

# Auf den zweiten Blick

### „Fast Fashion“ war das Erfolgsmodell der Modebranche. In der Krise wollen viele nachhaltiger einkaufen

VON SANDRA LOUVEN UND FLORIAN KOLB

MADRID – Als die Zara-Läden in Madrid vor zwei Wochen wieder öffneten, bildeten sich lange Schlangen vor den Türen. An der Edelmeile Serrano harzten zum Teil über 20 Kunden in der Frühjahrs-sonne aus, um trotz Einlassbeschränkung endlich wieder das zu tun, was ihnen in zwei Monaten der Ausgangssperre verwehrt war: Stoffe fühlen, Kleidung ausprobieren und Teile kombinieren. Mode ist taktisch: 80 Prozent des Umsatzes erzielt die Branche in Filialen und nur 20 Prozent online. Die Coronakrise, die rund um den Globus zu Shutdowns führte, setzt der Branche deshalb stark zu. Der weltweit größte Modeeinzelhändler, der spanische Konzern Inditex, hat in seinem ersten Quartal, das von Februar bis April läuft, 44 Prozent weniger verkauft als im Vorjahreszeitraum. Das teilten die Spanier im Laufe dieser Woche mit.

Die Mutter von Marken wie Zara, Massimo Dutti oder Pull&Bear rutschte damit erstmals in der Unternehmensgeschichte in die roten Zahlen und verbuchte einen Nettoverlust von 409 Millionen. Im Vorjahr hatte der Konzern zum Jahresauftakt noch ein Gewinn von 734 Millionen erzielt. Die Onlineverkäufe stiegen zwar um 50 Prozent und damit stärker als die von Wettbewerbern wie GAP (13 Prozent) und H&M (32 Prozent). Im April, als die meisten Läden weltweit geschlossen waren, schnied der Onlineumsatz von Inditex sogar um 95 Prozent in die Höhe. Unter dem Strich blieb dennoch ein dickes Minus.

Die Lage des Branchenprimus wirft ein Schlaglicht auf eine Branche, die schon vor der Coronakrise durch neue Online-wettbewerber und den Ruf nach mehr Nachhaltigkeit unter Druck stand. Covid-19 verstärkt diese Trends. Damit gerät auch das Modell der sogenannten „Fast Fashion“ – schnell wechselnde Kollektionen, die sich in der laufenden Saison den Wünschen der Verbraucher anpassen – auf den Prüfstand.

Inditex hat dies perfektioniert. Die Spanier haben damit in einem Markt mit schrumpfendem Wachstum neue Absatzrekorde erzielt. Doch die Folge ist, dass branchenweit über die Hälfte der Moderteilung schon innerhalb eines Jahres im Müll landet. Mit der nun stärker denn je erhobenen Forderung nach Nachhaltigkeit



Zurück im Laden. 80 Prozent des Umsatzes erzielt die Branche in Filialen und nur 20 Prozent online – Mode ist etwas zum Anfassen.

Foto: Paul Faith/APP

ist das nicht zu vereinbaren. Jede Krise bietet auch die Chance, darüber nachzudenken, wie man sein Geschäft für die Zukunft gestalten will“, sagte Alexander Birken, Chef der Otto Group, dem „Handelsblatt“. Der Modehandel werde sich ändern müssen, der Anteil von Fast Fashion am Gesamtmarkt könne dadurch sinken. „Bei vielen Konsumenten bekommen Nachhaltigkeit und Kreislaufwirtschaft einen immer höheren Stellenwert“, sagt Birken. Langfristig erwartet der Analyst Richard Chamberlain von RBC Capital einen Trend zu Mode aus zweiter Hand. „Das legt eine Befragung von Verbrauchern nahe, die wir während der Coronakrise durchgeführt haben“, sagt er. „Dannach wird Secondhandmode immer populärer und auf lange Sicht zu einer strukturellen Bedrohung für Fast-Fashion-Einzelhändler wie Primark und H&M.“

