

INHALTSVERZEICHNIS

VORWORT	4
1. AKTUELLE SITUATION IM MODEFACHHANDEL	6
2. WICHTIGE ZAHLEN & DATEN	12
2.1. Entwicklungen der Rahmenbedingungen für den Einzelhandel	12
2.2. Entwicklung und Struktur des gesamten Einzelhandels	18
2.3. Textileinzelhandel: Entwicklung und Struktur	22
2.4. Einzelhandel mit Schuhen und Lederwaren: Entwicklung und Struktur	34
2.5. Onlinehandel mit Bekleidung, Wohntextilien und Schuhen	41
2.6. Konsumausgaben	43
2.7. Inlandsverfügbarkeit von Bekleidung und Schuhen	45
3. NACHHALTIGKEIT IM MODEHANDEL	50
3.1. Marktvolumen Nachhaltige Mode	50
3.2. Gesetzgebung	50
3.3. Secondhand im Modemarkt	53
4. RECHTLICHE BESTIMMUNGEN UND RAHMENBEDINGUNGEN	54
4.1. EU-Verordnung zur Textilkennzeichnung	56
4.2. Pflegekennzeichen	64
4.3. Europäische Schuhkennzeichen	64
5. DIENSTLEISTUNGEN FÜR DIE BRANCHE	70
5.1. BTE Clearing-Center	72
5.2. EFG - European Fashion Group	74
5.3. BTE-Kongress „Fashion-Emotion 4.0“	76
5.4. BTE Kompetenzpartner	78
5.5. KATAG Versicherungsdienst	80
5.6. Texoversum LDT	82

6. BTE-ORGANISATION	84
6.1. BTE-Präsidium	86
6.2. BTE-Team	88
TABELLEN- UND ABBILDUNGSVERZEICHNIS	90
QUELLENVERZEICHNIS	92
GLOSSAR	93

TABELLEN- UND ABBILDUNGSVERZEICHNIS

1. BTE-Unternehmerumfrage 2025: voraussichtliches operatives Geschäftsergebnis 2024	8
2. BTE-Unternehmerumfrage 2025: Umsatzerwartung für 2025	9
3. BTE-Unternehmerumfrage 2025: Aktuelle Problemfelder	9
4. Umsatzentwicklung des stationären Einzelhandels mit Bekleidung 2024	10
5. Umsatzentwicklung des stationären Einzelhandels mit Schuhe und Lederwaren 2024	11
6. Umsatzentwicklung des stationären Einzelhandels mit Haustextilien 2024	12
7. Umsatzentwicklung des stationären Einzelhandels mit Heimtextilien 2024	12
8. Aktuelle wirtschaftliche Situation 2019 - 2024	15
9. Situation auf dem deutschen Arbeitsmarkt 2019 - 2024	15
10. Preisveränderungen 2021 - 2024	15
11. Verbraucherpreise 2021 - 2024	16
12. Durchschnittliche Arbeitnehmerbruttoverdienste nach Branchen 2022 und 2023	17
13. Bevölkerung nach Bundesländern 2021 - 2023	18
14. Bevölkerungsbewegung 2021 - 2024	19
15. Altersaufbau der Bevölkerung 2021 - 2023	19
16. Beschäftigte im Einzelhandel 2019 - 2024	21
17. Umsatzentwicklung des deutschen Einzelhandels 2024	21
18. Hauptbranchen des Einzelhandels nach Unternehmen und Nettoumsatz 2021 und 2022	22
19. Beschäftigte im stationären Bekleidungsfachhandel 2019 - 2024	24
20. Bruttoumsatz mit Bekleidung und Wohntextilien nach Branchen und Vertriebsformen 2019 - 2024	25
21. Bruttoumsatz mit Bekleidung und Wohntextilien nach Warengruppen 2019 - 2023	26
22. Beschäftigte im stationären Fachhandel mit Haustextilien 2019 - 2024	27
23. Beschäftigte im stationären Fachhandel mit Heimtextilien 2019 - 2024	27
24. Anzahl der Unternehmen und Nettoumsätze im stationären Textilhandel 2021 und 2022	28
25. Umsatzgrößenklassen des Einzelhandels mit überwiegend Bekleidung 2021 und 2022	29
26. Umsatzgrößenklassen des Einzelhandels mit überwiegend Haustextilien 2021 und 2022	30
27. Umsatzgrößenklassen des Einzelhandels mit überwiegend Heimtextilien 2021 und 2022	30
28. Insolvenzverfahren im Mode- und Wohntextilhandel 2019 - 2024	31
29. Leistungs- und Kostenzahlen im Bekleidungsfachhandel 2023	32
30. Verbraucherpreisentwicklung für Bekleidung und Heimtextilien 2019- 2024	34
31. Umsatzanteile der Monate im Textileinzelhandel 2019 - 2023	35
32. Zahlungsarten im Textil-, Schuh- und Lederwarenhandel nach Umsatzanteilen	35

