

masche

Ausgabe 2 | 2026

Gesamtverband der deutschen
Maschenindustrie e.V.

ÖKO-DESIGN

Recht auf Reparatur

RECHT

EU-Zwangsarbeitsverordnung

140 JAHRE

Isco-Textilwerk Gebr. Ammann

USA

Zölle gehen in die nächste Runde

02

Inhalt



26

TA beim ITM: Forschung zum Anfassen



17

Widerrufsbutton Pflicht



8

Rettung vor der Paketflut?



9

Sportbekleidung auf Wachstumskurs



4

Im Blickpunkt: Mitgliederversammlung 2026

Impressum

© Alle Rechte vorbehalten. Keine Vervielfältigung ohne schriftliche Genehmigung des Herausgebers. Der Bezug der masche ist im Mitgliedsbeitrag enthalten.

Herausgeber

Gesamtverband der deutschen Maschenindustrie – GESAMTMASCHE e. V.

Präsidentin Martina Bandte

Redaktion Silvia Jungbauer

Gestaltung Simone Louis

Druck diedruckerei, Neustadt a. d. Aisch

Auflage 1.000

Ausgabe 02/2026 Heftnummer 57

Fotos Soweit ohne Vermerk, von Gesamtmasche

Titel Foto: © Anna S. - pexels.com

Erscheinungsweise

Quartalsweise; Abweichung möglich

Kontakt

Ulmer Str. 300 | 70327 Stuttgart
Telefon +49 711 5052841-0
Telefax +49 711 5052841-4
E-Mail info@gesamtmasche.de

www.gesamtmasche.de

- 06 KURZ & INFORMATIV
- 10 ÖKODESIGN
Recht auf Reparatur
- 11 OTTO TEXTIL
Vom Spinner zum Problemlöser
- 12 140 JAHRE
Isco-Textilwerk Gebr. Ammann
- 14 TINNOVATION
vom Produkt bis zum PoS bei Triumph
- 16 RECHT
EU-Zwangsarbeitsverordnung
- 18 BESCHAFFUNG
Zäsur durch neues APS
- 19 USA
Zölle gehen in die nächste Runde
- 20 FREIHANDEL
Mercosur-Abkommen
- 21 PROJEKT-NEWS
Äthiopien und Usbekistan
- 23 SUGARCUP®
Corsinas nachhaltige Materialneuheit
- 24 DITF HighPerCell®
Vom Filament zum Stapelfasergarn

GESAMTMASCHE

Editorial



Liebe Leserinnen und Leser,

die Koalition hat ein Reformprogramm präsentiert. So jedenfalls lautet die politische Botschaft vor der Sommerpause. Bürokratieabbau, flexibleres Arbeitsrecht, schnellere Genehmigungen und steuerliche Entlastungen sollen den Standort wieder auf Wachstumskurs bringen.

Doch zunächst wurde nur beschlossen, etwas beschließen zu wollen. Die 34 Punkte sind eine Verständigung der Koalitionsspitzen, noch keine wirtschaftliche Entlastung. Bis aus den Vorhaben Gesetze werden, ist es noch ein weiter Weg. Nach der Sommerpause beginnt der politische Alltag – und mit ihm der Streit über Details, Finanzierung und Zumutungen. Was am Ende übrig bleibt, ist offen.

Noch schwerer wiegt ein anderer Widerspruch: Während Berlin Bürokratieabbau ankündigt, läuft die europäische Regulierungsmaschine ungebremst weiter. Ökodesign, digitaler Produktpass, erweiterte Herstellerverantwortung, Verpackungsrecht sowie Lieferketten- und Nachweispflichten – bestehende Regelwerke werden nicht zurückgenommen, sondern fortgeschrieben. Zugleich entstehen bereits die nächsten Vorgaben.

Die mittelständischen Unternehmen der deutschen Textil- und Bekleidungsindustrie können nicht für jede neue Pflicht eigene Abteilungen aufbauen. Sie müssen entwickeln, produzieren und verkaufen – zugleich aber immer neue Vorschriften umsetzen. In ihrer Summe entziehen diese dem Mittelstand Zeit, Kapital und unternehmerische Freiheit. Jenseits rekordverdächtiger Insolvenzzahlen ziehen manche Familienunternehmer inzwischen schlicht die Reißleine – nicht wegen fehlender Aufträge oder offener Forderungen, sondern weil sie sich im

Vorschriftenschungel aufreiben. Für viele familiengeführte Betriebe wird zudem der Generationenwechsel durch die Erbschaftsteuer zur Belastungsprobe.

Was fehlt, ist der politische Mut zu einer echten Regulierungspause. Keine neuen Auflagen, bevor bestehende Vorgaben praxistauglich umgesetzt und ihre tatsächlichen Kosten und ihr Nutzen überprüft sind. Gleichzeitig wird an der falschen Stelle gespart. Gekürzt wird bevorzugt dort, wo der Widerstand leise bleibt: bei klassischer Unterstützung für den Mittelstand durch Export-, Messe- sowie Forschungs- und Innovationsförderung. Ausgerechnet dort also, wo neue

Märkte erschlossen werden und künftige Wertschöpfung entsteht. Dabei sind viele Unternehmen angesichts des schwachen Inlandskonsums mehr denn je auf Auslandsmärkte angewiesen.

Diese Ausgabe zeigt, was im Mittelstand entstehen kann: neue Materialien, innovative Anwendungen, erfolgreiche Familienunternehmen und internationale Kooperationen. Unsere Branche ist immer noch

bereit, in die Zukunft zu investieren. Um das volle Potential mittelständischen Unternehmerteumes auszuschöpfen, braucht sie endlich politische Rahmenbedingungen, die ermöglichen und fördern und nicht nur immer mehr fordern.

Eine anregende Lektüre wünscht Ihnen Ihre

Martina Bandte
Präsidentin Gesamtmasche

„Wer Wettbewerbsfähigkeit stärken will, muss Unternehmen Freiräume geben – nicht immer neue Pflichten aufbürden.“

Wirtschaft, Wandel und KI Mitgliederversammlung 2026 auf der „Frauenlob“

Zwischen wirtschaftspolitischer Standortdebatte, internationalen Machtverschiebungen und den Möglichkeiten Künstlicher Intelligenz stand die gemeinsame Mitgliederversammlung von GESAMTMASCHE und der Fachvereinigung Wirkerei-Strickerei am 5. Mai 2026 ganz im Zeichen aktueller Zukunftsfragen der Branche. Rund 50 Gäste aus Unternehmen, Institutionen und Verbänden kamen auf dem Theaterschiff „Frauenlob“ in Bad Cannstatt zusammen, um über die aktuellen Herausforderungen und Zukunftsperspektiven der Branche zu diskutieren.



Bild: © Theaterschiff Stuttgart



Beim Sektempfang an Deck

Bereits der Veranstaltungsort setzte ein bewusstes Zeichen: Die „Frauenlob“, 1930 vom Stapel gelaufen und heute Kulturbühne am Neckar, steht für Bewegung und Wandel – Themen, die auch die Textil- und Bekleidungsindustrie prägen.

Klare Worte zur Lage der Branche

Martina Bandte, Präsidentin von GESAMTMASCHE und Vorsitzende der Fachvereinigung Wirkerei-Strickerei, eröffnete die Veranstaltung mit einem deutlichen Appell. Die Branche stehe unter

erheblichem Druck – nicht allein durch internationale Krisen, sondern vor allem durch politische und regulatorische Rahmenbedingungen in Deutschland und Europa. Zu hohe Kosten, zu viel Bürokratie und mangelnde Verlässlichkeit belasteten die Unternehmen spürbar. Gleichzeitig warb die GESAMTMASCHE-Präsidentin dafür, die technologischen und unternehmerischen Stärken der Branche offensiv zu nutzen und notwendige Veränderungen aktiv mitzugestalten.

Globale Märkte im Umbruch

Wie stark geopolitische Entwicklungen inzwischen auf Wirtschaft und Industrie wirken, zeigte der Vortrag von Uwe Streich, Senior Equity Strategist bei LBBW Research. Unter dem Titel „Die regelbasierte Weltordnung weicht dem Recht des Stärkeren“ zeichnete er das Bild einer zunehmend fragmentierten Weltwirtschaft, geprägt von internationalen Machtverschiebungen, Handelskonflikten und wachsender Unsicherheit.

Im Mittelpunkt standen die wirtschaftlichen Folgen geopolitischer Konflikte, die Konkurrenz zwischen den USA und China sowie die Auswirkungen auf die Industrie in Europa bei Export und Beschaffung. Anhand von Markt- und Konjunkturdaten verdeutlichte Uwe Streich, wie stark sich die Rahmenbedingungen für Industrieunternehmen verändert haben – auch für die mittelständisch geprägte Textil- und Bekleidungsindustrie. Gleichzeitig richtete sich der Blick auf Künstliche Intelligenz als zentralen Wachstumstreiber der US-Wirtschaft und auf die daraus entstehenden neuen Abhängigkeiten und Risiken an den internationalen Kapitalmärkten.

KI zwischen Leistungsfähigkeit und Illusion

Einen Perspektivwechsel bot anschließend Knut W. Krause, Geschäftsführer von wik-werbung, Unternehmer, Autor und Dozent. Unter dem Titel „Der stochastische Papagei“ setzte der Unternehmer, Autor und Dozent sich mit den strukturellen Möglichkeiten und Grenzen moderner KI-Modelle auseinander.

Im Zentrum stand die Frage, was generative KI tatsächlich leisten kann – und wo die Grenzen statistisch arbeitender Sprachmodelle liegen. Krause beschrieb KI-Systeme als hochentwickelte Wahrscheinlichkeitsmodelle, die Sprache überzeugend erzeugen, jedoch kein eigenes semantisches Verständnis besitzen. Anhand praktischer Beispiele zeigte er die Spannungsfelder zwischen tech-

nischer Leistungsfähigkeit, Fehleranfälligkeit und gesellschaftlicher Erwartungshaltung auf. Gerade der nüchterne Blick auf Chancen und Risiken jenseits aktueller KI-Euphorie sorgte für intensive Diskussionen unter den Gästen.

Austausch an Bord

Beim anschließenden Empfang an Deck und dem gemeinsamen Abendessen wurde die Diskussion in informeller Atmosphäre fortgesetzt. Präsidentin Bandte ist zufrieden: "Die Kombination aus wirtschaftspolitischen Analysen, technologischen Impulsen und dem besonderen Rahmen des Theaterschiffs machte die gemeinsame Mitgliederversammlung 2026 zu einer Veranstaltung mit hoher Aktualität und vielen Anknüpfungspunkten für die weitere Verbandsarbeit.



Referent Uwe Streich (LBBW) mit GESAMTMASCHE-Präsidentin Martina Bandte und Hauptgeschäftsführerin Silvia Jungbauer



Referent Knut Krause (wik-werbung) mit Kollegin Alina Makarov



Angeregter Austausch in der Frauenlob-Bar



Simone Louis und Romana Augenstein, beide GESAMTMASCHE



Cixing kauft Flachstrickmarke Stoll

Karl Mayer veräußert ausgewählte Vermögenswerte des ehemaligen Flachstrickbereichs Stoll an die chinesische Ningbo Cixing Co., Ltd.. Dazu gehören die Marke Stoll, Materialien, Lagerbestände und ausgewählte Technologien. Der Abschluss der Transaktion steht noch aus.

Bestehende Gewährleistungsverpflichtungen gegenüber Stoll-Kunden bleiben bestehen. Service und Support für den installierten Maschinenbestand sollen im Laufe des Jahres an Cixing übergehen. Über die künftige Nutzung der Vermögenswerte entscheidet die Cixing Group. Karl Mayer hatte sich Anfang 2025 von der Flachstricksparte getrennt. Im Oktober 2025 wurde die Produktion offiziell eingestellt und den rund 250 Mitarbeitern gekündigt. Nun soll es in Reutlingen doch weitergehen. Der chinesische Käufer Cixing hat Teile des ehemaligen Stoll-Betriebsgeländes im Industriegebiet Reutlingen-West übernommen. Presseberichten zufolge hat Cixing bereits zwei neue Gesellschaften gegründet, um den Geschäftsbetrieb auf dem alten Stoll-Areal wieder aufzunehmen und fortzuführen.



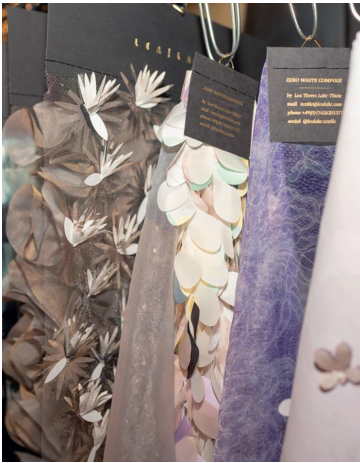
Neue GINETEX-Studie: Textilpflege als Markenfaktor

Eine von Ipsos bva im Auftrag von GINETEX durchgeführte Studie in neun europäischen Ländern zeigt: 91 Prozent der rund 9.000 Befragten sind überzeugt, dass richtige Pflege die Lebensdauer von Kleidung verlängert. 87 Prozent fühlen sich gut durch die Pflegehinweise informiert. Das Pflegeetikett bleibt für mehr als die Hälfte der Europäer die wichtigste Informationsquelle. Fast 90 Prozent erwarten von Marken

Vom 16.-18. Januar 2027 finden in Paris der Salon International de la Lingerie und die Interfilière erneut gemeinsam statt. Deutsche Bodywear-Unternehmen und Wäschestoffhersteller können sich wieder für einen bundesgeförderten Gemeinschaftsstand anmelden. Die Anmeldefrist läuft bis 21. September 2026.

