

masche

Ausgabe 4 | 2020

Gesamtverband der deutschen
Maschenindustrie e. V.

HAPPY BIRTHDAY

FALKE und Karl Conzelmann

STRATEGIE

Modebranche in Corona-Zeiten

INTERNATIONAL

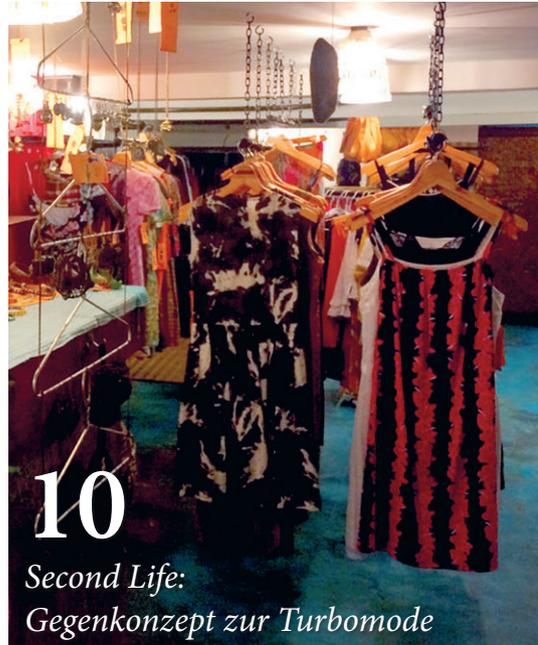
BREXIT

CIRCULAR ECONOMY

Garment-2-Garment



Inhalt



- 04 IM BLICKPUNKT
fashion products
- 06 KURZ & INFORMATIV
Rökona, TWD, Mey,
Edelweiss
- 11 NACHHALTIGKEIT
Lieferkettengesetz im Fokus
- 13 KONSUMTRENDS
Modebranche in Corona-
Zeiten
- 16 RECHT
Neues Kreislaufwirtschafts-
gesetz
- 18 RECYCLING
Von Enzym-Recycling
bis G2G
- 22 INTERNATIONAL
RCEP – größter Handelspakt
der Welt
- 24 CIRCULAR FASHION
- 25 KLIMAPOLITIK
Wettbewerbskiller
CO₂-Preis
- 26 INNOVATION
Neues aus der Forschung

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 04/2020 Heftnummer 35

Fotos Soweit ohne Vermerk, von Gesamtmasche

Titel © Staatliche Modeschule Stuttgart

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

GESAMTMASCHE

Editorial



Liebe Leserinnen und Leser,

das Jahr 2020 hat uns viel abverlangt. Und die Aussichten werden nicht rosiger. Laut einer aktuellen Umfrage des Ifo-Instituts fühlen sich rund 15 Prozent der deutschen Unternehmen durch die Coronakrise in ihrer Existenz bedroht. Für den Einzelhandel droht ein flächendeckender Lockdown. Sehr wahrscheinlich bleibt es auch 2021 im Kampf gegen die Corona-Pandemie notwendig, dass der Staat finanziell unterstützend eingreift. Der finanzielle Spielraum für Hilfspakete wurde durch die solide Haushaltspolitik in den Jahren nach der Finanzkrise möglich. Die Hilfen waren gut und richtig, doch die Mittel dafür müssen verdient werden. Das wird nicht funktionieren, wenn der Staat Unternehmen ihre Geschäftsgrundlage entzieht und den Mittelstand durch Abgabenlast und Bürokratie erdrückt. Nur mit Rahmenbedingungen, die auf die Anpassungsfähigkeit und Innovationskraft der Unternehmen vertrauen, werden wir diese Krise überwinden. Unternehmer und Unternehmen brauchen Unterstützung und Freiräume statt Gängelung und Bevormundung, wenn sie in diesen schwierigen Zeiten die Weichen für eine erfolgreiche Zukunft stellen wollen.

Die Politik bietet keine ganzheitliche Strategie. Sie propagiert Klimaneutralität und verschweigt, dass sich ihre recht willkürlich gesetzten Ziele nicht auf nachhaltigem Weg erreichen lassen: Sie belastet die Bürger auf Generationen mit einer finanziellen Bürde,

die soziale Sicherungssysteme erodiert und Arbeitsplatzverluste in Kauf nimmt. Die Fixierung auf den CO₂-Preis wird Infrastrukturmaßnahmen und Innovation nicht voranzutreiben. Reißt Berlin wie Brüssel das Ruder nicht herum, riskieren sie einen

dramatischen Verlust der internationalen Wettbewerbsfähigkeit und gefährden Wohlstand und sozialen Zusammenhalt.

Nachhaltigkeit ist eine Frage von Generationengerechtigkeit. Mit dem Riesenhaushalt 2021 setzt die Koalition das falsche Zeichen, denn er verleitet zu teuren Fehlentscheidungen. Etat und soziale Sicherungssysteme müssen dauerhaft tragfähig sein und nicht nur bis zum nächsten Wahltermin. Deshalb bedarf es

einer strukturellen Erneuerung, einer Anpassung an den weltwirtschaftlichen und demografischen Wandel, damit unsere Steuer- und Sozialsysteme langfristig ihre Aufgaben erfüllen können.

Gemeinsam mit dem ganzen Gesamtmasche-Team wünsche ich Ihnen ruhige Festtage. Starten Sie gesund mit uns ins neue Maschen-Jahr.

Ihre Martina Bandte
Präsidentin Gesamtmasche



fashion products

Bis Januar 2021 präsentiert die Staatliche Modeschule Stuttgart die Abschlussarbeiten des Jahrgangs 2020 in den neun Glasvitrinen des Ministeriums für Wirtschaft, Arbeit und Wohnungsbau Baden-Württemberg. Aktuell wichtige Gedanken sind Achtsamkeit, Gender und trans-saisonale Aspekte. Das Zusammenspiel von Natur und Wissenschaft bildet das zentrale Thema: „**nature/lab**“. Mit von der Partie sind Arbeiten zum Thema „farbecht“ des Berufskollegs für Mode und Design der Kerschensteinerschule Stuttgart.

Mode und Design spiegeln mehr denn je aktuelle Themen unserer Gesellschaft in Kultur und Wirtschaft wider. In besonderen Zeiten entstehen neue Ansätze für Produktlösungen und die Entwicklung von Kollektionen. Die Abschlussklasse 2020 der Staatlichen Modeschule Stuttgart setzt sich in ihren Arbeiten mit der Gestaltung und Entwicklung von Mode und Design zum Thema nature/lab auseinander. Die Natur in ihrer ganzen Vielfalt, geprägt von rotierenden Zyklen: Wachstum und Zerfall, Erneuerung und Wandel. Die Anatomie und Morphologie von Pflanzen, Farben und Formen schaffen eine unerschöpfliche Quelle der Inspiration. Im Gegensatz dazu ein vom Menschen geschaffener, klinisch reiner Ort: Das Labor. Im Zusammenspiel dieser beiden Themen entsteht die Kollektion nature/lab. Auch die Kerschensteinerschule Stuttgart ist mit von der Partie und präsentiert Arbeiten zum Thema „farbecht“ aus dem zweiten Ausbildungsjahr 2019 des Berufskollegs für Mode und Design.

Die Staatliche Modeschule Stuttgart

vermittelt Design, Konstruktion, Realisation, Produktplanung und -steuerung, sowie Qualitätsmanagement und Controlling im Modebereich. Nach vier Semestern erwerben die Studierenden den Titel staatlich geprüfter Produktentwickler/-in Mode. Die facettenreiche Ausbildung eröffnet den Absolventen den Einstieg in alle Bereiche der Modebranche.

<https://www.modeschule-stuttgart.de/>

Klein, fein, persönlich.

Die Staatliche Modeschule Stuttgart gilt als Institution: Als Fachschule ist sie einzigartig in Deutschland und bekannt in ganz Europa. Die Absolventen sind begehrt, weil sie alle Stadien der Produktentwicklung beherrschen – und an ihrer Abschlusskollektion alles

stimmt, auch auf den zweiten Blick. „Unsere Absolventen sind vorbereitet auf das, was sie erwartet“, sagt Schulleiterin Sabine Dirlwanger stolz. „Sie bringen schon eine Ausbildung mit an die Schule, können nähen und haben Wissen über Schnittentwicklung. In zwei intensiven Jahren an der Modeschule werden diese Kenntnisse und Fähigkeiten dann vertieft und verbreitert.“ Hier wird alles vermittelt, was zur Mode gehört: Design, Konstruktion, Realisation von Mode ebenso wie Qualitätsmanagement, Marketing und Produktmanagement. „Eine umfassende Qualifikation“, betont Sabine Dirlwanger. Dazu gehören auch Kontakte zur Modebranche und namhaften Labels, außerdem Inforeisen auf



Messen und in Modemetropolen, Trendscouting, Projekte, Workshops. Und natürlich die Teilnahme an Wettbewerben: Ein besonderes Highlight ist der alljährlich exklusiv für die Modeschule ausgeschrieben Hugo Boss Fashion Award.

Workspace in der Ulmer Straße 227

Ein umfunktioniertes Industriegebäude in Stuttgart-Wangen, 600 Quadratmeter groß, bietet auf zwei Stockwerken alles, was man braucht. Nur 15 Minuten aus der Mitte und mit direktem U-Bahn-Anschluss verfügt die Staatliche Modeschule über Medien-Labors, CAD und Maschinenpark in funktionaler, aufgeräumter Atmosphäre. Die Modeschule punktet mit modernster Ausstattung und einem erfahrenen Team. Im oberen Stockwerk dreht sich alles ums Zeichnen, Illustrieren, Modellieren, um Schnittgestaltung, Nähen und Lernen, was sonst noch dazu gehört: Betriebswirtschaft, Marketing, Organisation. Unten ist die Schatzkammer: Stoffe, so weit das Auge reicht, große und kleine Schachteln. Knöpfe, Bänder, Haken, Ösen, Figurinen mit schlanken Taillen, zuweilen kopflos, warten darauf, entdeckt zu werden.

Erstmals präsentieren sich die Kerschensteinerschule Stuttgart und die Staatliche Modeschule gemeinsam. Als staatliche Institutionen Baden-Württembergs bilden beide Schulen im Bereich Mode und Design aus. Die Kerschensteinerschule bietet die grundlegende Qualifikation für Schulabgänger, die Staatliche Modeschule baut darauf auf, entwickelt weiter und bietet die weiterführende Vertiefung und fachlich umfassenden Kompetenz. Die Auseinandersetzung und Leidenschaft für Mode verbindet beide Bildungseinrichtungen.