33. Marktvolumen von Schuhen nach Vertriebswegen 2019 - 2024	37
34. Marktvolumen von Schuhen nach Sortimenten 2019 - 2023	37
35. Beschäftigte im stationären Schuhfachhandel 2019 - 2024	37
36. Beschäftigte im stationären Lederwarenfachhandel 2019 - 2024	38
37. Anzahl der Unternehmen und Nettoumsätze im stationären Schuh- und Lederwarenhandel 2021 und 2022	38
38. Umsatzgrößenklassen des Einzelhandels mit überwiegend Schuhen 2021 und 2022	39
39. Umsatzgrößenklassen des Einzelhandels mit überwiegend Lederwaren 2021 und 2022	40
41. Insolvenzverfahren im Einzelhandel mit Schuhen und Lederwaren 2019 -2024	41
40. Verbraucherpreisentwicklung für Schuhe 2019- 2024	41
42. Umsatzanteile der Monate im Schuh- und Lederwareneinzelhandel 2019 - 2023	42
43. Bruttoumsätze im E-Commerce nach wichtigen Warengruppen 2019 - 2024	43
44. Nutzung digitaler Vertriebswege im Mode- und Outfithandel	44
45. Online-Anteil am Marktvolumen von Bekleidung und Textilien 2023 und 2024	44
46. Struktur des Konsums der privaten Haushalte 2019 - 2024	45
47. Umsatz pro Kopf für Bekleidung, Wohntextilien, Schuhe und Lederwaren 2022 und 2023	46
48. Import- und Exportwerte sowie Inlandsverfügbarkeiten 2022 - 2023: Bekleidung	48
49. Import- und Exportwerte sowie Inlandsverfügbarkeiten 2022 - 2023: Bekleidung	49
51. Import- und Exportwerte sowie Inlandsverfügbarkeiten 2022 - 2023: Schuhe	51
50. Import- und Exportmengen sowie Inlandsverfügbarkeiten 2022 - 2023: Schuhe	51
52. Europäische Schuhkennzeichnung: Definition der Kennzeichnungspiktogramme	69
53. Entwicklung EDI-Transaktionsvolumen im BTE Clearing-Center 2004 - 2024	75

TEXTIL | SCHUHE | LEDERWAREN



BTE FACTBOOK 2025

INHALTSVERZEICHNIS

VORWORT	4
1. AKTUELLE SITUATION IM MODEFACHHANDEL	6
2. WICHTIGE ZAHLEN & DATEN	12
2.1. Entwicklungen der Rahmenbedingungen für den Einzelhandel	12
2.2. Entwicklung und Struktur des gesamten Einzelhandels	18
2.3. Textileinzelhandel: Entwicklung und Struktur	22
2.4. Einzelhandel mit Schuhen und Lederwaren: Entwicklung und Struktur	34
2.5. Onlinehandel mit Bekleidung, Wohntextilien und Schuhen	41
2.6. Konsumausgaben	43
2.7. Inlandsverfügbarkeit von Bekleidung und Schuhen	45
3. NACHHALTIGKEIT IM MODEHANDEL	50
3.1. Marktvolumen Nachhaltige Mode	50
3.2. Gesetzgebung	50
3.3. Secondhand im Modemarkt	53
4. RECHTLICHE BESTIMMUNGEN UND RAHMENBEDINGUNGEN	54
4.1. EU-Verordnung zur Textilkennzeichnung	56
4.2. Pflegekennzeichen	64
4.3. Europäische Schuhkennzeichen	64
5. DIENSTLEISTUNGEN FÜR DIE BRANCHE	70
5.1. BTE Clearing-Center	72
5.2. EFG - European Fashion Group	74
5.3. BTE-Kongress „Fashion-Emotion 4.0“	76
5.4. BTE Kompetenzpartner	78
5.5. KATAG Versicherungsdienst	80
5.6. Texoversum LDT	82

6. BTE-ORGANISATION	84
6.1. BTE-Präsidium	86
6.2. BTE-Team	88
TABELLEN- UND ABBILDUNGSVERZEICHNIS	90
QUELLENVERZEICHNIS	92
GLOSSAR	93

VORWORT

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

Sie halten heute das erste Factbook Textil Schuhe Lederwaren des BTE in den Händen.

Mit der Zusammenlegung des bisher erschienenen BTE-Taschenbuchs sowie des BTE-Statistik Reports zum einheitlichen Factbook wollen wir Ihnen ein zentrales Kompendium mit wichtigen Themen/Informationen, Zahlen und Daten, rund um den Textil-, Schuh- und Lederwareneinzelhandel zur Verfügung stellen.

