

masche

Ausgabe 1 | 2017

Gesamtverband der deutschen
Maschenindustrie e.V.

MÄRKTE

VAE und Kanada

RECHT UND WIRTSCHAFT

Online-Plattformen

FORSCHUNG

Optimale Passform

Perspektiven

TREND.PULS SS 2018

Inhalt



23

Passform?
Optimieren!



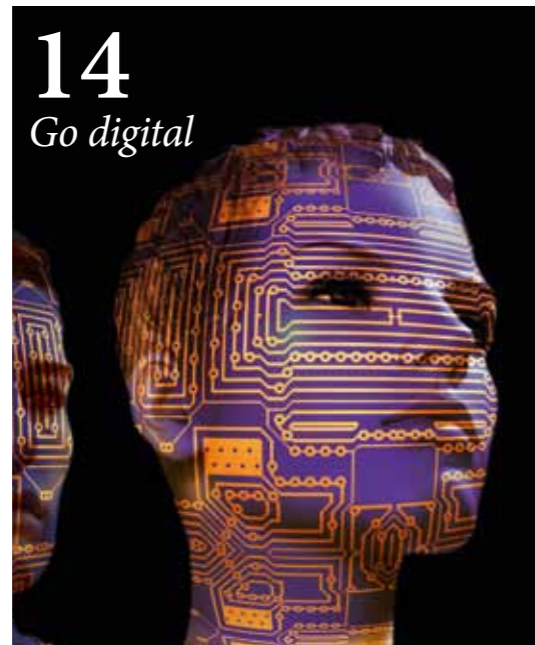
15

Online-Plattformen



20

CETA kommt



14

Go digital



11

Messerückblick

- 04 Im Blickpunkt
6. Textil- und Modedialog
- 06 KURZ & INFORMATIV
- 08 Perspektiven
TREND.PULS
Sommer 2018
- 12 STICKEREI
Von Haute Couture
bis TechTex
- 17 Recht
Neue Informations-
plichten
- 20 Märkte
VAE
- 22 Forschung
Blends4Innovation

Editorial



Liebe Leserinnen und Leser,

Trump in den USA, Erdogan in der Türkei, neuer Nationalismus in Europa: Nicht nur Politiker sehen die Nachkriegsordnung wanken. Der neue US-Präsident hat allen Freihandelsplänen bis auf weiteres den Garaus gemacht. Die anhaltend schwierige geopolitische Lage kostet weiter Umsatz und schürt Zukunftsorgen. Ist das das Ende der Globalisierung?

Die internationale Vernetzung nimmt weiter zu und lässt sich nicht einfach per Dekret rückgängig machen. Schon deshalb dürfte die Globalisierung längst nicht am Ende sein, im Gegenteil. In der Textilbranche kann Deutschland bestimmte Produktionsprozesse nicht wieder von heute auf morgen national oder regional stemmen. In den USA, England oder Frankreich ist das nicht anders. Es fehlt an einer riesigen Menge qualifizierter Mitarbeiter. Von den Auswirkungen auf Kosten und Preise ganz zu schweigen.

Doch die Globalisierung könnte künftig anders aussehen als bisher. Für die Wirtschaft sind verlässliche Rahmenbedingungen zentral. Von ihnen hängen Investitions- und Kaufentscheidungen ab. Politischen Tendenzen zum Trotz wachsen weltweit die Absatzmärkte für innovative Anwendungen. Für die Maschenbranche ergeben sich Wachstumschancen insbesondere im Bereich Smart Textiles, durch Funktionalität und Zusatznutzen. Die Einsatzgebiete reichen von der Medizin, Sport und Automobil bis zur Mode. Doch die Wertschöpfungsketten müssen

enger zusammenrücken. Neue Technologien revolutionieren die Produktionsprozesse und erlauben die kurzfristige, ja die „real time“ Anpassung an Kundenwünsche. Für die zunehmende Individualisierung der Produktion sind lange Wege Gift: zu teuer, zu zeitintensiv, zu unflexibel. Darüber hinaus übrigens auch umweltschädlich und riskant. Die zunehmende Digitalisierung vernetzt die Welt, begünstigt aber auch die lokale Kooperation. Das birgt neue Chancen für die Branche in Europa, erfordert jedoch außerdem konsequentes Handeln in fernen Absatzregionen mit hohem Wachstum.

„Go glocal“ heißt das Motto internationaler Wertschöpfungsketten heute. Global wenn notwendig, lokal wenn möglich.

In dieser Ausgabe erfahren Sie die Hintergründe der aktuellen Megatrends. Spannende Forschungsergebnisse zeigen auf, wie die Masche noch besser passt und noch mehr kann als bisher. Allerdings

finden Sie in diesem Heft auch einiges darüber, wie unsere Bürokratie den Innovationsgeist und die Suche nach neuen Märkten ausbremst. Aber auch dadurch lässt sich die Masche nicht aufhalten. Genauso wenig wie der Frühling.

Eine anregende Lektüre wünscht Ihnen

Ihre Martina Bandte
Präsidentin Gesamtmasche

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 und Layout

Silvia Jungbauer

Gestaltung Bliss Grafik, www.blissgrafik.com

Druck diedruckerei, Neustadt a. d. Aisch

Auflage 700

Ausgabe 01/2017 Heftnummer 20

Fotos Soweit ohne Vermerk von Gesamtmasche

Titel Aquarell von © Ute Möller

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



6. Textil- und Modedialog

Am 1. Februar 2017 war es wieder soweit: Der Verband der Bayerischen Textil- und Bekleidungsindustrie, der Verband Lederbekleidung, der Dialog Textil-Bekleidung, Gesamtmasche und Südwesttextil luden zum sechsten Textil- und Modedialog ins MOC nach München ein.



René Lang (Präsident VDMD), Silvia Jungbauer (Gesamtmasche), Reiner Knochel (Textile Experience)

Durch den Abend führte Christian Dierig von der Dierig Holding AG in Augsburg, Präsidiumsmitglied des VTB. Der Dialog mit dem Münchner Wirtschaftsbürgermeister Josef Schmid drehte sich um das Potential Münchens als Modestadt und um den neu geschaffenen – und sofort sehr medienwirksamen – Münchner Modepreis.



Die Meisterschule für Mode präsentiert ihre Kollektionen zur Performance der Tanzschule Iwanson.

Mit der Entwicklung der Innenstädte in Bezug auf die großen Ketten sowie mit dem verkaufsoffenen Sonntag griffen die Diskutanten zwei heiße Themen auf. Beim anschließenden Start-up Slam präsentierten drei Jungunternehmer ihre innovativen Ideen in 400 Sekunden.



Als krönendes Highlight präsentierte die Deutsche Meisterschule für Mode | Designschule München in Kooperation mit der Tanzschule Iwanson und unter der Leitung von Frau Irene Schoppmeier die Key Pieces aus drei Kollektionen verschiedener Design-Absolventinnen. Eine faszinierende Show mit tollen Einblicken in die Fashionwelt junger Talente!

„Endlich Sport für jeden, immer und überall!“
Antelope Club-Gründer Kay Rathschlag lud das Publikum in die spannende Welt rund um das Thema Wearables ein und demonstrierte anschaulich die Vorteile seiner Produkte.
www.antelope.club



„Personalisierte Werbung funktioniert jetzt auch stationär.“
Sebastian Oehme stellte das Unternehmen Suggestio Media vor, das Online- und Offline-Daten im Handel verknüpft.
www.suggestio-media.de

„Wir machen Abfall zu Geld“
Das Start-up Upcycling Deluxe bietet laut Gründer Mateo Sotomayor Fashion aus recyceltem Material an und richtet damit seinen Fokus auf das Thema Nachhaltigkeit.
www.upcycling-deluxe.com



Neues Mitglied

vti und Gesamtmasche kooperieren



Silvia Jungbauer,
Hauptgeschäftsführerin
Gesamtmasche: „Wir freuen uns
sehr, über den vti die Verbindung
zu Maschenfirmen im Osten
Deutschlands zu stärken.“



Bertram Höfer,
Hauptgeschäftsführer des vti:
„Unsere bestehende Kooperation
mit Gesamtmasche durch eine
Mitgliedschaft zu vertiefen, ist
für uns ein echter Mehrwert.“

Zum Jahresanfang hat die Gesamtmasche-Familie besonderen Zuwachs erhalten: Der Verband der Nord-Ostdeutschen Textil- und Bekleidungsindustrie e.V. – vti – ist seit 1. Januar 2017 Mitglied bei Gesamtmasche.

Die Mitgliedschaft soll die Kooperation zwischen beiden Verbänden stärken und den Mitgliedern des vti verbesserten Zugang zu Schwerpunktthemen von Gesamtmasche eröffnen. Neben maschen-spezifischen Fragen zählen dazu Außenwirtschafts- und Zollthemen sowie der Bereich Produktkennzeichnung.

