



Pressemitteilung

Frankfurter Restrukturierungsforum: Wandel im deutschen Modemarkt – Schlussverkauf oder noch Licht am Ende des Tunnels?

Frankfurt am Main, 7. Mai 2019. Bei seiner zwölften Veranstaltung beschäftigte sich das Frankfurter Restrukturierungsforum mit dem spannenden Thema „Wandel im deutschen Modemarkt – Schlussverkauf oder noch Licht am Ende des Tunnels?“. Rund 130 Gäste verfolgten die lebhafteste Diskussion. Das Panel war sich einig, dass der deutsche Modemarkt noch zu retten ist, wenn er sich an die sich ständig verändernden Geschäftsmodelle und Marktbedingungen agil anpassen kann.

Hans Peter Hiemer (Managing Partner, b4b GmbH) gab einen Einblick in die Zukunftsfragen des Modemarktes. Gleich zu Beginn machte er deutlich, dass die grundlegenden Marktchancen sowie auch -herausforderungen enorm seien. Vor allem der Fokus auf Probleme der Vergangenheit versperre vielen Unternehmen den Blick in die Zukunft sowie den damit zusammenhängenden Möglichkeiten. Die bekannten Systemfallen im Consumer Goods Business würden auch für die Handlungsmuster der Fashionindustrie gelten. Intransparenz sowie Entkopplung vom Verbraucher und dessen Wünschen seien die Folge. Durch die Digitalisierung in der Modeindustrie würden neue Möglichkeiten für Geschäftsmodelle entstehen, um die Unternehmen an den Verbrauchervünschen auszurichten. Hiemer berichtete, dass die meisten digitalen Transformationen von Modeunternehmen scheitern würden. Gründe dafür seien eine unbeherrschte Anpassungsfähigkeit an die operativen und systematischen Bedingungen. Nach Auffassung Hiemers bestehe die Herausforderung zum einen darin, die Lösungen, Prozesse und das spezifische Know-how für die Neuausrichtung im Unternehmen aufzubauen, sodass operative Probleme zeitnah überwunden werden können. Zum anderen sollen die Teams befähigt werden, Lösungen, Prozesse und Know-how permanent selbst so weiterzuentwickeln, dass die Geschäftsmodelle an die sich ständig ändernden Anforderungen der Zukunft angepasst werden können. „Kontinuierliche Echtzeit-Veränderungen, die direkt im Tagesgeschäft verankert sind, sind der entscheidende Erfolgsfaktor für die Entwicklung von zukunftsfähigen Lösungen“, so Hiemer.

In der anschließenden Podiumsdiskussion – moderiert von Julia Kappel-Gnirs (hww hermann wienberg wilhelm) und Eva Ringelspacher (Restrukturierungspartner) – betonte Andreas Tilch (Credit Risk Manager, R+V Allgemeine Versicherung AG), dass es auch in Zukunft den stationären Textilhandel gebe, allerdings in veränderter Form. Er forderte, dass Marken wieder klar erkennbar sein müssten, um so der Beliebigkeit und Uniformität entgegen zu wirken. Des Weiteren müsse Einkaufen künftig wieder zum Erlebnis für die ganze Familie werden und Handelsflächen vermehrt für Genuss und Entertainment genutzt werden. Tilch gab ferner zu bedenken, dass die Konsolidierung in der Modeindustrie durch die Digitalisierung bedingt werde und der Trend zum Online-Shopping sowie der Eintritt neuer Mitbewerber weitergehen werde. „Die Finanzierer des Handels werden zukünftig noch mehr auf das Geschäftsmodell und dessen Zukunftsfähigkeit achten“, so Tilch. Dies gelte vor allem für Unternehmen in der Restrukturierung und Sanierung.

Angesprochen auf die Frage wer in der Vergangenheit überhaupt in den schwierigen Modemarkt der letzten Jahre investiert habe, berichtete Frank Günther (Managing Director, One Square Advisors GmbH), dass die Banken die Risiken rechtzeitig erkannt und sich häufig aus den Finanzierungen zurückgezogen bzw. ihre Engagements heruntergefahren hätten. Die leidtragenden Gläubiger seien in der Regel Anleihegläubiger und Schuldscheininvestoren. Günther gab an, dass er als Investoren in der Zukunft hauptsächlich Hedgefonds, spezialisierte Private Equity Investoren und strategische Investoren sehe. Wichtige Kriterien für die Attraktivität von Investments seien die Unternehmensgröße,

eine klare Positionierung im Markt und eine Differenzierung durch das Generieren einzigartiger Einkaufserlebnisse.

Hierzu ergänzte Dr. iur. Christian Gerloff (Rechtsanwalt, Fachanwalt für Insolvenzrecht Gerloff Liebler Rechtsanwälte), dass gerade viele deutsche Marken in die Jahre gekommen seien. Vor diesen Unternehmen würde die schwierige Aufgabe stehen, sich neu zu erfinden und neue Kundenschichten zu erschließen. Zudem würde es auch neue frische Marken bedürfen. Weiter war Gerloff der Meinung, dass insbesondere auf dem deutschen Markt bei Mode sehr stark auf Flexibilität sowie vielseitige Einsatz- und Verwendungsmöglichkeiten geachtet werde. Auch hier gelte es, wieder mehr auf die Kundenwünsche einzugehen, statt gefühlt mehr für den Laufsteg zu designen.

Die Veranstalter des Frankfurter Restrukturierungsforums sind Brinkmann & Partner Rechtsanwälte | Steuerberater | Insolvenzverwalter, Ernst & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, hww hermann wienberg wilhelm und Restrukturierungspartner. Das Restrukturierungsforum ist eine Plattform für Experten der Branche und bringt zwei Mal pro Jahr alle an der Sanierung eines Unternehmens Beteiligten zusammen. Hochrangige Gäste stellen aus verschiedenen Blickwinkeln ein aktuelles Thema vor und teilen ihr Expertenwissen mit den Gästen in der Diskussion. Mehr unter: www.frankfurter-restrukturierungsforum.de. Die nächste Veranstaltung findet im Herbst 2019 statt.