Ausstellung der Staatlichen Modeschule Stuttgart und der Kerschensteinerschule Stuttgart

Laufzeit: August 2020 bis Januar 2021

Ort: In den 9 Glasvitrinen des Ministeriums für Wirtschaft, Arbeit und Wohnungsbau Baden-Württemberg, Theodor-Heuss-Str. 4, 70174 Stuttgart.

Die Ausstellung ist Tag und Nacht zugänglich

Bilder: © die Staatliche Modeschule Stuttgart



Die Produktfamilie Re:Space der RÖKONA Textilwerk GmbH & Co. KG in Tübingen steht für innovative technische Textilien, die unter anderem in Fahrzeugen verwendet und ökologischen Ansprüchen in hohem Maße gerecht werden. Re:Space-Produkte lassen sich durch die Standardisierung von Roh- und Hilfsstoffen sortenrein trennen, recyceln und in den Produktkreislauf zurückführen. Durch den Einsatz spezieller Garne müssen die Artikel nicht mehr gefärbt werden, was weitere Ressourcen einspart. Im Produkti-

onsprozess entstehende Emissionen werden einer thermischen Nachbehandlung unterzogen. Die hierbei entstandene Wärme wird dem städtischen Fernwärmenetz zugeführt.

Mit dem Produktportfolio „Re:Space“ hat sich RÖKONA als Finalist für den Deutschen Nachhaltigkeitspreis 2021 in der Rubrik „Vorreiter“ qualifiziert.

➤ <https://www.roekona.de/solution-intro/>

TWD Fibres launcht Filament für kühleres Wärmeempfinden

ICE BLACK für aktiven Outdoorsport

Schwarze Textilien sind Klassiker, die sich perfekt kombinieren lassen – auch in der Sportbekleidung. Doch im Sommer kann das schon mal unangenehm werden. DIOLEN®ICE BLACK ermöglicht aktiven Outdoorsport auch bei intensiver Sonneneinstrahlung. Da es weniger IR-Wärmestrahlung aufnimmt als übliches Schwarz, hat der Träger von Produkten aus DIOLEN®ICE BLACK ein deutlich



Bild: © TWD Fibres

„kühleres“ Wärmeempfinden – selbst bei direkter Sonneneinstrahlung. „Durch die Verankerung von Farbe und IR-reflektierendem Masterbatch im Garnfilament bieten wir unseren Kunden höchste Qualität“, heißt es von TWD Fibres. Das bestätigen auch Untersuchungen des Instituts Hohenstein: Die Hautoberfläche unter Textilien aus DIOLEN®ICE BLACK erwärmt sich unter den gegebenen Messbedingungen bis zu 44 Prozent weniger (in Anlehnung an DIN SPEC 60015). Neben dem Einsatz im Bereich Sport- und Funktionsbekleidung bieten sich ICE BLACK-Garne auch für Anwendungen in der Oberbekleidung, der Wäsche sowie im Bereich Automotive an.

Neue Vorstandsvorsitzende der Dr. Zwissler Holding AG

Der Aufsichtsrat der Dr. Zwissler Holding AG hat **Dr. Ulrike Neubauer** zur Vorsitzenden des Vorstands der Dr. Zwissler Holding AG berufen. Dr. Ulrike Neubauer, die im Vorstand zuvor schon das Finanzressort verantwortete, folgt Marc W. Lorch nach, der für die Dr. Zwissler Holding AG sechs Jahre als CEO und Sprecher des Vorstands fungierte.



Bild: © zwisstEX

➤ www.zwistex.com

Verpackungsrecycling wird teurer

Für 2021 rechnen die dualen Systeme mit

deutlichen Kostensteigerungen für das Verpackungsrecycling. Vor allem für Verpackungen aus Papier, Pappe und Karton (PPK) sowie Leichtverpackungen höhere Lizenzentgelte fällig.



Bild: © Edithome – pixelio.de

Im Schnitt sind Anhebungen bei Leichtverpackungen wie z. B. Kunststoffverpackungen von 18 bis 25 Prozent geplant. Die Lizenzentgelte für PPK dürften weit über 50 Prozent teurer

werden – selbst eine Steigerung um 100 Prozent wird für dieses Verpackungsmaterial nicht ausgeschlossen. Die Systembetreiber begründen die Anhebung mit steigenden Kosten für die Sammlung von Leichtverpackungen, etwa durch die Umstellung von Säcken auf Tonnen. Zudem will die EU ab Januar 2021 für jedes Kilo nicht-recyceltes Plastik - also verbrannten Plastikmüll - 80 Cent von den Mitgliedstaaten verlangen. Für Deutschland könnte sich die Plastik-Abgabe auf 1,4 bis 2 Mrd. Euro summieren.

Wirtschaftsmedaille des Landes Baden-Württemberg

Für herausragende unternehmerische Leistungen und für besondere Verdienste um die baden-württembergische Wirtschaft hat Wirtschaftsministerin Dr. Nicole Hoffmeister-Kraut der Mey GmbH & Co. KG am 4. November 2020 die Wirtschaftsmedaille des Landes verliehen. Die Geschäftsführer Matthias Mey, Florian Mey und Markus Mey nahmen die Ehrung entgegen.

„Sie haben mit Ihrem Unternehmen in der Corona-Krise Gemeinsinn und soziale Verantwortung bewiesen. Mit der Aktion #wirsindhier machen Sie vor Ort Hilfsangebote bekannt und unterstützen außerdem selber ganz konkret, indem Sie die Produktion in Albstadt auf Mund-Nasen-Masken umgestellt haben. Verantwortung für Mensch und Umwelt war immer schon Teil Ihrer

„Als Wirtschaftsministerin freue ich mich über das klare Bekenntnis der Familie Mey zum Produktionsstandort Baden-Württemberg.“



Wirtschaftsministerin Dr. Nicole Hoffmeister Kraut

Unternehmens-DNA. Sie verstehen Nachhaltigkeit als eine Säule, um die Zukunftsfähigkeit des Unternehmens zu sichern und Arbeitsplätze zu erhalten. Unternehmen wie die Firma Mey sind das Rückgrat für unsere wirtschaftliche Entwicklung – auch und gerade in Krisenzeiten“, betonte die Wirtschaftsministerin in ihrer Laudatio.

↳ www.mey.com/de/wirsindhier



EDELWEISS MASCHENSTOFFE

Die dritte Generation kommt an Bord

Der Maschenstoff-Spezialist Edelweiss bekommt zum 1. Januar 2021 Verstärkung: Mit Patrick Herter steigt die dritte Generation in den Albstädter Familienbetrieb ein.



Bild: Bernd und Patrick Herter. © Edelweiss

Patrick Herter, Neffe von Geschäftsführer Bernd Herter, wechselt von der Mey Unternehmensgruppe in das Familienunternehmen. „Ich kann von den unzähligen Erfahrungen eines vertikal aufgestellten Lifestyleunternehmens profitieren“, sagt der 28-Jährige nach fast zehn Jahren beim Wäschespezialisten Mey, wo er im Management die Bereiche Vertrieb, Projektmanagement, Planung und Controlling verantwortete. Ab jetzt forciert Patrick Herter als Business Development Manager bei Edelweiss Vertrieb, Marketing und Projektmanagement über alle Unternehmensbereiche hinweg, außerdem die Produktentwicklung und Expansion im Bereich technische Textilien.

„Leistung und Qualität“ lautet der Leitspruch des Unternehmens, das im Jahr 1955 von den Geschwistern Irma Herter und Karl Jetter gegründet wurde. Heute wird das Traditionshaus in zweiter Generation von Bernd Herter, dem Sohn der Gründerin, geführt. In der elterlichen Strickerei hat er sein Know-how im Bereich Rundstrick über Jahrzehnte aufgebaut.

Familienbetrieb, als Lieferant der Bekleidungsindustrie im Bereich Wäsche, Kinder- und Oberbekleidung zu agieren, und gleichzeitig die Expansion im Bereich der technischen Textilien voranzutreiben.“

↳ <https://edelweissmaschenstoffe.com>



TERMINE

12. Januar 2021
Brexit – was nun?
Web-Workshop Gesamtmasche

11. Februar 2021
ERFA-Kreis Verpackung und Recycling
Online-Meeting
Gesamtmasche

16. Februar 2021
Änderungen im Zoll- und Außenwirtschaftsrecht 2020/21
Web-Seminar IHK Stuttgart

Januar bis März 2021
Nachhaltiges Lieferkettenmanagement
Workshop-Reihe, global verantwortlich Baden-Württemberg

↳ www.gesamtmasche.de/veranstaltungen

34% aller Beschäftigten im Textil- und Bekleidungssektor befanden sich nach Schätzungen des ifo-Instituts im Juni 2020 in Kurzarbeit. Über alle Branchen hinweg betrug der Kurzarbeiter-Anteil gut 20 Prozent. Das sind über 6,7 Millionen Menschen. Die Zahl dürfte laut ifo bis Herbst auf ähnlichem Niveau geblieben sein. Bereits in den ersten Wochen der Coronakrise lag die Zahl der Kurzarbeiter mit ca. 2 Millionen über dem bisherigen Höchststand aus dem Frühjahr 2009, als knapp 1,5 Millionen Personen in Kurzarbeit waren.

FALKE

GERMANY 1895

With you every step for 125 years

Gegründet im Jahr 1895, blickt FALKE auf eine bewegte Firmengeschichte zurück. Sie hatte ihren Ursprung in bescheidenen handwerklichen Anfängen und wurde geprägt durch zwei Weltkriege mit Zerstörung und Wiederaufbau, durch Expansion und durch die Überwindung der weltweiten Finanzkrise im Jahr 2008. Diese Geschichte verlangte starke Unternehmerpersönlichkeiten mit unbedingtem Gestaltungswillen auch in schwierigen Situationen – eine Anforderung, die auch heute angesichts der aktuellen weltwirtschaftlichen Situation unverändert gilt.

Einmaligkeit in Serie

In vierter Generation als Familienunternehmen geführt, hat sich FALKE zu einer international agierenden Premiummarke entwickelt – mit weltweit anerkannter Kompetenz in hochwertiger Beinbekleidung und Mode. Von den Anfängen als Manufaktur bis heute war und ist die Idee: Einmaligkeit in Serie anzubieten. Dafür bedarf es kompromissloser Qualität, Handwerkskunst und ständiger Innovation, begleitet von filigraner Spezialisierung, kreativem Design und nicht zuletzt von Kontinuität und Zuverlässigkeit.

