

NEWS-
LETTER



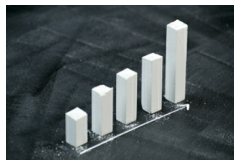
BTE-Magazin
für den Modehandel

Persönliches Exemplar für

Anzeige



Textileinzelhandel: Umsatzplus in 2017



Trotz erschwelter kalendarischer Bedingungen haben die Modehändler den Dezember mit einem kleinen Plus abgeschlossen. Sie erreichten in diesem Monat durchschnittlich einen Umsatzzuwachs von zwei Prozent. Damit endete das Jahr 2017 für den inhabergeführten Textileinzelhandel mit einem Umsatzplus von einem Prozent. [weiterlesen](#)

Verbraucherumfrage: Mode-Budgets bleiben 2018 stabil



Nach einer Studie der Prüfungs- und Beratungsgesellschaft Ernst & Young wollen drei Viertel der Verbraucher in diesem Jahr genauso viel für Mode ausgeben wie 2017. Insgesamt bleibt die Stimmung der Deutschen positiv, die gute konjunkturelle Lage in Deutschland lässt sie optimistisch in die Zukunft blicken. [weiterlesen](#)

Anzeige

Mobile Verkaufsunterstützung

- ✓ Digitales Warenmanagement
- ✓ Effektive Verkaufsunterstützung
- ✓ Stilberatung durch Curated Shopping
- ✓ Omnichannel in der Filiale

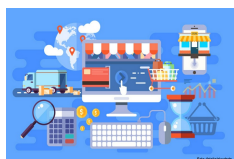
futura4SalesAssistant

www.futura4retail.com

Besuchen Sie uns auf der EuroCIS in Düsseldorf vom 27.02.–01.03. 2018 Halle 9 – Stand F06

EuroCIS

Lokale Online-Marktplätze: Viele Händler sind unzufrieden



Lokale Online-Marktplätze erhalten von den Händlern vor Ort keine guten Noten. Eine Befragung ergab, dass bei 60 Prozent der Teilnehmer weder die Anzahl der Kunden noch der Umsatz gestiegen seien und Services wie Click & Collect oder Online-Bestellungen selten bis nie genutzt würden. [weiterlesen](#)

Stationärer Handel: Sichtbarkeit im Internet erhöhen

Viele Kunden bereiten ihren Kauf im stationären Handel inzwischen durch eine Online-Recherche nach bestimmten Marken oder lokalen Geschäften in ihrer Nähe vor. Wer als Händler digital nicht auffindbar ist, wird auch offline von diesen Kunden häufig nicht angesteuert. Mit den



nachstehenden drei Tipps kann die Sichtbarkeit im Netz optimiert werden. [weiterlesen](#)

Anzeige

SAVE THE DATE BTE-KONGRESS | 06. Juni 2018 | Köln JETZT ANMELDEN!

FASHION-EMOTION 4.0
Profilierung des Modehandels – lokal und digital

BTE
Handelsverband
Textil

Mastercard: Loyalitätsprogramm auch in Deutschland gestartet



Mit dem Kundenbindungsprogramm „Priceless Specials“ möchte Mastercard mehr Kunden dazu animieren, die Kreditkarte häufiger und auch zur Zahlung kleinerer Beträge zu nutzen. Unabhängig von der Höhe des Zahlungsbetrags erhalten die Karten-Inhaber pro Zahlungsvorgang einen sogenannten Coin. Ab fünf Coins gibt es bei ausgewählten Partnerunternehmen Prämien. [weiterlesen](#)

Online-Shops: So werden aus Interessenten Käufer



Eine unvollständige Produktbeschreibung, schlechte Fotos, eine fehlende Bezahlart oder zu hohe Versandkosten: Viele Interessenten brechen den Kaufvorgang ab und verlassen den Shop, ohne etwas bestellt zu haben. Der wahre Grund für den Kaufabbruch ist nicht immer transparent, trotzdem gibt es konkrete Ansatzpunkte, wie die Conversion Rate verbessert werden kann. [weiterlesen](#)

Anzeige

BTE KompetenzPartner
Erfolg für den Modehandel

TREFFER
für Modeeinzelhändler

h+p
hachmeister + partner

hutter & unger

4Dmagic
DYNAMIC ENTERTAINMENT

SEK

Fashion Spots

Store of the Year: Vergangenen Mittwoch wurden in Berlin vom HDE die diesjährigen Preisträger gekürt. Im Fashion-Segment wurde der Arnberger Concept-Store „GL- Die Mode“ als Store of the Year ausgezeichnet. Der Marc O’Polo-Store im Heringsdorfer Strandcasino auf Usedom erhielt einen Sonderpreis.

Modehaus Leffers: Im Oldenburger Modehaus wird aktuell das Erdgeschoss umgebaut. Für März ist die Eröffnung einer neuen Beauty-Abteilung mit Düften sowie pflegender und dekorativer Kosmetik geplant.

L+T: Auch in Osnabrück steht eine Neueröffnung an. Anfang März geht das neue, 5.000 qm große Sporthaus mit Anbindung an das Haupthaus an den Start. Eins von vielen Highlights wird eine stehende Welle sein, auf der Surfer dann mitten in Osnabrück trainieren können.

Martha Louisa: Die mytheresa-Gründer Susanne und Christoph Botschen, die ihr Unternehmen 2014 an die amerikanische Neimann Marcus Group verkauft hatten,

wollen im März mit Martha Louisa an den Start gehen – einem Onlineshop für Damenschuhe im Luxussegment.

