



## **BTE- Jahrespressekonferenz am 16. Dezember 2009 in Köln**

### **Steffen Jost, Präsident des BTE**

---

### **Die Sensation: Ein relativ normales Jahr**

Meine sehr geehrten Damen und Herren,

vielen Dank für Ihr Erscheinen zu unserer diesjährigen Jahrespressekonferenz mitten im Trubel des Weihnachtsgeschäfts!

„Die Krise hat uns ignoriert“, so könnten wir Unternehmer des Textileinzelhandels leicht beleidigt das zu Ende gehende Jahr 2009 kommentieren. Wenn das nicht zu makaber wäre...

Aber trotz der Insolvenzen großer Marktteilnehmer ist der Einzelhandel mit Bekleidung, Heim- und Haustextilien erstaunlich gut durch das Jahr 2009 gekommen. Gerade der Fachhandel und hier insbesondere die sogenannten „Platzhirsche“, also Bekleidungs- und Sortimentshäuser in guten Einkaufslagen und mit großen Flächen, hat überdurchschnittlich gut abgeschnitten. Während lange Jahre besonders die Großbetriebe und Filialisten im Mittelpunkt positiver Branchennachrichten standen, sind in diesem Jahr hier die Pleiten passiert. Der so gerne totgesagte Mittelstand hat sich hingegen behauptet.

Die große Mehrheit unserer Kunden hat zwar nachgedacht, ob bei allen Krisenmeldungen neue Möbel oder ein neues Auto wirklich nötig seien. Und auch die Reisebranche hat wohl gelitten. Doch im Geschäft mit Mode haben wir im ausgehenden Jahr von solchem Zögern nur hier und da ansatzweise etwas gespürt.

Dies liegt zum einen sicherlich daran, dass wir vergleichsweise niedrige Preise haben. Verglichen mit langlebigen Konsumgütern tagt zur Frage des Kaufs einer neuen Strickjacke für Vati oder einer größeren Jeans für heranwachsende Kinder kein Familienrat. Zum andern berichtet die Verhaltens- und Konsumforschung seit vielen Jahren, dass gerade bei Verbraucherinnen Bekleidung und Schuhe gerne als kleiner Ersatz für aus Vernunftgründen ausfallende größere Anschaffungen und Ausgaben genutzt werden.

Und nicht zuletzt gebührt an dieser Stelle unseren Lieferanten und Designern ein großes Lob für eine von den Kunden gut angenommene, farbige, kuschelige und „gemütliche“ Mode, die gerade den skeptisch prognostizierten Herbst-/Winterumsatz deutlich beflügelt hat. Natürlich kommt im Einzelfall besonders erfolgreicher Handelsunternehmen dann auch die richtige Einkaufspolitik hinzu.

So wurden die durchschnittlichen Umsätze im Jahr 2009 insbesondere durch deutlich ausgeprägte Witterungsbedingungen und nicht durch die Bankenkrise gesteuert.

Auch das zur Zeit laufende Weihnachtsgeschäft verspricht – nachdem es nun etwas kälter geworden ist – mindestens das Vorjahrsniveau zu erreichen. Vielleicht übertreffen wir sogar die 2008er Zahlen! Immerhin macht der Textileinzelhandel vor und nach den Weihnachtstagen rund 20% seines Jahresumsatzes. Hierzu beitragen könnte, dass nach einer aktuellen Erhebung der Beratungsgesellschaft Ernst & Young die Deutschen in diesem Jahr durchschnittlich 226 Euro pro Erwachsenen für Weihnachtsgeschenke ausgeben wollen. Also wieder fünf Euro mehr als letztes Jahr. Und fast die Hälfte plant Textilien zu verschenken.

Damit könnte eintreffen, was uns vor genau einem Jahr anlässlich der letzten Jahrespressekonferenz niemand glauben wollte: Unsere Branche wird das „Krisenjahr“ 2009 mit einem Umsatzpari oder sogar mit einem winzigen Umsatzplus abschließen. Dann dürften wir 1,5 bis 2 Prozentpunkte besser als der Gesamt-Einzelhandel dastehen.

