

So will BTE-Präsident Rauschen den "Exitus der Branche" stoppen

Von **Kirsten Reinhold**
Dienstag, 10. Februar 2026



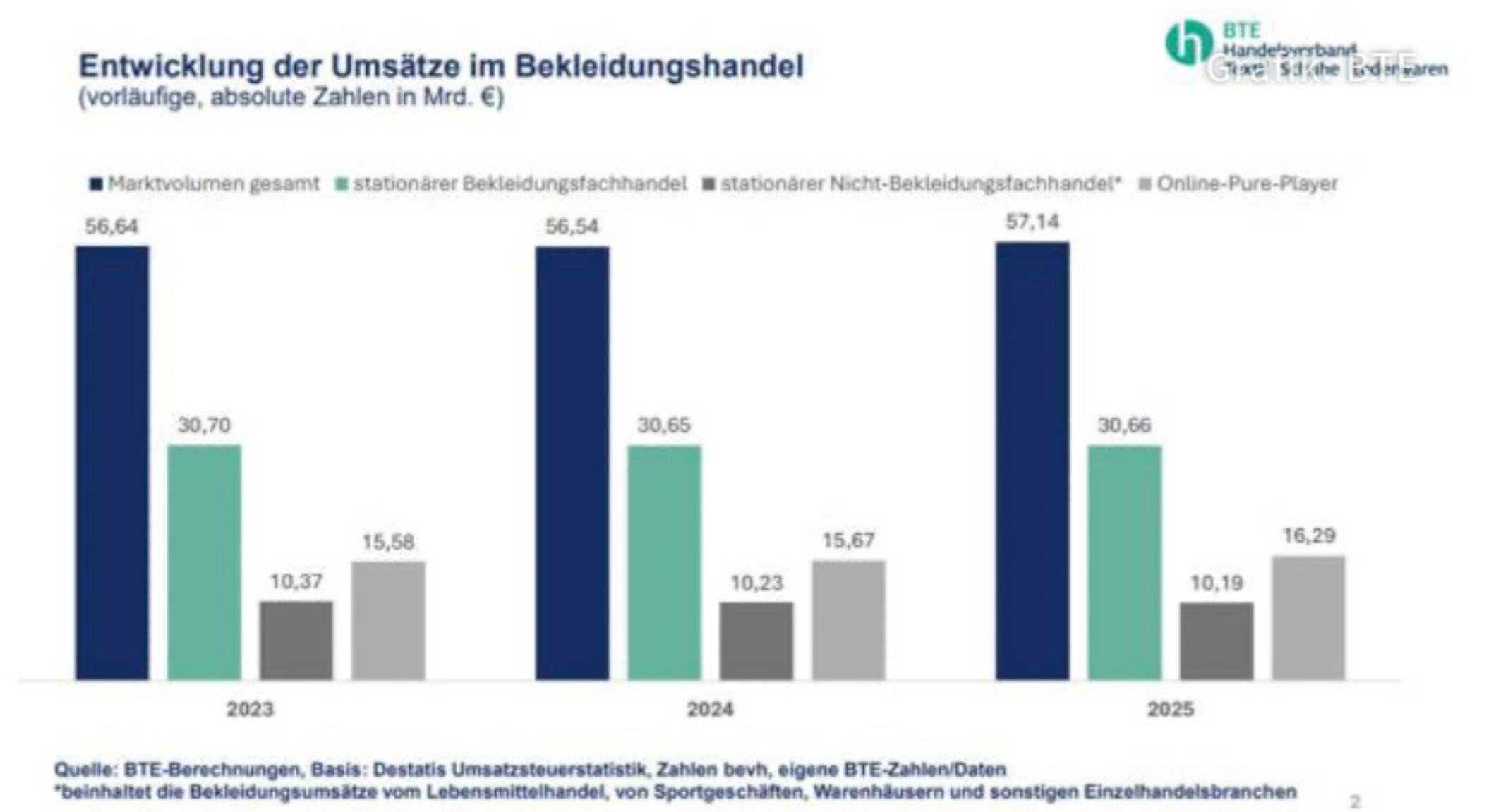
"Die Entwicklung ist wirklich dramatisch und wir müssen aufpassen, dass noch bestehende stationäre Handels- und Versorgungsstrukturen unserer Branchen nicht vollends wegbrechen", sagt BTE-Präsident Mark Rauschen.

