



BTE fordert die konsequente Regulierung von asiatischen Onlineplattformen

Der BTE appelliert an die Bundesregierung und die EU, umgehend wirksame und konsequente Maßnahmen gegen den massenhaften Import schadstoffbelasteter Billigware über asiatische Onlineplattformen wie Temu und Shein zu ergreifen. Der stationäre Modehandel steht infolge anhaltender Konsumzurückhaltung, dauerhaft hoher Energiepreise und einer stetig wachsenden Bürokratielast bereits unter erheblichem Druck. Hinzu treten Wettbewerbsverzerrungen durch Onlineplattformen aus Drittstaaten, die sich systematisch der Einhaltung europäischer Produkt-, Umwelt- und Verbraucherschutzstandards entziehen. Der regelkonform arbeitende Handel bleibt schutzlos zurück und wird faktisch von Politik und Aufsichtsbehörden im Stich gelassen.

Doch ist die Sachlage seit Langem eindeutig. Zahlreiche Untersuchungen und Recherchen belegen fortlaufend, dass über Plattformen wie Temu und Shein Textilien, Schuhe und Accessoires mit erhöhten Konzentrationen gesundheitsgefährdender Chemikalien innerhalb der EU in Verkehr gebracht werden. BTE-Präsident Mark Rauschen äußert, es sei eine Farce, wenn Plattformen wiederholt Lippenbekenntnisse zur Einhaltung europäischer Produktstandards abgäben, während gleichzeitig erhebliche systematische Verstöße festgestellt würden. Denn trotz wiederholter öffentlicher Kritik reagieren Onlineplattformen wie Temu und Shein erst nach dem Aufdecken erheblicher Produktmängel und unter öffentlichem Druck. Rauschen äußert, dies sei ein Zustand, der nicht länger hingenommen werden könne – die Grenze sei überschritten und es stelle sich die Frage, wie oft solche Zusagen noch folgenlos bleiben sollten.

Vor diesem Hintergrund begrüßt der BTE, dass die Europäische Kommission nach dem Skandal um rechtswidrige Produkte auf der Plattform Shein Konsequenzen gezogen hat. Rauschen erklärt, mit der Einleitung eines Verfahrens auf Grundlage des Digital Services Act werde das notwendige Signal gesetzt. Gleichwohl handele es sich dabei nicht um einen Selbstläufer. Aus Sicht des BTE sind nun konsequente Kontrollen bei der Einfuhr von Waren auf den EU-Markt und damit eine deutlich stärkere Marktüberwachung sowie die Schließung bestehender Regulierungs- und Vollzugslücken sowohl auf nationaler als auch auf europäischer Ebene zwingend erforderlich.

Vor diesem Hintergrund setzte sich der BTE bereits für die frühzeitige Abschaffung der 150-Euro-Zollfreigrenze ein und fordert nun eine schnelle und konsequente Umsetzung ohne Ausnahmen. Unabdingbar ist ein echtes Level Playing Field für alle Marktteilnehmer. Aus Sicht des BTE sind folglich Berlin und Brüssel nun am Zug, Handel und Verbraucher endlich zu schützen. Die vollständige Pressemeldung ist [hier](#) abrufbar.

Die Schuhbranche muss sich neu erfinden: BTE als Begleiter des Schuhfachhandels auf dem schuhbusiness*26-Kongress

Mit BTE-Geschäftsführer Sönke Padberg als Experte vor Ort stand der schuhbusiness*26-Kongress am 11. und 12. März 2026 in Darmstadt ganz im Zeichen aktueller Herausforderungen und der notwendigen Neuausrichtung des Schuhfachhandels. Eine zentrale Problemlage besteht mitunter

darin, dass sich Wareneingänge und Umsätze im Jahresverlauf zunehmend nach hinten verschieben und ihren Schwerpunkt immer später erreichen. Im Jahr 2025 lag ein Paar Schuhe im Durchschnitt rund 300 Tage im Lager, bevor es abverkauft wurde – eine Vorfinanzierung, die der Handel langfristig nicht durchhalten kann.

