

masche

Ausgabe 3 | 2023

Gesamtverband der deutschen
Maschenindustrie e. V.

BÜROKRATIEMONSTER

CSRD

Jubiläum

50 JAHRE MARC CAIN

RCEP

Handelsblock Asien

ABFALLRAHMENRICHTLINIE

Kreislauf-Kollaps

03



- 06 KURZ & INFORMATIV
- 08 GINTEX-STUDIE
Was interessiert den Verbraucher?
- 09 ABFALLRAHMEN-
RICHTLINIE
Neue Abgaben für Textilien
- 12 NACHHALTIGKEIT BEI MEY
Meydays statt Black Fridays
- 14 INVESTMENT AM
STANDORT
Gebr. Otto mit neuen Maschinen
- 16 RECHT
CSRD Berichterstattung
- 19 WACHSTUM
Textilmarkt USA
- 22 HANDELSBLOCK IN ASIEN
RCEP und Indien
- 24 WISSENSWERTES
Innovatives Textilrecycling
- 26 START-UP
Sizekick



Liebe Leserinnen und Leser,

die Unternehmen in Deutschland kollabieren an wildwuchernder Bürokratie. Der Mittelstand ächzt unter der Flut neuer Gesetze aus Brüssel, wo eifrig immer neue Regulierungen aufs Gleis gesetzt werden. Viele der Initiativen wurden von Deutschland mitangeschoben. Bis in kleinste Verästelungen scheint der Staat lenkend in das Wirtschaftsgeschehen eingreifen zu wollen. Derweil lassen Lieferkettengesetzgebung, Nachhaltigkeitsberichterstattung, überzogene Ökodesign-Anforderungen und eine realitätsferne Chemikalienpolitik keinen Platz mehr für Margen und Innovation.

Der Exodus der deutschen Industrie hat längst begonnen. Wenn zu überbordender Bürokratie und künstlich verteuerten Produktionskosten auch noch Fachkräftemangel und ein langfristig schrumpfender Heimatmarkt treten, entscheiden sich Unternehmen gegen Investitionen am Standort – sofern sie dafür überhaupt noch Mittel übrig haben. Eine erschreckend große Zahl von Betrieben der Branche, von der Faserherstellung bis zum Einzelhandel, musste bereits schließen.

Dass sich die deutsche Industrie bereits Anfang 2019 in einer Rezession befand, wird von Politik und Medien bis heute weitgehend ignoriert. Regulierung als Krisenmanagement ist zum New Normal avanciert. Unterstützungsversprechen für eine Wirtschaft in Not machten gewaltige Schuldenberge scheinbar legitim. Die Staatswirtschaft schreitet voran. Geht nicht kurzfristig ein Ruck durch Berlin und Brüssel, bleibt vom Wirtschaftsstandort wenig übrig bis auf Beratungs- und Verwaltungsapparate, die sich dann gegenseitig nach Herzenslust kontrollieren können.

Im September hat Kommissionspräsidentin von der Leyen im Rahmen ihrer jährlichen Rede zur Lage

der EU endlich ein Entlastungspaket für KMU vorgelegt, das sie bereits ein Jahr zuvor angekündigt hatte. Von der Versprechung, bei neuen Gesetzen nach der Formel „one in, one out“ zu verfahren, ist nichts übriggeblieben. Das Gegenteil ist eingetreten. Die EU-Behörden tun sich offenbar schwer damit, die richtigen Hebel für KMU-Erleichterungen zu finden. Bis auf die Umstellung bestimmter Papierformulare auf digitale Formate gibt es wenig Vorschläge. Und selbst die Umstellung auf papierlose und harmonisierte Verfahren kann zum neuen Kostentreiber für KMU werden, wenn hierfür eigene IT-Systeme notwendig werden. Ähnliches ist auf nationaler Ebene beim Wachstumschancengesetz zu beobachten.

Seit Jahren mahnen die Unternehmer, dass die Politik existenzielle Zukunftsfragen unbeantwortet lässt. Stattdessen bestimmen die Anliegen kleiner gesellschaftlicher Gruppen und unausgeglichene Wahlgeschenke die Debatten. Der gesellschaftliche Wohlstand lässt sich nur sichern, wenn die deutsche Wirtschaft auch in Zukunft wettbewerbsfähig am Standort Werte schöpft. Doch von der Bildung über das Gesundheitswesen bis zur Verkehrsinfrastruktur mangelt es an effizienten Konzepten. Auch die öffentliche Finanzkraft schwindet. Das Aufkommen aus

der historisch hohen Abgabenlast strömt in Sozialausgaben statt in zukunftssichernde Investitionen. Margen zerrinnen in unproduktiven Unternehmenspflichten. Eine Auswahl der neuen Bürokratiemonster finden Sie in diesem Heft.

Ich wünsche Ihnen eine anregende Lektüre Ihre

Ihre Martina Bandte
Präsidentin Gesamtmasche

Die Zeichen stehen auf Sturm. Die Politik muss jetzt existenzielle Probleme lösen. Alle Zusatzlasten gehören sofort auf Eis.

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 900
Ausgabe 03/2023 **Heftnummer** 46
Fotos Soweit ohne Vermerk, von Gesamtmasche

Titel VDM Trend.Puls FS 2024, © Futurize Mara Michel für VDM by pinterest & unsplash

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

beWEGen

Das VDMD-Trend.Research.Team zeigt in vier Themenwelten, was die Mode in der Sommersaison 2024 bewegt. Das Leitthema: Wege und Räume schaffen für ein Wir. Denn alles ist im Umbau: Seit der Jahrtausendwende visualisieren internationale Designer mit ihren Outfits verstärkt eine Welt der Nachhaltigkeit, Transformation, Klimaveränderung und Krisen. Gleichzeitig führen sie uns in eine digitale Welt. Aus Altem Neues herzustellen steht im Fokus. Modenschauen finden mehr und mehr auf Metaverse-Ebene statt. Unterschiede zwischen Indoor und Outdoor lösen sich auf, Jahreszeiten fließen ineinander. Die Mode 2024 wird „dünnhäutig“. Das äußert sich in der Farbwahl und dem Zeigen von Haut, aber auch im Ausdruck von Empfindsamkeit.

1 - SOCIAL.WAYS: WEGE vom EGO hin zum WIR

Die Farben spiegeln Achtsamkeit, Wärme, Behutsamkeit und zarte Gefühle: zartes helles Gelb, zurückhaltendes Wasserblau und schattiges kühles Grün werden ergänzt von hauchigen warmen Hautfarben, reinem Weiß und silbernem Grau.

Oberflächen werden unruhiger und bewegter, auch dreidimensional und haptisch. In der Dessinierung



dominieren die Zeichnung, die grafische Gestaltung und abstrahierte Gegenstände.

In der Mode weicht kühler gerader Purismus einer schmeichelnden Eleganz. Strenge Outfits bekommen feminine fantasievolle Details. Strick erobert die Klassik. Spitze und glitzernde Steine kommen ins Spiel.

2 - ECO.WAYS: WEGE vom ZU VIEL zu GENUG

Farben tanken die Kraft des Sonnenlichts und spiegeln sich in der Pracht von Blumen, Blättern, Wiesen und Wäldern. Alle Farbnuancen werden mit natürlichen Färbemitteln erreicht.

Oberflächen werden dreidimensional und haptisch. Beobachten feiner, was die Natur zu bieten hat: Vegetation, Insekten, Adern, Pilzstrukturen. Das gilt für Home und



Interieur und auch für direkt am Körper getragene Outfits.

In der Mode werden Outfits nicht mehr getrennt nach Indoor und Outdoor präsentiert. Die Kleidung für die Arbeit soll auch für Draußen richtig sein. Weitschwingende Sommerkleider in X-Silhouette wechseln sich mit farbenfroher Sportlichkeit und bewegungsfreudigen Zweiteilern ab.

3 - COMIT.WAYS: WEGE zu mehr VERSTEHEN und MITEINANDER

Farben drücken Zurückhaltung und Sorge aus - bezogen auf die globalen Krisen. Erstmals arbeiten Designer nicht mehr farbintensiv im Cross-culture-Thema. Im Vordergrund stehen Wüstenfarben wie Sand und Lehm, begleitet von milchigem Weiß, düsterem Nachtblau und neutralen Grautönen.

Oberflächen machen durch schwere haptische Dekore auf Kleidungsstücken auf die



Träger aufmerksam. Handarbeit, aufwändige Stickereien und Kunst auf Stoff gedruckt sind hier zu Hause.

Die Mode schwankt zwischen Auftrittswillen und abwartender Zurückhaltung, mit reichen Dekoren auf zurückhaltender Farbigkeit. In den vergangenen Saisons war das Cross culture-Thema noch die Spielwiese der Designer für große Auftritte und Hinschauen.

4 - JOY.WAYS: FREUDE und GLÜCK empfinden am GENUG

Die Farben sind eindeutig und klar, sowohl in subtilen, sensiblen Tönen als auch in den expressiven Farben mit einem im Nichts verschwindenden Schwarz und künstlich anmutenden IT-Farben.

Oberflächen sind hin- und hergerissen zwischen auffallenden Smart Textiles und Unauffälligkeit. Von abstrakter Kunst über malerische Sujets hin zu politischen Statement T-Shirts findet sich ein breites Spektrum an Aussagen.



Die Mode symbolisiert durch viel Haut bis hin zur kaum verdeckten Nacktheit eine Verletzlichkeit, die so noch nicht da war: Krisenfolge, vorsichtiges aufeinander zugehen und die Bitte, aufeinander achtzugeben. Gleichzeitig zelebriert das Thema Übertreibung, Metaverse, Flucht in andere Welten, in denen alles ungefährlich und abstrahiert künstlich ist.



Mara Michel ist CEO von .futura – agentur für trendforschung. Sie ist Geschäftsführerin des VDMD - Berufsverband Mode Textil Interieur Home Accessoires und leitet den VDMD-Trend.Research. Sie ist Dozentin an der HTW Berlin für Gestaltung, Textil und Modedesign. Sie gehört dem Organisationsteam des Council für Kunst und Design an, ist Vizepräsidentin DT Deutscher DesignTag und Mitglied im Sprecherrat des Deutschen Kulturrates.

Das VDMD.TREND.RESEARCH. TEAM recherchiert regelmäßig Strömungen der Gesellschaft, die sich in Farbempfindungen und Industrieprodukten spiegeln. Das Team analysiert über 400 Schauen internationaler Designer, deren Themen, Stile und Farbwahl und Umsetzung veränderter Materialien, Dessinierungen und Details. Zweimal pro Jahr gibt der VDMD Trend.Puls in vier Themen-Clustern Ein- und Ausblick auf Architektur, Städ-

teentwicklung, Umweltveränderungen und Lifestyles der Zukunft.

Der vollständige TREND.PULS mit ausführlichen Beschreibungen und Abbildungen zu Farben, Materialien, Strukturen und Dessinierungen, sowie die Original-Farb.Broschüre (24 Seiten) kann beim VDMD bestellt werden:

www.vdmd.de

mey erhält den KATAG Award 2023

Auch in diesem Jahr wurden in der Zentrale des Bielefelder Fashion-Dienstleisters Katag AG wieder die KATAG-Awards verliehen. Eine von fünf Auszeichnungen ging an den schwäbischen Wäschehersteller Mey für sein besonders nachhaltiges Engagement in der Kategorie Sustainability. Matthias Mey nahm den Preis stellvertretend für die ganze Unternehmensgruppe entgegen.

„Wir bei meY glauben fest daran, dass unsere langlebige Mode zu einer besseren Zukunft beiträgt. Unsere Devise lautet seit jeher – mehr Nachhaltigkeit, weniger Fast Fashion. Deshalb ist es für uns immer schön, gerade im Bereich Nachhaltigkeit, eine Auszeichnung zu erhalten. Das verdeutlicht, dass auch durch starkes Wachstum in der Fashion-Branche der Nachhaltigkeitsaspekt nicht vernachlässigt werden muss. Fashion kann auch nachhaltig sein.“ Matthias Mey, Geschäftsführer Mey.



Kleine Körpermaße, große Passform herausforderung



In einer Reihenmessung von Babys und Kleinkindern hat Hohenstein aktuelle Körperdaten ermittelt, die es erlaubt Kinderbekleidung zu optimieren.

