



7/2025

TW-Testclub: Durchwachsener Februar-Start

Die erste Februar-Woche verlief im deutschen Modehandel sehr unterschiedlich. Im Durchschnitt kamen die Teilnehmer des Testclubs der Textilwirtschaft in der 6. Kalenderwoche 2025 auf ein Umsatzplus in Höhe von zwei Prozent, das auf einer Vorlage aus 2024 von plus ein Prozent basiert. Die Unterschiede waren jedoch groß – auch aus kalendarischen Gründen (Weiberfasnacht in 2024).

Umsatzgewinner und -verlierer hielten sich genau die Waage. Dabei war die Veränderungsrate bei fast zwei Drittel der Teilnehmer zweistellig – entweder im Plus oder Minus. Aufgrund der schlechten Vorlage aus 2024 (Start in den Straßenkarneval) verbuchte der Westen ein hohes Plus von zehn Prozent. Der Norden kam auf ein Plus von zwei Prozent und der Süden auf ein Pari, während der Osten fünf Prozent Umsatz verlor. Bei den Preislagen kamen hohes und mittleres Genre auf ein durchschnittliches Plus von drei bzw. vier Prozent, der Konsumbereich landete auf Vorjahresniveau.

BTE-Pressekonferenz: Textilhandel fordert bessere Rahmenbedingungen

Am 10. Februar veranstaltete der BTE eine digitale Pressekonferenz, um die Medien über die Situation im Textil- und Bekleidungshandel zu informieren. BTE-Präsident Mark Rauschen erläuterte, dass die Branche mit der aktuellen Situation nicht zufrieden sein kann. Den stagnierenden Umsätzen stehen nämlich seit 2019 hohe Kostensteigerungen gegenüber, was die Erträge stark unter Druck setzt und zum Teil auch zu Insolvenzen und Geschäftsaufgaben geführt hat. So sind in den letzten fünf Jahren die Kosten für die Unternehmen um rund 20 Prozent gestiegen.

Besonders betroffen ist dabei der stationäre Textil- und Modefachhandel. Dieser Vertriebsweg hat in den Corona-Jahren 2020 und 2021 hohe Verluste eingefahren und trotz des anschließenden Umsatzaufschwungs noch nicht wieder das Niveau von 2019 erreicht. Angesichts der wohl weiter steigenden Kosten dürften in diesem Jahr wohl noch mehr mittelständische Händler wirtschaftlich unter Druck geraten.

Vor diesem Hintergrund forderte Rauschen von der Politik bessere Rahmenbedingungen vor allem für den stationären Textil- und Modehandel. Im Fokus steht dabei die hohe Bürokratiebelastung, die trotz anderslautender Versprechen der Politik weiter steigen. Das kostet gerade mittelständischen Unternehmen Zeit und Geld, das sie dringend für ihr Kerngeschäft benötigen.

Nicht hinnehmbar sind die bürokratischen Vorgaben für deutsche Händler, wenn gleichzeitig millionenfach dubiose und oft Schadstoff-belastete Billigware unkontrolliert über asiatische Plattformen wie Shein und Temu nach Deutschland und die EU strömt. Der BTE begrüßt daher ausdrücklich die Pläne der EU, solche Direktimporte nicht weiter durch Zollfreiheit zu begünstigen und stattdessen stärker zu prüfen.

Hinweis: Die Pressemeldung zur BTE-Pressekonferenz wurde von zahlreichen Fach- und Publikumsmedien veröffentlicht und ist auf der BTE-Website unter www.bte.de/presse einzusehen.

BTE-Berechnung: 67,5 Mrd. Euro Umsatz mit Bekleidung und Textilien in 2024

Nach ersten Hochrechnungen des BTE ist der Einzelhandelsumsatz mit Bekleidung sowie Haus- und Heimtextilien im letzten Jahr mit 67,5 Milliarden Euro (inkl. MwSt.) zum Vorjahr fast unverändert geblieben. Der Umsatz über alle Vertriebssysteme lag damit 2024 um 300 Mio. Euro bzw. 4,5 Prozent über dem Vor-Corona-Niveau von 2019.