Vom 12. bis 15. November 2026 findet in Addis Abeba die Africa Sourcing & Fashion Week (ASFW) statt. Die Leitmesse bringt internationale Einkäufer und Anbieter der gesamten Branche zusammen und bietet deutschen Unternehmen attraktiven Marktzugang in Afrika. Die Anmeldung zum Gemeinschaftsstand ist bis zum 3. August 2026 möglich.

Details unter gesamtmasche.de/news



Value Milan startet 2027

Mit Value Milan bringt die Messe Frankfurt ein neues, kuratiertes Premiumformat für hochwertige Bekleidungstextilien und Accessoires nach Mailand.

Beim Launch Event am 6. Juli 2026 wurde das Konzept erstmals vorgestellt. Im Fokus stehen ausgewählte Anbieter im gehobenen Textilsegment. Die Premiere findet vom 3. bis 5. Februar 2027 in The Mall Milano statt.

valuemilan.it.messefrankfurt.com

Marc Cain mit neuem CEO

Marc Cain stellt seine Führung neu auf: Zum 1.

Juni 2026 hat Dr. Patric Spethmann den Vorsitz der Geschäftsführung übernommen und verantwortet fortan sämtliche Unternehmensbereiche. Gründer und Inhaber Helmut Schlotterer bleibt dem Unternehmen als Chairman of the Board erhalten und begleitet den neuen CEO



bei der Einarbeitung sowie als Berater. Spethmann wechselt von Marc O'Polo nach Bodelshausen, wo er zuletzt als COO tätig war. Seine Schwerpunkte

Bild ©: Marc Cain

lagen dort auf der Optimierung interner Prozesse, effizienteren Abläufen und tragfähigen Organisationsstrukturen. Marc Cain will mit der neuen Führung die Marke strategisch weiterentwickeln und zugleich ihre gewachsenen Werte bewahren.

Felix Neureuther wird Markenbotschafter von TOM FYFE

Authentizität, Bodenständigkeit und Naturverbundenheit bilden die Basis der neuen Partnerschaft zwischen dem ehemaligen Skirennläufer Felix Neureuther und der fränkischen Merino-Marke TOM FYFE. „Mit Felix Neureuther haben wir einen Partner gefunden, der unsere Werte glaubwürdig verkörpert. Er steht für Familienverbundenheit, Nähe zur Natur und Begeisterung für das, was er tut. Genau das prägt auch TOM FYFE“, sagt Geschäftsführer Christoph Hausner.



„Ich schätze Dinge, die unkompliziert funktionieren und dabei hochwertig sind. Genau das hat mir bei TOM FYFE direkt gefallen“, erklärt Felix Neureuther. Foto: © Jonas Melcher

TOM FYFE entwickelt seit 2021 Bekleidung aus ZQ+-zertifizierter, mulesingfreier Merinowolle für Alltag, Reisen und Freizeit. Die in Europa gefertigte Kollektion umfasst

T-Shirts, Poloshirts, Longsleeves, Unterwäsche und Accessoires. In die Marke fließen mehr als 100 Jahre textile Erfahrung ein.

tomfyfe.com

Hohenstein startet globale Größenstudie



Hohenstein Apparel Fit Solutions hat die „Global Size Study“ gestartet. Gemeinsam mit dem Münchner KI-Spezialisten Sizekick werden weltweit digitale Körpermaßdaten per Smartphone oder Tablet erfasst und mit den Daten von mehr als 1.000 Hohenstein-Fit-Models verknüpft. Ziel ist es, aktuelle Größen- und Passformstrategien für unterschiedliche Märkte zu entwickeln und Marken sowie Händlern belastbare Grundlagen für Schnitterstellung, Grädierung und Größentabellen zu liefern. Im Fokus



TERMINE

11. August 2026
Passform Strick – Möglich, Machbar, Bezahlbar
Hohenstein-Webinar*

*20% Ermäßigung für Gesamtmasche Mitglieder

29. September 2026
Textilkennzeichnung aktuell
GESAMTMASCHE-Webinar

20. Oktober 2026
ZwangsarbeitsVO: Get ready for FLR Implementation – Textile Sector
DG GROW Webinar

21. Oktober 2026
Technologie und Bindungstechnik der Maschenwaren
Hochschule Niederrhein

www.gesamtmasche.de/events

17,4 % der deutschen Einzelhändler sehen laut ifo-Konjunkturumfrage im April ihre wirtschaftliche Existenz bedroht. Dieser Wert markiert einen neuen Höchststand. Als

Hauptursachen gelten die anhaltende Kaufzurückhaltung der Verbraucher, die starke Konkurrenz durch den Online-Handel sowie der wachsende Druck durch Billiganbieter aus dem Ausland.

stehen zentrale Körpermaße wie Brust-, Taillen- und Hüftumfang sowie Körperhöhe. Im Unterschied zu klassischen Größenstudien, die oft mehrere Jahre dauern, sollen die digital erhobenen Daten nahezu in Echtzeit ausgewertet und unmittelbar in die Produktentwicklung einfließen. Hohenstein erwartet dadurch eine bessere Passform, weniger Retouren und eine gezieltere Ansprache regionaler Zielgruppen.

hohenstein-academy.com/news

EU reagiert auf die Paketflut

Ein Zoll auf Kleinsendungen macht noch keinen fairen Wettbewerb

Seit dem 1. Juli 2026 erhebt die EU auf den Import von Kleinsendungen bis 150 Euro einen Pauschalzoll von drei Euro je Warenposition. Damit will sie der rasant wachsenden Paketflut asiatischer Online-Händler Herr werden. Doch fairer Wettbewerb entsteht dadurch noch nicht. Nötig wären konsequente Maßnahmen gegen Wettbewerbsverstöße und ein Ende der Benachteiligung europäischer Unternehmen.

Die Richtung der Maßnahme stimmt: 2025 gelangten rund 5,9 Milliarden Kleinsendungen in die Europäische Union – überwiegend über Plattformen wie Temu, Shein oder AliExpress. Zoll und Marktüberwachung stoßen längst an ihre Grenzen. Die EU reagiert nun endlich.

Mehr Bürokratie statt Systemwechsel

Die neuen Gebühren lösen das eigentliche Problem jedoch nicht. Sie verteuern Direktimporte geringfügig, führen aber gleichzeitig dazu, dass Milliarden einzelner Sendungen angemeldet werden müssen. Die Verwaltungskosten steigen, doch eine flächendeckende Kontrolle bleibt unmöglich. Die Kosten trägt letztlich der Steuerzahler. Zur Gegenfinanzierung soll deshalb ab November zusätzlich eine Handling Fee erhoben werden. Im Gespräch sind zwei Euro je Sendung.

Hinzu kommt: Die Plattformen bauen ihre Logistik inzwischen direkt in Europa auf. Damit verlagert sich der Wettbewerb zunehmend in den EU-Binnenmarkt. Das unterstreicht, dass sich das Problem nicht allein mit einem Zoll auf Kleinsendungen lösen lässt.

Plattformen stärker in die Verantwortung nehmen

Statt immer neue Verfahren für jede einzelne Sendung zu schaffen, sollte die Verantwortung konsequent auf die Betreiber großer Online-Plattformen verlagert werden. Wer Milliarden Produkte in den EU-Markt vermittelt, muss auch für deren Rechtskonformität einstehen. Die EU hat mit dem Konzept des „Deemed Importer“ bereits den richtigen Ansatz entwickelt. Danach wird die Plattform rechtlich wie ein Importeur behandelt und übernimmt Verantwortung für Zoll, Produktsicherheit und weitere Pflichten. Dieses Prinzip muss jedoch einheitlich in allen relevanten EU-Rechtsak-



ten gelten – vom neuen Unionszollkodex über die Produktsicherheitsverordnung (GPSR) bis hin zu ESPR, Digitalem Produktpass und den erweiterten Herstellerpflichten. Einzelne Insellösungen schaffen neue Schlupflöcher, statt gleiche Wettbewerbsbedingungen herzustellen.

Drei Euro sind nur der Anfang

Aus Sicht von GESAMTMASCHE braucht es weitergehende Maßnahmen, um den Wettbewerb tatsächlich fair zu gestalten.

- 1. Plattformen müssen haften wie EU-Firmen:** Das Deemed-Importer-Prinzip muss in allen relevanten EU-Rechtsakten gelten – nicht nur im Zollrecht, sondern in sämtlichen Regelungen von der Produktsicherheit über Ökodesign bis zur erweiterten Herstellerverantwortung.
- 2. Spürbare finanzielle Sanktionen** für Plattformen, auf denen wiederholt rechtswidrige Produkte angeboten werden. Wer systematisch von Regelverstößen profitiert, darf dies nicht länger als Geschäftsmodell betreiben.
- 3. Wettbewerbsverstöße** sind konsequent zu verfolgen: irreführende Nachhaltigkeitsversprechen, Dark Patterns oder Verstöße gegen Kennzeichnungs- und Verbraucherrecht sind systematisch zu ahnden.

Der Drei-Euro-Zoll ist ein politisches Signal. Fairer Wettbewerb entsteht aber erst, wenn Plattformen Verantwortung übernehmen, Rechtsverstöße wirksam sanktioniert werden und für alle Marktteilnehmer dieselben Regeln gelten.

✉ Silvia Jungbauer, jungbauer@gesamtmasche.de

Sportbekleidung bleibt auf Wachstumskurs

Asien wird zum wichtigsten Zukunftsmarkt

Sportbekleidung bleibt weltweit eines der wachstumsstärksten Segmente der Bekleidungsindustrie. Während Europa nur noch moderat wächst, entstehen die stärksten Zuwächse künftig in China und anderen asiatischen Märkten. Für europäische Hersteller gewinnt die Erschließung internationaler Absatzmärkte weiter an Bedeutung.

Asien wächst am schnellsten

Euromonitor International prognostiziert für den Sportbekleidungsbereich bis 2030 ein kräftiges Wachstum. Europa und Nordamerika bleiben dabei wichtige Absatzmärkte. Trends zu Gesundheit, Fitness und aktiver Freizeitgestaltung stützen die Nachfrage. Dabei verschwimmen die Grenzen zwischen funktionaler Sportbekleidung und Alltagsmode weiter. Athleisure, Running, Outdoor und Racket-Sportarten sorgen für zusätzliche Impulse. Deutlich stärker wächst der Markt jedoch in Asien. Vor allem China profitiert von steigenden Einkommen, einer sportaffinen Mittelschicht und dem stark digitalisierten Handel. Für Unternehmen wird es daher wichtiger, neben ihrer Position in Europa gezielt neue Absatzmärkte zu erschließen.

Hohe Kosten und anspruchsvolle Verbraucher

Die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen bleiben herausfordernd. Steigende Energiepreise, geopolitische Spannungen und unsichere Handelswege erhöhen Material- und Logistikkosten. Sportswear ist davon besonders betroffen, da viele Funktions- und Performance-Materialien auf synthetischen Rohstoffen basieren. Gleichzeitig achten Verbraucher stärker auf den Gegenwert ihres Einkaufs. Preissteigerungen lassen sich nur noch durch nachvollziehbare Mehrwerte rechtfertigen – etwa durch technische Funktionalität, Langlebigkeit oder innovative Materialien.

Neue Wettbewerber verändern den Markt

Zunehmend treten chinesische Marken auch international in Erscheinung. Sie verbinden wettbewerbsfähige Preise mit hoher Entwicklungsgeschwindigkeit, digitalem Vertrieb und innovativen Produkten. Für europäische Hersteller wächst damit der Wettbewerbsdruck. Gleichzeitig entstehen aber auch neue Kooperationsmöglichkeiten als Entwicklungs-, Material- oder Produktionspartner international expandierender Marken. Umso entscheidender sind Qualität, technische Kompetenz und Spezialisierung, um sich vom Wettbewerb abzuheben.