Dies ist angesichts der traditionell ungeheuer niedrigen Renditen im Textileinzelhandel (im Durchschnitt nach Steuern nur 1 – 2 %) besonders erfreulich. Viele Unternehmen hatten nämlich aus Vorsicht die Kosten in der Planung dieses Jahres extrem gedrückt, um auch bei schwächeren Umsätzen bestehen zu können. Das zahlt sich sicherlich in der Endabrechnung nun mit etwas besseren Erträgen aus.

Daher, meine sehr geehrten Damen und Herren, kann es auch kaum verwundern, dass laut einer - von uns gemeinsam mit der Fachzeitschrift „Textilwirtschaft“ vor Kurzem durchgeführten - Umfrage der Textileinzelhandel durchaus mit Optimismus in das Jahr 2010 gehen wird: Mehr als jeder dritte Unternehmer glaubt danach an eine Verbesserung seiner Lebensumstände, mehr als zwei Drittel der Unternehmen wollen ihre Mitarbeiterzahl stabil halten oder steigern und bei der Investitionsplanung will immerhin (nach dem Thema „Investition in Mitarbeiter“) fast die Hälfte der Befragten in die Geschäftsausstattung investieren. Dicht gefolgt von IT/Technik. Beides Themenfelder, die nicht mit Minibeträgen zu beackern sind. Beides auch Bereiche, die im noch laufenden Jahr teilweise zurückgestellt werden mussten, da die Kreditvergabe der Banken hier bekanntlich zögerlich war. Wir gehen allerdings davon aus, dass durch die Gespräche und Bemühungen der Bundesregierung sich diese Haltung der Kreditinstitute mittlerweile ändert.

Was wir Ihnen ebenfalls zeigen können, ist, dass die Zufriedenheit unserer Kollegen mit den politischen Rahmenbedingungen nach der Bundestagswahl deutlich gestiegen ist. Trotzdem bleiben doch noch Forderungen und Wünsche an die Politik, um auch in Zukunft rentabel zu wirtschaften, Mitarbeiter zu beschäftigen und die Bevölkerung versorgen zu können:

Zunächst zum Thema „Mehrwertsteuer“: In Berlin hört man es allenthalben, doch nur hinter vorgehaltener Hand. Nach den Landtagswahlen in NRW im kommenden Jahr könnte die – vor den Wahlen – ausgeschlossene Mehrwertsteuererhöhung dann doch kommen. Wir als Kassierer des Staates für diese Steuer können nach den Erfahrungen der letzten Steuererhöhung von 16% auf 19% nur warnen! Die Abwälzung der Erhöhung auf den eigentlichen Steueradressaten, den Verbraucher,

gelingt nur über einen Zeitraum von mehreren Jahren oder gar nicht. Der hyperintensive Preiswettbewerb im deutschen Handel führt dazu, dass im Ringen um die Gunst des Kunden der ertragsschwache Handel sich selbst über Gebühr belasten muss. Pleiten und Arbeitsplatzverluste, ein Abflachen der neuerdings so sehr geschätzten Binnenkonjunktur wären die direkte Folge. Und, dass uns die geplante Klientelpolitik für die Hotellerie in diesem Zusammenhang jetzt geradezu dümmlich anmutet, werden Sie verstehen. Anstatt neue Ausnahmereiche für die Mehrwertsteuer zu definieren, die neue Ungerechtigkeiten im Wettbewerb der Branchen um die Konsumausgaben der Verbraucher produzieren, sollte lieber der alte Katalog bisheriger Ausnahmen (Tierfutter – Menschenfutter, fast food im Lokal oder „to go“, Adventsgesteck frisch oder getrocknet) bereinigt werden.