Eine ähnliche Kooperation pflegt Gesamtmasche bereits seit einigen Jahren erfolgreich mit dem Verband der Bayerischen Textil- und Bekleidungsindustrie (VTB).

GESAMTMASCHE

Jetzt vormerken!

MITGLIEDERVERSAMMLUNG

am 16. Mai 2016
auf dem Stuttgarter Fernsehturm

Schauen Sie mit uns über den Horizont.

16:00 Uhr Interne
Mitgliederversammlung
18:00 Uhr Öffentlicher Teil
mit Buffet Dinner

Die offizielle Einladung wird im April verschickt.

Save the
date!



Bild: © Oma Schmidts Masche

Kaschmir zum Schnäppchenpreis? Eine Illusion!



Bild: © Peterseim

Kaschmir liegt im Trend. Auch im letzten Winter lockten manche Händler wieder mit erstaunlich niedrigen Preisen. Doch leider wird oft getrickst. Wie man sich vor Schummelpullis schützen kann, zeigte der Qualitätsstricker Helmut Peterseim mit weiteren Unternehmern im ARD-Fernsehen.

„In angeblicher Kaschmirware sind leider oft andere, preisgünstigere Fasern enthalten, oder die Qualität lässt einfach zu wünschen übrig“, so Peterseim. Beliebt sei die Beimischung günstigerer Schafwolle, die chemisch so behandelt wird, dass sie sich selbst im Prüflabor nur noch schwer von echtem Kaschmir unterscheiden lässt.

Die Sendung „Vorsicht, Verbraucherfalle“ deckte auf, wie man aus Schafswolle angeblich hochwertiges Kaschmir machen kann. Mithilfe des Edelhaarspezialisten Michael Dal Grande, einer italienischen Spinnerei sowie dem Strickspezialisten Helmut Peterseim stellten das ARD-Team auf eigene Faust Pullover her. Die Kunden ihrer eigens für das Experiment eröffneten Boutique ließen sich leicht täuschen.

Helmut Peterseim bekräftigt: „Qualität und edle Materialien haben immer ihren Preis. Dabei muss es nicht immer Kaschmir sein. Es gibt Kaschmir-Wolle-Mischungen von höchster Güte. Reines Kaschmir zum Schnäppchenpreis bleibt eine Illusion.“

17

VERANSTALTUNGEN & SEMINARE

22. April 2017

Textil digital

DITF, Denckendorf

3. Mai 2017

Umwelttag Masche

Gesamtmasche, Stuttgart

16. Mai 2017

MITGLIEDERVERSAMMLUNG

auf dem Stuttgarter Fernsehturm

31. Mai 2017

Textilkennzeichnung aktuell

Gesamtmasche, Stuttgart

Information und
Anmeldung unter
[www.gesamtmasche.de/
veranstaltungen](http://www.gesamtmasche.de/veranstaltungen)

50

der in Mexiko hergestellten Fahrzeuge und Fahrzeugteile werden exportiert. Neun von zehn Exportautos im Gesamtwert von rund 90 Mrd. US-\$ gehen dabei in die USA. Für die USA ihrerseits ist Mexiko wiederum nach Kanada der zweitwichtigste Absatzmarkt. Besonders eng sind die Wertschöpfungsketten im Kfz-Sektor miteinander verflochten: Im NAFTA-Produktionsalltag überqueren einzelne Teile bis zu acht Mal die Grenze.

Design-Knowhow weiterzugeben!

Strick und Jersey waren schon immer der Fokus der Diplom-Designerin Susan Wrschka. Nach 25-jähriger Designarbeit und Kollektionsentwicklung will sich die gebürtige US-Amerikanerin intensiver der Beratung, reiner Produktentwicklung, Forschung und Lehre widmen. Seit 1993 arbeitet sie für namhafte deutsche Modefirmen als International Creative Art Director Strick und Jersey im Modern Women Segment, seit 2006 für die Linie BLACK LABEL WOMEN, s.Oliver. Seit den 1990ern nimmt sie Lehraufträge im Bereich Stricktechnologie und -design an verschiedenen Hochschulen wahr.

Interessiert? Susan Wrschkas Vita können Sie bei Gesamtmasche anfordern.

Kontakt: jungbauer@gesamtmasche.de





Dorfgemeinschaft in der Großstadt . Sehnsucht nach Nähe
Aquarell-Künstlerin: Eike Memmler

TREND.PULS Sommer 2018

PERSPEKTIVEN

Wie zu jeder Saison analysiert und beschreibt der VDMD unter der Leitung der Trendforscherin Mara Michel, wie sich der Megatrend in einzelnen Produkten zeigt. Rechtzeitig zum Saisonbeginn wurden für vier Themen die Farben, Strukturen, Drucke und Dessinierungen von Materialien, Stoffen und Zubehör definiert. Die erfreuliche Schlussfolgerung für die Masche: „Strick wird mehr!“

Von der Individualität zur Identität:

„Die ganze Welt ist in Bewegung. Digitalisierung prägt unseren Alltag. Nachbarn schließen Freundschaften und erfinden gemeinsame Begegnungsorte in den Ballungsräumen überfließender Großstädte. Um Sicherheit und Ruhe zu gewinnen, kehren wir zurück zur Basis. Regionale Produkte werden bevorzugt. Der Tante-Emma-Laden feiert Revival. Menschen, die sich nie zuvor begegnet sind, schließen Freundschaften. Heimat und Wir-Gefühl werden zur Priorität. Es entsteht eine neue Art von Verwurzelung, Sehnsucht nach Geborgenheit und bürgerlicher Idylle. Gleichzeitig wächst das Bedürfnis nach Individuellem, sich abzuheben von anderen.“

Vier Themen haben sich daraus entwickelt: FOCUSING – GROWING – NETWORKING – GAMING.

1. FOCUSING: URBAN – RUHE

Welche neuen Lebensansätze gibt es in den Städten? Wie vereinbaren wir das Dicht an Dicht mit dem Bedürfnis nach anonymer Ruhe, wie das namenlose Nebeneinander mit der Sehnsucht nach Dorfidylle? Die Antwort liegt in der Natur. Wir holen sie in die Städte herein. Freie Flächen im Haus, auf dem Balkon, im Garten und auf öffentlichen Plätzen dienen Gemüseanpflanzungen und der Tierhaltung.

Die Farben sind elegant und feinnervig. Kreidetöne geben den Ton an und sind matt gebrochen, ästhetisch. Grau-, Silber- und Blau-Töne gehen sanft ineinander über und werden von einem Gelbgrün sprießender Blätter erfrischt.

FOCUSING: Das urbane Leben verfeinert sich. Es wird komfortabler, individueller, wertiger, maßgeschneiderter und nachhaltiger.

2. GROWING: NATUR – TECHNIK

Wie können wir Nachhaltigkeit mit der Entwicklung intelligenter Materialien und der Sehnsucht nach Relaxing in der Natur vereinen? Wir gehen in die Natur, joggen durch Wälder, atmen tief den Duft von Tannennadeln, Laub und Wiesenblumen ein. Wir erholen uns und entschleunigen. Dabei verzichten wir nicht auf den Komfort von Outfits, die der Natur technische Raffinessen abgeschaut haben.

Die Farben spiegeln einen sonnigen Sommertag wider: zarte Wasser- und Wiesenblumen-Farben, Blättergrün, Cosmea-Rosé, Veilchen und der Duft sonnenumwobener Lichtungen.

GROWING: Wachsen und wachsen lassen, feminine Romantik und Nachhaltigkeit gepaart mit Experimenten und neuen Optiken.



Verantwortung für die Natur . Rettung der Bienen
Aquarell-Künstlerin: Petra Rau



Globalität gepaart mit Individualität . Sehnsucht nach Wertschätzung
Aquarell-Künstler: Andreas Mattern

3. NETWORKING: CROSS CULTURE

Inmitten der Globalität suchen wir nach Individualität. Inspirationen aus fremden Kulturen beeinflussen unsere

Essgewohnheiten, Wohnstile und unsere Mode. Es entsteht ein globales Patchwork, offensiv, intensiv, kulturell, tolerant, wertig, warm und wertschätzend. Ein Mix der Kulturen, offen für das Andere: ein neues Wertedenken.

Die Farben der fremden Kulturen beeinflussen uns nachhaltig: Intensive Rot- und Violett-Varianten, kühles starkes Blau und Grün, warm, intensiv, kraftvoll und untermalt von Altgold.

NETWORKING: strahlt Opulenz, Wertigkeit und Wärme aus. Historische Anleihen und Folklore werden modern übersetzt und mit bewussten Stilbrüchen verbunden.

