

KRISE TRIFFT RUSSISCHEN MODEMARKT HART

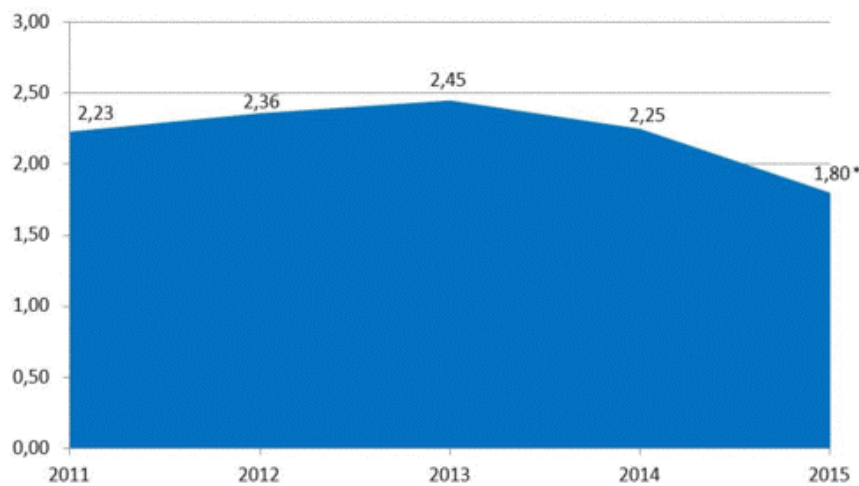
ABSATZ SINKT / MITTLERES PREISSEGMENT AM STÄRKSTEN BETROFFEN / ONLINE-HANDEL MIT BEKLEIDUNG WÄCHST



Moskau (GTAI) - Der Absatz von Bekleidung und Heimtextilien wird 2016 weiter sinken. Geringere Realeinkommen führen zu einer nachlassenden Nachfrage. Russische Kunden erwerben weniger Kleidungsstücke und achten immer mehr auf den Preis. Am stärksten schrumpft der Absatz im mittleren Preissegment. Modeketten reagieren auf das sinkende Marktvolumen, indem sie Läden schließen und sich auf die profitabelsten Standorte konzentrieren. Im Gegensatz dazu wächst der Onlinehandel

Russlands Bekleidungsmarkt schrumpfte 2015 gegenüber dem Vorjahr um 9% auf ein Volumen von 1,4 Billionen Rubel.

Marktvolumen für Bekleidung, Schuhe und Accessoires in Russland
(Wert in Billionen Rubel)



*) Schätzung
Quelle: Fashion Consulting Group; © 2016 Germany Trade & Invest

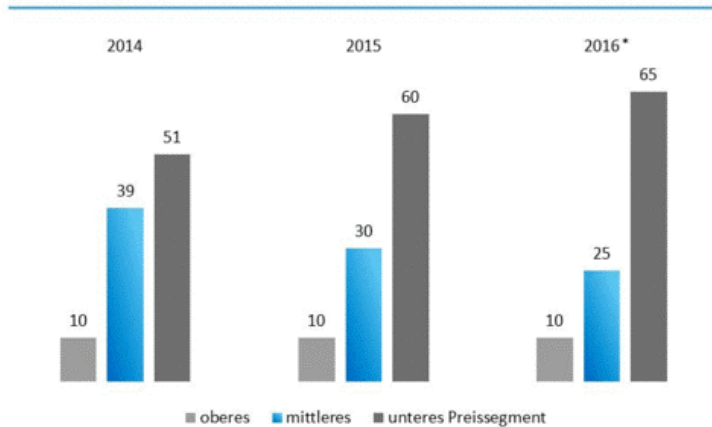
In US-Dollar umgerechnet betrug der Rückgang sogar 43%. Die Diskrepanz zwischen dem Wert in Rubel und in US-Dollar ist auf den drastisch gefallen Außenwert der russischen Währung zurückzuführen. Für die Textil- und Bekleidungsbranche bedeutet die Rubelabwertung eine fundamentale Änderung der Rahmenbedingungen: verteuerte Importe, gesunkene Personalkosten in Russland und steigende Exportchancen.



Kunden wandern aus dem mittleren ins niedrige Preissegment ab

Außerdem gehen die Realeinkommen der russischen Bevölkerung zurück und damit die Kaufkraft. Russische Kunden erwerben weniger Bekleidungsstücke und achten immer mehr auf den Preis. Am stärksten schrumpft der Absatz im mittleren Preissegment. Viele Kunden orientieren sich auf das Niedrigpreissegment (Massenmarkt) um, das 2016 um 5 bis 10% auf 65 bis 70% steigen wird, prognostiziert die Fashion Consulting Group. Der Anteil des Premium- und Luxussegments bleibt unverändert.

