



Foto: Die EmpCo-Richtlinie hat zum Ziel, Greenwashing zu unterbinden.

EmpCo-Richtlinie verschärft Regeln – der Handel steht unter Zeitdruck

Ab dem 27. September 2026 gelten mit der Umsetzung der EU-Richtlinie „Empowering Consumers for the Green Transition“ (EmpCo) deutlich strengere Vorgaben für allgemeine Umweltaussagen mit dem Ziel, Greenwashing zu unterbinden. Für den Textil- und Schuheinzelhandel bedeutet das einen kurzfristigen Anpassungsbedarf ohne Abverkaufs- und Übergangsfrist.

Pauschale Aussagen wie „nachhaltig“ oder „umweltfreundlich“ sind künftig unzulässig, sofern sie nicht durch anerkannte Typ I-Umweltzeichen, etwa das EU-Ecolabel, belegt sind. Gleichzeitig dürfen auch Siegel, Icons und eine „grüne“ Bildsprache nicht mehr den Eindruck einer übergeordneten Umweltleistung vermitteln.

Der BTE empfiehlt daher, die gesamte Produkt- und Marketingkommunikation, von Etiketten und POS-Materialien bis hin zum Online-Shop sowie Social Media, umfassend zu überprüfen und rechtssicher anzupassen. Gleichzeitig sollten Händler klare interne Prozesse für Prüfung, Freigabe und Umgang mit betroffener Bestandsware schaffen.

Weitere Informationen und Handlungsempfehlungen finden Sie in unserer aktuellen [Pressemitteilung](#).



Foto: Sönke Padberg, Geschäftsführer des BTE, mit Tatjana Steinbrenner, BTE Vize Präsidentin

unitex-FashionFestival 2026 in Ulm: Branche setzt auf persönlichen Austausch

Das unitex-FashionFestival 2026 hat einmal mehr seine Bedeutung als zentrale Plattform für den Modehandel unterstrichen und in diesem Jahr sogar neue Maßstäbe gesetzt. Mit mehr als 3.000 Besucherinnen und Besuchern, über 180 Ausstellern und mehr als 250 Marken entwickelte sich Ulm für zwei Tage zum Treffpunkt der Fashion-, Schuh-, Sport- und Lifestylebranche. Auch der BTE war vor Ort und nutzte die Gelegenheit zum intensiven Austausch mit Händlern, Marken und Partnern.

Bereits zum Auftakt zeigte sich die hohe Relevanz des Formats. Lange Warteschlangen am Einlass, volle Hallen und ein durchgehend stark frequentiertes Gelände spiegelten das große Interesse wider. Vertreter aus Handel, Industrie und Dienstleistung kamen zusammen und nutzten das Festival für Inspiration und neue Perspektiven.

Im Mittelpunkt stand insbesondere der persönliche Austausch. Neben dem Networking bot das Festival ein umfangreiches inhaltliches Programm. Die durchgehend stark besuchten Masterclasses und Keynotes verdeutlichten den hohen Bedarf an praxisnahen Lösungsansätzen, z. B. zu Themen wie Künstliche Intelligenz, Preissteuerung, Kundenbindung, Margenoptimierung und effiziente Prozesse. Auch prominente Speaker setzten dabei wichtige Impulse für die Branche.

Auffällig war zudem die positive und zugleich entschlossene Stimmung vor Ort. Trotz weiterhin herausfordernder wirtschaftlicher Rahmenbedingungen war ein spürbarer Wille erkennbar, Chancen zu nutzen und gemeinsam nach vorne zu schauen. Insbesondere die Mischung aus etablierten Marktteilnehmern und neuen Anbietern sorgte für zusätzliche Dynamik auf den Ausstellerflächen.

Trotz der gewachsenen Größe bleibt das Event seinem Charakter treu. Persönliche Begegnungen, kurze Wege und eine enge Vernetzung zwischen Handel, Marken und Dienstleistern stehen weiterhin im Mittelpunkt. Die Kombination aus Networking, Inspiration und Festivalatmosphäre machte das Event für viele Besucherinnen und Besucher zu weit mehr als einer klassischen Messe.