Wie alles begann

1895 gründet der Dachdecker Franz Falke-Rohen, der in den kalten Wintermonaten als Saisonstricker tätig war, seine eigene Strickerei. Sein ältester Sohn Franz jun. übernimmt 1902 die Leitung und

führt die Strickerei durch die Wirren des 1. Weltkrieges. Vater und Sohn kaufen die „Woll- und Haargarnspinnerei Carl Meisenburg“ in Schmallenberg (später FALKE Garne) - Grundstein für die heutige Unternehmensgruppe.

Von der Manufaktur zum modernen Industriebetrieb

1920 wird in Schmallenberg eine neue Strumpffabrik gebaut. Hier befindet sich bis heute der Firmensitz der FALKE Gruppe. Acht Nähbetriebe kommen als Auftragsfertiger hinzu. 1928 verstirbt Franz Falke senior. Aus seinem einstigen handwerklichen Betrieb ist ein stattliches Industrieunternehmen mit rund 800 Beschäftigten entstanden. Ende der 30er Jahre erwirbt Franz Falke jun. die 1810 gegründete Schmallenberger „Strickwarenfabrik Salomon Stern“. Sie firmiert heute unter FALKE Fashion.

Markenpolitik und Exportstrategie

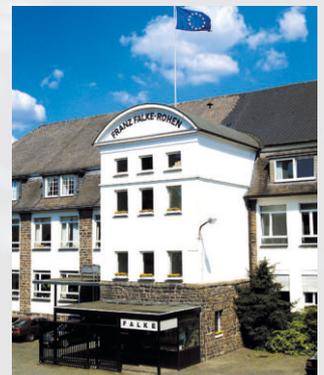
1946 wird das Markenzeichen „FALKE“ entworfen und erstmals im Strumpfbereich eingesetzt. Die Söhne Paul und Franz-Otto Falke übernehmen nach dem Tod ihres Vaters Franz Falke jun. die Unternehmensgruppe. Konsequente Markenpolitik und die Erschließung von Exportmärkten sind das Ziel. 1958 kaufen sie die Feinstrumpfwerke Uhli. Dort wurden die ersten Nylonstrümpfe gewirkt und die ersten Strumpfhosen auf einer Cotton-Maschine gefertigt.

Modekompetenz international

In den 60er und 70er Jahren



Firmengründer Franz Falke-Rohen mit Familie



FALKE-Firmengebäude in Schmallenberg



Eidler Hingucker: FALKE Fashion Tights Hit 70 TI

„Mit 125-jähriger Expertise entwickeln wir moderne Beinbekleidung, zeitgemäße Accessoires und sportive Oberbekleidung. Dabei bedienen wir uns der besten verfügbaren Materialien und setzen neueste Produktionstechniken ein. Und dennoch geht jeder Strumpf mindestens zehnmals durch die Hände erfahrener Spezialisten. Da, wo Maschinen ihre Grenzen finden, runden sie die Produkte ab und perfektionieren sie. Nur so werden wir unserem Anspruch gerecht, dass jedes FALKE-Produkt das Beste seiner Art sein muss.“

Fashion, Sport und Komfort

In den 2000er Jahren bietet FALKE Ergonomic Sport System ein ganzheitliches, optimal aufeinander abgestimmtes Produktkonzept. 2012 nimmt das neue Werk im serbischen Leskovac die Produktion auf. Zukünftig werden dort Strick- und Feinstrümpfe für den weltweiten Modemarkt hergestellt. In den 2010er Jahren vertieft FALKE seine Kompetenz im Sportbereich. 2014 stattet FALKE die deutschen Ski-Nationalmannschaften Ski Alpin und Ski Cross mit Funktionsunterwäsche und Skistrümpfen aus. 2015 kommt die innovative Sportbekleidung FALKE Impulse Running auf den Markt. Von der Innovation profitieren auch die Bereiche Mode und Wellbeing: 2015 wird eine neue Generation Kompressionsprodukte für Damen- und Herrenstrümpfe eingeführt, die seit 2019 als FALKE Travel & Comfort Linie in Lizenz der Lufthansa verkauft wird. 2019/20 liegt ein neuer Fokus auf FALKE Apparel für Damen und Herren. FALKE begleitet damit Menschen jeden Alters und in jeder Lebensphase mit neuen Ideen und modernen Produkten.

macht sich FALKE nicht nur mit Strumpfwaren, sondern auch mit Damenmode einen Namen. 1974 erfolgt mit der Konzentration der Produktion auf die Stammwerke Schmallenberg und Lippstadt die Gründung der ausländischen FALKE-Gesellschaften Portugal, Österreich, Ungarn und Südafrika. Ab 1970 erhält FALKE kreative Impulse durch die Zusammenarbeit mit internationalen Designern. In Lizenzpartnerschaften wird z.B. mit Armani, Lagerfeld, Christian Dior und Paul Smith zusammengearbeitet.

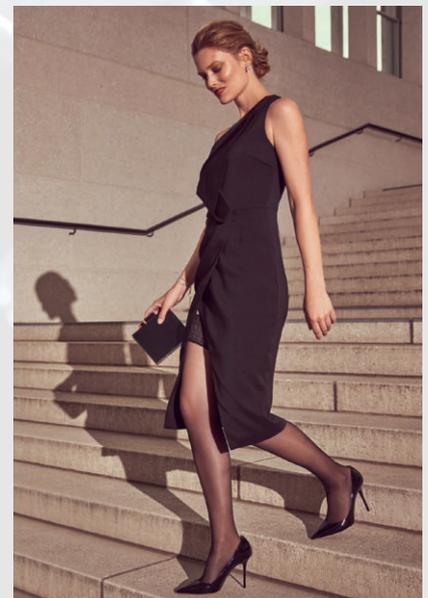
www.falke.com

Die vierte FALKE-Generation

1990 verstirbt Paul Falke Senior im Alter von 70 Jahren. Sein Sohn Paul und dessen Cousin Franz-Peter, Sohn von Franz-Otto Falke, übernehmen die Leitung. 1992 eröffnet in Köln der erste Flagship-Store, in dem FALKE-Oberbekleidung verkauft wird. 1997 übernimmt FALKE die Leinefelder Textilwerke (LTW) in Thüringen. Damit stellt FALKE die eigene Garnversorgung sicher und baut die LTW als Spezialist innovativer Garnentwicklungen aus. Ende der 90er Jahre werden die FALKE Feinstrumpfwerke in Lippstadt und die Franz Falke-Rohen Strumpffabriken organisatorisch zur FALKE KG zusammengeführt. Das Unternehmen verfügt zu dieser Zeit über 81 Shop-in-Shop-Systeme und ist auf internationaler Ebene in den Modezentren Europas mit 20 FALKE-Shop-Systemen präsent. In Berlin und Ascona hat FALKE Flagship-Stores eröffnet.



FALKE Apparel - Herbst/Winter 2020



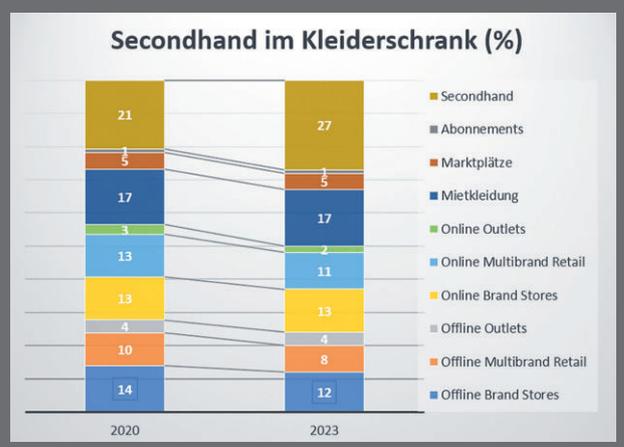
FALKE Legewear - Herbst/Winter 2020

Zweit- und Drittnutzung von Textilien als Gegenkonzept zur Turbomode Second Life

Laut einer Umfrage der Secondhand-Plattform ubup haben 56 Prozent der Deutschen schon einmal Secondhand-Kleidung gekauft. 63 Prozent der Secondhand-Verkäufe finden bereits online statt.

Bis vor kurzem noch das Feld von stationären Händlern und Online-C2C-Verkäufern, dominieren inzwischen Reselling-Plattformen. 2020 starteten Zalando mit Zircle und H&M mit Sellopy ins Geschäft von Momox & Co. Überwiegend kaufen die Plattformen gebrauchte Kleidung von Verbrauchern zum Festpreis an. Marktplätze wie Vinted (ehemals Kleiderkreisel) bieten ihren Nutzern die Möglichkeit, Secondhand-Artikel selbst zu verkaufen. Die Generation Z gibt sich umweltbewusst, steht aber gleichzeitig für Turbo-Konsum. Ultrafast Fashion-Labels bringen tausende neuer Teile pro Woche auf den Markt. Party-Tops werden nur noch ein- bis zweimal getragen. Das verträgt sich schlecht mit Klimaschutz. Secondhand als Gegenkonzept gewinnt an Boden. Auch neue gesetzliche Rahmenbedingungen weisen in Richtung Recycling und Mehrfachnutzung. Das gilt auch – vor Kurzem für viele kaum denkbar – für Bodywear. BHs beispielsweise lassen sich nach heutigem Stand der Technologie kaum zu hochwertigen neuen Fasern recyceln. Bekommen sie ein zweites oder sogar drittes Leben, verbessert sich ihre Öko-Bilanz enorm.

Der globale Second-Hand-Modemarkt ist heute 30 bis 40 Mrd. US-Dollar wert. In den nächsten fünf Jahren könnte er bis zu 20 Prozent wachsen. 70 Prozent der Konsumenten wollen künftig mehr gebrauchte Kleidung kaufen.



Quelle: Boston Consulting Group; Datenbasis: Umfrage bei 7.000 Verbrauchern aus USA, Frankreich, Spanien, Italien, Deutschland und UK.



Kenner-Siegel

Vor 20 Jahren entwickelten die DITF in Denkendorf ein Gütesiegel, für das die Forscher bis heute mit lebenden Zellen testen, wie verträglich Textilien auf unserer Haut wirklich sind: das FKT-Siegel.