Eingangs erfolgt eine Darstellung der aktuellen Situation des Modefachhandels. Den größten Raum des Factbooks nimmt die Darstellung ausführlicher Zahlen und Daten zur Entwicklung und Struktur des Einzelhandels insgesamt sowie speziell des Textil-, Schuh- und Lederwareneinzelhandels ein. Ergänzt wird dieser Teil durch Angaben zu den Konsumausgaben der Konsumentinnen und Konsumenten sowie der Verfügbarkeit von Bekleidung und Schuhen auf dem deutschen Markt. Besonders beleuchtet wird der Aspekt der Nachhaltigkeit im Modehandel, wobei speziell auf die allgemeine Gesetzgebung eingegangen sowie der Secondhandmarkt für den Modemarkt näher betrachtet wird. In einem Extrakapitel werden exemplarisch rechtliche Bestimmungen und Rahmenbedingungen mit Bezug zum Modehandel dargelegt. In den beiden letzten Abschnitten zeigen wir unsere Dienstleistungen für die Branchen auf und stellen uns als BTE-Organisation vor. Wir hoffen sehr, dass unser neues Factbook insgesamt auf Zuspruch der Branche stößt und gegebenenfalls auch sachinhaltlichen Input für die Arbeit der Unternehmen liefern kann. Das BTE Factbook Textil Schuhe Lederwaren wird künftig jährlich erscheinen und sich als zentrale Überblick-Publikation für die Branche entwickeln.

Erlauben Sie in diesem Zusammenhang einige Worte zu den aktuellen und künftigen Herausforderungen für unsere Branchen.

Zuvorderst muss es den Unternehmen gelingen, die Begehrlichkeit der Produkte und die Lust auf den Einkauf in den Geschäften und auch Online für die Kundinnen und Kunden weiter zu steigern. Hierzu besitzen unsere Branchen - wie ich meine - nach wie vor viel Ideenreichtum und Tatkraft; setzen wir die Dinge um und lamentieren nicht immer an erster Stelle. Vielleicht bringt auch ein wenig mehr Wagemut, Grenzen zu überschreiten und etwas vollständig Neues auszuprobieren, den Erfolg.

Was wir aber auch brauchen, sind bessere Rahmenbedingungen, die wir der Politik abringen müssen. Denn man kann und muss zweifelsfrei feststellen, dass die Politik unseren Branchen auf nahezu allen Ebenen schon längere Zeit keine geschäftsfördernden Impulse mehr geliefert hat. Das Gegenteil ist bzw. war vielmehr der Fall: Die Rahmenbedingungen und bürokratischen Lasten behindern uns massiv. Und der Konsum will trotz gestiegener Löhne und Gehälter auch nicht wirklich in Fahrt kommen.

Zu viele Menschen machen sich aber auch Sorgen um ihre Zukunft, um ihren Arbeitsplatz und auch um die Sicherheit in ihrem Umfeld. „Das alles ist Gift für unsere Geschäfte!“, wie unser Präsident

Mark Rauschen jüngst trefflich sagte. Mit dem Ampel-Aus und dem angelaufenen Wahlkampf scheint die Wirtschaft zwar wieder mehr in den Fokus der Parteien zu rücken, bis es zu konkreten Veränderungen kommt, dürften aber noch Monate vergehen.

Das Jahr 2025 wird den Textil-, Schuh- und Lederwareneinzelhandel weiter vor so manch große Aufgabe stellen und den Unternehmen Einiges abverlangen. Der BTE wird einerseits alles daran setzen, im politischen Umfeld auf eine Verbesserung der Rahmenbedingungen für die Textil-, Schuh- und Lederwareneinzelhändler hinzuwirken. Hierzu bietet unser Umzug nach Berlin im Juni dieses Jahres schon einmal eine gute Ausgangsbasis, weil wir sodann näher an die Bundespolitik heranrücken. Andererseits werden wir als BTE aber auch versuchen, den Händlern und Händlerinnen noch bessere Unterstützung zur Lösung spezifischer Aufgaben und Probleme zu bieten und mögliche Innovationen ebenso anzustoßen wie zu fördern.

Bei allen Schwierigkeiten, vor denen wir stehen, dürfen wir den Mut und vor allem auch die Haltung nicht verlieren. Sind wir doch künftig auch einmal etwas selbstbewusster und zeigen, was wir alles leisten: Immerhin sind wir trotz aller Probleme eine der wichtigsten Einzelhandelsbranchen in unserem Land. Wir sind bedeutender Arbeitgeber, verlässlicher Steuerzahler sowie nach wie vor der maßgebliche „Player“ und wertschöpfender Wirtschaftsakteur in den Städten, insbesondere den Innenstädten.



