BTE Handelsverband Textil Schuhe Lederwaren

information | Newsletter

35/2025

TW-Testclub: Vielfach gute Umsätze

Bei angenehmen Temperaturen zeigten sich die Mode-Kunden in der dritten August-Woche wieder kauffreudiger. So konnten die Teilnehmer des Testclubs der TextilWirtschaft in der 34. Kalenderwoche im Durchschnitt ein Umsatzplus in Höhe von vier Prozent verbuchen. Dabei war die Vorlage aus dem Vorjahr mit plus zehn Prozent bereits hoch.

Allerdings erzielte lediglich eine knappe Mehrheit von 54 Prozent der Testclub-Teilnehmer ein Plus gegenüber 2024, das aber immerhin bei fast 40 Prozent zweistellig ausfiel. Umgekehrt landeten aber auch fast 30 Prozent zweistellig im Minus. Klarer Gewinner war erneut das hohe Genre mit einem hohen Plus von 28 Prozent, das Konsum-Genre lag immerhin sechs Prozent über Vorjahr. Der Umsatz im mittleren Genre kam immerhin noch auf ein Pari. Bei den Regionen landete der Osten um elf Prozent, der Norden um neun Prozent und der Westen um vier Prozent im Plus, während sich der Süden mit einem Umsatzpari begnügen musste.

BTE setzt sich für praktikable Handhabung des Vernichtungsverbots unverkaufter Ware ein

Bereits Mitte 2024 ist die EU-Ökodesign-Verordnung bzw. die „Ecodesign for Sustainable Products Regulation“ (ESPR) in Kraft getreten. Diese enthält auch ein Vernichtungsverbot von unverkauften Konsumgütern wie Kleidung und Schuhe, das für Großbetriebe bereits ab 19. Juli 2026 gilt. Mittlere Unternehmen bis 249 Mitarbeiter und 50 Mio. Euro Jahresumsatz müssen das Vernichtungsverbot ab 19. Juli 2030 einhalten. Kleinunternehmen bis 49 Mitarbeiter und 10 Mio. Euro Jahresumsatz sind dagegen nicht betroffen.

Bereits 2024 fanden unter Beteiligung des BTE erste Konsultationen statt, in der Ausnahmen vom Vernichtungsverbot diskutiert wurden. Dabei hat der BTE gefordert, die Auswirkungen des Vernichtungsverbots und die Ausnahmereglungen für den Handel praktikabel zu gestalten sowie die geforderten Dokumentationspflichten gering und einfach zu halten. Im Ergebnis soll die Entsorgung von unverkaufter Ware danach möglich sein

- aus Gesundheits-, Hygiene- und Sicherheitsgründen,
- bei nicht kosteneffizient reparierbaren Schäden,
- bei fehlender Eignung des Produkts für den vorgesehenen Zweck,
- bei Ablehnung als Warenspende,
- bei fehlender Eignung des Produkts für die Wiederverwendung oder Wiederaufarbeitung,
- bei Unverkäuflichkeit wegen Rechtsverstößen (Plagiate),
- wenn die Vernichtung die geringste negative Umweltauswirkung hat.

Im Detail definiert und reguliert werden die Ausnahmen in sog. delegierten Rechtsakten. Anfang Juli hat die EU-Kommission nun einen entsprechenden Entwurf veröffentlicht. Im Auftrag der Bundesregierung haben das Umweltbundesamt (UBA) und die Bundesanstalt für Materialforschung (BAM) daraufhin den BTE und weitere Vertreter der Branche Mitte Juli zu einem fachlichen Austausch eingeladen. Im Nachgang hat der BTE auf Wunsch der BAM Ende Juli noch einmal eine Stellungnahme mit konkreten Kritikpunkten, Bewertungen und Verbesserungsvorschlägen verfasst, um die Praktikabilität des Entwurfs für den Handel zu verbessern. Dazu zählt u.a. der Wunsch nach einer ausreichend langen Übergangsregelung mit einer zeitlich gestaffelten Nachweispflicht, da die Anpassung der IT-Systeme innerhalb von 12 Monaten nicht möglich ist.