Internationalisierung als Erfolgsfaktor

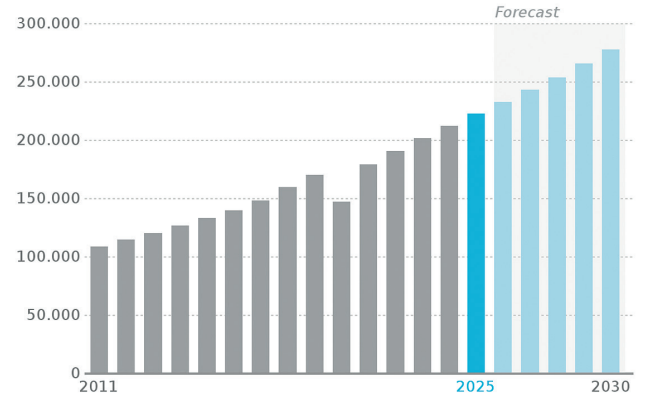
Auch wenn das Marktumfeld für Sportbekleidung volatil bleibt, bietet kaum ein anderes Bekleidungssegment vergleichbare Wachstumsper-

spektiven. Weil zusätzliche Nachfrage in Europa ausbleibt, können Firmen vor allem durch stärkere internationale Präsenz profitieren. Neben Innovation und Digitalisierung gewinnen deshalb internationale Vertriebsstrukturen, regionale Partnerschaften und eine breitere Aufstellung der Absatzmärkte an Bedeutung

Umsätze mit Sportbekleidung weltweit

Retail-Umsätze 2011-2030 (Mio. €)

222.089



Sportswear bis 2030

Region	Wachstumsmärkte und ihre Bedeutung	
	Marktgröße (heutige Bedeutung)	Wachstum bis 2030 (erwartete Dynamik)
Europa	■■■■■	■■■■■
Nordamerika	■■■■■	■■■■■
China	■■■■■	■■■■■
übriges Asien	■■■■■	■■■■■
Lateinamerika	■■■■■	■■■■■
MENA	■■■■■	■■■■■

✉ Silvia Jungbauer, jungbauer@gesamtmasche.de

Recht auf Reparatur: Keine Stopfpflicht, aber neue Lasten

Ab 31. Juli 2026 werden Reparatur und Reparierbarkeit von Produkten kaufrechtlich relevanter. Für Textil- und Bekleidungsfirmen entsteht dadurch neuer Aufwand – auch ohne generelle Reparaturpflicht.

Die neuen Herstellerpflichten der EU-Right-to-Repair-Richtlinie erfassen derzeit nur Waren mit EU-Ökodesignvorgaben, etwa Elektro- und Haushaltsgeräte. Textilien und Bekleidung gehören (noch) nicht dazu. Trotzdem ist die Branche betroffen: Bestimmte Änderungen im Kaufrecht gelten produktübergreifend. Vor allem wird die Reparierbarkeit als objektives Kriterium der üblichen Beschaffenheit im BGB verankert. Fehlt sie bei einer Ware, bei der Käufer sie nach Art des Produkts erwarten dürfen, kann ein Sachmangel im Raum stehen.

Reparatur statt Ersatz

Im Gewährleistungsfall können Verbraucher grundsätzlich zwischen Nachbesserung und Ersatzlieferung wählen. Über die Wahlmöglichkeit muss der Verkäufer künftig informieren. Entscheidet sich der Kunde für Nachbesserung, verlängert sich die Gewährleistungsfrist im B2C-Bereich einmalig um zwölf Monate. Nachbesserung heißt im Textildbereich etwa: fehlerhafte Nähte nachnähen, mangelhaft eingesetzte Reißverschlüsse austauschen, lockere Druckknöpfe befestigen oder Verarbeitungsfehler beheben.

Verschleiß bleibt Verschleiß

Socken stopfen, Hosenknie flicken, Pilling entfernen oder verfärbte Ware retten – darauf gibt es kein Recht, wenn der Schaden durch Nutzung, Verschleiß oder falsche Pflege entstanden ist. Zudem kann der Verkäufer die Reparatur verweigern, wenn sie unmöglich oder unverhältnismäßig teuer wäre. Bei einem niedrigpreisigen Basic wird die Ersatzlieferung oft die sachgerechtere Lösung sein.

Reparierbarkeit als Mangelfrage

Ob fehlende Reparierbarkeit einen Sachmangel darstellen kann,

hängt davon ab, was bei Waren gleicher Art üblich und erwartbar ist. Bei Standard-Socken wird niemand verlangen können, dass sie konstruktiv zum Stopfen optimiert sind. Anders kann es bei höherwertiger Mode, Outdoorbekleidung oder Heimtextilien aussehen. Ist etwa ein Reißverschluss bei vergleichbarer Ware austauschbar, bei der konkreten Jacke aber so verarbeitet, dass eine Reparatur praktisch ausgeschlossen ist, kann schon die Konstruktion zum Gewährleistungsrisiko werden.

B2B: Vertraglich sauber abgrenzen

Für Kaufverträge zwischen Unternehmen wird Reparierbarkeit erst ab 1. Januar 2028 als mögliches Merkmal der üblichen Beschaffenheit relevant. B2B-Parteien können hiervon vertraglich abweichen. Lieferverträge, Private-Label-Vereinbarungen und AGB sollten klarstellen, ob Reparierbarkeit zugesagt, begrenzt oder ausgeschlossen wird.

Praktischer Befund

In der Praxis verursacht die Rechtsänderung vor allem neuen Verwaltungsaufwand – selbst wenn gar nichts repariert wird. Reklamationsprozesse, Online-Texte, Kundenservice, Schulungen und Produktdokumentation müssen überprüft werden. Kleine Firmen mit vielfältigem Sortiment trifft das besonders. Sie haben keine Rechtsabteilung, müssen sich aber von der Unterhose bis zur Funktionsjacke vorbereiten, wie mit Reparaturverlangen rechtssicher umzugehen ist. Die stärkere rechtliche Bedeutung der Reparierbarkeit, längere Gewährleistungsfristen und die zu erwartende Auslegung durch die Gerichte schaffen neue Unsicherheiten.

➤ Silvia Jungbauer, jungbauer@gesamtmasche.de

Vom Spinner zum Problemlöser

Aus der traditionsreichen Spinnerei Otto Textil ist heute ein modernes Dienstleistungsunternehmen für die internationale Textilindustrie geworden. Geschäftsführer Tamer Coskun hat diesen Wandel über Jahrzehnte mitgestaltet. Seit 2005 führt er das Unternehmen – früher als Chef der Garnproduktion, heute als Berater, Netzwerker und Entwicklungspartner.

Tamer Coskun ist Textiler aus Überzeugung – in Reutlingen ausgebildet, über Jahrzehnte in der Garnproduktion tätig und eng mit der deutschen wie der türkischen Textilindustrie vernetzt.

Herr Coskun, Otto Textil war über 160 Jahre eine Spinnerei. Was macht das Unternehmen heute?

Die industrielle Garnproduktion an unserem Standort endete 2020. Doch unser Know-how ist geblieben. Heute verstehen wir uns als Entwicklungs- und Beratungsunternehmen für die Textilindustrie. Wir begleiten unsere Kunden von der Materialauswahl über die Produktentwicklung bis zur Produktion und koordinieren auf Wunsch die gesamte Lieferkette.

Welche Leistungen stehen dabei im Mittelpunkt?

Unser Schwerpunkt liegt weiterhin bei hochwertigen Garnen und Zwirnen für Strickerei, Wirkerei, Weberei und technische Textilien. Gemeinsam mit unseren Partnerbetrieben entwickeln wir individuelle Lösungen und begleiten die Fertigung. Hinzu kommen

Beratungsleistungen rund um Produktionsplanung, Prozessoptimierung, Maschinen- und Anlagenplanung oder Produktionsverlagerungen. Dabei verbinden wir technisches Knowhow mit wirtschaftlichem Verständnis.

Sie gelten als hervorragend mit der türkischen Textilindustrie vernetzt. Welche Rolle spielt das?

Die Türkei ist seit vielen Jahren einer der wichtigsten Textilstandorte Europas. Durch meine Herkunft und die langjährigen persönlichen Kontakte kenne ich viele Unternehmen dort sehr gut. Das erleichtert die Zusammenarbeit erheblich. Darüber hinaus arbeiten wir mit Partnern in verschiedenen Ländern und binden je nach Aufgabenstellung die passenden Produktionskapazitäten ein.

Was unterscheidet Otto Textil von einem klassischen Händler?

Wir verkaufen nicht einfach Garne. Wir entwickeln Lösungen. Unsere Kunden erhalten technische Beratung, Qualitätsüberwachung, Supply-Chain-Management und eine enge Begleitung bis zum fertigen Produkt. Diese Kombination aus jahrzehntelanger textiler Erfahrung und internationalem Netzwerk macht den Unterschied.

Welche Rolle spielen wachsende Sozial- und Umweltanforderungen?

Wir arbeiten zunehmend mit recycelten und biologisch abbaubaren Rohstoffen und achten darauf, dass unsere Partner hohe Qualitäts-, Umwelt- und Sozialstandards erfüllen. Nachhaltigkeit beginnt für uns bei der Rohstoffauswahl und setzt sich über die gesamte Lieferkette fort.

➤ otto-textil.de



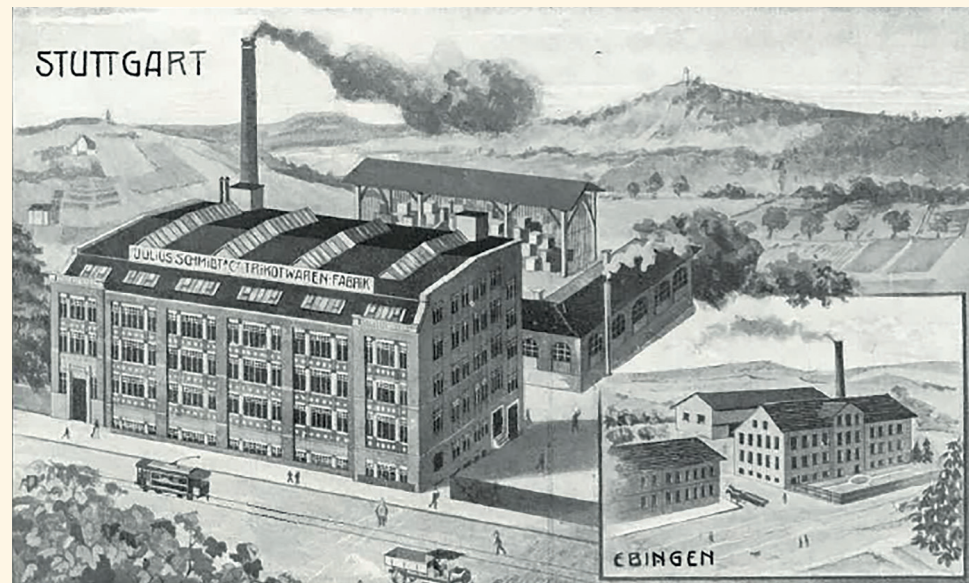
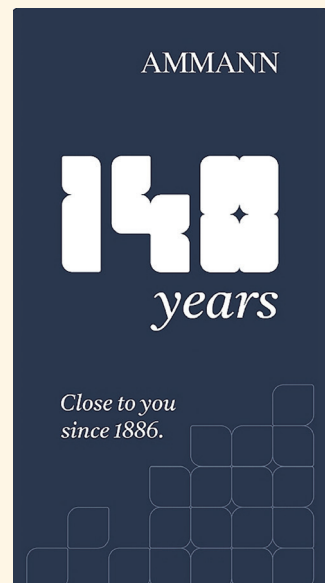
Tamer Coskun, Geschäftsführer Otto Textil
Bild: © Otto Textil

Neckarspinnerei Quartier: Industriegeschichte bekommt eine neue Zukunft

Wo über 160 Jahre Garn produziert wurde, entsteht heute im Rahmen der Internationalen Bauausstellung 2027 eines der spannendsten Quartiersprojekte der Region Stuttgart. Das denkmalgeschützte Areal der ehemaligen Spinnerei der Fa. Otto in Wendlingen wird Schritt für Schritt zum Neckarspinnerei Quartier (NQ) entwickelt. Historische Industriegebäude werden saniert und um moderne Neubauten ergänzt. Entstehen soll ein lebendiges Quartier mit Büros, Werkstätten, Ateliers, Handwerk, Dienstleistungen, Gastronomie, Kultur und Wohnen. Unternehmen unterschiedlichster Größe finden hier flexible Mietflächen in einem außergewöhnlichen industriellen Ambiente. So bleibt die textile Geschichte des Standorts sichtbar – zugleich entsteht ein Ort für Innovation, Unternehmertum und neue Kooperationen.

➤ neckarspinnerei-quartier.de





140 Jahre ISCO-Textilwerk Gebr. Ammann

Tradition bewahren – Zukunft gestalten

140 Jahre Unternehmensgeschichte gibt es in der Textilbranche nicht alle Tage zu feiern. Die ISCO-Textilwerk Gebr. Ammann GmbH & Co. KG in Stuttgart gehört zu den Familienunternehmen, die sich über Generationen hinweg immer wieder neu erfunden haben – ohne ihre Wurzeln aus den Augen zu verlieren.

Von Stuttgart nach Europa

Gegründet wurde das Unternehmen 1886 in Stuttgart, einer der historischen Hochburgen der deutschen Textilindustrie. Jahrzehntlang wurde am Stammsitz vollstufig produziert. Mit dem Wachstum entstanden ab den 1950er Jahren weitere Werke im Raum Stuttgart, bevor das Unternehmen in den 1970er Jahren den Schritt zur eigenen Fertigung in Griechenland und Anfang der 1990er Jahre nach Bulgarien vollzog. Heute befinden sich Verwaltung, Produktentwicklung, Design und Logistik weiterhin in Stuttgart, während die gesamte Kollektion im eigenen Werk im bulgarischen Petrich gefertigt wird.

