



**BTE**

**Handelsverband**

**Textil Schuhe Lederwaren**

information |

**Newsletter**

**12 + 13/2024**

### **TW-Testclub: Frühling pusht Modeumsatz**

Dank frühlingshafter Witterung hielt der positive Trend auch Mitte März an. So vermeldete der Testclub der TextilWirtschaft für die 11. Kalenderwoche ein starkes Umsatzplus in Höhe von neun Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Dabei war die Vorlage aus 2023 mit plus 17 Prozent bereits stark.

Bei fast zwei Dritteln der Testclub-Teilnehmer lagen die Umsätze über Vorjahr, bei 44 Prozent fiel das Plus sogar zweistellig aus. Besonders gut lief es im mittleren Genre mit einem Zuwachs von 12 Prozent, während der Konsumbereich (+2 Prozent) und das hohe Genre (Pari zu 2023) abfielen. Bemerkenswert ist auch das hohe Plus von 24 Prozent von Geschäften in Einkaufszentren.

### **BTE startet Store Visits mit Politikern**

Es ist immer wieder überraschend, wie wenig Kenntnis die Politik zum Teil über die komplexen Tätigkeiten und die gesellschaftliche Funktion des Textil- und Schuhhandels an seinem Standort hat. Als Folge wird die gesamtwirtschaftliche Bedeutung der Branche mitunter eher gering eingeschätzt, was zu einer unzureichenden politischen Unterstützung gerade in schwierigen Zeiten – siehe Corona – führen kann.

Der BTE hat sich daher entschlossen, dieses Informationsdefizit zu beheben. Angeboten und organisiert werden dazu sog. „Store Visits“, bei denen interessierte Politiker hinter die Kulissen von Mode- oder Schuhgeschäften schauen und sich mit den Unternehmern intensiv über aktuelle Themen und Problemstellungen austauschen können – ggf. mit Begleitung des BTE. Erfahrungsgemäß sind solche Treffen wirkungsvoller als Gespräche nur zwischen Verbandsfunktionären und Politikern.

Die Premiere der BTE-Store Visits fand am 21. März statt. Alexander Bartz, SPD-Bundestagsabgeordneter, Mitglied des Wirtschaftsausschusses des Deutschen Bundestag und als ehemaliger City-Manager durchaus Einzelhandels-erfahren, traf sich mit Marc Leinweber, Geschäftsführer von Aktiv-Schuh, und Eva Maria Schaffner, Leiterin des Berliner BTE-Büros, in der Filiale von Shoe City in der Berliner Friedrichstraße. Dabei kam es zu einem Austausch über aktuelle Themen wie Bürokratieabbau, Mietentwicklung, Fachkräftemangel sowie Entlastungen bei Energie und Steuern.

Weitere Store Visits werden folgen. Der BTE ist dazu in Gesprächen mit ausgewählten Parteien des Bundestags.

### **Kostenfreies BTE-Webinar über erfolgreiches Recruiting**

Der Textil-, Schuh- und Lederwarenhandel sucht vor allem für den Verkauf händerringend Personal. Allerdings fällt es vielen Einzelhändlern schwer, neue Mitarbeiter zu finden. Unterstützung beim Recruiting erhalten interessierte Händler durch das „60-Sekunden-Bewerbungskonzept“ des BTE-KompetenzPartners Hutter & Unger.

Wie das bereits vielfach erfolgreich angewendete Recruiting-Tool funktioniert, zeigt das kostenfreie BTE-Webinar „Fehlendes Personal? Wie Sie mit dem 60-Sekunden-Bewerbungskonzept Ihr Problem lösen können“. Social-Recruiting-Experte Christoph Hutter erläutert am Donnerstag, 11. April, von 11 bis 12 Uhr, wie potenzielle Kandidaten über Social Media Ads erreicht und sinnvoll gefiltert werden sowie durch gezielte Filterfragen auf der Landingpage des Händlers die passenden Bewerber

selektiert werden. Dabei werden sechs Aspekte vorgestellt, die den Recruiting-Ansatz von Hutter & Unger so erfolgreich machen:

1. Zugang zum passiven Arbeitsmarkt – 45 Prozent der Arbeitnehmer sind latent mit ihrer Arbeitssituation unzufrieden. Über Social Media sind sie erreichbar.
2. Zielgruppengerechte Ansprache – Gesucht wird in der Zielgruppe der „Wechselwilligen“. Diese sind in ihrer Freizeit erreichbar.
3. Einfache und schnelle Bewerbung – in nur 60 Sekunden kann sich der Kandidat mobil bewerben. Die Hürde für die Bewerbung ist somit niedrig.
4. Hohe Qualität – Durch gezielte Filterfragen auf einer Landingpage werden passende Bewerber herausgefiltert.
5. Strikte Kostenkontrolle – Streuverluste werden minimiert. Durch ein festes Media-Budget sind die Kosten planbar.
6. Messbares Reporting – Reporting der Klickzahlen und Impressions in Echtzeit garantieren eine kontinuierliche Optimierung der Kampagne.

Besonderer Clou: Hutter & Unger garantiert bei Einsatz des Recruiting Tool mindestens zehn Bewerber pro Stelle. Voraussetzung ist ein vorheriger kostenfreier Recruiting-Quick-Check (30 min) durch Social-Recruiting-Experte Christoph Hutter.

**Hinweis:** Interessenten für das kostenlose BTE-Webinar melden sich an unter [www.hutter-unger.de/btewebinar](http://www.hutter-unger.de/btewebinar).

