

**BTE****Handelsverband****Textil Schuhe Lederwaren**

information | **Newsletter**

20/2025

TW-Testclub: Erwartbares Plus

Die erste vollständige Mai-Woche verlief im deutschen Modehandel weniger gut als erhofft. Zwar erzielten die Teilnehmer des Testclubs der Textilwirtschaft in der 19. Kalenderwoche im Durchschnitt ein kleines Umsatzplus in Höhe von einem Prozent. Allerdings hatte die Vorjahreswoche mit Himmelfahrt einen Verkaufstag weniger und daher mit minus sechs Prozent eine schwache Vorlage.

Umsatzgewinner und -verlierer hielten sich fast die Waage, wobei sich immerhin ein knappes Drittel über ein zweistelliges Plus freuen konnte. Kleine POS und Standorte waren im Durchschnitt erfolgreicher als große Häuser und Standorte. Zwischen den Genres waren die Unterschiede gering. Deutlich im Minus lagen Geschäft in Einkaufszentren, bei den Regionen außerdem der Norden und Osten, während Testclub-Teilnehmer aus dem Süden und Westen ein kleines Plus erzielen konnten.

BTE-Digital Day: Alle Vorträge jetzt online abrufbar

Am 6. Mai 2025 fand der erste BTE-Digital Day statt. Mehr als 200 Interessenten aus dem Fachhandel sowie der Fashion- und Schuhindustrie waren angemeldet und erlebten - zum Teil live, zum Teil später als Aufzeichnung - insgesamt 24 Vorträge. Im Nachgang können die einzelnen Slots noch bis in den Herbst bequem und flexibel als „digitale Snacks“ in einem passwortgeschützten Bereich abgerufen werden.

Behandelt wurden Kunden-Apps, CRM-Lösungen, Online-Finder für lokale Bestände, digitales Nachhaltigkeitsreporting, Digital Signage und Retail Media, Verzahnung von WWS- und FIBU-Prozessen, KI-basierte Planung und Steuerung, Smart Replenishment, E-Commerce-Optimierung, Potenziale innovativer Warenwirtschaftssysteme, Analyse von Passantenfrequenzen, Tools zur Aus- und Weiterbildung von Mitarbeitenden (per App), digitale Paymentlösungen, optimale Marktplatz- und Shopintegration sowie preisgekrönte Omni-Channel-Lösungen.

Wer die Anmeldung zum BTE-Digital Day verpasst hat, kann sich nachträglich per E-Mail an den BTE (veranstaltungen@bte.de) wenden, um Zugriff auf die aufgezeichneten Videos in alphabetischer Reihenfolge zu erhalten. Dieser Service ist für alle Handelsunternehmen sowie Lieferanten aus der Textil-, Schuh- und Lederwarenindustrie kostenfrei.

Eine Zusammenfassung der wichtigsten Aussagen und Erkenntnisse des BTE-Digital Day hat der gerade erschienene Newsletter des BTE-marketing beraters veröffentlicht. Interessenten können den mb-Newsletter kostenfrei lesen und abonnieren unter <https://www.bte.de/publikationen/mb-newsletter/>.

Hinweis: Das detaillierte Programm inkl. Informationen zu den Vortragenden Unternehmen ist einsehbar unter <https://www.bte.de/bte-digital-day-2025/>.

BTE-Digital Day: Keynote von Prof. Dr. Oliver Janz

Ein Highlight des BTE-Digital Day war die Keynote von Prof. Dr. Oliver Janz von der Dualen Hochschule Baden-Württemberg. Im ersten Teil gab er wertvolle Tipps und Einschätzungen zum Launch der Shoppingfunktion auf TikTok. Bisher ist das Interesse in Deutschland noch verhalten, insbesondere der Datenschutz und die Gefahr von Fakes werden kritisch gesehen. Laut Janz wird es ohne Investitionen in Reichweite und Kooperationen mit Influencern schwierig, über die TikTok-Shoppingfunktionen ausreichend Umsätze zu generieren.

Dennoch ist das Wachstumspotenzial der App nicht zu unterschätzen. So wurden in den USA 2024 über TikTok bei rund 120,5 Millionen monatlichen Usern Waren im Wert von etwa neun Milliarden Dollar verkauft. Und für dieses Jahr wird mit einer Wachstumsrate von 200 Prozent gerechnet.