Qualität aus eigener Wertschöpfung

AMMANN Bodywear steht für hochwertige Herren-Tag- und Nachtwäsche sowie Damen-Nachtwäsche und Loungewear. „Was AMMANN seit jeher auszeichnet, ist die Verbindung aus Kontinuität und Anpassungsfähigkeit“, sagt Christy Keppel, die gemeinsam mit Andreas Scheer die Geschäfte des Familienunternehmens leitet. Neben saisonalen Kollektionen bildet ein umfangreiches NOS-Programm das Rückgrat des Geschäfts. „Das bietet Handelspartnern Planungssicherheit und eine hohe Lieferfähigkeit.“

Nachhaltigkeit als Teil der Unternehmens-DNA

Ein wesentlicher Wettbewerbsvorteil liege in der eigenen europäischen Wertschöpfung, betont Christy Keppel: „Ein Großteil der Stoffe wird in unserem eigenen Werk gestrickt, produziert wird unter europäischen Sozial- und Umweltstandards.“ Kurze Transportwege, flexible Mindestmengen und schnelle Reaktionszeiten hätten sich in den vergangenen Jahren als großer Pluspunkt erwiesen. Während globale Lieferketten durch die Corona-Pandemie ins Stocken gerieten, konnte AMMANN seine Kunden zuverlässig beliefern. Gleichzeitig investiert das Unternehmen kontinuierlich in nachhaltige Materialien, Digitalisierung und moderne Vertriebsprozesse – vom B2B-Shop bis zur elektronischen Auftragsabwicklung. Ein Großteil der Produkte trägt GOTS- oder OEKO-TEX®-Zertifizierungen.

Generationenwechsel mit Weitblick

Auch die Unternehmensführung steht für Kontinuität. Über viele Jahrzehnte prägten die Brüder Claus, Herbert und Jörg Ammann gemeinsam mit ihrem Vater Eugen die Entwicklung des Familienunternehmens. Seit 2024 gestaltet Christy Keppel als nächste Generation der Unternehmerfamilie die Zukunft der Marke mit, seit 2025 als Geschäftsführerin.

Drei Fragen an Christy Keppel

Frau Keppel, 140 Jahre Unternehmensgeschichte beeindruckend – worauf sind Sie besonders stolz?

Dass wir uns über so viele Generationen hinweg unsere Eigenständigkeit bewahrt haben. Viele Werte aus der Gründerzeit gelten bis heute: Verlässlichkeit, Qualität und partnerschaftliches Handeln. Gleichzeitig haben wir den Mut bewiesen, unser Unternehmen immer wieder weiterzuentwickeln und neue Wege zu gehen.

Sie repräsentieren die nächste Generation der Unternehmerfamilie. Welche Akzente möchten Sie persönlich setzen?

Ich möchte die Werte unseres Familienunternehmens bewahren und gleichzeitig neue Perspektiven einbringen. Dazu gehören eine moderne Unterneh-



Christy Keppel, Geschäftsführerin
ISCO-Textilwerk Gebr. Ammann.
Bild: © AMMANN Bodywear

menskultur, die konsequente Digitalisierung unserer Prozesse und ein enger Austausch mit unseren Kunden und Mitarbeitenden. Für mich bedeutet Zukunft vor allem, Bewährtes weiterzuentwickeln – nicht, es zu ersetzen.

Wo sehen Sie AMMANN in zehn Jahren?

Ich wünsche mir, dass AMMANN auch in Zukunft als verlässlicher Partner für hochwertige Wäsche „Made in Europe“ wahrgenommen wird. Wir wollen unsere Position im Fachhandel weiter stärken, neue Märkte und Vertriebskanäle erschließen und unsere Fertigung kontinuierlich weiterentwickeln. Unser Anspruch bleibt dabei derselbe wie seit 140 Jahren: Qualität, Liefersicherheit und langfristige Partnerschaften.

➤ ammann-bodywear.de



Innovation vom Produkt bis zum Point of Sale



Triumph zeigt, wie Produktentwicklung, klarere Sortimentslogik und digitale Unterstützung für den Handel effizient ineinandergreifen können. Neben innovativen Swimwear-Konzepten rückt in diesem Sommer mit Triumph Circle auch die Qualifizierung des Verkaufspersonals stärker in den Fokus.

Innovation in der Wäsche- und Bademodenbranche entsteht oft im Detail: in Passform, Materialeinsatz, Verarbeitung und Kombinierbarkeit. Bei Triumph reicht der Blick darüber hinaus bis zum Point of Sale – dorthin, wo aus Produktentwicklung Beratung und Verkaufspraxis werden. Triumph setzt verstärkt auf Produkte mit hohem Gebrauchswert, Materialien mit klarer Herkunfts- und Qualitätsaussage sowie digitale Werkzeuge für den Verkauf auf der Fläche.

Mehr Gebrauchswert statt schnellem Effekt

Die Swimwear-Kollektion FS27 ist nicht nur als Bademode angelegt, sondern als kombinierbare Sommergarderobe. Badeanzüge, Bikini-Styles, Shorts, Pareos und weitere Beachwear-Elemente sollen sich flexibel verbinden lassen – vom Strand bis in informelle Alltagssituationen. Triumph greift damit einen Trend auf, der im Bekleidungsmarkt an Bedeutung gewinnt: Produkte sollen nicht nur für einen Anlass funktionieren, sondern vielseitig einsetzbar sein.

Diese Vielseitigkeit ist auch eine Effizienzfrage. Wenn einzelne Teile häufiger und in unterschiedlichen Situationen getragen werden, steigt ihr Gebrauchswert. Triumph beschreibt diesen Ansatz über eine reduzierte Sortimentslogik: weniger Überladung, mehr Kombinierbarkeit innerhalb einer Kollektion.

Passform bleibt Kernkompetenz

Bei Wäsche und Bademode entscheidet technische Produktentwicklung besonders stark über den Kundennutzen. Die Entwicklungsleistung liegt dabei nicht allein in Farbe, Muster oder Saisonoptik. Entscheidend ist die Verbindung von Design mit Halt, Komfort und Bewegungsfreiheit. Gerade bei Bademode muss ein Produkt ästhetisch funktionieren, ohne funktionale Anforderungen zu vernachlässigen. Gute Passform entscheidet auch darüber, ob ein Teil tatsächlich getragen wird – und damit über seinen praktischen Wert.

Materialwahl und Nutzungsdauer

Mehrere Linien der Triumph-Kollektion enthalten langlebige, GRS-zertifizierte Materialien, darunter Signature Twist und Summer Fine Rib. Noch wichtiger als einzelne Materialien ist jedoch das Zusammenspiel aus Qualität, Verarbeitung, Passform und tatsächlicher Nutzung: Wenn Farben, Silhouetten und Materialien über mehrere Styles hinweg funktionieren, entstehen mehr Einsatzmöglichkeiten. Ein Produkt bleibt länger relevant, wenn es wiederholt getragen und neu kombiniert werden kann.

Alle Bilder: © Triumph

TRIUMPH CIRCLE

Wissenstransfer für die Fläche

Mit Triumph Circle führt Triumph Ende Juli 2026 in Deutschland eine digitale Plattform für Verkaufsteams im Wholesale ein. Ziel ist es, Beratungskompetenz, Markenbindung und Performance im Handel zu stärken. Die Web-App funktioniert im Browser, mit oder ohne Download; die Registrierung soll weniger als eine Minute dauern.

Gerade im Wäschesegment hängt der Verkauf stark von Beratung, Vertrauen und Produktkenntnis ab. Verkäuferinnen und Verkäufer müssen Passform, Material, Funktion und Unterschiede zwischen Linien sicher erklären können. Triumph Circle stellt dieses Wissen in kurzen Micro-Trainings, Produktinformationen, USP-Guides und saisonalen Fokusinhalten bereit.

Vier Bereiche für den Verkaufsaltag

Die Plattform ist in vier Bereiche gegliedert: Wissen & Training, Beratung & Verkauf, Aktionen sowie Team & Specials. Neben kompakten Lerneinheiten und Verkaufshilfen umfasst sie auch Feedbackfunktionen, etwa zu Kampagnen, Kollektionen oder Reaktionen von Kundinnen. Ergänzend sollen Teamaktionen wie Dekowettbewerbe oder Abverkaufsinitiativen die Nutzung im Verkaufsaltag unterstützen.

Auf der Jagd nach Kronen

Ein zusätzlicher Anreiz entsteht über sogenannte Kronen, angelehnt an das Triumph-Logo. Sie können durch Trainings, Umfragen, Feedback oder regelmäßige Nutzung gesammelt und

in einem Prämienshop eingelöst werden. Auch Teamleistungen können berücksichtigt werden, unter anderem über die Umsatzentwicklung im Vergleich zum Vorjahresmonat.

Beratung als Effizienzfaktor

Der Nutzen liegt nicht in der Digitalisierung an sich, sondern in der engen Verbindung von Schulung, Motivation und Kunden-Feedback. Produktwissen ist laufend aktualisierbar. Gleichzeitig erhalten die Marken Triumph und sloggi Rückmeldungen aus dem Verkaufsaltag. So punktet der stationäre Handel dort, wo Online-Angebote an Grenzen stoßen: Wo persönliche Beratung, Größen- und Passformkompetenz gefragt sind, entscheidet gut geschultes Personal wesentlich über Kundenzufriedenheit und Kaufentscheidung. Je genauer Kundinnen ein Produkt auswählen, desto seltener kommt es zu Fehlkäufen und Retouren und die Zufriedenheit erhöht sich. Qualifiziertes Verkaufspersonal ist damit nicht nur ein Servicefaktor, sondern Teil einer effizienteren Wertschöpfungskette.



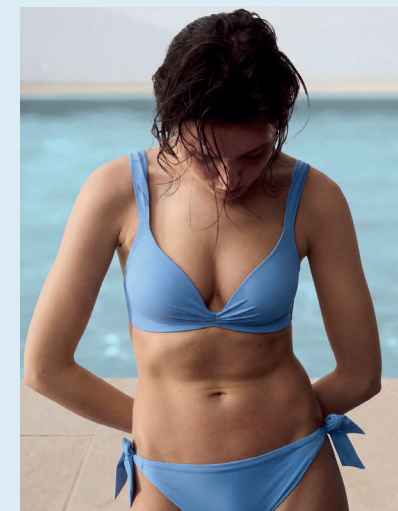
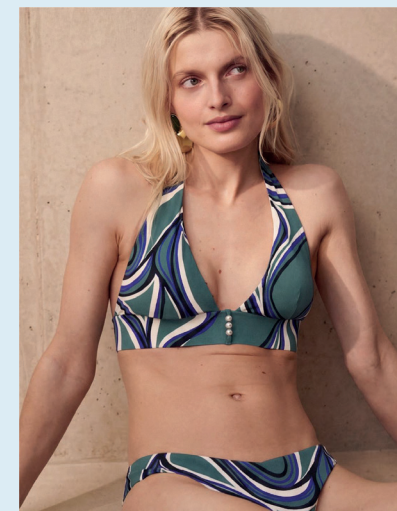
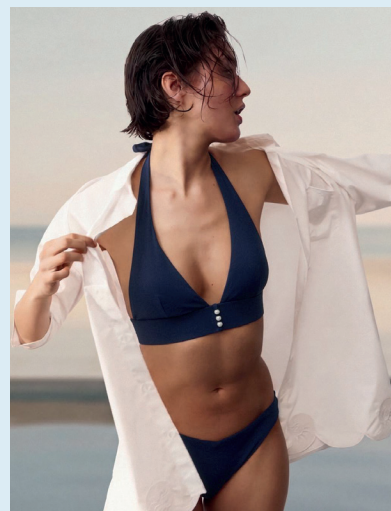
Vom Einzelprodukt zum Gesamtsystem

Mit seinen aktuellen Neuheiten arbeitet Triumph auf zwei Innovationsfeldern: Auf Produktebene stehen die Kombinierbarkeit und der dadurch erhöhte Gebrauchswert im Fokus. Auf Prozessebene steht die Frage im Mittelpunkt, wie Wissen schneller und strukturierter auf die Fläche kommt. Innovation entsteht damit nicht nur im Produkt, sondern auch dort, wo Produkt und Kundin zusammenfinden: am Point of Sale.

Über Triumph

Triumph ist einer der weltweit größten Hersteller von Unterwäsche. Mit den Hauptmarken Triumph® und sloggi® ist das Unternehmen in über 80 Ländern präsent. Es bedient 20.000 Einzelhandelskunden weltweit und verkauft seine Produkte in mehr als 2.300 sorgfältig ausgewählten Verkaufsstellen sowie über verschiedene eigene Online-Shops. Über die Lieferung hochwertiger Produkte hinaus engagiert sich Triumph für soziale Verantwortung und nachhaltige Praktiken.

www.triumph.com



Widerrufsbutton im Online-Handel Pflicht

Online-Anbieter von Waren und Dienstleistungen müssen seit 19.06.2026 einen Widerrufsbutton auf ihren Websites und Apps installiert haben. Das gilt auch für den Vertrieb von Textilien.

