



9/2023

TW-Testclub: Februar und März-Auftakt im Plus

Der März-Auftakt verlief für den deutschen Modehandel mehrheitlich positiv. So errechnete die TextilWirtschaft in ihrem Testclub für die 9. Kalenderwoche einen durchschnittlichen Umsatzzuwachs in Höhe von 20 Prozent, allerdings lag die Vorlage mit minus 13 Prozent aus 2022 weiterhin sehr niedrig. Fast 80 Prozent der Testclub-Teilnehmer landeten im Plus, 60 Prozent sogar zweistellig. Überdurchschnittlich waren die Zuwächse vor allem im mittleren Genre sowie in Einkaufszentren.

Vergleichbar ist die Situation auch für den Monat Februar. Hier kommt der TW-Testclub auf ein Plus von 22 Prozent, basierend auf einer niedrigen Vorlage von minus 12 Prozent. Neun von zehn Händlern landeten im Plus, knapp drei Viertel im zweistelligen Bereich. Am besten lief es dabei im mittleren Genre.

Modebranche diskutiert über Insolvenz von P&C

Die Insolvenz von P&C West – die wie P&C Nord kein Mitglied in der Einzelhandelsorganisation ist – wird in der Modebranche heiß diskutiert. Mittlerweile sind sich viele einig, dass dies ein sorgfältig vorbereiteter Schritt war, um das Unternehmen finanziell zu entlasten. Tenor: Wenn die Voraussetzungen für eine Planinsolvenz gegeben sind, sollte man diese Chance auch nutzen. Mögliche Imageverluste sind dabei eher zweitrangig und haben auch anderen Unternehmen aus der Outfitbranche wie Appelrath Cüpper, AWG, Görtz, Salamander, Sinn oder Wöhrl anscheinend wenig geschadet.

Bei P&C muss man zudem bedenken, dass der Düsseldorfer Filialist sicher einer der großen Verlierer der Coronapandemie war. Denn zum einen verzeichneten vor allem die Modehäuser in den Metropolen (mit ihren hohen Mieten) überdurchschnittliche Frequenz- und vor allem Umsatzeinbußen, die z.B. durch Homeoffice vielfach noch nicht aufgeholt wurden, zum anderen erhielten die Großunternehmen vergleichsweise geringe staatliche Unterstützung. Während viele Mittelständler dank der Überbrückungshilfe glimpflich durch die Pandemie kamen, erhielten die großen Filialisten wegen anfänglicher Deckelungen der Hilfen nur Kredite. Erst viel später konnten auch Überbrückungshilfen bis zu 10 Mio. Euro beantragt werden, was bei Milliardenumsätzen aber zum Teil nicht einmal die angefallenen Mietkosten kompensiert haben dürfte. Dass man bei dieser Ungleichbehandlung die Chancen der Insolvenz nutzt, ist sicher ein Stück weit nachvollziehbar.

Sorge macht sich die Branche vor allem um die Attraktivität der Standorte, die ja schon durch die Galeria-Insolvenz stark in der Diskussion ist. Hier ist hervorzuheben, dass P&C alle Häuser weiterführen will. Und auch auf Seiten der Lieferanten scheint die Situation nach Recherchen des BTE aktuell nicht dramatisch zu sein. Diese sollen laut Aussage von P&C zu 100 Prozent entschädigt werden, zudem sind die Mehrzahl wohl über Kreditversicherungen abgesichert.

BTE-Präsidium diskutiert über aktuelle Problemstellungen

Anfang März kam das BTE-Präsidium unter der Leitung von Steffen Jost zu einer Web-Sitzung zusammen. Dabei wurde konstatiert, dass sich die Frequenzen und auch die Umsätze in den drei Wintermonaten (Dezember 2022 bis Februar 2023) zwar vielfach positiv entwickelt haben, allerdings bei den meisten Unternehmen immer noch unter dem Vor-Corona-Niveau liegen.