4. GAMING: YOUNG GENERATION

Wie geht die junge Generation mit den neuen Herausforderungen der globalen und digitalen Welt um? Die Antwort ist: Let's play. Sie erobern die Welt spielerisch, erfinden Parallelwelten, vernetzen sich mit Menschen anderer Kontinente, verwandeln sich in Cosplays, Prinzessinnen, Mangas und Filmhelden, lassen ihre Helden gegeneinander kämpfen und miteinander agieren. Sie suchen Weite und Nähe zugleich,



Aufbruch in einen neuen Lifestyle . Entwicklung einer neuen Identität
Aquarell-Künstlerin: Ute Möller

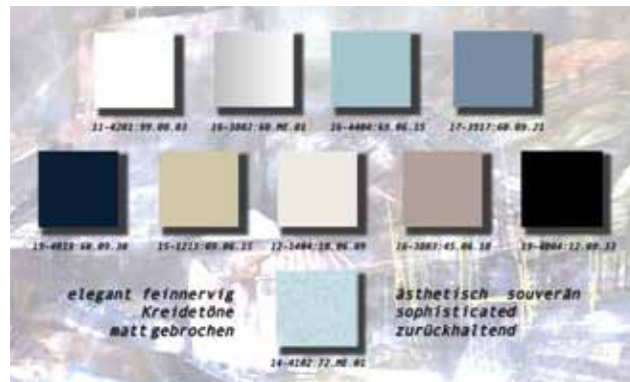
experimentieren mit fremden Identitäten und finden so zu neuer eigener Identität.

Die Farben wirken einerseits künstlich, sind kalt-bunt und dürfen auch kitschig aussehen. Andererseits werden sie eingerahmt oder unterlegt von zurückgenommener harten Nachtblau, Burgunderwein oder Schiefergrau, überstrahlt von einem hellen Messington.

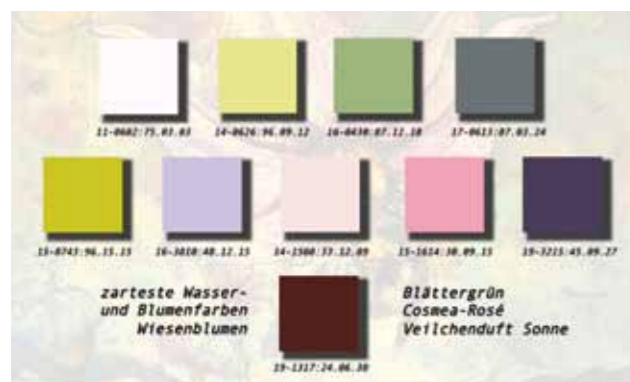
GAMING: ist die Suche nach neuer Identität in einer technischen Welt, in der Roboter staubsaugen und Kühlschränke Ware bestellen. Virtuelle Welten werden in den Alltag gezogen, Arbeitsplätze rücken ins Freie, Büros werden zu Kommunikationszentren.

↳ Mara Michel,
Geschäftsführerin des VDMD
und Leiterin des VDMD.TrendResearchTeams
www.vdmd.de

STRICK.TREND.PULS



FOCUSING – Für die urbane Masche eignet sich die ganze Palette von Lurexbeimischungen und -optiken. Die feinnervigen Farben erhalten dadurch eine verborgene Neuheit. Es wird mit Glanzfolien überdruckt. Feine Strukturen wie Ottoman und Ajourgestricke werden mit diesen neuen Techniken entstaubt. Das Angebot der Garnhersteller bietet einen reichen Fundus. Überlagerungen von Transparenz, Plisse, marmorierte Farbübergänge und brüchig wirkende Strickstrukturen sind geeignete Überbringer für FOCUSING. Die Materialien basieren vorwiegend auf Naturfasern, jedoch oft mit Beimischungen. Feine Minimaljacquards sowie boucléhafte Garne bereichern das urbane Thema.



GROWING – Maschen sind bewusst „used“ bearbeitet und bilden für die Entwicklung Natur|Technik eine geeignete Grundlage. Der Naturlook wird mit wunderbaren Überraschungen vom Öko-Image entstaubt: Strukturen mit Rissen und unkontrollierte Muster, die ineinanderlaufen. Eine Art kontrollierte Fehlerhaftigkeit der Muster und die Ausarbeitung der Details ergeben spontane Kombinationen von Löchern, Fangmustern, Nadelzügen, luftigen Strukturen, Farbverläufen, Ombres, Überdrucktem und Flottungen.



NETWORKING – Die Masche bereist die Welt. Als Oberfläche lässt sie viel Raum für Gestaltung. Hier tobt die Vielfalt intensiver Farben. NETWORKING ist die Spielwiese für cross-thinking. Gestricke werden bearbeitet mit Kordeldurchzügen, Borten und Bändern. Musterungen werden unterbrochen und andersartig zusammengeführt. Jacquards wirken wie moderne Kunstwerke oder gebrauchte „scraped surfaces“. Linke und rechte Strickoberflächen wechseln sich ab. Experimentiert wird mit allem, was eine erhabene Oberfläche bildet: 3D-Bondings, Prägungen, Dekor, Relief-Drucke, Needle Punch, Häkel-details oder neue Waschungen und Färbungen.



GAMING – Die Masche passt zum „Let's play“. Kein textiles Konstrukt bietet den Kreativen so viel Einfluss wie die Maschenoberfläche. Bisher werden die technischen Möglichkeiten nur zu einem geringen Prozentsatz ausgeschöpft. GAMING ist das Spiel mit Gewohntem hin zum Übertriebenen: Stricktechniken, die in den Archiven schlummern, erblicken wieder das Licht der Modewelt. Traditionelles mit Überraschungen brechen: z.B. Argyles patchen, farblich neu ausrichten und artisanal „pimpen“. GAMING wird zum ästhetischen Maßstab.

↳ Susan Wrschka, Vizepräsidentin VDMD und Referentin Strick im TrendResearchTeam

Das VDMD trend_book PERSPEKTIVEN und die trend.color.card Sommer 2018 können unter vdmfashion123.de für je EUR 60,- zzgl. MwSt. und Versand bezogen werden.

„Der Rubel rollt wieder“ CPM-Rückschau

Vom 20. bis 23. Februar stellten auf der CPM – Collection Première Moscow über 1.000 Brands aus 25 Ländern ihre Kollektionen für die nächste Wintersaison vor. 22.600 Besucher aus dem gesamten osteuropäischen Raum reisten zum Expocentre nach Moskau und sorgten für starke Frequenz in den Gängen. Die positive Stimmung in den Hallen zeigte, dass der russische Bekleidungsmarkt wieder Kraft getankt hat. Der Bodywear-Bereich der Messe, Mode Lingerie and Swim Moscow, konnte sich über ein Besucherplus von 11,5 Prozent freuen. Rund 3.400 Einkäufer trafen auf 115 internationale Brands aus 19 Ländern, die ihre neuen Wäsche- und Bademoden-Kollektionen präsentierten.

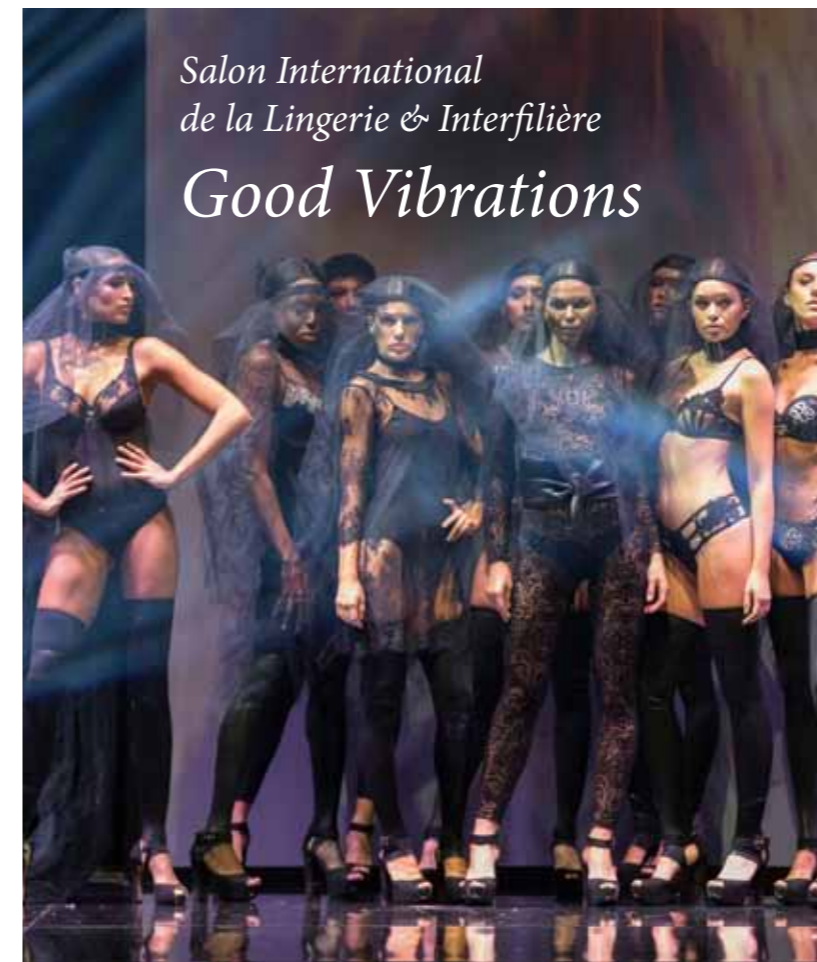
„So viel positives Feedback haben wir noch nie gehabt. Nicht nur der Rubel rollt wieder. Die Gänge und Stände waren voller Einkäufer und es wurde von morgens bis abends gut gearbeitet“, sagt Christian Kasch, Project Director CPM. 18 Shows füllten das Modenschauprogramm und lockten zahlreich die Besucher in die Reihen der Catwalk-Area. Im Rahmen des Russian Fashion Retail Forum konnten sich die Einkäufer über Trends und moderelevanten Themen informieren. Das Angebot auf der Messe war gewohnt



