

11/2020

TW-Testclub: Schwacher Start in den März

Die erste März-Woche dürfte bereits unter den Auswirkungen des Coronavirus gelitten haben. So errechnete der TW-Testclub für die 10. Kalenderwoche einen Umsatzrückgang von im Durchschnitt vier Prozent, obwohl die Woche in vielen Regionen aufgrund des Karnevals einen Verkaufstag mehr hatte. Überdies war die Vorlage mit minus sechs Prozent negativ. Als Folge landeten sechs von zehn Umfrageteilnehmer im Minus. Immerhin drei von zehn erzielten aber ein zweistelliges Plus.

Viele Fragen rund um das Coronavirus

Die Auswirkungen des Coronavirus/Covid 19 führen im Textil-, Schuh- und Lederwarenhandel zu immer neuen Fragestellungen. Ein größerer Themenkomplex dreht sich dabei um die Warenlieferungen bzw. die rechtliche Situation gegenüber den Lieferanten. Viele Händler fragen sich z.B. ob verspätet gelieferte Ware angenommen werden muss oder ob man Aufträge stornieren kann.

Grundsätzlich gilt hier: Entscheidend ist, was im Kaufvertrag vereinbart wurde bzw. in den akzeptierten AGB des Lieferanten geregelt ist. In den üblichen Vertragsbedingungen der Textil- und Schuhbranche sind z.B. Nachlieferfristen geregelt. Speziell bei ausländischen Lieferanten gibt es aber oft abweichende Regelungen, die nicht selten nachteilig für den Händler formuliert sind.

Wichtig in diesem Zusammenhang ist zudem die Frage, ob es sich bei der „Corona-Krise“ um höhere Gewalt handelt. Hier sind sich die Juristen mittlerweile weitgehend einig, dass dies der Fall ist. Damit sind z.B. Schadensersatzansprüche wegen Nicht-Lieferungen kaum möglich.

BTE, BDSE und BLE rechnen aktuell damit, dass sich die Situation weiter verschärfen wird. So kam es in der 11. Kalenderwoche bereits zu ersten Zwangsschließungen eines Modehauses durch das örtliche Gesundheitsamt wegen eines Corona-Falles. Die anfallenden Kosten bzw. Umsatzausfälle werden von staatlicher Seite aktuell nicht übernommen. BTE, BDSE und BLE empfehlen daher, sich ggf. mit dem Thema „Kurzarbeitergeld“ auseinanderzusetzen, dessen Beantragung vereinfacht werden soll. Zudem arbeiten die Verbände aktuell an einem Informationsblatt für den Handel mit Fragen und Antworten rund um Corona.

Hinweis: BTE, BDSE und BLE haben von der Politik bereits am 9. März unbürokratische Hilfen speziell für den Textil-, Schuh- und Lederwarenhandel gefordert. Schließlich lassen sich entgangene Umsätze in den Mode-orientierten Branchen später nicht mehr aufholen, so dass eine Insolvenzwellen droht. Die zugehörige Pressemitteilung ist auf den Websites von BTE (www.bte.de), BDSE (www.bdse.org) und BLE (www.lederwareneinzelhandel.de) einsehbar.

4,5 Prozent der Haushaltsausgaben für Bekleidung und Schuhe

Im Schnitt geben die Haushalte in Deutschland 122 Euro im Monat für Bekleidung und Schuhe aus. Das ist ein Ergebnis der aktuellen Einkommens- und Verbrauchsstichprobe (EVS) des Statistischen Bundesamtes. Die Daten beruhen auf den Haushaltsbucheinträgen von knapp 60.000 Haushalten hierzulande. Sie erfassen detailliert, wie viel sie wofür ausgegeben haben. Diese Erhebung findet alle fünf Jahre statt.

Demnach wenden die Haushalte mit 908 Euro den größten Anteil ihres Budgets fürs Wohnen auf. Mit 379 Euro im Monat ist Verkehr der zweithöchste Ausgabenposten, an dritter Stelle stehen die Ausgaben für Nahrungsmittel, Getränke und Tabakwaren mit 360 Euro.