UMSATZENTWICKLUNG

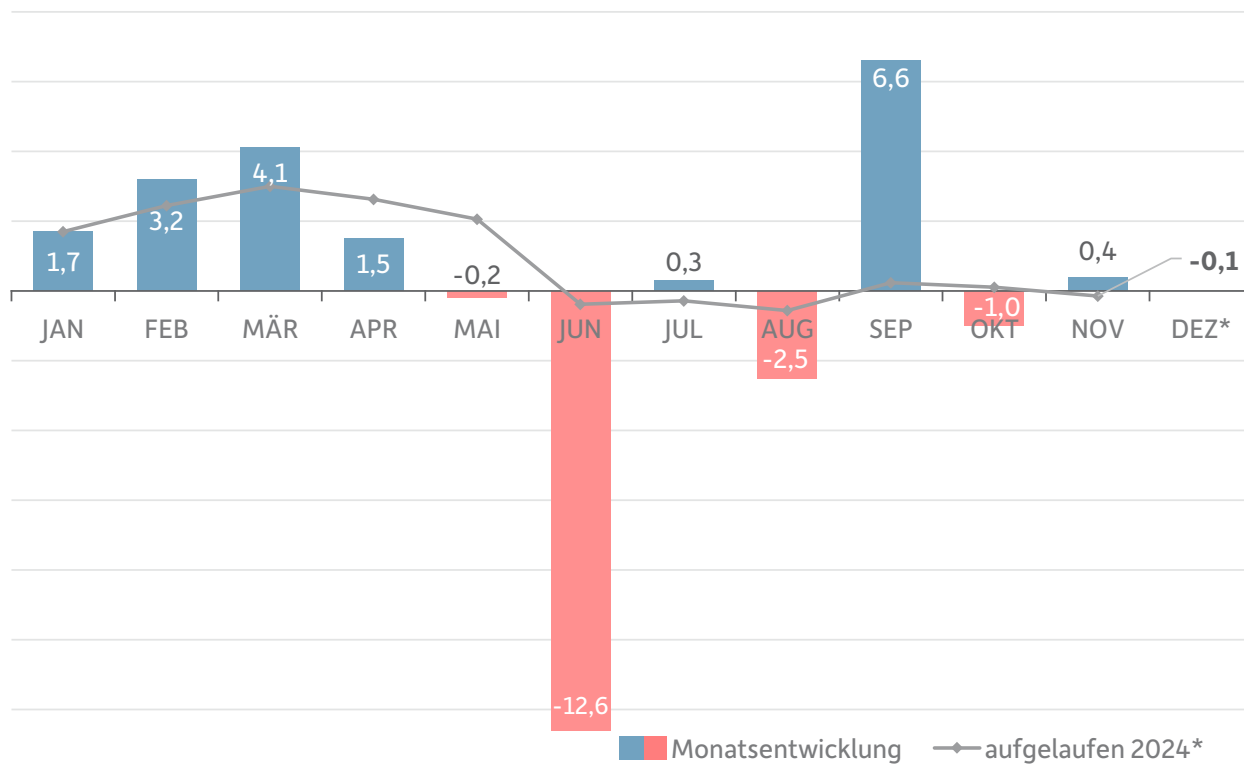
Das Statistische Bundesamt veröffentlicht jeden Monat Umsatzzahlen der einzelnen Handelsbranchen. Diese basieren auf einer gewichteten 8-Prozent-Stichprobe und sollen die Marktentwicklung weitgehend abbilden. Danach müssten z.B. fast alle großen Filialisten im Umfragepanel vertreten sein. Zum Zeitpunkt der Veröffentlichung des Factbooks lagen die Zahlen bis Ende November 2024 vor. Eine Umsatzprognose für das gesamte Jahr 2024 befindet sich in Kapitel 2.3.

Die nominale Umsatzentwicklung im Einzelhandel zeigt bis einschließlich November 2024 ein differenziertes Bild: Während der **gesamte Einzelhandel** ein Wachstum von + 2,7 Prozent verzeichnete (siehe Abbildung 17), kämpfte der vorwiegend stationäre Handel mit Textilien, Schuhen und Lederwaren mit Umsatzrückgängen.

Im Bereich **Bekleidung** sank der Umsatz um -0,1 Prozent (siehe Abbildung 4), während der vorwiegend stationäre Einzelhandel mit Schuhen und Lederwaren einen Rückgang von -1,1 Prozent hinnehmen musste (siehe Abbildung 5). Noch deutlicher fiel das Minus im Segment Haustextilien aus, wo die Umsätze um -1,3 Prozent zurückgingen (siehe Abbildung 6). Besonders stark betroffen war der vorwiegend stationäre Handel mit Heimtextilien, der ein Minus von -3,2 Prozent verzeichnete (siehe Abbildung 7).