Alle, die sich mit der Schnittentwicklung und Passformbeurteilung von Kinderbekleidung beschäftigen wissen: Die Entwicklung von Kindergrundschnitten und deren Gradierung stellen eine ganz besondere Herausforderung dar. Mit der Hohensteiner Reihenmes-

sung von Babys und Kleinkindern werden nun die Veränderungen in den verschiedenen Wachstumsphasen der Kinder genauer beleuchtet. Auf der Basis sowohl Querschnitte sowie Gradierungen von Kinderbekleidung für die unterschiedlichen Altersgruppen optimieren.

Vermessen wurden 5626 Mädchen und Jungen in den Größen 56 bis 182. Seit 1957 erfasst Hohenstein Körpermaße für alle

Zielgruppen durch regelmäßige Reihenmessungen. Seit über 20 Jahren auf Basis von 3D-BodyScans. Nun stehen erstmals auch 3D-Scans von Kleinkindern zur Verfügung. Für Hohenstein die Grundlage für kundenspezifische Maßtabellen, passformgerechte Schnitte und Gradierungen sowie 3D-Kinderavatare für die Simulation von Bekleidung, auf die auch Hersteller zurückgreifen können.

© Hohenstein

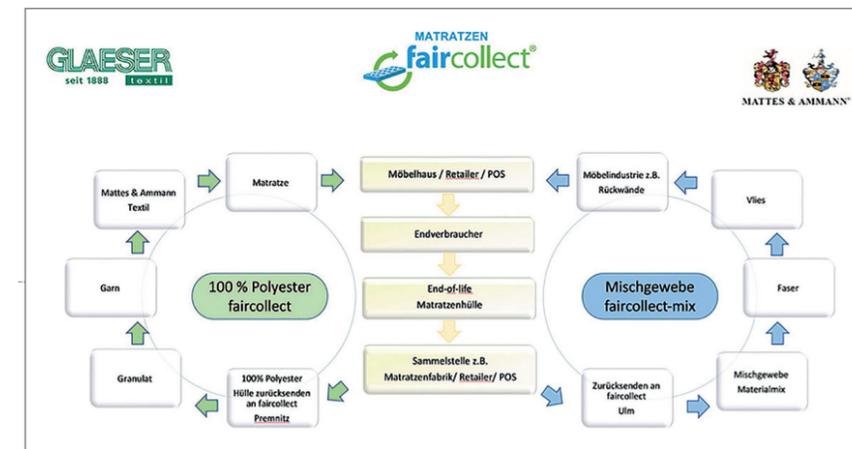
Aus alt mach neu

Mattes & Ammann entwickelt System zur Wiederverwendung für Mischtextilien und textilen Fertigprodukten.

Mit faircollect haben Mattes & Ammann und Glaeser Textil aus Ulm bereits 2021 ein Verfahren etabliert, mit dem Matratzenhüllen aus 100 % Polyester am Ende der Gebrauchsdauer zurückgegeben, aufgearbeitet und rohstofflich komplett wieder in den Kreislauf zurückgeführt werden. In einer neuerlichen Kooperation der beiden Unternehmen entstand nun faircollect-Mix. Ein Verfahren zur Wiederverwendung für Mischtextilien und textilen Fertigprodukten. In

einem Pilotprojekt wurden 100 post-consumer Matratzenhüllen gesammelt und mit unserem faircollect-Mix Verfahren verarbeitet.

Werner Moser, der Ansprechpartner bei Mattes & Ammann: „Mit faircollect-Mix erreichen wir jetzt auch ein Recycling von Mischfraktionen. Matratzenhüllen in unterschiedlichsten Materialzusammensetzungen werden durch dieses Verfahren zu neuem Fasermaterial recycelt. Dieses wird anschließend in der Herstellung von Vliesen genutzt, welche beispielsweise in der Möbelindustrie eingesetzt werden.“



Kelheim Fibres und MagnoLab bündeln Kräfte für Textilinnovation und Nachhaltigkeit

Der Viskosespezialfaserhersteller Kelheim Fibres kooperiert mit MagnoLab, einem internationalen Netzwerk von Textilunternehmen in der Biella-Region.

Die Kooperation ermöglicht praxistaugliche Tests und beschleunigt so die Umsetzung von Innovationen. Sie trägt insgesamt zu einer engeren Vernetzung der europäischen (und damit regionalen) Wertschöpfungskette bei. Dank kurzer Transportwege innerhalb Europas wird nicht nur die Umweltbelastung verringert, sondern auch die Realisierung von

Innovationen in Europa begünstigt.

Dr. Marina Crnoja-Cosic, Director New Business Development, Marketing & Communications bei Kelheim Fibres: „Durch die enge Vernetzung mit den bei MagnoLab organisierten Unternehmen, können wir kleinere Mengen an Mustern und Prototypen mit ganz verschiedenen Technologien herstellen. So können wir Lösungen entwickeln, die auf



23

TERMINE

9. Oktober 2023
Erweiterte Herstellerverantwortung für Textilien
Webinar, AHK Paris

16. Oktober 2023
ERFA-Kreis Öko-Design und textile Kreislaufwirtschaft
Online

8. November 2023
Technischer Ausschuss
STOLL, Reutlingen

5. Dezember 2023
Thementag PSA
Hohenstein Academy,
Bönningheim

www.gesamtmasche.de/
veranstaltungen

14,4 %

betrug im Jahr 2022 Chinas Anteil am globalen Exporthandel. Damit ist die Volksrepublik mit großem Abstand die größte Exportnation weltweit. Die USA und Deutschland kommen auf die Plätze zwei und drei mit Anteilen von etwa 8,3 Prozent und 6,6 Prozent Anteil. Der Anteil Chinas am globalen BIP beträgt derzeit kaufkraftbereinigt ca. 18,5 Prozent. Bis 2028 soll er auf knapp 20 Prozent steigen. *Quelle: Statista.*

unsere Spezialfasern basieren und die direkt in die Produktionsanlagen unserer Partner in der textilen Wertschöpfungskette übertragen werden können.“

Auch Giovanni Marchi, Präsident von MagnoLab, freut sich: „Kelheim Fibres ist der erste Faserhersteller, mit dem wir zusammenarbeiten. Damit bilden wir nun gemeinsam die vollständige textilen Kette ab. Das macht unsere Arbeit umso wertvoller.“



Bild: © Analogicus - pixabay

Worauf achten europäische Konsumenten beim Textilkauf? GINETEX-Barometer 2023

GINETEX, der internationale Verband für textile Pflegekennzeichnung, untersucht regelmäßig die Bedeutung von Produktkennzeichnungen bei der Kaufentscheidung. Die wichtigsten Kriterien bleiben laut GINETEX-Barometer 2023 Preis und Passform. Marken dienen zunehmend als Orientierung, in einigen Ländern auch das Ursprungsland der Ware. Wirtschaftliche Gründe haben zunehmenden Einfluss auf den Umgang mit Textilwaren, in einigen Ländern bereits mehr als ökologische Gründe. CSR-Informationen sind nur jedem zehnten europäischen Käufer wichtig – in Deutschland allerdings fast jedem fünften.

Einkaufsfrequenz wieder stabil

Die Einkaufshäufigkeit hat inzwischen wieder Vor-Corona-Niveau erreicht: 97 Prozent der europäischen Verbraucher geben an, mindestens einmal in den letzten sechs Monaten Kleidung gekauft zu haben. 39 Prozent kaufen sogar jeden Monat Kleidung (2019: 35 Prozent). Die höchsten Einkaufsfrequenz ergibt sich bei spanischen und italienischen Verbrauchern, während Frankreich, Schweden und Tschechien am unteren Ende der Skala liegen.

Welche Kriterien bestimmen die Kaufentscheidung?

Wichtigstes Entscheidungskriterium bleibt der Preis. Er gibt für 59 Prozent der Verbraucher den Ausschlag. 51 Prozent legen Wert auf Sitz und Komfort. 20 Prozent achten vor allem auf die umstandslose Textilpflege. Umwelt- bzw. CSR-Kriterien sind für 10 Prozent der Verbraucher wichtig. Deutschland sticht dabei mit 18 Prozent besonders hervor und hebt den europäischen Durchschnitt.

Bedeutung verschiedener Produktinformationen

Die Kleidergröße bleibt die wichtigste Produktinformation für Konsumenten, gefolgt von Pflege- und Materialhinweisen. 80 Prozent der Europäer halten diese Informationen für ein Muss im Etikett. Dabei möchten die meisten Konsumenten Produktinformationen direkt vom Etikett ablesen können. Ein Abscannen eines QR-Codes per Smartphone ist weniger beliebt.

Die Bedeutung von Marken wächst.

45 Prozent der Europäer achten beim Textilkauf auf die Marke (2021: 41 Prozent, 2019: 36 Prozent). Besonders ausgeprägt ist die wachsende Markenaffinität in Frankreich (48 Prozent), Italien (55 Prozent) und Großbritannien (56 Prozent) zu beobachten. Auch der Einfluss des Ursprungslandes auf die Kaufentscheidung wächst: 50 Prozent der Franzosen 58 Prozent der Italiener und immerhin 43 Prozent der Deutschen achten auf das „Made in“. Im europäischen Durchschnitt sind es nur 38 Prozent der Konsumenten.

Wirtschaftliche Gründe beeinflussen Textilpflege

Neun von zehn Europäern achten auf eine möglichst niedrige

Waschtemperatur, volle Waschladungen und die korrekte Dosierung von Waschmittel. Mehr als die Hälfte tut das vorrangig nicht aus ökologischen, sondern aus ökonomischen Gründen. Das ist insbesondere bei britischen und tschechischen Verbrauchern der Fall. In Deutschland und Frankreich überwiegt bislang noch der Umweltgedanke.



Das GINETEX-Barometer für Textilpflege wird in Zusammenarbeit mit IPSOS erhoben. Das Barometer beleuchtet die Verbrauchergewohnheiten in Europa und weiteren Ländern. Befragt werden dafür 7.000 Personen in Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Italien, Schweden, Spanien und Tschechien sowie international je 1.000 in Australien, Brasilien und Japan. Die aktuelle Erhebung wurde von Januar bis März 2023 durchgeführt.

Bild: © Ludmila Chermetska / iStock-1347868414

Pflegehinweise werden wichtiger

Die Bedeutung von Pflegeinformationen beim Kauf ist sichtbar gewachsen. Im Durchschnitt achten mehr als sechs von zehn Europäern auf die Hinweise. Am wichtigsten ist die Information aus Sicht deutscher und italienischer Verbraucher. Der erste Blick auf die Pflegehinweise erfolgt allerdings häufig erst beim ersten Waschen.

Internationaler Vergleich

GINETEX führte die Befragung auch in Australien, Brasilien und Japan durch. Auch für die dortigen Verbraucher bleiben Pflegehinweise nach der Größenkennzeichnung die wichtigste Information auf dem Etikett. Und auch dort bevorzugen es die Verbraucher, Informationen direkt vom Textiletikett abzulesen.

Novelle der EU-Abfallrahmenrichtlinie

Anfang Juli hat die EU-Kommission ihren Entwurf zur Novelle der Abfallrahmenrichtlinie von 2018 vorgelegt. Er sieht die EU-weite verbindliche Einführung harmonisierter nationaler Systeme der erweiterten Herstellerverantwortung (EPR) für Textilien vor. Die Hersteller sollen die gesamten Kosten für die Sammlung, Sortierung und Wiederverwertung tragen und müssen vielfältige Informationen bereitstellen.

In dem Entwurf geht es - neben neuen Regelungen für den Lebensmittelbereich - insbesondere um die EPR im Bereich Textilien. Unter die EPR sollen Textilerzeugnisse, textilbezogene Erzeugnisse und Schuhe (Liste Anhang IVc) fallen, die im Hoheitsgebiet eines Mitgliedstaats zum ersten Mal auf dem Markt bereitgestellt oder über den Online-Handel an den Endverbraucher in der EU verkauft werden. Dadurch erhofft sich die EU die Eindämmung von Fast Fashion. Am Ende könnten jedoch große Anbieter billiger und gleichförmiger Mode mit vertikalen Strukturen profitieren.

Hersteller tragen Recyclingkosten

Hersteller sollen die gesamten Kosten für die Sammlung, Sortierung und Wiederverwertung tragen. Der Beitrag soll gestaffelt sein und sich an der Nachhaltigkeit des Produktes gemäß den Anforderungen der Ökodesign-Verordnung sowie am Gewicht des betreffenden Erzeugnisses orientieren („Ökomodulation“). Die Kriterien für die Gebührenberechnung will die EU per delegiertem Rechtsakt festlegen.