Mit dieser Erwartung ist er nicht allein. „Viele Menschen fangen an nachzuden-

ken, wiesie konsumieren wollen. Wir werden in Zukunft den Kunden auch gebrauchte Waren anbieten“, sagt Otto-Chef Birken. Noch ist das Zukunftsmusik. Aber Probleme von Modediscussant wie Primark, der im vergangenen Jahr die Fläche einiger Shops in Deutschland verkleinerte, könnten Anzeichen einer veränderten Verbrauchermentalität sein. Wenn Inditex hier vorangeht, könnte das Signalcharakter haben. Denn viele Rivalen haben in den vergangenen Jahren mit mehr oder weniger Erfolg versucht, das Modell zu kopieren. Die Spanier sind mit einer ausgereiften Logistik, geografisch diversifizierter Produktion und einem Digitalkonzept, bei dem Filialen als Online-lager dienen, immer noch führend. Die DZ Bank hält das Logistiksystem von Inditex für das „effizienteste der Branche“ und geht davon aus, „dass Inditex die Krise besser überstehen wird als viele der unmittelbaren Wettbewerber“.

Anders als viele Rivalen produzieren die Spanier nicht in erster Linie in Asien, sondern fertigen rund 60 Prozent der Produkte in Spanien, Portugal, Marokko und der Türkei. Diese Nähe zu ihren wichtigsten Absatzmärkten ermöglicht kurze Lieferzeiten und schnell wechselnde Kollektionen – die sich danach richten, was in den Läden gerade gut läuft. Die wichtigste Innovation von Fast Fashion sind nicht niedrige Preise, sondern schnelle Lieferungen, erklärt Philip Moscoso, Einzelhandels-Experte der Business School IESE in Barcelona. Kurze Lieferwege helfen zudem, Transportkosten zu sparen und den Aufbau großer Lagerbestände zu vermeiden, die mit Rabattaktionen geleert werden müssen, wenn eine Kollektion flopt oder das Wetter ungünstig ist. Das Prinzip hat sich für Inditex auch in der Coronakrise bewährt: Während die Lager zahlreicher Hersteller mit unverkaufter Ware und vorbestell-

ten, neu ankommenden Lieferungen aus Fernost vollfließen, hat Inditex seine Lagerbestände in der Krise um zehn Prozent reduziert. Die Pandemie verstärkt nun die Bemühungen der Wettbewerber, ebenfalls weniger abhängig von China und Asien zu werden. Uneins sind sich Experten darin, wie sich die akute Krise kurzfristig auf die Nachhaltigkeit auswirken wird. „In einer Rezession gucken die Verbraucher vor allem auf ihren Geldbeutel, da treten andere Themen in den Hintergrund“, glaubt Einzelhandels-Experte Moscoso. Die Barclays-Analysten dagegen gehen davon aus, dass anders als in vorangegangenen Krisen kein Zurück mehr möglich ist. „Da viele Themen während der Pandemie in der Öffentlichkeit stark diskutiert wurden, werden Modemarken unter starken Druck geraten, verantwortungsbewusst zu handeln“, erwarten sie. Sicher ist: Große Konzerne sind viel besser als

kleine in der Lage, verschärfte Umwelt- und Sozialstandards zu erfüllen und die Umsatzeinbrüche der Krise zu meistern. Branchenkenner erwarten deshalb, dass sich der Markt weiter konzentrieren wird.

Die Aussichten für die Branche sind auch langfristig düster: Die Unternehmensberatung Boston Consulting geht davon aus, dass die Umsätze der Modebranche in diesem Jahr um 30 und im kommenden Jahr um 15 Prozent sinken werden. Onlineverkäufe würden zwar auch nach dem Ende der Ausgangssperren weiter steigen, aber den fehlenden Ladenumsatz nicht kompensieren. Inditex macht aus der Not eine Tugend und beschleunigt den eigenen Konzernumbau. Unternehmenschef Isla kündigte am vergangenen Mittwoch an, dass der Konzern in diesem und dem kommenden Jahr 1000 bis 1200 Läden schließen und 150 neue, größere Einheiten eröffnen wird. Die Logik dahinter: Der Konzern setzt seit 2012 sukzessive auf große Stores, die gleichzeitig als Online-lager dienen und digitale Bestellungen verschicken. „Der beschleunigte Umbau ist die richtige Entscheidung in der aktuellen Lage“, sagt Simon Irwin, Analyst bei Credit Suisse. „Inditex ist seinen Wettbewerbern weit voraus beim Umbau der Läden und der Integration von Online- und Offlineshopping.“ Die Aktie der Spanier legte am Mittwoch nach der Präsentation des Plans rund zwei Prozent zu.