Für Bekleidung und Schuhe wenden die Haushalte gerade einmal 122 Euro bzw. 4,5 Prozent ihrer gesamten Konsumausgaben auf. Über die Jahre ist dieser Anteil stabil geblieben. Dabei entfällt der Großteil mit 53 Euro auf Damenbekleidung, für HAKA sind es knapp 29 Euro und für KOB 10 Euro. Bei Schuhen entfällt das Gros der Ausgaben von rund 25 Euro pro Haushalt pro Monat auf Damenschuhe (13 Euro).

Dabei geben Haushalte umso mehr für Bekleidung und Schuhe aus, je größer sie sind. Bei Alleinlebenden beträgt das monatliche Mode-Budget 67 Euro, bei einer fünfköpfigen Familie liegt es bei 242 Euro.

Schuhhandel 2019 mit Umsatzwachstum

Der Schuheinzelhandel hat nach vorläufigen Berechnungen des BDSE in 2019 ein Umsatzwachstum von durchschnittlich drei Prozent über alle Vertriebswege und Betriebsformen hinweg erzielen können. Das Marktvolumen erreichte in 2019 insgesamt etwa 11,8 Mrd. Euro. So die Aussage von BDSE-Präsidentin Brigitte Wischnewski zur Messe „Gallery Shoes“ am 9. März in Düsseldorf.

Die einzelnen Vertriebswege performten allerdings unterschiedlich. Der stationäre Schuheinzelhandel vermochte im Jahr 2019 seinen Umsatz um 2,5 Prozent zu steigern. Nach BDSE-Erhebungen schlossen 53 Prozent der Schuhgeschäfte das vergangene Jahr mit einem Umsatzplus ab. 20 Prozent erreichten ein Pari, und nur 27 Prozent mussten Umsatzeinbußen hinnehmen.

Das Umsatzwachstum konnte erreicht werden, obwohl die Besucherfrequenz im vergangenen Jahr schwächelte. So meldeten 60 Prozent der Schuhgeschäfte rückläufige Kundenfrequenzen für 2019, wohingegen nur 13 Prozent höhere Besucherzahlen als im Vorjahr registrierten.

Die Kundenbons dagegen sind in den meisten Schuhhäusern gestiegen. 43 Prozent melden einen leichten, 3 Prozent sogar einen starken Anstieg ihrer Durchschnittsbons. Dies dürfte das Resultat von Trading-up-Bemühungen und Ausdruck einer intensiven Kundenberatung sein.

Auch der Online-Handel mit Schuhen konnte seine Umsätze wieder steigern. Das Wachstum des Versand- und Internethandels dürfte im vergangenen Jahr ein Umsatzplus bei rund fünf Prozent gelegen haben. Damit gelang es dem Online-Vertrieb mit Schuhen auch im Jahr 2019 wieder, seine Marktposition auszubauen. Der Marktanteil des Onlinehandels erreicht damit nach BDSE-Schätzungen gut 22 Prozent: Mehr als jedes fünfte Paar Schuhe wird demnach mittlerweile im Internet gekauft.

Dabei ist zu berücksichtigen, dass dieser Onlineanteil von 22 Prozent auch die Online-Umsätze der stationären Schuhgeschäfte enthält. Immerhin die Hälfte der Schuhfachhändler verkauft entweder über einen eigenen Web-Shop oder über Online-Marktplätze. Branchenerhebungen deuten darauf hin, dass diese Multichannel-Anbieter gegenwärtig eine positivere Umsatzentwicklung verzeichnen als rein stationäre Schuhhändler. Die Mehrkanal-Anbieter profitieren von den aktuellen Wachstumsraten im Online-Shopping der Kunden und können eventuelle Umsatzdellen in ihren Ladengeschäften über zusätzliche Internet-Verkäufe ausgleichen.

Hinweis: Die komplette BDSE-Pressemeldung ist unter www.bdse.org einsehbar.

Impressum:

Gemeinsamer Newsletter der Bundesfachverbände BTE, BDSE und BLE 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