



**BTE**

**Handelsverband**

**Textil Schuhe Lederwaren**

## information | **Newsletter**

**25/2025**

### **TW-Testclub: Hitze und Feiertag bringen Umsatzminus**

Die zweite Juni-Woche verlief für den deutschen Modehandel meist enttäuschend. Hitze und ein Verkaufstag weniger (Pfingstmontag) als in der Vergleichswoche bescherten den Teilnehmern des Testclubs der TextilWirtschaft in der 24. Kalenderwoche im Durchschnitt ein Umsatzminus in Höhe von sieben Prozent. Dabei war die Vorjahreswoche mit einem hohen Minus von 16 Prozent bereits sehr schwach.

Nur drei von zehn Modehändler landeten im Plus, dagegen musste mehr als die Hälfte ein zweistelliges Umsatzminus verbuchen. Mit im Schnitt minus elf Prozent besonders schlecht war die Entwicklung in Städten mit über 100.000 Einwohnern. Im Konsum-Genre reichte es zumindest für ein Umsatzpari, während das hohe Genre fünf Prozent und das mittlere Genre sogar zehn Prozent gegenüber dem Vorjahr verloren. Alle Regionen landeten im Minus, der Süden verzeichnete dabei mit minus zehn Prozent den größten Rückgang.

### **Geringe Online-Umsätze im stationären Textil- und Outfithandel**

Online-Verkäufe führen im stationären Textil-, Schuh- und Lederwarenhandel meist ein Schatten-Dasein. Gemäß der HDE-Frühjahrsbefragung 2025 verzichteten 69 Prozent der über 200 teilnehmenden Mode-, Schuh- und Lederwarenhändler komplett auf Online-Verkäufe. Die restlichen verkaufen zu 23 Prozent über einen eigenen Webshop und/oder nutzen Marktplätze.

Der Umsatzerfolg ist dabei überschaubar. 60 Prozent der aktiven Online-Verkäufer erzielen damit lediglich einen Anteil von maximal drei Prozent vom Gesamtumsatz. Auf einen Anteil unter zehn Prozent kommen weitere knapp 20 Prozent. Nur etwa jeder fünfte schafft einen Online-Anteil von mindestens zehn Prozent.

Auch im laufenden Jahr dürfte sich das nur wenig ändern. Lediglich ein Drittel prognostiziert eine positive Entwicklung ihrer Online-Umsätze. 40 Prozent rechnen mit einer Stagnation und 27 Prozent sogar mit einem Rückgang.

Der Grund für die Online-Abstinenz hat primär wirtschaftliche Gründe. Tatsächlich lohnt sich der Online-Verkauf für viele Unternehmen laut der letzten BTE-Unternehmerbefragung von Anfang 2025 nicht oder kaum. Das betrifft vor allem den Verkauf über Plattformen wegen der dort anfallenden hohen Gebühren. Bei Social-Media-Kanälen sieht es etwas besser aus, am besten waren die betriebswirtschaftlichen Ergebnisse bei Verkäufen über einen eigenen Webshop.

Tatsächlich gibt es Situationen oder Konstellationen, die für den (gelegentlichen) Online-Verkauf sprechen. Beispiele:

- Manche Kunden erwarten als Service wenigstens ein begrenztes Online-Angebot, um sich jederzeit bequem über das Warenangebot zu informieren. Hilfreich ist das vor allem, wenn das eigene Geschäft ein großes Einzugsgebiet hat, so dass (Stamm)Kunden eine weite Anfahrt erspart wird – zumindest für problemlose Käufe. Für Geschäfte in Urlaubsregionen dürfte das meist der Fall sein.
- Mitunter reicht das stationäre Geschäft nicht aus, um die Mindestbestellmengen der Lieferanten zu verkaufen. Über Online-Kanäle kann dann die zwangsweise zu viel geordnete Ware abgeschleust werden.
- Online-Kanäle können zumindest für den Verkauf von Restanten genutzt werden, die über das stationäre Geschäft nicht verkauft werden können oder aus Imagegründen dort gar nicht angeboten werden sollen.

