

Vor allem die gestiegenen Baumwollpreise werden ab der Herbst/Winter-Kollektion dazu führen, dass Mode teurer wird.

Im Februar erreichten die weltweiten Baumwollpreise Rekordhöhen. Baumwollpreise von umgerechnet mehr als 3,70 Euro waren zu zahlen, während Baumwolle im Jahr davor etwa die Hälfte kostete. Der Grund für den enormen Preisanstieg waren Angebotsengpässe, eine starke Nachfrage und die Abwertung des US-Dollars. Inzwischen sind die Preise erstmals nach sieben Monaten wieder gesunken. „Es gibt zwar eine leichte Entspannung, letztendlich heißt das aber nur, dass es nicht noch schlimmer wird“, kommentiert Seidensticker-Geschäftsführer Gerd Oliver Seidensticker



© AKTIV Wirtz

Auch beim Cotton Council International in Düsseldorf erwartet man nicht, dass die Preise sinken werden. Insgesamt werde die weltweite Anbaufläche für Baumwolle im Erntejahr 2011/12 voraussichtlich um sieben Prozent auf 36 Millionen Hektar anwachsen und somit den höchsten Stand seit 17 Jahren erreichen. „Die weltweite Baumwollproduktion soll um geschätzte neun Prozent auf die Rekordmenge von mehr als 27 Millionen Tonnen im Jahr 2011/12 zunehmen. Die derzeit nur sehr gering frei verfügbaren Mengen werden wohl kaum zu einer schnellen Entspannung führen. Es ist auch weiterhin mit einem starken Druck auf die Preise und unerwartete Preisausschläge bis zum Ende der Saison zu rechnen“, heißt es aus Düsseldorf.

Auf diese Entwicklung reagiert die Branche: Lange habe man sich zurück gehalten, ab Herbst müssten die Preiserhöhungen für Baumwolle an den Markt weiter gegeben werden, heißt es von den meisten Modeanbietern, egal ob Konfektionär, Hosenspezialist oder Stricker.



© Seidensticker GmbH

„Wenn wir alle Preiserhöhungen bei der Baumwolle weitergegeben hätten, hätten wir die Preise deutlich erhöhen müssen. Wir haben aber die Prozesse in der Herstellungskette weiter optimiert und den Gürtel enger geschnallt, um die Preiserhöhung moderat zu halten. Um einstellige Preiserhöhungen in bestimmten Preislagen kommen wir aber nicht herum“, sagt Gerd Oliver Seidensticker. Ganz bewusst wird Seidensticker die Eckpreislagen halten.

Ahlers hat für die Herbst/Winter-Saison die Anfangspreislagen gehalten aber etwas ausgedünnt. „Wir haben die Stückzahl in den mittleren bis oberen Preislagen ausgebaut und den Preis um etwa fünf bis zehn Prozent erhöht“, erklärt Geschäftsführerin Stella Ahlers. Probleme, die Preiserhöhungen beim Endverbraucher durchzusetzen, sieht die Firmenchefin nicht: „Wir haben eine erfreuliche Orderrunde mit deutlichen Pluszahlen abgeschlossen. Je profilierter die Marke am Markt auftritt, um so eher ist der Verbraucher bereit, etwas mehr zu zahlen“.



© Ahlers AG



© Bugatti GmbH

Auch beim Herrenmodespezialist bugatti Holding Brinkmann wird es Preiserhöhungen geben. „Wir bekommen unsere Kapazitäten in Fernost nicht mehr zum gewohnten Preis. Es wird eine moderate Steigerung von zwei bis fünf Prozent geben“, erläutert Geschäftsführer Klaus Brinkmann.

Bei Hosenspezialist Raffello Rossi lag die Preissteigerung bei den Stoffen für Winter 2012 teilweise bei 30 Prozent.

„Leider wurden die Preise so spät erhöht, dass wir unsere Verkaufspreise nicht mehr verändern konnten. Für Sommer 2012 lag die Preissteigerung dann insbesondere bei Baumwolle zwischen 10 und 30 Prozent“, erklärt Geschäftsführer Ralf Schellenberger. Auf mindere Qualitäten wird das Unternehmen nicht ausweichen. „Unser konsequentes Festhalten an hochwertigen Materialien bleibt bestehen“, so Ralf Schellenberger. Um Preiserhöhungen kommt Raffello Rossi dennoch nicht herum. Bei hochwertigen Stoffen wurden die Eckpreislagen zum Teil um eine Stufe nach oben gesetzt. Allerdings wurde in jedem Artikel mindestens ein Modell zum Vorjahrespreis kalkuliert, die Anfangspreislagen konnten gestärkt werden. „Wir haben einige hochwertige Basisstoffe einsetzen können, die jedoch ein sehr gutes Preis-Leistungsverhältnis haben. Dies ist möglich, da wir aufgrund des enormen Wachstums auch Stoffe mit großen Mindestmengen kaufen können. Unsere Durchschnittspreislage ist durch die oben genannte Strategie sogar etwas gesunken“, erläutert Ralf Schellenberger. Probleme, die Preise bei den Endverbrauchern durchzusetzen, sieht der Firmenchef nicht: „Die Verbraucher lesen und hören überall in der Presse von den gestiegenen Preisen bei Baumwolle. Die es sich leisten können, werden es akzeptieren. Die ändern werden weiter in ihren Preislagen kaufen und eventuell im Bereich Qualität Abstriche machen.“



© Schera GmbH



© Faber GmbH

Auch Strickspezialist Faber hat Preiserhöhungen zwischen fünf und zehn Prozent von der Vorstufe bestätigt bekommen und wird einen Teil davon weitergeben. „Natürlich werden wir versuchen, einen gewissen Preisaufbau über die gesamte Strickkollektion zu verfolgen. Dazu gehört die Berücksichtigung der Anfangspreislagen genauso, wie die Berücksichtigung der Eckpreislagen. Aber am Ende muss einfach das Preis-/Leistungsverhältnis eines Strickteils stimmen. Das ist das alles Entscheidende“, erklärt Faber-Geschäftsführer Markus Faber.

Susanne Schaper