



Die Inflation wird als „riskante Zeit“ für die Mode- und Bekleidungsbranche gesehen. Wenn Kunden bei ihren Einkäufen zwischen Textilien und Essen abwägen, ist das meist ungünstig für die Textilbranche...

Der Sommerschlussverkauf, der am Mittwochmorgen beginnt und am 19. Juli endet, findet dieses Jahr in einem unsicheren ökonomischen Umfeld, das von einer galoppierenden Inflation geprägt ist, statt. Die Einzelhändler hoffen auf eine spürbare Wiederbelebung der Branche, die im Mai nur einen „fragilen“ Aufschwung erlebt hat.

Yohann Petiot, Generaldirektor der Alliance du Commerce (Bekleidungsgeschäfte, Schuhgeschäfte und Innenstadtgeschäfte), versicherte gegenüber der Agentur AFP, dass es ab dem Beginn des Schlussverkaufs am Mittwoch günstige Angebote geben wird.

Allerdings sei es schwierig zu wissen, wie die Kunden reagieren werden und noch schwieriger, die Besucherzahlen in den Geschäften in den nächsten Tagen vorherzusagen, so Petiot, vor allem wegen der höchsten Inflation seit 30 Jahren.

Die Einzelhändler hoffen, ihre Liquidität aufbessern zu können, da die Verkäufe in den Geschäften laut der Alliance du Commerce seit Anfang 2022 im Vergleich zu 2019 immer noch einen kumulierten Fehlbetrag von „-7 %“ verzeichnen, trotz eines leichten Aufschwungs im Mai.

Hinzu kommt der derzeitige Anstieg der Produktions-, Betriebs- und Transportkosten, der die gesamte Wirtschaft getroffen hat. Die Händler versuchen, ihre Margen zu erhalten ohne die steigenden Kosten vollständig an die Kunden weiterzugeben. Hinzu kommt, dass im April auch die Rückzahlung der staatlich garantierten Covid-Überbrückungs-Kredite begann.

Die Stimmung der Haushalte und Konsumlust der französischen Haushalte ist seit Beginn des Jahres auf einem Tiefpunkt. Sie leiden unter dem Konflikt in der Ukraine und dem damit verbundenen Anstieg der Kosten für Energie, Transport und Lebensmittel.

Auch die Umweltbedenken der Verbraucher könnten sich auch negativ auf die Besucherzahlen in den Geschäften auswirken, während der Second-Hand-Markt immer mehr Zulauf erlebt.

An der Börse sehen die Vertreter der „Fast Fashion“ wie Boohoo, Asos, Zalando oder auch der spanische Riese Inditex seit Anfang des Jahres auch nicht besonders gut aus.