Die Initialzündung für den Qualitäts-Check aus der Maschenindustrie kam 1994. Mit Presseüberschriften wie „Gift im Kleiderschrank“ wollte die Branche nicht leben und ging in die Offensive. An den DITF hatte sich längst der Bereich der Biomedizin etabliert. Aus dem Anliegen der Maschenindustrie und dem Knowhow aus Denkendorf erwuchs als Lösung ein Verein mit besonderen Qualitäten: der Förderverein Körperverträgliche Textilien e.V. (FKT). „Wir haben damals damit begonnen, nicht nur auf bestimmte Substanzen im Textil zu achten, sondern die Wirkung eines Stoffs auf Hautzellen zu testen. Das war ein entscheidender Unterschied zum bereits bestehenden OEKO-TEX-Siegel, das bis heute vornehmlich auf die Inhaltsstoffe achtet“, erklärt Prof. Dr. Heinrich Planck, Gründervater des FKT. Gemeinsam mit dem Bereichsleiter

der Biomedizintechnik an den DITF, Prof. Dr. Michael Doser, brachte er das Prüfsiegel zur Marktreife. Mittlerweile wurden weit über 10.000 Textilien getestet. Im Fokus stehen hochwertige und langlebige Produkte. Beispiel: Der österreichische Frottierwarenhersteller Vossen setzt seit Jahren auf das FKT-Siegel: „Es mangelt ja branchenweit nicht an Siegeln – von aussagekräftigen bis zum völligen Fake. Wir wollen aber Qualität. An einer Zertifizierung, nicht nur im Bereich Textil, kommt man heute sowieso nicht mehr vorbei. Also nehmen wir doch die beste,“ erklärt Werner Blohmann, Geschäftsführer der Vossen GmbH.

➔ www.koerpervetraegliche-textilien.de

Kommt bald ein Sorgfaltspflichtengesetz?

In Deutschland soll trotz herber Kritik seitens der Wirtschaft noch in der laufenden Legislaturperiode ein Lieferkettengesetz kommen. Parallel wird unter deutscher Ratspräsidentschaft eine EU-Lieferkettenrichtlinie vorangetrieben.

Das Eckpunktepapier von Bundesentwicklungsminister Müller und Bundesarbeitsminister Heil, dass im Juni an die Öffentlichkeit gelangte, wird noch immer zwischen den drei Bundesministerien BMAS, BMZ und BMWi diskutiert. Die Bundesregierung ist sich uneins und will einen letzten Anlauf unternehmen, bevor das Thema in den Wahlkampf gezogen wird. Anscheinend wird auf Staatssekretärs- und Ministerebene intensiv darüber diskutiert, das Lieferkettengesetz doch noch zügig aufs Gleis zu setzen. Bundesentwicklungsminister Müller fordert eine Entscheidung noch vor Weihnachten. Bundesarbeitsminister Heil betont, das Gesetz stehe im Koalitionsvertrag und müsse folglich noch in der laufenden Legislaturperiode

verabschiedet werden. Auch NGOs wie die „Initiative Lieferkettengesetz“ erhöhen den Druck.

Brüssel plant Lieferkettenrichtlinie

In der EU ist man sich einig: Unternehmen sollen entlang ihrer globalen Lieferketten für die Einhaltung von Menschenrechten, Umwelt- und Arbeitsstandards sorgen.

Die EU-Kommission soll nun den EU-Rechtsrahmen und einen Aktionsplan ausarbeiten. Die Ansätze gehen dabei noch weit über die Vorschläge hinaus, die derzeit in Deutschland diskutiert werden. Die Initiative ging von EU-Justizkommissar Didier Reynders aus. Im Rahmen der deutschen EU-Ratspräsidentschaft hatte das Bundesarbeitsministerium die Ratsschlussfolgerungen zum Thema „Menschenrechte und gute Arbeit in globalen Lieferketten“ eingebracht. Diese haben die EU-Mitgliedstaaten Ende November nun einstimmig verabschiedet. Neben einem EU-Rechtsrahmen für unternehmerische Sorgfaltspflichten entlang globaler Lieferketten soll die Kommission einen Aktionsplan vorlegen, der einen verbindlichen Sorgfaltsstandard mit Unterstützung für europäische Unternehmen kombiniert.

Schweizer Konzernverantwortungsinitiative

Eine Initiative, die Konzerne zu umfassender Verantwortung für ihre Lieferketten im Bereich Menschenrechte und Umwelt verpflichten wollte, ist in der Schweiz Ende November knapp gescheitert. Die eigentliche Initiative ist damit zwar abgelehnt. 2021 wird jedoch ein abgeschwächter Gegenentwurf des Parlaments in Kraft treten. Dieser sieht zunächst Berichtspflichten für größere schweizerische Unternehmen vor, die sich inhaltlich an der EU CSR-Richtlinie orientieren.

Bisherige Eckpunkte

- Für Firmen >500 MA
- Sorgfaltsprüfung: Menschenrechte, Arbeitsstandards, Umwelt, Korruptionsbekämpfung
- Gesamte Wertschöpfungskette inkl. B2C und Entsorgung
- Zivilrechtliche Haftung für gesamte Wertschöpfungskette, wenn Beeinträchtigung „vorhersehbar“ und „vermeidbar“.

Wichtige Forderungen

- Höhere MA-Schwelle / Orientierung an Frankreich (ab 5.000)
- Anwendung auf UN-Menschenrechte eingrenzen
- Haftung auf Tier-1 beschränken
- Bürokratie minimieren
- Rechtsunsicherheit minimieren
- Übergangszeitraum von mindestens 5 Jahren.



Bilder: © Triumph / Lydia Gorgies

Alltagsheldinnen: #TogetherWeTriumph

Herausfordernde Zeiten erfordern solidarische Maßnahmen. Die Dessous- und Bodywear-Marke Triumph startete am 1. Oktober 2020 die Marken- und Promotion-Kampagne „Alltagsheldinnen“. Sie basiert auf der globalen Kommunikationskampagne #TogetherWeTriumph, die für kollektiven Zusammenhalt und die Unterstützung unter Frauen steht.

Vom 1. Oktober bis 15. November 2020 konnten Frauen ihre persönliche Alltagsheldin auf der Triumph-Website – unter anderem über einen URL-Code am Point of Sale – nominieren und an einem Gewinnspiel teilnehmen, um sich und ihre alltägliche Heldin zu beschenken. Die Idee: Wer bei Triumph einkauft, tut sich etwas Gutes und wird dazu eingeladen, auch anderen etwas Gutes zu tun. Die Gewinnerinnen konnten zwischen einem Einkaufsgutschein und einem Gutschein für ein Online-Coaching zu einem der Themen Selbstliebe, Selbstfindung oder Selbststärkung wählen.



Kooperation mit der HER Community

Die Kampagne wurde in Zusammenarbeit mit der Facebook-Community HER GERMANY entwickelt. Wie bei Triumph stehen Zusammenarbeit und gegenseitige Unterstützung von Frauen, und nicht Wettbewerb, im Fokus des Netzwerks, das aus Gründerinnen, Macherinnen und Kreativen vielfältiger Branchen und Altersgruppen besteht. Gemeinsam mit Triumph kreierte die Community ein Imagevideo mit alltäglichen Heldinnen aus der Gruppe.

PoS-Marketing, Podcasts und Influencer

Das Marketingpaket für den Handel beinhaltet neben klassischen PoS-Materialien auch digitale Inhalte wie Foto- und Videomate-

rial für Social Media-Aktivitäten. Zusätzlich zum PoS-Marketing wurde die Kampagne von einem Podcast, einer umfangreichen PR-Kampagne, Medien-Kooperationen und Social Media Marketing begleitet. Für die Kommunikation der Kampagnenidee riefen neben Triumph, HER GERMANY und den Medienpartnern auch ausgewählte Influencer zur Teilnahme auf und erklären in Videos, wie die Nominierung funktioniert und welche Gewinne die Community erwartet.

„Die letzten Monate waren für uns alle eine unglaubliche Herausforderung – für uns als Unternehmen, aber auch für Frauen, die durch die Vereinbarung von Job, Haushalt und Kindern über sich hinausgewachsen sind. Wir wollen Danke sagen und Frauen motivieren, solidarisch miteinander zu sein und sich wertzuschätzen.“

Vanessa Occhetti, Triumph PR & Communications Manager Europe



Seit 1886 fertigt Triumph Lingerie in feinsten Handwerksqualität und hilft Frauen dabei, fantastisch auszusehen und sich gleichzeitig wohlfühlen. Triumph International gehört zu den weltweit größten Herstellern von Bodywear und Dessous mit mehr als 2.000 Geschäften und 40.000 Großkunden weltweit. Triumph vertreibt seine Produkte über 3.600 kontrollierte Verkaufsstellen in 120 Ländern.

Modebranche in Corona-Zeiten

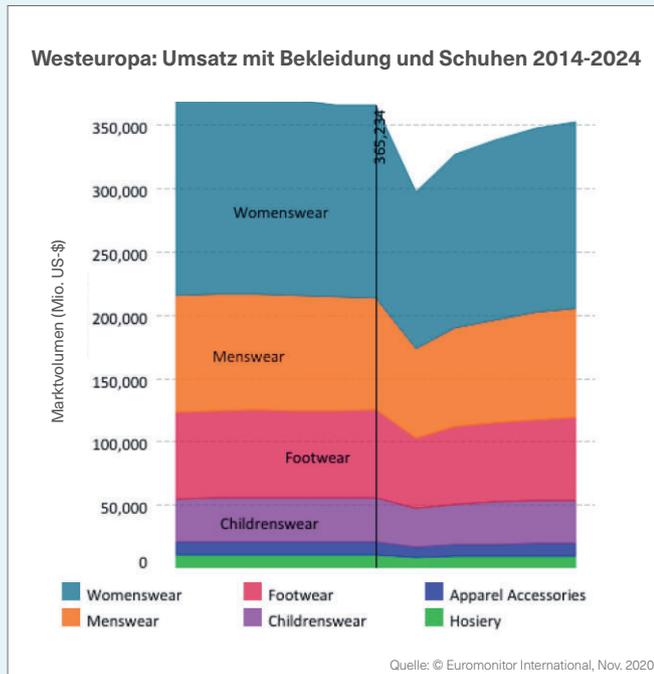
Trends und Konsumverhalten international

Die COVID-19-Pandemie verstärkt und beschleunigt Markttrends, die sich bereits abgezeichnet haben. Unternehmen stehen vor der Herausforderung, schnell und adäquat darauf zu reagieren.

Die Bekleidungsindustrie ist neben der Reisebranche einer der international am stärksten durch die Corona-Krise betroffenen Sektoren. Für den deutschen Moderetail 2020 prognostiziert Euromonitor International einen Umsatzrückgang von -22 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Weltweit dürfte der Umsatz um 17 Prozent zurückgehen.

Schrumpfmärkte und schwächelnde Mittelschicht

Asien-Pazifik ist die einzige Weltregion, in der die Branche in den nächsten Jahren spürbar wächst. In Europa hingegen kämpfen die Marktteilnehmer um ihr Stück am schrumpfenden Kuchen. Die Rezession führt zu einem enormen Verlust an verfügbaren



Einkommen. In Deutschland dürfte sich die Anzahl der Haushalte mit mittlerem Einkommen (30.000 bis 75.000 US-Dollar pro Jahr) zwischen 2019 und 2021 um ca. 5 Millionen verringern. Erst ab 2022 ist mit langsamer Erholung zu rechnen. Die ante-Covid geschätzte Entwicklung wird erst langfristig, womöglich auch nie mehr erreicht. Ähnliches gilt für ganz Westeuropa und Japan, während die USA bereits 2023 wieder deutlich positiv tendieren.