Die verschiedenen Absatzkanäle haben sich dabei erneut unterschiedlich entwickelt. Für die BTE-Zuordnung der Umsätze nach Vertriebsformen ist dabei - anders als bei den meisten Betrachtungen aus Verbrauchersicht - der Umsatzschwerpunkt der Unternehmen maßgeblich. Bei vorwiegend stationären Modegeschäften fließen ggf. also Umsätze mit Schuhen oder Online-Verkäufe mit in deren Gesamtumsatz ein.

Die Entwicklung der einzelnen Vertriebsformen im Jahr 2024 im Vergleich zu 2023 und 2019:

- Die Umsätze des stationären Bekleidungshandels (inkl. vertikal organisierter Ketten) sanken im vergangenen Jahr um knapp ein Prozent und liegen damit immer noch fast fünf Prozent unter den Umsätzen von 2019. Das dürfte auch an Insolvenzen und Geschäftsaufgaben in 2024 liegen.
- Auf den gesamten Textil- und Bekleidungsfachhandel entfielen 2024 nach BTE-Hochrechnungen rund 36 Milliarden Euro. Er kommt damit auf einen Marktanteil von 53,3 Prozent.
- Für die Unternehmen mit dem Schwerpunkt Versand- bzw. Onlinehandels hat der BTE ein Umsatzplus in Höhe von 1,6 Prozent für 2024 errechnet. Gegenüber 2019 hat dieser Vertriebsweg aber rund ein Drittel gewonnen. Der gesamte Distanzhandel mit Bekleidung sowie Haus- und Heimtextilien erreicht damit nach BTE-Hochrechnungen einen Umsatz von 19,1 Milliarden Euro, was einem Marktanteil von 28,3 Prozent entspricht.
- Die Textil- und Bekleidungsumsätze von Warenhäusern, Lebensmitteldiscountern und alle anderen Handelsbranchen, die textile Sortimente führen, blieben im letzten Jahr nach BTE-Schätzungen unverändert gegenüber 2023 bei über 12 Milliarden Euro. Der Marktanteil dieses „sonstigen stationären Handels“ liegt damit bei 18,4 Prozent.

Marktanteile im Textil/Bekleidungsmarkt 2024

Stationärer Fachhandel Textil/Bekleidung	53,3 %
Versand-/Onlinehandel	28,3 %
Sonstiger stationärer Handel	18,4 %

Quelle: BTE-Berechnungen

IFH-Studie: Shopping bleibt wichtigster Anlass für Besuch in den Innenstadt

Am 12. Februar hat das IFH Köln seine neue Studie „Vitale Innenstädte 2024“ veröffentlicht, für die knapp 69.000 Interviews in 107 deutschen Städten geführt wurde. Wichtigste Erkenntnis: Einkaufen ist für 61 Prozent Nennungsquote das meistgenannte Motiv für den City-Besuch. Mit deutlichem Abstand folgen Gastronomie (40 Prozent), Verweilen/Sightseeing (20 Prozent) und die Nutzung von Dienstleistungen (20 Prozent).

Die Zufriedenheit mit dem Angebot der Innenstädte liegt in allen betrachteten Bereichen im Durchschnitt – gemessen in Schulnoten – zwischen 2 und 3. Dabei wurde die Attraktivität der Bereiche Bekleidung sowie Schuhe/Lederwaren mit der Durchschnittsnote 2,5 bzw. 2,6 bewertet.

Stärkste Besuchergruppe waren mit einem Anteil von 44 Prozent die 26- bis 50-Jährigen. Es folgen die Altersgruppe 51 bis 65 Jahre (26 Prozent), die über 65-Jährigen (16 Prozent) und am Ende die Altersgruppe bis 25 Jahre (14 Prozent).

Gefragt nach Maßnahmen zur Steigerung der Attraktivität der Innenstadt lagen zwei Forderungen fast gleichauf vorne: die Beseitigung von leerstehenden Läden und Brachflächen sowie eine verbesserte Infrastruktur, wie ein verbessertes Toilettenangebot. Letzteres dürfte mit dem zunehmenden Durchschnittsalter der Bevölkerung weiter an Relevanz gewinnen.

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