

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

information | **Newsletter**

13/2025

TW-Testclub: Minuserie hält an

Auch in der dritten Märzwoche konnte der deutsche Modehandel die nun schon sechs Wochen andauernde Minuserie nicht brechen. So mussten die Teilnehmer des Testclubs der Textilwirtschaft in der 12. Kalenderwoche im Durchschnitt ein Umsatzminus in Höhe von fünf Prozent verbuchen. Erneut war allerdings die Vorlage mit plus sechs Prozent deutlich positiv.

Zwei Drittel der Modengeschäfte landeten im Minus, vier von zehn Teilnehmern sogar zweistellig. Besonders betroffen war erneut das mittlere Genre mit einem durchschnittlichen Minus von sieben Prozent, während das hohe Genre nur zwei Prozent verlor. Das Konsumgenre kam immerhin auf ein Umsatzpari. Bei den Lagen gab es mit einem Minus von 15 Prozent die mit Abstand größten Einbußen in den Einkaufszentren. Bei den Regionen erzielte der Osten ein Plus von einem Prozent, während der Süden um neun Prozent einbrach. Norden und Westen verloren jeweils ein Prozent.

Umsatzsteuerstatistik 2023: erneut rückläufige Unternehmenszahlen im Textil- und Outfithandel

Vor wenigen Tagen hat das Statistische Bundesamt die Umsatzsteuerstatistik für das Jahr 2023 veröffentlicht. Dies ist die einzige Erhebung, die im Rahmen einer Vollerhebung sämtliche Unternehmen (ab 22.500 Euro steuerbaren Umsatz) im deutschen Einzelhandel erfasst. Zum Bekleidungsfachhandel zählen dabei alle Unternehmen, die über 50 Prozent ihres Umsatzes stationär mit Bekleidung erzielen. Ein Unternehmen wie Breuninger, das nach eigenen Angaben 60 Prozent seines Umsatzes online erzielt, dürfte also nicht unter diese Rubrik fallen, sondern unter „Versand- und Internet-Einzelhandel“.

Gemäß Umsatzsteuerstatistik 2023 ist der „steuerbare Umsatz: Lieferungen und Leistungen“ im „stationären Einzelhandel mit vorwiegend Bekleidung“ gegenüber 2022 um 4,2 Prozent auf 33.658 Mio. Euro gestiegen. Dieser lag damit auch fast 1,6 Mrd. Euro oder knapp fünf Prozent über Vor-Corona-Niveau von 2019. Die Zahl der in dieser Rubrik erfassten Unternehmen ist dagegen von 2022 auf 2023 um 244 oder 1,9 Prozent gesunken und lag im vorletzten Jahr damit bei 12.453. Zum Vergleich: 2019 lag diese Zahl noch bei 15.032 Unternehmen, was einen Rückgang um 17,2 Prozent bedeutet.

Der steuerbare Umsatz im vorwiegend stationären Schuhhandel sank 2023 dagegen leicht um 0,2 Prozent auf 6.541 Mio. Euro und lag damit um 137 Mio. Euro bzw. rund zwei Prozent unter dem Niveau von 2019. Die Zahl der Schuhspezialisten reduzierte sich dabei 2023 um 113 bzw. vier Prozent auf 2.725 Unternehmen (minus 20,6 Prozent im Vergleich zu 2019).

Der Umsatz des Lederwarenfachhandels fiel - nach einem starken Zuwachs von 19,4 Prozent in 2022 – im Jahr 2023 um 10,3 Prozent auf 1.169 Mio. Euro (plus 5,8 Prozent zu 2019). Die Zahl der Lederwarenspezialisten sank 2023 um 19 bzw. 2,0 Prozent auf 932. Zum Vergleich: 2019 lag diese Zahl noch bei 1.201 Unternehmen, was einen Rückgang um 22,4 Prozent bedeutet.

Auch im stationären Sportfachhandel (ohne Fahrradspezialisten) war der Umsatz 2023 rückläufig, und zwar um 1,9 Prozent auf 6.301 Mio. Euro. Die Branche lag damit aber noch fast eine Milliarde Euro bzw. 18,3 Prozent über dem Wert von 2019. Die Zahl der Sportspezialisten sank 2023 um 50 bzw. 1,1 Prozent auf 4.642 und liegt um mehr als 400 bzw. 9,2 Prozent unter dem Wert von 2019.

Im „Einzelhandel mit vorwiegend Textilien“, der vor allem Betten-, Handarbeits- und Meterwarengeschäfte umfasst, fiel der Umsatz 2023 um 1,0 Prozent auf 5.359 Mio. Euro. Der Umsatz lag damit 8,4 Prozent über 2019. Insgesamt waren 2023 noch 8.544 Unternehmen in der Branche tätig – fast 100 weniger als 2022 und mehr als 1.300 weniger als 2019 (minus 12,4 Prozent).