Irwin geht davon aus, dass das Modell von Inditex in der Branche Schule machen wird. „Wir werden in Zukunft deutlich weniger Modeschäfte sehen und einen kräftigen Zuwachs beim Onlineverkauf erleben. Für die Branche ist der Schwenk

ANZEIGE  
TAGESSPIEGEL  
Auktion  
14. bis 21. Juni 2020  
Über 300 Angebote unter  
www.tagesspiegel.de/auktion

Richtung Onlinehandel ein Risiko, weil die Margen dort durch zahlreiche Rücksendungen geringer sind als im stationären Handel und sie mit reinen Online-Rivalen konkurrieren, die keine Ladeninfrastruktur besitzen und ihre Produkte zu niedrigeren Preisen anbieten.“ Isla versichert jedoch: „Online wird die Profitabilität keineswegs verwässern.“ Mit einer Bruttomarge von 58 Prozent liegt der Konzern über dem Schnitt der Branche. HB

ANZEIGE  
Das biografische Rätsel  
Jetzt als Buch:  
Das biografische Rätsel  
„Wer wars?“ fragt der Tagesspiegel immer zu Ostern und Weihnachten seine Leser und sucht prominente historische Figuren aus Kultur, Gesellschaft oder Politik. In diesem Buch ist nun eine Auswahl von 150 Persönlichkeiten aus 15 Themengebieten versammelt, die es zu erraten gilt. Die oft überraschenden Lösungen findet man im Anhang. Ein spannendes Rätselbuch für Geschichts- und Kulturinteressierte, das süchtig macht.  
Roif Brockschmidt (Hg.): Das Biografische Rätsel, Verlag Der Tagesspiegel, Softcover, 132 Seiten  
12,95 €  
Bestellnummer: 19552  
SHOP TAGESPIEGEL  
shop.tagesspiegel.de  
Bestellhotline (030) 290 21-520

FAMILIENEREIGNISSE, GLÜCKWÜNSCHE  
33-jähriges Praxisbüro  
D. Dr. Karl-Georg Puchhammer  
KLEINANZEIGEN A-Z  
ANTIQUITÄTEN/ANKAUF  
Kaufe alte Ölgemälde, auch besch., Silber, Bronzen, Nachlässe, Schmuck, Uhren, Porzellan. Dr. Richter, 01 70 / 5 00 99 99  
BÜCHER/ANKAUF  
Antiquariat kauft kompl. Bibl. 0306144425  
REISE/NLND  
Annaberg-Buchhof (Erzg.) Wunderbare Altstadt-Apartments, 017 27 03 73 51, Fotos unter Facebook/Google „KS-Sultes“

WWF  
JETZT SCHÜTZEN: www.de/protector  
AUSSEERGEWÖHNLICH. ENGAGIERT!  
Werden Sie - Global Green Protector - und bewahren Sie die Artenvielfalt unserer Erde.

Schaufenster Berlin  
BETTEN-NORDHEIM  
Berlins größtes Fachgeschäft für den gesunden Schlaf!  
www.betten-nordheim.de  
Massivholz-Bettgestelle in Komforthöhe  
Hochwertige, stabile Verarbeitung in vielen Farb- und Größen: 90/190 - 90/200 - 140/200 - 120/200 - 140/200 - 160/200 - 180/200 - 200/200 - und Überlängen 210/220 cm.  
Unser Service: Fachberatung, Lieferung mit Montage, Entsorgung von Altbettgestellen, Böden und Matratzen.  
bettoflex Betten-Nordheim - Berlins größter Lattoflex-Händler  
In Schöneberg: Nollendorferplatz 8-9, Tel.: 216 60 15  
In Schöneberg: Bayerischer Platz 11, Tel.: 26 63 88 89  
In Schmagendorf: Breite Straße 19, Tel.: 89 70 22 90  
In Tegel: Berliner Straße 13, Tel.: 433 40 30  
Unternehmenssitz: Betten-Nordheim GmbH & Co. KG, Grunewaldstraße 46, 10823 Berlin

MAGAZZINO  
KLEIDER  
und andere schöne Kleider für diesen Sommer  
Z.B. massi, Laminis, Canalis, Magasin, Andrea Lux, Joli, Gialla, European Culture, Gialla, La Seta, Fox's, w.e.t., Zyrilka, Harfford, Wollsch  
U.V.M.  
Die Spezial Label-Elemente Cleanstyle  
MAGAZZINO Italia & Milano Lager Spazio 8, 8716  
Güterstraße 21, Berlin-Wilmersdorf, Tel. 030 873 99 46  
Öffnung: Mo-Mi 10-18.30, Do-Fr 10-20, Sa 9.30-18 Uhr  
www.magazzino.de - 193 Gieselerstr. - 103179 Berlin