Vor allem mittelständische Modehäuser mit starkem Kundenmanagement und oft höhergenrigen Sortimenten scheinen dabei oft überdurchschnittlich abgeschnitten zu haben. Im Schuhbereich ist die Situation etwas schlechter als bei Bekleidung, was vor allem an den Insolvenzen bzw. Räumungsverkäufen von Görtz, Klauser, Salamander & Co. liegen dürfte. Insgesamt ist festzustellen, dass die Spannweite zwischen erfolgreichen und schwächelnden Unternehmen zugenommen hat, so dass Durchschnittswerte an Aussagekraft verlieren.

Nach wie vor bereitet Sorge, dass in der Regel selbst bei nominalen Umsatzzuwächsen die hohe Inflationsrate von fast 10 Prozent nicht kompensiert werden kann bzw. konnte. Die meist gestiegenen Energie-, Personal- und ggf. Mietkosten haben dazu geführt, dass ein Gutteil der Unternehmen in 2022 operativ in den roten Zahlen gelandet ist. Es ist daher zu befürchten, dass es in 2023 zu weiteren Insolvenzen bzw. Geschäftsschließungen kommen wird, was gerade kränkelnde Standorte weiter auszehrt. Die Planung für Herbst/Winter 2023 und darüber hinaus wird als sehr herausfordernd bewertet.

Durchweg berichtet wird über höhere Durchschnittsbons - zum Teil bis zu + 20 Prozent - bei deutlich weniger verkauften Teilen. Das könnte dazu führen, dass preissensible Kundengruppen im klassischen Fachhandel nicht mehr erreicht werden und so die Frequenzen merklich sinken. Einige Unternehmen denken daher über neue Marken im Preiseinstieg nach.

Vor allem bei niedrigen Beträgen (z.B. Kleinteile wie Socken) scheinen Preiserhöhungen leichter durchsetzbar zu sein als bei Großteilen bzw. hohen Bons. Beobachtet wird zudem, dass - gerade bei den vertikal organisierten Unternehmen - vermehrt von den klassischen Eckpreislagen abgewichen wird und vom Kunden anscheinend auch problemlos ungewohnte Preise wie 10,99 Euro (statt 9,99 Euro) oder 64,90 Euro (statt 59,90 Euro) akzeptiert werden. Anscheinend sind solche moderaten und aus Kostengründen absolut notwendigen Preissteigerungen für den Kunden angesichts der breit geführten Inflationsdiskussion nachvollziehbarer und glaubwürdiger als die (bislang) branchenübliche Mischkalkulation mit einzelnen Preissprüngen.

Auf der Kostenseite werden für 2023 hohe Lohnabschlüsse befürchtet, was die Personalkosten stark belastet. Einige Unternehmen planen daher, sich von schwachen Mitarbeitern zu trennen. Deren Arbeit soll von den leistungsfähigen Mitarbeitern übernommen werden, die als Ausgleich eine höhere Bezahlung erhalten. Organisatorisch hatten viele Unternehmen bereits in 2021/22 gegengesteuert, indem die Öffnungszeit auf 10 bis 19 Uhr verkürzt und somit ein Ein-Schicht-Betrieb möglich wurde. Dies wird in der Regel auch von den Mitarbeitern sehr begrüßt.

BTE-Pressemitteilung anlässlich der SHOES Düsseldorf

Am 6. März berichtete BTE-Hauptgeschäftsführer Rolf Pangels im Rahmen der Messe SHOES in Düsseldorf über die Situation im Schuhhandel. Die dazu veröffentlichte Pressemeldung:

Nach Berechnungen des BTE wuchs das Marktvolumen mit Schuhen in Deutschland im vergangenen Jahr im Vergleich zu 2021 um nahezu 10 Prozent auf insgesamt etwa 11,5 Mrd. €. Während dabei der stationäre Schuhfachhandel seinen Umsatz um rund 26 Prozent (1,4 Mrd. €) steigern konnte, verlor der Online-Schuhhandel rund 19 Prozent (500 Mio. €) seiner während der Coronaphase stark zugewonnenen Umsätze. Maßgebliche Gründe hierfür sieht der BTE in der Öffnung der Geschäfte während des gesamten Jahres im Vergleich zu 2021, als die stationären Schuhgeschäfte bis zu fünf Monate geschlossen bleiben mussten. Weder die von Januar bis März 2022 bestehenden 2/3 G Kontrollen noch die bis April/Mai teilweise geltende Maskenpflicht in den Geschäften konnten den Verbraucherinnen und Verbrauchern die Lust am Shoppen in den Schuhgeschäften nehmen.