Gleichzeitig verstärkt sich die Dominanz des Private Label-Business. Die Margen der Industrie stehen mehr denn je unter Druck.

Von „Make to Stock“ zu „Make to Order“

„Post-Covid-Konsumenten kaufen zweckgerichtet und erwarten klaren Mehrwert,“ meint Grant Budding, Senior Consultant. „Dabei spielen Nachhaltigkeit, Digitalisierung und Personalisierung eine große Rolle.“ Der E-Commerce nimmt in Deutschland Fahrt auf. Der Anteil des Online-Umsatzes am gesamten Modeumsatz soll von heute – im internationalen Vergleich bescheidenen – 11 Prozent bis 2030 auf 24 Prozent wachsen. Die Ära der Mass Customization hat begonnen. Für ihr passgenaues Wunschprodukt sind Konsumenten künftig auch bereit, etwas länger zu warten.

E-Commerce-Riesen setzen auf eigene Modelinien

Amazon hält derzeit bereits 74 Private Labels. Mehr als vier Fünftel davon fallen in den Bereich Mode, die insgesamt über 10.000 Produkte anbieten. Diese Marken finden sich im Personal Shopper von Prime Wardrobe, einem Styling-Service für Prime-Mitglieder.

Weniger produzieren – aber öfter

Die Pandemie beeinflusst die Beschaffungsketten und den internationalen Handel im Textil- und Modebereich grundlegend. Re- und Near-Shoring-Strategien haben Konjunktur. Firmen wie Inditex haben ihre Lieferketten bereits deutlich (59%) nach Nordafrika und in die Türkei verlagert. Near-Shoring erlaubt kürzere Lieferfristen und häufigere, kleinere Orders. Dies führt auch zu geringerer Umweltbelastung und reduziert Überhänge. Die Türkei, Maghreb, Mashrek und Äthiopien gehören zu den Ländern, die in diesem Rahmen zunehmend interessant sind.

Am 19. November hat Gesamtmasche mit Euromonitor International ein Seminar „Modebranche in Corona-Zeiten“ veranstaltet. Mitgliedsfirmen können die Präsentation bei Gesamtmasche abrufen.

↳ Silvia Jungbauer, jungbauer@gesamtmasche.de

Happy Birthday!

100 Jahre Karl Conzelmann



Es ist die Geschichte eines schwäbischen Familienunternehmens, das 1920 gegründet wurde, und sie spielt vor der Kulisse eines bewegten Jahrhunderts: Man erlebt die Industrialisierung, den Boom der Textilindustrie, man übersteht Krieg, Krisen, Inflation und Globalisierung. Das Erfolgsrezept: Weitblick, technische Innovationen und, wo nötig, auch strategische Korrektur.



20er

Mit 2.000 Mark, ein paar gebrauchten Rundstühlen und Nähmaschinen und einer großen Portion Mut gründet der Strickmeister Karl Conzelmann mit seiner Frau Emilie im eigenen Wohnhaus das Unternehmen. Zunächst werden sog. „Einsatzhemden“ hergestellt.



Kinderunterwäsche. Er baut das Exportgeschäft in die Schweiz, Frankreich und Benelux auf.

60er

In den 60er Jahren boomt die Wirtschaft – und Albstadt mit: Allein im schwäbischen Tailfingen existieren rund 100 Textilfirmen. Auch bei Karl Conzelmann brummt es.

30er

Was im Wohnhaus begonnen hat, wächst und erfordert neue Räumlichkeiten. Im Neubau in der Kleinen Straße in Tailfingen umfasst die Produktionspalette 1934 bereits Damen-, Herren und Kinderunterwäsche.

1967 stirbt Firmengründer Karl Conzelmann im Alter von 82 Jahren. Walter Conzelmann führt das Unternehmen, gemeinsam mit seinem Bruder Hans und ab 1969 mit der Schwester Anna Kißling weiter.

40er

Karl Conzelmann war kein Parteigenosse. Sein Betrieb wurde daher 1942 von der NSdAP stillgelegt. Erst nach dem Krieg kann das Unternehmen – unter der Aufsicht der französischen Besatzungsmacht und schwierigsten Umständen – wiederaufgebaut und 1947 wiedereröffnet werden.

70er

Die 70er Jahre sind geprägt von überdurchschnittlichem Wachstum und Investitionen: 1970 wird Conzelmann France gegründet. Die Teilautomatisierung der Konfektion beginnt schon ab 1970. 1971 baut Conzelmann ein neues Logistikzentrum und eine Strickerei am Reislebach. Als erstes Unternehmen weltweit bietet man Feinrippware in 20iger Teilung an (20 Maschen pro Inch). Mit Unternehmerkollegen werden einen Ausrüstbetrieb und eine Textildruckerei gegründet. Neben den technischen Innovationen kommt es 1979 zu einer wesentlichen markenstrategischen Weichenstellung: Die Marke Nina von C. wird eingetragen.

50er

Eine schwierige Zeit des Neuanfangs und des Umbruchs beginnt. Sohn Walter Conzelmann erkennt die Zeichen der Zeit und bietet ab 1952 seine Ware auch in Warenhäusern an. 1953 muss sich Karl Conzelmann aus gesundheitlichen Gründen aus der Geschäftsleitung zurückziehen. Sohn Walter, gerade einmal 22, übernimmt die Geschäftsleitung. Er konzentriert das Sortiment ab 1956 auf modische Damen- und

80er

Seit Ende der 70er Jahre sind die Zeiten der deutschen Textilindustrie schwieriger, es kommen immer mehr Importe aus Billiglohnländern. Daher setzt das Unternehmen vermehrt auf den Export und exportiert 55 % der



Mit 120 Beschäftigten am Standort, einer modernen Strickerei und einer CAD-gesteuerten Zuschneiderei ist Karl Conzelmann eine der wenigen noch in Albstadt produzierenden Firmen der Branche. Auch eine kleine Näherei für Schnellschüsse und Muster betreibt die Firma in Albstadt. Sie sorgt für Erhalt und Weiterentwicklung der technischen Kompetenz. Größere Stückzahlen werden in eigenen Betrieben in Portugal und Rumänien mit teilautomatisierten Nähmaschinen gefertigt.

Viele der eingesetzten Stoffe sind Conzelmann-Kreationen, exklusiv für die eigenen Produkte entwickelt. Schon seit den 1970igern verwendet Karl Conzelmann zum Bleichen der Stoffe umweltfreundliche Wasserstoffperoxid-Bleiche anstatt Chloritbleiche. Heute setzt das Unterneh-

men auf zertifizierte Bio-Baumwolle und hochfeine Modalqualitäten. Im kommenden Frühjahr erscheint die neue Basic-Kollektion Ecosoft – ganz aus recycelten Rohstoffen gefertigt.

Der Corona-Shutdown hat auch Karl Conzelmann herb getroffen – ausgerechnet im Jubiläumsjahr. Schließlich hatten die Tailfinger Dessous-Spezialisten ein großes Paket mit besonderen Aktionen geschnürt, unter anderem mit der Jubiläumskollektion „Golden Twenties“, die seit September auf dem Markt ist. „Die Umsätze der Shutdown-Wochen fehlen“, sagt Geschäftsführerin Doris Biedermann. „Der Handel hat zwar nachgeordnet. Aber das Vorjahresniveau werden wir kaum erreichen.“ Trotzdem blickt das Unternehmen hoffnungsvoll in die Zukunft: Man freut sich nun auf das Fest im 101. Jahr.

Waren ins Ausland. Weitere bauliche Vergrößerungen sind notwendig. Die Firma investiert 1986 mit einem neuen CNC-Cutter und einer neuen Stanzmaschine in die Zugschnitt-Technik.

als neues Segment Loungewear ein.

2005 wird Matthias Conzelmann weiterer Geschäftsführer.

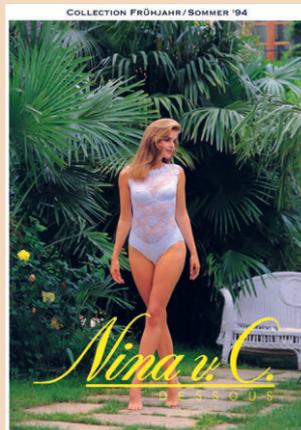
2010er

Das Unternehmen bringt das junge Label like it! auf den Markt. In der Geschäftsführung komplettiert Martina Bandte das Dreiergespann der dritten Generation, dem Seniorchef Walter Conzelmann noch beratend zur Seite steht. Die Marke Nina von C. wird strategisch neu ausgerichtet: Mit dem Claim „EIN TEIL VON MIR“ wird Nina von C. emotionaler, unterstreicht das Thema Komfort sowie die innere Verbundenheit im Unternehmen. 2019 erweitert das Unternehmen seine Produktions- und Logistikfläche um ca. 2600 qm².

90er

1991 lagert Karl Conzelmann erstmals Produktionsteile ins europäische Ausland aus und gründet einen Konfektionsbetrieb in Portugal. Mit Doris Biedermann rückt 1994 die dritte Generation in die Geschäftsleitung auf.

Mit den 90ern hat sich das Frauenbild gewandelt. Die Marke Nina von C. wird 1999 grundlegend neu positioniert.



2000er

Im Handel werden zunehmend Nina von C.-Shops, Corners und Flagship-Flächen eröffnet, flankiert von großflächigen Werbekampagnen. Der Bekanntheitsgrad der Marke steigt. 2002 eröffnet das Unternehmen in Rumänien sein zweites Werk und investiert 2004 in eine neue CNC-Zugschnittanlage für Schlauch- und Breitware. Nina von C. führt



Die Unternehmerfamilie: Walter Conzelmann (Mitte) mit seinen Kindern (v.l.n.r.) Ulrich Conzelmann, Martina Bandte, Matthias Conzelmann und Nichte Doris Biedermann.

Neues Kreislaufwirtschaftsgesetz in Kraft

Am 29. Oktober 2020 trat das novellierte Kreislaufwirtschaftsgesetz (KrWG) in Kraft. Es sieht eine umfassende Produktverantwortung von Herstellern und Händlern vor. Der Vernichtung von nicht abverkaufter Neuware und Retouren entgegenzuwirken, gehört zu den Prioritäten der Novelle.