4. Umsatzentwicklung des stationären Einzelhandels mit Bekleidung 2024

in % zum Vorjahr

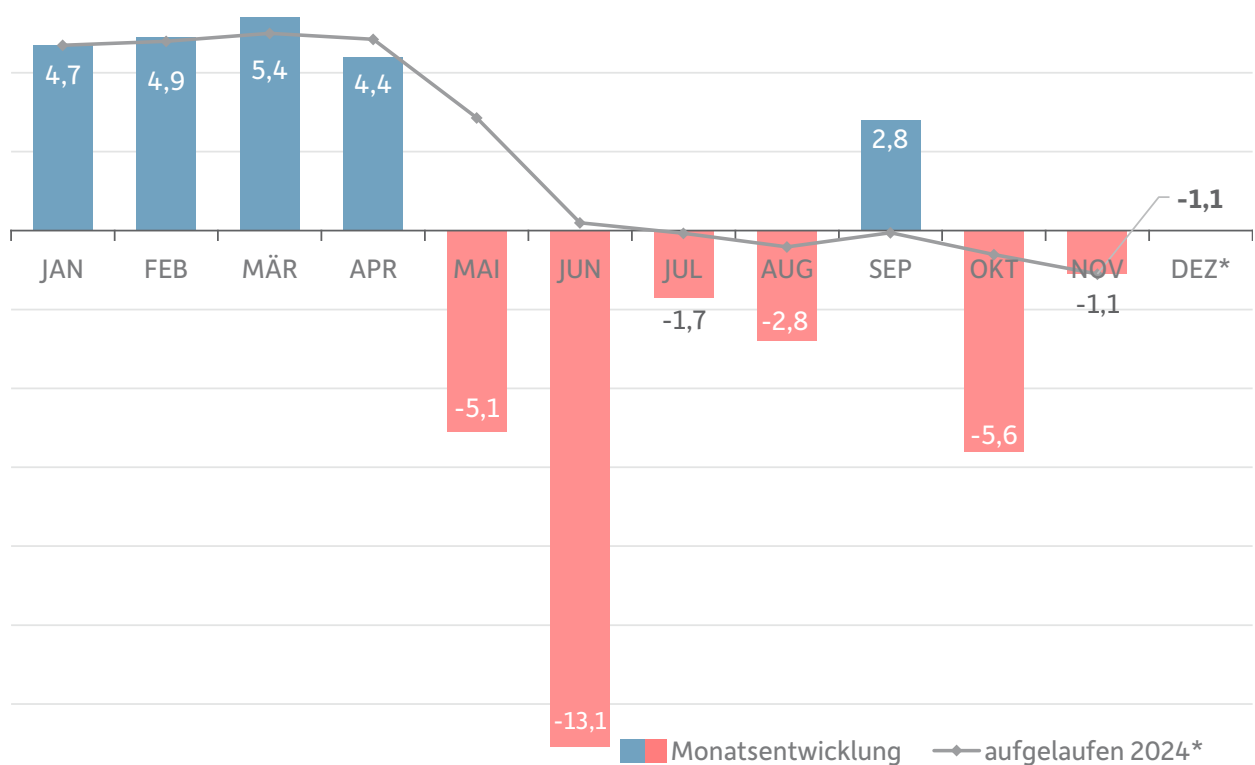


Quelle: Statistisches Bundesamt, Umsatzsteuerstatistik (Stand: Januar 2025, Angaben vorläufig)

*Die Daten vom Dezember lagen zum Zeitpunkt der Veröffentlichung noch nicht vor; aufgelaufen Januar bis November 2024



5. Umsatzentwicklung des stationären Einzelhandels mit Schuhe und Lederwaren 2024 in % zum Vorjahr



Quelle: Statistisches Bundesamt, Umsatzsteuerstatistik (Stand: Januar 2025, Angaben vorläufig)

*Die Daten vom Dezember lagen zum Zeitpunkt der Veröffentlichung noch nicht vor; aufgelaufen Januar bis November 2024

26. Umsatzgrößenklassen des Einzelhandels mit überwiegend Haustextilien 2021 und 2022

	Anzahl der Unternehmen				Nettoumsatz (in Mio. Euro)			
	2021	2022	Vgl. in %	Anteil Gesamt 2022 (in %)	2021	2022	Vgl. in %	Anteil Gesamt 2022 (in %)
Insgesamt	8.358	8.639	+ 3,4	100,0	4.527	5.412	+ 19,5	100,0
22.000 - 50.000 Euro	1.860	1.674	- 10,0	19,4	64	59	- 9,0	1,1
50.000 - 100.000 Euro	1.788	1.775	- 0,7	20,5	129	129	+ 0,2	2,4
100.000 - 250.000 Euro	2.255	2.383	+ 5,7	27,6	359	384	+ 7,0	7,1
250.000 - 500.000 Euro	1.139	1.278	+ 12,2	14,8	400	449	+ 12,2	8,3
500.000 - 1 Mio. Euro	651	778	+ 19,5	9,0	445	539	+ 20,9	9,9
1 Mio. - 2 Mio. Euro	355	392	+ 10,4	4,5	493	542	+ 10,0	10,0
2 Mio. - 5 Mio. Euro	203	244	+ 20,2	2,8	597	733	+ 22,8	13,5
5 Mio. Euro - 10 Mio. Euro	62	66	+ 6,5	0,8	427	463	+ 8,2	8,5
10 Mio. Euro - 25 Mio. Euro	27	29	+ 7,4	0,3	381	418	+ 9,8	7,7
25 Mio. Euro - 50 Mio. Euro	9	7	- 22,2	0,1	340	245	- 28,1	4,5
über 50 Mio. Euro	9	13	+ 44,4	0,2	891	1.452	+ 62,9	26,8

