

»PRESSEMITTEILUNG«

Deutsche Bekleidungsindustrie: trotz Krise zuversichtlich

- Umsatzrückgang um nur 5,2 Prozent im 1. Halbjahr 2009
- Kreditversicherer gefährden gesunde Lieferketten

Düsseldorf, 8. Juni 2009 – **GermanFashion** Modeverband stellte heute in Düsseldorf die Ergebnisse seiner aktuellen Konjunkturumfrage vor. Demnach erwarten die deutschen BekleidungsHersteller für das erste Halbjahr 2009 Umsatzeinbußen von 5,2 Prozent im Vergleich zum ersten Halbjahr 2008. Für das gesamte Jahr 2009 rechnet die Branche mit einem Minus von 5,3 Prozent. Zu diesem Ergebnis kommt eine repräsentative Umfrage unter Mitgliedsunternehmen von **GermanFashion**.

Die größten Verluste verzeichnete die Sparte Berufsbekleidung mit einem Minus von 9,6 Prozent. Klaus Brinkmann, Präsident von **GermanFashion**, wies bei der Vorstellung der Zahlen darauf hin, dass die gewerblichen Abnehmer weniger Berufsbekleidung nachfragen, da sie Kosten reduzieren wollen. Der Absatz von Damen- und Herrenmode verzeichnete kleinere Einbußen als die Berufsbekleidung. Bei den Damen (DOB) sank er im ersten Halbjahr um 2,2 Prozent, bei den Herren um 3,9 Prozent im Vergleich zum ersten Halbjahr 2008.

Trotz Einbußen sieht die Branche mit Optimismus in die Zukunft. Verbandspräsident Klaus Brinkmann betonte, dass die BekleidungsHersteller mit der aktuellen Entwicklung vergleichsweise gut in der deutschen Wirtschaft dastehen. Entsprechend beurteilen 70 Prozent der befragten Unternehmen die Umsatzentwicklung trotz Einbußen als "gut bis befriedigend". Obwohl die Branche eine Eintrübung des Konsumklimas erwartet, glaubt über die Hälfte der Firmen, dass die Krise sich nur bis zu einem Jahr niederschlagen wird. Optimismus sei typisch für die Branche, sagte Brinkmann: „Für viele in der Modeindustrie ist das nicht die erste Krise. Wir stehen länger als viele andere Branchen in einem sehr harten, internationalen Wettbewerb.“

Mitverantwortlich für die Verluste sind rückgängige Ausfuhren – bislang die wichtigste Stütze der deutschen Bekleidungsindustrie. Bei rund der Hälfte der Mitgliedsunternehmen sank der Exportanteil. Nur jede zehnte der befragten Firmen konnte den Exportanteil steigern. „Die Krise bremst die Nachfrage nach Mode made in Germany in den für uns wichtigen Märkten der EU-15-Staaten“, so Verbandspräsident Brinkmann. In die drei wichtigsten Länder Österreich,

Niederlande und Frankreich führten die deutschen Hersteller laut dem Statistischen Bundesamt im Jahr 2008 jeweils zwischen zwei und vier Prozent weniger aus als im Jahr 2007. Rund 40 Prozent ihrer Produktion exportieren deutsche Bekleidungshersteller durchschnittlich, schätzt Klaus Brinkmann.

GermanFashion befragte seine Mitgliedsunternehmen auch zu Folgen der Wirtschaftskrise. Neben den Umsatzeinbußen bereitet den Unternehmen das extrem restriktive Verhalten der Kreditversicherer große Probleme. Kreditversicherungen schützen Lieferanten vor Zahlungsausfällen, wenn die Abnehmer von Waren zahlungsunfähig sind. Seit dem Herbst 2008 nehmen die Kreditversicherer in etlichen Fällen die Kunden der Hersteller aus der Deckung, obwohl die Indikatoren für die Bonität der Kunden sprechen. Zudem senkten sie im letzten halben Jahr den Versicherungsschutz, erhöhten die Selbstbeteiligung und schraubten die Prämien hoch. „Wir fordern die Kreditversicherer auf, die Unternehmen der Modebranche nicht länger pauschal auf den Index zu setzen. Sie sollen die vom Bund ins Spiel gebrachte staatliche Absicherung möglicher Ausfallrisiken akzeptieren“, appellierte Thomas Rasch, Hauptgeschäftsführer von **GermanFashion**. Dieses Verhalten gefährde auch gesunde Lieferstrukturen, so Rasch. Kreditversicherungen böten Sicherheit für die Lieferketten. Vorstöße aus dem Bundeswirtschaftsministerium, Ausfallrisiken durch den Bund mit absichern zu lassen, lehnten die Versicherer bislang ab.

Die Verbandsumfrage zeigt, dass viele Bekleidungsunternehmen die Krise auch als Chance begreifen. Darauf deuten die Reaktionen auf die Absatzschwierigkeiten hin. Unternehmen intensivieren ihre Vertriebsanstrengungen, nehmen neue Exportmärkte in Angriff und verstärken ihre Werbung. Die Hersteller passen teilweise auch ihre Kollektionen an. Sie verkleinern den Umfang und bringen in kürzeren Zeitintervallen neue Kollektionen auf den Markt, um stetig mit neuen Impulsen auf den Verkaufsflächen zu punkten.

*

GermanFashion Modeverband Deutschland e.V. vertritt die Interessen der deutschen Modeindustrie, insbesondere der Hersteller von Damen- und Herrenoberbekleidung, Sportswear und Berufsbekleidung.

Pressekontakt GermanFashion Modeverband Deutschland e.V.:
DIE PR-BERATER, Herr Marijan Kojic
Tel.: +49 (0)221 800471-27
Mobil: +49 (0)177 328 18 75
Mail: presse@germanfashion.net