Das Ziel des EU-Aktionsplans zur Kreislaufwirtschaft (Circular Economy Action Plan) innerhalb des Green Deals ist kein Geringeres, als die komplette Wirtschaft zu transformieren und zugleich die Umwelt zu schützen. Für die Textilwirtschaft als eine der sieben zentralen Produktwertschöpfungsketten soll bereits im nächsten Jahr eine EU-Strategie erarbeitet werden. Die Novellierung des KrWG setzt dabei zunächst nur die europäischen Vorgaben zur Kreislaufwirtschaft um, wie sie in der EU-Abfallrahmenrichtlinie vorgegeben werden, geht dabei aber auch teilweise noch darüber hinaus. Hersteller und Händler werden als die zentralen Akteure der Kreislaufwirtschaft adressiert und müssen als latente Grundpflicht für ihre Produkte auch die Ziele der Kreislaufwirtschaft berücksichtigen und erfüllen.

Verantwortung über gesamten Produktlebenszyklus

Unternehmen müssen daher schon bei der Entwicklung, Herstellung und dem Inverkehrbringen ihrer Produkte die Ressourceneffizienz, mehrfache Verwendbarkeit, technische Langlebig- und Reparierbarkeit zu berücksichtigen. Und auch nach Gebrauch sollen die Produkte zur ordnungsgemäßen, schadlosen und hochwertigen Verwertung sowie zur umweltverträglichen Beseitigung geeignet sind. Der detaillierte Katalog zur **Produktverantwortung** ist lang und geht vom vorrangigen Einsatz von sekundären Rohstoffen und Rezyklaten über die Erteilung von Hinweisen zu Rückgabe-, Wiederverwendungs-, Verwertungs- und Beseitigungsmöglichkeiten durch entsprechende Kennzeichnung bis zur

Beteiligung an Kosten, die den öffentlich-rechtlichen Entsorgungsträgern für die Reinigung der Umwelt und die anschließende umweltverträgliche Verwertung und Beseitigung der Produkte nach Gebrauch entstehen. Konkretisiert wird diese im KrWG festgeschriebene Produktverantwortung allerdings erst durch entsprechende Rechtsverordnungen, die die Bundesregierung mit Zustimmung des Bundesrates noch erlassen muss. Was konkret auf die Textil- und Bekleidungsbranche zukommt steht also noch nicht fest.

Obhutspflicht für Retouren und Restanten

Das KrWG regelt auch eine **Obhutspflicht** für Hersteller und Händler hinsichtlich der von Ihnen vertriebenen Erzeugnisse. Diese bestimmt, dass beim Vertrieb der Erzeugnisse dafür zu sorgen ist, dass deren Gebrauchstauglichkeit erhalten bleibt und diese nicht zu Abfall werden. Damit will der Gesetzgeber insbesondere der Vernichtung von funktionstüchtiger und neuwertiger Retourenware und unverkauften Lagerbeständen sowohl im Online-, als auch im stationären Handel mit geeigneten Maßnahmen einen Riegel vorschieben. Da Daten zu Retouren oder zur Vernichtung von Überhängen nicht existieren, soll durch entsprechende Rechtsverordnung von den Unternehmen die Erstellung eines **Transparenzberichts** verlangen werden können, der die Verwendung der Erzeugnisse – insbesondere deren Art, Menge, Verbleib und Entsorgung sowie die getroffenen und geplanten Maßnahmen zur Umsetzung der Obhutspflicht – zum Inhalt hat.

Neue Berichtspflichten

Hierzu wurden im September im Rahmen eines Transparenzdialogs zwischen dem Bundesumweltministerium, Händlern und Drittverwertern erste Eckpunkte vorgestellt, die voraussichtlich so auch Grundlage für eine **Transparenzverordnung** werden könnten: Um kleinere Unternehmen nicht über Gebühr zu belasten, soll die Berichtspflicht auf Unternehmen mit einem Umsatz über 10 Millionen Euro pro Jahr beschränkt werden. Die Warengruppen Elektrogeräte und Mode (Bekleidung und Schuhe) sollen dabei als Erste in den Fokus genommen werden. Als mögliche Berichtspunkte soll die Anzahl der Waren, die an Restpostenverwerter weiterverkauft wurden, die Anzahl der gespendeten und die Anzahl der entsorgten Waren aufgenommen werden. Positiv ist, dass das Bundesfinanzministerium zurzeit in Abstimmung mit den Ländern den Umsatzsteuer-Anwendungserlass zu Sachspen-

den überarbeitet und diesen anwendungsfreundlicher gestalten will, um damit Sachspenden zu erleichtern. Die Erstellung eines Transparenzberichtes wird Unternehmen aber mit weiteren Dokumentationsanforderungen belasten und zukünftig ein Konzept für die Retouren- und unverkaufte Lagerware erfordern, dass nicht in der Vernichtung der Ware besteht. Die weiter in diesem Bereich zu erwartenden Rechtsverordnungen werden tatsächlich sehr zeitnah einen Rechtsrahmen für das kreislaufwirtschaftliche Entwickeln und Herstellen von Produkten setzen, die ein tiefgreifendes Umdenken bei den Firmen zur Folge haben wird.



RA Kai-Uwe Götz,
goetz@gesamtmasche.de

Forderungsrisiko in der Corona-Krise: „Deutsche Firmen pokern hoch“

Der Kreditversicherer Atradius hat sein aktuelles Zahlungsmoralbarometer für Deutschland vorgelegt. Demnach bietet ein Drittel der befragten deutschen Unternehmen derzeit längere Zahlungsfristen an, um Kunden zu halten.

Gleichzeitig lassen über 70 Prozent der deutschen Firmen die Risiken für Forderungsausfälle in den kommenden Monaten zunehmend im eigenen Unternehmen und gehen in die Selbstversicherung, so die Studie. Der Kreditversicherer bezeichnet dies als „heikel“, müssen Lieferanten doch bei Forderungsausfall ihre Kosten vollumfänglich selbst tragen. Darauf kann die eigene Insolvenz folgen. Doch gleichzeitig gelten gerade im Textileinzel-

handel viele Kunden derzeit als nicht mehr oder nur zu unrentablen Konditionen versicherbar.

Eine andere Strategie zeigt sich im Rahmen des Zahlungsmoralbarometers bei den befragten Firmen in der Schweiz: In der aktuellen Situation setzen zahlreiche eidgenössische Unternehmen darauf, die eigenen Forderungsrisiken zu reduzieren. 54 Prozent der Studienteilnehmer haben seit dem Ausbruch der Pandemie Lieferungen mit Zahlungsziel abgelehnt. Gleichzeitig berichten 40 Prozent von ihnen aber auch, dass sie seit Frühjahr zum Teil ernsthafte Liquiditätsengpässe hatten. Für viele schweizerische Firmen dürfte es in den kommenden Monaten darum gehen, Wege zu finden, damit die Einnahmen trotz gesteigerter Forderungsrisiken nicht weiter wegbrechen.

**Uneinbringliche Forderung im Firmengeschäft seit Corona
(Anteil am Gesamtumsatz)**



Quelle: Atradius Zahlungsmoralbarometer Westeuropa 2020



Loop Alte neue Lieblingsstücke

Kann Post-Consumer-Kleidung in geschlossenen Textilrecycling-Prozessen zu neuen Kleidungsstücken werden? Der Flachstrickmaschinenbauer Shima Seiki spielt die technologische Schlüsselrolle in einem neuen Garment-to Garment-(G2G)-Recyclingsystem. Der Fast Fashion-Riese H&M hat das Modell in Zusammenarbeit mit dem Hong Kong Research Institute of Textiles and Apparel bereits zum Kunden gebracht.

Bilder: © H&M

„Loop“ heißt das weltweit erste G2G-Einzelhandelskonzept, das im Oktober 2020 in der Stockholmer H&M-Filiale Drottninggatan 56 an den Start ging. G2G ist ein direkt mit den Endkunden verbundenes Recyclingsystem: Sie können ausgediente Kleidungsstücke ins Ladengeschäft bringen, wo diese in Fasern und Garne zerlegt und zum Rohstoff für neue gestrickte Kleidung werden. Das beeindruckende Konzept zu geschlossenen Kreisläufen in der Textilbranche präsentiert somit ausgerechnet ein Unternehmen, das aufgrund seines Fast Fashion-Modells nicht gerade für Nachhaltigkeit steht. Lernen kann man von Loop aber allemal.

Der Prozess

Für Loop werden alte Kleidungsstücke gereinigt und zu Fasern geschreddert, aus denen ein neues Garn gesponnen wird. Dieses wird wiederum zu neuen Kleidungsstücken verstrickt. Dem Garn werden aus Qualitätsgründen nachhaltig gewonnene neue Materialien hinzugefügt, wobei der Anteil neuer Fasern so gering wie möglich gehalten wird. Das System kommt ohne Wasser und Chemikalien aus. Dadurch wird die Umweltbelastung denkbar geringgehalten.

G2G-Recycling-System

Das Garment-to-Garment-Recycling-

System ist eine Mini-Produktionslinie für Kleidungsstücke, die Post-Consumer-Kleidung recycelt. Es geht um integrale und geschlossene Textilrecycling-Prozesse: Vom Säubern eines Kleidungsstücks, dem Entfernen fester Bestandteile, dem Schneiden des Stoffs, Öffnen und Mischen von Fasern, Kardieren, Spinnen bis hin zum Stricken. Das System ist als Pop-up-Einzelhandelskonzept realisierbar und bietet einen neuen Ansatz, um Verbraucher wie Branchenakteure gleichermaßen zu inspirieren.

WholeGarment von Shima Seiki

Für Loop kommt die MACH2XS153-Flachstrickmaschine von Shima Seiki zum Einsatz, inklusive eigens entwickelter SlideNeedle auf vier Nadelbetten und dem patentierten permanent federbelasteten Platinen-System. Das WholeGarment-Verfahren ermöglicht die Herstellung von 3D-Strickwaren und Schläuchen in einem Stück und ohne Nähen. Die WholeGarment-Stricktechnik bietet die Möglichkeit einer fast unbegrenzten Auswahl an Strickmustern, hoher Geschwindigkeit und bei gleichzeitiger Minimierung von arbeitsintensiven Nähvorgängen. Durch die nahtlose Fertigung können Funktionsgarne wie z. B. leitfähige Garne durchgängig verwendet werden.

Der komplette G2G-Prozess findet Platz in einem Standard-40'-Container – im Fall von Loop im H&M-Store. Das Design minimiert Vibrationen, Geräusche und Stäube, so dass der Geschäftsbetrieb im eigenen sowie in angrenzenden Läden nicht gestört wird. Der Container, in dem die gesamte Produktionslinie untergebracht ist, besteht aus Glas und ermöglicht es den Kunden, den gesamten End-to-End-Prozess in Echtzeit zu beobachten.