Vor diesem Hintergrund fand der vom Schuhkurier organisierte Kongress statt und wurde vom BTE als Sponsor sowie mit fachlicher Expertise unterstützt. In einer von Unsicherheit geprägten Zeit bot die Veranstaltung dem Schuhfachhandel eine zentrale Plattform für Austausch, Orientierung und Inspiration. Deutlich wurde, dass der Schuhfachhandel ein anspruchsvolles Jahr hinter sich hat. Zugleich wird die anhaltende Konsumzurückhaltung den Fachhandel zunächst weiter begleiten. Entscheidend ist folglich, wie konsequent die Unternehmen auf veränderte Rahmenbedingungen reagieren. Padberg machte deutlich, dass der Druck insbesondere dort hoch ist, wo ein klares Profil fehlt. Eine konsequente Kuratierung des Sortiments entlang der jeweiligen Zielgruppe gilt daher als zentraler Lösungsansatz. Dies knüpft an den Appell des BTE an, Geschäftsprozesse regelmäßig zu überprüfen und kontinuierlich zu optimieren. Die Transformation der Branche – einschließlich der Lieferanten – bleibt damit ein zentrales Ziel.

Auf dem Kongress zeigte sich zudem, dass Händlerinnen und Händler für ihre Offenheit gegenüber neuen Konzepten belohnt werden. Aus Sicht des BTE geht es darum, neue Verkaufspotenziale zu erschließen und zusätzliche Zielgruppen anzusprechen, bei gleichzeitig klarer Fokussierung. Ein klares und zeitgemäßes Profil erweist sich dabei als ausschlaggebend. Neben der Bindung von Stammkundinnen und Stammkunden gewinnt auch die gezielte Neukundenakquise an Bedeutung. Weitere Impulse setzten SABU-Geschäftsführer Stephan Krug, der die Bedeutung eines lösungsorientierten Zusammenwirkens von Industrie und Handel hervorhob, sowie ANWR Chief Digital Officer Martina Novotny, die auf die weiterhin großen Potenziale bei der EDI-Datenqualität verwies und zu gemeinsamen Investitionen in die Realisierung aufrief. Mit seinem Engagement unterstreicht der BTE daher die Bedeutung der zukunftsorientierten Weiterentwicklung des Schuhfachhandels und bekräftigt seine Unterstützung für die Branche.



Foto: Anmeldungen zum Digital Day sind noch möglich

2. BTE-Digital Day: Programm steht

Das Programm des 2. BTE-Digital Day am 16. April ist jetzt online. Von 9.30 bis 16 Uhr drehen sich dann insgesamt 20 Kurz-Vorträge von in der Regel je 15 Minuten unter anderem um die Themenfelder digitale Kundenbindung, KI-gestütztes Warenmanagement, effiziente Online-Anbindungen, moderne Warenwirtschaft, kostengünstige Mitarbeiter-Organisation und zeitgemäße Transportlogistik.

Für alle Händler interessant dürfte zudem der Slot des bekannten Coachs Andreas Nemeth über Mitarbeiterführung und -motivation vor der Mittagspause sein. Nicht verpassen sollte man auch den anschließenden Vortrag von BTE-Geschäftsführer Sönke Padberg über die neuesten (digitalen) Trends von der diesjährigen New Yorker Handelsmesse NRF und der Düsseldorfer EuroShop. Zum Abschluss wird der BTE in einem Slot über die Leistungen des am 1. Juli startenden neuen BTE-

Clearing Centers informieren.

Wichtig: Wer am 16. April verhindert ist, kann alle Life-Streamings und Präsentationen auch im Nachgang als Aufzeichnung anschauen. Voraussetzung ist eine vorherige Anmeldung. Für Besucher aus dem Fachhandel sowie Textil-, Schuh- und Modelieferanten ist die Teilnahme am BTE-Digital Day kostenfrei. Das komplette Programm, Registrierung und weitere Informationen unter <https://www.bte.de/bte-digital-day-2026/>.



Foto: Modehandel verliert Unternehmen

Modehandel verliert 2024 fast 500 Unternehmen, aber der Umsatz steigt um 1,6 Prozent

Vor wenigen Tagen hat das Statistische Bundesamt – rund 14 Monate nach Abschluss des Jahres 2024 – die Umsatzsteuerstatistik für 2024 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.

