



32/2025

TW-Testclub: Schwache Woche beendet matten Juli

Auch die letzte Juli-Woche verlief für den Modehandel bei erneut wechselhaftem Wetter durchwachsen. So mussten die Teilnehmer des Testclubs der TextilWirtschaft in der 31. Kalenderwoche im Durchschnitt ein Umsatzminus in Höhe von einem Prozent verbuchen, das auf einer Vorlage von minus zwei Prozent basiert.

55 Prozent der Teilnehmer landeten im Minus, 36 Prozent sogar zweistellig. Gewinner war das hohe Genre mit einem Plus von sieben Prozent, das mittlere Genre erzielte immerhin noch einen Zuwachs von drei Prozent. Dagegen lag das Konsum-Genre 11 Prozent unter Vorjahr. Bei den Standorten ragten Lagen in Einkaufszentren mit plus 13 Prozent heraus. Alle Regionen lagen nah am Durchschnitt.

Für den Juli errechnete die TextilWirtschaft ein Minus von einem Prozent, die Vorlage lag bei plus ein Prozent. Nur vier von zehn Teilnehmern konnten sich über ein Plus freuen, dafür musste ein knappes Viertel ein zweistelliges Minus verkraften. Auch in der Monatsbetrachtung lag das hohe Genre mit einem Plus von sieben Prozent und das mittlere Genre mit einem Zuwachs von drei Prozent vorne, während das Konsum-Genre 11 Prozent verlor. Bei den Regionen war der Norden mit plus sieben Prozent der klare Gewinner, der Westen kam zumindest auf ein Umsatzpari. Deutlich schlechter lief es im Süden und Osten mit minus vier bzw. fünf Prozent.

Statistisches Bundesamt: Juni-Umsatz meist enttäuschend

Vor wenigen Tagen hat das Statistische Bundesamt erste vorläufige Umsatzzahlen für das erste Halbjahr 2025 veröffentlicht, die auf einer gewichteten 8-Prozent-Stichprobe basieren. Danach lag der Umsatz im „stationären Einzelhandel mit vorwiegend Bekleidung“ per Ende Juni minimal um 0,3 Prozent über dem ersten Halbjahr 2024. Allerdings lag die Vorlage aus dem ersten Halbjahr 2024 um 1,3 Prozent gegenüber 2023 im Minus und um 6,7 Prozent unter dem Umsatz von 2019.

Benachbarte Branchen mussten im ersten Halbjahr zum Teil deutliche Umsatzverluste verbuchen. So verlor der sehr mittelständisch geprägte „Einzelhandel mit vorwiegend Textilien“, der vor allem Betten-, Haustextil- und Handarbeitsgeschäfte umfasst, per Ende Juni 16,1 Prozent. Er liegt damit nach BTE-Berechnungen ungefähr auf dem Niveau von 2019. Für den im letzten Jahr erstmalig zusammen erfassten Schuh- und Lederwarenfachhandel errechnete das Statistische Bundesamt per Ende Juni einen vorläufigen Umsatzrückgang in Höhe von 3,5 Prozent gegenüber 2024. Der Sportfachhandel (seit 2023 inkl. Fahrräder) verlor aufgelaufen nach sechs Monaten 4,9 Prozent zum Vorjahr. In allen diesen Branchen gibt es allerdings sehr starke Großbetriebe, so dass der (gewichtete!) Durchschnitt nicht repräsentativ für die Situation im mittelständischen Handel sein muss.

Stark um 12,5 Prozent zu 2024 gestiegen ist der Umsatz des „Versand- und Internet-Einzelhandels“. Gegenüber 2019 liegen die Onliner nach BTE-Berechnungen sogar um rund 50 Prozent im Plus.

Konzentration im Modehandel auf neuem Höchststand

Die Corona-Pandemie hatte die jahrelange Konzentrations-Entwicklung im stationären Bekleidungshandel gestoppt. Doch seit 2021 hat sich dieser Trend wieder umgekehrt. Laut der kürzlich für 2023 veröffentlichten Umsatzsteuerstatistik ist der Umsatz-Anteil der Unternehmen in den Größenklassen ab 100 Mio. Euro Netto-Umsatz erneut gestiegen, und zwar auf 64,7 Prozent. Das sind 1,7 Prozentpunkte mehr als der bisherige Rekordwert in Höhe von 63,0 Prozent aus dem Jahr 2022. Zum Vergleich: 2016 lag der Umsatzanteil der höchsten Größenklasse noch unter 60 Prozent, 2010 sogar unter 50 Prozent!

2023 wurde im vorwiegend stationären Modehandel erstmalig der bisherige nominale(!) Rekordumsatz aus dem Jahr 2016 in Höhe von 33 Mrd. Euro um mehr als 600 Mio. Euro übertroffen. Das lag vor allem am starken Wachstum der - meist preisorientierten und oft vertikal organisierten - Großunternehmen ab 100 Mio. Euro Netto-Umsatz. Allein 2023 wuchs deren Umsatz gegenüber dem Vorjahr um 7,2 Prozent. Und auch deren Zahl ist in dieser Größenklasse im gleichen Zeitraum von 39 auf 44 gestiegen.