Informationspflichten

Darüber hinaus sollen Hersteller Informationen für Verbraucher bereitstellen, die über das „richtige Recycling“ aufklären, Wiederverwendungs- und Reparaturmöglichkeiten des Produktes aufzeigen und über die Auswirkungen der Textilproduktion auf die Umwelt sowie auf die menschliche Gesundheit aufklären. Die Informationen müssen regelmäßig überprüft und aktualisiert werden und dem Verbraucher online, durch Aufklärungskampagnen und Etikettierung am Produkt Produkt in Landessprache vermittelt werden.

Außerdem sollen Hersteller mindestens einmal pro Jahr über die Menge der in Verkehr gebrachten Produkte, die Quote der getrennten Sammlung von Alttextilien, die Quote der Wiederver-



Bild: © shutterstock_226177625

wendung, der Vorbereitung zur Wiederverwendung und des Recyclings öffentlich informieren - unter gesonderter Angabe des Anteils von Faser-zu-Faser-Recycling, zur Menge unverkaufter Waren sowie zu Quoten für die sonstige Verwertung, Beseitigung und Ausfuhr.

Nationale Zentralregister für Textilien

Die Mitgliedstaaten sollen nationale Stellen zur Registrierung von Herstellern und Produkten schaffen (analog z. B. zur deutschen Zentralen Stelle Verpackungsregister) sowie die Aufgaben und Zuständigkeiten der relevanten Akteure festlegen, die an der Umsetzung, Überwachung und Überprüfung des EPR-Systems verantwortlich sind. Auch wenn die Register untereinander verlinkt werden sollen, um die Registrierung in anderen Mitgliedstaaten zu erleichtern, entsteht dadurch ein Wust unterschiedlicher nationaler Systeme mit einer Vervielfältigung von Bürokratie statt Entschlackung.

Der Legislativvorschlag der EU Kommission wird nun vom EU-Parlament und vom Rat geprüft und im Trilog verhandelt. Die nationalen EPR-Systeme sollen 30 Monate nach Inkrafttreten der Änderungsrichtlinie in den Mitgliedstaaten eingeführt sein.

Jetzt anmelden!

ERFA-Kreis Öko-Design am 16. Oktober 2023

mit Informationen zur Richtliniennovelle und zu Planungen in Deutschland

➔ www.gesamtmasche.de/veranstaltungen

50 JAHRE MARC CAIN

EINE FASZINIERENDE REISE DURCH ZEIT UND STIL

Seit 50 Jahren steht Marc Cain als Premium-Label für Eleganz und Design. Als Fashionbrand im gehobenen Segment hat sich das Unternehmen weltweit etabliert und eine der modernsten und innovativsten Strickereien in ganz Europa aufgebaut. Am Firmensitz in Bodelshausen entstehen einzigartige Kollektionen von höchster Qualität und mit viel Liebe zum Detail. Besondere Leo-Prints sind ein Markenzeichen der aufwendigen Strick-Kreationen.

Eine Laufbahn im Fashionbusiness schwebte Firmengründer Helmut Schlotterer als jungem Mann nicht unbedingt vor: Eigentlich wollte er Architektur studieren. Doch sein Vater, der eine Strickerei betrieb, überredete ihn zum Textiltechnik-Studium. 1968 ging Schlotterer nach Paris, wo er eine prägende Erfahrung machte: dass Mode auch immer mit Emotionen einhergeht.

Die 70er

„Ich habe verstanden, was Marke ist und warum Begehrlichkeit in der Mode wichtig ist“, sagt Helmut Schlotterer. „Als ich 1973 nach Carpi bei Bologna ging, dem damaligen Mekka der Strickkunst, war die Idee einer eigenen Marke geboren.“ Vielleicht wäre alles anders gelaufen, wäre nicht wenig später die väterliche Strickerei in Bodelshausen in finanzielle Notlage geraten. „Das war ein strukturelles Problem. Mein Vater und auch andere Fabrikanten haben nur Masse produziert, keine Mode“, erinnert sich Schlotterer. Das habe nicht mehr in die Zeit gepasst. 1976 steigt Marc Cain mit ein.

Die 80er

Das Kernlabel Marc Cain Collections präsentiert ab 1981 einen Mix aus attraktiven Silhouetten und spielerischen Details. Der Look: ausdrucksstark und feminin, mit luxuriösen Materialien, starken Mustern und offensiven Farben. Als erstes Modeunternehmen eröffnet Marc Cain einen ganzjährigen Showroom in Düsseldorf auf der Kaiserswerther Straße. 1986 startet Marc Cain den ersten eigenen Store in Mainz.

Die 90er

Der Mut, Neues zu wagen in Verbindung mit einem Faible für Farbe lässt die Marc Cain-Fangemeinde kontinuierlich wachsen. Mode in Looks zu spielen, begeistert immer mehr Kunden. Marc Cain Coordinates stehen nicht nur für das perfekt abgestimmte Outfit, sondern für das subtile Aufeinandertreffen von scheinbar verschiedenartigen Einzelteilen.



Alle Bilder: © Marc Cain

DAS INJEKT-VERFAHREN

1998 entwickelte Marc Cain sein eigenes, einzigartiges Inkjet-Druckverfahren. Es ermöglicht die Bedruckung unterschiedlichster Materialien und Passformen. Neben der Erweiterung des CMYK-Farbraums auf 10 Farben war eine Erhöhung der Druckgeschwindigkeit möglich – und eine Steigerung der Produktionseffizienz um 260 Prozent.

Die 2000er

Das neue Marc Cain Store-Konzept setzt auf klare Linien, puristisch anmutende Materialien und architektonische Leichtigkeit. Möbel und Warenpräsentationen setzen betont sparsame Akzente: Die Hauptrolle spielt die aufmerksamkeitsstarke Mode von Marc Cain. Das neue Factory-Outlet glänzt auf über 700 qm mit topmoderner Architektur.

Die 2010er

Mit der Expansion durch eigene Stores entwickelte sich Marc Cain zu einer international anerkannten Modemarke. Das neue Headquarter vereint auf 12.000 qm die Arbeitsbereiche Design, Produktion, Modellmacher, Marketing, IT und Vertrieb. Auch das hochmoderne Logistikzentrum ist ein designorientierter Gebäudekomplex mit zahlreichen Glaselementen, der Licht und Helligkeit mit Funktion verbindet.

Die 2020er

Mit der Saison Frühjahr/Sommer 2021 hat Marc Cain das Nachhaltigkeitslabel „Rethink Together“ eingeführt. Die Artikel bestehen zu mindestens 50 Prozent aus Materialien, die strengen Nachhaltigkeitsanforderungen entsprechen, aus zertifizierten Quellen stammen und einen umweltschonenden Produktionsprozess durchlaufen.



50. JUBILÄUM MIT GLAMOURÖSER FASHION SHOW

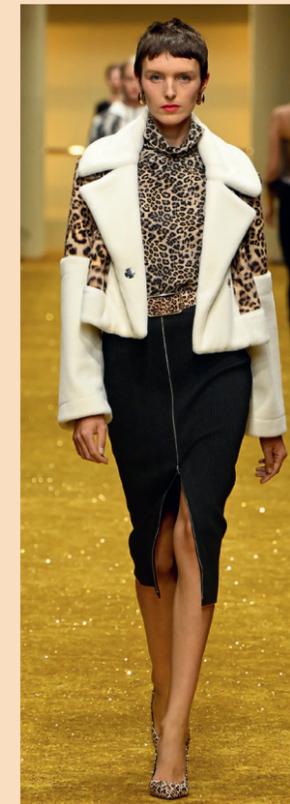
Am 31. August 2023 blickte die Modewelt nicht nach Mailand oder Berlin, sondern nach Bodelshausen: Marc Cain feierte am Bodelshausener Headquarter das 50-jährige Jubiläum. Highlight des stilvollen Events mit dem Motto „Sommernachtstraum“ war die große Modenschau, bei der die exklusive Jubiläumskollektion erstmals präsentiert wurde.

Als Stargast des Abends war Hollywood-Schauspielerinnen Diane Kruger geladen, daneben viele weitere bekannte Persönlichkeiten, unter ihnen Lady Amelia und Lady Eliza Spencer, Bettina Zimmermann, Prinzessin Lilly zu Sayn-Wittgenstein, Frauke Ludowig, Nele Ludowig sowie Top-Influencerinnen Leonie Hanne, Farina Opoku und Ann-Kathrin Götze. Die 50 Models, darunter Supermodel Karolína Kurková, betreten den Catwalk aus einem goldenen Aufzug. Gleich zu Beginn präsentierten sie

auf dem 70m langen Catwalk die 50-teilige Jubiläumskollektion. Umrahmt wurde die Jubiläumskollektion von den Highlights der Herbst/Winter 2023 Kollektion sowie einem Preview auf die Saison Frühjahr/Sommer 2024. Marc Cain hatte einen Livestream und „See-now, Buy-now“-Events in den Stores initiiert, wodurch alle Kundinnen weltweit die Gelegenheit erhielten, die Show hautnah und in Echtzeit mitzuerleben sowie im Anschluss direkt zu shoppen.

„Damals, 1973, als ich Marc Cain gegründet habe, hätte ich nie für möglich gehalten, was wir alles erreichen würden: Global Player, Pionier im Bereich Strickmaschinen, Stores und Showrooms auf der ganzen Welt und die Nr. 1 im Premium-Bereich der Damenmode. Dieser Abend ist die Krönung der letzten Jahrzehnte, die mir gezeigt haben, dass zwar am Anfang eine Vision stehen muss, aber der Weg zum Erfolg mit Innovation, Technologie und Fortschritt gepflastert ist. Nicht zu vergessen Durchhaltevermögen und der Mut, auch unkonventionelle Ideen zu verwirklichen.“

Helmut Schlotterer,
Gründer, Inhaber und Vorsitzender
der Geschäftsführung



THE SHOW MUST GO ON

KI macht aus Ideen Bilder. Die Grenzen zwischen der realen und virtuellen Welt verschwimmen zunehmend. Das wirkt sich auch auf die Modeindustrie aus: Es geht nicht mehr nur um physische Produkte, sondern um die kreative Entfaltung und Selbstinszenierung in einer digitalen Umgebung. Innovationen, Nachhaltigkeit und individuelle Selbstdarstellung verschmelzen und begründen eine neue Ära des Stils und der Kreativität. Im März 2023 nahm Marc Cain erstmals an der rein virtuellen Metaverse Fashion Week teil.

Meydays for Future

„Wir sind gegen Angebotsschlachten und fast fashion, dafür für mehr Nachhaltigkeit und mehr Bewusstsein im Umgang mit Mensch und Umwelt.“

Unter dem Motto „Meydays for Future“ startete Mey vor einem Jahr eine Reihe von Naturschutzaktionen. Seither wurde viel bewegt, von der Moorrenaturierung über regenerative Landwirtschaft bis zum Amphibienschutz. Damit will der Albstädter Wäscheanbieter eine „klimabewusste Alternative zum Black-Weekend-Wahnsinn“ möglich machen.



Spendenaktion „1 Schlüpfer – 1 Hüpfen“

Save the Frogs - jeder Schlüpfer hilft! Jedes Jahr im Mai spendet Mey für jeden verkauften Schlüpfer – Slip, Shorty, Panty, Jazz-Pants & Co. – einen Euro. Der Erlös geht an die Amphibienrettungsprojekte des BUND. Mit der Spende werden neue geeignete Lebensräume und Laichplätze für Amphibien geschaffen. Davon profitieren zahlreiche Arten, darunter der Feuersalamander oder der Laubfrosch. „Mit unserem ‚Save the Frogs Day‘ möchten wir ein öffentliches Bewusstsein dafür schaffen, dass vielerorts die Lebensräume der Amphibien wegfallen“, sagt Joy Defant, Nachhaltigkeitsmanagerin bei Mey.



Nach einer sehr erfolgreichen Aktion freute sich unsere CR-Managerin Leonie Defant, am 26. Juli den Spendenscheck in Höhe von 14.572€ an Ralf Stolz übergeben zu dürfen.