➤ <https://letsremake.hm.com/>

Mit Enzym-Cocktails gegen die Plastikflut

Forscher haben zwei Enzyme einer plastikfressenden Mikrobe so miteinander kombiniert, dass sie PET sechsmal schneller abbauen als die Mikrobe selbst. Aus der Natur abgeleitete Enzym-Cocktails könnten künftig dabei helfen, Plastikmüll abzubauen und die Umweltbelastung durch Kunststoffe zu reduzieren.

2016 entdeckten Forscher erstmals ein plastikfressendes Bakterium: Ideonella sakaiensis. Es kann den Kunststoff PET mithilfe zweier Enzyme in seine Grundbestandteile zersetzen. Eines der beteiligten Enzyme - PETase - hat man sich zum Abbau von PET bereits zunutze gemacht. Zwar gelang es, die Abbaugeschwindigkeit des Enzyms zu verdoppeln. Im größeren Maßstab war das Verfahren aber nicht effizient genug.

Die Lösung: Enzyme im Doppelpack

Forscher des National Renewable Energy Laboratory in Colorado

„Mit Enzym-Recycling könnten auch andere Polyester, Polyamide, Polyurethan oder auch Zellulosemischungen in ihre Grundbausteine zerlegt und wieder in den Stoffkreislauf überführt werden.“

und des Centre for Enzyme Innovation in Portsmouth beobachteten: Während die PETase das PET in kleinere Terephthalat-Stücke zerlegt, übernimmt die MHETase - das zweiten Enzym -, den nächsten Schritt. Sie wandelt die Terephthalat-Stücke in Terephthalsäure und Ethylenglykol. Die Forscher verbanden die Enzyme physikalisch. Das Ergebnis: Die gekoppelten Enzyme bauten PET dreimal so schnell ab wie das Einzelenzym und sechsmal schneller als die Mikrobe.

Der Erfolg stimmt zuversichtlich

Die Kombination mehrerer Enzyme könnte das Recycling-Problem nicht sortenreiner Plastikabfälle lösen, deren Bestandteile sich bislang kaum trennen lassen. „Das Konzept, synthetische Polymere in gemischten Plastikabfällen mit einem fortgeschrittenen Enzymmix abzubauen, eröffnet spannende Möglichkeiten über das PET hinaus“, so die Forscher.

Verbundene Enzyme MHETase und PETase. Bild: © University of Portsmouth

Alttextilien aus Mischfasern mechanisch recyceln – geht das?

Laut bvse fallen in Deutschland jährlich 1,01 Millionen Tonnen Altkleider an. Ein großer Teil sind Textilien aus Fasermischungen, die sich bislang kaum hochwertig recyceln lassen. Der Engineering- und Entwicklungsdienstleister imat-uve hat mit einem Konsortium von Partnerunternehmen ein mechanisches Recyclingverfahren entwickelt, das Alttextilien aus Mischfasern einer sinnvollen Wiederverwertung im Fahrzeug-Interieur zuführt.

Mechanischer Recycling-Prozess ohne Chemikalien

Durch Optimierungen des Recycling-Prozesses werden die Mischfasern sehr fein aufgerissen und durch neue Technologien der Spinnereivorbereitung zu einem besonders weichen, gleichmäßigen

Kardenband verarbeitet. Die entstehenden Garne (Nm15 und Nm28) können je nach Beimischung von Polyester für verschiedene Ansprüche weiterverarbeitet werden.

Gewebe für höchste Ansprüche

Laut imat-uve kann selbst Garn aus 100% Mischfasern ohne Komplikationen industriell gewebt werden. Es gab keine Fadenbrüche und

kaum Faserabrieb. In Versuchen mit vorherigen Garn- und Webversionen wurden Standardprüfungen für die Automobilindustrie mit hohen Anforderungen an Strapazierfähigkeit und Komfort bereits sehr gut bestanden. Im nächsten Schritt wollen die Partner Garne aus 100% Mischfasern nicht nur als Schuss-, sondern auch als Kettfäden verarbeiten.

Neben imat-uve gehören dem Projektkonsortium C2C ExpoLab, FBBasic, Stichting Texperium sowie Trützschler an. Das Projekt wird im Rahmen des INTERREG-Programms Deutschland-Niederlande durch die EU unterstützt.

Die Rohware zur Herstellung der Garne besteht aus sortierter gebrauchter Arbeitskleidung (60% Polyester und 40% Baumwolle) und Altkleidern (aus unbekanntem Fasermischungen) sowie aus Roh-Polyester. In den Versuchen des Projekts wurden bisher zwölf Garn-Qualitäten in unterschiedlichen Mischverhältnissen gesponnen.



Auch in Äthiopien werden bereits in großem Stil Recycling-Garne produziert, allerdings aus Produktionsresten. Altkleiderberge gibt es dort nicht. Gemischt wird mit neuem Polyester, neuer Baumwolle und Acryl. Unser Bild stammt aus der OE-Spinnerei von ETUR, einem türkisch geführten vollstufigen Recycling-Betrieb in Adama.



Bild: © RonnyK – pixabay.com

Textilwirtschaft in Äthiopien

Äthiopien gilt als aufsteigendes Produktionsland in der Textil- und Bekleidungsbranche. Im Rahmen der Online-Konferenz „Textilwirtschaft in Äthiopien“ am 24. November 2020 vermittelten Äthiopien- und Textilexperten aktuelle Daten und Fakten. Textil- und Bekleidungsunternehmen konnten sich aus erster Hand zu Kooperationschancen informieren - und zu bestehenden Herausforderungen.

Äthiopien hat in Sachen Textil traditionell viel zu bieten, angefangen vom Baumwollanbau. Die heimische Textilindustrie ist mittelständisch geprägt und bietet Kooperationsmöglichkeiten vom Garn bis zur Bekleidung. In den neuen Industrieparks haben vor allem Investoren aus Asien Konfektionskapazitäten aufgebaut. Europäische Unternehmer, die mit Äthiopien ins Geschäft kommen wollen, müssen nach wie vor mit Infrastrukturmängeln und Devisenbewirtschaftung fertig werden.

Hotspot mit Fragezeichen

Äthiopiens Textilbranche hat eindeutig Potenzial, – aber ist es kurz- und mittelfristig überhaupt nutzbar? **Ulrich Binkert, GTAI-Reisekorrespondent für Ostafrika von Germany Trade & Invest** zeichnete ein realistisches Bild des Landes am Horn von Afrika. Arbeit, Land und Energie sind billig. Allerdings ist die Produktivität niedrig, die Infrastruktur an vielen Stellen schwach, und viele textile Vormaterialien und Zutaten müssen importiert werden. Für äthiopische Firmen stellt die Devisenbewirtschaftung eine große Hürde dar: Der Einkauf von Produkten aus dem Ausland ist für sie denkbar schwierig. Und die Meldungen zu bewaffneten Konflikten im November lassen so manchen Investor aufhorchen. Dennoch wird Äthiopien für viele Einkäufer immer interessanter: Freier Marktzugang nach Europa und die USA, der Ausbau der Industrieparks sowie die Unterstützung der äthiopischen Regierung und internationaler Geber bieten ein günstiges Umfeld.

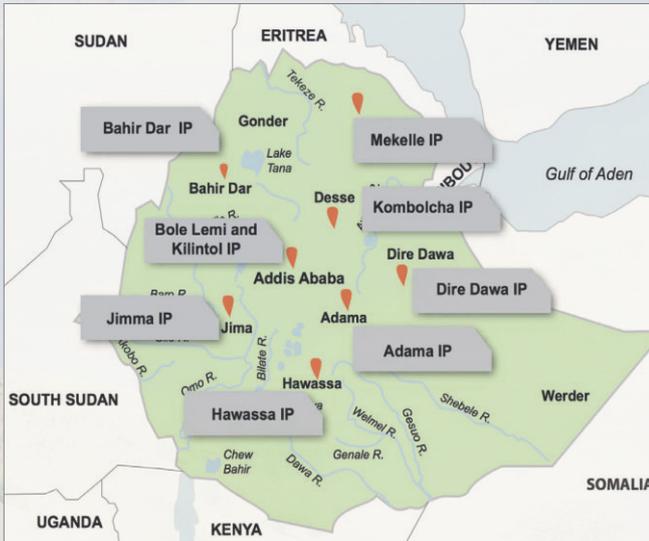
- In der GTAI-Sektorstudie „Äthiopien – Die Textil-, Bekleidungs- und Lederindustrie“ (2019) fasst Ulrich Binkert Fakten und Einschätzungen zusammen. Erhältlich unter www.gtai.de.



Fekadu Beyene Ayana, Generalkonsul der Demokratischen Bundesrepublik Äthiopien, eröffnete die Konferenz und unterstrich in seinem Grußwort die besondere Rolle Deutschlands als Handels- und Investitionspartner für Äthiopien, gerade auch im Textilbereich.

Beschaffen und Produzieren in Äthiopien

Stephan Rehlen, Langzeitexperte von Gesamtmasche im Rahmen des Projektes „Partner Afrika Ethiopia“, unterstützt seit über 12 Jahren textile Kooperationen in Äthiopien und anderen afrikanischen Ländern. Die textile Wertschöpfungskette vor Ort kennt er bestens. Er ist überzeugt: „Der Weg für Äthiopiens Textilindustrie ist noch weit, doch die Chancen sind gut.“ Ein positiver Trend ließe sich an den Exportzahlen festmachen – wenn auch auf niedrigem Niveau. Die gezielte Ansiedlung internationaler Investoren, die Förderung des Baumwollanbaus und Trainings zur Verbesserung der Qualität tragen Früchte. Gleichzeitig suchen europäische Firmen Beschaffungsalternativen zu Asien. Vor allem für Standard-Produkte aus Baumwolle bietet Äthiopien demnach gute Voraussetzungen. „Äthiopien ist ein Baumwollland“, betont Stephan Rehlen. Denn Stapellängen und Qualität sind ausbaufähig – die Anbaubedingungen sprechen dafür. Die Branche in Äthiopien ist von der Spinnerei bis zur Konfektion mehr als interessiert an deutschen Partnern. Der Hafen von Djibouti ist von Addis Abeba per Lkw oder Zug in zwei Tagen zu erreichen. Der anschließende Seeweg z. B. nach Hamburg Hafen dauert 17-18 Tage. Für Ziele im süddeutschen Raum ist die Route über italienische Häfen (12-14 Tage) eine Alternative. Für kleinere Sendungen bietet sich



Industrieparks in Äthiopien mit Textilschwerpunkt.

