



## BTE gibt Handreichung zum Vernichtungsverbot heraus

Die EU-Ökodesign-Verordnung (EU) 2024/1781 (ESPR) führt ab dem 19. Juli 2026 ein verbindliches Vernichtungsverbot für unverkaufte Bekleidung, Bekleidungsaccessoires und Schuhe ein (Anhang VII). Unternehmen dürfen Überbestände, Retouren und Saisonware nicht länger einfach entsorgen, auch dann nicht, wenn ein Weiterverkauf wirtschaftlich unattraktiv erscheint. Politisch treiben drei Kernprobleme die Debatte: Überproduktion, Retouren-vernichtung und ineffiziente Warenkreisläufe. Das Vernichtungsverbot greift direkt in bestehende Praxisprozesse ein. Der Gesetzgeber fordert einen grundlegenden Perspektivwechsel im Umgang mit Mode. Ausnahmen sind nur in eng definierten Fällen zulässig.

### Für wen gilt das Vernichtungsverbot ab dem 19. Juli 2026?

Die Verordnung gilt zunächst für große Unternehmen ( $\geq 250$  Mitarbeitende oder  $> 50$  Mio. Euro Jahresumsatz). Ab 19. Juli 2030 erfolgt die Ausweitung auf mittlere Unternehmen: bis 249 Beschäftigte oder bis 50 Mio. Euro Jahresumsatz. Der Anwendungsbereich wird deutlich erweitert. Kleine Unternehmen sind nicht betroffen (bis 49 Mitarbeitende und 10 Mio. Euro Jahresumsatz). **Hinweis:** Der Jahresumsatz darf keine Umsatzsteuer oder andere indirekte Steuern enthalten. Die Mitarbeiteranzahl wird auf Vollzeit umgerechnet.

### Was empfiehlt der BTE dem Handel?

Die frühzeitige Vorbereitung ist entscheidend. **Der BTE stellt dem Handel eine Handreichung bereit.** Diese kann ab sofort unter [hanschke@bte.de](mailto:hanschke@bte.de) angefordert werden. Der BTE wird fortlaufend über Neuerungen informieren und dem Handel mit seiner Expertise zur Seite stehen.



Foto: Sustainability and Retail Summit, BTE vor Ort

## BTE auf dem HDE Sustainability & Retail Summit: wie der Handel sich transformiert und was er von der Politik benötigt

Der Sustainability and Retail Summit am 16. Juni 2026 in Berlin markierte einen wichtigen Auftakt.

Klar ist: Nachhaltigkeit kommt. Der Handel muss sich darauf einstellen sowie entsprechende Geschäftsmodelle etablieren. Gleichzeitig entstehen neue regulatorische Anforderungen, insbesondere im Textilbereich. Hier schließt sich der BTE der Position des HDE an: Unternehmen sollten bei der konkreten Ausgestaltung Freiraum erhalten und Vertrauen bei der Umsetzung entgegengebracht bekommen. Der Handel stellt sich den steigenden Compliance-Anforderungen und ist ambitioniert, nachhaltige Wege zu gehen. Dafür braucht es jedoch den Schulterschluss mit der Politik. Im Zuge der erheblichen bürokratischen Belastungen für den Handel plädieren die Handelsverbände für einen Dreiklang, bestehend aus dem Abbau bürokratischer Überregulierung, der konsequenten Umsetzung bestehenden Rechts und stärkerer globaler Verantwortung.

Die Politik war im Rahmen des Summits durch Bundesumweltminister Carsten Schneider vertreten, welcher die Bedeutung von Konsum und belebten Innenstädten betonte. Den Handel sieht er unabhängig von der Branche als wichtigen Nahversorger. Nachhaltigkeit werde aus seiner Perspektive langfristig wirtschaftlich sinnvoll und rentabel sein. Die Handelsverbände warnen im Zuge dessen vor Überregulierung und zu großen Lasten für den hiesigen Handel.



Foto: Sönke Padberg zu Ordermessen im Wandel

## BTE-Geschäftsführer Sönke Padberg hält Input auf der Expo Riva

Vom 13. bis 16. Juni 2026 kamen Handel und Industrie auf der Expo Riva Schuh und Bags in Italien zusammen, um die ersten Weichen bei Schuhen, Taschen und Accessoires für Frühjahr/Sommer 2027 zu stellen. Innovationen und Modetrends bestimmen für die kommende Saison die Orderbücher. Die aktuell schleppenden Abverkäufe mit höheren Beständen als zum Vorjahr belasten die Läger. Die Vororderanteile werden dadurch etwas reduziert.

Ein Haupt-Augenmerk für die FS 2027 Saison wird weiter bei der Kuratierung gesehen, standortspezifische Sortimente und Modegrade passend zur Kernzielgruppe bilden dabei eine wichtige Grundlage. Die international geprägten 8.000 Besucherinnen und Besucher der Expo Riva Schuh und Bags sind wie eine interaktive Karte, die es ermöglicht, die immer schneller werdenden Veränderungen im globalen Handel in Echtzeit zu lesen, Partnerschaften strategisch neu zu positionieren und neue Balancen innerhalb der Lieferketten zu finden. Die KI-Laufstegshows waren eine absolute Neuheit – nicht nur für die Messe, sondern für den gesamten Sektor – und spiegelten den zukunftsorientierten Ansatz der Veranstaltung deutlich wider. Einigkeit herrschte dabei: Potenziale gibt es genug. Um diesen zu begegnen, braucht es Antrieb – darin lag der klare Konsens der Expo Riva Shoe & Bags.