Das Jockey-Team auf der Mode Lingerie & Swim Moscow, Bild: © Eurovet/Igedo

vielfältig: Damen-, Herren- und Kindermode, Lingerie, Leder und Pelzbekleidung, Abendmode, Freizeitmode sowie Accessoires. Besondere Aufmerksamkeit erhielt der noch junge Bereich „Handmade in Russia“. Bei der kommenden Ausgabe werden nicht nur russische Designer, sondern Kreative aus der ganzen Welt die Möglichkeit haben, ein Teil von „Handmade“ zu werden.

Die nächste **CPM – Collection Première Moscow** findet vom 30. August bis 2. September 2017 auf dem Expocentre Messegelände in Moskau statt.



Bis kurz vor Messeschluss herrschte reges Treiben auf der Pariser Leitmesse für Bodywear SIL vom 21. bis 23. Januar in Port-de-Versailles Paris. Besucher und Aussteller waren sich einig: Das Kommen hatte sich gelohnt. Einkäufer stießen auf die Neuheiten, die sie suchten, Aussteller trafen auf neue Kunden aus internationalen Märkten. Die Zahl der nicht-französischen Besucher stieg im Vergleich zur Vorjahresausgabe um 64 Prozent. Auch auf der parallel stattfindenden Stoff- und Zutatenmesse Interfilière war einiges los: „Es ist einige Ausgaben her, seit wir dieses Niveau von ununterbrochener Aktivität auf der Messe beobachten konnten“, so die Veranstalter. Die Aussteller waren zufrieden mit der Frequenz und bestätigten die zunehmende Internationalität der Messebesucher.

TOP-10 Besucherländer SIL

- | | |
|---------------|-------------------|
| 1 Frankreich | 6 Belgien |
| 2 Italien | 7 Schweiz |
| 3 Deutschland | 8 USA |
| 4 UK | 9 Japan (neu) |
| 5 Spanien | 10 Russland (neu) |

GO DIGITAL_ DIE ZUKUNFT HAT SCHON BEGONNEN

Seit Anfang der 80er Jahre kommen in Design und Fertigung der Textil- und Bekleidungsindustrie computergestützte Verfahren wie CAD, CIM oder MRP zur Anwendung. Den ersten 3D-Drucker ließ sich Charles Hull* 1986 patentieren. Damals schon sah man die Möglichkeit, Arbeitsprozesse neu und effektiver zu gestalten. Inzwischen wird die Branche in rasantem Tempo von digitalen Technologien eingenommen.

Dadurch entstehen unendlich viele Möglichkeiten, neue Workflow-Konzepte entlang der Wertschöpfungskette zu entwickeln und einzusetzen, die flexibel und transparent sind. Synergien und Mehrwert schaffen – das sind die Schlagworte, die das Thema Digitalisierung begleiten.

Woher kommt die Synergie und wie soll dadurch Mehrwert geschaffen werden?

Am Beispiel CAD kann man erahnen, welchen Mehrwert die Weiterentwicklung digitaler Technologien mit sich bringt. Es ist bereits gängige Praxis, Dessinierungen und Bekleidungsentwürfe, die in der 2D-Technologie entwickelt sind, mit Hilfe der 3D-Technologie auf einem Menschenkörper zu

übertragen und sichtbar zu machen. Die Grundlage hierfür findet sich in der gängigen 3D-Filmtechnik, die bereits Ende des 19., Anfang des 20. Jahrhunderts ihren Ursprung hat. Auch die Schnitttechnik wird weiterentwickelt und bedient sich der bereits vorhandenen Technik. Da liegt es nahe, die menschlichen Körpermaße per 3D-Bodyscan auf einen virtuellen 3D-Formkörper zu übertragen, um diese dann in die 2D-Schnittkonstruktion als Maßgrundlage zu transferieren.

Der perfekte Schnitt ist wirtschaftlich und schnell

Auch mit Hilfe spezialisierter Software besteht die Möglichkeit, persönliche Körperdaten einzugeben, ohne sich eines 3D-Bodyscanners zu bedienen, damit der

virtuelle Doppelgänger Form annimmt. Designer können so vorab ihre Modelle begutachten, ohne dass ein Muster genäht werden muss. In der Schnittentwicklung könnte das den Musterungsprozess verkürzen, da anhand einer solchen Visualisierung Passformprobleme schon vorzeitig erkannt werden können und der Schnitt somit passformgerechter entwickelt werden kann.

Virtuelle und reale Vernetzung der Abteilungen

Spinnt man den Gedanken weiter, könnten die Daten aus dem Design direkt in die Schnittabteilung einfließen und so die bisher getrennten Bereiche zusammengeführt werden. Dies könnte zu einer höheren Effizienz im Entwicklungsprozess und weiterführend auch zu kürzeren Durchlaufzeiten im Produktionsprozess führen. Etiketten, Anhänger und andere kleinteilige Accessoires könnten für den Musterungsprozess im eigenen 3D-Drucker hergestellt werden um somit bisher lange Musterungswege zu verkürzen.

Retail 4.0

Auch für den Handel ergeben sich neue Möglichkeiten. Herkömmliche Verkaufsflächen sind fast nicht mehr zu einem adäquaten Preis zu finden, der Online-Handel boomt. In virtuellen Umkleidekabinen könnte die Kollektion direkt an personalisierten Modells anprobiert werden – oder sie wird in einer virtuellen Modenschau präsentiert.

➤ Silke Maier,
maier@gesamtmasche.de
Telefon: +49 711 5052841-2

*Chuck Hull (eigentlich Charles W. Hull) ist ein US-amerikanischer Erfinder und Ingenieur. 1984 entwickelte Hull den weltweit ersten 3D-Drucker und die STL-Schnittstelle für Stereolithografie. Er gründete in Valencia, Kalifornien, das Unternehmen 3D Systems, dessen Vizepräsident er ist.

Umfrage: Online-Plattformen werden wichtiger

Der E-Commerce hat den Handel im Textil- und Bekleidungssegment in den letzten Jahren ordentlich umgekrempelt. Er führt zu einem fortgesetzten Strukturwandel im stationären Handel und stellt Hersteller, die sich am Online-Vertrieb beteiligen möchten, vor neue Aufgaben. Der Ausbau des elektronischen Datenaustausches und der digitalen Vernetzung und Infrastruktur ist dabei eine zentrale Herausforderung – vom Warenbestand über das Marketing, den Online-Shop und den zugehörigen Bezahlssystemen bis hin zum Logistik- und Retourenmanagement.

Plattformen versprechen höhere Umsätze

Der Vertrieb über die großen Online-Plattformen wird dabei immer wichtiger. Eine Studie des ifo Instituts kam Ende letzten Jahres zu dem Ergebnis, dass Händler, die auch Online-Plattformen als Vertriebskanäle nutzen, durchschnittlich höhere Umsätze generieren. Auf diesen Plattformen sind die Käufer mit dem Bestellprozedere und der sicheren zentralisierten Zahlungsabwicklung vertraut. Der Verkäufer wird leicht gefunden und profitiert von den massiven Besucherströmen. Nach einer aktuellen Umfrage des Gesamtverbandes textil+mode, die von Gesamtmasche mitunterstützt wurde, vertreiben schon heute fast 50 Prozent der deutschen Textil- und Modehersteller ihre Produkte regelmäßig über Online-Plattformen. Amazon Marketplace wird dabei mit Abstand als wichtigste Plattform genannt, gefolgt von Brands4friends, Zalando, Ebay und vielen anderen.

