

TextilWirtschaft

Business — Fashion

Altmaier: "Der Sexappeal leidet"

von Tim Dörpmund
Freitag, 26. Juni 2020



Diskussionsrunde auf Initiative der Katag mit Wirtschaftsminister Peter Altmaier in Berlin.

Die Fashion-Branche leidet nach wie vor massiv unter den Auswirkungen der Lockdown-Maßnahmen zur Eindämmung der Covid-19-Pandemie. Das Konjunkturpaket der Bundesregierung steht in der Diskussion. Kommen die Hilfen wirklich an? Was bringt die Mehrwertsteuersenkung? Wird der Verlustrücktrag erweitert? Und was ist mit der Maskenpflicht?

Diese Themen dominierten die [Katag](#) Cheftagung 2020. Dort stellte sich mit Peter Altmaier (CDU), Bundesminister für Wirtschaft und Energie, einer der führenden Bundespolitiker des Landes und maßgeblicher Kopf hinter dem Konjunkturpaket den Fragen von Branchenvertretern. In Berlin diskutierten Katag-Vorstand Daniel Terberger, Markus Johannsen, Chef des Modehauses Düsenberg&Harms in Winsen/Luhe, Claudia Maurer-Bantel, Geschäftsführerin des Retailers Bantel in Schorndorf sowie Olymp-CEO Mark Bezner. Moderiert wurde das Zusammentreffen von TW-Chefredakteur Michael Werner.

Terberger skizziert zu Beginn die massiven Herausforderungen, vor denen die Fashion-Branche steht, und die speziellen Probleme, mit denen sie zu kämpfen hat: saisonale Ware,

die nach langen Zwangsschließungen kaum noch regulär vermarktet werden kann, lange Vorlaufzeiten und hohe Kapitalbindung innerhalb der gesamten Lieferkette, nicht zuletzt die Ungleichbehandlung während des Lockdowns etwa im Vergleich zu Lebensmittelhändlern und Baumärkten, die in Teilen auch Überschneidungen im Sortiment mit Modehändlern hätten. Die Lockdown-Maßnahmen hätten dazu geführt, dass zahlreiche Hersteller wie Händler um ihre Existenz bangen müssen, mahnte Terberger und appellierte an den Wirtschaftsminister, stärker auf die besonderen Nöte der Branche einzugehen. Vor dem Hintergrund der aktuell beinahe täglich eintreffenden Meldungen über Firmen, die in die Insolvenz oder unter den Schutzschirm rutschen, sei dies drängender denn je. Nicht zuletzt stehen Hersteller wie Händler unter dem Schock der radikalen Schließungswelle, die dem Warenhauskonzern Galeria Karstadt Kaufhof bevorsteht - und die massive Auswirkungen auf Standorte, Lieferanten und Mitarbeiter haben dürfte.

Thema Verlustrücktrag

In der Diskussion wird schnell ein Knackpunkt deutlich: der Verlustrücktrag – ein wichtiger Teil des sogenannten Konjunkturpakets der Bundesregierung, über den sich Unternehmen, verkürzt formuliert, Steuern aus dem Vorjahr zurückholen können. Die Forderung der Panel-Teilnehmer: Die Möglichkeit, Verluste aus der Corona-Phase geltend zu machen, solle weiter ausgedehnt werden.

Altmaier zeigt Verständnis und Offenheit, ohne jedoch konkrete Zugeständnisse zu formulieren. Vielmehr macht er deutlich, dass das Konjunkturpaket vor allem auch ein großer Kompromiss sei, dem Zeitdruck geschuldet sowie entgegengesetzten Positionen der Koalitionspartner. So habe er, anders als die SPD, unbedingt Steuererhöhungen vermeiden wollen, dafür habe man jedoch an anderer Stelle nicht mehr herausholen können.

Altmaier betont indes, das man sich auch im weiteren Verlauf die Wirtschaft sehr genau anschauen werde und, sollte es Branchen oder Bereiche geben, die auch mit den bisher auf den Weg gebrachten Hilfen nicht wieder auf die Beine kämen, noch einmal nachsteuern. Wichtig sei: "Wir haben die Hilfsprogramme so gemacht, weil wir schnell aus der Krise heraus wollen und nicht wollen, dass Strukturen zerschlagen werden." Mit diesen Strukturen meint Altmaier ausdrücklich auch den innerstädtischen Einzelhandel, der für die "kulturelle Identität" des Landes außerordentlich wichtig sei.

