



6/2024

TW-Testclub: Heterogene Umsatzentwicklung

Der Monatswechsel verlief für den Modehandel sehr unterschiedlich. So ermittelte der Testclub der TextilWirtschaft für die 5. Kalenderwoche im Durchschnitt zwar ein leichtes Umsatzminus von einem Prozent auf einer starken Vorlage von plus 18 Prozent, die Unterschiede bei den Teilnehmern waren aber erneut groß. 47 Prozent landeten im Plus, ein Viertel sogar zweistellig, umgekehrt erlitten knapp drei von zehn Teilnehmern zweistellige Einbußen. Verlierer war vor allem das mittlere Genre.

Für den Januar errechnete die TW ein Plus von einem Prozent auf einer Vorlage von plus 37 Prozent, die wiederum auf Nachholeffekten beruht. Ein Plus schafften allerdings nur 43 Prozent der Teilnehmer, ein Viertel landete sogar zweistellig im Minus. Die Gewinner kamen vor allem aus dem hohen Genre.

2023: Zu viele Textil-, Schuh- und Lederwarenhändler in den roten Zahlen

Auch das letzte Jahr verlief für viele Mode- und Outfithändler sehr durchwachsen. Nach einer aktuellen BTE-Unternehmerumfrage haben im letzten Jahr zwar vier von zehn Textil-, Schuh- und Lederwarenhändler ein positives operatives Geschäftsergebnis von mehr als ein Prozent vom Bruttoumsatz erzielt (unter Berücksichtigung kalkulatorischer Kosten), aber bei lediglich 16 Prozent der Umfrageteilnehmer lagen der Ertrag besser als plus fünf Prozent.

Problematisch: Zwei von zehn Unternehmen erreichten lediglich ein halbwegs ausgeglichenes Ergebnis zwischen +1 und -1 Prozent. Und weitere 40 Prozent der Umfrageteilnehmer landete tief in den roten Zahlen, 13 Prozent sogar mit einem operativen Verlust von 5 Prozent oder schlechter.

Nach zwei hochproblematischen Corona-Jahren 2020/21 mit zum Teil hohen betriebswirtschaftlichen Verlusten und einem ebenfalls schwierigen 2022 blickt die Branche damit auf mittlerweile vier sehr herausfordernde Jahre zurück. Die zunehmenden Insolvenzen und Geschäftsaufgaben der letzten Monate sind dadurch keine Überraschung.

Angesichts der wohl weiter steigenden Kosten und gleichzeitig unsicheren Umsatzentwicklung dürfte auch das laufende Jahr sicher nicht einfach werden. Tatsächlich sind die Umfrageteilnehmer bezüglich ihrer Umsatzerwartungen sehr verhalten. Vier von zehn Befragten rechnen mit einem Rückgang von mindestens einem Prozent, fast ein Drittel sieht sich etwa bei einem Pari. Lediglich 29 Prozent gehen von einem Umsatzplus von mehr als einem Prozent aus. Weitere Ergebnisse der BTE-Befragung:

- Die in der Mode- und Schuhbranche diskutierte Verlängerung und stärkere Gewichtung der Sommersaison wegen der zunehmend wärmeren Herbstmonate begrüßen 56 Prozent der Umfrageteilnehmer. 36 Prozent haben sich noch keine klare Meinung gebildet, sieben Prozent lehnen dies ab.
- Die Nachhaltigkeitsorientierung der Kunden nimmt bei 41 Prozent der Teilnehmer zwar tendenziell zu, bei der Hälfte der Unternehmen spielen ökologische Aspekte aber keine oder kaum eine Rolle. Knapp zwei Drittel der Händler wollen bei der aktuellen Orderrunde das Thema moderat forcieren, zwei von zehn lehnen dies ab.

Lederwarenhandel: Schwacher Dezember trübt die Jahresbilanz

Der stationäre Lederwarenhandel, der 2020 und 2021 stark unter den Folgen der Corona-Pandemie gelitten hatte, konnte seine im Jahr 2022 begonnene Aufholjagd im letzten Jahr kaum noch fortsetzen.

Nach Schätzungen des BTE lagen die Umsätze der Lederwarengeschäfte 2023 nur leicht über den Werten von 2022. Viele Händler haben damit zwar nominell wieder das Vor-Corona-Niveau erreicht und zum Teil sogar übertroffen, preisbereinigt liegen sie aber oft noch unter 2019.