Ein Zuhause für vier Bienenvölker

Seit April 2018 summt und brummt es in lauter um das Mey-Firmengelände als zuvor. Grund dafür ist das Nachhaltigkeitsprojekt FRANZ, das die Firma punktuell zu ihrem 90-jährigen Firmenjubiläum dem Firmengründer Franz Mey gewidmet hat – er war Imker. „Unsere Bienen halten wir weniger für den Honigertrag, vielmehr möchten wir mit unserem Nachhaltigkeitsprojekt FRANZ einen Beitrag zum Erhalt der Bestäubungsleistung und dem Artenschutz vor Ort leisten.“



Florian Mey, Geschäftsführer Mey, zusammen mit dem Landwirt Manfred Kränzler.

Moore als Kohlenstoffspeicher

Bei einer Moorrenaturierung speichern lebendige Moore neuen Kohlenstoff und ziehen so das Klimagas CO₂ aus der Atmosphäre. Die Renaturierung trägt zur Erhaltung der Moorflächen und somit zur Speicherung des Kohlenstoffs im Boden bei. Ziel ist es, so viel Moorfläche wie möglich zu renaturieren und so den Kohlenstoff im Boden zu speichern und die Biodiversität zu fördern. Durch den Einkauf im Mey-Store wurde in Aktionszeiträumen automatisch die Moor-Renaturierung in Kooperation mit der Stiftung Naturschutz Schleswig-Holstein unterstützt: 10 Euro Warenkorbwert bedeuten 1 qm Moorrenaturierung. Mit 1 qm renaturiertem Moor werden pro Jahr 2 kg CO₂ eingespart.

Mey unterstützt die regenerative Landwirtschaft

Positerra ist eine Plattform für Klima-Patenschaften zwischen Unternehmen und Landwirten. Sie unterstützt Landwirte bei der Umstellung auf regeneratives Wirtschaften. „Durch die Klima-Patenschaft bei Positerra wollen wir einen großen Teil der bei Mey erzeugten Emissionen regional durch den Aufbau von Humus ausgleichen“, so Joy Defant. Erreicht wird dies, indem Landwirt Manfred Kränzler, der den Schönberghof in Isingen betreibt, durch angepasste Flächennutzung und humusaufbaufördernde Bewirtschaftungsmethoden auf regenerative Bewirtschaftung seiner Flächen umstellt.

Neues Mitglied

PICHLER

Feine Tischwäsche seit 1866

Die Laichinger HERMANN PICHLER GmbH & Co. KG stellt seit über 150 Jahren hochwertige Textilien für Tisch und Küche her. Die kreativen Kollektionen sind inspiriert von aktuellen Modetrends und setzen gleichzeitig auf hohe Qualität. Saisonale trendorientierte Themenkollektionen werden durch ein Basic-Sortiment und einen Maßanfertigungsservice ergänzt.

„In der Balance zwischen Tradition und Innovation Spitzenprodukte herzustellen ist Firmenphilosophie und Identität“, sagt Joseanne Nusser, Geschäftsführerin des Tischwäschespezialisten. Mit attraktiven Themenprogrammen zeigt PICHLER Neues im Segment Tischwäsche, Kissenhüllen, Tischsets und Küchenaccessoires. Eine Besonderheit sind das Zusammenspiel von Basics und saisonalen Dessins aus. Die junge Kollektionslinie Used Look for couch & table wurde beim German Design Award 2019 in der Kategorie „Home Textiles and Home Accessories“ mit einer „Special Mention“ für exzellentes Design ausgezeichnet.

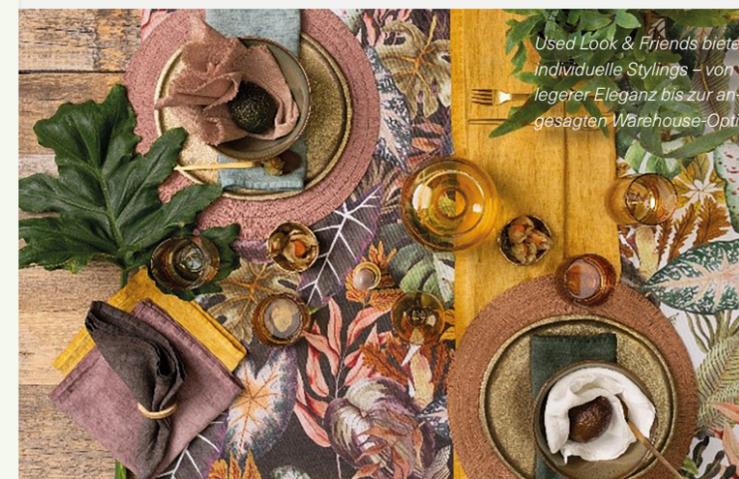
„Erfolg heißt für mich: Meine Leidenschaft für hochwertige Textilien zum Beruf zu machen. Pichler hat sich in über 150 Jahre Firmengeschichte vielfach wandeln müssen, und ich bin stolz, diese Geschichte weiter fortzuführen.“



Joseanne Nusser...

...ist seit 2020 Geschäftsführerin der Herrmann Pichler & Co. KG. Ins Unternehmen eingestiegen ist die 40-jährige Juristin 2017 als Einkaufsleiterin. Ihr Studium in Darmstadt hat sie sich als Geschäftsleitungsassistentin bei einem Variete finanziert. Nach zwei Jahren als Vertragsrechtsspezialistin bei Oracle Software zog es sie aus familiären Gründen auf die Schwäbische Alb. Dort führte sie bis zu ihrem Einstieg bei Pichler ihr eigenes Textilfachgeschäft.

www.pichler-textil.de



Used Look & Friends bietet individuelle Stylings – von legerer Eleganz bis zur angesagten Warehouse-Optik.

1866 als Handelshaus gegründet, nimmt Herrmann Pichler 1876 seine eigene mechanische Jacquardweberei in Betrieb. Schnell etabliert sich das Unternehmen als Qualitätshersteller und meistert Preise auf internationalen Ausstellungen ein.

Bis Mitte der 1920er machen die Laichinger durch die Umsetzung von Entwürfen bekannter Jugendstil-Künstler wie Peter Behrens, Paul Lang, Hans Christiansen für buntgewebte Jacquards von sich reden. Vor dem Zweiten Weltkrieg umfasst die Weberei 88 Webmaschinen.

Ab 1948 wird die Marke PICHLER konsequent im Handel aufgebaut. Ab 1967 wird die Marke PICHLER durch den Anhänger „Pichler mit der Flachsblüte“ international bekannt.

In den 80er Jahren ist PICHLER auf Wachstumskurs: Der Zukauf aus Italien, Brasilien und Jugoslawien beginnt. Von den Philippinen werden handgeführte Stickereien bezogen. 1983 stellt PICHLER erstmals auf der Heimtextil aus. Der Objektmarkt

erreicht in den Folgejahren Spitzenwerte von 40 Prozent des Gesamtumsatzes.

Thomas Wagner, Urenkel des Gründers, eröffnet 1988 eine eigene Produktionsstätte in der Türkei. In den 1990er Jahren rüstet PICHLER die Weberei mit elektronischen Jacquardmaschinen aus. Plaids, Küchenwäsche und Sofakissen werden Teil des Verkaufsprogramms.

2011 erzielt PICHLER einen Rekordumsatz. Dennoch muss die letzte Laichinger Weberei 2014 schließen.

2017 startet PICHLER die Kollektion Used Look for couch & table. Mit der Kollektion 2020 nimmt PICHLER kreativ gearbeitete Küchenwäsche ins Programm.

2021 übernimmt Joseanne Nusser als Nachfolgerin von Thomas Wagner das Unternehmen. PICHLER baut das Segment Küchentextilien weiter aus und präsentiert unter „Kitchen Stories“ eine eigenständige Kollektionslinie.

Neuer Maschinenpark und Ausbau der Photovoltaik Investment bei Gebr. Otto

Die Gebr. Otto Spinnerei und Baumwollfeinzwirnerie ersetzt ihre Bestandsmaschinen durch topmoderne Spinn- und Spulmaschinen. Die Modernisierung soll bis Herbst 2023 abgeschlossen sein. Bis Jahresende will Otto auch seine neuen Prüfgeräte im Labor der Spinnerei im Einsatz haben. Eine Photovoltaikanlage auf dem Dach des Balzheimer Werksgebäudes, groß wie ein Fußballfeld, ist bereits fertiggestellt.

2.338 Solarpaneele haben auf dem Dach des Balzheimer Otto-Werkes Platz gefunden.

Digitale Fitness für die Spinnerei

Im Sommer 2022 hat Otto begonnen, die Ringspinnmaschinen in der Baumwollspinnerei durch topmoderne Spinn- und Spulmaschinen zu ersetzen. Mittlerweile sind sechs von sieben neuen Maschinen in Dienst gestellt, die letzte soll bis Oktober installiert sein. Die Vorteile der neuen Spinn- und Spulmaschinen liegen in der leichteren und komfortableren Handhabung sowie ihrer „digitalen Fitness“, z. B. in Sachen Monitoring und Maschinenabnahme. Nicht zu vergleichen mit den alten Maschinen ist die verbesserte Energieeffizienz der Neuankömmlinge.

Die macht sich deutlich bemerkbar, denn die rund 70 Meter langen Ringspinnmaschinen sind energieaufwendig. Bei Gebr. Otto arbeiten sie im Dauereinsatz, sieben Tage die Woche, jeweils 24 Stunden lang. Still stehen sie nur in den Betriebsferien im Sommer und über Weihnachten. Pro Schicht entstehen 1,5 Tonnen Garn; das Wochenergebnis liegt bei über 30 Tonnen.

Strom aus Photovoltaik und Wasserkraft

Die Dachfläche des Balzheimer Otto-Werkes ist so groß wie ein Fußballfeld. Hier haben bis Ende Juli 2.338 PV-Module mit einer maximalen Leistung von 950 kWp Platz gefunden. Auf dieser Basis rechnet Otto jährlich mit rund 930.000 kWh Solarstrom. Auch auf Wasserkraft setzt das Unternehmen – und zwar seit seiner

Gründung: Sowohl in Dietenheim als auch in Balzheim brummt jeweils eine Turbine. Damit deckt Gebr. Otto einen beachtlichen Teil seines Strombedarfs aus regenerativen Energiequellen. „Schon jetzt darf Otto dank seiner Investition auf dem Balzheimer Spinnerei-Dach 436,5 Tonnen CO₂ jährlich aus

seiner CO₂-Bilanz streichen“, sagt Geschäftsführer Andreas Merkel. „Weitere Solarpaneele sind schon in Planung.“

Hightech-Neuzugänge im Labor

Gebr. Otto hat sich in der Branche einen Namen für hochwertige Garne gemacht. Für die Gewährleistung einer konstant hohen Qualität müssen Fasern und Garne regelmäßig kontrolliert werden. Das geschieht im hauseigenen Labor der Spinnerei, die auch die Überwachung der Produktion übernimmt. Für diese Abteilung hat das Textilunternehmen neue Hightech-Prüfgeräte inklusive Software-Paketen geordert. Bis zum Jahresende soll die Installation abgeschlossen sein.



Sechs von sieben neuen Spinnmaschinen hat Otto bereits in Betrieb genommen.



„Die langfristige Investition in unseren Maschinenpark und unsere moderne Art der Energiegewinnung zahlen auf unsere Unternehmensphilosophie der nachhaltigen Produktion und Produkte ein. 2035 wollen wir klimaneutral sein.“

Andreas Merkel,
Geschäftsführer Gebr. Otto

www.otto-garne.com

Bild: © iXimus - pixabay

Bilder: © Gebr. Otto



EU-Zollkodexreform

Ende 2022 hat die EU-Kommission Vorschläge zur Reform des europäischen Zolls vorgelegt. Insbesondere soll der Unionszollkodex (UZK) umfassend reformiert werden. Der Entwurf dazu wurde Mitte Mai veröffentlicht. Die Kommission verspricht Vereinfachungen, Vereinheitlichung und das Vorantreiben der Digitalisierung. Doch die Reformpläne bergen auch Sprengstoff.

Harmonisierung – aber mehr Bürokratie?

Für die Textil- und Bekleidungsindustrie mit ihrer internationalen Ausrichtung sind effiziente Zollverfahren essenziell. Vor allem mittelständische Unternehmen brauchen bürokratieärmere und kostengünstigere Abläufe. Bislang betreibt jeder Mitgliedstaat seine eigene Zoll-IT-Infrastruktur. Die Brüsseler Pläne zu einer EU-weit einheitlichen IT-Lösung sind daher zu begrüßen. Auch Details wie die verlängerte Gültigkeit verbindlicher Auskünfte oder die Einführung einheitlicher Obergrenzen für Bußgelder ist hilfreich. Ob es gleichzeitig zu einer Entschlackung der Datenanforderungen und umfassendere Vereinfachungen kommt, ist jedoch zweifelhaft.