Thema Mehrwertsteuer

Was sagen diejenigen, die für diese "kulturelle Identität" in hohem Maße sorgen durch lokale Einzelhandelsaktivitäten, wie etwa Claudia Maurer-Bantel, Geschäftsführerin des Modehauses Bantel in Schorndorf? Sie kritisiert insbesondere die temporäre Mehrwertsteuersenkung. "Niemand kauft sich eine Hose, nur weil sie jetzt 2,5 Euro günstiger wird." Stattdessen habe sie darauf gehofft, dass lokal gebundene Konsumgutscheine ein Teil des Pakets hätten werden können. Altmaier entgegnet: "Unterschätzen Sie die Mehrwertsteuer nicht". Seine These: Es werde sich zwar niemand wegen eines einzelnen Rabattes auf den Weg machen, die Gesamtersparnis sämtlicher Einkäufe unter dem Strich aber könne zu einer größeren Kaufkraft führen. Zudem räumt er ein: "Ich habe die Mehrwertsteuersenkung nicht erfunden." Und er könne auch nicht mit hundertprozentiger Genauigkeit sagen, wie dieses Werkzeug letztendlich wirklich greife. Gleiches gelte für die 300 Euro, die nun pro Kind ausgezahlt werden. Altmaier: "Meine Volkswirtschaftsexperten gehen davon aus, dass ungefähr 70% davon ausgegeben werden, in den Kreislauf gehen, und 30% auf der hohen Kante landen".

Thema Digitalisierung

Neben der hohen Relevanz der Innenstädte appelliert der Bundeswirtschaftsminister auch an die Modebranche, sich stärker dem Digitalen zuzuwenden. Man dürfe das Feld nicht den Amazons und Alibabas überlassen. Für den Anstich neuer Geschäftsmodelle, um die Plattformökonomie hierzulande zu stärken, stehe sein Ministerium bereit. Düsenberg&Harms-Chef Markus Johannsen sagt: "Die ganze Branche wurde ja quasi reingeschubst in das Thema Digitalisierung. Viele Händler haben das inzwischen auch voll drauf." Olymp-Inhaber Mark Bezner hingegen veranschaulicht deutlich, dass Investitionen ins Digitale, zumindest in der aktuellen Situation, nicht das Allheilmittel sind: Auf das Jahr bezogen, rechnet er für sein Unternehmen mit einem Umsatz-Minus zwischen 20 und 30%. Auch ein gut aufgestellter Webshop helfe da aktuell wenig: "Auch online liegen wir deutlich unter Vorjahr."

Vor allem zwei Gründe machen Bezner aktuell das Leben schwer: Die lange geschlossenen Läden haben die Umsätze massiv einbrechen lassen, die neue Arbeitsrealität vieler Menschen – Stichwort Remote Work und Homeoffice – lässt die Nachfrage nach klassischen Office-Looks wie etwa Hemden ebenfalls stark zurückgehen.

Was generell leide, sei das Leben in den Innenstädten. Umso schwieriger sei es, so Johannsen, in das vielbeschworene, stationäre Einkaufserlebnis zu investieren und so zu der von Altmaier betonten "kulturellen Identität" beizutragen. Auch die Maskenpflicht wird im stationären Handel generell verkaufsverhindernd eingeschätzt. Altmaier räumt ein: "Die Masken haben uns geholfen, wieder hochzufahren. Was aber umgekehrt auch dazu führt, dass der Sex-Appeal fehlt."

Altmaier-Appell: Die Branche muss einheitlich auftreten, um gehört zu werden

Unter dem Strich dürfte aber wohl eine eher unterschwellig formulierte Botschaft des Wirtschaftsministers besonders hängen bleiben: das Defizit der Branche, bei den Entscheidungsträgern in Berlin mit einer klaren, überzeugenden Stimme durchzudringen. Er treffe sich schließlich regelmäßig mit Vertretern der Handelsverbände. Aus Sicht der Mode-Anbieter scheint dieser Kreis jedoch von den großen Lebensmittelhändlern dominiert zu sein. Altmaier appelliert an die Runde, sich konkret einzubringen: "Wenn Sie einen Vorschlag haben – ich schaue mir alles an."

Quelle: <https://www.textilwirtschaft.de/business/news/digitale-katag-cheftagung-2020-altmaier-trifft-die-modebranche-226156>