Es gibt wenig Grund zur Zuversicht: Mehr als die Hälfte der Modehändler verzeichnete laut BTE im vergangenen Jahr operative Verluste. Auch für 2026 sind die Unternehmer einer Verbands-Umfrage zufolge eher pessimistisch. Präsident Mark Rauschen benennt deshalb zehn Problemfelder und formuliert klare Forderungen an Politik und Branche, um das "Horrorszenario" zu beenden.

"Das Jahr 2025 hat unseren Branchen einen weiteren herben Rückschlag beschert. Wenn durchschnittlich deutlich mehr als die Hälfte aller Bekleidungs- und Schuhhändler operative Verluste machen, dann ist das ein wahres Horrorszenario. Die Entwicklung ist wirklich dramatisch und wir müssen aufpassen, dass noch bestehende stationäre Handels- und Versorgungsstrukturen unserer Branchen nicht vollends wegbrechen. Der Exitus unserer Branchen muss gestoppt werden!", fordert Mark Rauschen, Präsident des Handelsverbands Textil Schuhe und Lederwaren (**BTE**) und geschäftsführender Gesellschafter des Osnabrücker Platzhirsches **Lengermann & Trieschmann** auf der ersten Verbands-Pressekonferenz am neuen Standort in Berlin.

Insgesamt habe der Handel über alle Vertriebsformen hinweg nach BTE-Berechnungen im vergangenen Jahr Bekleidung im Wert von 57,14 Mrd. Euro verkauft. Rein rechnerisch liegt er damit zwar leicht über dem Vorjahresumsatz von 56,54 Mrd. Euro. "Aber auch, wenn es zunächst nach viel klingen mag, ist dieses leichte Plus von nominal nicht mal 1% eine homöopathisch geringe Steigerung, die von immer weiter steigenden Kosten aufgefressen wird", erklärt BTE-Hauptgeschäftsführer Rolf Pangels.

Innerhalb der Branche seien die Online-Pure-Modehändler mit einem Anteil von 16,29 Mrd. Euro und einem Plus von fast 4% wieder die klaren Gewinner der Entwicklung. Der stationäre Bekleidungsfachhandel verharrte dagegen nahezu auf gleichem Niveau des Vorjahres. Der anderweitige stationäre Bekleidungshandel, beispielsweise in Warenhäusern, musste weitere Umsatzverluste hinnehmen.



Bei Betrachtung der operativen Geschäftsergebnisse, unter Berücksichtigung kalkulatorischer Kosten, landete einer aktuellen BTE-Umfrage zufolge jeder zweite stationäre Bekleidungshändler in den roten Zahlen. Bei 18% der Befragten lag der operative Verlust sogar bei 5% oder höher.

Schuhhandel schneidet noch schlechter ab

Noch schlechter sehen die Zahlen im Schuhhandel aus. Hier reduzierte sich laut BTE das gesamte Marktvolumen von rund 11,66 Mrd. Euro im Vorjahr auf 11,48 Mrd. Euro. Und hier sind die stationären Händler noch deutlichere Verlierer: Sie mussten Umsatzrückgänge um fast 4% verkraften, während die reinen Online-Schuhanbieter ihre Umsätze um mehr als 4% auf 2,87 Mrd. Euro steigern konnten.

"Bei den Schuhen ist die Entwicklung noch dramatischer als bei den Textilern. Hier verzeichneten zwei Drittel der Händler ein Ertragsminus. Und hier erwarten auch nur 16% nennenswerte Zuwächse im laufenden Jahr", erklärt Sönke Padberg, der seit Jahresanfang neuer Geschäftsführer des BTE ist.



Insgesamt seien die Aussichten für 2026 "eher trüb". So rechnen der BTE-Umfrage zufolge nur ein Drittel der Bekleidungshändler in diesem Jahr mit einem nennenswerten Umsatzplus. Dagegen erwarten 37% einen weiteren Rückgang von mindestens 1%. Jeder Zehnte Bekleidungs- oder Schuhhändler befürchtet ein Umsatzminus von mehr als 5%.

