BTE Handelsverband Textil Schuhe Lederwaren

information | Newsletter

26/2025

TW-Testclub: Hitze pusht Modeumsätze

Die dritte Juni-Woche verlief für den deutschen Modehandel vielfach erfreulich. Hitze und ein Brückentag (Fronleichnam) in einigen Bundesländern bescherten den Teilnehmern des Testclubs der TextilWirtschaft in der 25. Kalenderwoche im Durchschnitt ein Umsatzplus in Höhe von 12 Prozent. Allerdings war die Vorjahreswoche mit einem hohen Minus von 10 Prozent schwach.

Zwei Drittel der Modehändler landeten im Plus, über die Hälfte sogar zweistellig. Mit einem Zuwachs von 29 Prozent lag das Konsum-Genre weit vorne, während sich das mittlere Genre mit plus sechs Prozent und das hohe Genre mit plus drei Prozent begnügen musste. Bei den Regionen performten den Osten und der Norden mit plus 24 bzw. plus 21 Prozent am besten, der Westen erreichte einen Zuwachs von 18 Prozent. Deutliches Schlusslicht war der Süden mit plus vier Prozent.

Mit Rabattaktionen bei Sommerware noch zurückhalten!

Seit Anfang Juni kommt es im Fashionhandel vermehrt zu Preisaktionen. Vielfach waren die Rabatte noch gering, auf Stammkunden begrenzt und mitunter auch an Mindesteinkaufsbeträge gekoppelt. Seit Pfingsten dominieren in vielen Schaufenstern aber Plakate mit Begriffen wie „Summer Sale“.

Das dürfte vor allem daran liegen, dass die aktuelle Saison in vielen Modehäusern unbefriedigend gelaufen ist. Die Kunden sind oft verunsichert und halten sich bei Einkäufen merklich zurück – auch wegen der nach wie vor volatilen Situation der deutschen Wirtschaft mit wiederholten Meldungen über Insolvenzen und Stellenabbau. Als Folge liegt die Fashionbranche per Ende Mai im Durchschnitt im niedrigen einstelligen Prozentbereich im Minus – auf einer allerdings ordentlichen Vorlage aus 2024.

Dennoch hält der BTE hohe und vor allem pauschale Rabatte auf Sommerware derzeit eindeutig für verfrüht. Schließlich gab es erst zur Monatsmitte eine erste bundesweite Hitzephase, so dass die Lust und auch der Bedarf für entsprechende Mode bei vielen Kunden erst kürzlich geweckt wurden. Da die sommerliche Witterung in den letzten Jahren oft bis weit in den September andauerte, haben die meisten Fashionhändler wohl noch ausreichend Zeit für den Verkauf ihrer Sommerkollektionen zu (halbwegs) regulären Preisen.

Hinzu kommt: Laut einer BTE-Umfrage aus dem letzten Jahr will die Mehrheit der Modebranche die Sommersaison verlängern und stärker gewichten. Jetzt ohne Not mit Rabatten an dem Markt zu gehen, würde die völlig richtige Idee, zumindest im mittelmodischen Bereich das Angebot auch der Kundennachfrage bzw. dem Bedarf anzupassen und die Sommer-Saison zu verlängern, damit konterkarieren. Angesichts stagnierender Umsätze bei gleichzeitig steigenden Kosten muss der Fashionhandel vielmehr seine Abschriften senken, um eine auskömmliche Rendite zu erwirtschaften.

Speziell bei Standard- bzw. NOS-Ware sollte man die Sinnhaftigkeit von Reduzierungen ohnehin grundsätzlich in Frage stellen. Wer über ausreichende Lagerkapazitäten verfügt, sollte angesichts tendenziell weiter steigender Einkaufspreise kritisch hinterfragen, ob man entsprechende Sortimente nicht besser mit in die nächste Frühjahr/Sommer-Saison 2026 nimmt.

Der BTE appelliert daher an die gesamte Modebranche, sich aktuell mit breiten Rabattaktionen zurückzuhalten. Preisnachlässe auf schlecht laufende Artikel vor allem aus dem Frühjahr können zwar betriebswirtschaftlich sinnvoll sein, Pauschalrabatte auf das gesamte Sortiment sollten aber möglichst vermieden werden. Selbst wenn jetzt einzelne stationäre Modehändler oder Online-Anbieter mit ersten Rotpreisen für Sommerware vorpreschen, sollte man sich davon am eigenen Standort nicht beeinflussen lassen.

Hinweis: Ende Juli wird der BTE den Sommer-Schluss-Verkauf 2025 ankündigen. Der traditionelle Termin, der letzte Montag im Juli, fällt in diesem Jahr auf den 28. Juli. Es wäre für die gesamte Branche hilfreich und betriebswirtschaftlich auch notwendig, wenn dieser Termin erst den Start die Reduzierungsphase für Sommerware einläutet!