Vom AEO zum Trust & Check Trader

Der Status des Zugelassenen Wirtschaftsbeteiligten (AEO) soll zu einem „Trust & Check Trader“ weiterentwickelt werden. Die bereits im aktuellen UZK verankerte Möglichkeit des Self-Assessment wurde nie umgesetzt. Stattdessen fordert die EU nun einen neuen Status mit weitreichendem Behördenzugriff auf Unternehmensinformationen. Neben Zollunterlagen, Lizenzen und Genehmigungen sollen TCT sämtliche Informationen aus der Buchhaltung sowie aus der Logistikkette einem EU-Data-Hub (s. u.) zur Verfügung stellen.

Wegfall der 150-Euro-Grenze

Bisher sind Importe – mit den Ausnahmen Alkohol, Tabak und Parfum – bis 150 Euro zollfrei, wenn auch nicht frei von Einfuhr-

rumsatzsteuer. Der Wegfall der Bagatellgrenze dürfte weitreichende Auswirkungen auf den B2C-Onlinehandel haben. Die EU erhofft sich dadurch vor allem Mehreinnahmen, aber auch die Eindämmung des unfairen Wettbewerbs aus dem Ausland, insbesondere durch Billigversender aus Asien. Für die Wirtschaftsbelegten entsteht jedoch gleichzeitig ein gewaltiger Mehraufwand. Für sämtliche Kleinsendungen wird eine vollständige Zollanmeldung fällig. Auch die normalen Aufbewahrungspflichten würden greifen, und sämtliche Daten wären bei Betriebsprüfungen zu berücksichtigen. Der schiere Mengenzuwachs würde zur Mehr- oder womöglich Überlastung für Paketdienstleister führen. In jedem Fall würde sich die Einfuhr von Kleinsendungen erheblich, eventuell prohibitiv verteuern.

Schaffung einer EU-Zollagentur und eines EU-Data-Hub

Eine neu einzurichtende Europäischen Zollagentur soll die Errichtung eines einheitlichen Zollsystems unterstützen. Eine EU-Zollbehörde lässt auf eine stärkere Harmonisierung der nationalen Zollprozeduren hoffen, auch bei der Anwendung von EU-Sanktionen und handelspolitischer Maßnahmen. Doch zum Zollsysteem soll auch der Aufbau eines zentralen EU-Echtzeit-Tools für die Risikoanalyse über die gesamte Lieferkette gehören. Die Informationen verschiedener Behörden, Agenturen und „Trust & Check Traders“ sollen in einem zentralen EU-Data-Hub gebündelt werden. Auf diesen soll nicht nur der Zoll in Echtzeit zugreifen können. Vielmehr ist vorgesehen, dass sämtliche nationale (und regionale) Behörden in der EU, die in irgendeiner Form mit der Marktüberwachung befasst sind, Einblick in sämtliche Daten und letztlich in die Buchhaltung der Wirtschaftsbeteiligten erhalten. Datenlecks sowie die Verletzung geistiger Eigentumsrechte und Aneignung von Betriebsgeheimnissen stellen dabei gefährliche Risiken dar.

Für die Umsetzung der Maßnahmen ist ein Übergangszeitraum von mindestens zehn Jahren vorgesehen. Die Einführung soll 2032 starten und bis 2037 abgeschlossen sein.

Silvia Jungbauer, jungbauer@gesamtmasche.de

Bild: © geral_Pixabay

Neues Bürokratiemonster „Nachhaltigkeitsberichterstattung“ ab 01.01.2024

Am 31.07.2023 wurde das erste Set der neuen europäischen Standards zur Nachhaltigkeitsberichterstattung (ESRS) von der EU-Kommission verabschiedet. Sektorspezifische Regelungen sowie Standards für KMU und Unternehmen aus Drittstaaten sollen bis Juni 2024 in weiteren Sets folgen.

281 Seiten lang ist die deutsche Version des Anhang I der delegierten Verordnung, in welcher der europäische Standard für die Nachhaltigkeitsberichterstattung detailliert beschrieben wird. Die Tatsache, dass allein auf weiteren 41 Seiten im Anhang II Begriffsbestimmungen erfolgen, zeigt schon die hohe Komplexität des Themas auf. Qualitativ hochwertige Nachhaltigkeitsinformationen verspricht der neue europäische Standard, der eine Vielzahl von Nachhaltigkeitsthemen abdeckt. Allein durch diese aufwändige Berichterstattung wird allerdings noch kein Unternehmen nachhaltig. Viel mehr besteht die Gefahr, dass die Firmen mit diesem zusätzlichen Bürokratieaufwand vollends überfordert werden und gar nicht mehr zur viel wichtigeren Umsetzung von Nachhaltigkeitsthemen kommen.

Berichterstattungspflicht

Durch die im Januar 2023 in Kraft getretene CSRD-Richtlinie (Corporate Sustainability Reporting Directive) wurden Unternehmen zur Nachhaltigkeitsberichterstattung verpflichtet. Ab dem 1. Januar 2024 gilt diese Berichtspflicht für Unternehmen, die bereits heute zur nichtfinanziellen Berichterstattung verpflichtet sind (große kapitalmarktorientierte Gesellschaften mit mehr als 500 Mitarbeitenden nach § 289b HGB). Ab dem 1. Januar 2025 gilt sie dann auch für alle großen Kapital- und den über § 264a HGB gleichgestellten Personenhandelsgesellschaften, die zwei der drei Merkmale erfüllen: Bilanzsumme von mehr als 20 Mio. €, Nettoumsatz von mehr als 40 Mio. € mehr als 250 Mitarbeiter.

Neuer Berichtsstandard

Die Nachhaltigkeitsberichterstattung ist nach dem neuen, nunmehr von der EU-Kommission verabschiedeten europäischen Standard vorzunehmen (European Sustainability Reporting Standards,

ESRS). Sie hat in einem eigens dafür vorgesehenen Abschnitt im Lagebericht in einem maschinell auslesbaren Format zu erfolgen und unterliegt einer verpflichtenden externen Prüfung, zunächst mit begrenzter Sicherheit (limited assurance). Der ESRS setzt sich aus insgesamt zwölf Einzelstandards zusammen, zwei bereichsübergreifenden Standards, die auf alle Nachhaltigkeitsthemen angewendet werden und zehn themenspezifischen Standards, fünf aus dem Bereich Umwelt (E), vier aus dem Bereich Soziales (S) und einer zum Thema Governance (G):

Übergeordnete Standards	Umwelt	Soziales	Governance
ESRS 1 Allgemeine Anforderungen	ESRS E1 Klimawandel	ESRS S1 Eigene Belegschaft	ESRS G1 Unternehmenspolitik
ESRS 2 Allgemeine Angaben	ESRS E2 Umweltverschmutzung	ESRS S2 Arbeitskräfte in der Wertschöpfungskette	
	ESRS E3 Wasser- und Meeresressourcen	ESRS S3 Betroffene Gemeinschaften	
	ESRS E4 Biologische Vielfalt und Ökosysteme	ESRS S4 Verbraucher und Endnutzer	
	ESRS E5 Ressourcennutzung und Kreislaufwirtschaft		

Die ESRS definieren für die Einzelstandards die Berichterstattungsbereiche mit den Elementen

- Governance (GOV), welches sich mit dem Verfahren zur Überwachung von Auswirkungen, Risiken und Chancen beschäftigt
- Strategie und Geschäftsmodell (SBM), welches den Umgang des Unternehmens mit den Themen beinhaltet
- Management der Auswirkungen, Risiken und Chancen (IRO), welches auch die „Wesentlichkeit“ bewertet
- Parameter und Ziele (MT), die die Leistung des Unternehmens und die Fortschritte messen.

Für die ESRS 2 werden Mindestangabepflichten in Bezug auf Strategien (MDR-P) und Maßnahmen (MDR-A), sowie für Parameter (MDR-M) und Ziele (MDR-T) definiert.

Doppeltes Wesentlichkeitsprinzip als Grundlage

Grundsätzlich berichtspflichtig ist der ESRS 2 „Allgemeine Angaben“. Alle anderen ESRS-Standards unterliegen einem Wesentlichkeitsvorbehalt. Wesentlich und damit auch berichtspflichtig sind diese Nachhaltigkeitsthemen, soweit sie erhebliche tatsächliche oder potenzielle Auswirkungen des Unternehmens auf Menschen oder Umwelt haben (Inside-out-Perspektive) oder wenn sie kurz-, mittel- oder langfristig erhebliche finanzielle Auswirkungen auf das Unternehmen haben oder haben können (Outside-in-Perspektive). Die Durchführung und Bewertung der „Wesentlichkeit“ ist damit Dreh- und Angelpunkt der Berichterstattung und ihres Umfangs.

Komplexität der Datenbeschaffung

Daten zu nichtfinanziellen Informationen liegen in vielen Unternehmen in dem für die Berichterstattung notwendigen Umfang meist noch nicht vor und müssen erst erfasst, digitalisiert und über ein effektives Nachhaltigkeitsmanagementsystem aus den unterschiedlichen Bereichen des Unternehmens digitalisiert zusammengeführt werden. Aufgrund der Vielzahl der Nachhaltigkeitsthemen und der in diesem Zusammenhang zu erhebenden Datenpunkte ist der diesbezügliche Aufwand und Aufbau der notwendigen Berichtsstrukturen und -prozesse äußerst umfangreich.

Taxonomieverordnung

Zur Nachhaltigkeitsberichterstattung nach dem ESRS kommen noch die Angaben der Taxonomieverordnung hinzu. Hier sind Angaben zu ökologisch nachhaltigen Umsatzerlösen, Investitionsaufwendungen und Betriebsaufwendungen zu machen, die zu mindestens einem der 6 Umweltziele beitragen: Klimaschutz, Anpassung an den Klimawandel, nachhaltige Nutzung und Schutz von Wasser- und Meeresressourcen, Übergang zu einer Kreislaufwirtschaft, Vermeidung und Verminderung der Umweltverschmutzung, Schutz und Wiederherstellung der Biodiversität und der Ökosysteme.

Nächste Schritte

Das EU-Parlament und der Rat der EU können innerhalb einer Frist von maximal vier Monaten Einwände gegen den delegierten Rechtsakt erheben. Sofern keine Einwände erhoben werden, wird der delegierte Rechtsakt zum Set 1 im Dezember 2023 in Kraft treten und ab dem 01. Januar 2024 anwendbar sein. Die EFRAG erarbeitet parallel bereits zum einen an Leitlinien zur Umsetzung der ESRS im Bereich der Wesentlichkeitsbewertung und der Wertschöpfungskette. Zum anderen soll eine Übersicht der normierten Datenpunkte die Anwendung von Set 1 erleichtern.