Wichtig: Parallel finden auch Konsultationen auf EU-Ebene statt. Dazu hat der europäischen Handelsverband EuroCommerce, in dem über den Handelsverband Deutschland HDE die gesamte

Einzelorganisation (inkl. BTE) Mitglied ist, ebenfalls eine Stellungnahme abgegeben. Der „Arbeitskreis Textil Schuhe Lederwaren“ von BTE, HDE und AVE hat dabei Unterstützung geleistet.

BTE-Pressemeldung zur HDSL-Pressekonferenz: Schuhhandel mit schwachem erstes Halbjahr

Am 25. August veröffentlichte der BTE anlässlich der Pressekonferenz des Industrieverbands HDSL auf der Düsseldorfer Messe TWODAYS eine Meldung zur aktuellen Situation im Schuhhandel. Danach geht der BTE nach ersten Hochrechnungen davon aus, dass der Schuhhandel das erste Halbjahr 2025 im Durchschnitt mit einem Umsatzminus von drei bis vier Prozent gegenüber 2024 abgeschlossen hat. Ganz anders stellt sich allerdings die Situation im Online-Handel dar. Laut der repräsentativen Verbraucherbefragung des E-Commerce-Verbands bevh haben die Kunden ihre Schuhe im ersten Halbjahr vermehrt online gekauft.

Der BTE sieht zudem die anhaltende Insolvenz- und Schließungswelle als ein Hauptgrund für die schwache Umsatzentwicklung im stationären Schuhfachhandel. Denn seit einigen Jahren vergeht kaum eine Woche, in der nicht ein traditionelles Schuhgeschäft für immer seine Türen schließt. Selbst in mittelgroßen Städten fehlt mittlerweile oft ein Schuhhaus mit einem breiten Marken-Sortiment und kompetenter Fachberatung. Es ist also nachvollziehbar, dass immer mehr Kunden – sicher auch gezwungenermaßen – ihre Schuhkäufe im Internet tätigen. Oder sie gehen dazu in den Modehandel, der in den letzten Jahren sein Bekleidungssortiment zur Komplettierung des Outfits zunehmend um Schuhe erweitert hat.

Tatsächlich sind die Schließungszahlen im Schuhhandel schon seit vielen Jahren dramatisch gestiegen. Der BTE geht davon aus, dass aktuell maximal rund 2.500 Unternehmen schwerpunktmäßig Schuhe in Deutschland verkaufen. 2010 waren es laut Umsatzsteuerstatistik noch über 5.000 Unternehmen. Die Zahl der stationären Schuhhändler hat sich damit binnen 15 Jahren mehr als halbiert. Bei Einbeziehung der Filialen dürfte der Schwund ähnlich groß sein. Der BTE schätzt, dass Gesamtbestand aller stationären Schuhläden aktuell auf unter 8.000 gefallen ist.

Für diese Entwicklung gibt es primär zwei Gründe: Zum einen finden mittelständische Schuhhändler oftmals keinen Nachfolger, was sicher auch demografische Ursachen hat. Denn dieses Phänomen beklagen auch andere mittelständische Branchen. Zum anderen befindet sich der stationäre Schuhhandel mindestens seit der Corona-Pandemie in einer schwierigen wirtschaftlichen Situation, die im Extremfall zu Geschäftsschließungen oder sogar Insolvenzen geführt hat. So liegt der Umsatz im stationären Schuhfachhandel immer noch einige Prozentpunkte unter dem Vor-Corona-Niveau von 2019. Gleichzeitig sind die Kosten seit 2020 um rund 30 Prozent gestiegen, so dass viele Schuhhändler in den roten Zahlen landen.

Auch für das laufende Jahr ist die Mehrheit der Schuhfachhändler skeptisch. Gemäß der aktuellen „HDE-Konjunkturumfrage Sommer“ rechnen zwei Drittel der teilnehmenden Schuh- und Lederwarenhändler 2025 mit einem Umsatzrückgang, nur knapp jeder fünfte geht von einem Zuwachs aus. Als aktuelle Top-Themen bzw. Problemfelder werden dabei von 78 Prozent die allgemeine Kaufzurückhaltung genannt. Auf den nächsten Plätzen folgen die Bürokratie-Belastung (63 Prozent) sowie der Mindestlohn und der Attraktivitätsverlust der Innenstädte (jeweils 51 Prozent).

Hinweis: Die vollständige Pressemeldung ist auf der BTE-Website www.bte.de einsehbar.

