird es aber für alle, wenn sich die Rahmenbedingungen zu unseren Lasten verändern, ohne dass wir diese direkt beeinflussen können. Das haben wir in den letzten Jahren leider zu oft erlebt. Von der Politik in Kommune, Land und Bund wird speziell der innenstädtische Textil-, Schuh- und Lederwarenhandel nur selten unterstützt. Stattdessen werden wir immer wieder mit Entscheidungen oder Vorhaben konfrontiert, die unser Geschäft erschweren und andere Betriebsformen bevorteilen. Es darf einfach nicht mehr passieren, dass ganze Innenstädte sterben, weil die Anfahrt für die Kunden unzumutbar wird und womöglich sogar neue Einkaufsflächen oder sogar FOCs am Stadtrand geschaffen werden. Solange es keinen verlässlichen öffentlichen Nahverkehr gibt, müssen auch Besucher aus dem Umland per PKW in die Cities gelangen können.

Auch der vielfach von der Politik versprochene Bürokratieabbau scheint aktuell eher ein Lippenbekenntnis zu sein. Das sieht man aktuell z.B. bei der Überbrückungshilfe. Angekündigt als große Unterstützung des Handels als Kompensation für die Corona-Beschränkungen ist es zu einem unberechenbaren Bürokratie-Monster mutiert. Viele Kollegen bangen um die ausgezahlten Fördergelder, weil zu oft klare Regelungen fehlen und anscheinend zu willkürlichen Entscheidungen führen. Da erst ein Bruchteil der branchenübergreifend über 800.000 ÜBH-Anträge geprüft sind, wird uns dies noch Jahre beschäftigen.

Viel Bürokratie beschert uns leider auch die Europäische Union. Aktuelles Beispiel ist die europäische Lieferketten-Richtlinie. Es ist unbestritten, dass die Mode-, Schuh- und Lederwarenbranche sich weiter in Richtung Nachhaltigkeit bewegen muss. Aber die Regelungen müssen natürlich für den Handel und insbesondere die mittelständischen Unternehmen umsetzbar sein. Bei manchen Politikern hat man dagegen das Gefühl, dass sie die Menschen aus ideologischen Gründen die Freude an unseren Produkten austreiben und stattdessen zu einem weitgehenden Konsumverzicht drängen wollen.

Was bedeutet dies für uns Textil-, Schuh- und Lederwarenhändler? Ich bin der festen Überzeugung, dass sich alle Unternehmer künftig noch mehr engagieren müssen. Es reicht einfach nicht, nur die schwierigen Rahmenbedingungen zu beklagen. Man muss auch bereit sein, diese aktiv mitzugestalten bzw. zu verbessern. Dies war auch der Hauptgrund, warum ich im September für das Amt des BTE-Präsidenten kandidiert habe. Hier führe ich das Engagement meines Vorgängers Steffen Jost gerne fort.

Im Hinblick auf das kommende Jahr besteht aktuell die leise Hoffnung, dass der Abwärtstrend der Wirtschaft gestoppt ist. Trotz des Sparpakets der Bundesregierung sinken die Zinsen und auch die Börse ist optimistisch. Wenn die noch lahmende Konjunktur im Frühjahr oder Sommer wieder anspringen sollte, dürfte sich auch die Stimmung der Konsumenten wieder verbessern und für bessere Umsätze sorgen.

Leicht wird 2024 aber für die gesamte Branche aber sicher nicht. Wenn Handel und Industrie in den nächsten Wochen zum Ordern zusammenkommen, wird es sicher harte und intensive Gespräche über Preise und Spannen geben müssen. Denn viele Kollegen ächzen unter den gestiegenen Kosten und haben keinen finanziellen Spielraum mehr für notwendige Investitionen. Hier müssen partnerschaftliche Lösungen gefunden werden, die beiden Seiten eine auskömmliche Existenz ermöglichen.

Vor diesem Hintergrund ist es sehr bedauerlich, dass in Deutschland eine entsprechende Plattform zum Austausch fehlt. Dabei braucht der größte europäische Mode-Markt eine Leitmesse, damit sich der Handel ohne Reiseaufwand vor der Orderrunde über die Trends informieren und mit Entscheidern sprechen kann. Überdies sind Messen eine wichtige Plattform zum Entdecken und Stärken von neuen Marken, um das Sortiment für den Kunden spannend zu halten.