Bild: © wesley-tingey-snNHKZ-mGfE - unsplash



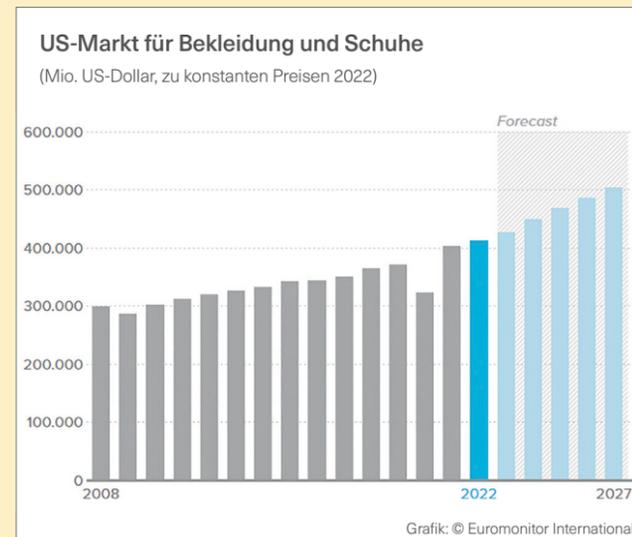
RA Kai-Uwe Götz
Syndikusrechtsanwalt Gesamtmasche
goetz@gesamtmasche.de

Zielmarkt USA

Nach dem Corona-bedingten Absturz 2020 hat sich der Bekleidungsmarkt in den USA rascher erholt als anderswo. Bereits 2021 übertrafen die Retail-Umsätze das Niveau von 2019. Hohe Inflationsraten im Jahr 2022 belasteten die Nachfrage und ließen den Umsatz

Wellness, Gesundheit, Sport

Bei Bekleidung prognostizieren die Analysten von Euromonitor International vor allem bei Herrenbekleidung stabile Wachstumsraten als bei Damen- und Kinderbekleidung, da Männer beim Modekauf weniger preissensibel reagieren als Frauen und Eltern. Aufgrund veränderter Lebens- und Arbeitswelten nach der Pandemie wachsen die Ausgaben der US-Verbraucher für Wellness und Gesundheit. Das Produktsegment Sport, Gesundheit und Wellness dürfte daher weiter zu den Gewinnern zählen. Im US-Markt besonders wichtig sind „integrative“ Produkte, um sämtliche Körperformen und -größen abzudecken. Plus-Size-Models oder Models mit körperlichen Einschränkungen haben längst ihren festen Platz auf US-Laufstegen. Ein weiterer Trend ist die Expansion von Marken, einerseits vertikal, z. B. in der Logistik, andererseits in neue Produktbereiche wie Athleisure. Neben dem Sport- und Gesundheitstrend spaltet sich auch in den USA der Markt zunehmend in billige Fast Fashion und Super-Premium. Shein konnte seinen Marktanteil genauso steigern wie verschiedene Luxusmarken.



stagnieren. Für die nächsten Jahre wird dennoch ein stetiges Marktwachstum erwartet. Auch die Nachfrage nach technischen Textilien sowie Textilien für Haus und Heim steigt.

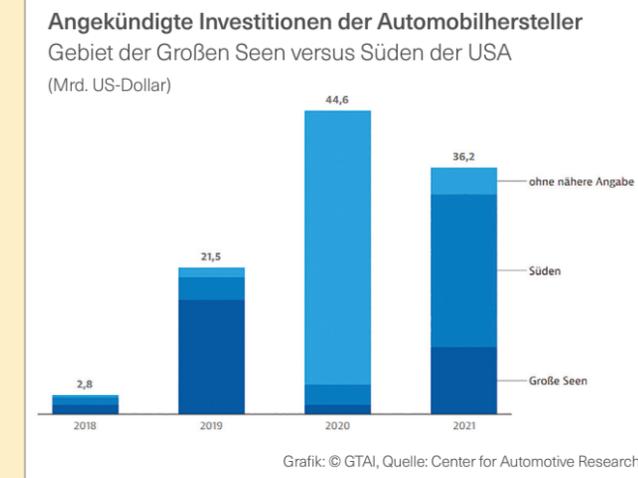
Textilien für Technik, Wohnen und Gesundheit

Nach Angaben von Germany Trade & Invest (GTAI) soll der US-Markt für technische Textilien bis 2027 um 3,8 Prozent pro Jahr wachsen. Automotive-Anwendungen und Schutzbekleidung sowie der Medizin- und Gesundheitsmarkt sind wichtige Treiber und auch Textilien für Bett und Bad sowie Möbeltextilien sind gefragt. Trotz Ausbau der heimischen Produktionskapazitäten importieren die USA auch viele Textilprodukte. Deutsche Anbieter haben einen guten Ruf.

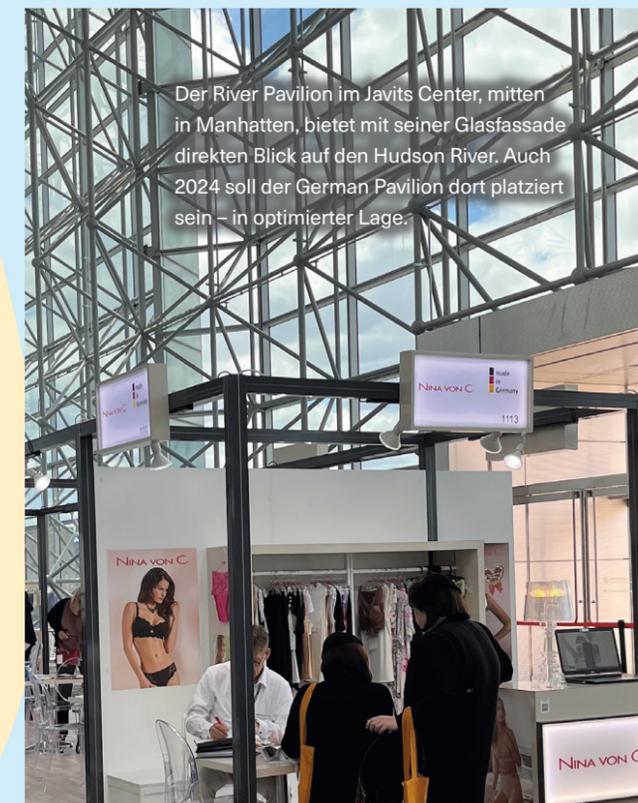


Die Wirtschaft an der Südküste verändert sich tiefgreifend. E-Autos und erneuerbare Energien treiben diese Entwicklung – dank hoher Steuergutschriften für saubere Technologien. Laut GTAI haben die Bundesstaaten Florida, Georgia, North Carolina, South Carolina und Texas in den letzten zwei Jahren mehr zum US-Bruttoinlandsprodukt beigetragen als der traditionell wirtschaftsstarke Nordostkorridor Washington DC/New York/Boston. Ein Trumpf sind unter anderem niedrigere Energiekosten. In Georgia, Mississippi, North Carolina und South Carolina lag der durchschnittliche Industriestrompreis pro Kilowattstunde

nach Angaben der Energy Information Administration (EIA) im Mai 2023 unter 7 US-Cent, in Tennessee sogar nur bei knapp über 6 Cent.



Body & Beach mit stabilen Aussichten CURVE New York & Montreal



Im Sommer waren deutsche Bodywear-Hersteller gleich auf zwei German Pavilions in Nordamerika präsent: Auf der CURVE New York vom 30. Juli bis 1. August 2023 sowie auf der CURVE Montreal vom 13. bis 14. August 2023. In den USA wie in Kanada sind die Wachstumsprognosen im Wäschebereich optimistisch. Daran gemessen war die Besucherfrequenz eher mager. Doch das Ergebnis zählt: Die deutschen Aussteller schätzen die Marktentwicklung weiterhin positiv ein. Wichtig ist die Berücksichtigung von Marktbesonderheiten und Konsumtrends im nordamerikanischen Markt – und die Präsenz durch eigene Vertreter oder Niederlassungen.



Deutsch-usbekisches Wirtschaftsforum

Am 28. August 2023 trafen sich über 60 Teilnehmer zum deutsch-usbekischen Wirtschaftsforum für die Textil- und Bekleidungsindustrie im Stuttgarter Haus der Geschichte. Usbekistan als schnell wachsender Textilstandort bietet neue Möglichkeiten in der internationalen Beschaffung. Ein stabiles Wirtschaftswachstum und eine gute Vernetzung in der Großregion machen das Land auch als Markt und Vertriebsplattform interessant.

Die Verbändepartnerschaft „GUZ Partners“ zwischen GESAMT-MASCHE und Uztextileprom, dem usbekischen Textil- und Bekleidungsverband, hatte anlässlich einer Delegationsreise usbekischer Textilunternehmer nach Deutschland zu dem Forum eingeladen. Eröffnet wurde die Tagung durch den usbekischen Botschafter, S. E. Nabjon Kasimov, der die Bereitschaft seines Landes zur Unterstützung bilateraler Unternehmenskooperationen insbesondere im Textilektor unterstrich.

Expertenbeiträge von Gherzi, Rhenus, LBBW, Commit und Uztextileprom informierten über den aktuellen Stand der Branche in Usbekistan, über das Logistikumfeld und Finanzierungsfragen. Dabei wurden auch eine Reihe von Herausforderungen angesprochen, die derzeit noch die Entwicklung bremsen. Dazu gehört insbesondere die Qualifizierung der Mitarbeiter, um die gewaltigen Neuinvestitionen in modernste Anlagen von der Spinnerei bis zur Konfektion auch in Produkte nach europäischen Qualitätsstandards umzumünzen. Die Verbändepartnerschaft, aber auch das Taschkenter Büro der Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) haben

bereits erste Projekte angeschoben, um Aus- und Weiterbildung im technischen Bereich nach modernen Anforderungen voranzutreiben. Auch die starke Konzentration auf Baumwolle muss aufgebrochen und das Knowhow zu anderen Materialien vertieft werden, um wettbewerbsfähig zu sein.

Die Unternehmer der usbekischen Delegation erhielten Gelegenheit, sich in Pitches zu präsentieren. Im Rahmen einer Mini-Messe der usbekischen Firmen am Nachmittag gab es Gelegenheit zum B2B-Austausch, der von den Teilnehmern intensiv genutzt wurde. Vorträge zu Standards und Zertifizierungen in Europa von Katharina Schaus, iffits, und zu Modetrends in Deutschland von Renè Lang, desginformen, rundeten den Veranstaltungstag ab. Die bevorstehende Leitmesse UzTextile Expo Autumn vom 18.-20. Oktober 2023 in Taschkent bietet Gelegenheit, in Begleitung des GUZ-Partner Teams die Kontakte vor Ort zu vertiefen.

www.guz-partners.org



Die Mini-Messe im Foyer des Hauses der Geschichte wurde intensiv für Kontaktgespräche genutzt.

Über 60 Teilnehmer informierten sich beim deutsch-usbekischen Wirtschaftsforum über den Textilstandort Usbekistan.

Usbekische Textildelegation auf Deutschland-Tour

Vom 28. August bis zum 1. September besuchten 20 usbekische Textil- und Bekleidungsunternehmer Deutschland. Die Unternehmerreise, die im Rahmen des Partnerschaftsprojekts GUZ Partners von Gesamtmasche und Uztextileprom stattfand, umfasste Besuche bei mehreren Firmen und Einrichtungen der Branche. Den Auftakt bildete ein B2B-Wirtschaftsforum in Stuttgart (siehe Seite 20).



Das Tour-Programm führte die Unternehmer von Stuttgart nach Albstadt und über Bönningheim und Künzelsau nach Frankfurt. Die Besuche bei Karl Conzelmann und Mey hinterließen die Delegationsteilnehmer hochbeeindruckt vom Qualitätsanspruch der Produktionen und Produkte.



Eine Führung durch die Textilfakultät der Hochschule Albstadt-Sigmaringen gab den Anstoß für fortgesetzte Gespräche zu einer Hochschulkoope-ration und die Möglichkeit eines Studentenaustauschs. Weitere Stationen führten ins Technologie- und Entwicklungszentrum von Groz-Beckert sowie zu Meyer & Cie. Dort zählen einige der usbekischen Unternehmer bereits zur Kundschaft.

In Bönningheim hatten die Unternehmer Gelegenheit zum Austausch mit den Hohenstein Instituten. Das Interesse war nicht nur an Labor, Test, Zertifizierungen und Weiterbildungsangeboten war groß.



Die Weiterreise führte die Teilnehmer nach Künzelsau zu Würth Modyf. Im Bereich Arbeits- und Berufsbekleidung bestehen bereits erste deutsch-usbekische Kooperationen. In diesem Segment wächst auch in Usbekistan selbst die Nachfrage schnell.

Am letzten Reisetag war die Delegation zu Gast bei der Messe Frankfurt, um Gemeinschaftsbeteiligungen auf verschiedenen Messen in Europa und international zu diskutieren. Das Abschluss-Highlight bildete ein vom VDMA Textilmaschinenbau organisiertes Forum mit rund 50 Teilnehmern. Hier wurden in B2B-Gesprächen Bedarfe analysiert und zahlreiche neue Kontakte geschlossen.





RCEP

Wie Asiens neuer Freihandelsblock den Welthandel beeinflusst

Mit der *Regional Comprehensive Economic Partnership (RCEP)* etabliert sich in Asien eine mächtige Freihandelszone. Sie umfasst die zehn ASEAN-Mitgliedsstaaten sowie China, Japan, Südkorea, Australien und Neuseeland. Die RCEP-Integration hat Auswirkungen auf Europa und die USA. Besonders betroffen sind von China stark abhängige Sektoren wie Textil, Bekleidung und Schuhe.

