

Lockdown zwingt Modehändler, hohe Rabatte anzubieten

Die Modebranche steht am Ende des Winters vor einem besonderen Rabattkampf. Viele Artikel im Online-Handel sind bereits stark reduziert und die Preise könnten noch weiter fallen, sagen Experten voraus. Der Grund: Die Lager der Geschäfte sind randvoll. Aufgrund der koronabedingten Sperrung konnten stationäre Einzelhändler weit weniger als üblich verkaufen. „Ich schätze, dass die Hälfte der Winterwaren noch eingelagert ist“, sagt der Sprecher des Textilhandelsverbandes Axel Augustin. „Das ist ein großes Problem.“ Die Sperrung bringt den stationären Einzelhandel an seine Grenzen. Die Geschäfte in der deutschen Innenstadt sind seit dem 16. Dezember geschlossen und bleiben mindestens bis zum 14. Februar geschlossen. „...“

Die Modebranche steht am Ende des Winters vor einem besonderen Rabattkampf. Viele Artikel im Online-Handel sind bereits stark reduziert und die Preise könnten noch weiter fallen, sagen Experten voraus. Der Grund: Die Lager der Geschäfte sind randvoll. Aufgrund der koronabedingten Sperrung konnten stationäre Einzelhändler weit weniger als üblich verkaufen. „Ich schätze, dass die Hälfte der Winterwaren noch eingelagert ist“, sagt der Sprecher des Textilhandelsverbandes Axel Augustin. „Das ist ein großes Problem.“

Die Sperrung bringt den stationären Einzelhandel an seine Grenzen. Die Geschäfte in der deutschen Innenstadt sind seit dem 16. Dezember geschlossen und bleiben mindestens bis zum 14. Februar geschlossen. Die meisten Händler erhalten

wirtschaftliche Unterstützung von der Bundesregierung. Für viele, insbesondere für die großen Häuser, reichten diese nicht aus, um ihre laufenden Kosten zu decken, sagt Augustin.

Winterverkäufe werden storniert

Lesen Sie weiter nach der Anzeige

Normalerweise würde der inoffizielle Winterverkauf nächsten Montag beginnen. Dies ist jedoch in diesem Jahr nicht der Fall. Wenn der stationäre Handel wiedereröffnet werden darf, wird es sicherlich wiedereröffnende Angebote geben, erwartet der Geschäftsführer des Instituts für Einzelhandelsforschung in Köln, Kai Hudetz. „Der Rabattkampf findet vorher statt“, sagt er. Die meisten Modehändler haben jetzt auch Online-Shops oder verkaufen auf Plattformen wie Amazon oder Zalando. Die Winterware wird bereits zu günstigen Preisen angeboten. „Der Druck ist enorm, die Händler können mit der Ware nichts mehr anfangen“, sagt Hudetz. Wenn der erste die Preisschraube dreht, müssten die anderen nachziehen. Im Einzelfall erwartet er Rabatte von bis zu 90 Prozent. „Das ist natürlich Geschäftswahnsinn“, sagt Hudetz.

Es gibt keinen Kaufanreiz

Der Handelsexperte weist auch darauf hin, dass derzeit für viele Einkäufe kein Anreiz besteht. „Nimm zum Beispiel den Anzug. Niemand braucht sie im Home Office, und auch die Feierlichkeiten fallen weg. Ähnlich verhält es sich mit Abendgarderobe für Frauen oder Skiausrüstung. „Normalerweise gehen die Leute wieder einkaufen, bevor sie in den Skiurlaub fahren. Das geht aber nicht „“

Dennoch könnte es sich für Verbraucher lohnen, jetzt zu streiken. Sie können die Preise bequem von zu Hause aus vergleichen und warten, bis Ihr Produkt zu einem angemessenen Preis angeboten wird. Für viele stationäre Einzelhändler sind die Preissenkungen jedoch ein weiterer Schlag für das Büro.

Viele Modeketten stehen vor dem Ende

Einige werden die Corona-Krise wahrscheinlich auch nicht überleben. Zuletzt hatte die Modekette Adler Insolvenz angemeldet. Die Gruppe ist einer der größten Textilhändler in Deutschland. Aber auch Esprit, Galeria Karstadt Kaufhof und Hallhuber stolperten über die Corona-Krise und suchten Rettung in einem Schutzschirmverfahren. Viele der Ketten waren schon vor der Pandemie nicht gut unterwegs, sie litten unter der riesigen billigen und Online-Konkurrenz. Die Zwangsschließungen während der Pandemie beendeten dann die Geschäfte.

Der Online-Handel boomt

Im Gegensatz dazu profitiert der Online-Handel von der Sperrung. Nach Prognosen des Instituts für Einzelhandelsforschung wurde im Corona-Jahr 2020 ein Umsatz von mindestens 80 Milliarden Euro online erzielt. Im Vergleich zum Vorjahr hat sich das Wachstum mehr als verdoppelt. „Die Sperre ist ein Geschenk für reine Online-Händler“, sagt der Einzelhandelsexperte Augustin. Er spricht von einer externen Intervention auf dem Markt, die das Kaufverhalten der Menschen dauerhaft verändern wird. Wer im Internet eingekauft hat, bleibt oft dort. Laut einer Studie der Unternehmensberatung McKinsey aus dem Sommer haben 75 Prozent der Menschen in den USA ihr Einkaufsverhalten während der Corona-Krise geändert, insbesondere beim Online-Einkauf. Die meisten Befragten glauben, dass sie auch nach der Pandemie an ihrem neuen Einkaufsverhalten festhalten werden.

Dies ist ein großes Problem für die Innenstadt. Nach Angaben

des Fachverbandes machen Modegeschäfte gut 60 bis 70 Prozent der Fußgängerzonen aus. Wenn sie schrittweise schließen müssten, würde dies zur Wüstenbildung der Innenstädte führen.

Inspiziert vom LVZ Newsticker -> [Zum kompletten Artikel](#)

Details

Besuchen Sie uns auf: n-ag.de