Einfache Widerrufsmöglichkeit

Mit dem "Gesetz zur Änderung des Verbrauchervertrags- und des Versicherungsvertragsrechts sowie zur Änderung des Behandlungsvertragsrechts" hat der deutsche Gesetzgeber in Umsetzung der EU-Richtlinie 2023/2673 die Pflicht zur Einführung einer elektronischen Widerrufsfunktion in § 356a BGB (neu) umgesetzt. Damit soll es dem Verbraucher ermöglicht werden, Online-Verträge einfacher zu widerrufen. In reinen B2B-Shops muss die Funktion also nicht zur Verfügung gestellt werden. Die Widerrufsfunktion (Widerrufsbutton oder Widerrufslink) muss von allen Online-Händlern bereitgestellt werden, die Verträge mit Verbrauchern über Waren oder Dienstleistungen über eine Online-Benutzeroberfläche schließen und gilt demnach auch für den Verkauf über Online-Marktplätze oder über eine App. Sie muss gut lesbar sein, beispielsweise mit der Bezeichnung "Vertrag widerrufen" oder einer anderen gleichbedeutenden, eindeutigen Formulierung beschriftet. Sie soll hervorgehoben platziert und für den Verbraucher leicht zugänglich sein.

Zweistufiges Verfahren

Bei Betätigung des Buttons muss der Verbraucher in einer Widerrufsmaske die Informationen angeben können, die erforderlich

sind, um den Vertrag zu widerrufen, regelmäßig also den Namen, Angaben zur Identifizierung des Vertrags (Rechnungs- oder Bestellnummer) und ein Kommunikationsmittel, über das der Verbraucher die Eingangsbestätigung für den Widerruf erhalten möchte. Nach der Eingabe der Informationen muss dem Verbraucher ein weiterer Button mit der Beschriftung „Widerruf bestätigen“ oder einer ähnlich eindeutigen Formulierung zur Verfügung stehen. Unabhängig von einem bestehenden Widerrufsbutton muss der Verbraucher den Widerruf nicht zwingend über den Button erklären, er kann auch weiterhin -bspw. per Mail oder über das Muster-Widerrufsformular, das hierfür verwendet werden kann- einen Vertrag widerrufen.

Eingangsbestätigung notwendig

Wird der Widerruf durch Aktivierung dieses Buttons bestätigt, muss eine Eingangsbestätigung über das gewählte Kommunikationsmittel (z. B. E-Mail) an den Verbraucher versandt werden, die Datum und Uhrzeit enthält. Es ist nur der Eingang des Widerrufs zu bestätigen. Ob ein Widerruf im Einzelfall zulässig oder dadurch fristgerecht erfolgt ist, muss der Onlinehändler wie auch bisher prüfen. Ein vorhandener Widerrufsbutton bedeutet also nicht automatisch, dass ein Widerrufsrecht besteht. Er begründet auch kein Widerrufsrecht. Demnach sollte auch nicht der Wortlaut „Widerruf bestätigen“ verwendet werden, sondern nur „Bestätigung des Eingangs des Widerrufs“.

Fehlender Widerrufsbutton

Ein Verstoß gegen die Pflicht zur Einführung des Widerrufsbuttons kann nach dem Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) durch Mitbewerber, Verbraucherzentralen und qualifizierten Wirt-

schaftsverbände abgemahnt werden und ist auch bußgeldbewährt. Wer die elektronische Widerrufsfunktion nicht bereitstellt, obwohl er hierzu verpflichtet ist, kann den Verbraucher auch nicht mehr korrekt über das Widerrufsrecht belehren, sodass sich die Widerrufsfrist auf ein Jahr und 14 Tage verlängert. Künftig ist auch in der

Widerrufsbelehrung über das Bestehen und die Platzierung der Widerrufsfunktion zu informieren. Die gesetzlichen Muster werden durch die Gesetzesneuerung angepasst, sodass eine Aktualisierung der entsprechenden Belehrung erforderlich ist.

Leitlinien zur Umsetzung der EU-Zwangsarbeitsverordnung (FLR) veröffentlicht

Ab dem 14. Dezember 2027 findet in der EU die EU-Zwangsarbeitsverordnung (EU) 2024/3015 (Forced Labour Regulation – FLR) Anwendung. Produkte, die ganz oder teilweise unter Einsatz von Zwangsarbeit hergestellt wurden, dürfen ab diesem Zeitpunkt weder auf dem EU-Markt bereitgestellt noch aus der Europäischen Union exportiert werden.

Das Verbot gilt unabhängig davon, in welchem Land oder auf welcher Stufe der Lieferkette die Zwangsarbeit stattgefunden hat. Bereits ein einzelner Rohstoff oder Bestandteil kann dazu führen, dass das gesamte Produkt EU-weit vom Markt genommen, zurückgerufen oder an den Außengrenzen gestoppt wird.

Die EU-Kommission hat am 30. Juni 2026 ein Umsetzungspaket zur Anwendung der FLR veröffentlicht, darunter auch die schon erwarteten Leitlinien, deren deutsche Version im Mitgliederbereich auf der Homepage von GESAMTMASCHE abgerufen werden kann. Die Leitlinien erläutern erstmals ausführlich, wie die zuständigen Behörden die Verordnung anwenden und welche Informationen Unternehmen im Rahmen von Untersuchungen vorlegen müssen. Auch wenn die FLR für Unternehmen keine neuen Sorgfaltspflichten oder Due-Diligence-Prozesse verpflichtend vorschreibt, können entsprechend eingeführte Prozesse helfen, Risiken zu identifizieren und gegenüber Behörden nachzuweisen, dass Produkte nicht unter Einsatz von Zwangsarbeit hergestellt wurden. Nur

wer weiß, wo seine Vorprodukte herkommen und einen Abgleich mit der noch einzurichtenden EU-Datenbank zu Zwangsarbeitsrisiken vornimmt, wird entsprechende Risiken identifizieren und mögliche Vertriebsverbote vermeiden können. Auch die behördlichen Untersuchungen sollen risikobasiert erfolgen, wobei staatlich angeordnete Zwangsarbeit im Fokus steht.

Zum Umsetzungspaket der EU-Kommission gehört auch das neu freigeschaltete „Forced Labour Single Portal“. Auf dieser Seite wurde neben den Leitlinien zur Umsetzung der FLR auch eine vorläufige Liste der zuständigen nationalen Behörden (für Deutschland ist noch keine benannt), Unterstützungsangebote und Werkzeuge für KMU, sowie Informationen zu Rückverfolgbarkeits- und Due-Diligence-Instrumenten veröffentlicht. Dort werden auch die von der Kommission angebotenen Webinare ab 14. September 2026 eingestellt. In den kommenden Monaten wird die Kommission das Forced Labour Single Portal weiter ausbauen, insbesondere auch die EU-Datenbank zu Zwangsarbeitsrisiken veröffentlichen und eine Zentrale EU-Meldestelle für Hinweise auf Zwangsarbeit einrichten.

RA Kai-Uwe Götz
Syndikusrechtsanwalt
Gesamtmasche
goetz@gesamtmasche.de





Zäsur in der Textilbeschaffung

Das neue APS birgt Chancen und Risiken

Die Karten im internationalen Textilhandel werden neu gemischt. Ab 1. Januar 2027 gilt in der EU ein neues Allgemeines Präferenzschema (APS) für Entwicklungsländer für den Zeitraum 2027 bis 2036. Was nach trockener Zollgesetzgebung klingt, ist für die Textilbranche hoch relevant: Präferenzzölle beeinflussen unmittelbar die Wettbewerbsfähigkeit von Beschaffungsstandorten. Hinzu kommen neue Freihandelsabkommen mit traditionellen Textilnationen.

Bild: © Gerd Altmann - pixabay

Textilwaren im Fokus

Textilien und Bekleidung sind die bedeutendsten Produktgruppen im APS. Gerade hier zieht die EU nun die Schrauben an: Zollpräferenzen können ausgesetzt werden, wenn ein Land mehr als 37 % der APS-Einfuhren einer Warengruppe stellt. Bisher lag diese Schwelle bei 47,2 %. Große Lieferländer geraten damit früher in den Bereich möglicher Präferenzverluste. Ausgenommen von der sog. Graduierung sind die ärmsten Entwicklungs-länder sowie Länder mit dem Status APS+.

Freihandelsabkommen verändern Beschaffungsgefüge

Indien und Indonesien sind heute noch durch das APS begünstigt, wobei Indien im Textilbereich aufgrund seiner Exportstärke keine Präferenzen mehr erhält. Freihandelsabkommen mit der EU werden die beiden Länder bald aus dem APS herausführen. In beiden Abkommen ist für die meisten Textil- und Bekleidungswaren die sofortige bilaterale Abschaffung der Zölle vorgesehen. Für die im APS verbleibenden Länder steigt durch den Austritt der beiden Textilriesen der Graduierungsdruck.

Neues APS: Die Grundstruktur bleibt

Drei Säulen mit unterschiedlichen Zielgruppen und Konditionen

Standard-APS	APS+	EBA
für Entwicklungsländer Zollpräferenzen für begünstigte Länder mit Entwicklungsbedarf. Für Textil und Bekleidung: Reduktion der EU-Einfuhrzölle um 20 %	zusätzliche Verpflichtungen Zollfreiheit bei Umsetzung zentraler Konventionen, künftig auch des Pariser Klimaschutzabkommens	Für die ärmsten Länder: "Everything but Arms" Zoll- und quotenfreier Zugang für die am wenigsten entwickelten Länder gem. UN-Klassifizierung

Neue Schutzmechanismen

Zusätzlich führt die EU für den Textilbereich einen weiteren Schutzmechanismus ein. Wenn ein Land mehr als 37 % der APS-Einfuhren einer Warengruppe erreicht und zugleich mehr als 6 % der gesamten EU-Einfuhren dieser Produktgruppe stellt, muss die Kommission Schutzmaßnahmen prüfen. Das soll verhindern, dass einzelne Lieferländer unter APS-Bedingungen dauerhaft eine dominante Marktstellung aufbauen. Die Safeguard-Klausel gilt auch für APS+ und setzt damit insbesondere das bislang begünstigte Pakistan unter Druck.

Was geschieht mit Bangladesch?

Bangladesch ist mit Abstand der wichtigste Bekleidungslieferant im APS-Schema. Das Land profitiert derzeit von Nullzöllen, obwohl es längst in eine höhere UN-Einkommensklasse aufgerückt ist. Ende 2029 – im Falle eines weiteren Aufschubs Ende 2032 – würde Bangladesch aus der EBA-Gruppe ausscheiden und nur noch unter das Standard-APS fallen. Dort gelten geringere Zollvorteile und strengere Ursprungsregeln. Vor allem aber würde Bangladesch bei Bekleidung voraussichtlich sofort graduieren. Auch APS+ wäre kein einfacher Ausweg: Die Hürden sind hoch, zudem würden Bangladesch auch dort die neuen Textil-Safeguards drohen.

empfindlich treffen. Die heutigen APS-Vorzugszölle sind keine verlässliche Konstante mehr. Wer Lieferketten finanziell bewertet, darf nicht nur Preise und Kapazitäten vergleichen, sondern muss auch Zollrisiken, Ursprungskalkulationen und Dokumentationspflichten einpreisen.

Land	APS-Säule	Anteil an APS-Textilien (S-11a)	Anteil an APS-Bekleidung (S-11b)
Bangladesch	EBA (Wechsel zu APS+ geplant)	ca. 10 % – 15 %	ca. 55 % – 60 %
Pakistan	APS+	ca. 35 % – 40 %	ca. 15 % – 20 %
Indien	Standard-APS (S-11a graduieren; FTA vorauss. 2027)	ca. 30 % – 35 %	ca. 12 % – 15 %
Indonesien	Standard-APS (FTA vorauss. 2027)	ca. 3 % – 5 %	ca. 2 % – 4 %
Andere APS-Länder	Alle Säulen	unter 10 %	unter 5 %



US-Zölle gehen in die nächste Runde

Neue Risiken für den globalen Textilhandel

Seit dem 1. Juli 2026 gewährt die EU US-Waren die vereinbarte Zollfreiheit aus dem Turnberry-Deal. Auf amerikanischer Seite steht die dauerhafte Umsetzung hingegen aus. Ein kritischer Wendepunkt ist der 24. Juli: An diesem Tag endet die auf 150 Tage begrenzte US-Zusatzbelastung nach Section 122 des Trade Act.

Der Systemkonflikt hinter dem Zollchaos

Die politische Turnberry-Einigung sieht für die meisten EU-Waren eine US-Zollobergrenze von 15 Prozent vor. Liegt der reguläre Meistbegünstigungszoll (MFN) – wie bei den meisten Bekleidungsprodukten – ohnehin darüber, bleibt dieser höhere Satz bestehen. Tatsächlich addierten die USA zuletzt jedoch einen globalen Notfall-Aufschlag von 10 Prozent (Section 122) on top auf den MFN-Zoll. Diese Aufsichtung hebelte die Turnberry-Obergrenze vorübergehend aus.