Mode-Apps beeinflussen das Kaufverhalten

Nach einer gerade erschienenen Studie der Unternehmensberatung Simon-Kucher haben Mode-Apps großen Einfluss auf das Kaufverhalten der Nutzer. Danach kaufen 28 Prozent der Befragten dadurch in Summe häufiger Kleidung. Allerdings wird – falls über die App möglich – dann öfter online eingekauft, 31 Prozent der App-Nutzer geht dagegen seltener in die Läden. Weitere Ergebnisse der Studie:

- Rabatte treiben den Umsatz. 35 Prozent lassen sich bei der Produktauswahl von Rabatten in der App leiten, 42 Prozent kaufen dadurch mehr.
- Fashion-Apps schaffen das Gefühl zu sparen – selbst wenn der Warenkorb wächst.
- Empfehlungs-Algorithmen wirken. 17 Prozent der Befragten sagen, dass sie gezielt Produkte wählen, die ihnen die App vorschlägt. 27 Prozent probieren dadurch mehr Marken aus.
- Personalisierte Empfehlungen oder Größenberatung per künstliche Intelligenz sind der Kauf-Turbo der Mode-Apps. So ist unter den App-Nutzern der KI-Funktionen der Anteil derer, die mehr Geld ausgeben, mit 24 Prozent mehr als doppelt so hoch als bei den Nicht-KI-Funktions-Nutzern. Und auch die Zahl der Menschen, die häufiger einkaufen, steigt unter den KI-Funktions-Nutzern von 21 Prozent auf 32 Prozent.
- Fashion-Apps prägen den Kleidungsstil. Ein Viertel der Mode-App-Nutzer fühlt sich modischer gekleidet, 18 Prozent greifen häufiger zu auffälligeren oder gewagteren Styles.

Zollstatistik 2024: Mehr gefälschte Mode, Schuhe und Accessoires beschlagnahmt

Kürzlich wurde die Jahreszollstatistik 2024 veröffentlicht. Danach beschlagnahmte der deutsche Zoll in Rubrik „gewerblicher Rechtsschutz“ (u.a. Marken-, Kartell- und Wettbewerbsrecht) deutlich mehr Bekleidung, Schuhe und Accessoires als 2023. Bei Bekleidung waren es 765.363 Teile (+ 49,9 Prozent), bei Schuhen 178.142 (+ 46,7 Prozent) und bei persönlichem Zubehör (Brillen, Taschen, Uhren, Schmuck) insgesamt 439.302 Teile (+ 133,2 Prozent).

Noch dramatischer war die Entwicklung der Werte. Bei Bekleidung hatten die beschlagnahmten Waren einen Wert von über 82,5 Mio. Euro (+ 144,9 Prozent), bei Schuhen waren es über 30,4 Mio. Euro (+ 81,3 Prozent) und bei persönlichem Zubehör sogar fast 226 Mio. Euro (+ 248 Prozent).

EU-Vergleich: Deutsche sparsam beim Modekonsum

In Europa sind die Deutschen zurückhaltend, wenn es um Mode geht. Während Menschen in anderen europäischen Ländern durchschnittlich 772 Euro pro Jahr für Kleidung und Schuhe ausgeben, begnügen sich die Bundesbürger mit nur 547 Euro pro Person. Das zeigt eine aktuelle Studie des Marktforschungsunternehmens NIQ, die 25 europäische Länder unter die Lupe genommen hat.

Luxemburg führt die Rangliste mit 1.777 Euro pro Kopf an, es folgen die Schweiz (1.096) und Norwegen (1.034). Auch Großbritannien (991), Frankreich (954) und Spanien (921) liegen vor Deutschland. Die Bundesrepublik landet lediglich auf Rang 18, während Rumänien mit 375 Euro pro Person das Schlusslicht bildet.

Die unterschiedlichen Ausgaben könnten laut NIQ allerdings auch daran liegen, dass Mode in einigen Ländern teurer ist. Betrachtet man den Anteil an den Gesamtausgaben im Einzelhandel, wird das deutsche Sparverhalten noch deutlicher: Hierzulande fließen lediglich 8,1 Prozent des Einzelhandelsumsatzes für Bekleidung und Schuhe aus den Portemonnaies. Nur Finnland liegt noch darunter. Am höchsten ist der Mode-Anteil in Spanien mit 14,8 Prozent.

Impressum:
Newsletter des BTE Handelsverband Textil Schuhe Lederwaren für EHV-Mitglieder
Herausgeber: BTE e.V., Am Weidendamm 1a, 10117 Berlin, Telefon: 0221/9215090 (übergangsweise)
E-Mail: info@bte.de; Verantwortlich: Axel Augustin