



21/2025

### **TW-Testclub: hohe Vorlage nicht zu toppen**

Die zweite Mai-Woche bescherte dem deutschen Modehandel einen erwartbaren Rückschlag. So mussten die Teilnehmer des Testclubs der Textilwirtschaft in der 20. Kalenderwoche im Durchschnitt trotz frühlingshafter Witterung zwar ein Umsatzminus in Höhe von fünf Prozent verbuchen, die Vorlage aus dem Vorjahr war mit einem Umsatzplus von 14 Prozent allerdings sehr hoch.

Über 60 Prozent der Testclub-POS landeten im Minus, fast 40 sogar zweistellig. Nur das hohe Genre konnte sich über ein Plus von zwei Prozent freuen, während die Mitte vier und das Konsumgenre sogar acht Prozent verloren. Besonders schwer taten sich periphere Lagen und Geschäfte in Einkaufszentren. Bei den Regionen verloren der Norden (- 13 Prozent) und Osten (- 15 Prozent) besonders stark, während Testclub-Teilnehmer aus dem Süden (- 3 Prozent) und Westen (- 1 Prozent) mit einem blauen Auge davorkamen.

### **BTE-Delegiertenversammlung: Präsident Mark Rauschen wiedergewählt**

Am 19. Mai fand an der TEXOVERSUM LDT in Nagold die diesjährige BTE-Delegiertenversammlung statt. Dabei standen u.a. turnusmäßige Präsidiumswahlen auf der Tagesordnung.

In diesem Zusammenhang wurde Mark Rauschen als BTE-Präsident wiedergewählt. Bestätigt wurden zudem Andreas Bartmann als BTE-Vizepräsident sowie die Präsidiumsmitglieder Jürgen Ahrens, Adrian Cüppers, Carlo Focke, Michael Genth, Lars Messerich, Carsten Obermeier, Jens Ristedt und Volker Warth. Die Amtszeiten von BTE-Vizepräsidentin Tatjana Steinbrenner sowie von Roman Degenhardt und Dominik Niedenführ waren noch nicht abgelaufen, so dass deren erneute Wahl nicht anstanden.

Nicht mehr für das BTE-Präsidium kandidierten Martin Knauff (Wohnen&Sparen GmbH, Bad Hersfeld) und Sabine Zollikofer (Galeria, Essen). An deren Stelle wurden Alexa Deters (Galeria, Essen) sowie Jochen Ruths (Bekleidungshaus Peter Ruths, Friedberg), der auch Präsident des Handelsverbands Hessen und Vizepräsident des Handelsverbands Deutschland (HDE) ist, neu in das BTE-Präsidium gewählt. Das komplette BTE-Präsidium ist unter [www.bte.de/der-verband/präsidium/](http://www.bte.de/der-verband/präsidium/) aufgeführt.

Im Rahmen der Delegiertentagung wurden zudem BTE-Vorstand und Geschäftsführung für das Jahr 2024 entlastet und der Etatvoranschlag für 2026 beschlossen. Nach den Regularien stand eine Besichtigung der TEXOVERSUM LDT inkl. eines Austauschs mit Dozenten und Studierenden auf dem Programm. Am 20. Mai besichtigten die BTE-Delegierten zudem das Verwaltungs- und Logistikzentrum der Firma Digel.

### **Online-Umsätze 2024: Darum differieren die Daten!**

Vor kurzem wurde der HDE Online-Monitor <https://einzelhandel.de/online-monitor> veröffentlicht. Danach lag der Marktanteil des Versand- und Internet-Handels im Bereich „Fashion & Accessoires“ im letzten Jahr bei 42,5 Prozent. Am 10. Februar hatte der BTE dagegen in einer Pressemitteilung nur einen Online-Marktanteil von 28,3 Prozent bei Mode/Textilien für 2024 publiziert, siehe <https://www.bte.de/presse/>.

Für die divergierenden Zahlen gibt es folgende Gründe:

1. Die Online- bzw. Versandquote der BTE-Meldung bezieht sich auf Bekleidung (ohne Schuhe/Lederwaren) und Haustextilien. Letzteres fehlt bei der HDE-Quote, dafür sind dort Schuhe und Lederwaren inbegriffen.

