

BAGGRUND

Fragmenteret modebranche

**Superregnskaber,
eksportsucceser, konkurrencer
og detailhandel i knæ**

En branche i store udsving med usikkerhed som hverdagskost. Chefredaktør på TØJ – Fashion & Business Trends, Louise Byg Kongsholm, gør status på den danske modebranche, som trods udfordringer stadig klarer sig flot generelt set.

Billedet af den danske modebranche kan beskrives som fragmenteret. Den ene dag er der nyheder om superregnskaber fra blandt andre Thygesen Textile Group, Rosemunde og DK Company. Den næste dag er der nyheder om konkurrencer, senest CNS Group, Dyrberg/Kern og B&C Textiler, og den næste om svingende regnskaber fra blandt andre Hummel og PWT Group.

Den ene dag handler den positive historie om voksende salg til markeder, der er vilde med dansk design. Konkret er dansk modeeksport steget med 5,2 procent fra 2017 til 2018 og tog efter lidt langsomme takter i første kvartal af 2019 revanche i andet kvartal. Den næste dag handler den positive, men også lidt skræmmende, historie om stigende nethandel, mens detailhandelssalget fortsat er presset.

Samlet set tegner der sig et billede af en branche med store udsving, hvor usikkerhed er hverdagskost, og hvor faktorer uden for modevirksomhedernes kontrol kan vælte et helt læs. Manglende betaling fra en storkunde, fejlleverancer eller kursudsving kan afgøre alt. Konsekvensen er virksomheder og brands, der skifter hænder hurtigere end tidligere – en hastighed, som netop kan lade sig gøre, da de store købestærke spillere har penge på kistebunden.

Succeshistorierne er mange

Trods usikkerheder tegner der sig et billede af en branche, hvor det stadig kan lade sig gøre at tjene rigtig gode penge. Kaster man et blik på de selskaber, der gør det godt, ser det ud til, at innovation og købmandskab går hånd i hånd. Bestseller er som altid i særklasse, men lige efter Bestseller afleveres der flere flotte regnskaber. Store danske modevirksomheder som DK Company, Mos Mosh, Ganni og Baum und Pferdgarten leverer regnskaber i fremgang med store overskud på bundlinjerne.

De mange flotte regnskaber er et bevis på, at selv om der er usikkerhed, og flere i branchen klager sig, så kan det stadig lade sig gøre at tjene gode penge. For at lykkes kræver det ledelse af høj kvalitet, der sikrer et stramt fokus med fravalg og vedholdenhed, samt at omkostningsbevidsthed og købmandskab går hånd i hånd med innovation og design.

Generel fremgang i branchen

På branchebladet toej.dk bliver 'temperaturen' på branchen taget ved at sammenlægge årsresultatet efter skat for samtlige virksomheder i den danske modebranche og sammenligne dette tal med samme tal året før. I øjeblikket ser billedet således ud: »

Temperaturen på den danske modebranche

	Alle virksomheder nu mod samme tid sidste år	Uden top 5	Gennemsnitligt årsresultat	Gennemsnitligt årsresultat uden top 5
Hele modebranchen*	6,61%	4,35%	16.813.818	2.743.887

Tal trukket den 4. juli 2019

*Der medregnes både fabrikanter, grossister, distributører, handelshuse, agenter og detailister.

Sam udgangspunkt anvendes nøgletal fra driftsselskaber og moderselskaber fremfor tal fra holdingselskaber.

