



8/2024

TW-Testclub: Kleines Plus

Trotz Straßenkarneval in einigen Regionen verlief die zweite komplette Februar-Woche für viele Modehändler erfreulich. So ermittelte der Testclub der TextilWirtschaft für die 7. Kalenderwoche im Durchschnitt ein Umsatzplus in Höhe von zwei Prozent, das auf einer starken Vorlage von plus 26 Prozent basiert.

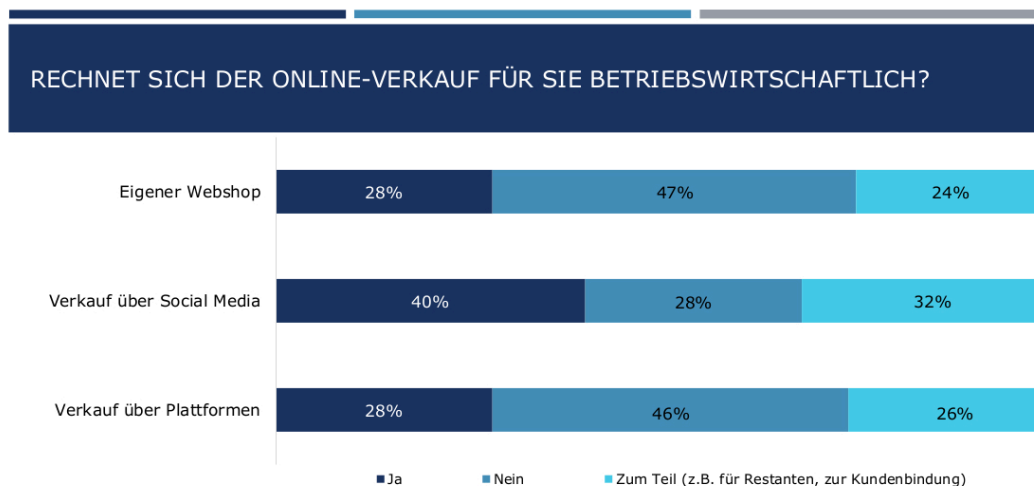
Die Unterschiede zwischen den Teilnehmern waren zur Monatsmitte groß. Jeweils rund ein Drittel landete zweistellig in Plus, einstellig im Plus oder Minus sowie zweistellig im Minus. Besonders gut lief es im hohen Genre sowie in Einkaufszentren.

BTE-Umfrage: Online-Verkäufe oft unwirtschaftlich

Nach Ende der Corona-Pandemie haben viele Textil- und Modehäuser ihre Online-Verkaufsaktivitäten sukzessive zurückgefahren. Gründe dafür sind fehlende Zeit- bzw. Personalkapazitäten, vor allem aber ist der Verkauf über das eigene stationäre Geschäft lukrativer. Die aktuelle BTE-Unternehmerumfrage aus dem Januar zeigt, dass der vielfach propagierte Omni-Channel-Gedanke nur noch von rund der Hälfte der Textil-, Schuh- und Lederwarenhändler umgesetzt wird. Einzelheiten:

- Einen eigenen Webshop betreiben aktuell 51 Prozent der Umfrageteilnehmer. 38 Prozent verkaufen über Plattformen und 28 Prozent über soziale Medien, wie Facebook oder Instagram.
- Zwar planen immer noch einige Händler, neu in das Online-Geschäft einzusteigen, die Zahl der Aussteiger ist aber meist höher. Lediglich beim Verkauf über soziale Medien wollen mehr Umfrageteilnehmer starten.

Der Hauptgrund für die hohe Rate der Online-Skeptiker dürfte die damit verbundene Kostenbelastung sein. 47 Prozent der aktiven Online-Nutzer gaben an, dass sich der eigene Webshop für sie betriebswirtschaftlich nicht rechnet, beim Plattform-Verkauf berichten dies 46 Prozent und bei den Sozialen Medien immerhin noch 28 Prozent.