Kritik an Geschäftsbedingungen

Online-Plattformen werden dabei sowohl im B2C, als auch im B2B-Bereich benutzt. Circa zwei Drittel der auf Online-Plattformen präsenten Bekleidungsunternehmen generieren dort allerdings erst einen Umsatz von unter 5 Prozent ihres Gesamtumsatzes. Jedoch gehen über 80 Prozent aller befragten Textil- und Bekleidungsunternehmen davon aus, dass sich der Anteil am Gesamtumsatz, der über die Plattformen erwirtschaftet wird, in den nächsten Jahren signifikant erhöht. Und dies, obwohl über die Hälfte der Befragten die Geschäftsbedingungen der Plattformen als „überwiegend unangemessen“ bewertet haben und sich 84 Prozent im Falle einer Streitigkeit mit den Plattformen die außergerichtliche bzw. alternative Streitbeilegung wünschen würden. Entsprechende praxismgerechte Streitbeilegungsmechanismen fehlen jedoch bislang.



Plattform-Krankheit: Marken- und Designklau

Auch das Thema Marken- und Produktpiraterie auf Online-Plattformen wird kritisch gesehen. Plattformbetreiber genießen nach derzeitiger Rechtslage eine weitgehende Haftungsbefreiung für Verkäufe gefälschter Produkte über ihre Plattformen. Insbesondere sind sie nicht verpflichtet, proaktive Maßnahmen zur Ermittlung und Entfernung rechtswidriger Angebote umzusetzen. Und das, obwohl sie letztlich für jede Transaktion vergütet werden. Eine solche pauschale Privilegierung wäre im stationären Handel undenkbar. Ein Großteil der gefälschten und nachgeahmten Produkte wird schon jetzt online vertrieben. So gibt jedes achte der befragten Unternehmen an, Opfer von Marken- und Produktpiraterie auf Plattformen zu sein. Knapp die Hälfte der betroffenen Hersteller sind KMUs.

Allen Bedenken zum Trotz: Der deutsche Online-Handel wächst weiter zweistellig. Auch der Handel über Online-Plattformen wird deshalb weiter an Bedeutung und an Umsatzanteilen gewinnen.

➤ Eine Zusammenfassung der Auswertung zur Rolle von Online-Plattformen für die deutsche Textilindustrie steht im Mitgliederbereich der Gesamtmasche-Homepage zum Abruf bereit.

SCHON GEWUSST?

Mehr als 26 Milliarden Euro pro Jahr verlieren europäische Modehersteller durch gefälschte und nachgeahmte Produkte. In Deutschland sind es 3,5 Mrd. Euro im Jahr.

(Quelle: EUIPO)

Verbraucherschlichtung: Informationspflichten ab 1. Februar

Das Verbraucherstreitbeilegungsgesetz (VSBG), das am 1. April 2016 in Kraft getreten ist, führt ab 1. Februar 2017 zu umfangreichen Informationspflichten für Unternehmen.

Zu beachten sind insbesondere die §§ 36, 37 VSBG. Unternehmen müssen u. a. nach § 36 VSBG zukünftig darüber informieren, inwieweit sie bereit sind, an einem Schlichtungsverfahren teilzunehmen. Die Informationspflicht gilt für Unternehmen, die Verträge mit Verbrauchern abschließen und eine Webseite unterhalten oder AGBs verwenden und zum 31.12. des letzten Jahres mehr als 10 Personen beschäftigen. Auch Unternehmen, die sich gegen die Teilnahme an einem Streitschlichtungsverfahren entscheiden, müssen zumindest hierüber informieren.

§ 37 VSBG, der die Informationspflichten nach Entstehen der Streitigkeit vorsieht, gilt für alle Unternehmen.

Eine Ausnahme für Unternehmen mit geringer Beschäftigtenzahl, wie sie § 36 VSBG vorsieht, gibt es hier nicht. Werden die Informationspflichten nicht beachtet, drohen Unterlassungsverfahren nach dem Unterlassungsklagegesetz (§ 2 Abs. 2 Nr. 12 UKlaG).

Eine kurze schematische Übersicht und Zusammenfassung der Informationspflichten, die das BMJV bei einer Veranstaltung am 24. November 2016 vorgestellt hat, sowie einen Leitfaden für Unternehmen können im Gesamtmasche-Mitgliederbereich heruntergeladen werden. Der Leitfaden enthält neben Informationen zu den allgemeinen Informationspflichten, den Informationspflichten nach Entstehen einer Streitigkeit, sowie den zusätz-

lichen Informationspflichten bei Online-Verträgen unter anderem auch Auskünfte über die existierenden Schlichtungsstellen, das Schlichtungsverfahren und die Kostentragungsregelungen.

➤ Weiterführende Informationen können im Mitgliederbereich der Gesamtmasche-Homepage abgerufen werden, so auch der einschlägige Leitfaden des BMJV.



© rangizzz – Shutterstock.com



© Letiha – pixabay.com

Ende der Preisauszeichnungspflicht im Schaufenster

In der Preisangabenverordnung (PAngV) ist bestimmt, dass derjenige, der Verbrauchern geschäftsmäßig Waren anbietet oder unter Angabe von Preisen wirbt, die Preise anzugeben hat, die einschließlich der Umsatzsteuer und sonstiger Preisbestandteile zu zahlen sind. In einem aktuellen Urteil vom November 2016 hat der BGH diese Vorschrift nun einschränkend ausgelegt.

Grundlage der Norm sei die europäische Richtlinie 98/6/EG, welche die Angabe eines Endpreises nur für Erzeugnisse vorsieht, die der Händler dem Verbraucher „anbietet“. Die Werbung in einem Schaufenster durch Präsentation der Ware ohne Preisangabe sei allerdings kein solches „Anbieten“ der Ware und falle deshalb nicht unter den Regelungsbereich der Richtlinie und auch nicht unter die PAngV. Es läge damit weder ein Verstoß gegen die Verpflichtung zur Preisangabe bei Angeboten noch gegen die Preisauszeichnungspflicht vor.

Gegenstand des Verfahrens war die Schaufenstergestaltung eines Hörgeräteakustikers, der im Schaufenster auf zwei Säulen Hörgeräte ohne Preisauszeichnung ausgestellt hatte. Neben den Präsentationssäulen wurden weitere Waren, darunter auch Hörgeräte mit Preisauszeichnung, zum Kauf angeboten. Die Wettbewerbszentrale hatte eine entsprechende Preisauszeichnung als erforderlich angesehen und Klage erhoben. Unklar ist, ob nach dem Urteil die Preisangabe lediglich bei Präsentation der Ware zu Werbezwecken im Schaufenster entfällt oder auch bei Präsentationen in Schaukästen oder in sonstiger Weise, etwa auf Dekoflächen. Grundsätzlich gilt: Wer weiterhin auszeichnet macht nichts falsch. Wer bezüglich nicht ausgezeichneten, zu Werbezwecken aufgestellter Dekoware abgemahnt wird, sollte sich allerdings wehren.

Wettbewerbswidrige Werbung mit Prüfzeichen

Wer nicht korrekt mit Testergebnissen wirbt, kann dafür von Mitbewerbern und qualifizierten Einrichtungen abgemahnt werden. Ein einschlägiges BGH-Urteil dürfte auch auf die Werbung mit Nachhaltigkeits- und Ökoprüfsiegeln Einfluss haben.

Bei einer Werbung für ein Produkt mit einem Testergebnis ist immer die entsprechende Fundstelle deutlich anzugeben. Dies gilt nach neuerer Rechtsprechung des Bundesgerichtshofes (BGH – I ZR 26/15) auch bei der Verwendung von Prüfzeichen in der Werbung.

Für den Verbraucher besteht auch hier ein erhebliches Interesse zu erfahren, anhand welcher Kriterien die Prüfung erfolgt ist. Die Werbung alleine mit dem Prüfzeichen ohne eine Angabe zur Fundstelle der verwendeten Prüfkriterien ist demnach wettbewerbswidrig.

Die Entscheidung betrifft konkret die Prüfzeichen „LGA testet quality“ und „LGA testet safety“, wird allerdings auf alle anderen Siegel- und Prüfzeichen, insbesondere auch die Nachhaltigkeits- und Ökoprüfsiegel, verallgemeinerbar sein.

Sowohl in Printmedien als auch auf Internetseiten sollte bei der Werbung unter Verwendung von Testergebnissen, Prüfzeichen oder -siegeln bezüglich weiterer Hinweise stets auf eine Internetseite verwiesen werden. Dort sollten nähere Informationen zum Prüfzeichen in Form einer kurzen Zusammenfassung der bei der Prüfung herangezogenen Kriterien, technischen Maßstäbe und der wesentlichen Bedingungen für dessen Erteilung zur Verfügung stehen.