### **Digitaler Produktpass: BTE arbeitet an Adaption für Schuhe mit**

Der BTE engagiert sich gemeinsam mit dem Hauptverband der deutschen Schuh- und Lederwarenindustrie (HDSL) in dem Nachhaltigkeits- und Standardisierungsprojekt „cads“. Darüber soll ein Digitaler Produktpass (DPP) speziell für Schuhe entwickelt werden, der im Rahmen der Ökodesign Verordnung bzw. des European Green Deals vorgesehen ist. Zurzeit wird der DPP für die Schuhbranche auf europäischer Ebene mit einem DPP für die Textilbranche gleichgesetzt, eine Unterscheidung Textil/Schuhe gibt es (bislang) nicht.

Die genaue Ausgestaltung und die finale Festlegung eines solchen DPP ist noch offen. Es gibt also noch Möglichkeiten der Einflussnahme. Cads will diese Gelegenheit nutzen, um den DPP mitzugestalten und so zu verhindern, dass die Schuhbranche gezwungen wird, eine unpraktikable Lösung zu übernehmen. Cads will versuchen eine möglichst praxistaugliche Version für die DPP der Schuhbranche zu entwickeln, um dann mit den Ergebnissen in den Dialog mit den jeweiligen Gesetzesvertretern zu treten.

Um alle Anforderungen der Schuhbranche berücksichtigen zu können, führt Cads eine entsprechende Umfrage durch unter [https://survey.lamapoll.de/Digitaler\\_Produktpass\\_Schuhbranche/de](https://survey.lamapoll.de/Digitaler_Produktpass_Schuhbranche/de). Alle betroffenen Unternehmen sind eingeladen, sich bis zum 30. April 2024 zu beteiligen.

### **Marketing-Investitionen aktuell im Fokus**

Gemäß der aktuellen Frühjahrsumfrage des HDE investieren 57 Prozent der Textil-, Schuh- und Lederwarenhändler aktuell schwerpunktmäßig in Marketing und Kundenbindung. An der Umfrage beteiligten sich knapp 300 Unternehmen.

Mit deutlichem Abstand folgen die Bereiche Personal/Qualifizierung/Schulung (35 Prozent), Energieeffizienz und Geschäftsausstattung (je 28 Prozent), E-Business (25 Prozent), Warenwirtschaftssysteme (17 Prozent) sowie Kassensysteme/POS (14 Prozent).

### **China bleibt wichtigstes Importland für Bekleidung**

Nach Berechnungen des Industrieverbands German Fashion war China auch 2023 mit einem Einfuhrwert von fast 8 Mrd. Euro das wichtigste Importland für Bekleidung. Knapp dahinter rangiert Bangladesch mit einem Einfuhrwert in Höhe von 7,15 Mrd. Euro. Mit deutlichem Abstand folgt die Türkei mit einem Volumen von 4,31 Mrd. Euro.

Der Abstand zu den nächsten Importländern ist groß. Die Top 10 vervollständigen: Vietnam (1,80 Mrd. Euro), Italien (1,53 Mrd. Euro), Indien (1,47 Mrd. Euro), Kambodscha (1,35 Mrd. Euro), Pakistan (1,34 Mrd. Euro), Myanmar (0,95 Mrd. Euro) und Tunesien (0,67 Mrd. Euro).

Bemerkenswert ist ein deutlicher Rückgang des Importvolumens von 43,752 auf 36,629 Mrd. Euro im Vergleich zu 2022, was prozentual einem Minus von 16,3 Prozent entspricht. Fast alle großen Importländer haben große Einbußen zu verzeichnen. Zurückgeführt wird dies auf eine Kombination von (Ein)Kaufzurückhaltung und Lagerabbau. Aber auch das Erstarren von D2C-Direktimporten über Shein könnte ein Grund für diese Entwicklung sein.

### **Haus- und Heimtextilien 2023 rückläufig**

Die Umsätze mit Haus- und Heimtextilien sind 2023 nach drei Jahren mit leichtem Zuwachs eingebrochen. Laut dem neuen „Branchenbericht Haus- und Heimtextilien“ des IFH KÖLN in Zusammenarbeit mit der BBE Handelsberatung fielen die Umsätze um 4,5 Prozent auf 9,1 Milliarden Euro. Denn auch Haus-/Heimtextilien leiden unter der Inflation und der Kaufzurückhaltung der Kunden.

Die vier Warengruppen der Branche Haus- und Heimtextilien (Textile Bodenbeläge, Bettwaren, Haus-, Tisch- und Bettwäsche sowie Gardinen-/ Dekostoffe) entwickelten sich 2023 allesamt mit einem ähnlich hohen Minus von vier bis fünf Prozent. Am stärksten verloren die Textilien Bodenbeläge; am wenigsten Gardinen und Dekostoffe. Die anteilig größte Warengruppe bleiben mit über 35 Prozent Marktanteil Bettwaren, auf Platz 2 folgen Gardinen/Dekostoffe mit rund einem Viertel Marktanteil.

Durch Marktsättigung und anhaltende Konsumzurückhaltung erwartet die Branche der Haus- und Heimtextilien 2024 laut Branchenbericht einen leichten Rückgang. Eine Normalisierung zeigt sich auch bei der Preisentwicklung, die sich bis 2028 nach der aktuellen Prognose von IFH KÖLN und BBE Handelsberatung bei etwa 1,7 Prozent Preisanstieg einpendeln wird. Die Marktforscher sehen den Markt 2028 auf dem Vor-Corona-Niveau von rund 9,2 Milliarden Euro.

#### Impressum:

Newsletter des BTE Handelsverband Textil Schuhe Lederwaren für EHV-Mitglieder  
Herausgeber: BTE e.V., Weinsbergstraße 190, 50825 Köln, Telefon: 0221/921509-0, Fax -10  
E-Mail: [info@bte.de](mailto:info@bte.de); Verantwortlich: Axel Augustin