Dahinter steht ein tiefer Systemkonflikt: Die USA setzten den Deal ab September 2025 zwar sofort, aber rechtlich wackelig per Präsidialdekret um. Nach dem Urteil des Supreme Court im Februar mussten sie ihre Rechtsgrundlage neu ordnen und griffen vorübergehend auf Section 122 zurück. Die EU wählte hingegen den langsamen, aber rechtssicheren Weg über ein ordentliches Gesetzgebungsverfahren. Brüssel hat seine Marktöffnung zwar rechtlich verankert, zog aber eine klare rote Linie: Durch eine eingebaute Sunset-Clause läuft der Deal am 31. Dezember 2029 automatisch aus – ein wichtiges vertragliches Notventil für die europäische Industrie gegen unberechenbare US-Handelsschritte.

Erstes Risiko: Rückkehr der „Trade Letters“

Mit dem Auslaufen von Section 122 am 24. Juli entfällt der pauschale Zehn-Prozent-Aufschlag. Washington dürfte zu einer länderspezifischen Zollpolitik per Präsidialentscheidung oder „Trade Letters“ übergehen. Statt eines einheitlichen Aufschlags droht ein unübersichtliches Mosaik aus Länderregelungen und Ausnahmen. Selbst wenn die USA dann gegenüber der EU zur

Turnberry-Logik zurückkehren, entsteht für die deutsche Textilbranche dadurch ein massives Planungsrisiko. Viele Unternehmen vertreiben in den USA Produkte, die in Beschaffungsländern wie Vietnam, China, Türkei, Serbien oder Tunesien gefertigt wurden. Weil sich der Zoll am Ursprung der Ware, nicht am Sitz des europäischen Exporteurs orientiert, können neue, selektive US-Länderzölle die Kalkulation ganzer Sortimente und globaler Beschaffungsstrukturen über Nacht verändern.

Zweites Risiko: Handelsumlenkung nach Europa

Sollten die USA hohe Zölle gegen einzelne asiatische Lieferländer verhängen, droht eine gefährliche Umlenkung der Warenströme. Produzenten, die durch Zölle ihre Wettbewerbsfähigkeit auf dem US-Markt verlieren, werden verstärkt den europäischen Markt fluten. Das dürfte den Preis- und Importdruck auf dem ohnehin stark umkämpften EU-Bekleidungsmarkt massiv verschärfen.

Besonderes Augenmerk gilt Indien: Die USA und Indien verhandeln über Zollsenkungen. Erhält Indien dort privilegierte Bedingungen, verschieben sich die Marktanteile zulasten anderer Textilländer. Belegen die USA Indien hingegen mit neuen Zusatzzöllen, droht eine massive Handelsumlenkung nach Europa – ein Effekt, der durch den geplanten Start des EU-Indien-Freihandelsabkommens Anfang 2027 zusätzlich beschleunigt werden könnte. Der 24. Juli bringt der Textilindustrie daher keine Planungssicherheit, sondern läutet die nächste Phase der transatlantischen Zoll-Unberechenbarkeit ein.

✉ Silvia Jungbauer, jungbauer@gesamtmasche.de

Lateinamerika rückt näher

Mercosur eröffnet neue Perspektiven für die Textilwirtschaft

Seit 1. Mai 2026 kommt das Interims-Handelsabkommen zwischen der EU und den Mercosur-Staaten Brasilien, Argentinien, Paraguay und Uruguay zur Anwendung. Damit gewinnt Lateinamerika für die europäische Textilwirtschaft an Bedeutung. Im Mittelpunkt steht Brasilien als mit Abstand größter Markt.

Mit dem EU-Mercosur-Abkommen rückt Lateinamerika stärker in den Fokus europäischer Unternehmen. Die vier Abkommensstaaten bilden einen gemeinsamen Wirtschaftsraum mit rund 270 Millionen Einwohnern. Der Handelspakt wird globale textile Lieferketten kaum verändern, erweitert aber die Möglichkeiten bei Beschaffung und Absatz. Vor allem bei Baumwolle, textilen Vorprodukten und der Zusammenarbeit mit regionalen Partnern eröffnen sich neue Möglichkeiten.

Brasilien im Fokus

Nachdem die EU mit Mexiko, Chile, den Andenstaaten und den Ländern Mittelamerikas bereits Freihandelsabkommen geschlossen hat, kommt mit Mercosur ein weiterer bedeutender Wirtschaftsraum hinzu. Im Zentrum steht Brasilien. Das Land verfügt über die größte integrierte Textil- und Bekleidungsindustrie Lateinamerikas, produziert jährlich mehr als zwei Millionen Tonnen Baumwolle und ist heute größter Baumwollexporteur der Welt. Brasilien verfügt über eine nahezu vollständige textile Wertschöpfungskette – von Natur- und Chemiefasern bis zum Endprodukt.

Der brasilianische Bekleidungsmarkt erreicht derzeit ein Volumen von rund 23 Milliarden Euro und soll bis 2030 auf etwa 30 Milliarden Euro wachsen. Auch Argentinien, Paraguay und Uruguay bieten Chancen, insbesondere für hochwertige Bekleidung sowie technische und Funktionstextilien.

Marktzugang auf Raten

Der Zollabbau erfolgt schrittweise und keineswegs symmetrisch. Während die EU auf Bekleidung bislang meist 12 Prozent Zoll erhebt, liegen die Mercosur-Zölle häufig zwischen 20 und 35 Prozent. Die meisten Zölle werden auf beiden Seiten innerhalb von acht Jahren abgebaut. Aufgrund des höheren Ausgangsniveaus bleiben Fertigwaren im Mercosur jedoch länger geschützt: Die hohen Zölle sinken nur langsam, der Wettbewerb im EU-Markt steigt jedoch früh. Neben dem Zollabbau sollen auch zahlreiche nichttarifäre Handelshemmnisse entfallen. Einheitlichere Zollverfahren, mehr

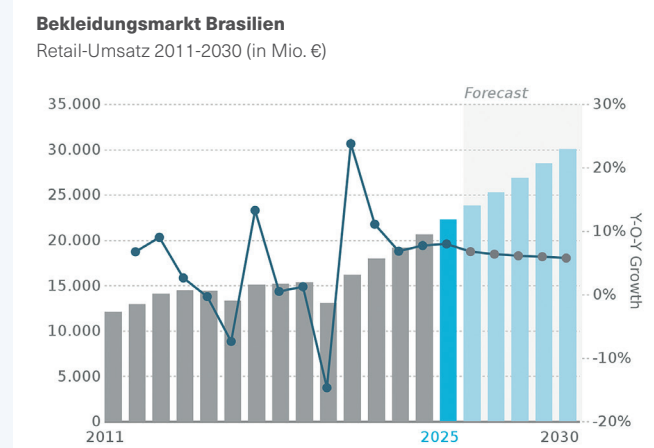
Transparenz bei technischen Vorschriften und ein besserer Zugang zu öffentlichen Beschaffungsmärkten erleichtern den Markteintritt zusätzlich. Standards oder Kennzeichnungsvorschriften werden aber nicht vereinheitlicht.

Ursprung entscheidet

Die Ursprungsregeln verlangen genaues Hinsehen. Sie orientieren sich teilweise an der modernisierten Paneuropa-Mittelmeer-Konvention, fallen insgesamt jedoch restriktiver aus. Auch bei der Kumulierung bleibt das Abkommen konservativ: Eine volle Kumulation oder die Einbeziehung weiterer Staaten ist nicht vorgesehen.

Strategische Ergänzung

Für den textilen Mittelstand ist Mercosur daher weniger eine kurzfristige Alternative als eine strategische Ergänzung der internationalen Ausrichtung. Während Freihandelsabkommen mit Indien und Indonesien neue Perspektiven in Asien eröffnen und die US-Handelspolitik für anhaltende Unsicherheit sorgt, erweitert Mercosur den außenwirtschaftlichen Handlungsspielraum europäischer Unternehmen in einer weiteren wirtschaftlich bedeutenden Weltregion.



Vom Feld zum Garn

Äthiopien-Projekt erreicht die nächste Stufe

Partner Africa Ethiopia



Nach den Zertifizierungserfolgen in der Pilotregion Arba Minch etabliert das GESAMTMASCHE-Projekt Partner Africa Ethiopia den ökologischen Baumwollanbau auch in der Region Afar. Durch die rasche Erhöhung des zertifizierten Outputs sind bereits erste Verbindungen mit industriellen Verarbeitern entstanden. Ziel ist ein verlässliches Angebot für deutsche und äthiopische Industriekunden.

Zertifizierte Lint-Baumwolle aus dem Partner Africa Ethiopia-Projekt in der Gamo Ginnery. V. l. n. r.: Boubacar Kamissokho, Stephan Rehlen, Dr. Tadesse Amara, Mesele Mekuria

Arba Minch: Anschluss an die Spinnerei

In Arba Minch und den umliegenden Regionen Gamo und Wolaita freuen sich die am Projekt beteiligten Farmen über ihren Zertifizierungserfolg: Die Bio-Baumwolle ist nicht mehr nur ein Feldversuch, sondern konnte auf industrielle Bedarfe skaliert werden. Die örtlichen Vertreter des Landwirtschaftsministeriums, die den Bauern mit fachlichem Rat zur Seite stehen, sind inzwischen selbst Experten für den Bio-Anbau. Durch die Einbindung der Gamo Ginnery in den zertifizierten Ablauf kann zertifizierte Lint-Baumwolle der Saison 2025/26 nun zu zertifizierten Garnen verarbeitet werden. Äthiopische Spinnereien sind bereits im Boot, mit potenziellen Kunden in Deutschland laufen bereits Gespräche.

Verträge schaffen Verlässlichkeit

Mit Unterstützung des Projekts schlossen die Farmer aus Arba Minch eine Vereinbarung mit der Gamo Development Association, die Einkauf, Entkörnung, Qualitätssicherung und Rückverfolgbarkeit regelt. Zusätzlich wurden Vermarktungsverträge geschlossen, damit zertifizierte Bio-Baumwolle an definierte Käufer geht und die Produzenten einen Aufschlag gegenüber konventioneller Baumwolle erhalten. Das soll Side-Selling reduzieren und Planungssicherheit geben. Herausforde-

rungen bleiben dennoch: Vorfinanzierung, pünktlicher Ankauf, Konkurrenz durch andere Kulturen und schwankende Niederschläge beeinflussen weiter die Produktionsmengen.

Afar: neue Region mit großem Potenzial

Mit Afar baut Partner Africa Ethiopia deshalb eine weitere Schwerpunktregion auf. Afar unterscheidet sich deutlich von Arba Minch: Baumwolle wird dort bewässert angebaut. Die Pilotflächen in Dufti, Asita und Afambo zeigen, dass unter guten Bedingungen bis zu 2.000 Kilogramm Rohbaumwolle pro Hektar möglich sind. Positiv bewerten die Experten vor Ort auch den geringen Schäd-

lingsdruck und die grundsätzlich günstigen Voraussetzungen für ökologischen Anbau. Noch bremsen ineffiziente Bewässerung, fehlende Entkörnungskapazitäten und die begrenzte Erfahrung mit dem Bio-Anbau die Entwicklung. Für 2026 setzt das Projekt daher auf ein skalierbares Modell mit ausgewählten Großbetrieben und Kleinbauern in Outgrower-Strukturen.

Lokale Expertise als Erfolgsfaktor

„Getragen wird der Aufbau vor allem durch die einheimischen Fachleute“, unterstreicht Stephan Rehlen, Langzeitexperte des Projekts. „Unser Projektmanager vor Ort, Mesele Mekuria, koordiniert die Umsetzung und die Abstimmung mit Kooperativen, Behörden und Unternehmen. Dr. Tadesse Amara bringt als einer der führenden äthiopischen Spezialisten für ökologischen Baumwollanbau die agronomische Expertise ein. Unser Ansatz ist praxisnah: Wenn die Marktanbindung der zertifizierten Qualitäten gelingt, wird äthiopische Bio-Baumwolle zu einer echten Option für die textile Lieferkette.“

partnerafrica-ethiopia.org



KMU im Fokus

Die deutsch-usbekische Verbändekooperation GUZ Partners von GESAMTMASCHKE und UZTEXTILPROM geht in die zweite Runde: Nach den erfolgreichen Aktivitäten in der Pilotregion Fergana wird das Projekt nun auf Kashkadarya ausgeweitet. Ein Schwerpunkt ist die Vorbereitung kleiner und mittlerer Textilunternehmen auf internationale Geschäftsbeziehungen, um leistungsfähige Partner für deutsche Unternehmen zu entwickeln.

Fit für internationale Märkte

Die Qualifizierung mittelständischer Unternehmen und der Ausbau ihrer Marketing- und Kommunikationskompetenzen soll deutschen Geschäftspartnern den Austausch erleichtern. „Wettbewerbsfähigkeit entsteht nicht allein in der Produktion. Professionelle Ansprechpartner und klarere Entscheidungswege sind die Voraussetzung für eine verlässliche Zusammenarbeit“, sagt Kamola Nabieva, die das Projekt als Langzeitexpertin vor Ort begleitet.