Zwar sind die Zeiten der ehemaligen Großmessen vorbei, möglich sein sollten aber spitze, kompakte und ggf. digital angereicherte Formate, die auch die Lieferanten (mit eigenen Showrooms) kostenmäßig nicht überlasten. Die Mehrheit im Handel ist durchaus bereit, ihren Obulus beizutragen und für den Besuch einer entsprechenden Messe Eintritt zu entrichten. Der BTE wird hierzu das Gespräch mit den Industriepartnern suchen, um eine für alle Seiten passenden Lösung zu finden.

Trotz aller anstehenden Herausforderungen wünsche ich im Namen des BTE Ihnen, Ihrer Familie und Ihren Mitarbeitern schöne Festtage. Kommen Sie gut und gesund in das hoffentlich erfolgreiche Neue Jahr!

Ihr Mark Rauschen

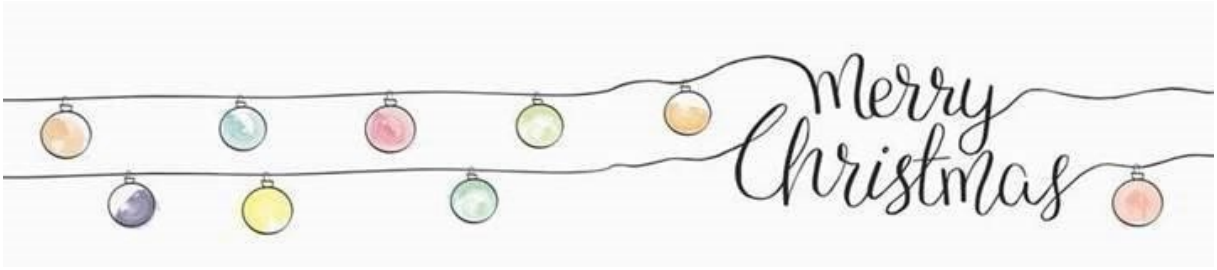
Otto, Zalando und H&M sind Deutschlands größte Bekleidungshändler

Vor kurzem hat die TextilWirtschaft ihre Umsatzgrößen-Rangliste Top 100 für das Jahr 2022 veröffentlicht. Danach war die Otto Group mit einem Umsatz von 4,6 Mrd. Euro mit Bekleidung, Schuhen und Accessoires im letzten Jahr der größte deutsche Händler. Danach folgt Zalando (3,22 Mrd. Euro), H&M (2,9 Mrd. Euro), Deichmann (2,5 Mrd. Euro) und C&A (2,2 Mrd. Euro). Auf über eine Milliarde Euro Umsatz kamen zudem die Schwarz-Gruppe, Galeria, Kik, TJX/TK Maxx, Ernsting's family, P&C Düsseldorf, die Aldi Gruppe sowie Inditex.

Die allermeisten der (vorwiegend) stationären Bekleidungsunternehmen konnten ihren Umsatz zu 2021 deutlich steigern, was wegen der langen Lockdowns in 2021 keine Überraschung ist. Spitzenreiter waren Primark (+65,3 Prozent) und die KaDeWe Group (+48,8 Prozent). Übertroffen wurden sie nur von Shein mit einem Zuwachs von 76,4 Prozent auf 441 Mio. Euro. Das chinesische Unternehmen erreicht laut TW zudem mit plus 120 Prozent auch den höchsten Zuwachs im Vergleich zu 2019.

Ansonsten haben die meisten Online-Spezialisten in 2022 zwar Umsatz verloren, liegen aber deutlich über ihren Werten von 2019. Die höchsten Zuwachsraten seit 2019 verzeichneten Hess Natur (+ 66,2 Prozent), Zalando (+ 60,8 Prozent), Asos (+ 56,6 Prozent) und Amazon (+ 50,0 Prozent). Noch besser lief es in dieser Zeit aber den expansiven Filialisten Woolworth (+ 88,6 Prozent), LPP/Reserved (+ 81,0 Prozent) und LFYD (+ 76,5 Prozent).

Im Durchschnitt erzielten die hundert umsatzstärksten Unternehmen der TW-Rangliste gegenüber 2021 ein Umsatzplus in Höhe von 10,4 Prozent auf insgesamt 44,5 Mrd. Euro. Gegenüber 2019 bedeutet das einen Zuwachs von 5,9 Prozent.



Frohe Weihnachten!

Der BTE wünscht allen Lesern ein frohes Weihnachtsfest und einen guten Start in das Jahr 2024! Einige Ansprechpartner beim BTE sind zwischen den Feiertagen erreichbar. Konzentrierte Informationen zu ausgewählten textilfachlichen Themen enthält zudem die Internet-Homepage des BTE www.bte.de.

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