Struktur des russischen Bekleidungsmarktes nach Preissegmenten (Anteile in %)



*) Prognose
Quelle: Fashion Consulting Group; © 2016 Germany Trade & Invest

Ein durchschnittlicher russischer Privathaushalt hat 2015 die Ausgaben für Bekleidung und Heimtextilien um 30 bis 50% gekürzt, schätzen Experten. Dies bekamen vor allem die Anbieter importierter Bekleidung und Textilien zu spüren, stiegen doch bei ihnen die Preise am stärksten. Das verhagelt die Geschäfte von ausländischen Markenanbietern. Im Jahr 2015 sanken die russischen Einfuhren von Textilien und Bekleidung um 25%. Diese Tendenz setzt sich 2016 fort.

Vertriebsnetze im stationären Einzelhandel werden ausgedünnt

Wegen des Preisdrucks am Modemarkt kürzen Hersteller und Handelsketten beim Personal, verhandeln Nachlässe bei der Ladenmiete, verkleinern die Kollektionen, vereinfachen die Schnitte und sparen an der Stoffqualität. Während früher viele russische Marken ihre Materialien in der EU und der Türkei einkauften, können sich Designer und Produzenten nun nur noch billige synthetische Stoffe aus China leisten. Die Werbebudgets wurden 2015 um 40 bis 45% zusammengestrichen.

Außerdem reagieren die Bekleidungsanbieter, indem sie Läden schließen und sich auf die profitabelsten Standorte konzentrieren. Seit 2014 haben mehr als elf internationale Marken den russischen Markt verlassen. Dazu gehören aus dem mittleren Preissegment Gerry Weber, Laura Ashley, Chevignon und Seppälä, aus dem Massensegment Esprit, New Look, OVS, River Island und Wendys.



© Petra Bork / pixelio.de



© H.D. Volz / pixelio.de

Marks&Spencer schloss 3% seiner Geschäfte, Mango 7%, Gloria Jeans 12%. Den größten Rückgang bei der Anzahl der Filialen verzeichneten die Marken Vis-a-Vis (-65%), Motivi (-40%), Savage (-29%) und Incity (-17%). Maratex schloss 2015 seine Franchiseläden für Bekleidung der Marken Esprit, NewLook, OVS und River Island in Russland. Die finnische Stockmann verkaufte ihre sieben Kaufhäuser in Russland für 5 Mio. Euro an Reviva Holdings Ltd. (Eigner der Franchise-Kaufhauskette Debenhams) und gab die Geschäfte der Marken Lindex und Seppälä auf.



Adidas hat 2015 insgesamt 167 von 1.100 Geschäften in Russland geschlossen, geplant sind 200. Der deutsche Sportartikelhersteller erwarb 2015 im Moskauer Gebiet das Großlager Tscheschow-2 mit einer Fläche von 120.000 qm. Als Kaufpreis werden Summen zwischen 70 Mio. und 100 Mio. US\$ genannt. Die finnische Kesko informierte im Februar 2016 darüber, dass sie die russische Intersport-Kette wegen der schlechten Finanzergebnisse verkaufen will.

Die Handelskette Modny Kontinent (Marken: Incity, Deseo) reduzierte die Zahl ihrer Geschäfte um 35. Ende des 1. Quartals 2016 gehörten ihr noch 301 Läden. Die Melon Fashion Group trennte 2015 sich von 27 unrentablen Geschäften; dafür eröffnete sie 37 neue. Melon gehörten am 31.12.2015 russlandweit 604 Geschäfte (befree 234, Zarina 203, Love Republic 167), davon 134 Franchisegeschäfte (befree 56, Zarina 44, Love Republic 34). Eine neue Konzeption der Shops - größere Ladenfläche und modernes Design - soll gegen die Krise helfen.

Die spanische Designermarke Desigual schloss ihre russischen Geschäfte Ende September 2015. Sie verbleibt aber am Markt in Multibrandshops. Einen ähnlichen Kurs verfolgen auch andere Marken.



Elf Modemarken steigen im 1. Halbjahr 2016 neu in den russischen Markt ein

Kleiner Lichtblick: Elf Modemarken kündigten im 1. Halbjahr 2016 an, neu in den russischen Markt einzusteigen. Ende 2015 hatten das bereits Budgetmarken wie Cortefiel, Superdry und Violetta by Mango getan. H&M, Monki, Uniqlo und Forever 21 wollen in Russland weiter expandieren.