Kleine und mittlere Unternehmen aus dem Modehandel rangierten 2023 dagegen in ihrer Marktbedeutung um einen Prozentpunkt unter dem Niveau von 2019, im Jahr 2010 war deren Anteil sogar mehr als doppelt so hoch wie 2023. Die Zahl dieser Unternehmen in der Umsatzgrößenklasse **bis** fünf Millionen Euro ist dabei 2023 per Saldo um 250 gesunken. Dagegen ist die Zahl der Unternehmen mit Umsätzen **ab** fünf Millionen Euro sogar um sechs Betriebe gestiegen – sicher auch durch Zugänge aus niedrigeren Umsatzgrößenklassen.

Wichtig: Unter die Rubrik „stationärer Bekleidungshandel“ fallen alle Unternehmen, die mindestens 50 Prozent ihres Umsatzes stationär und dann schwerpunktmäßig mit Bekleidung erzielt haben. In den Zahlen enthalten sind dann auch deren Online- und mit Randsortimenten erzielten Umsätze.

Hinweis: Beim Zeitvergleich ist zu berücksichtigen, dass 2020 die Erfassungsschwelle der Umsatzsteuerstatistik um 5.000 Euro auf 22.500 Euro angehoben wurde und seitdem nach Einschätzung des BTE eine dreistellige Zahl von Kleinstunternehmen nicht mehr berücksichtigt ist.

Anteil am Gesamtumsatz des Bekleidungsfachhandels nach Unternehmens-Größenklassen

Nettoumsatz/Jahr	2010	2016	2019	2021	2022	2023
bis 500.000 EUR	10,5	6,4	5,8	6,1	5,1	4,8
bis 5 Mio. EUR	17,7	12,1	11,2	11,6	10,4	10,1
bis 25 Mio. EUR	11,8	10,7	9,8	10,0	8,9	8,8
bis 100 Mio. EUR	11,9	11,5	11,7	13,0	12,7	11,7
ab 100 Mio. EUR	48,0	59,4	61,4	59,3	63,0	64,7
Gesamt in Prozent	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Nettoumsatz in Mrd. EUR	26,5	33,0	32,1	25,9	32,3	33,7
Gesamtzahl der Unternehmen	22.891	17.312	15.032	12.674	12.697	12.453

Quelle: BTE-Berechnungen nach Umsatzsteuerstatistik

In der Schuhbranche mit ihren insgesamt 2.725 Unternehmen war die Dominanz der Großbetriebe 2023 ähnlich. Allerdings wurden hier wegen der geringen Zahl entsprechender Unternehmen zur Wahrung der Anonymität keine Daten für die Größenklasse ab 100 Mio. Euro veröffentlicht. Die Umsatzsteuerstatistik liefert hier nur Zahlen für die Größenklasse ab 25 Mio. Euro, in der 32 Unternehmen auf einen Umsatzanteil von 66,9 Prozent kamen. Allein auf Deichmann entfällt dabei laut BTE-Berechnungen ein Marktanteil von über einem Drittel.

Im Lederwarenhandel mit seinen insgesamt 932 Unternehmen kamen drei große Händler – mit über 25 Mio. Euro Umsatz – auf einen Umsatzanteil von 53,1 Prozent. Dagegen ist der Handel mit Haustextilien (Handarbeiten, Meterware, Betten) mit einem Umsatz-Anteil der Großbetriebe ab 25 Mio. Euro Umsatz in Höhe von 31,1 Prozent noch deutlich mittelständischer geprägt.

Neue Schuhmesse „Barefoot“ mit starkem Start

Die neue Schuhmesse „Barefoot“ vom 31. Juli bis 3. August in der Messe Offenbach war ein voller Erfolg. 850 Fachhändler aus 42 Ländern besuchten 80 Marken aus 17 Ländern. An den beiden Endverbraucher Tagen stürmten über 2.000 Besucher die Stände und zahlten dafür immerhin fünf Euro Eintritt, die beim Kauf vor Ort angerechnet wurden. Hierbei war sicher entscheidend, dass die Lokalpresse (u.a. der Rhein-Main-Teil der FAZ) im Vorfeld breit über die Barefoot berichtet hatte.

Aktuell sind Barfußschuhe noch ein Nischenthema mit einem Marktanteil von ein bis zwei Prozent. Marktforscher gehen aber davon aus, dass sich der Anteil mittelfristig auf fünf bis zehn Prozent erhöhen kann. Da es sich um ein beratungsintensives Produkt handelt, geht der BTE davon aus, dass im klassischen Schuhfachhandel Umsatzanteile von 10 bis 15 Prozent bei Damen und Herrenschuhen realistisch sind, bei Kindern sogar 40 bis 50 Prozent. Gerade auch für Nahversorger in Klein- und Mittelstädten entstehen damit neue Perspektiven bei hoher Beratungskompetenz. Diese Chancen sollten beratungsorientierte Fachgeschäfte nutzen!

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