Das in den USA mit Abstand erfolgreichste Shoppingformat sind dabei Videos, über die 58 Prozent des Umsatzes erzielt werden. 32 Prozent entfallen auf TikTok-Shops und 10 Prozent auf Live-Streams. Eine große Rolle spielen dabei Influencer. Interessant ist zudem, dass 39 Prozent der User TikTok als Suchmaschine nutzen.

Im zweiten Teil stand das Thema Künstliche Intelligenz – insbesondere die KI-gestützte Generierung und Bearbeitung von Bildern im Outfit-Handel – im Fokus. Dabei stellte Janz praxisorientierte Use Cases mit konkreten Anwendungsmöglichkeiten vor. Es wurde deutlich, dass die Erstellung von Bildern durch KI noch nicht perfekt ist, aber in letzter Zeit bereits große Qualitätssprünge gemacht wurden. Auf diesem Gebiet liegen große Kosteneinsparungspotenziale vor allem im Marketing.

Hinweis: Prof. Dr. Oliver Janz wird auch beim nächsten BTE-Kongress am 4. November in Köln referieren. Informationen unter <https://www.bte.de/bte-kongress-2025/>.

HDE-Frühjahrsumfrage: Geringe Online-Umsätze im stationären Textil- und Outfithandel

Online-Verkäufe führen im stationären Textil-, Schuh- und Lederwarenhandel meist ein Schatten-Dasein. Gemäß der HDE-Frühjahrsumfrage 2025 verzichteten 69 Prozent der über 200 teilnehmenden Textil-, Schuh- und Lederwarenhändler komplett auf Online-Verkäufe. Die restlichen verkaufen zu 23 Prozent über einen eigenen Webshop und/oder nutzen Marktplätze.

Der Umsatzerfolg ist dabei überschaubar. 60 Prozent der aktiven Online-Verkäufer erzielen damit lediglich einen Anteil von maximal drei Prozent vom Gesamtumsatz. Auf einen Anteil unter zehn Prozent kommen weitere knapp 20 Prozent. Nur etwa jeder Fünfte schafft einen Online-Anteil von mindestens zehn Prozent.

Auch im laufenden Jahr dürfte sich das nur wenig ändern. Lediglich ein Drittel prognostiziert eine positive Entwicklung ihrer Online-Umsätze. 40 Prozent rechnen mit einer Stagnation und 27 Prozent sogar mit einem Rückgang.

Decathlon in der Kritik

Der französische Sportartikel-Discounter Decathlon ist in den letzten Jahren in Deutschland stark gewachsen und hat sich laut einem FAZ-Bericht von 12. Mai mit 88 Filialen und mehr als 5000 Mitarbeitern als Nummer drei hinter Marktführer Intersport und Sport 2000 etabliert. Der Umsatz in Deutschland hat sich in den vergangenen 17 Jahren mehr als verzehnfacht. Ziel ist es, die Nummer eins in Deutschland zu werden – mit günstigen Preisen, hoher Qualität, Nachhaltigkeit und vor allem einer starken Expansion. Bis 2027 sollen 60 neue Filialen und 3000 Mitarbeiter dazukommen. Außerdem will das Unternehmen mit einer noch besseren Verzahnung von Filialen und Onlinegeschäft punkten.

Trotzdem läuft bei Decathlon laut FAZ nicht alles glatt. So sank der Reingewinn vergangenes Jahr deutlich um rund 15 Prozent auf 790 Millionen Euro. In Frankreich verzeichnete Decathlon einen stagnierenden Umsatz, obwohl die Partnerschaft mit den Olympischen und Paralympischen Sommerspielen eigentlich das Gegenteil erwarten ließ. Auch die Nachhaltigkeitsbemühungen standen in der Kritik. Erst protestierten französische Gewerkschaften gegen die Milliardenausschüttung der Eigentümerfamilie. Dann gab es Enthüllungen des französischen TV-Magazins „Cash Investigation“ und des Onlinemediums „Disclose“, wonach der Konzern mit einem chinesischen Zulieferer zusammenarbeitet, der Uiguren zur Arbeit zwingt. Darunter sollen sich auch Kinder befinden.

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; Verantwortlich: Axel Augustin