## Zwischen Krisen und digitalen Entwicklungen: BTE als Ansprechpartner auf der Cheftagung der Katag AG

Auf der vergangenen 71. Cheftagung der Katag AG wurde deutlich, dass sowohl der stationäre Modehandel als auch die Industrie und die Gesamtwirtschaft derzeit stark von multiplen Krisen belastet sind. Hinzu kommen die rasanten Entwicklungen im Bereich KI, die Unternehmen und ganze Branchen verunsichern. Vor diesem Hintergrund hat sich der BTE in Bielefeld eingefunden, um gemeinsam mit rund 500 Vertreterinnen und Vertretern aus Modehandel, Industrie, Politik und Wirtschaft einen Blick auf die aktuelle Lage zu werfen.

Aus Sicht des BTE braucht es vor allem mehr Ambition seitens der Bundesregierung, um den Textil-, Schuh- und Lederwareneinzelhandel gezielt zu unterstützen. Insbesondere die Themen Leerstand, hohe Kosten und Bürokratie für den Einzelhandel sowie defizitäre Innenstadtentwicklungen sind zentrale Herausforderungen, die seitens der Politik angegangen werden müssen. Gleichzeitig braucht es mehr Gehör für die Anliegen des Handels.

Thematisiert wurde ebenfalls das allgegenwärtige Thema KI. Katag-Geschäftsführer Daniel Terberger verdeutlichte im Kontext der zunehmenden Digitalisierung des Einkaufserlebnisses, dass neue Entwicklungen im Bereich KI Unternehmen zunächst verunsichern, zugleich aber dringend erforderlich sind. Hintergrund ist, dass Kundinnen und Kunden ihre Kaufentscheidungen mittlerweile zunehmend mithilfe von KI treffen, wodurch Sichtbarkeit zu einem zentralen Erfolgsfaktor wird. Der BTE sieht die Nutzung von KI sowie die fortschreitende Digitalisierung folglich als wesentlichen Bestandteil zur Optimierung des eigenen operativen Geschäfts und appelliert an die Branche, digitalen Entwicklungen und Neuheiten stets offen gegenüberzustehen.

---

## BTE-Call to Action: Wie digital ist Ihr Unternehmen?

Der BTE bittet um die Teilnahme am Digital Fashion Reality Check. Dieser wird von der Dualen Hochschule Baden-Württemberg mit Unterstützung des BTE und der Textilwirtschaft durchgeführt und untersucht den digitalen Reifegrad von Unternehmen in der Modebranche im DACH-Raum. Im Fokus stehen der aktuelle Einsatz digitaler Technologien und KI-Anwendungen, geplante Investitionen sowie strategische Prioritäten für die kommenden Jahre. Teilnehmende erhalten nach Abschluss der Studie auf Wunsch eine Zusammenfassung der Ergebnisse sowie einen individuellen Benchmark-Report.

An der Studie sollten all jene teilnehmen, die im Unternehmen mit den Themen Digitalisierung, IT oder KI befasst sind und die technologische Aufstellung des Unternehmens fundiert beurteilen können. Die Angaben werden anonym und vertraulich behandelt. Der Teilnahmeabschluss ist der 9. Juli 2026: <https://www.textilwirtschaft.de/digital-fashion-study>.

---

## Vom Bon zum Bonus: Wie Loyalty-Punkte Wiederkäufe auslösen - kostenfreies BTE-Webinar von Hutter & Unger am 1. Juli 2026

Im Fachhandel ist es deutlich leichter, bestehenden (Stamm-)Kundinnen und -kunden mehr oder öfter etwas zu verkaufen als Neukunden zu gewinnen. Im BTE-Webinar „Vom Bon zum Bonus: Wie Loyalty-Punkte Wiederkäufe auslösen“ zeigt Andreas Unger vom BTE-Kompetenzpartner Hutter & Unger am 1. Juli, von 10.00 bis 10.45 Uhr, wie Fachhändlerinnen und Fachhändler mit Kunden-App, digitalem Punkteprogramm und CRM-Daten die Kundenbindung stärken und Wiederkäufe aktivieren.

Im Mittelpunkt stehen praxisnahe Ansätze aus dem stationären Handel - vom digitalen Kundenkonto über Punkte- und Statuslogiken bis hin zu automatisierten Kampagnen, Push-Nachrichten, Gutscheinen und messbaren Kaufimpulsen. Das Webinar richtet sich an Händlerinnen und Händler, die Kundenbindung nicht nur als Service verstehen, sondern als konkreten Umsatzhebel nutzen möchten. Im Anschluss gibt es Zeit für Fragen und Diskussion. **Hinweis:** Die Teilnahme am Webinar ist kostenfrei. Interessenten melden sich direkt per E-Mail an [seminare@hutter-unger.de](mailto:seminare@hutter-unger.de).