2. Für die BTE-Marktanteils-Zuordnung ist allein der Umsatzschwerpunkt der Unternehmen maßgeblich - wie auch bei der Zuordnung gemäß Umsatzsteuer-Statistik. Das bedeutet, dass beim stationären Bekleidungshandel dessen Online-Umsätze nicht herausgerechnet werden, die laut HDE Online-Monitor immerhin im Durchschnitt 11,2 Prozent vom Umsatz betragen. Dagegen bezieht sich die HDE-Zahl auf den Kauf-Kanal aus Kundensicht und liegt daher höher.
3. Die BTE betrachtet nur die Umsätze bzw. Käufe von bzw. bei in Deutschland erfassten Unternehmen. Die nur schwer zu beziffernden und in den letzten Jahren stark gestiegenen Direktverkäufe (D2C) von chinesischen Herstellern an deutsche Kunden über asiatische Plattformen bleiben bei der BTE-Berechnung außen vor, während sie beim HDE eingerechnet werden.

Weitere interessante Daten der Fashion-Branche aus dem HDE-Online-Monitor:

- Die Online-Umsätze mit Fashion & Accessoires sind 2024 um 3,1 Prozent auf 20,6 Mrd. Euro gestiegen. Das sind 23,2 Prozent des gesamten Online-Umsatzes in Höhe von 88,8 Mrd. Euro im letzten Jahr.
- Gegenüber 2019 ist der Online-Umsatz in der Outfitbranche um 41,1 Prozent gestiegen, während der Umsatz im stationären Outfithandel um 16,9 Prozent fiel.
- Die Online-Quote bei Schuhen liegt mit 35,0 Prozent unter dem Outfit-Durchschnitt. Eher niedrig mit 38,9 Prozent liegt auch der Online-Anteil bei Kinderbekleidung.
- 58,1 Prozent der Online-Umsätze werden von (vorwiegend) Online-Pure-Playern erzielt. 26,3 Prozent entfallen auf (vorwiegend) stationäre Geschäfte und 15,6 Prozent auf (vorwiegend) Hersteller.
- 17 Prozent der Online-Käufe im Bereich Fashion & Accessoires entfielen 2024 auf Second Hand-Ware.

### **Unitex Fashion Festival mit guter Stimmung und deutlichen Zuwächsen**

Das Unitex-Fashion Festival am 20./21. Mai konnte erneut Rekordzahlen vermelden. Über 2.200 Teilnehmer aus dem Handel und mehr als 150 Aussteller mit über 200 Brands - darunter auch einige Schuhmarken - bevölkerten die Ulmer Messehallen. In entspannter Atmosphäre wurden aktuelle Themen diskutiert, (digitale) Tools erkundet und nach neuen Marken Ausschau gehalten, wofür während der eng getakteten Orderzeit meist die Ruhe fehlt. Auch die Nachorder für Herbst/Winter war ein Thema für die Händler, die noch über freie Limite verfügten. Neue Kollektionen für Frühjahr/Sommer 2026 wurden nicht bzw. kaum präsentiert.

Im Rahmenprogramm überzeugte die Keynote von Extremsportler Jonas Deichmann, der beeindruckende Impulse für unternehmerischen Mut, Durchhaltevermögen und Innovationskraft lieferte. Auf dem Programm stand außerdem ein Talk mit Bettina Billerbeck, Chefredakteurin der TextilWirtschaft, sowie Diskussionsrunden und praxisnahe Master-Classes rund um Kundenbindung, Warenwirtschaft, Logistik und Finanzstrategien.

Die Mehrzahl der Besucher kam aus dem süddeutschen Raum, aber auch aus dem Norden waren einige Modehändler angereist. Dazu trug auch die beliebte After-Business-Party am ersten Tag bei, auf der Vanessa Mai und vor allem Jan Delay & Disco No. 1 für musikalische Highlights und ein echtes Community-Feeling sorgten. Einige süddeutsche Händler nutzten das Unitex-Fashion Festival auch für preisgünstiges Mitarbeiter-Incentive und waren z.B. mit ihren Filialleitern angereist. Schließlich war der Eintritt inkl. Catering für alle Handelsunternehmen kostenfrei.

Fazit: Zumindest im süddeutschen Raum hat sich das Unitex-Fashion Festival als zentrale Info- und Kommunikationsveranstaltung der Fashionbranche im Vorfeld der Orderrunde fest etabliert. Der Termin für 2026 war bei Redaktionsschluss noch nicht veröffentlicht.

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