

47/2022

TW-Testclub: Kälte pusht Umsätze

Die erste echte Kältewelle in diesem Herbst bescherte dem deutschen Modehandel in der dritten Novemberwoche steigende Umsätze. So errechnete der Testclub der Textilwirtschaft für die 46. Kalenderwoche ein durchschnittliches Umsatzplus in Höhe von 18 Prozent, das sogar auf einer hohen Vorlage von 22 Prozent basiert. Hier ist allerdings zu berücksichtigen, dass wiederum die Vorlage aus dem Vorvorjahr 2020 aufgrund des „Lockdown light“ mit minus 27 Prozent sehr schwach war.

In diesem Jahr landeten fast acht von zehn Teilnehmern im Plus, über 60 Prozent sogar zweistellig. Überdurchschnittlich hoch waren die Zuwächse im unteren und mittleren Genre, aber auch im hohen Genre wurde ein mittleres einstelliges Plus erzielt.

Modehaus Klingemann: Lohnenswerte Investition in neue LED-Lichttechnik

Investitionen in neueste LED-Lichttechnik lohnen sich auch, wenn man bereits (ältere) LED-Beleuchtung im Haus hat. So die Aussage von Jens Klingemann, geschäftsführender Gesellschafter des Mode- und Sporthauses Klingemann in Höxter, anlässlich des EHI-Klima- und Energiekongress am 22./23. November in Köln.

Hintergrund: In den letzten Jahren hat es merkliche Effizienz- und Qualitätssprünge bei LED gegeben. Während die in 2014 verbaute LED-Generation noch eine Systemleistung von 42 Watt (inkl. Vorschaltgerät) aufwies, so verbraucht die im kommenden Januar installierte neue Generation nur noch 23 Watt – bei zudem besserem Licht. Da es zudem noch eine 20-prozentige Förderung gibt, amortisiert sich die Investition innerhalb von 4,5 Jahren.

Überdies hat sich Klingemann zum Ziel gesetzt, komplett klimaneutral zu werden. Durch die Erweiterung der bereits bestehenden Photovoltaikanlage und vieler kleiner Einzelmaßnahmen soll das Haus künftig in den hellen Monaten von März bis Oktober energieautark werden. Für sein besonderes Engagement erhielt Klingemann daher eine erstmalig vergebene Auszeichnung der „Klimaschutzoffensive des Handelsverbands Deutschland“.

Self-Checkout auch im Modehandel

Im Lebensmittelhandel, in Möbelhäusern und in Baumärkten sind Self-Checkout-Kassen schon seit Jahren eingeführt und vom Kunden akzeptiert. Aber langsam ziehen auch erste Unternehmen aus dem Textil- und Sportbereich nach. Vorreiter war hier der französische Sportdiscounter Decathlon, der mittlerweile in allen Filialen entsprechende Kassen im Einsatz hat. Die Voraussetzungen hierfür waren ideal, weil Decathlon einen hohen Anteil von Eigenmarken führt, die größtenteils schon bei der Produktion mit RFID-Labels versehen werden.

Mittlerweile haben auch einige große vertikale Modeketten nachgezogen. Nach Aussage von Experten hat der japanische Filialist Uniqlo ebenfalls Self-Checkout-Kassen in seinen Läden installiert. C&A, H&M und Zara sind zumindest in der Testphase für diese Technik.

Die Vorteile liegen vor allem für frequenzstarke Unternehmen auf der Hand: Das Kassenpersonal wird entlastet und kann ggf. für andere Tätigkeiten eingesetzt werden. Dies ist in Zeiten zunehmenden Mitarbeitermangels perspektivisch und finanziell hochinteressant. In Frage kommt dies z.B. für

Konzepte mit geringem Beratungsbedarf und Kunden ohne Technik-Vorbehalte, wie z.B. Young Fashion-Flächen.

Hinweis: Informationen rund um Self-Checkout liefert die bereits 2014 gestartete Self-Checkout-Initiative Projekt des EHI Retail Institut unter <https://www.self-checkout-initiative.de/>.

Verstärkte Kontrollen auf korrekte Textilkennzeichnung - BTE-Webinar am 8. Dezember hilft

Nach Beobachtung des BTE kam es zuletzt im Mode- und Textileinzelhandel verstärkt zu Kontrollen der Aufsichtsbehörden und nachfolgend zu Beanstandungen und Bußgeldandrohungen, weil die Ware nicht korrekt gemäß EU-Textilkennzeichnungsverordnung ausgezeichnet war – z.B. nur in englischer Sprache. Grundsätzlich verantwortlich dafür sind zwar die Hersteller, bei Eigenmarken und Einkäufen/Importen in/aus ausländischen Modezentren sind aber die Händler unmittelbar in der Pflicht.

Hinzu kommt: Erster Ansprechpartner und Adressat von Abmahnungen und ggf. Bußgeldern ist der Händler. Zwar kann dieser u.U. Regress beim Lieferanten nehmen, das ist aber lästig und die Ansprüche sind womöglich auch nicht leicht durchzusetzen.

Besonders auffällig sind falsche Textilkennzeichnungen im Webshop. Da in den letzten Jahren immer mehr Modehändler einer Online-Shop eröffnet haben, hat die Zahl der entsprechenden Abmahnungen zuletzt deutlich zugenommen. Hier ist zudem allein der Shop-Betreiber in der Pflicht, korrekte Angaben auf seiner Website zu machen.

Das bedeutet: Jeder (Online)Händler sollte über die wesentlichen gesetzlichen Vorgaben der Kennzeichnung von Textilerzeugnissen Bescheid wissen und ggf. die korrekte Textilkennzeichnung von seinen Lieferanten einfordern!

Um den Textilhandel und auch seine Lieferanten über die wichtigsten Anforderungen des Textilkennzeichnungsgesetzes zu informieren, veranstaltet der BTE am 8. Dezember 2022 von 10 bis 14 Uhr das Webinar „Textilkennzeichnung von A bis Z“. Es soll die Teilnehmer in die Lage versetzen, typische Fehler bei der Kennzeichnung zu erkennen und somit Abmahnungen und Bußgelder zu verhindern.



Zudem werden weitere wichtige Kennzeichnungspflichten behandelt, wie z.B. die Herstellerkennzeichnung nach dem Produktsicherheitsgesetz. Hier besteht in der Praxis oft Uneinigkeit, welche Adresse (Lieferant, Händler oder sogar beide?) tatsächlich auf dem Produkt stehen muss. In diesem Zusammenhang wird das aktuelle Urteil des EUGH vom 7. Juli 2022 zur Produkthaftung des „Quasiherstellers“ besprochen. Überdies geht das Seminar auch auf die Fragen der Ursprungskennzeichnung (made in) und der Kennzeichnung Schuhen ein. Referent ist Rechtsanwalt Thomas Lange, Hauptgeschäftsführer von GermanFashion, Köln.

Hinweis: Die Teilnehmergebühr beträgt für Mitglieder im Einzelhandelsverband 99 EUR, sonst 149 EUR, jeweils zzgl. MwSt. Weitere Informationen und Anmeldung beim BTE unter www.bte.de (Rubrik: Veranstaltungen).

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