---

## 31 Studierende schließen Studium zum B.A. Fashion Management ab: neue Ausbildungsrunden im Herbst 2026

Drei Jahre nach Gründung der TEXOVERSUM LDT NAGOLD durch den BTE und die Knowledge

Foundation @Reutlingen University (KFRU) setzt die Bildungseinrichtung ihren Weg fort: Rund 30 Absolventinnen und Absolventen haben zwischenzeitlich nach ihrer Ausbildung zum Textilbetriebswirt BTE erfolgreich den Bachelor of Arts (B.A.) in Fashion Management erworben.

Damit bestätigt die TEXOVERSUM LDT NAGOLD einmal mehr ihr innovatives Bildungs- und Studienkonzept, das gezielt auf die Anforderungen der Mode-, Textil- und Handelsbranche ausgerichtet ist. Der Studiengang verbindet klassische betriebswirtschaftliche und textile Fachinhalte mit zukunftsorientierten Themen wie Digitalisierung, Nachhaltigkeit und internationalem Handelsverständnis. Ergänzt wird das Curriculum durch praxisnahe Module in den Bereichen Marketing, Markenmanagement und Konsumentenverhalten. Die TEXOVERSUM LDT NAGOLD bietet drei klar strukturierte Bildungsformate an:

- **1. Vollzeitstudium:** In vier Semestern erwerben Schulabgängerinnen und Schulabgänger mit Abitur, Fachhochschulreife oder abgeschlossener Berufsausbildung fundiertes Fachwissen und praxisnahe Kompetenzen. Mit Hochschulzugangsberechtigung (HZB) kann das Studium um zwei weitere Semester bis zum Bachelor of Arts (B.A.) in Fashion Management erweitert werden. Studienstart ist der 1. Oktober 2026.
- **2. Duales Studium:** Über fünf Semester wechseln sich Praxisphasen im Unternehmen und Theoriephasen in Nagold ab. Das duale Studium verbindet akademische Ausbildung mit wertvoller Berufserfahrung und ermöglicht einen direkten Einstieg in die Berufswelt. Auch hier kann bei Vorliegen einer Hochschulzugangsberechtigung zusätzlich der Bachelor of Arts (B.A.) in Fashion Management erworben werden. Start im Unternehmen: 1. August/1. September 2026 Studienbeginn: 1. Oktober 2026 Unternehmen, die sich am dualen Studienmodell beteiligen möchten, wenden sich an Bettina Grüninger unter [b.grueninger@texoversum-ldt.de](mailto:b.grueninger@texoversum-ldt.de).
- **3. Weiterbildung zum Fachwirt TEXOVERSUM LDT:** Die berufsbegleitende Weiterbildung richtet sich an Fachkräfte aus der Bekleidungs-, Sport- und Schuhbranche. Der Unterricht findet montags bis donnerstags in Präsenz statt. Start ist September 2026.

Informationen finden Interessierte unter [www.texoversum-ldt.de](http://www.texoversum-ldt.de). Für die persönliche Beratung steht Geschäftsführerin Bettina Grüninger gerne unter [b.grueninger@texoversum-ldt.de](mailto:b.grueninger@texoversum-ldt.de) zur Verfügung.

---

## TW-Testclub: der Juni bleibt bislang durchwachsen

Der TW-Testclub zeigt, dass in der 24. Kalenderwoche ein zusätzlicher Verkaufstag grundsätzlich für positive Impulse im stationären Modehandel gesorgt hat, da im Vergleich zum Vorjahr sechs statt fünf Verkaufstage zur Verfügung standen. Trotz der Ausgangslage konnte der Rückgang aus dem Vorjahr nicht vollständig ausgeglichen werden. Gründe dafür waren das schlechte Wetter und die kühlen Temperaturen, welche die Konsumlaune dämpften. Entsprechend lagen 42 Prozent der Mode-POS unter Vorjahresniveau. Vor allem Anbieter mit konsumigem Sortiment mussten ein Minus von vier Prozent im Vergleich zum Vorjahr hinnehmen, während höherpreisige Angebote ein Plus von 7 Prozent erzielen konnten. Gleichzeitig zog es die Konsumentinnen und Konsumenten wieder mehr in die Innenstädte. Insgesamt meldet der TW-Testclub ein moderates Plus von 4 Prozent.

---

## Widerrufsbutton im Online-Handel nun Pflicht

Ab heute, dem 19. Juni 2026, sind Unternehmen verpflichtet, auf ihrer Online-Plattform einen Widerrufsbutton für Kundinnen und Kunden bereitzustellen, sofern über die eigene Website Verträge geschlossen werden. Das Ziel ist es, den Widerruf von Online-Verträgen ebenso einfach zu gestalten wie deren Abschluss. Mit dieser Regelung setzt Deutschland europäische Vorgaben um. An dem bereits bestehenden vierzehntägigen Widerrufsrecht ändert sich nichts.