

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

# information | Newsletter

**30/2025**

## **TW-Testclub: Monatsmitte mit Höhen und Tiefen**

In der dritten Juli-Woche verlief das Geschäft im Modehandel bei wechselhaftem Wetter sehr unterschiedlich. So konnten die Teilnehmer des Testclubs der TextilWirtschaft in der 28. Kalenderwoche im Durchschnitt zwar ein kleines Umsatzplus in Höhe von einem Prozent verbuchen, die Vorlage aus der Vorjahreswoche war mit minus drei Prozent allerdings schwach.

Trotz des statistischen Zuwachses blieb eine knappe Mehrheit von 52 Prozent der Umfrage-Teilnehmer unter dem Vorjahr. Dabei war die Veränderungsrate bei mehr als 60 Prozent zweistellig im Plus oder Minus, was erneut auf eine sehr heterogene Entwicklung hindeutet. Klarer Gewinner war wieder das mittlere Genre mit einer Steigerung von acht Prozent, das hohe Genre lag dagegen 11 Prozent und das Konsum-Genre sogar um 14 Prozent unter Vorjahr. Besonders schwer taten sich zudem periphere Lagen. Bei den Regionen konnten sich der Norden und der Westen über ein einstelliges prozentuales Plus freuen, während der Osten und Süden einstellig ins Minus rutschten.

## **Schlussverkauf: Fast 80 Prozent der Modehändler beteiligen sich**

Gemäß der BTE-Unternehmerumfrage von Anfang 2025 ist der Schlussverkauf unverändert das wichtigste Instrument zur Bereinigung des Warenlagers. Danach beteiligen sich 78,4 Prozent der Textil- und Outfithändler regelmäßig am Sommer- und Winter-Schluss-Verkauf, weitere 14,4 Prozent tun dies zumindest gelegentlich oder zum Teil. Lediglich 7,2 Prozent nutzen den Schlussverkauf gar nicht. Zum Vergleich: Am Black Friday 2024 haben sich lediglich 16,3 Prozent der befragten Modehändler mit umfangreichen (pauschalen) Rabatten beteiligt.

Obwohl schon seit Wochen die Sale-Plakate in vielen Schaufenstern dominieren, hat der traditionelle Starttermin für den Schlussverkauf, der letzte Montag im Januar und Juli, eine große Bedeutung. Er markiert in vielen Häusern als „Final Sale“ den Schluss- und Höhepunkt der Reduzierungsphase und wird daher auch von vielen Publikumsmedien aufgegriffen. In diesem Jahr fällt der Start in den Sommer-Schluss-Verkauf auf den 28. Juli 2025.

**Hinweis:** Zur Unterstützung des Handels hat der BTE am 22. Juli in einer Pressemeldung den bevorstehenden Start des Sommer-Schluss-Verkaufs angekündigt. Der BTE geht davon aus, dass die Veröffentlichungen die Frequenzen in den Einkaufslagen erhöhen und davon auch Geschäfte profitieren können, die sich nicht oder auch später am Schlussverkauf beteiligen. Die BTE-Pressemeldung ist einzusehen unter [www.bte.de](http://www.bte.de).

## **Stationärer Outfithandel verliert seit 2019 fast 50.000 Beschäftigte**

Vor kurzem hat die Bundesagentur für Arbeit die aktuellen Beschäftigtenzahlen nach Branchen veröffentlicht. Danach arbeiteten am 31. Dezember 2024 noch insgesamt 330.246 Beschäftigte (inkl. geringfügig Entlohnte) im vorwiegend stationären Bekleidungs-, Schuh- und Lederwarenhandel (ohne Haus-/Heimtextilien und Online-Spezialisten). Die Zuordnung nach Branchen erfolgt dabei nach dem Umsatzschwerpunkt (Anteil über 50 Prozent).

Am 31. Dezember 2019 arbeiteten dagegen noch 380.036 Personen im stationären Outfithandel. Innerhalb von fünf Jahren ist damit die Zahl der Beschäftigten im Mode-, Schuh- und Lederwarenhandel um fast 50.000 Personen oder 13,1 Prozent gesunken. In den Zahlen nicht enthalten sind jeweils die selbständigen Kaufleute.