Quelle: Statistisches Bundesamt, Umsatzsteuerstatistik

27. Umsatzgrößenklassen des Einzelhandels mit überwiegend Heimtextilien 2021 und 2022

	Anzahl der Unternehmen				Nettoumsatz (in Mio. Euro)			
	2021	2022	Vgl. in %	Anteil Gesamt 2022 (in %)	2021	2022	Vgl. in %	Anteil Gesamt 2022 (in %)
Insgesamt	3.225	3.128	- 3,0	100,0	2.866	3.048	+ 6,3	100,0
22.000 - 50.000 Euro	437	437	0,0	14,0	15	16	+ 1,6	0,5
50.000 - 100.000 Euro	599	535	- 10,7	17,1	44	39	- 11,4	1,3
100.000 - 250.000 Euro	861	847	- 1,6	27,1	140	139	- 0,2	4,6
250.000 - 500.000 Euro	541	521	- 3,7	16,7	193	186	- 4,1	6,1
500.000 - 1 Mio. Euro	381	379	- 0,5	12,1	269	269	0,0	8,8
1 Mio. - 2 Mio. Euro	207	204	- 1,4	6,5	298	292	- 2,0	9,6
2 Mio. - 5 Mio. Euro	135	143	+ 5,9	4,6	392	435	+ 11,0	14,3
5 Mio. Euro - 10 Mio. Euro	31	31	0,0	1,0	213	228	+ 6,8	7,5
10 Mio. Euro - 25 Mio. Euro	20	17	- 15,0	0,5	299	272	- 9,2	8,9
25 Mio. Euro - 50 Mio. Euro	7	7	0,0	0,2	243	241	- 0,8	7,9
über 50 Mio. Euro	6	7	+ 16,7	0,2	759	931	+ 22,7	30,6

Quelle: Statistisches Bundesamt, Umsatzsteuerstatistik

INSOLVENZEN

Die Zahl der Insolvenzen im Bekleidungseinzelhandel (inkl. der mangels Masse abgelehnten Verfahren) ist **2023** nach einem Tiefpunkt im Jahr 2022 wieder gestiegen, und zwar um fast 70 Prozent von 54 auf 91 Verfahren (siehe Tabelle 28). Allerdings gab es 2020 noch 120 und 2019 sogar 130 Insolvenzen, also deutlich mehr als 2023. Auch die Insolvenzen im Fachhandel mit Heim- und Haustextilien sind 2023 gestiegen.

Im Jahr **2024** stiegen die Insolvenzen im Bekleidungs- und Wohntextilmarkt in Deutschland noch einmal deutlich an. Insgesamt wurde ein Anstieg von 38 Prozent auf 167 Insolvenzen verzeichnet. Besonders markant war der Zuwachs im Bekleidungssektor, der mit 117 Insolvenzen einen Anstieg von 62,5 Prozent im Vergleich zum Vorjahr erlebte. Auch im Bereich der Haustextilien stieg die Zahl der Insolvenzen, wenn auch moderater. Hier gab es einen Anstieg um 6,1 Prozent auf insgesamt 35 Insolvenzen. Im Gegensatz dazu verzeichnete der Markt für Heimtextilien einen Rückgang der Insolvenzen.

Diese Zahlen spiegeln jedoch nur einen Teil der Realität in der Textil- und Modebranche wider. Denn die überwiegende Mehrzahl der Unternehmen im Modehandel – laut letzter Umsatzsteuerstatistik von 2022 über 71 Prozent aller „Einzelhandelsunternehmen mit vorwiegend Bekleidung“ – sind Einzelunternehmen bzw. Einzelkaufleute. Diese Rechtsformen fallen im Insolvenzfall nicht unter die Rubrik der Unternehmensinsolvenzen, sondern werden unter die Rubriken „Privatinsolvenzen“ oder „Regelinsolvenzen“ erfasst. Wie viele davon Unternehmen aus dem Textil-, Schuh- oder Lederwarenhandel betreffen, wird nicht ermittelt.

28. Insolvenzverfahren im Mode- und Wohntextilhandel 2019 -2024

	2019	2022	2023	Vgl. 2023 zu 2022 in %	2024*	Vgl. 2024 zu 2023 in %*
Stationärer Textilfachhandel	180	86	145	+ 68,6	167	+ 38,0
Handel mit Bekleidung	130	54	91	+ 68,5	117	+ 62,5
• eröffnet	97	39	77	+ 97,4		
• mangels Masse abgewiesen	33	15	14	- 6,7		
Handel mit Haustextilien	33	29	37	+ 27,6	35	+ 6,1
• eröffnet	23	22	27	+ 22,7		
• mangels Masse abgewiesen	10	7	10	+ 42,9		
Handel mit Heimtextilien	17	3	17	+ 466,7	15	- 6,3
• eröffnet	13	2	14	+ 600,0		
• mangels Masse abgewiesen	4	1	3	+ 200,0		