## **Zunehmende Bürokratie belastet den Betten- und Haustextilhandel**

Der Betten- und Haustextilhandel sorgt sich gemäß der aktuellen Frühjahrs-Umfrage des Verbands der Bettenfachgeschäfte (VDB) um die zunehmende Bürokratie. In einer Skala von 1 (kein Problem) bis 10 (sehr großes Problem) lag dieser Punkt mit dem Durchschnittswert von 7,22 an der Spitze. Im „Problem-Ranking“ folgen die Rekrutierung guter Mitarbeiter bzw. Auszubildender (7,03), die allgemeine Kaufzurückhaltung der Kunden (6,97), die Entwicklung der Kosten (6,69) sowie die steigenden Einkaufs- und Verkaufspreise (6,11).

Von ihren Lieferanten wünschen sich 72 Prozent der VDB-Mitglieder, dass diese nicht direkt an Endverbraucher verkaufen - weder stationär noch online. Mit deutlichem Abstand folgt die Forderung nach einem selektiveren Vertrieb (58 Prozent) und nach einer höheren Eingangskalkulation (50 Prozent).

## **Kostenfreies BTE-Webinar zu ChatGPT & KI-Tools am 9. Juli 2025**

Die Möglichkeiten von Künstlicher Intelligenz entwickeln sich rasant. Textil-, Schuh- und Lederwarenhändler können mit den richtigen Tools z.B. Prozesse vereinfachen, kreative Aufgaben schneller lösen und ihre Mitarbeiter im täglichen Geschäft entlasten. So stehen mit der neuesten Version von ChatGPT neben Texterstellung nun auch Bildbearbeitung, Sprachfunktionen und Dokumentenverarbeitung zur Verfügung – intuitiv nutzbar, ohne technisches Vorwissen.

Wie man diese neuen Möglichkeiten nutzen kann, vermittelt ein kostenfreies BTE-Webinar am 9. Juli, von 9 bis 10 Uhr. Susanne Deiss (SD Consulting, Hamburg) zeigt, wie man die neuen KI-Funktionen gezielt im Handelsalltag einsetzt – sei es zur Erstellung von Inhalten, zur Kundenkommunikation oder für interne Aufgaben. Dabei werden folgende Punkte behandelt:

- **Text, Bild, Sprache – das ist neu bei ChatGPT & Co.** - Überblick über die neuesten Funktionen und sinnvolle Einsatzbereiche im Einzelhandel.
- **Texte schneller erstellen** – Werbetexte, Produktbeschreibungen, Kundeninformationen, Schulungsunterlagen & mehr.
- **Bilder gestalten & bearbeiten mit KI** - Einfache Tools für Social Media, Werbung und Visualisierungen, ganz ohne Grafiksoftware.
- **Prozesse unterstützen & standardisieren** - Checklisten, Aushänge, E-Mails oder Dokumentationen in Minuten erstellen.
- **Praxisbeispiele aus dem Handel** - Wie erfolgreiche Fachhändler bereits KI sinnvoll nutzen – und was man direkt übernehmen kann.

Das BTE-Webinar eignet sich für Unternehmer, Führungskräfte und Mitarbeitende aus dem Mode-, Schuh-, Lederwaren- und Bettenfachhandel, die KI in der Praxis kennenlernen oder vertiefen möchten. KI-Einsteiger sind herzlich willkommen! Weitere Informationen und Anmeldung unter <https://www.bte.de/veranstaltungen/bte-veranstaltungen/>.

**Hinweis:** Susanne Deiss bietet darüber hinaus kostenpflichtige KI-Seminare und Weiterbildungen an, wie z.B. ein zweistündiges Webinar zur Bilderstellung und ein dreiteiliges Starter-Seminar. Mitglieder im VDB oder im Einzelhandelsverband erhalten hier lukrative Rabatte bis zu 50 Prozent. Weitere Informationen dazu unter [www.susannedeiss.com](http://www.susannedeiss.com).

## **HDE-Konjunkturumfrage „Sommer 2025“ gestartet.**

Der HDE hat seine Konjunkturumfrage „Sommer 2025“ gestartet. Auch alle Textil-, Schuh- und Lederwarenhändler sind eingeladen, sich bis zum 13. Juli online an der Befragung zu beteiligen unter dem Link <https://de.surveymonkey.com/r/KUSO25>.

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