Entwicklung der Zahl der Unternehmen in ausgewählten Branchen 2019 bis 2023

	Bekleidungshandel	Schuhhandel	Lederwarenhandel	Textilhandel	Sporthandel
2019:	15.032	3.434	1.201	9.749	5.046
2020:	13.596	3.147	1.039	8.819	4.771
2021:	12.674	2.946	964	8.358	4.711
2022:	12.697	2.838	951	8.639	4.692
2023:	12.453	2.725	932	8.544	4.642

Quelle: Umsatzsteuerstatistik

Der Gardinen- und Teppicheinzelhandel kam 2023 auf einen Netto-Umsatz von 3.069 Mio. Euro und lag damit 0,7 Prozent über 2022 und 1,8 Prozent über 2019. Dabei verringerte sich die Zahl der Unternehmen 2023 um 3,7 Prozent auf 3.013. 2019 gab es in dieser Kategorie noch 3640 Unternehmen.

Zum Vergleich: Der Netto-Umsatz des gesamten Einzelhandels (stationär und online, ohne Kfz) ist 2023 um 2,4 Prozent auf 799.879 Mio. Euro gestiegen, während die Zahl der Unternehmen um 4,7 Prozent auf 318.728 sank. Dabei haben die 40.890 vorwiegend im Online- bzw. Versandhandel tätigen Unternehmen (ohne Sortimentsschwerpunkt, inkl. Lebensmittel) 2023 insgesamt 3,0 Prozent Umsatz verloren. Die Zahl der Onliner hat dabei seit 2019 um 38,3 Prozent zugelegt, deren Umsatz liegt immerhin noch 34,2 Prozent über dem von 2019.

China bleibt wichtigstes Importland für Bekleidung

Nach Angaben des Industrieverbands German Fashion war China auch 2024 mit einem Einfuhrwert von 8.054 Mio. Euro (- 0,6 % zu 2023) das wichtigste Importland für Bekleidung. Knapp dahinter rangiert Bangladesch mit einem Einfuhrwert in Höhe von 7.569 Mio. Euro (+ 5,2 % zu 2023). Mit deutlichem Abstand folgt die Türkei mit einem Volumen von 4.119 Mio. Euro (- 5,4 % zu 2023).

Der Abstand zu den nächsten Importländern ist groß. Die Top 10 vervollständigen: Vietnam (1.891 Mio. Euro), Kambodscha (1.633 Mio. Euro), Indien (1.502 Mio. Euro), Pakistan (1.478 Mio. Euro), Italien (1.408 Mio. Euro), Myanmar (903 Mio. Euro) und Tunesien (681 Mio. Euro).

Insgesamt ist das Importvolumen 2024 leicht um 1,0 Prozent auf 36.873 Mio. Euro gefallen. Zum Vergleich: 2023 gab es sogar ein prozentuales Minus von 16,3 Prozent, was auch auf das Erstarken von D2C-Direktimporten über Shein oder Temu zurückgeführt werden könnte, die in der Importstatistik wohl nicht erfasst werden.

Stores of the Year 2025: Pier 14 und C&A als herausragende Gewinner

Im Rahmen des Handelsimmobilienkongresses in Berlin wurden am 25. März die „Stores of the Year 2025“ ausgezeichnet. Die Jury ehrte folgende innovative Unternehmen:

C&A in München in der Kategorie Fashion - C&A in der Neuhauser Straße in München überzeugte mit einem modernen, edlen und minimalistischen Ladenkonzept. Die offene Gestaltung, großzügige Videowände im Eingang, ein begrünter Innenhof und viel natürliches Licht schaffen eine einladende Atmosphäre. Besonders hervorgehoben wurde die starke Ausrichtung auf Nachhaltigkeit, etwa durch die Wiederverwertung der Einrichtung. C&A setzt damit neue Maßstäbe für die Inszenierung erschwinglicher Mode und plant, alle Filialen in den Metropolen entsprechend umzurüsten.

Pier 14 in Ahlbeck - Die Pier 14 Strandterrasse im Seebad Ahlbeck gewann in der Kategorie Concept Store – für das Unternehmen mittlerweile die dritte Auszeichnung. An der Strandpromenade wurde ein modernes Ladenkonzept geschaffen, das sich harmonisch in die historische Bäderarchitektur einfügt. Eine Kaffeebar als Blickpunkt ergänzt die Präsentation internationaler Designer-Kollektionen, hochwertiger Accessoires und exklusiver Lifestyle-Produkte. Pier 14 zeigt, wie sich Digitalisierung mit echtem Mehrwert für die Kunden in den Point of Sale integrieren lässt.

Weiterhin prämiert wurde die Thalia Mayersche Buchhandlung am Neumarkt in Köln, das Küchenstudio proform in Weinheim und die Pâtisserie Johanna in Hamburg. Der BTE gratuliert allen Gewinnern!

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