Quelle: Statistisches Bundesamt, Insolvenzstatistik

*Januar bis Oktober 2024; im Vergleich zu Januar bis Oktober 2023

Ausblick für 2025: Für die ersten Monate ist mangels politischer Mehrheiten auf nationaler Ebene nicht damit zu rechnen, dass der Bundestag weitere relevante Gesetze verabschiedet. Auf europäischer Ebene hat die EU-Kommission ein sog. Omnibus-Verfahren angekündigt, mit dessen Hilfe die Anforderungen zu CSRD, EU-Taxonomie und zur Europäischen Lieferkettenverordnung CSDDD konsolidiert und reduziert werden sollen.

4.1. EU-VERORDNUNG ZUR TEXTILKENNZEICHNUNG

ERLÄUTERUNGEN ZUR TEXTILKENNZEICHNUNG

Seit dem 27. September 2011 gibt es für die gesamte EU ein einheitliches Textilkennzeichnungsrecht. Es unterscheidet sich inhaltlich kaum vom vorherigen deutschen Recht, präzisiert und definiert aber einige Regeln. So wird z. B. vorgeschrieben, dass die Textilkennzeichnung grundsätzlich in der offiziellen Sprache des Landes zu erfolgen hat, in dem das Produkt dem Verbraucher angeboten wird. Außerdem gibt es eine ausdrückliche Ausnahme von der Kennzeichnungspflicht für Maßgeschneidertes aus dem Schneiderhandwerk.

Die wichtigste Änderung betraf tierische Materialien wie Leder, Pelz, Federn oder Daunen, die vorher bei der Textilkennzeichnung außen vor blieben. Ggf. muss zusätzlich zur Textilkennzeichnung der Hinweis „Enthält nichttextile Teile tierischen Ursprungs“ auf dem Etikett aufgeführt werden.

Hinweis: 2016 trat ein neues Textilkennzeichnungsgesetz in Kraft, in dem vor allem die Sanktionen gegen Verstöße gegen die EU-Verordnung geregelt sind.

KAPITEL 1: ALLGEMEINE BESTIMMUNGEN

ARTIKEL 2

Geltungsbereich

(1) Diese Verordnung gilt für Textilerzeugnisse, wenn sie auf dem Unionsmarkt bereitgestellt werden, und für die in Absatz 2 genannten Erzeugnisse.

(2) Für die Zwecke dieser Verordnung werden die folgenden Erzeugnisse in der gleichen Weise wie Textilerzeugnisse behandelt:

- a) Erzeugnisse mit einem Gewichtsanteil an Textilfasern von mindestens 80 %;
- b) Bezugsmaterial für Möbel, Regen- und Sonnenschirme mit einem Gewichtsanteil an Textilkomponenten von mindestens 80 %;

c) die Textilkomponenten

- i) der oberen Schicht mehrschichtiger Fußbodenbeläge,
- ii) von Matratzenbezügen,
- iii) von Bezügen von Campingartikeln,

sofern diese Textilkomponenten einen Gewichtsanteil von mindestens 80 % dieser oberen Schichten oder Bezüge ausmachen;

d) Textilien, die in andere Waren eingearbeitet sind und zu deren Bestandteil werden, sofern ihre Zusammensetzung angegeben ist.

(3) Diese Verordnung gilt nicht für Textilerzeugnisse, die ohne Übereignung an Heimarbeiter oder selbstständige Unternehmen zur Weiterverarbeitung übergeben werden.

(4) Diese Verordnung gilt nicht für maßgeschneiderte Textilerzeugnisse, die von selbstständigen Schneidern hergestellt wurden.

ARTIKEL 3

Begriffsbestimmungen

(1) Im Sinne dieser Verordnung bezeichnet der Ausdruck

- a) „Textilerzeugnis“ ein Erzeugnis, das im rohen, halbbearbeiteten, bearbeiteten, halbverarbeiteten, verarbeiteten, halbkonfektionierten oder konfektionierten Zustand ausschließlich Textilfasern enthält, unabhängig von dem zur Mischung oder Verbindung angewandten Verfahren;
- b) „Textilfaser“
 - i) ein Erzeugnis, das durch seine Flexibilität, seine Feinheit und seine große Länge im Verhältnis zum Höchstquerschnitt gekennzeichnet ist und sich somit zur Herstellung von Textilerzeugnissen eignet, oder
 - ii) ein flexibles Band oder ein Schlauch mit einer Normalbreite von höchstens 5 mm, einschließlich der Bänder, die von breiteren Bändern oder Bahnen abgeschnitten werden, hergestellt auf der Grundlage der zur Herstellung der in Anhang I Tabelle 2 aufgeführten Fasern dienenden Stoffe und geeignet zur Herstellung von Textilerzeugnissen;
- c) „Normalbreite“ die Breite des Bandes oder des Schlauches in gefalteter, abgeflachter, gepresster oder gedrehter Form, oder bei nicht einheitlicher Breite die Durchschnittsbreite;
- d) „Textilkomponente“ einen Teil eines Textilerzeugnisses mit einem feststellbaren Fasergehalt;
- e) „Fremdfasern“ Fasern, die nicht auf dem Etikett oder der Kennzeichnung angegeben sind;