Kaufzurückhaltung und Kosten steigen

Vor diesem Hintergrund haben die Verbandschefs ihre Mitglieder nach den zehn aktuellen Problemfeldern befragt. Demnach macht inzwischen die Kaufzurückhaltung den Händlern die größten Sorgen, gefolgt von den hohen Kostensteigerungen und der zunehmenden Bürokratie.

Auch das Finden neuer Mitarbeiter, die Abwanderung der Kunden in den Online-Handel und der unregulierte Wettbewerb mit Shein, Temu und Co. werden als Problemfelder genannt.

Deshalb fordert BTE-Präsident Rauschen von der Politik schnelle und nachhaltige Maßnahmen zur Ankurbelung des privaten Konsums. "Was wir brauchen, ist ein Konsumschub, mit deutlichen Steuerentlastungen und weiteren Senkungen der Energiekosten für alle Menschen. Die Leute brauchen effektiv mehr Geld in ihren Portemonnaies, um es auch bei uns ohne große Sorgen und Überlegungen mit Freude ausgeben zu können. Wir leben in der Masse von der Mittelschicht und die muss vor allem entlastet werden."

Gleichzeitig müssten auch die Modeunternehmen entlastet und die Innenstädte gestärkt werden. "Seit Jahren tragen wir diese Forderungen wie ein Mantra vor. Bisher ist bis auf viele Versprechungen wenig umgesetzt worden. Hier muss der Knoten endlich durchschlagen werden, damit unsere Unternehmen wieder mehr investieren und sich stärker engagieren können", ergänzt Pangels.

Sechspunkte-Plan für Modebranche

Appelle richtet der BTE aber auch an die eigene Branche. "Denn wir sind überzeugt, dass wir Modehändler eine Zukunft haben und Lebensqualität in die Innenstadt bringen können, wenn wir es anpacken und uns zukunftsfähig aufstellen", sagt Rauschen.

APPELL AN DIE BRANCHE

1. Stringente Optimierung von Geschäftsprozessen
2. Waren-Management verbessern
3. Mehr Investitionen in Erlebniseinkauf (z.B. Ladengestaltung, Gastronomie, Events)
4. Bereitstellung von ausreichender und qualifizierter Beratung
5. Optimierung der Zusammenarbeit von Industrie und Handel (z.B. Ordermengen, Warenlieferzeitpunkte)
6. Stärkeres lokales Engagement der Mode- und Schuhhändler (z.B. in Werbe-/Citymarketing-Gemeinschaften)

Er fordert seine Branchenkollegen und Verbandsmitglieder auf, weiter mit Nachdruck an der Verbesserung von Geschäftsprozessen zu arbeiten sowie ein stärkeres Engagement in den Citymarketinggemeinschaften der Innenstädte zu zeigen, um an deren Standortverbesserungen aktiver mitzuwirken.



Um die Probleme der Branche besser angehen zu können, hat der BTE ein Hauptstadtbüro eröffnet und sich personell verstärkt: Mit Marika Hanschke (links) wurde erstmals eine Referentin für Nachhaltigkeit eingestellt. Ebenfalls neu ist Franzisca Lubba, die sich um die Kommunikation kümmert.

Auch im Engagement für Nachhaltigkeit sieht der BTE einen wichtigen Hebel. "Das ist zweifellos ein entscheidendes Instrument zur Kundenbindung. Mit Repair-Services und Secondhand-Angeboten holen wir ganz neue Zielgruppen in die Läden und können sie langfristig zu Community-Treffpunkten machen", erklärt Padberg.

Mit Marika Hanschke wurde deshalb zum Jahresbeginn erstmals eine Referentin speziell für die Themen erweiterte Herstellerverantwortung und Kreislaufwirtschaft als Vollzeitkraft eingestellt. Die Texoversum-LDT-Absolventin mit einem Master in Nachhaltigkeit hat gemeinsam mit der ebenfalls neu gestarteten Politikwissenschaftlerin Franzisca Lubba als Kommunikationschefin ihren Sitz im Berliner Hauptstadtbüro in unmittelbarer Nähe zum Dachverband HDE.