Foto: BTE Treffen auf dem unitex-FashionFestival

BTE-Treffen auf dem unitex-FashionFestival 2026 in Ulm

Am Rande des unitex-FashionFestivals in Ulm lud der BTE zu einem gezielten Austausch mit wichtigen Branchenakteuren ein. Der Runde gehörten unter anderem Vertreter der Lieferanten Lloyd und Tamaris, SABU-Geschäftsführer Stephan Krug (zugleich Mitglied des HDE-Präsidiums) sowie die Händler und Präsidiumsmitglieder Roman Degenhardt (Nordhessen) und Ingo Hänel (Baden-Württemberg) an. Auch die Fachzeitung Schuhkurier nahm an dem Gespräch teil.

Im Mittelpunkt des Austauschs stand ein aktuelles Stimmungsbild zur weiterhin angespannten wirtschaftlichen Lage im Schuhhandel. Einigkeit bestand darin, dass steigende Kosten, ein herausforderndes Konsumklima und wachsender Wettbewerbsdruck den Markt derzeit stark prägen. Vor diesem Hintergrund diskutierten die Teilnehmenden Ansatzpunkte, um die Zukunftsfähigkeit des stationären Handels zu sichern.

Ein Schwerpunkt lag dabei auf möglichen Anpassungen bei Eckpreislagen sowie von Kalkulationen. Als zentrale Hebel wurden außerdem eine konsequente Kundenorientierung und Differenzierung im Wettbewerb hervorgehoben. Dazu zählen kuratierte Sortimente, erlebnisorientierte Formate wie Events sowie eine emotionale und zielgruppengerechte Kundenansprache.

Insgesamt unterstrich der Austausch die Notwendigkeit, strategische und operative Maßnahmen enger miteinander zu verzahnen, um den aktuellen Herausforderungen wirksam zu begegnen.



Foto: © Expo Riva Schuh

Expo Riva Schuh 2026: Wichtige Impulse für den Schuhhandel

Die Expo Riva Schuh (13.–16. Juni 2026) zählt seit über 50 Jahren zu den wichtigsten internationalen Branchentreffpunkten und ist ein globaler Referenzpunkt für die Schuhindustrie. Gemeinsam mit „Gardabags“ für Taschen und Accessoires bietet sie eine zentrale Plattform für Handel und Industrie.

Gerade im aktuellen Marktumfeld mit Lager- und Margendruck sowie rückläufiger Nachfrage gewinnt die Messe an Bedeutung. Als internationale Sourcing- und Orderplattform im Volumensegment treffen hier Anbieter und Einkäufer aus über 100 Ländern zusammen. Viele grundlegende Entscheidungen zu Kollektionen, Preisen und Lieferanten werden hier vorbereitet. Durch ihre frühe Position im Messekalendar liefert sie zudem wichtige Orientierung für Trends und Marktentwicklungen.

Zugleich fungiert die Messe als Innovationsplattform. Neue Materialien, digitale Lösungen und effizientere Prozesse werden praxisnah präsentiert und geben Impulse für die Weiterentwicklung im Handel. Mit gezielten Matchmaking-Formaten, wie dem Buyer-Programm, sowie zahlreichen Networking- und Business-Events unterstützt die Messe zudem den direkten Austausch zwischen Marktteilnehmern und fördert neue Kooperationen.

Die Expo Riva Schuh ist weit mehr als eine klassische Fachmesse. Sie ist ein zentraler Orientierungs- und Steuerungspunkt für Einkauf und Strategie im Schuhhandel.

Weitere Informationen zur Messe finden Sie [hier](#).

Abermalige Erweiterung ZFO Zweibrücken nicht verträglich

Anhand einer vom BTE durchgeführten Auswirkungsanalyse kann aufgezeigt werden, dass mit einer abermaligen Erweiterung des ZFO Zweibrücken erhebliche ökonomische, städtebauliche und raumordnerische Auswirkungen einhergehen würden. Die Erweiterung von derzeit 21.000 auf rund 29.500 Quadratmeter Verkaufsfläche würde gleich gegen mehrere, planerische Gebote - dem städtebaulichen Integrationsgebot, Zentralitätsgebot sowie dem Nichtbeeinträchtigungsgesetz - verstoßen. Ebenso sind weitere Funktionsschädigungen von Innenstädten im Einzugsbereich zu erwarten.

Zudem ist das Geschäftsmodell des ZFO im Hinblick auf Umwelt- und Klimaschutzaspekte vor allem wegen der nahezu ausschließlichen Ausrichtung auf den MIV und der permanenten Neuversiegelung von Freiflächen „kontraproduktiv“.