© adams/Yganko – Shutterstock.com

Außenwirtschaft



© Boule – Shutterstock.com

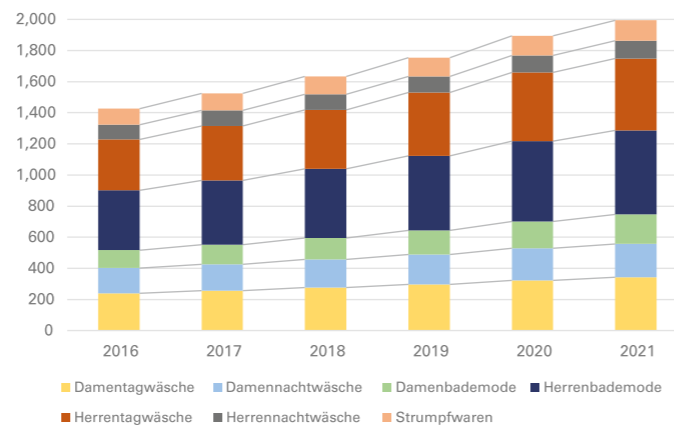
VAE: Wachsender Modemarkt

Im vergangenen Jahr ging in den Vereinigten Arabischen Emiraten (VAE) Bekleidung im Wert von 11,6 Mrd. Euro über die Ladentische. In den nächsten fünf Jahren soll der Einzelhandelsumsatz auf 16 Mrd. Euro klettern.

Mit ihrem internationalen Markenangebot ziehen die riesigen Shopping Malls der VAE, insbesondere Dubais, jedes Jahr Millionen Einheimische und Touristen aus aller Welt an. Der Mode-Retail soll nach Meinung von Experten weiterhin blühen und erfährt nochmals einen kräftigen Wachstumschub. Für die nächsten fünf Jahre prognostiziert Euromonitor ein durchschnittliches Umsatzplus von real 6,7 Prozent pro Jahr.

Zuwächse gibt es vor allem bei Damenmode für darüber und darunter. Stärkste Kategorien in der Bodywear sind Herrenbademode, Herrentagwäsche und Damentagwäsche. Wachstumsschampion ist das bislang noch kleine Segment der Damenbademode, die in den nächsten fünf Jahren um

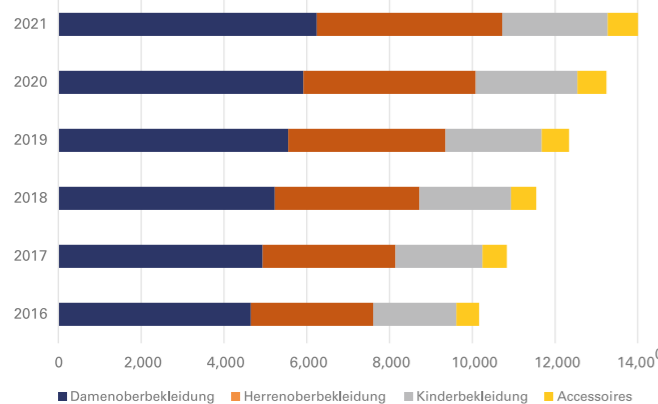
Bodywear in den VAE
Umsatzprognose 2016-2021 (Mio. €)



68 Prozent zulegen soll. Für Damenoberbekleidung wird im gleichen Zeitraum ein Plus von knapp 55 erwartet, für Damentagwäsche über 45 Prozent. Auch die Entwicklung im Bereich Strumpfwaren kann sich mit einem erwarteten Durchschnittswachstum pro Jahr von 5,1 Prozent sehen lassen. Der Online-Handel, der bis vor kurzem noch eine untergeordnete Rolle spielte, wächst kräftig. Der Anteil E-Commerce (B2C) am Handel mit Bekleidung lag in den VAE 2013 noch deutlich unter 1 Prozent. 2016 stieg dieser Anteil bereits auf 2,3 Prozent.

Schaubilder: Analyseservice Gesamtmasche; Datenquelle: © Euromonitor

Oberbekleidung in den VAE
Umsatzprognose 2016-2021 (Mio. €)



REX

Wie wird man registrierter Ausführer?

Der registrierte Ausführer (REX) ist ein neuer präferenzrechtlicher Status, der im Rahmen des Allgemeines Präferenzsystems für Entwicklungsländer (APS) eingeführt wurde. Auch im neuen Freihandelsabkommen mit Kanada, CETA, kommt er zur Anwendung. Im Gegensatz zum Status des so genannten ermächtigten Ausführers ist der REX nicht bewilligungsbedürftig. Es genügt eine einfache Registrierung in der REX-Datenbank per Antrag an die Zollbehörde.

Als REX können APS-Exporteure selbständig Ursprungserklärungen ausfertigen, ebenso EU-Exporteure, die Waren zum Zweck der Kumulierung in Entwicklungsländer schicken – oder im Rahmen von CETA nach Kanada ausführen. Es gilt der gewohnte Schwellenwert von 6.000 Euro, bis zu dem jedermann den Ursprung bestätigen kann. Liegt der Sendungswert darüber, ist die Registrierung als REX notwendig.

Die REX-Registrierung in den EU-Mitgliedstaaten hat am 1. Januar 2017 begonnen. Für die Registrierung ist ein schriftlicher Antrag gemäß Anhang 22-06 UZK-DVO zu stellen. In Deutsch-

land ist das elektronisch ausfüllbare Antragsformular Nr. 0442 verbindlich zu verwenden und beim zuständigen Hauptzollamt einzureichen.

Das Antragsformular sowie das Merkblatt Registrierter Ausführer sind unter www.zoll.de abrufbar.

Fragen zu Warenursprung und Präferenzen?

Silvia Jungbauer,
jungbauer@gesamtmasche.de
Tel.: +49 711 5052841-1

Das REX-System wird über einen Zeitraum von mehreren Jahren – von 2017 bis voraussichtlich Mitte 2020 – eingeführt. In der Übergangszeit kann im APS noch das Ursprungszeugnis nach Form A verwendet werden. Die begünstigten Länder wurden hierfür in drei Gruppen eingeteilt. Die erste Ländergruppe von insgesamt 36 Staaten soll bereits Anfang 2018 „REX-fähig“ sein. Zu dieser Gruppe zählen neben vielen kleineren Entwicklungsländern auch Indien und Pakistan.



© kenary820 – Shutterstock.com

Lieferantenerklärungen: Neue Regeln schaden der Wirtschaft

Eine Umfrage der IHK Region Stuttgart zeigt: Die im neuen EU-Zollrecht im Jahr 2016 eingeführten Regeln für Langzeit-Lieferantenerklärungen (LLE) führen zu einem massiven Mehraufwand.

Als problematisch erweist sich die ungünstige Koppelung von Ausstellungsdatum und Gültigkeitsfrist bei Langzeit-Lieferantenerklärungen. Die korrekte Ausstellung, aber auch die Kontrolle eingehender Langzeit-lieferantenerklärungen sorgen innerbetrieblich für überbordende bürokratische Prozesse. Die Ergebnisse der Umfrage helfen hoffentlich dabei, den Gesetzgeber von der Praxisferne dieser Neuregelung zu überzeugen.



CETA



© Hannamariah – Shutterstock.com

CETA kommt – Zollvorteile nutzen!

Am 15. Februar 2017 hat das Europäische Parlament dem „umfassenden Wirtschafts- und Handelsabkommen zwischen der EU und Kanada“ (CETA) zugestimmt. Der Zollabbau könnte schon im April 2017 starten. Ab Tag 1 der Anwendung fallen im Textil- und Bekleidungsbereich alle Zölle. Die EU-Kommission erhofft sich durch CETA eine Intensivierung von Handel und Investitionen.

Marktzugang durch Zollabbau

Die kanadischen Drittlandszölle für Bekleidung betragen derzeit noch 18 Prozent. Auf Haus- und Heimtextilien und andere konfektionierte Textilwaren werden bei der Einfuhr bis auf wenige Ausnahmen 15,5 bis 18 Prozent Zoll fällig. Für textile Vormaterialien, für die es in Kanada keine Herstellung gibt, gilt häufig schon heute der Nullzollsatz. Doch je nach Warenartnummer existieren noch hohen Zölle. Mit dem Zollabbau wird also ein bedeutendes Handelshemmnis beseitigt. Seit Januar ist es zulässig, Kanada in Lieferantenerklärungen mit dem Zusatz „ab Anwendbarkeit“ anzuführen. Der Handel zu Präferenzbedingungen ist jedoch erst ab dem offiziellen Anwendungsdatum des CETA-Handelsteils möglich, das im EU-Amtsblatt veröffentlicht werden muss.