Zumindest zum Teil betriebswirtschaftlich sinnvoll (z.B. für Restanten oder zur Kundenbindung) bewerten 24 Prozent (eigener Webshop), 27 Prozent (über Plattformen) bzw. 32 Prozent (über Soziale Medien) der Befragten ihre Online-Aktivitäten. Als betriebswirtschaftlich eindeutig lohnenswert betrachtet nur je 28 Prozent der Befragten den eigenen Webshop und den Verkauf über Plattformen, beim Verkauf über Soziale Medien sind es immerhin 40 Prozent.

Schuheinkauf: Fachmesse SHOES besuchen!

Wer Schuhe in seinem Sortiment führt, sollte die SHOES Düsseldorf vom 3. bis 5. März 2024 nicht verpassen. Denn nur wer sich vor Ort informiert, erhält einen echten Überblick über die Trends für Herbst/Winter 2024 und kann auch interessante Newcomer entdecken. Dies ist wichtig, um den Kunden neue Impulse zu präsentieren und sich ggf. vom Wettbewerb abzuheben. Schließlich mehren sich die Stimmen in der gesamten Fashionbranche, dass die Sortimente in den Innenstädten oft zu einheitlich sind und zu wenig Abwechslung und Inspiration bieten.

Die SHOES findet wieder auf dem Areal Böhler in Düsseldorf statt. Dort werden sechs Segmente präsentiert: Contemporary, Premium, Modern Comfort, Sustainability, Accessoires und Kids. Die Besucher erwartet dort außerdem am Sonntag und Montag ein informatives und inspiratives Rahmenprogramm u.a. mit Order-Infos und Trend-Forecasts. Am 4. März findet dort zudem eine öffentlich zugängliche Branchen-Pressekonferenz statt, an der auch der BTE teilnimmt.

Hinweis: Der Eintritt ist kostenfrei. Registrierung und weitere Informationen online unter <https://shoes-duesseldorf.com>

Taschen24: Satch war 2023 erneut umsatzstärkste Marke

Bei der Online-Plattform Taschen24 war Satch 2023 die umsatzstärkste Marke – wie bereits 2022. Danach folgen Fjällräven (in 2022 noch auf Platz 6) vor Travelite (vorher Platz 2), Step by Step (unverändert) und Ergobag, die von Platz 10 aufgestiegen sind. Die Top 12 bei Taschen24 komplettieren Zwei (vorher 5), Vaude (vorher 9), Cocozoo (vorher 7), Secrid (neu), Affenzahn (vorher 12), Reisenthel (neu) und Joop! (vorher 11).

Der Durchschnittspreis ist gegenüber 2022 von 78 Euro auf 102,50 Euro gestiegen. Ursache dafür ist ein merklicher Anstieg von Reisegepäck-Verkäufen. Erhöht hat sich allerdings auch die Retourenquote von 25,6 auf 31,8 Prozent im Jahr 2023.

h+p Excellence Day am 9. April in Bielefeld

Der BTE-Kompetenzpartners hachmeister + partner veranstaltet am 9. April in Bielefeld in Kooperation mit der MobiMedia AG, führender Anbieter für digitale Vertriebslösungen und digitale Showrooms für die Bekleidungs-, Schuh- und Sportartikel in Deutschland seinen ersten „Excellence Day“. Nach einer Keynote über die Herausforderungen der Branche werden wegweisenden Handelslösungen sowie Benchmarking- und Planungs-Tools vorgestellt. Am Vorabend (8. April) wird zudem ein Networking-Event mit Dinner veranstaltet, um sich mit Kollegen und Branchenexperten ungezwungen austauschen zu können.

Anmeldeschluss für den Excellence Day ist der 1. März. Die Teilnehmergebühr beträgt 249 Euro zzgl. MwSt inkl. Vorabend-Dinner. Anmeldung und weitere Informationen unter [h+p Excellence Day | hachmeister + partner \(hachmeister-partner.de\)](https://h+p-Excellence-Day|hachmeister+partner(hachmeister-partner.de)).

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