Gemäß Umsatzsteuerstatistik 2024 ist der „steuerbare Umsatz: Lieferungen und Leistungen“ im „stationären Einzelhandel mit vorwiegend Bekleidung“ gegenüber 2023 um 1,6 Prozent auf 34.213 Mio. Euro gestiegen. Dieser lag damit auch über 1,6 Mrd. Euro oder mehr als fünf Prozent über Vor-Corona-Niveau von 2019. Die Zahl der in dieser Rubrik erfassten Unternehmen ist dagegen von 2023 auf 2024 um 480 oder 3,9 Prozent gesunken und lag im vorletzten Jahr damit bei 11.973. Zum Vergleich: 2019 lag diese Zahl noch bei 15.032 Unternehmen, was einen Rückgang um mehr als 3.000 bzw. 20,3 Prozent oder einem Fünftel bedeutet. Der steuerbare Umsatz im vorwiegend stationären Schuhhandel sank 2024 dagegen um 2,3 Prozent auf 6.392 Mio. Euro und lag damit um fast 300 Mio. Euro bzw. rund vier Prozent unter dem Niveau von 2019. Die Zahl der Schuhspezialisten reduzierte sich dabei 2024 um 173 bzw. 6,3 Prozent auf 2.552 Unternehmen (minus 26,4 Prozent im Vergleich zu 2019).

Der Umsatz des Lederwarenfachhandels fiel im Jahr 2024 um 11,5 Prozent auf 1.035 Mio. Euro (minus 6,3 Prozent zu 2019). Die Zahl der Lederwarenspezialisten sank 2024 um 50 bzw. 5,4 Prozent auf 882. Zum Vergleich: 2019 lag diese Zahl noch bei 1.201 Unternehmen, was einen Rückgang um 26,6 Prozent bedeutet. Im „Einzelhandel mit vorwiegend Textilien“, der vor allem Betten-, Handarbeits- und Meterwarengeschäfte umfasst, stieg der Umsatz 2024 um 1,5 Prozent auf 5.442 Mio. Euro. Der Umsatz lag damit rund zehn Prozent über 2019. Insgesamt waren 2024 noch 8.345 Unternehmen in der Branche tätig – knapp 200 weniger als 2023 und mehr als 1.400 weniger als 2019 (minus 14,4 Prozent).

TW-Testclub: Modehandel mit verhaltendem Umsatzplus

Der stationäre Modehandel verzeichnete in der 11. Woche zum dritten Mal in Folge ein Umsatzplus. An mehr als der Hälfte der Mode-POS lagen die Erlöse über dem Vorjahr, was auch an der schwachen Vergleichswoche 2025 lag. Insgesamt blieb der Zuwachs mit durchschnittlich plus 1 Prozent dennoch verhalten. Belastend wirkten vor allem der Temperatursturz und eine eingetrübte Stimmung beim Konsum. Händlerinnen und Händler berichten von schwacher Frequenz und einer wetterabhängigen Nachfrage nach neuer Ware. Besonders mittelmäßige Anbieter schnitten unterdurchschnittlich ab und meldeten im Schnitt ein Umsatzminus von 4 Prozent. Dagegen konnten Anbieter höherwertiger Sortimente ihre Umsätze um rund 10 Prozent steigern, unter anderem aufgrund von Aktionen und Events. Kleinere POS mit einem Jahresumsatz von weniger als 0,5 Mio. Euro verzeichneten Rückgänge. Dort lagen die Erlöse im Schnitt 5 Prozent unter dem Vorjahr, während große Standorte mit einem Jahresumsatz ab 5 Mio. Euro zulegen konnten.

Senkung der Stromsteuer für Unternehmen und Privatverbraucher: Einzelhandel fordert Bundesregierung zum Handeln auf

Der Handelsverband Deutschland (HDE) unterstützt die Forderung der Europäischen Kommission, die Stromsteuer für alle auf das zulässige Minimum abzusenken, und setzt sich dafür seit Jahren sowohl für Privatverbraucher als auch für alle Unternehmen ein. HDE-Präsident Alexander von Preen erklärt, dass die Kosten runter müssen. Der Bereich Energie sei auch im Einzelhandel in den letzten Jahren zu teuer geworden. Es sei nun Zeit, dass die Bundesregierung ihr Versprechen aus dem Koalitionsvertrag endlich einlöse und die Stromsteuer für alle senke. Dies dürfe kein Privileg für nur einige Wirtschaftszweige bleiben, wie von Preen ausführt. Laut HDE und BTE muss die Bundesregierung nun schnellstmöglich handeln.