Zum Thema „erkaufte Arbeitsplätze“: Ob Opel oder Karstadt, wir bedauern ehrlich die Schwierigkeiten jedes Unternehmens, das auf der Kippe steht. Wir verstehen, dass Arbeitnehmer und Wähler wütend sind und Staatshilfen für ihr Unternehmen einfordern, wenn ihre Arbeitsplätze gefährdet sind. Aber die Politiker sind gewählt, um zum Wohle Aller zu entscheiden. Arbeitsplätze zu erhalten, Produkte zu subventionieren, die der Markt im Überfluss zu besseren Konditionen bekommen kann, ist Verschwendung und führt nicht in die Zukunft. Wer bei einem Autobauer Steuergelder gibt, damit die Räder weiter rollen, gefährdet damit an einem anderen deutschen Standort beim Konkurrenten Arbeitsplätze. Dasselbe gilt im Handel: Jahrelang erzwingt der Wettbewerbsdruck im Einzelhandel das – mehr oder weniger – stille Aufgeben insbesondere mittelständischer Betriebe. Auch an diesen hängen Existenzen und Arbeitsplätze. Wenn es nun einmal so aussieht, als würde der Markt die laut Insolvenzverwalter zu Hauf gemachten Fehler in einem Großbetrieb nicht mehr verzeihen, rufen Wahlkämpfer, Betriebsräte und Gewerkschaften wieder nach dem Staat. Spricht eigentlich irgendjemand darüber, welche Auswirkungen Staatshilfen für einen Handelskonzern im Wettbewerb der Branche für die Arbeitsplätze bei Konkurrenzunternehmen hätten?

Zuletzt ein grundsätzliches Anliegen: Föderalismus ist eine der Grundlagen unseres Staates. Die Wahrung und Förderung der ausgeprägten Charakteristika unserer deutschen Regionen, Mentalitäten und Länder ist lobenswert und gut. Doch

manchmal wäre eine bundeseinheitliche Regelung, egal ob durch Bundesrecht oder durch eine Harmonisierung unter den Bundesländern, wünschenswert. Ein Beispiel: Wer in Mannheim ein Geschäftshaus baut, unterliegt den Regeln des baden-württembergischen Landesbaurechts sowie seiner Brandschutzverordnung. Baut derselbe Architekt für das gleiche Handelsunternehmen ein Jahr später auf der anderen Seite der Rheinbrücke in Ludwigshafen, gilt rheinland-pfälzisches Baurecht mit anderslautenden Brandschutzvorschriften. Brennt es in Rheinland-Pfalz wirklich anders als in Baden-Württemberg?

Oder, nehmen Sie das aktuelle Thema „Ladenschluss“. Es gibt Bundesländer mit Öffnungsmöglichkeiten für den Handel an 4, andere an 2, andere an 1 und andere an gar keinem Adventssonntag. Welche Umlenkung von Kundenströmen dies in einer mobilen Gesellschaft in der Nähe der Ländergrenzen zur Folge hat, kann jeder zwischen Halle und Leipzig, Osnabrück und Münster, Mainz und Wiesbaden, Ulm und Neu-Ulm beobachten. Auch hier wären Diskussionen einfacher und der Wettbewerb ausgeglichener, wenn eine Spielregel für alle gelten würde. Sowohl die Ausnahmen für Badeorte als auch für Wallfahrtsorte werden heute zum Sonntagsverkauf ganz „normaler“ Waren genutzt. Und wer sieht, wie auf dem Gelände des Frankfurter Flughafens im Moment ein Rieseneinkaufszentrum von etlichen 10.000 Quadratmetern entsteht, das dann rund um die Uhr an sieben Tagen offen halten kann, der wird sich die Begeisterung des Frankfurter Innenstadthandels vorstellen können. Solche Ausnahmen sind in der Realität des Marktes nicht notwendig und auch nicht zu rechtfertigen.

Meine Damen und Herren, ich komme zum Schluss und der soll, grundsätzlich, positiv sein: Der Textileinzelhandel ist unerwartet gut durch das schwierige Jahr 2009 gekommen. Dabei hat bestimmt die deutsche Arbeitsmarktpolitik, die Kurzarbeitergeldregelung und auch eine unvermutete Gelassenheit oder „coolness“ der Bürger eine wichtige Rolle gespielt. Hysterische Kaufverweigerung aus Krisenangst gab es nicht. Wie gesagt: Ein sensationell normales Jahr.

Wir hoffen und erwarten, dass wir – ohne große politische Desaster – auch 2010 mit stabilen Umsätzen bewältigen werden. Die Kurzarbeitergeldregelung wurde

verlängert. Aus vielen Teilbranchen gibt es Meldungen über steigende Auslastung und Auftragszahlen. Der Blick sollte nach vorne gehen!

Ich danke Ihnen und beantworte gerne noch Ihre Fragen!