



BTE

Handelsverband

Textil Schuhe Lederwaren

information | **Newsletter**

37/2023

TW-Testclub: Hitze bremst Nachfrage

In der ersten vollen September-Woche litt ein Großteil des Modehandels unter der Rückkehr der Hitze. So wies der Testclub der Textilwirtschaft in der 36. Kalenderwoche im Durchschnitt ein Umsatzminus in Höhe von sechs Prozent aus, die Vorlage aus 2022 lag bei einem Plus von einem Prozent.

Sieben von zehn Teilnehmer landete im Minus, das bei fast der Hälfte sogar zweistellig ausfiel. Mit minus 20 Prozent besonders groß waren die Einbußen im Konsumgenre, während das hohe Genre sogar auf ein Plus von zehn Prozent kam.

BTE-Präsidium: Knappe Margen und drohende ÜBH-Rückzahlungen gefährden viele Händler

Mitte September diskutierte das BTE-Präsidium die aktuelle Situation der Branche in einem Web-Meeting. Dabei wurde konstatiert, dass der Umsatz im Modehandel per Ende August zwar im Durchschnitt rund zehn Prozent über 2022 liegt, die meisten Unternehmen das Niveau von 2019 aber immer noch knapp verfehlen. Da gleichzeitig die Kosten weiter steigen, geraten die Erträge massiv unter Druck. Viele Unternehmen dürften daher aktuell in den roten Zahlen liegen, so dass das BTE-Präsidium eine steigende Zahl von Geschäftsschließungen befürchtet.

Als großen Problempunkt sieht das BTE-Präsidium in diesem Zusammenhang die Marge, die vor allem für qualitäts- und beratungsorientierte Formate nicht mehr zur Kostendeckung ausreicht. Besonders betroffen ist hiervon der Outdoor-, Schuh- und Haustextilhandel, wo die Kalkulationen oftmals unter denen der Bekleidung liegen.

Darüber hinaus bereiten drohende Rückzahlungen der Überbrückungshilfen (ÜBH) III vielen Händlern große Sorgen. Denn viele Schlussabrechnungen erhalten kritische Punkte bzw. Ansätze, die bei der Prüfung abgelehnt werden könnten. Zu nennen sind z.B. familiäre Transaktionen (Vermietung), die unter die Definition „verbundenes Unternehmen“ fallen können, die Herausrechnung von Online-Umsätzen (als separates Geschäft) und vor allem der Ansatz der Warenwert-Abschreibungen, der in den FAQ zum Teil widersprüchlich formuliert war. In diesem Zusammenhang wurde berichtet, dass die FAQ in den einzelnen Bundesländern bei der Prüfung der Schlussabrechnungen anscheinend unterschiedlich ausgelegt werden und ggf. dagegen geklagt werden kann – zum Teil auch mit Hinweis auf einen Vertrauensschutz bezüglich der FAQ.

Generell kritisierte das BTE-Präsidium, dass das Konstrukt der ÜBH III unzureichend für die besondere Situation der Outfitbranche war bzw. ist und diskutierte Ideen für Nachbesserungen bzw. verminderte Rückzahlungen. Der BTE wird hier in Abstimmung mit dem HDE versuchen, verträgliche Lösungen für die Unternehmen der Textil-, Schuh- und Lederwarenbranche zu finden.

Einigen Unternehmen bereiten zudem die KfW-Kredite, die zu Beginn der Corona-Pandemie aufgenommen wurden, erhebliche Sorgen. Die angelaufenen und oft hohen Rückzahlungen treffen derzeit vielfach auf eine schwache Liquidität und zwingen manchen Händler zur Aufnahme teurer Kredite. Der BTE wird hierzu das Gespräch mit der KfW suchen, um die Möglichkeit von Laufzeitverlängerungen oder eine Verschiebung des Rückzahlungsstarts auszuloten.

Mode-, Schuh- und Lederwarenhandel 2021 angeblich mit hohem Gewinn

Vor kurzem hat das Statistische Bundesamt die Bereichsübergreifende Unternehmensstatistik (vormals: Jahresstatistik im Handel) für 2021 veröffentlicht. Danach hat der „stationäre Einzelhandel mit vorwiegend Bekleidung“ im zweiten Corona-Jahr, in dem der Non-Food-Handel bis zu fünf Monate

geschlossen war und zum Teil noch weitere Verkaufseinschränkungen verkräften musste, einen „Bruttobetriebsüberschuss“ in Höhe von 7,7 Prozent vom Umsatz erzielt. Dieser liegt noch über dem Wert des Jahres 2019, für den ein Überschuss in Höhe von 7,6 Prozent errechnet wurde.