LDT Nagold: Die Akademie für Modemanagement hat ein „Look-Book“ herausgebracht. Auf 20 Seiten berichten prominente Testimonials, wie sie durch das Studium an der LDT auf eine Karriere in der Modebranche vorbereitet wurden. Es kann [hier](#) heruntergeladen werden.

Kontaktloses Bezahlen: Der HDE hat einen Leitfaden zum Thema „Kontaktlose Zahlungen akzeptieren“ aufgelegt, mit dem Händler bei der Einführung innovativer Bezahlssysteme sowie auch bei der entsprechenden Schulung des Personal unterstützt werden. Nähere Informationen finden Sie [hier](#).

Comma: Ab Juli 2018 bringt Comma mit der „Exclusive Edition“ eine monatlich wechselnde Premium-Kapsel auf den Markt, die drei bis fünf Teile umfasst und ausschließlich in den eigenen Stores, bei ausgewählten Retail-Partnern sowie im Comma-Onlineshop erhältlich sein wird.

Digel: Der Menswear-Spezialist aus Nagold konnte 2017 einen Umsatz von 110 Millionen Euro erzielen und erreichte damit gegenüber dem Vorjahr ein Wachstum von knapp acht Prozent. Stärkster Wachstumstreiber war mit einem Plus von elf Prozent der Heimatmarkt.

Jack & Jones: Das Menswear-Label der dänischen Bestseller-Gruppe erweitert sein Größen-spektrum: Ab Herbst 2018 wird es auch eine Plus-Size-Kollektion mit Oberteilen von 2XL bis 6XL und Jeans in den Größen von 40 bis 54 Inch geben.

Pioneer Authentic Jeans: Die Ahlers Gruppe startet zur kommenden Herbst-Winter-Saison 18/19 mit „Pioneer Red Edition“ eine neue Kollektionslinie, die im höherpreisigen Marktsegment positioniert ist. Die Linie umfasst zwölf Passformen, die in verschiedenen Denimqualitäten erhältlich sind. Die VK-Preise liegen zwischen 89 und 149 Euro.

Roy Robson: Die Lüneburger HAKA-Marke konnte 2017 ein Umsatzplus von sieben Prozent erzielen und hat die Umsatzmarke von 100 Mio. Euro überschritten. Im Inland betrug das Umsatzwachstum sechs Prozent.

E-Commerce: Laut Bundesverband E-Commerce und Versandhandel (bevh) ist der E-Commerce-Umsatz in Deutschland um 10,9 Prozent auf 58,466 Mrd. Euro gestiegen. Besonders erfolgreich entwickelt sich der Umsatz von Multichannel-Händlern mit Herkunft aus dem stationären Geschäft (plus 26,2 Prozent).

Branchenmessen: Updates & News

Gallery Shoes: Vom 11. bis 13. März 2018 findet im Düsseldorfer Areal Böhler zum zweiten Mal die neue Schuhmesse der Igedo Company statt. Auf einer vergrößerten Ausstellungsfläche werden 500 Brands aus 17 Ländern gezeigt. Eine klare Segmentierung in verschiedene Zonen (z.B. Premium, Urban & Contemporary, KidsZone) erleichtert den Messebesuchern die Orientierung.

Premium Group: Wie unmittelbar nach der Berlin Fashion Week bekannt wurde, wurde die Premium Group (u.a. Veranstalter der Messen Premium, Seek, Bright, Show & Order) von dem internationalen Unternehmen Clarions Events übernommen. Konzept, Ausrichtung und auch das Management-Duo mit Anita Tillmann und Jörg Arntz bleiben unverändert.

Einen Überblick über die wichtigsten Messetermine finden Sie [hier](#).

Save the date

4. BTE-Kongress Fashion-Emotion 4.0



Am 6. Juni 2018 findet der BTE-Kongress „Fashion-Emotion 4.0: Profilierung des Modehandels lokal und digital“ statt. In Fachvorträgen, Podiumsdiskussionen und anhand interessanter Best-Practise-Beispiele wird den Teilnehmern aus dem Fachhandel aufgezeigt, wie sie sich in einer digitalen Welt erfolgreich profilieren können. Schwerpunktthemen: Innovative Geschäftskonzepte, Online-Marketing, Visual Merchandising und digitale Tools. Weitere Informationen finden Sie [hier](#).

Weitere Veranstaltungen:

[BranchenForum Handelslogistik.NRW](#), 28. Februar 2018 in Hamm

BTE-Seminar „Rechtssicherer Online-Shop“, 1. März 2018 in Köln

BTE-Workshop: „Per Smartphone-App Marketing-Kosten senken und Kunden entwickeln“, 14. März 2018 in Köln

BTE-Workshop „Kreativtechniken für Marketing, Blogs, Facebook & Co.“, 15. März in Köln

BTE-Seminar „Mitarbeiterführung 4.0: Mitarbeiterpotenziale begeistert entwickeln“, 21. März 2018 in Köln

BTE-Seminar „Erfolg mit Fast Fashion: Limitverschiebung, Trendresearch, Bestsellermanagement“, 15. Mai 2018 in Köln

BTE-Workshop „Reklamationsmanagement im Modeeinzelhandel“, 27. Juni 2018 in Köln

Deutscher Modehandelskongress (BTE/TW), 7./8. November 2018 in Düsseldorf

Impressum:

Institut des Deutschen Textileinzelhandels (ITE) GmbH
in Zusammenarbeit mit dem Bundesverband des Deutschen Textileinzelhandels e.V.
Postfach 10 18 65
50458 Köln
GF: J. Dax, Prof. Dr. S. Jacobs
Tel.: 0221/921509-0
Fax: 0221/921509-10
E-Mail: mbNewsletter@bte.de

[Newsletter abbestellen](#)