Neue EHI-Studie: Outfithandel unter Druck

Laut der aktuellen EHI-Studie "Stationärer Einzelhandel Deutschland 2025" dominiert der Lebensmittelhandel mit über 63 Prozent des gesamten stationären Einzelhandelsumsatzes weiterhin die Handelsbranche. Dagegen kämpft der Outfithandel mit strukturellen Herausforderungen und veränderten Konsumgewohnheiten. So erreicht die Branche Mode & Accessoires laut EHI mit seinen 19.074 Verkaufsstellen einen Umsatzanteil von nur noch 6,5 Prozent. Der Lebensmittelhandel betreibt dagegen 58.014 Geschäfte, wo allerdings auch etliche Milliarden mit Textilien, Schuhe und Lederwaren umgesetzt werden. Bezogen auf die Sortimente ist die EHI-Betrachtung damit „schief“.

Klar für das EHI ist allerdings: Der Textil-, Schuh- und Lederwarenhandel bleibt trotz rückläufiger Zahlen ein zentraler Frequenzbringer für deutsche Innenstädte. 2023 und 2024 waren die Umsätze in allen drei Branchen allerdings leicht rückläufig, wobei vor allem kleinere Fachhändler betroffen waren und sich die Marktkonzentration weiter erhöht hat.

Ein zentraler Befund der EHI-Analyse: Die Digitalisierung hat den Modehandel längst erreicht – mit gravierenden Auswirkungen. 70,4 Prozent der Mode & Accessoires-Vertriebslinien verfügen bereits über einen Onlineshop. Damit steht die Branche an zweiter Stelle hinter den Technik-Händlern (78,9 Prozent) und vor den Anbietern von Hobby & Freizeit-Artikeln (67,1 Prozent). Der Lebensmittelhandel mit nur 6,8 Prozent Onlineshop-Anteil liegt noch immer deutlich dahinter.

Innerhalb der Branche Mode & Accessoires erwirtschaftet der vollsortimentierte Modehandel (Modegeschäfte und Bekleidungshäuser) einen Umsatzanteil 56,7 Prozent. Die spezialisierten Schuh- und Lederwarenhändler generieren 15,6 Prozent und die preisorientierten Textildiscounter liegen bei 17,7 Prozent.

Aggressive internationale Online-Plattformen wie Shein und Temu verstärken laut EHI den Konkurrenzdruck auf den etablierten stationären Handel zusätzlich. Diese neuen Marktakteure verändern nicht nur die Preisstrukturen, sondern auch die Kundenerwartungen hinsichtlich des Sortiments und der Liefergeschwindigkeit. Stadt, Immobilienbesitzer und der lokale Einzelhandel sollten sich daher nach Ansicht des EHI gemeinsam vor Ort am eigenen Standort engagieren, um den Modehandel als Anker für Erlebnis und Kauffreude wieder fest zu etablieren. Diese Aussage unterstreicht die enge Verbindung zwischen Textilhandel und Stadtentwicklung.

Die EHI-Studie zeigt: Der deutsche Einzelhandel befindet sich in einer Phase des Umbruchs, in der traditionelle Strukturen neu justiert werden müssen. Während der Lebensmittelhandel aufgrund seiner logistisch anspruchsvollen Produkte und dem Wunsch des Kunden, gerade frische Ware vor dem Kauf zu prüfen, eine stabilere Position hat, muss sich der Textilhandel den Herausforderungen der Digitalisierung, und veränderten Konsumgewohnheiten und Kaufzurückhaltung stellen.

Erfolgreiche Zukunftsstrategien erfordern laut EHI eine intelligente Verknüpfung von stationärem und digitalem Handel – ein Ansatz, den bereits viele der führenden Textilunternehmen verfolgen. Unternehmen mit entsprechendem Fachwissen und erforderlicher Infrastruktur sowie einem umfangreichen Kundenstamm haben bessere Chancen, im veränderten Marktumfeld zu bestehen.

Hinweis: Die in der EHI-Studie aufgeworfenen Problempunkte werden beim BTE-Kongress am 4. November in Köln thematisiert und - vor allem im Bereich der Digitalisierung - Lösungsansätze aufgezeigt. Bis zum **31. August** gilt ein **Frühbuchernachlass von 70 EUR** pro Person. Weitere Informationen zum Programm und zur Anmeldung unter www.bte.de/bte-kongress-2025/.

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