

Pressekonferenz Messe Kind + Jugend 2009

2. September 2009, Köln

Jürgen Dax, Bundesverband des Deutschen Textileinzelhandels

Erfreulich: Business as usual

Wie im gesamten Textil- und Bekleidungseinzelhandel ist bis auf wenige Ausnahmen im allerobersten Genre (Premium-Bereich) die „Krise“ bislang ausgeblieben. Während im ersten Halbjahr 2009 noch vielerorts gerätselt wurde, wann der Konsum definitiv einbrechen werde und auch für den Baby- und Kinderausstattungsmarkt mit seinen vielen kleinen Geschäften Menetekel an die Wand gemalt wurden, ist bis Ende August alles beim Alten geblieben. Und ausnahmsweise ist das auch gut so.

Im einzelnen: Die in 2008 erstmals wieder ganz leicht angestiegene Geburtenrate ist trotz widersprüchlicher Meldungen im ersten Halbjahr 2009 ungefähr stabil bei knapp 700.000 Geburten. Im Osten Deutschlands kommen etwas weniger Kinder zur Welt als im Westen. Und in den Großstädten Nordrhein-Westfalens sind knapp 16 bis über 17% der Einwohner unter 18 Jahre alt, in Sachsen nur zwischen 12 und 13%.

Auf die Dauer wird hier eine Bevölkerungsverschiebung nach Westen deutlich werden.

Das Umsatzvolumen für Baby- und Kinderbekleidung lag Ende 2008 bei 2,7 Mrd. Euro und ist ebenfalls stabil.

Nach einem langen Winter ist das Geschäft mit Baby- und Kinderbekleidung zu Ostern 2009 angesprungen, wobei die Kinderkonfektion gerade in den etwas größeren Größen (bis 164) die besten Umsatzzahlen brachte. Die Babyausstattung

hinkt etwas nach. Trotzdem lag die Branche aufgelaufen per 30.06.2009 insgesamt bei einem kleinen Umsatzminus von 2%. Dabei war die Kinderbekleidung zwischen minus 1,5 und 2%, die Babyausstattung bei minus 3%. (Zum Vergleich: Der Bekleidungshandel insgesamt beendete das erste Halbjahr nach BTE-Berechnungen mit einem winzigen Umsatzplus zwischen 0,5 und 1%.)

Daran dürfte sich auch bis Ende August nicht viel geändert haben. Schätzungen gehen davon aus, dass nach einem schwachen Juli-Geschäft, in dem die Kunden in erster Linie in Schlussverkauf und „Sale“ nach Erwachsenenkleidung schauten, der August wieder etwas besser für die Umsätze mit den Kindern war.

Wie in jedem Jahr hat der BTE für diese Pressekonferenz wiederum eine nach Betriebsformen und Betriebsgrößen im Handel strukturierte und gewichtete Stichprobenbefragung in den letzten Tagen durchgeführt. Dabei schließen sich 70% der Teilnehmer dem positiven Ausblick der Kölner BBE-Unternehmensberatung an und rechnen – trotz des kleinen Minus zum Halbjahr – für das laufende Jahr 2009 noch mit einem Umsatzpari oder sogar einem Umsatzplus gegenüber 2008.

Die Tatsache, dass gleichzeitig aber nur 60% der Antwortenden eine bessere oder gleichbleibende Kundenfrequenz melden, stützt die Aussage der Marktforscher, wonach der Kassenbon im Baby- und Kindermarkt leicht wächst. Nachdem keine besonderen Preisschübe im Markt beobachtet wurden, dürfte dies eher eine Folge der anhaltenden Aufspaltung zwischen Preiswert- und Discountkäufen einerseits und Qualitäts- bzw. Markentreuen Kunden andererseits sein.

Bei der Frage nach den gefährlichsten und aggressivsten Wettbewerbern nennen die Befragten einheitlich an der Spitze den Onlinehandel, wobei wahrscheinlich nicht nach wirklichen online-shops einerseits und Angeboten bei ebay differenziert wird. An zweiter und dritter Stelle werden aggressiv anbietende Fachmärkte und Franchiseketten genannt.

20% der Teilnehmer an der Befragung betreiben inzwischen allerdings auch schon selbst (zusätzlich) einen online-shop. Und 35% halten den zusätzlichen Verkauf per Internet für den stationären Handel mittelfristig für erforderlich, um bestehen zu

können. Das Internet wird also als Bedrohung für den eigenen stationären Handel von Vielen identifiziert und gut ein Drittel der Unternehmen wollen sich daher dann auch selbst dort engagieren; - sofern dies nicht bereits erfolgt ist.

Bei der Suche nach neuen, interessanten Lieferanten nutzen aber nach wie vor zwei Drittel der Befragten Messen und Vertreterschauen sowie Kollegentipps. Die Suche nach interessanten Neuigkeiten im Internet praktizieren erst 20%.

Dies beweist auch, dass die Kind + Jugend nach wie vor in ihrer Rolle als weltweit führende Messe für diese Branche von großer Wichtigkeit und Bedeutung für den Handel ist. Die Bitte des Handels an die Messe kann nur sein, nicht nachzulassen, rund um den Globus interessante neue Aussteller zu finden und nach Köln zu holen.

Monatsverlauf 2009 - Konfektion

Januar	- 2
Februar	- 11
März	- 6
April	+ 29
Mai	- 18
Juni	+ 3