Den absolut größten Aderlass gab es im stationären Bekleidungshandel. Seit Ende 2019 ging die Beschäftigtenzahl dort von 312.247 auf 276.669 zurück. Das entspricht einem Verlust 11,3 Prozent,

wobei die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten um 12,5 Prozent und die Zahl der Vollzeit-Mitarbeitenden sogar um 20,8 Prozent sank.

Im „Einzelhandel mit Schuhen“ ging seit Ende 2019 die Zahl der Beschäftigten um 13.082 Personen bzw. 21,4 Prozent auf zuletzt 48.047 zurück, wobei die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten unterdurchschnittlich sank. Deren Anteil lag Ende 2024 im Schuhhandel mit über 78 Prozent allerdings deutlich höher als im Modehandel mit einer Quote von knapp 69 Prozent. Im „Einzelhandel mit Lederwaren“ ging die Zahl der Beschäftigten seit Ende 2019 um 1.130 Personen bzw. 17,0 Prozent auf zuletzt 5.530 zurück.

#### Zahl der Beschäftigten im stationären Bekleidungs-, Schuh- und Lederwarenhandel

| <b>Stichtag</b>             | <b>31.12.2019</b> | <b>31.12.2024</b> | <b>Veränderungsrate</b> |
|-----------------------------|-------------------|-------------------|-------------------------|
| Einzelhandel mit Bekleidung | 312.247           | 276.669           | - 11,3%                 |
| Einzelhandel mit Schuhen    | 61.129            | 48.047            | - 21,4%                 |
| Einzelhandel mit Lederwaren | 6.660             | 5.530             | - 17,0%                 |
| Gesamt                      | 380.036           | 330.246           | - 13,1%                 |

Quelle: Bundesagentur für Arbeit

#### Online-Shopping: KI-Tools ersetzen zunehmend Plattformen und Suchmaschinen

Die digitale Sichtbarkeit ist besonders für solche Unternehmen wichtig, die ihre Ware online vermarkten wollen. Suchmaschinen wie Google oder (Werbe)Plattformen wie Amazon, Facebook, Instagram oder Zalando haben daher im E-Commerce eine große Bedeutung erlangt und erwirtschaften mit ihren Dienstleistungen hohe Erträge.

Suchmaschinen und Plattformen müssen sich neuerdings aber mit einem neuen Mitbewerber auseinandersetzen: Immer mehr User nutzen zur Recherche KI-Tools, die zunehmend als KI-Agenten bereits auf dem eigenen Handy installiert sind. Nach einer aktuellen Umfrage des Marktforschungsinstituts Norstat lässt sich immerhin jeder zweite KI-Nutzer gelegentlich von einem KI-Tool bei der Kaufentscheidung helfen. 14 Prozent nutzen meistens KI und drei Prozent sogar bei jedem Einkauf.

Besonders oft angewendet wird die KI bei Reisen und technischen Produkten, der Einkauf von Mode/Bekleidung sowie von Sportartikeln erreichen immerhin eine Nutzungsquote von 13 bzw. 12 Prozent. Die Forscher gehen davon aus, dass die niedrige Quote vor allem auf (noch) mangelndes Wissen über die Möglichkeiten der KI zurückzuführen ist.

Mit Abstand beliebtestes KI-Tool in Deutschland ist ChatGPT mit einer regelmäßigen Nutzungsquote von 86 Prozent. Danach folgen Google Gemini (26 %), Microsoft Copilot (20 %), Meta AI (12 %) und Perplexity AI (9 %).

Fazit: Abseits von Spontan- und Lustkäufen dürfte die KI-Suche an Bedeutung gewinnen. Vor allem beim Vermarkten von Bedarfsgütern (z.B. Haus-/Heimtextilien, Reisegepäck), klar definierten Produkten (Sportschuhe, Unterwäsche) und/oder im Bereich der Preissuche erscheint es sinnvoll, sich mit den Such-Logiken von KI-Tools zu beschäftigen.

#### 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](mailto:info@bte.de); Verantwortlich: Axel Augustin