Bereits 2015 wuchs die Zahl der H&M-Filialen in Russland um 35% auf 96 Geschäfte. Das Männermodehaus Henderson eröffnete am 28. April 2016 einen neuen Salon im Einkaufszentrum "Zelenopark" in Zelenograd bei Moskau. Damit ist Henderson (Marken: Henderson, Hayas) jetzt in 164 großen Einkaufszentren in 56 russischen Städten vertreten. Hugo Boss weihte am 8. April 2016 ein neues Geschäft im Outlet Village Pulkowo ein.

Die vertikal integrierte Handelskette Gloria Jeans hat Anfang 2016 ihren Hauptsitz von Rostow-am-Don nach Moskau verlegt und dort im Arma Werk 3.500 qm gemietet. Bis Ende 2016 plant Gloria Jeans auf 5.000 qm und bis 2017 auf 10.000 qm zu erweitern. Die Hauptstadt soll als Tor zum Weltmarkt dienen: Gloria Jeans will ein Büro in Hongkong eröffnen. Zur Firma gehören acht regionale Vertretungen und zwei große Logistikkomplexe in Nowosibirsk und Nowoschachtinsk.



© Harry Hautumm / pixelio.de

Internationale Marken, die im 1. Halbjahr 2016 in den russischen Markt einsteigen

Nr.	Marke	Land	Profil	Einkaufszentrum	Preissegment
1	Demurya	Frankreich/ Russland	Bekleidung	Smolenskij Passash	Premium
2	John Varvatos	USA	Bekleidung	Crocus City Mall	Premium
3	IL Gufo	Italien	Bekleidung für Kinder	ZUM	Premium
4	Barbour	Vereinigtes Königreich	Bekleidung	GUM	oberes mittleres
5	Armani Exchange	Italien	Bekleidung	Mega, Aviapark	mittleres
6	Veta	Estland	Bekleidung	Street retail, Kamenoostrowskij	mittleres
7	Love Stories	Niederlande	Unterwäsche	Einkaufszentrum "Modny Seson"	mittleres
8	Victorias Secret Pink	USA	Unterwäsche, Bekleidung	Evropejskij	mittleres

9	Hunkemöller	Deutschland	Unterwäsche	Mega	mittleres
10	Undiz	Frankreich	Unterwäsche	Mega	unteres
11	Aigle	Frankreich	Bekleidung, Schuhe	Street retail, Olimpijskij pr-t	mittleres

Quelle: Retail.ru

Onlinehandel mit Bekleidung wächst - Chinesische Anbieter expandieren

Im Gegensatz zu den sinkenden Umsätzen im stationären Bekleidungshandel steigt die Nachfrage in Outlets und im Internet. Die Zahl der Besuche und die durchschnittliche Höhe des Kassensbons im Fashion House Outlet Centre Moscow haben um das Zweifache zugelegt seit Juni 2013, berichtet Direktor Brendon O'Reily. Die Fashion House Group bietet seit 2016 auch Online Shopping an.

Der Verband der Internethandelsunternehmen (<http://www.akit.ru>) schätzt, dass 2015 mit Verkäufen im Internet 760 Mrd. Rubel (+7%) eingenommen wurden. Der Anteil von Bekleidung und Schuhen betrug 35%. Bereits 2014 war der Onlinehandel um ein Drittel gewachsen. Onlineshops betreiben etwa KupiVip, Lamoda und Finn Flare. Allein bei KupiVip stieg die Zahl der Bestellungen 2015 um 45% auf ein Volumen von 16,5 Mrd. Rubel.



© Windoria / pixelio.de

Hersteller und Händler kurbeln deshalb den Onlinehandel an. Die Regierung will den Export russischer Waren fördern und plant dafür eine große Internethandelsplattform. Vorbild sind Alibaba (VR China) und JD.com. Allerdings kaufen russische Kunden immer öfter in asiatischen Webshops ein. Allein 2014

stieg die Beliebtheit von Online-Bestellungen in China um das Dreifache.

Kontaktanschriften:

Fashion Consulting Group
(Consulting, Marketing, PR)

125009 Moskau, Maly Gnezdnirowskij pereulok 4

Tel.: 007 495/629 74 25, -629 76 23

E-Mail: info@fashionconsulting.ru, Internet: <http://www.fashionconsulting.ru>

Russian Buyers Union

119034 Moskau, ul. Prechistenka 40/2, Gebäude 3, Büro 110

Tel.: 007 499/350 51 40

E-Mail: info@buyersunion.ru, relations@buyersunion.ru

Internet: <http://www.buyersunion.ru>

http://minpromtorg.gov.ru/docs/#!strategiya_razvitiya_legkoy_promyshlennosti_rossii_na_period_do_2025_goda (Text der Strategie und des Maßnahmenplans)

Quelle: Ullrich Umann und Edda Wolf, Germany Trade & Invest www.gtai.de