Mehr Spielraum bei den Ursprungsregeln

Vom Zollabbau profitieren nur EU-Ursprungswaren im Sinne der präferenziellen Ursprungsregeln, die Kanada und die EU vereinbart haben. Diese folgen im Textil- und Bekleidungsbereich dem gewohnten Prinzip der „Zweistufigkeit“. Die Faustregel lautet: Stricken und Konfektionieren in der EU ergibt Ursprung. Der Garn-Input ist dabei irrelevant. Insgesamt lassen die Regeln jedoch mehr Spielraum als die Paneuromed-Regeln und gestatten teilweise neue Varianten der Ursprungsbegründung, z. B. Stricken und Färben oder Konfektion nach Bedrucken mit einer Wertregel.

Der kanadische Modemarkt ist 22 Mrd. Euro schwer. In den nächsten fünf Jahren soll der Einzelhandelsumsatz mit Bekleidung um über 8 Prozent wachsen. Stärkste Wachstumskategorie ist die Tagwäsche, für die ein reales Plus von über 13 Prozent prognostiziert wird. Auch Kinderbekleidung liegt nahezu auf diesem Wachstumspfad. Bei Bademode wird ein Plus von 11, bei Strumpfwaren ein Zuwachs von 8 Prozent erwartet. Herrenoberbekleidung soll um fast 9 Prozent zulegen, Damenoberbekleidung um beinahe 7 Prozent.

Zollkontingente mit vereinfachten Ursprungsregeln

Die EU und Kanada haben präferenzielle Zollquoten für eine ganze Reihe von Textilprodukten vereinbart. Das bedeutet: Bis zu einer jährlichen Höchstmenge gelten für ausgewählte Waren einfachere Ursprungsregeln, um in den Genuss des Nullzollsatzes zu kommen. Als Grundprinzip gilt hier die „Einstufigkeit“. Das ist dann attraktiv, wenn z. B. in der EU konfektioniert wird und dabei Vormaterial aus Ländern außerhalb der EU zum Einsatz kommt. Die Kontingente werden im Windhundverfahren verteilt. Doch Vorsicht: Wer die Zollquoten nutzen will, muss ganz genau hinsehen. Für Kanada und die EU gibt es jeweils getrennte Produktlisten – und auch voneinander abweichende Ursprungsregeln.

Kumulierung mit multilateralen Ambitionen

Zwischen EU und Kanada ist die volle Kumulierung zulässig. Be- und Verarbeitungen, die im Partnerstaat durchgeführt werden, aber noch keinen Ursprung begründen, werden wie im eigenen Land durchgeführt angesehen. Beispiel: In der EU wird ein Gestrick aus Drittlandsgarn hergestellt. Die Ursprungsregeln sind nicht erfüllt. Der kanadische Kunde konfektioniert in Kanada und erhält dadurch Ursprung i. S. d. CETA-Abkommens, da er die Regel „Stricken und Konfektionieren“ erfüllt. Interessant wird die volle Kumulierung vor allem dann, wenn

„Mit der Zustimmung zu CETA haben wir uns für Offenheit, Wachstum und hohe Standards entschieden, anstatt für Protektionismus und Stagnation. Kanada ist ein Land, mit dem wir gemeinsame Werte teilen, und es ist ein Verbündeter, auf den wir uns verlassen können. Gemeinsam können wir Brücken bauen anstelle von Mauern, um den Wohlstand unserer Bürger zu mehren.“

Artis Pabriks, MdEP (EVP, LV),
Berichterstatte CETA des Europaparlaments

der Abkommensraum auf weitere Länder erweitert wird. CETA ist insbesondere auf die Verbindung mit den NAFTA-Partnern USA sowie Mexiko ausgelegt. Außerdem ist vorgesehen, dass Vormaterial aus gemeinsamen Freihandelspartnern ursprungsunschädlich verwendet werden kann. Dies ist für jeden konkreten Fall jedoch noch gesondert zu vereinbaren. Länder, die sowohl mit der EU als auch mit Kanada ein Freihandelsabkommen haben, sind z. B. die Schweiz, Mexiko, Südkorea, Chile oder Kolumbien.

Ursprungsnachweis per Erklärung – auch für mehrere Sendungen

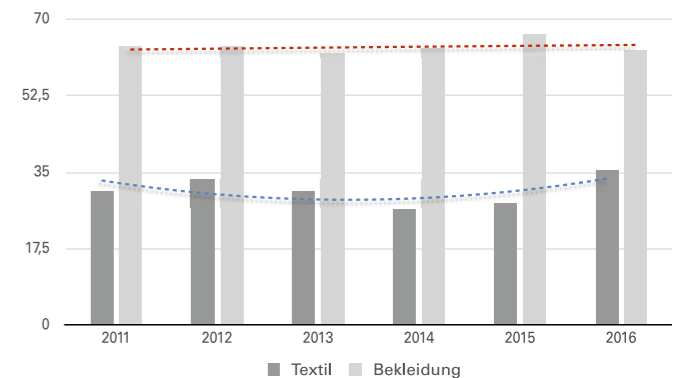
Das CETA-Abkommen sieht keinen papierbasierten Nachweis in Form einer Warenverkehrsbescheinigung vor. Als Ursprungsnachweis dient eine Ursprungserklärung nach vorgegebenem Wortlaut, die auf der Rechnung oder einem anderen Handels-

papier abzugeben ist. Bis zu einer Schwelle von 6.000 Euro pro Sendung kann jeder Exporteur diese Erklärung erstellen. Liegt der Sendungswert darüber, muss der Exporteur als „registrierter Ausführer“ (REX) zugelassen sein. Ein weiteres Novum: Die Ausstellung einer Ursprungserklärung ist für mehrere Sendungen über einen längeren Zeitraum hinweg zulässig, längstens für 12 Monate. Für Sendungen im Rahmen der vollen Kumulierung ist eine Lieferantenerklärung für Waren ohne Ursprungseigenschaft zu verwenden. Diese kann als Langzeiterklärung mit einer Gültigkeit von maximal einem Jahr ausgestellt werden.

Der „REX“ – jetzt registrieren

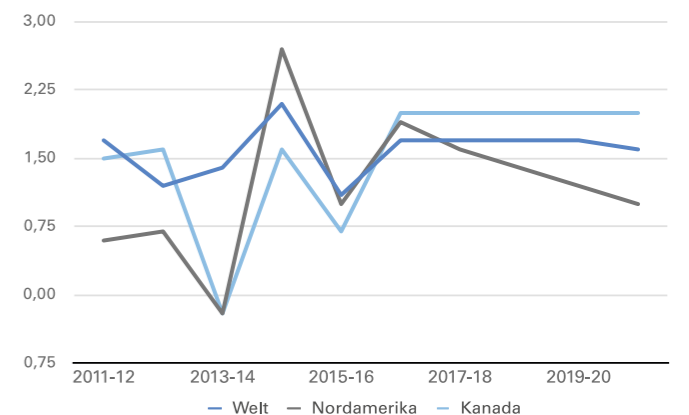
Neben CETA ist der REX ab sofort auch im Rahmen des APS anwendbar. Der Status des REX ist nicht bewilligungsbedürftig. Erforderlich ist ein Antrag auf Zulassung beim zuständigen Hauptzollamt. In einer Übergangsfrist bis Ende 2017 kann statt der REX-Bewilligungsnummer auch die des ermächtigten Ausführers in CETA-Ursprungserklärungen verwendet werden.

Deutscher Textil- und Bekleidungsexport nach Kanada (Mio. €)



Die Branchenausfuhr nach Kanada verharrt seit Jahren auf ähnlichem Niveau. Das CETA-Abkommen könnte durch den Entfall der Zollschranken neuen Schwung in den Handel bringen. Gesamtmasche-Grafik; Datenquelle: Destatis

Bekleidung in Kanada: Wachstumsprognose im Vergleich (Wachstum in % p.a.)



Für den kanadischen Modemarkt werden bis ins neue Jahrzehnt hinein höhere Wachstumsraten prognostiziert als im internationalen Durchschnitt. Gesamtmasche-Grafik; Datenquelle: © Euromonitor International

Wissenswertes

Blend4Innovation

Verbesserte Polymer-Blends für innovative Textilien, Tapes und Verbundwerkstoffe

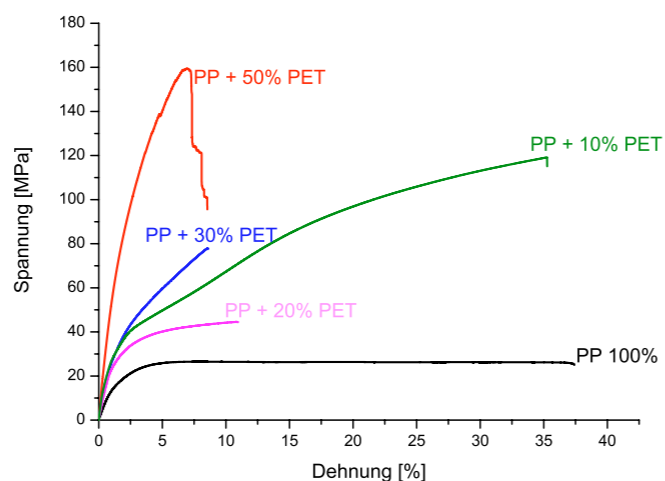
Polymer Blends können für Prozesstechnologien im Textil- und Faserverbundbereich von großem Interesse sein, da ein beträchtliches Spektrum an zusätzlichen Eigenschaften erzielt werden kann, ohne neue Polymere zu synthetisieren. Durch das Legieren ist es möglich, Eigenschaften konventioneller Homopolymere zu übertreffen oder neue Werkstoffe mit maßgeschneiderten Eigenschaften zu generieren.