Ebenso befürchtet der BTE erhebliche Vollzugsdefizite bei der praktischen Umsetzung der festgelegten Sortiments-/Warenbegrenzungen. Hierzu führt der Verband aktuell weitere allgemeine Analysen durch, deren Ergebnisse in Kürze der Öffentlichkeit vorgelegt werden. Der BTE fordert die neue Landesregierung Rheinland-Pfalz auf, das erneute Erweiterungsvorhaben des ZFO zu stoppen.

Die BTE-Auswirkungsanalyse bzw. Stellungnahme wird auf Anfrage (bitte per E-Mail an: pangels@bte.de) gerne zur Verfügung gestellt.

BTE beteiligt an Evaluation Corona-Wirtschaftshilfen des Bundes

Das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWE) führt aktuell eine umfassende Evaluierung der Corona-Wirtschaftshilfen des Bundes durch. Die Prognos AG sowie das Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung (ZEW) wurden beauftragt, die Wirksamkeit sowie die Wirtschaftlichkeit dieser Maßnahmen zu untersuchen. Konkretes Ziel der Evaluation ist es, die Überbrückungshilfen (ÜBH I bis IV), Neustarthilfen (NSH, NSH Plus sowie NSH 2022) und außerordentliche Wirtschaftshilfen (November- und Dezemberhilfe) hinsichtlich ihrer gesamtwirtschaftlichen und unternehmerischen Auswirkungen zu bewerten.

Hierzu konnte der BTE im Rahmen eines einstündigen Videocalls die konkreten Erkenntnisse und Erfahrungen des Verbandes und der Mode-/Schuhhandelsunternehmen vortragen. So wurde von der eindeutigen Mehrzahl der Mode-/Schuhhändler die Hilfen sowohl in der Höhe als nicht ausreichend bewertet, als auch die inhaltliche Ausgestaltung als schwer verständlich bzw. widersprüchlich wahrgenommen. Zudem sorgten die vielfach unterschiedlichen Regelungen auf Landesebene für großes Unverständnis und erheblichem Unmut. Der BTE legte ergänzend die branchenspezifische Zuspitzung der Auswirkungen der Lockdowns dar. Durch den Wegfall von Anlässen wie Hochzeiten oder Events und den Wechsel ins Homeoffice sank der Bedarf an Kleidung drastisch, während Händler aufgrund der Lockdowns auf saisonaler Ware (z. B. Winterkollektionen) sitzen blieben, für deren Entwertung es keinen adäquaten finanziellen Ausgleich gab. Da Bestellungen Monate im Voraus getätigt werden müssen, floss weiterhin neue Ware in übervolle Lager, was zu massiven Liquiditätsproblemen führte. Diese Situation wurde dadurch verschärft, dass Verbraucher in den zur Versorgung der Bevölkerung geöffneten Lebensmittelgeschäften auch entsprechende Nonfoodartikel (Textilien, Schuhe etc.) nachfragten und zudem verstärkt im E-Commerce einkauften, während der stationäre Modehandel durch die Lockdowns bedingt schließen musste. Die Kombination aus hohen Fixkosten für Top-Lagen und dem Abwandern der Kunden zu Online-Plattformen, die den stationären Erlebnisfaktor nicht ersetzen konnten, löste schließlich eine beispiellose Insolvenzwellen im mittelständischen Modehandel aus.

Die Ergebnisse der Gesamtevaluierung sollen dem BMWE bis zur Sommerpause übersandt werden. Welche Schlussfolgerungen danach daraus gezogen werden, ist natürlich noch offen.

TW-Testclub: Kälteeinbruch bremst Modehandel aus

Ein deutlicher Temperatursturz sowie ein fehlender Verkaufstag durch Christi Himmelfahrt haben die Umsätze im stationären Modehandel in der 20. Woche spürbar belastet. Laut TW-Testclub lag das Ergebnis im Schnitt rund 15 % unter Vorjahr, wobei acht von zehn Händlern ein Minus verzeichneten.

Neben der schwachen Witterung wirkten auch Kalendereffekte dämpfend. Die Brückentage konnten den entfallenen Verkaufstag nicht ausgleichen und wurden regional unterschiedlich bewertet. Während vor allem Innenstadtlagen unter dem Wetter litten, zeigten sich Einkaufszentren robuster und konnten als einzige Lage ein leichtes Plus erzielen. Insgesamt bestätigt sich damit erneut, wie stark äußere Faktoren wie Wetter und Kalender die Umsatzentwicklung im Modehandel beeinflussen.