Kilde: CVR

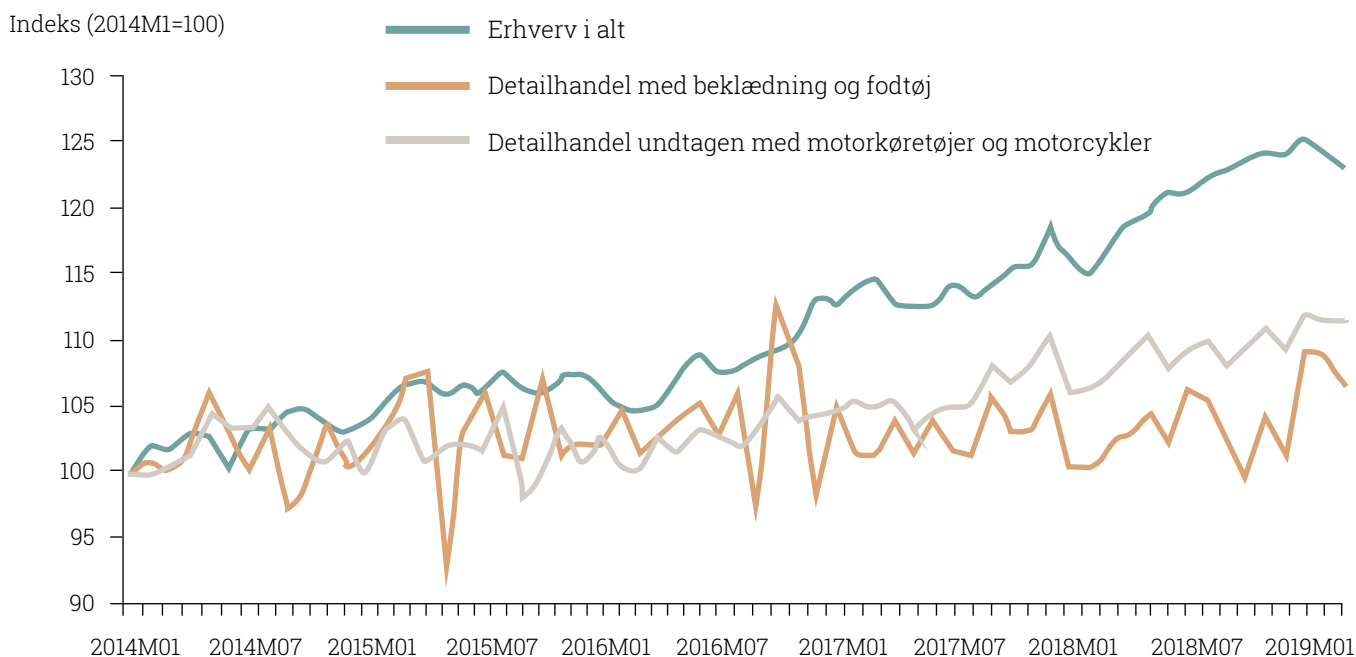
Det samlede årsresultat fra alle danske modevirksomheders seneste regnskab viser en stigning på 6,61 procent sammenlignet med forrige årsregnskab. Det indikerer således, at der generelt er fremgang i branchen. Sortsynet og de negative briller kan derfor godt lægges på hylden, om end branchen altid vil være påvirket af usikkerhed og store udsving.

Detail forsigtigt optimistisk

Den sammensatte konjunkturindikator for detailhandlen har haft en faldende tendens i mange år, men har oplevet en øget tro på fremtiden i andet halvår af 2018 og de første måneder af 2019. Der er dog ikke tale om jubel fra detailhandlen, der fortsat ser udfordringer med både nethandel, generationsskifter og beskæftigelse. Så optimismen er meget forsigtig og kun i små doser.

Tal fra Dansk Erhverv viser, at der i perioden fra januar 2014 til marts 2019 har været en vækst i omsætningen på omtrent 24 procent for den samlede økonomi. I samme periode har væksten været noget mindre for den samlede detailhandel og detailhandlen med beklædning og fodtøj. For den samlede detailhandel er omsætningen steget med 11 procent siden januar 2014, mens omsætningen for detailhandel med beklædning og fodtøj er steget med 6,6 procent. (Figur 1)

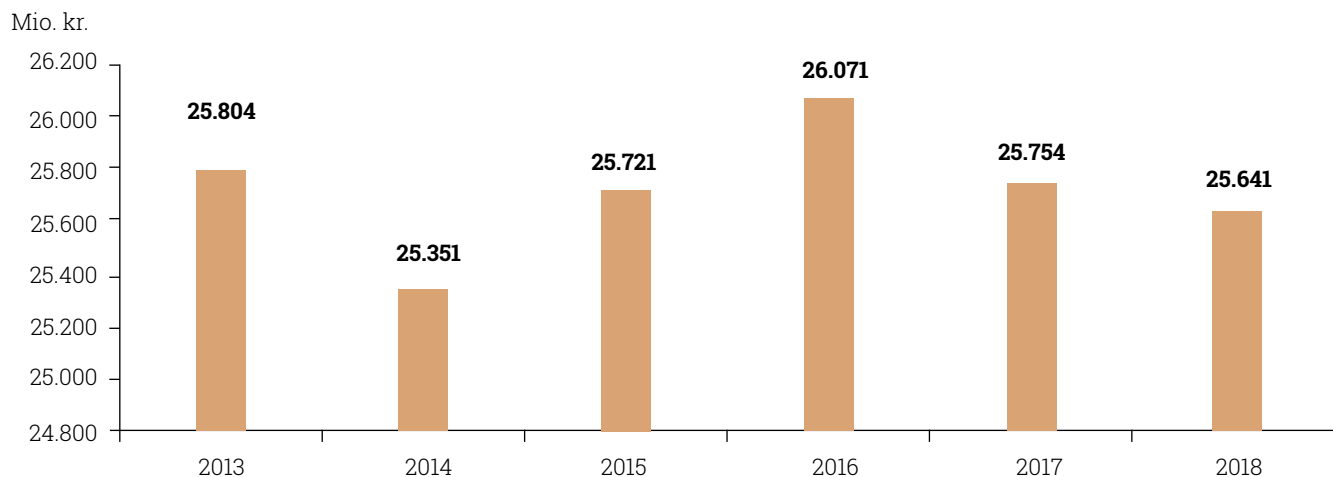
Figur 1: Omsætning i detailhandlen og den samlede økonomi



Kilde: Dansk Erhverv, Danmarks Statistik og egne beregninger.