Mega-Netzwerk mit riesigem Entwicklungspotenzial

Die RCEP-Mitgliedstaaten repräsentieren ca. 30 Prozent der Weltbevölkerung, des weltweiten Wirtschaftsvolumens und des internationalen Handels. Anders als ursprünglich geplant nimmt Indien nicht an der Zone teil. Dennoch stellt die RCEP bereits heute die größte Freihandelszone der Welt dar. In den kommenden Jahren wird Asiens Bevölkerung weiter zunehmen, und für die Bruttoinlandsprodukte der Teilnehmerstaaten wird ein kräftiger Anstieg prognostiziert.

Wachsender Intrahandel

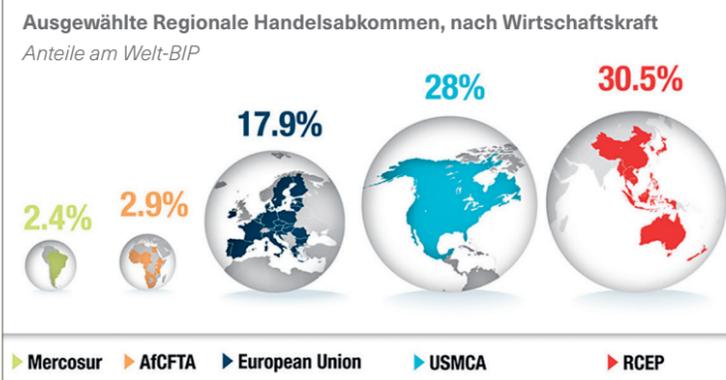
Der Intra-RCEP-Handel hat bereits vor der Corona-Pandemie einen Wert von ca. 2,3 Billionen US-Dollar erreicht. Laut einer UNCTAD-Analyse lassen die RCEP-Zollzugeständnisse den intraregionalen in der neu gegründeten Allianz um fast 2 Prozent - etwa 42 Milliarden US-Dollar pro Jahr - weiter steigen. Dahinter stecken zweierlei Kräfte: Niedrigere Zölle kurbeln den Handel zwischen den Mitgliedern um ca. 17 Mrd. Euro an. Gleichzeitig sorgen Sie für die Handelsumlenkung, weg von Nichtmitgliedern auf RCEP-Mitgliedstaaten, in Höhe von 25 Mrd. US-Dollar.

Internationale Handelsumlenkung

Da auf die RCEP-Mitglieder ca. 30 Prozent des Welthandels entfallen, wird das Abkommen Handelsströme verschieben – was Auswirkungen auf Drittstaaten hat. Schon nach einem Jahr nach dem RCEP-Startschuss verzeichnet die Zone ein stetiges regionales Handelswachstum, von dem vor allem China profitiert.

Abhängigkeit macht verletzlich

Resilientere Lieferketten und eine effizientere Produktion im RCEP-Raum bieten dort operierenden Unternehmen Chancen. Für Länder außerhalb der Zone bedeutet das: Je stärker sie von RCEP-Mitgliedern abhängen, desto größer können negative Handelsumlenkungseffekte für sie ausfallen. Das IfW Kiel erwartet dies insbesondere für Indien, USA und Mercosur. In Europa gibt es Branchenunterschiede. Der Textil- und Bekleidungssektor hängt hochgradig von Zulieferungen aus China ab: In Deutschland beträgt Chinas Importanteil 25 Prozent. Bei Schuhen steht die Volksrepublik sogar für rund die Hälfte der deutschen Importe. Folglich dürfte die Branche die Neuausrichtung ihrer asiatischen Lieferanten besonders zu spüren bekommen.



China als Hauptprofiteur

China kommt in dem Netzwerk eine entscheidende Rolle zu. Mit der Strategie des „Dualen Kreislaufs“ will die Volksrepublik ihre wirtschaftliche Entwicklung vorantreiben und sich unabhängiger vom Handel mit den USA machen. Peking setzt auf mehr Konsum im Innern und stärkeren Warenaustausch mit regionalen Handelsbündnissen. Die RCEP-Zone ist dafür ideal: China stärkt gezielt seine Geschäftsbeziehungen mit den anderen RCEP-Märkten. RCEP sollte auch ein Gegengewicht zum Freihandelsabkommen Transpazifische Partnerschaft (TPP) bilden. Nach dem Rückzug der USA aus TPP unter der Trump-Regierung führten die verbliebenen elf TPP-Mitglieder das Abkommen als CPTPP weiter, das als Ergänzung zur RCEP gesehen wird; mehrere Staaten gehören beiden Handelszonen an und haben untereinander auch bilaterale Handelsabkommen vereinbart.

Im Jahr 2022 stieg der Handel zwischen China und anderen RCEP-Mitgliedern im Vergleich zum Vorjahr um 7,5 Prozent auf 12,95 Billionen Yuan (etwa 1,82 Billionen US-Dollar), was nach Angaben der chinesischen Zollverwaltung Chinas 30,8 Prozent des gesamten Außenhandelswerts des Landes ausmacht.

Schwerpunkt Zollabbau

Der Schwerpunkt der RCEP liegt auf dem weitgehenden Abbau von Zöllen. Sie sieht nicht vor, dass die Mitglieder ihre Volkswirtschaften anderweitig liberalisieren oder internationale Standards im Umwelt- und Arbeitnehmerschutz erfüllen müssen. Die Landwirtschaft ist weitgehend ausgeklammert, und der grenzüberschreitende Datenaustausch bleibt ungeregelt. Die Harmonisierung der Ursprungsregeln ist eine wichtige Errungenschaft von RCEP. Denn die bestehenden Zölle zwischen den RCEP-Ländern werden nur für Ursprungszeugnisse dieser Länder abgebaut. Die Zollhöhe ist dabei sehr unterschiedlich: Zwischen den ASEAN-Staaten gibt es bereits fast keine Zölle mehr, auch deren Zolltarife gegenüber Drittstaaten sind niedrig. Die größten Ersparnisse wird es im Handel zwischen China und Japan sowie zwischen Japan und Südkorea geben.

↳ Silvia Jungbauer, jungbauer@gesamtmasche.de



EU will Freihandel mit Indien

Seit Juli 2022 verhandelt die Europäische Union ein seit langem angestrebtes Freihandelsabkommen mit Indien. Das ist eine Chance für die EU-Textil- und Bekleidungsindustrie auf fairere Handelsbedingungen. Doch die EU könnte die Branche anderen Interessen unterordnen. Ein willkommener Köder zugunsten Indiens, das gerade im Textilsektor auf Marktzugang pocht? Schließlich ist das Land der viertgrößte Textil- und Bekleidungslieferant der EU.

Der erste Anlauf zu einem Handelspakt scheiterte 2013. Heute geht es für beide Partner mehr denn je um eine geopolitische Allianz, denn die globalen wirtschaftlichen Kräfteverhältnisse verschieben sich zusehends zugunsten Asiens. Die EU steht unter größerem Druck, einen erfolgreichen Abschluss zu erreichen. Im Sinne einer geopolitischen Allianz dürfte Indien wiederum nach seinem Rückzug aus der RCEP daran gelegen sein, möglichst rasch andere Partnerschaften zu vertiefen.

Für die EU sind die Verhandlungsbedingungen zehn Jahre nach Abbruch der ersten Runde nicht einfacher geworden. Zu Indiens offensiven Interessen gehört der verbesserte Marktzugang im Textil- und Bekleidungssektor. Die EU hat zusätzlich zu ihren alten Forderungen in den Bereichen Automobil, Einzelhandel,

Landwirtschaft und Finanzdienstleistungen ein Bündel von Nachhaltigkeitsanforderungen mit im Gepäck. Das macht die klassischen Verhandlungen um tarifäre und nicht-tarifäre Zugeständnisse noch schwieriger als bisher. Die europäische Textilbranche wird achtsam sein müssen, nicht zum Bargaining Chip zu werden.

Indiens durchschnittliche Drittlandszölle für Bekleidung liegen i. d. R. bei 20 Prozent fällig, für Garne und Stoffe um die 10 Prozent. Daneben verteuert ein Geflecht aus Steuern und Gebühren die Einfuhr. Indien klagt bereits darüber, dass größere Einschnitte bei den Zöllen die Mittel beschneiden würden, die das Land zur Erreichung der Sustainable Development Goals benötigt.



Depolymerisierter Kunststoff aus dem Polyestergewebe.



Intakte Baumwollfasern nach dem Recyclingprozess.

Bilder: © University of Copenhagen

Textilrecycling so einfach wie Kuchenbacken

Ein Team von jungen Chemikern an der Universität Kopenhagen haben eine umweltfreundliche und verblüffend einfache Recyclingmethode gefunden. Die neue Methode hat sowohl ein hohes Potenzial, das Recycling von Textilien aus Polyesterbaumwolle als auch das Recycling von Kunststoffabfällen aus PET zu revolutionieren. Zum Einsatz kommt gewöhnliches Hirschhornsalz, einer Zutat, die üblicherweise als Backtriebmittel für Kuchen verwendet wird.

Beim Recycling von Alttextilien stellen in besonderem Faser-mischungen eine Herausforderung dar. Herkömmliche Recyclingverfahren legen den Schwerpunkt meist auf die Erhaltung der Kunststoffkomponente. Die Baumwollfaser geht dabei oft verloren. Auch sind diese Methoden kostspielig, komplex und beim Prozess selbst entstehen meist bedenkliche Rückstände. „Derzeit gibt es nur sehr wenige praktische Methoden, mit denen sowohl Baumwolle als auch Kunststoff recycelt werden können. Mit unserer neu entdeckten Technik können wir jedoch Polyester in seine Monomere depolymerisieren und gleichzeitig Baumwolle in einer Größenordnung von Hunderten von Gramm zurückgewinnen, und das mit einem unglaublich einfachen und umweltfreundlichen Ansatz. Diese schadstofffreie katalytische Methode könnte den Durchbruch bringen“, erklärt der Doktorand Yang

Yang aus dem Team von Jiwoong Lee am Fachbereich Chemie der Universität Kopenhagen.

Bei dem Verfahren wird Hirschhornsalz, auch Ammoniumbicarbonat genannt, in Ammoniak, CO₂ und Wasser zerlegt. Die Kombination von Ammoniak und CO₂ wirkt als Katalysator und löst eine selektive Depolymerisationsreaktion aus, die das Polyester aufspaltet und die Baumwollfasern erhält. „Das Ergebnis ist eine Flüssigkeit, in der sich die Kunststoff- und Baumwollfasern in verschiedenen Schichten absetzen. Das ist ein einfaches und kostengünstiges Verfahren“, erklärt die Mitautorin der Studie Shriaya Sharma.

Zuvor hatte dieselbe Forschungsgruppe gezeigt, dass CO₂ als Katalysator dienen kann, um unter anderem Polyamid rückstandslos abzubauen. Diese Entdeckung inspirierte sie dazu, die Verwendung von Hirschhornsalz zu untersuchen. Mit Erfolg. Damit gelang es den Forschern, verschmutzte PET-Abfälle zu recyceln. „Als wir dann entdeckten, dass es auch mit Polyesterger-weben funktioniert, waren wir einfach begeistert. Dass es so einfach durchzuführen war, war fast zu schön, um wahr zu sein“, sagt Carlo Di Bernardo, Doktorand und Mitautor der Studie.

Obwohl das Verfahren bisher nur im Labor getestet wurde, weisen die Forscher auf seine Skalierbarkeit hin und stehen nun in Kontakt mit Unternehmen, um das Verfahren im industriellen Maßstab zu testen.

Optimierte Prozesse für 100% Recycling

Mechanisches Recycling

Die Deutschen Institute für Textil- und Faserforschung Denkendorf (DITF) haben zusammen mit dem Sächsischen Textilforschungsinstitut (STFI) eine neue Prüfroutine zur Klassifizierung von Recyclingfasern entwickelt. Mit der Prüfroutine optimiert das mechanische Recycling von Alttextilien, um diese bis zu 100 % in einen hochwertigen Kreislauf zurückzuführen.

Lange Fasern sind besser

Als ersten Schritt steht beim mechanischen Recyceln das Reißen der Alttextilien. Bei der Prozedur werden die Fasern teilweise beschädigt. Das Ergebnis: Die Fasern aus dem Reißgut sind unterschiedlich lang. Dabei gilt: Je kürzer die Reißfasern desto schwieriger die Weiterverarbeitung und desto schlechter die Qualität des späteren Garns. Genau hier setzt die neue Prüfroutine an.