Das Institut für Textiltechnik (ITA) der RWTH Aachen University und das Institut für Verbundwerkstoffe (IVW) Kaiserslautern forschten gemeinsam im Rahmen des Projekts Blend4Innovation an Polymer-Legierungen aus Polypropylen (PP), Polyethylenterephthalat (PET) und Polyamid 6 (PA6). Die Wissenschaftler fanden heraus, dass die Verwendung von Polymer-Blends die Eigenschaften von Garnen und Verbundwerkstoffen verbessern kann. Darüber hinaus konnten sie wertvolle Erkenntnisse zur Wiederverwertung von Plastikabfällen gewinnen. Das Projekt adressiert Textil- und Komposithersteller gleichermaßen und eröffnet kostengünstige, thermoplastische Werkstoffalternativen für alle Sektoren entlang der Prozesskette, von der Polymer-Faserherstellung bis zur Verbundbauteilfertigung.

➤ Der Schlussbericht des AiF-geförderten Projekts kann im Mitgliederbereich der Gesamtmasche-Homepage abgerufen werden.



Verbesserung der Färbbarkeit eines Polyolefins durch das Blenden mit Polyamid und Polyester; Bild: © IVW



Spannungs-Dehnungs-Kurven von mikrofibrillar verstärkten Polyolefin-Verbunden im Vergleich; Bild: © IVW



Textilkennzeichnung: Sprache beachten!

Immer wieder wird das Fehlen der Textilkennzeichnung in der Landessprache beanstandet oder abgemahnt. Das „Cotton“-Urteil des OLG München bringt Unruhe in die Diskussion.

OLG München: „Cotton“ ist bekanntermaßen „Baumwolle“ ...

Ein Discounter hatte Produkte angeboten, deren Faserkennzeichnung nicht den Vorgaben der Textilkennzeichnungsverordnung entsprach. Streitig waren die Begriffe „Acrylic“ bzw. „Acrylic“ für „Polyacryl“ und „Cotton“ für „Baumwolle“. Nach Auffassung des OLG München ist der Begriff „Cotton“ für Baumwolle auch in Deutschland üblich und keine spürbare Beeinträchtigung des Verbrauchers – obwohl das Gesetz ausdrücklich die deutsche Kennzeichnung vorsieht.

„...aber ‚Acryl‘ ist nicht ‚Polyacryl‘“ Anders sei der Fall zu werten, wenn statt „Polyacryl“ die Begriffe „Acryl“ oder

„Acrylic“ verwendet würden. Diese Begriffe seien nicht synonym zu „Polyacryl“ und es bestehe das Risiko, dass der Verkehr von einer anderen Faser ausgehe. Man dürfe auch nicht davon ausgehen, dass sich der Verbraucher online über die Faser informieren könne.

Fazit: Keine Experimente! Gesamtmasche empfiehlt, in Deutschland vertriebene Ware ausnahmslos in deutscher Sprache zu kennzeichnen – wie es der Textilkennzeichnungsverordnung entspricht.

➤ Weitere Informationen: intern.gesamtmasche.de

Forschungsarbeit für den Wohlühl-BH

Für Millionen von Frauen ist der Büstenhalter nicht nur funktionelles Wäschestück, sondern gleichzeitig auch modisches Accessoire und praktische Funktions- oder Sportbekleidung. Entsprechend gibt es kaum eine Frau, die nicht täglich einen BH trägt. Doch aufgrund der langen Tragezeiten sind BHs für das individuelle und auch gesunde Wohlbefinden wichtiger, als viele Frauen vermuten.



Bild: fsHH / pixabay.com

Die Hohenstein Institute für Textilinnovation aus Bönningheim forschen zum Thema BH-Trägersysteme und deren Druckverteilung auf der Schulterpartie. Studien belegen, dass jede zweite Frau falsch sitzende Büstenhalter trägt. Dabei können schlechtsitzende BHs gesundheitliche Folgen für die Trägerin haben. Problematisch sind hier insbesondere falsche Träger-Einstellungen sowie unangepasste Trägerkonstruktionen. Einschneidende Träger können dauerhafte Druckstellen und mitunter tiefe Furchen in den Schultern hinterlassen. Da in diesen Bereichen Muskeln und Nerven verlaufen, können BH-Träger auf Dauer Beschwerden wie beispielsweise Kopfschmerzen verursachen. Im ungünstigsten Fall entwickeln sich daraus auch bleibende Verspannungen im Nacken-, Arm- oder Schulterbereich.

Um solchen Beschwerden vorzubeugen, wollen die Hohensteiner Wissenschaftler BH-Trägersysteme hinsichtlich der Druckverteilung auf den Schulterpartien und ihrer hautsensorischen Eigenschaften optimieren. Das Zusammenspiel zwischen BH-Konstruktion,

Brustvolumen und dem daraus resultierenden Druck im Schulterbereich ist bislang noch nicht erforscht. Bekannt ist immerhin die Tatsache, dass vor allem schmale BH-Träger in Verbindung mit großen Cups auf Dauer zu gesundheitlichen Problemen führen.

Im Rahmen ihrer Grundsatzuntersuchung analysieren die Experten, ob sich mit breiteren BH-Trägern tatsächlich eine eklatante Entlastung der Schulterpartien herbeiführen lässt. Zunächst ist abzuklären, welche Faktoren dabei eine maßgebliche Rolle spielen. Wie müssen die breiteren Träger beschaffen sein, damit sich der Druck gleichmäßig über die gesamte Trägerbreite aufbauen kann? Welchen Einfluss haben Material, Nahtbeschaffenheit und Elastizität oder ist es ein Zusammenspiel von allem? Wie wirkt sich die eingestellte Trägerlänge auf die Gewichtskraft aus, die die Brust auf den BH überträgt?

Das Forschungsprojekt läuft noch bis 31. Dezember 2017.

Quelle: Hohenstein Institute für Textilinnovation gGMBH, Bönningheim

Brustvolumenabhängige Cup-Bestimmung

Internationale Studien zeigen: 50 Prozent aller Frauen tragen einen schlecht sitzenden BH. Die Hohenstein Institute sehen Bedarf für neue Größenkonzepte und forschten an einer neuen Messmethodik, die eine brustvolumenabhängige Cup-Bestimmung erlaubt. Virtuelle 3D-Cupmodelle helfen bei der Visualisierung der Cup-Größen.

Die traditionelle Größensystematik, die auf der Differenz zwischen Brust- und Unterbrustweite basiert, erlaubt nach Ansicht der Hohensteiner Forscher keinen vollständigen Rückschluss auf die tatsächliche Ausprägung des Cupvolumens. Ca. 90 Prozent der deutschen Frauen und Mädchen tragen täglich einen BH. Die Hersteller stehen

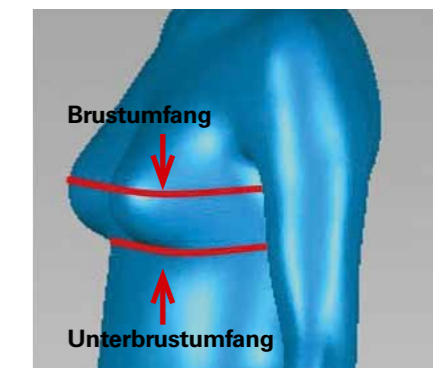


Bild: © Hohenstein Institut für Textilinnovation GmbH

vor der Herausforderung, für jede Brustform und -größe einen passenden BH marktgerecht zu entwickeln. Zudem gibt es weltweit unterschiedliche Größensysteme, die die gleiche Problematik aufweisen. Mit den Projektergebnissen werden umfassende Entwicklungsgrundlagen für Miederwaren und Cup-basierte Kleidungsstücke zur Verfügung gestellt. Die neue Messmethode optimiert den Produktentwicklungsprozess und die schnittechnische Umsetzung für eine optimale Passform.

➤ Der Schlussbericht zur Studie steht im Mitgliederbereich von www.gesamtmasche.de zum Download bereit.