Branchenimage als Wettbewerbsfaktor

Auch der Branchenverband UZTEXTILPROM baut seine Kommunikation aus. Im Mittelpunkt steht dabei das internationale Image der Branche. Viele deutsche Unternehmen verbinden Usbekistan noch immer mit einem Bild, das den heutigen Verhältnissen nicht mehr gerecht wird. Moderne Produktionsstrukturen, vertikal integrierte Wertschöpfungsketten und die Orientierung an interna-



Im Rahmen eines Business Forums in Karshi kamen Unternehmerinnen aus Fergana, Kashkadarya und Buchara zum Erfahrungsaustausch zusammen. Beim Besuch des örtlichen Großbetriebs Bunyodkor wurden Kooperationsmöglichkeiten zwischen großen und kleinen Firmen erörtert.



Grafik © Wiki Commons

tionalen Sozial- und Umweltstandards prägen die Branche. „Diese Entwicklung muss im Ausland stärker sichtbar werden“, unterstreicht Kamola Nabieva. „Neben Preis und Qualität zählen mehr denn je Transparenz und das Vertrauen, dass vereinbarte Standards auch eingehalten werden.“

Unternehmerinnen als Wirtschaftsfaktor

In familiengeführten usbekischen Textilbetrieben tragen zunehmend Frauen die Managementverantwortung. Mit der wirtschaftlichen Öffnung des Landes gewinnen sie zusätzliche unternehmerische Gestaltungsmöglichkeiten. Ihr Zugang zu den klassischen Business-Netzwerken ist aber häufig noch begrenzt. GUZ Partners setzt daher gezielt auf die Förderung weiblichen Unternehmertums, um besonders motivierte Unternehmerinnen stärker in nationale und internationale Netzwerke einzubinden. Davon profitieren auch ausländische Partner: Professionell geführte Unternehmen verfügen über bessere Voraussetzungen für dauerhafte Kooperationen.

Partnerschaften für den Mittelstand

Im Kern geht es bei GUZ Partners um die bilaterale Kooperation mittelständischer Unternehmen und den Aufbau tragfähiger Geschäftsbeziehungen. Für die Mitgliedsunternehmen von GESAMTMASCHKE entstehen dadurch zusätzliche Möglichkeiten, qualifizierte Lieferanten kennenzulernen, Beschaffungsquellen zu diversifizieren und neue Kooperationen entlang der textilen Wertschöpfungskette zu entwickeln. Gleichzeitig erhält der usbekische textile Mittelstand einen besseren Zugang zu internationalen Märkten und kann sich besser auf die Anforderungen deutscher Geschäftspartner einstellen.

➤ Kontakt für interessierte Unternehmen:
Romana Augenstein, augenstein@gesamtmasche.de.

Materialinnovation für nachhaltigere Bodywear Corsina bringt SUGARCUP® gemeinsam mit Marc O'Polo in die Serienanwendung

Materialinnovationen sind ein entscheidender Hebel für mehr Nachhaltigkeit in der Textil- und Bekleidungsindustrie. Corsina zeigt nun, wie sich biobasierte Werkstoffe erfolgreich in die industrielle Fertigung integrieren lassen. Gemeinsam mit der Lifestyle-Marke Marc O'Polo bringt die Triumph-Tochter nun SUGARCUP® – einen aus nachwachsenden Rohstoffen entwickelten Schaumwerkstoff – erstmals in einer europäischen Bodywear-Kollektion zum Einsatz. Die Markteinführung ist für Frühjahr 2027 geplant.

Bild: © Getty Images/CulturaRF

Biobasierter Schaum als Alternative

SUGARCUP® wurde von dem Materialinnovator Fullstride entwickelt und basiert auf biobasiertem Polyethylen aus Zuckerrohr. Der Schaum ersetzt konventionelle, überwiegend auf fossilen Rohstoffen basierende Materialien, ohne Abstriche bei Komfort, Formstabilität oder Haltbarkeit zu machen. Für den Einsatz in Cups von BHs und Bralettes erfüllt das Material die hohen Anforderungen an Passform, Elastizität und Trageeigenschaften.

Von der Materialidee zur Serienanwendung

Corsina, hundertprozentige Tochter des Unterwäsche- und Bademodenherstellers Triumph, übernimmt bei dem Projekt die textile Umsetzung und industrielle Fertigung. Das Unternehmen hat die Verarbeitung des innovativen Werkstoffs gemeinsam mit den Entwicklungspartnern bis zur Serienreife gebracht und damit den Weg für den Einsatz in einer kommerziellen Kollektion geebnet. Die Zusammenarbeit zeigt exemplarisch, wie textile Innovationen heute entstehen: **Braskem** liefert mit **I'm green™ bio-based** den biobasierten Kunststoff aus Zuckerrohr als Materialbasis, **FullStride** entwickelte den Schaumwerkstoff SUGARCUP®, **Corsina** integriert die Innovation in die Produktion und **Marc O'Polo** bringt sie als erste europäische Wäschemarke in den Markt.

Erneuerbare Rohstoffe statt fossiler Materialien

Der Werkstoff **I'm green™ bio-based** ersetzt fossile Rohstoffe durch einen nachwachsenden Ausgangsstoff, ohne Kompromisse bei Passform, Komfort oder Langlebigkeit. Gleichzeitig ist er mit bestehenden Produktionsprozessen kompatibel und unterstützt

damit den Einsatz erneuerbarer Materialien auch im industriellen Maßstab.

Innovationspartner für internationale Marken

Mit Marc O'Polo setzt erstmals eine europäische Lifestyle-Marke den innovativen Schaumwerkstoff in einer Bodywear-Kollektion ein. Für die Triumph-Tochter **Corsina** unterstreicht das Projekt die Rolle als Entwicklungs- und Fertigungspartner für anspruchsvolle textile Innovationen. Zugleich zeigt es, dass nachhaltigere Materialien zunehmend marktreif werden und sich auch in hochwertigen Bekleidungsanwendungen industriell einsetzen lassen.

Über Corsina

Corsina ist eine hundertprozentige Tochtergesellschaft von Triumph International und ein führender Private Label Hersteller für hochwertige Lingerie-, Bodywear- und Beachwear. Als strategischer Lizenzpartner internationaler Modemarken bietet Corsina maßgeschneiderte Lösungen entlang der gesamten Wertschöpfungskette – von Design und Material- und Produktentwicklung über Prototyping bis hin zur Serienfertigung.



Bild: © Corsina

Vom Filament zur Stapelfaser: Nachhaltige Zellulosegarne für hochwertige Kleidung

Mit Stapelfasergarnen aus Zellulose schlagen die Deutschen Institute für Textil- und Faserforschung Denkendorf (DITF) einen neuen Weg ein. Auf Basis des an den DITF patentierten HighPerCell®-Verfahrens entstehen aus Zellulose-Endlosfilamenten hochwertige Garne für Bekleidungstextilien. Ein geschlossener Recyclingkreislauf und eine gute CO₂-Bilanz machen das Verfahren besonders nachhaltig.



An den DITF gesponnene Filamentgarne nach dem HighPerCell®-Verfahren. Bild: © DITF

Neues Verfahren für einen geschlossenen Stoffkreislauf

Das Forschungs- und Entwicklungsprojekt „InnoCell“ treibt die marktfähige Entwicklung von Zellulosegarnen für den Bekleidungsbereich voran. Im HighPerCell®-Verfahren werden Zellulosefasern als Endlosfilamente in einem geschlossenen Stoffkreislauf hergestellt. Gegenüber etablierten Verfahren wie dem Viskoseprozess bietet HighPerCell® ökologische Vorteile: Während bei der Viskoseherstellung größere Mengen chemischer Abfallstoffe entstehen, ermöglichen sowohl das Lyocell- als auch das HighPerCell®-Verfahren eine geschlossene Prozessführung mit vollständigem Recycling des Lösemittels. Umwelt- und gesundheitsgefährdende Abfallprodukte werden dadurch vermieden. HighPerCell® nutzt ionische Flüssigkeiten als Lösemittel und ist gegenüber dem Lyocellverfahren einfacher und sicherer in der Prozesssteuerung. Ein weiterer Vorteil: Die Fasern neigen weniger zu Fibrillierung und Knötchenbildung.

Spinnen und Färben bei Otto Garne

Stapelfasern sind Kurzfasern, die zu einem kontinuierlichen Garn versponnen werden. Dieser Prozess ist technisch anspruchsvoll und muss exakt auf die Eigenschaften des Fasertyps abgestimmt werden. Der Projektpartner Gebr. Otto Baumwollfeinzwirnerei GmbH & Co. KG übernimmt diesen Schritt. Zunächst wird ein Kardenband hergestellt, dessen Qualität entscheidend für eine reibungslose Garnausspinnung ist. Ziel sind hohe Garnqualitäten als Grundlage für die spätere industrielle Skalierung. Zudem entwickelt Otto Garne geeignete Färbeverfahren, um hohe Farbtiefen und Farbechtheiten zu erreichen.

Heimische Pflanzen als Rohstoff

Die erzeugten Zellulose-Stapelfasergarne unterscheiden sich deutlich von den zugrunde liegenden Endlosfilamenten. Sie besitzen eine flockige, matte Oberfläche, sind weich und atmungsaktiv und eignen sich damit besonders für hautnahe Bekleidung. Ein zentraler Aspekt des Projekts ist die Wahl des Rohstoffs. Bisherige Labormuster basieren auf hochreinen Chemiezellstoffen, die sich gut verarbeiten lassen, jedoch chemisch stark behandelt sind. Für das industrielle Upscaling sollen künftig regional verfügbare Pflanzenrohstoffe eingesetzt werden. Im Fokus steht Buchenholz aus heimischer Bewirtschaftung. Auch Hanf und Flachs werden auf ihre Eignung geprüft. Das HighPerCell®-Verfahren hat sich bereits als flexibel gegenüber unterschiedlichen Rohstoffquellen erwiesen. Daher wird erwartet, dass sich der Faserherstellungsprozess an verschiedene Ausgangsmaterialien anpassen lässt.

T-Shirt-Prototyp mit positiver Ökobilanz

Für Bekleidungshersteller ist die Rohstoffquelle ein wichtiger Vermarktungsfaktor. In Kombination mit dem geschlossenen Recyclingkreislauf ermöglicht der Einsatz regionaler, nachhaltiger Rohstoffe eine besonders umweltverträgliche Produktpositionierung. Die von Otto Garne gesponnenen und gefärbten Stapelfasergarne werden anschließend an die DITF zurückgeführt. Dort entsteht im Rahmen des Projekts ein erster Prototyp: ein komfortables T-Shirt mit positiver Ökobilanz.

📧 Kontakt: Dr. rer. nat. Frank Hermanutz, frank.hermanutz@ditf.de



Grüne Innovation für den hydroponischen Anbau

Eschler Textil entwickelte ein wiederverwendbares textiles Pflanzsubstrat. Die Neuentwicklung basiert auf einem Abstandsgewirke und bietet gegenüber herkömmlichen Einwegsubstraten sowohl ökonomische als auch ökologische Vorteile.

Der Spezialist für technische Textilien aus dem baden-württembergischen Balingen ist bekannt für seine maßgeschneiderte Lösungen für anspruchsvolle Anwendungen in verschiedenen Industriezweigen – von funktionalen Textilien bis hin zu zukunftsweisenden Materialkonzepten. Mit seinem neu entwickelten textilen Pflanzsubstrat setzt das Unternehmen einen wichtigen Impuls für nachhaltige Lösungen im stark wachsenden Hydroponik-Markt. Das innovative Substrat stellt eine ressourcenschonende Alternative zu herkömmlichen Einwegsubstraten wie Steinwolle, Torf oder Kokos dar und ermöglicht erstmals eine wirtschaftliche Mehrfachnutzung im professionellen Pflanzenanbau. Das Substrat wurde speziell für hydroponische Systeme entwickelt – darunter Nutrient Film Technique (NFT), Deep Water Culture (DWC) und Dutch-Bucket-Systeme – und lässt sich nahtlos in bestehende Anlagen integrieren.

Hohe Leistung bei gleichzeitig maximaler Ressourceneffizienz

Durch seine definierte textile Struktur bietet das Substrat eine optimale Luft-Wasser-Balance sowie eine hohe Wasserhaltefähigkeit. Dadurch entstehen ideale Bedingungen für Keimung und Pflanzenwachstum – mit Erträgen auf vergleichbarem Niveau wie bei etablierten Substraten. Das Material besteht aus einem Polyester-Abstandsgewirke und zeichnet sich durch gleichmäßige, robuste und inerte Eigenschaften aus. Es ist leicht, flexibel einsetzbar und vollständig recycelbar. Ein besonderer Vorteil: Die Aussaat und Keimung können direkt auf dem textilen Substrat erfolgen, wodurch Prozessschritte vereinfacht werden.