Anm: Løbende priser og sæsonkorrigeret. Tal er opgivet uden moms, men inklusive punktafgifter.

Figur 2: Omsætning i detailhandlen med beklædning og fodtøj



Kilde: Dansk Erhverv, Danmarks Statistik og egne beregninger.

Anm: Tal er opgivet i løbende priser uden moms, men inklusive punktafgifter.

Det samlede
årsresultat fra
alle danske
modevirksomheders
seneste regnskab
viser en stigning på
6,61 %
sammenlignet med
forrige årsregnskab.

Omsætningen inden for detailhandel med beklædning og fodtøj toppede i 2016, hvor den rundende 26 mia. kroner, men er sidenhen faldet hvert år og lå i 2018 på cirka 25,6 mia. kroner. (Figur 2)

Tallene for nethandel er også relevante. Her ses generelt en kraftigt stigende tendens siden 2008, hvor flere og flere danskere køber beklædning på nettet. I 2008 lå andelen af 16-74-årige, der har handlet på nettet, på 42 procent, men denne andel er sidenhen steget og lå i 2018 på 65 procent. Det svarer til en stigning på 23 procent på 10 år. (Figur 3) »

Modebranchen har flest butikker i udlandet: **hele 2.927 butikker** mod **møbelbranchens 2.831 butikker** og **skobranschens 2.341 butikker.**

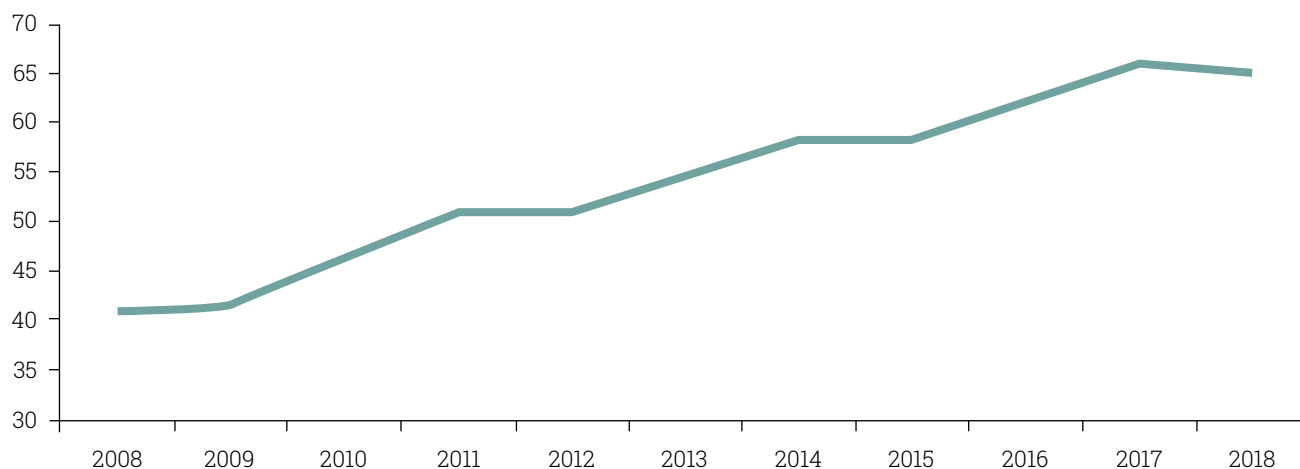
Konsolidering og eksport for de store

Som altid er stordriftsfordele afgørende i et konkurrencepræget marked. De helt store spillere har nogle helt andre muskler at spille med, og med øget konsolidering i modebranchen kommer dette også fortsat til at have betydning – specielt i forhold til ressourcerne til at sætte ind på eksportmarkeder. Det er ikke kun modebranchen, hvor dette spiller ind. Generelle tal viser, at virksomheder med mere end 250 ansatte står for omkring halvdelen af eksporten af både varer og tjenester i Danmark. De store virksomheder stod i 2018 for 46 procent af den samlede eksport af varer og 56 procent af den samlede eksport af tjenester. Det betyder også, at eksporten er en stor motor for vækst og jobskabelse, idet der helt konkret er 25.000 danske arbejdspladser, der afhænger af eksporten.

At eksportsucces kræver store muskler, ses også i opgørelsen af hvor mange kæder, der har butikker i udlandet. 76 danske kæder har således 13.171 butikker i udlandet, hvilket er en vækst på 26 procent i butiksantallet på fire år. Alene det seneste år har danske kæder ekspanderet med næsten 1.000 butikker i udlandet. Modebranchen har flest butikker i udlandet: hele 2.927 butikker mod møbelbranchens 2.831 butikker og skobranschens 2.341 butikker. #

Figur 3: Andel af 16-74-årige, der har handlet tøj, sports- og fritidsudstyr på internettet det seneste år

Andel i procent



Kilde: Dansk Erhverv, Danmarks Statistik