In den ersten fünf Monaten des letzten Jahres gab es, trotz des Ende Februar begonnen Ukraine Krieges, deutliche nominale Umsatzsteigerungen zu den entsprechenden Monaten des Vorjahres. Mit den in den folgenden Monaten einsetzenden deutlichen Steigerungen der Energiepreise und einer heißen Sommerphase verlor die Umsatzentwicklung deutlich an Dynamik. Im September gab es einen Umsatzschub, der zum einen auf die Wetterentwicklung sowie zum anderen auf die Auszahlung der Energiepreispauschale zurückgeführt werden kann. Zum Jahresende beflügelte die Kältephase von Mitte November bis kurz vor Weihnachten insbesondere den Verkauf von Winterschuhen, Stiefeln/Boots sowie auch Trekking- und Outdoorschuhen die Umsätze nochmals deutlich. Ebenso wurden vor allem in der zweiten Jahreshälfte aufgrund vielfach wieder durchgeführter Veranstaltungen verstärkt anlassbezogen Schuhe gekauft.

Relativiert werden die Umsatzergebnisse allerdings durch deutliche Kostensteigerungen, die dem Schuhhandel durch höhere Energiepreise, höheren Mieten und auch gestiegenen Gehältern entstanden sind. Dadurch wurden die Erträge/Gewinne der Schuhhändler deutlich geschmälert.

Auch im Vergleich zum Vor-Coronajahr 2019 relativieren sich die guten Umsatzzahlen der Branche: Der Schuhhandelsumsatz lag immer noch um rund 2,5 Prozent hinter den Zahlen aus 2019 zurück.

Bezahlverhalten: Direktbanken oft ohne girocard

In den letzten Jahren hat sich - nicht zuletzt durch die Corona-Pandemie - das Bezahlverhalten der Kunden im stationären Handel massiv verändert. In diesem Zusammenhang beobachtet der Handel aktuell mit Sorge, dass insbesondere die Direktbanken die girocard nicht mehr als zentrale Kontoverbindungskarte favorisieren, sondern vielmehr auf Debitprodukte von Visa und MasterCard setzen. Die girocard ist dort nur noch mit einem Aufpreis oder bei einzelnen Neobanken bereits gar nicht mehr erhältlich.

Als Folge drohen dem Handel künftig höhere Payment-Kosten und zum Teil auch Kaufabbrüche von Kunden, die an der Kasse von der weggefallenen Bezahlmöglichkeit per girocard überrascht werden. Und das, obwohl erste Zahlen des EHI Retail Instituts für 2022 zeigen, dass girocard im letzten Jahr deutlich zugelegt hat und nach wie vor die beliebteste unbare Bezahlmethode im deutschen Handel ist.

Damit BTE und HDE in diesem Prozess die Interessen des (Textil)Einzelhandels vertreten können, wird eine solide Datenbasis benötigt! BTE und HDE bitten daher alle Unternehmen des Einzelhandels, sich an der Umfrage des EHI zu beteiligen. Der Erhebungsbogen steht unter <https://einzelhandel.de/zvstudie> zum Download oder zur Online-Bearbeitung bereit und sollte bis spätestens 31. März ausgefüllt werden. Die Angaben werden streng vertraulich behandelt.

Die Teilnehmer erhalten als Gegenleistung die fertige Studie bis spätestens Ende Juni. Die Erstpräsentation erfolgt am 10. Mai 2023 im Rahmen des EHI Paymentkongresses www.ehi-paymentkongress.de in Bonn, zu dem Umfrage-Teilnehmer einen Nachlass von 50 Prozent auf die reguläre Teilnahmegebühr erhalten.

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