Kreislaufwirtschaft durch Wiederverwendung

Im Gegensatz zu klassischen Substraten ist das textile Material für mehrere Einsatzzyklen ausgelegt. Nach der Nutzung kann es durch standardisierte Reinigungs- und Sterilisationsverfahren aufbereitet und erneut eingesetzt werden. Die Aufbereitung umfasst unter anderem mechanische, thermische oder chemische Reinigungsverfahren, wodurch Pflanzenreste und Krankheitserreger zuverlässig entfernt werden. Forschungsergeb-

nisse zeigen, dass das Substrat mehrfach wiederverwendet werden kann, ohne dass sich Keimungsrate, Pflanzenwachstum oder Materialeigenschaften signifikant verändern. Mindestens zehn Wiederverwendungszyklen sind möglich.

Beitrag zur nachhaltigen Transformation der Landwirtschaft

Der Bedarf an nachhaltigen Lösungen im hydroponischen Anbau wächst weltweit stetig. Herkömmliche Substrate sind häufig mit ökologischen Nachteilen verbunden – etwa hohem Energieeinsatz, schwieriger Entsorgung oder ressourcenintensiver Herstellung. Das textile Substrat von Eschler setzt hier auf einen zirkulären Ansatz:

- Mehrfachverwendung statt Einwegprodukt
- Reduzierter Material- und Ressourcenverbrauch
- Vollständige Recyclbarkeit am Ende des Lebenszyklus
- Anpassbarkeit an bestehende Systeme ohne Umrüstung

Damit bietet die Lösung sowohl ökonomische als auch ökologische Vorteile für professionelle Anwender und urbane Anbausysteme.

Aufruf zur Zusammenarbeit

Derzeit sucht Eschler Textil gezielt Unternehmen, die das wiederverwendbare textile Substrat im industriellen Maßstab testen möchten. Ziel ist es, die Technologie gemeinsam mit Partnern weiterzuentwickeln und zur Marktreife zu bringen.

Internationale Forschungsbasis

Das Substrat wurde im Rahmen des internationalen Forschungsprojekts „CirCulTex“ entwickelt, an dem mehrere Partner aus Deutschland und Indien beteiligt waren. Die Forschung wurde durch das Indo-German Science and Technology Centre (IGSTC) sowie das Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) gefördert.

📧 Kontakt: Michael Walz, michael.walz@eschler.de
www.eschler.de



Technischer Ausschuss zu Gast beim ITM

Innovation zum Anfassen

Am 15. und 16. Juni erhielt der Technische Ausschuss einen spannenden Einblick in die textile Forschung am Institut für Textilmaschinen und Textile Hochleistungswerkstofftechnik (ITM) der Technischen Universität Dresden.

Das ITM zählt zu den weltweit führenden universitären Forschungseinrichtungen auf dem Gebiet der Textil- und Konfektionstechnik. Während der Besichtigung der Technika konnten die TA-Gäste, hautnah erleben, wie aus wissenschaftlichen Ideen innovative Technologien und marktfähige Anwendungen entstehen. Neuartige Faden- und Hybridgarnkonstruktionen, textile Verstärkungsstrukturen für Hochleistungswerkstoffe sowie innovative Fertigungstechnologien zeigen beispielhaft, wie textile Innovationen ihren Weg aus dem Labor in industrielle Anwendungen finden.

Diese enge Verbindung von Wissenschaft und Praxis ist ein zentrales Merkmal der Arbeit des Instituts. „Wir setzen auf eine intensive Zusammenarbeit mit Forschungseinrichtungen unterschiedlichster Disziplinen und der Industrie, um Forschungsergebnisse schnell und erfolgreich in die Praxis zu überführen“, betonte Institutsdirektor Prof. Dr.-Ing. habil. Chokri Cherif.

Stricken, Schmelzen, Formen: 3D-formbare Strukturen aus Lignin und Cellulose

Dr. Thomas Stegmaier (DITF) verdeutlichte in seinem Vortrag das hohe Innovationspotenzial von Lignin. Der Werkstoff besitzt sowohl einen natürlichen UV- und Flammenschutz als auch

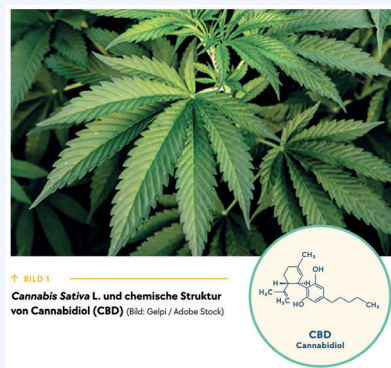


Gestrickte Wuchshülle und ein Lampenschirm aus Lignin ummanteltem Garn. Bild DITF

eine antibakterielle Wirkung. Er kann fossile Komponenten ersetzen und Naturfasern neue Funktionalität verleihen, so Stegmaier. Im Mittelpunkt steht die Entwicklung 3D-formbarer Strukturen aus Cellulosegarnen, die mit thermoplastischen Lignincompounds beschichtet werden. Die Garne lassen sich stricken, durch Wärme formen und an den Kontaktpunkten stabil fixieren. So entstehen formstabile Textilstrukturen für innovative Industrieanwendungen, etwa Möbel, Verpackungen und Agrarprodukte. Dafür entwickelten die DITF geeignete Lignin-Mischungen und Beschichtungsprozesse. Dabei entstanden Beschichtungsaufgaben von 104 bis 425 Prozent und Garndurchmesser von 0,66 bis 1,34 Millimetern. Gemeinsam mit Projektpartnern wurden Demonstratoren wie Lampenschirme und biologisch abbaubare Wuchshüllen gestrickt, die die TA-Gäste bestaunen konnten.

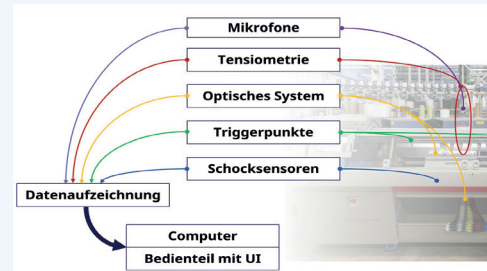
Kosmetotextilien mit Cannabidiol

Dr. Frank Wendler vom Thüringischen Institut für Textil- und Kunststoff-Forschung (TITK) stellte aktuelle Forschungsergebnisse zur Faserfunktionalisierung mit Cannabidiol (CBD) vor. CBD ist für seine antioxidativen, entzündungshemmenden, antimikrobiellen und wundheilenden Eigenschaften bekannt und besitzt dadurch großes Potenzial für textile Anwendungen. Das TITK entwickelte ein Spinnverfahren, bei dem CBD direkt in Lyocell-Fasern integriert wird. Die Funktionsfasern wiesen einen CBD-Anteil von 7 bis 9 Prozent auf und wurden zu Strümpfen, Shirts oder Leggings verstrickt. Die Textilien setzten den Wirkstoff dauerhaft frei – selbst nach 50 Waschzyklen waren noch rund 40 Prozent des CBD-Gehalts enthalten. Damit eröffnen sich neue Perspektiven für funktionelle und hautpflegende Textilien im Gesundheits- und Wellnessbereich.



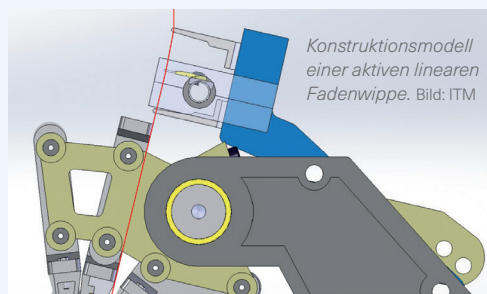
KI-gestützte Inline-Qualitätssicherung für flexible Strickprozesse

Karl Kopelmann (ITM) stellte das Projekt OptiStrick vor, ein KI-gestütztes Inline-Qualitätssicherungssystem für hochflexible Stricktechnologien. Ausgangspunkt ist, dass klassische QS-Systeme bei häufigen Material- und Produktwechseln oft an ihre Grenzen stoßen. Der ITM-Ansatz kombiniert deshalb mehrere Messbereiche direkt an der Strickmaschine: Fadenzugkraftmessung, optische Erfassung der Strickstelle und Warenschau, Triggerpunkte, Schocksensoren sowie akustische Sensorik. Die Signale werden zeitsynchron aufgezeichnet und dem Maschinenbediener als Warnhinweise und Stellwertempfehlungen bereitgestellt. Technisch geht es vor allem um die Erkennung von Nadel- und Verschleißfehlern sowie um die Vorhersage von Prozessparametern wie Kulierteife und Geschwindigkeit, so Kopelmann. Die Messergebnisse zeigen: Fadenzugkraftdaten erkennen Nadelfehler nahezu perfekt, sind bei Prozessparametern aber schwächer. Akustik- und Schocksensoren erreichen sehr hohe Genauigkeiten von etwa 97 bis 99 Prozent; die Fusion mehrerer Sensordaten verbessert die Robustheit zusätzlich, besonders wenn sich die Messbedingungen zwischen den Versuchen verändern.



Hochleistungskettenwirken für Stapelfasern- und Recyclingfasergarne mit hoher Produktivität

Im Vortrag von Georg Mähner (ITM) ging es darum, das Hochleistungskettenwirken von Garnen aus Stapel- und Recyclingfasern zu optimieren. Bei der Verwendung von Stapel- und Recyclingfasergarnen können Kettenwirkautomaten bislang ihr hohes Geschwindigkeitspotenzial nicht ausschöpfen. Aufgrund der kurzen Faserlängen, der geringeren Dehnung und der Unregelmäßigkeiten neigen Stapelfasergarne zu höherem Abrieb und vermehrter Staubeentwicklung. Dadurch wird ein reibungsloser Wirkprozess bei hohen Geschwindigkeiten deutlich erschwert. „Unser Ziel ist es, Stapelfasern dennoch bei bis zu 2500 U/min prozesssicher einsetzen zu können“, erklärte Mähner dem Publikum. Derzeit werden am ITM drei technische Lösungsansätze verfolgt: ein dynamisches Fadenlängenausgleichssystem, insbesondere mit aktiver linearer Fadenwippe, eine abriebarme Fadenführung sowie eine direkt an der Wirkstelle integrierte Entstaubung.



Interaktive Textilien neu gedacht: pneumatisch angetriebene Origami-Strickstrukturen

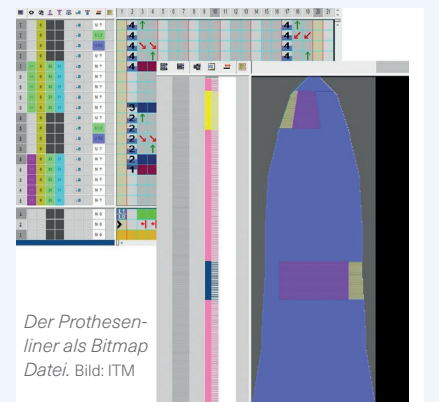
Dr. Matthias Overberg (ITM) stellte in seinem Vortrag eine neuartige Stricktechnologie für sogenannte „Origami-Muskeln“ vor. Im Fokus standen mehrlagige Gestricke mit integrierten Faltstrukturen und künstlichen pneumatischen Muskeln, die direkt im Strickprozess hergestellt werden können. Die Technologie ermöglicht programmierbare Steifigkeiten, kontrollierte Bewegungen und eine aktive Verformung der Stricktextilien. Potenzielle Anwendungen reichen von Robotik und Medizintechnik bis hin zur Luft- und Raumfahrt. Besonders hervorgehoben wurden die hohe Funktionalität, die effiziente Fertigung sowie die Möglichkeit, faltbare Textilien mit integrierter Antriebsfunktion in einem einzigen Prozess herzustellen.



Pneumatischer, gestrickter Handschuh. Bild ITM

3D/4D Scans für kundenindividuelle Massenproduktion von Maschenwaren

Gerade bei Medizin- und Kompressionstextilien ist eine sehr genaue Passform entscheidend. Anselm Naake (ITM) zeigte, wie 3D/4D-Scantechnologie genutzt werden kann, um diese kundenindividuell und effizient herzustellen. Als konkreter Anwendungsfall wurde ein flachgestrickter Prothesenliner vorgestellt, der auf Basis eines 3D-Scans gefertigt wurde. Zur Linderung von Phantomschmerzen wurden Elektroden für die TENS-Therapie in den Liner integriert. Das ITM setzt dabei auf 3D-Scan, speziell entwickelte Software und Stricktechnologie: Der Scan wird ausgerichtet, geometrisch diskretisiert, vom Orthopäden mit den gewünschten Elektrodenpositionen markiert sowie anschließend in eine 2D-Bitmap beziehungsweise ein Strickprogramm überführt. Die Flachstrickerei erstellt daraus Maschinenanweisungen für den patientenindividuellen Liner – inklusive leitfähiger Bereiche für die gestrickten Elektroden. Der vom ITM vorgestellte Workflow zeigt, wie Orthopädie und Textilproduktion enger zusammenarbeiten können, um passgenaue, funktionale Textilprodukte schneller und reproduzierbar herzustellen.



➤ Anja Barth, barth@gesamtmasche.de



TRIUMPH 