Die Jahresstatistik beruht auf einer gewichteten 8-Prozent-Stichprobe, so dass die Werte von Großunternehmen ihrem Marktanteil entsprechend in die Berechnung einfließen. Die Erhebung liefert damit die repräsentativsten öffentlich zugänglichen Zahlen für den gesamten stationären Einzelhandel.

Bei der Interpretation ist allerdings zu berücksichtigen, dass keinerlei kalkulatorische Kosten, also z.B. der Unternehmerlohn von Einzelkaufleuten oder die Nutzung einer Geschäftsimmobilie im Eigentum, in die Berechnung einfließen. Weil nach BTE-Schätzungen rund zwei Drittel aller Modehandelsunternehmen die Rechtsform eines Einzelunternehmens bzw. Einzelkaufmanns haben, reicht(e) damit selbst der Bruttobetriebsgewinn in 2021 für viele selbständige Händler zum Überleben nicht aus! Überbrückungshilfen dürften dagegen beim Umsatz bzw. Überschuss berücksichtigt worden sein.

Größter Kostenblock im Bekleidungshandel waren - neben dem nicht ausgewiesenen „Warenbezug“ – die Personalaufwendungen mit einem Anteil von 16,7 Prozent. Es folgen „Miete/Pacht“ mit 9,6 Prozent sowie „Sozialversicherungskosten“ in Höhe von 3,8 Prozent.

Im erstmalig in einer Position zusammengefassten Schuh- und Lederwarenhandel soll laut der amtlichen Unternehmensstatistik in 2021 sogar einen Bruttobetriebsüberschuss in Höhe von 14,0 Prozent vom Umsatz erzielt haben. Dieser - nach BTE-Schätzungen für den mittelständischen Handel nicht repräsentative - Wert dürfte nach Ansicht des BTE auf die auch in der Pandemie boomenden Luxusmarken-Unternehmen zurückzuführen sein.

Größter Kostenblock im Schuh- und Lederwarenhandel waren die Personalaufwendungen mit einem Anteil von 15,5 Prozent. Es folgen „Miete/Pacht“ mit 8,6 Prozent sowie „Sozialversicherungskosten“ in Höhe von 4,0 Prozent.

Hachmeister + partner warnt vor überalterter Kundenklientel

Michael Hauf, Senior Partner beim BTE-KompetenzPartner hachmeister + partner, hat eine Studie zu den Entwicklungen im Fashionhandel 2023 und den künftigen Herausforderungen erstellt. Ein Kernpunkt ist die Warnung, sich vor allem als Platzhirsch nicht allein auf die älter werdenden Stammkunden zu konzentrieren. Ein Auszug aus einem Interview zur Studie:

In den letzten Jahren haben sich die größeren Fachgeschäfte (Platzhirsche & Leuchtturmhäuser) als recht krisenstabil erwiesen, besser als mancher Filialist. Dieses im Kern stationär getriebene Format war immer flexibel, sehr kunden- und service-orientiert und hat auch die Chancen genutzt, hochwertiger zu verkaufen. Die Kunden, die das am besten goutieren, sind die älteren Zielgruppen. Diese werden schnell zu Stammkunden der Händler. Von diesen älteren Käufern haben viele Händler profitiert und mit ihnen viele traditionelle Marken. Leider ist es dann vielen Modehändlern nicht gelungen, sich parallel so weit zu verjüngen bzw. zu modernisieren, wodurch sich das durchschnittliche Alter ihrer Käufer immer weiter erhöht hat. Wir erkennen hier eine Tendenz zur Überalterung der Stammkundschaft.

Ältere Kunden haben ein größeres Einkommen oder Vermögen. Die Ausgaben erhöhen sich mit jedem Lebensjahr. Ab 70 Jahren sinken die Ausgaben jedoch wieder, ab 75 sogar massiv! Wenn unsere Stammkunden immer älter werden, fallen wir „automatisch“ in eine Demografie-Falle! Selbst wenn wir die jüngeren Zielgruppen gewinnen können, kaufen sie nicht so hoch anteilig stationär. Bis zu 40% kaufen ausschließlich online. Dadurch wird der Kuchen durch die strukturelle Alterung unserer Stammkunden immer kleiner. Wir müssen mehr neue Kunden gewinnen als wir altersbedingt verlieren.

Hinweis: Das komplette Interview mit Michael Hauf ist nachzulesen unter <https://www.hachmeister-partner.de/magazin/studienergebnisse-entwicklungen-im-fashionhandel-2023-und-herausforderungen-fur-die-nachsten-jahre>.

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