Prima: Auf dem Schlafsofa Malou kann man auch sehr bequem sitzen!  
WIEDER GEÖFFNET!  
schon ab 1.498,- Euro\*  
Tragende Gestellteile und Auszug aus massivem Buchenholz. Lattenrost für mehr Liegekomfort, verstellbare Armlehnen, 5 Jahre Hersteller-Garantie auf das gesamte Sofa außer Bezug.  
Kusian. So schön kann Wohnen sein!  
Kusian Einrichtungshaus GmbH, Blankestraße 4, 13403 Berlin Reinickendorf, Tel.: 030 / 498 98 60, www.kusian.de, Mo-Fr 10-19, Sa 10-16 Uhr  
frei parken im Hof  
Preis ohne Deko (ohne abgebildete Sonderausstattung, Anlieferung frei Wohnung)

Erste Wahl.  
Ihr Angebot täglich im Schaufenster  
Anzeigenschluss am Werktag vor Erscheinen, 10 Uhr, für die Sonntagsausgabe Freitag, 15 Uhr  
Tel.: (030) 290 21-576, Fax: (030) 290 21-566, lokalesteam@tagesspiegel.de  
CZESNY MARKISEN  
SOMMER & SONNE sind nicht abgesagt  
Entspannung unter Ihrer neuen SOLIDUX Markise auch nicht!  
Wir freuen uns auf Sie! Ihr Uwe Czesny & Team  
www.czesny-markisen.de  
Tel. 892 64 04  
Brandenburgische Str. 18  
14727 Berlin-Wilmersdorf  
Mo-Fr 9.00-17.00 Uhr  
WIR KOMMEN GERN!

DAHLEM HAT EIN NEUES MUSEUMSCAFÉ!  
Direkt am Brücke Museum liegt Sie das unter Denkmalschutz stehende Kunsthause Dahlem.  
Ein imposanter Ort, unter Kafern gelegen, mit wunderschönem Garten, großer Terrasse und genug Platz für ausreichende Sicherheitsabstände auch in diesen Zeiten.  
Tägl. ab 11 Uhr geöffnet  
Kuchen & Torten, Kaffee, hausgemachte wechselnde Mittagsgerichte  
Küschensberg 12  
14192 Berlin  
Telefon 890 46 100  
SIE SIND EINGELADEN! Gutschein über eine Kaffee-spezialität Ihrer Wahl!  
gültig bis 01. Juli 2020 -  
www.café-im-kunsthause-dahlem.de

Wir sind wieder für Sie da!  
30% auf Schmuck im Verkauf bei Joel Juwelen  
Nur bei jeder die extreme Wahlwert  
Erhöhung des Goldpreises  
Gold-Ankauf Münzen, Barren, Zahn- und Bruchgold, Schmuck  
333er, 585er, 750er, 900er Aktion bis 30.06.2020  
50,- €/g\* Feingehalt  
Sofort Bargeld  
Tageskurs erfragt  
Auch Ankauf von Luxusuhren: Breitling, IWC, Patek Philippe, Rolex, Omega  
Vacheron Constantin, Hublot  
Tempelhofer Damm 150 - 12059 Berlin-U-Bhf. Alt-Tempelhof  
030 / 75 44 56 91 - www.joeljuwelen.de

Nach Ihnen die Zukunft?  
Sie möchten Menschen helfen – auch über Ihr eigenes Leben hinaus? Bestellen Sie unseren kostenlosen Testament-Ratgeber.  
Tel.: 0241-442 989 www.miserere.de/info-testament  
MISERERE

WWF Deutschland - Nina Dahn - www.kochenWerde.de  
Reichardtstr. 18 - 10117 Berlin - T. 030 311 777-332

ANZEIGE  
TAGESSPIEGEL  
Attraktiv dekoriert.  
Ihr Angebot täglich im Schaufenster  
Anzeigenschluss am Werktag vor Erscheinen, 10 Uhr, für die Sonntagsausgabe Freitag, 15 Uhr  
Tel.: (030) 290 21-574, Fax: (030) 290 21-566, lokalesteam@tagesspiegel.de  
TAGESSPIEGEL