Dabei hatte das vergangene Jahr gut begonnen. Zur Jahresmitte lag die Branche noch deutlich im Plus. Das zweite Halbjahr verlief dann deutlich schlechter, vor allem das in fast allen Handelsbranchen schwache Weihnachtsgeschäft ließ die aufgelaufenen Zuwächse schmelzen. Als Folge hat das Statistische Bundesamt für den „stationären Einzelhandel mit vorwiegend Lederwaren und Reisegepäck“ nur noch ein kleines Plus von 0,3 Prozent im Vergleich zu 2022 (vorläufige Zahlen) errechnet.

Im letzten Jahr besonders nachgefragt war der Bereich Reisegepäck, der von der wieder angestiegenen Reiselust profitierte. Weitgehend stabil verlief das Geschäft mit Schul- und Freizeitartikeln sowie Kleinlederwaren. Sorgen bereiten dagegen oft die Umsätze mit Handtaschen, wo viele Kundinnen zuletzt auf Käufe verzichteten. Eine Ausnahme bildet zum Teil der Luxusmarkt, der sich trotz Preissteigerungen oft einer stabilen Nachfrage erfreute.

Trotzdem dürfte der stationäre Lederwarenfachhandel im letzten Jahr wieder Marktanteile zurückerobert haben und ist damit nach BTE-Schätzungen wieder der wichtigste Vertriebsweg für Handtaschen, Koffer und Kleinlederwaren. Denn der Onlinehandel, der in 2020/2021 zumindest zeitweise über die Hälfte der Umsätze auf sich vereinigen konnte, dürfte 2023 nach BTE-Berechnungen rund zehn Prozent Umsatz verloren haben und ist damit wieder auf den zweiten Platz abgerutscht. Weitere wichtige Vertriebswege für Lederwaren sind Modegeschäfte, Warenhäuser sowie - im preisaggressiven Bereich - Verbrauchermärkte und Lebensmitteldiscounter.

Nach BLE-Schätzungen lag das Marktvolumen für Lederwaren im Jahr 2023 - je nach Abgrenzung - bei 2,5 bis 3 Milliarden Euro brutto. Diese Zahl umfasst alle Vertriebswege. Gemäß letzter Umsatzsteuerstatistik gab es 2021 noch 964 stationäre Lederwarenhandelsunternehmen mit einem Netto-Umsatz von knapp 1,1 Mrd. Euro. 2019 gab es noch 1.201 Unternehmen.

Best Practice Workshop „Nachhaltigkeit im Handel managen“ am 6. März bei L&T

Nachhaltigkeit ist und bleibt eines der wichtigsten Themen für den Textil- und Modehandel. Denn zum einen achten gerade jüngere und urbane Kunden beim Einkauf immer stärker auf ökologische und soziale Aspekte, vor allem aber fordert der Gesetzgeber und hier vor allem die EU im Rahmen ihres Green Deals vermehrte Anstrengungen auf diesem Gebiet.

Herausfordernd ist dies vor allem für größere mittelständische Handelsunternehmen. Denn diese sind einerseits zum Teil gesetzlich zu manchen Maßnahmen verpflichtet (z.B. CSRD), verfügen andererseits aber nicht über entsprechende Stabsabteilungen wie die meisten Konzerne.

Zur Unterstützung betroffener bzw. interessierter Unternehmen aus der Textil-, Fashion- und Schuhbranche veranstaltet der BTE-KompetenzPartner hachmeister + partner daher am 6. März 2024, von 14 bis 18 Uhr, den Best Practice Workshop „**Nachhaltigkeit im Handel managen**“. Ort ist das Osnabrücker Unternehmen L&T, das als Vorreiter im Multilabel-Handel auf diesem Gebiet gilt und bereits im Jahr 2021 seinen ersten Nachhaltigkeitsbericht veröffentlicht hat. André Gizinski (L&T) und Franziska von Becker (h+p) werden dabei alle Aspekte behandeln und diskutieren, die bei einer kompetenten Nachhaltigkeitsstrategie in der Praxis zu beachten sind – von ESG-Kriterien bis zum Arbeitsaufwand für die Umsetzung.

Der Workshop richtet sich an die Unternehmensleitung und Nachhaltigkeitsbeauftragte und ist auf maximal 12 Teilnehmer begrenzt. Die Teilnahmegebühr beträgt 1.490 Euro zzgl. MwSt. Anmeldeschluss ist der **19. Februar 2024**. Weitere Informationen unter www.hachmeister-partner.de/nachhaltigkeit-im-handel-managen.

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