5. DIENSTLEISTUNGEN FÜR DIE BRANCHE

Der BTE bietet der Textil-, Schuh- und Lederwarenbranche über das **Institut des Deutschen Textil-einzelhandels GmbH (ITE)** eine Reihe von Dienstleistungen an. Neben dem unten detailliert vorgestellten elektronischen Datenaustausch über das **BTE Clearing-Center** (siehe Kapitel 5.1) und der Vermittlung von Kostenvorteilen und Sonderleistungen über die **EFG - European Fashion Group** (siehe Kapitel 5.2) zählen vor allem folgende Serviceleistungen zum ITE-Portfolio:

Zur Information der Branche publiziert und vertreibt das ITE **Fachliteratur** sowie das **BTE-Magazin marketing berater** sowie den **mb-Newsletter**. In der Fachreihe **BTE-Praxiswissen** werden relevante Branchenthemen behandelt – von der Betriebswirtschaft über Marketing und Personalmanagement bis zum Einkauf. Ergänzt wird das Angebot durch Lernprogramme, Fachbücher und Orderinformationen. Details zum kompletten Programm unter www.bte.de/publikationen.

Der **BTE marketing berater** erscheint als Fachmagazin im Auftrag des BTE mit exzellenter Vernetzung in der deutschen Modebranche. Mit seinen redaktionellen Inhalten fokussiert sich der BTE marketing berater ausschließlich auf die Informationsbedürfnisse des Fashion Retail. Und das schon seit über 45 Jahren. Das Magazin ist sowohl als Printausgabe als auch in digitaler Form auf der Homepage unter www.bte.de verfügbar. Der **mb-Newsletter** erscheint etwa einmal im Monat und bietet aktuelle Branchennews, relevante Themen und Trends. Der mb-Newsletter kann auf der Homepage unter www.bte.de/newsletter kostenlos abonniert werden.

Das ITE organisiert verschiedene **Veranstaltungen** zu aktuellen Themen. Höhepunkt ist der jährliche **BTE-Kongress** (siehe Kapitel 5.3), der wieder am 4. November 2025 in Köln stattfinden wird. Darüber hinaus veranstaltet das ITE **Seminare und Webinare** zu wechselnden aktuellen Themen. Eine Übersicht der Termine, wichtige Messedaten sowie Rückblicke unter www.bte.de/veranstaltungen.

Kompakte und übersichtliche Informationen zu Fachpublikationen, Veranstaltungen und weiteren fachbezogenen Angeboten des BTE sind im **Shop-Newsletter** zu finden, der ein- bis zweimal monatlich erscheint. Der Newsletter kann auf der Homepage unter www.bte.de/newsletter kostenlos abonniert werden.

Kostenfreie Webinare über das ITE veranstalten die **BTE-Kompetenz-Partner** (siehe Kapitel 5.4). Dahinter verbirgt sich eine Auswahl von Dienstleistern, welche den Textil-, Schuh- und Lederwarenhandel durch ihre Expertise betriebswirtschaftlich unterstützen kann. Aktuell besteht der Kreis aus der Unternehmensberatung **hachmeister+partner** (www.hachmeister-partner.de), der Werbeagentur **Hutter & Unger** (www.hutter-unger.de), dem Warenentlastler **MASCHÖ** (www.maschoe.com) und dem Schnittstellen-Spezialisten **Visticle** (www.visticle.de). Weitere Informationen zum Leistungsportfolio der BTE-Kompetenz-Partner unter www.bte-kompetenzpartner.de.

Seit dem Jahr 2000 bietet das ITE einen leicht auszufüllenden, kostenfreien **Jahresbetriebsvergleich** an, damit Unternehmen ihre betriebswirtschaftliche Situation im Vergleich zu Kollegenbetrieben analysieren können. Einsendeschluss ist jeweils der 1. Juli des Folgejahres.

Der **marketing berater** erscheint als Fachmagazin im Auftrag des BTE mit exzellenter Vernetzung in der deutschen Modebranche.

- Mode-Specials
- Retail Technology
- Multichannel
- Digitale Tools
- Storedesign
- Marketing
- Kundenbindung



Auch als
E-Paper
verfügbar

Kennen Sie auch schon unseren Newsletter,
der ergänzend zum Printmagazin erscheint?



Jetzt kostenfrei abonnieren:

- aktuelle Themen und Trends aus der Branche
- fokussiert auf die relevanten Themen des Modehandels
- praxisnah
- 1x pro Monat

Anmeldung über **QR-Code** oder direkt auf
www.bte.de/marketing-berater/Newsletter