Optimierte Prozesse für hohe Qualität

In dem mit einer speziellen Messvorrichtung die Faserlängen nach dem Reißen vermessen und ausgewertet werden. Mit der Auswertung gelingt es den Reißprozess optimal auf das Material der Alttextilien abzustimmen, um die bestmögliche Faserqualität zu

gewinnen. Eine weitere Auswertung der Daten hilft dabei die jeweils passendsten Parameter für den Spinnprozess samt Einstellungen und Spinnmittel zu ermitteln.

100% Recyclingfaseranteil

Ring- und Rotorgarn wurden hergestellt. Das Ringgarn ließ sich am besten mit dem Kompaktspinnverfahren herstellen. Damit können selbst kurze Recyclingfasern besser eingebunden werden, was dem Garn mehr Festigkeit verleiht. So gelang es dem Forscherteam Garne aus 100 Prozent recycelten Aramidfasern herzustellen, die anschließend zu Gestricken weiterverarbeitet wurden. Auch Baumwollfasern wurden in Mischung von 80 Prozent Gutfasern und 20 Prozent Rezyklat versponnen. Nach Projektabschluss konnte der Rezyklatanteil bei Baumwolle auf bis zu 70 Prozent erhöht werden.

Ausgangsmaterial & Anwendungszweck sind entscheidend

Die Forschungsarbeit von den DITF und des STFI zeigt: Es ist möglich recyceltes Material zu 100 Prozent wieder zu verarbeiten. Allerdings ist zu beachten, dass die Garne produktorientiert eingesetzt werden müssen. Das heißt, nicht jedes Garn aus recycelten Fasern passt für jede Anwendung. Ausschlaggebend für die Qualität der recycelten Garne bleibt die Qualität des Ausgangsmaterials. Denn durch den Reißprozess kommt es unweigerlich zu Qualitätseinbußen, welche z. B. die Festigkeit der Garne beeinflussen.

Bilder: © DITF



Alttextilien nach dem Reißprozess. Hinten: Baumwolle, vorne: Aramid.



Eingelegte Fasern in der Klemme die in das Messgerät eingelegt wird.

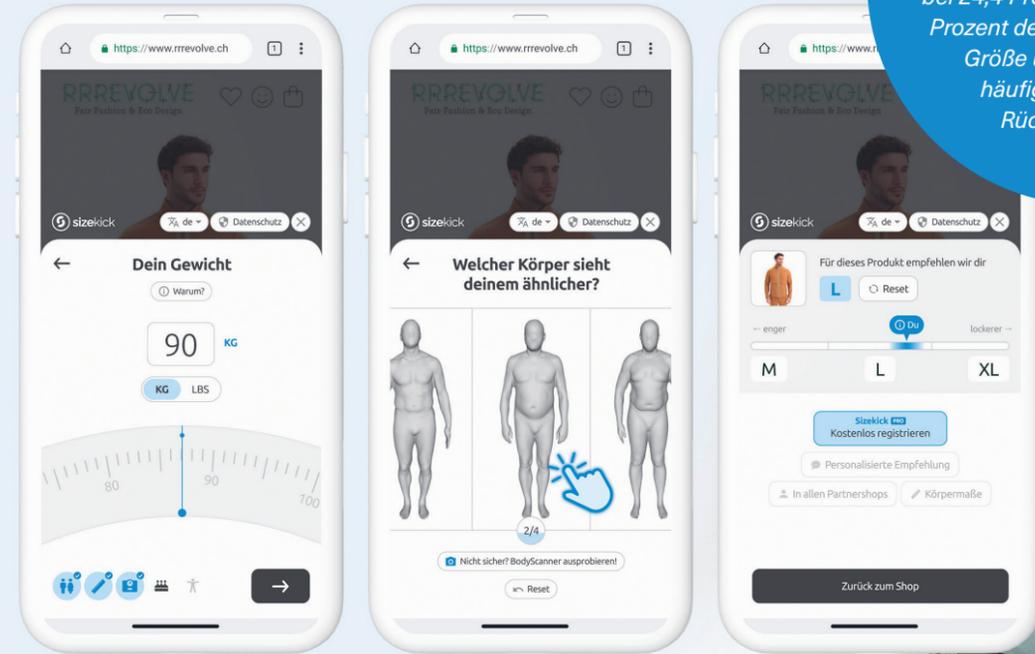


Garn und Gestrück aus 100 Prozent recyceltem Aramid.



Das IGF-Vorhaben 21286 BG/1 der Forschungsvereinigung Forschungskuratorium Textil e.V., Reinhardtstraße 14-16, 10117 Berlin wurde über die AiF im Rahmen des Programms zur Förderung der industriellen Gemeinschaftsforschung (IGF) vom Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages gefördert.

KI für Größenempfehlungen beim Online-Kauf



Laut einer Umfrage von Coresight Research unter Einzelhändlern liegt die durchschnittliche Online-Retourenquote für Bekleidung bei 24,4 Prozent. Dreiundfünfzig Prozent der Befragten nannten Größe und Passform als häufigsten Grund für Rücksendungen.



Das Münchner Start-up Sizekick sagt **größenbedingten Retouren den Kampf an. Mit seinem KI-basierten Größenfinder bietet es einen Mehrwert sowohl für Modeunternehmen als auch für deren Kunden.**

Unterstützt wird das Unternehmen durch das bekleidungstechnische Knowhow ihres strategischen Partners und Investors Hohenstein. Hohenstein verfügt über eine Datenbank mit mehr als 18.000 3D-Körperscans von Kleinkindern bis hin zu Erwachsenen und hat die Unterschiede in der Körperform bei verschiedenen Größen untersucht. Diese Daten wurden verwendet, um die KI von Sizekick zu trainieren und die Genauigkeit der Größenempfehlungen zu optimieren.

Schnelle & unkompliziert

Sizekick stellt Verbrauchern beim Online-Kauf zwei Optionen zur Verfügung, um zu ihrer persönlichen Größenempfehlung zu gelangen. Zum einen gelingt das mit dem BodyFinder, welcher realistische Körperformen zur Auswahl vorschlägt. Alternativ ermöglicht die video-basierte BodyScanner-Option einen Körper-

scan per Videofunktion des Smartphones. Hierzu ist lediglich eine Drehung um die eigene Achse vor der Handykamera nötig. Die KI-Lösung lernt im Laufe der Zeit die Nutzer immer besser kennen und ist dadurch in der Lage, die persönlichen Passformpräferenzen zu berücksichtigen.

Minimaler Aufwand - Großer Nutzen

Modeunternehmen, aber auch Multi-Brand-Shops oder Marktplätze können den "Sizekick Button" mit minimalem Aufwand in wenigen Minuten im Online-Shop integrieren. Je mehr Verbraucher die Sizekick-Funktion nutzen, desto mehr wird die KI lernen und sich verbessern. Die Daten sind dabei direkter Input für die Produktentwicklung der Unternehmen. Die Sizekick Passformanalysen hilft den Produktteams nicht nur dabei, Kleidung zu entwickeln, die ihren Kunden besser passt. Die KI gibt auch Aufschluss darüber, welche Silhouetten und Stile bei Kunden mit bestimmten Körperproportionen bevorzugt werden.

Schon mit ihrem Markteintritt konnten die Münchner einige namhafte Modeunternehmen und Händler für ihre KI-Lösung gewinnen. Unter anderem das Premium Modelabel Marc Cain.

www.sizekick.io

Textilfassade verbessert urbanes Mikroklima

Ein am Institut für Leichtbau und Entwerfen (ILEK) der Universität Stuttgart entwickeltes textiles Fassadensystem verbessert urbanes Mikroklima und wirkt gegen Hitzeinseln und Überschwemmungen.

Bild: © photohgic-unsplash

Textiler Regenspeicher

Asphalt- und Betonflächen absorbieren Sonnenstrahlung und wandeln diese in Wärme um. Im Gegensatz zu Grünflächen findet eine Kühlung durch Verdunstung von Wasser kaum statt. Das Regenwasser kann nicht versickern und wird fast vollständig in die Kanalisation geleitet, die bei hoher Niederschlagsmenge überlastet. Überschwemmungen sind die Folge. Ein vielversprechender Lösungsansatz ist das vom ILEK entwickelte textile Leichtbau-Fassadensystem HydroSKIN. Es speichert Regenwasser, welches bei hoher Außentemperatur verdunstet. Die dabei entstehende Verdunstungskälte hilft, das urbane Mikroklima zu verbessern.

Intelligentes Wassermanagement

Im Mittelpunkt der Innovation stehen Abstandsgewirke. Dank ihrer Strickkonstruktion kann im Textilinneren die Luft gut zirkulieren. Das begünstigt eine sehr schnelle Verdunstung, was den Kühleffekt der Fassade noch verstärkt. Die Deckflächen des 3D-Gewirkes lassen Regentropfen ins Innere und schützen zugleich vor Verschmutzung durch Insekten und Blätter. Eine Folie auf der



Innenseite des Textils leitet das Wasser nach unten in ein Profilsystem ab. Von dort kann es entweder in einem Reservoir gespeichert oder direkt im Gebäude verwendet werden, um den Wasserverbrauch zu senken. An heißen Tagen wird das Wasser zurück in das Fassadenelement geleitet, wo es verdunsten kann, um Gebäude und

Umgebung zu kühlen. Die Größe der Fassadenelemente ist flexibel. Das geringe Flächengewicht ermöglicht eine einfache Montage an allen gängigen Fassaden. Dadurch lassen sich auch Bestandsgebäude entsprechend nachrüsten.

Je höher desto effektiver die Wirkung

Hohe Gebäude bieten ein besonderes Potenzial für hydroaktive Gebäudehüllen. Je höher die Gebäude werden, desto schräger trifft der Regen aufgrund der hohen Windkräfte als Schlagregen auf die Gebäudefassade, so dass ab einer Höhe von etwa 30 Metern mehr Regen auf die Fassade trifft als auf ein horizontales Dach gleicher Größe. Die hohen Windgeschwindigkeiten verstärken den Verdunstungseffekt zusätzlich, so dass ein kühler Luftstrom entsteht, der sich nach unten in den Stadtraum bewegt.

Labortests haben bewiesen, dass die Oberflächentemperatur der HydroSkin-Fassade durch den Verdunstungskühleffekt um ca. 10 °C gesenkt werden konnte. Derzeit werden die hydroaktiven Fassadenelemente unter realen Wetterbedingungen am Hochhaus D1244 der Universität Stuttgart getestet.



Bild: © ILEK

GLOBAL TRADE CONTENT

Unser Global Trade Knowledge als Data Content

In herausragender Qualität für den Einsatz in Ihrer Software (z.B. ERP, GTM)



Planen Sie Ihre Außenhandelsprozesse rechtssicher und kostenoptimiert durch den Einsatz von validiertem Data Content von Mendel. Mit unseren Daten gestalten Sie Ihre Supply Chain auf Basis aktueller Zolltarifdaten von über 160 Ländern und den zugehörigen Präferenzabkommen sowie bei der Einfuhr anfallenden Abgaben und Steuern. Weltweite Güterlisten der Exportkontrolle oder von Embargos verhindern unerlaubte Ausfuhren und Sanktionslistendaten das Geschäft mit dort gelisteten Personen und Firmen.

NICE TO KNOW: Mit der Wahl von Global Trade Content von Mendel haben Sie größtmögliche Flexibilität was Schnittstellen, Formate, Sprachen und Updates betrifft:

- ✓ Wir unterstützen Schnittstellen von SAP ERP oder GTS, MIC, AEB, dbh u.a.
- ✓ Variable Formatwahl wie XML, HTML, textbasierte Formate, Excel, Word ...
- ✓ Data Content überwiegend in englischer Sprache, viele Inhalte sind auf Deutsch verfügbar. Auch Französisch und Spanisch sind möglich. Weitere Originalsprachen wie die Amtssprachen der EU oder Chinesisch werden ebenso unterstützt.
- ✓ Aktualisierungen ausgerichtet an individuellen Bedürfnissen



Sie haben Fragen?

Kontaktieren Sie unser Service-Team für eine kurzfristige Rückmeldung:

Mendel Verlag GmbH & Co. KG, Bochum

Tel.: +49 2302 202930 | E-Mail: info@mendel-verlag.de

Weitere Informationen zu **Mendel**, unseren Produkten und Serviceleistungen finden Sie unter www.mendel-verlag.de



Zolltarife



Sanktionslisten



Exportkontrolle



Einfuhrvorschriften



Ursprungsregeln



Einfuhrsteuern & -abgaben



Weitere Leistungen