© Industrial Park Development Corporation of Ethiopia (IPDC)

Flugfracht mit Ethiopian Airlines an. Die Linie fliegt täglich von Addis Abeba nach Frankfurt. Für Flugverbindungen nach und in Afrika ist Addis bereits der Hub Nr. 1.

Interessierte Firmen können sich bei Gesamtmasche an Silvia Jungbauer (jungbauer@gesamtmasche.de) und Simone Louis (louis@gesamtmasche.de) wenden oder direkt mit Stephan Rehlen (stephan.rehlen@rcf-consulting.de) Kontakt aufnehmen.

Herausforderung Logistik

Auch wenn das Schienennetz ausgebaut wird, sind die Laufzeiten innerhalb Äthiopiens noch sehr lang. Gegenden, die nicht durch die Industrieparks über entsprechende Anbindung an die Schiene bzw. an die Hauptstadt verfügen, kämpfen mit schlechten Straßen und Zeitverluste beim Umladen. Hans-Hermann Bergmann von der Meyer & Meyer Holding SE & Co. KG gab eine Einschätzung aus Logistiker-Sicht ab: Die Verkürzung der Leadtime nach Europa auf unter 20 Tage hält er durchaus für machbar. Nicht nur die Länge, auch die Sicherheit der Laufzeit sei entscheidend für die Terminplanung. Dafür sei es wichtig, dass Qualitätskontrollen, Laborprüfungen, Warehousing und sonstige Services mit den Transportdienstleistungen Hand in Hand gingen.

- Meyer & Meyer arbeitet gemeinsam mit WKS am Aufbau entsprechender Services aus einem Guss vor Ort.

Dos & Don'ts im Äthiopien-Geschäft

Die äthiopische Business-Kultur unterscheidet sich in so manchem von der deutsch-europäischen. Asmau Nitardy, Manager Eastern Africa beim Afrika-Verein der deutschen Wirtschaft, gab wichtige Informationen dazu, was beim Umgang mit äthiopischen Geschäftspartnern zu beachten ist. Zentrale Werte in Äthiopien sind Gemeinschaft, Familie, Loyalität, Glaube und Gastfreundschaft. Zurückhaltender und respektvoller Umgang miteinander gehören unbedingt dazu. Was gar nicht gut ankommt ist „besserwisserisches“ Auftreten - oder allzu schnell „aufs Wesentliche“ kommen zu wollen. Äthiopier vermeiden die offene Konfrontation. Drängt man zu schnell auf Zusagen, muss man mit positiven Antworten aus reiner Höflichkeit rechnen - und letztlich alles erneut diskutieren.

- Profundes Wissen und langjährige Beziehungen zu allen Teilen Afrikas bietet der Afrika-Verein der deutschen Wirtschaft e. V., www.afrikaverein.de.

Wirtschaftsnetzwerk Afrika: Partner im Afrika-Geschäft

Britta Ziemann, Geschäftsführerin Wirtschaftsnetzwerk Afrika des BMWi, und Raphael Kroll, SBS systems for business solutions, stellten das Wirtschaftsnetzwerk Afrika vor: Es bietet ein gebündeltes Beratungs- und Unterstützungsangebot insbesondere für deutsche mittelständische Unternehmen (KMU) an, die wirtschaftlich in Afrika aktiv werden wollen. Interessierten Firmen bietet das Netzwerk kostenlose Beratung zu Geschäftsvorhaben, Informationsveranstaltungen in Deutschland sowie Geschäftsanbahnungsreisen nach Afrika mit Kontaktvermittlung vor Ort. Das in diesem Rahmen geschaffene **Pilotprojekt Äthiopien** soll interessierte deutsche Mittelständler aus der Wertschöpfungskette der Textil-, Bekleidungs- und Lederindustrie beim Markteintritt in Äthiopien aktiv unterstützen.

- *Noch bis Ende Dezember fördert das BMWi die kostenlose Erstberatung von Unternehmen, die sich für den Textilsektor in Äthiopien interessieren.*

Kontakt: info@wirtschaftsnetzwerk-afrika.de

Materialien zur Veranstaltung können auf Anfrage über Simone Louis (louis@gesamtmasche.de) bereitgestellt werden. Informationen zum äthiopischen Textil- und Bekleidungssektor gibt es außerdem auf der Projekthomepage www.partnerafrika-ethiopia.org.



RCEP vereint 15 Länder Asiens Der größte Handelspakt der Welt

Die *Regional Comprehensive Economic Partnership (RCEP)* umfasst 15 Nationen, die mit ihren zwei Milliarden Menschen für über 30 Prozent der globalen Wirtschaftsleistung stehen. Das größte Freihandelsabkommen der Welt wurde auf dem 37. ASEAN-Gipfel am 15. November 2020 in Hanoi unterzeichnet. Der neue Handelspakt könnte Europa als Wirtschaftsgemeinschaft an den Rand drängen.

Die zehn ASEAN-Mitglieder Indonesien, Vietnam, Thailand, Philippinen, Singapur, Brunei, Malaysia, Laos, Myanmar und Kambodscha haben sich mit Japan, Süd-Korea, Australien, Neuseeland und China zu einer riesigen Freihandelszone zusammengeschlossen. Das RCEP-Abkommen dürfte für einige Veränderungen auf dem Weltmarkt sorgen.

Wirtschaftsmacht China überflügelt EU

2017 zogen die USA sich aus der beinahe fertigverhandelten „Trans-Pacific-Partnership“ (TPP) zurück, die - unter Umgehung Chinas - den Handel zwischen den USA und vielen asiatischen Staaten erleichtern sollte, unter anderem mit der ASEAN. China hat daraufhin den RCEP-Pakt im Eiltempo vorangetrieben. Statt den Einfluss Chinas zu beschränken, haben die USA durch ihr Ausscheren den Aufstieg eines übermächtigen Konkurrenten im Welthandel befördert. Politiker in der EU und den USA haben die faktische Verschiebung der globalen Kräfteverhältnisse in Richtung Asien bislang gerne ignoriert. Jetzt dürfte an einem Perspektivenwechsel kein Weg mehr vorbeiführen. Nach Prognosen des IWF wird das BIP Chinas schon 2023 größer sein als das der gesamten Europäischen Union.

China als regionaler Wachstumsmotor

Die RECP reduziert Zölle nicht so weitreichend wie das TPP-Nachfolgeabkommen. Trotzdem könnte RECP durch seine schiere Größe viel bedeutsamer werden: Mehr Staaten gehören dem Abkommen an, und China als Wachstumsmotor dürfte auch auf das BIP der anderen Beteiligten einen positiven Effekt haben. Indien hat sich zwar einstweilen aus dem RECP-Pakt verabschiedet. Doch für eine Rückkehr steht die Tür weiterhin offen. Während die Effekte für Südostasien begrenzt bleiben, könnte Nordostasien durch RCEP einen weiteren Schub erhalten. Davor steht jedoch immer noch die Hürde der Ratifizierung: Einige nationale Parlamente könnten aus Sorge vor der chinesischen Übermacht mit ihrer Zustimmung zögern.

Erfolgsgeheimnis Ursprungsregeln

Die größten Positiveffekte könnten die neuen RCEP-Ursprungsregeln mit sich bringen. Einige RCEP-Mitglieder haben bereits Freihandelsabkommen untereinander. Die Nutzung dieser FTAs ist im Vergleich zur RCEP jedoch kompliziert. Denn die FTAs sind oft nicht anwendbar, sobald sich die Wertschöpfungskette über mehrere Länder erstreckt. Im Rahmen von RCEP werden Produktteile und Prozesse aus jedem Teilnehmerland anerkannt. Firmen haben dadurch einen Anreiz – und erweiterte Auswahlmöglichkeiten -, sich nach Lieferanten innerhalb der Handelszone umzusehen.

Die TOP-10 Volkswirtschaften der Welt

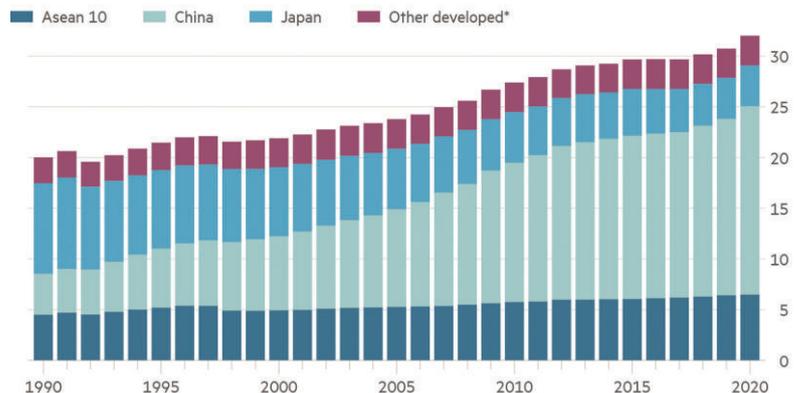
BIP (ppp) in Billionen US-Dollar

Land	2015	2020	2025
USA	18,24	20,81	25,78
China	11,11	14,86	23,03
Japan	4,39	4,91	6,01
Deutschland	3,36	3,78	5,04
Indien	2,10	2,59	3,96
Frankreich	2,44	2,55	3,41
UK	2,93	2,64	3,36
Italien	1,84	1,85	2,39
Kanada	1,56	1,60	2,19
Südkorea	1,47	1,59	2,03

Quelle: IWF World Economic Outlook

Die RCEP-Zone: ein Drittel der globalen Wirtschaftsleistung

Anteil am Welt-BIP in ppp (%)



* Australia, New Zealand, S Korea
Source: IMF
© FT

Brexit – was nun?

Ab 1. Januar 2021 gehen die Europäische Union und das Vereinigte Königreich getrennte Wege. Waren sind zu verzollen, und im britischen Markt gelten fortan nationale Regelungen.

Bekommen wir noch ein Abkommen? Den Verhandlern läuft die Zeit davon. Zum Redaktionsschluss der masche am 11. Dezember gibt es noch immer keinen Deal. Doch egal, worauf man sich bis zum Jahresende einigt oder

nicht: Das Vereinigte Königreich wird 2021 aus Sicht der EU zum Drittland. Auch ein Deal verhindert nicht die neue Zollgrenze, und er kann nur bedingt auf nationale Regularien Einfluss nehmen.

Einfuhrverfahren ab 2021 in drei Stufen

Januar 2021: Keine Vorabanmeldung bis 1. Juli 2021 erforderlich. Bei Standardwaren vollständige Einfuhranmeldung innerhalb von sechs Monaten (strengere Regeln für bestimmte Warengruppen).

April 2021: Tierische Lebensmittel sowie regulierte Pflanzen (-produkte) unterliegen der Vorabanmeldung und Gesundheitszeugnissen.

Juli 2021: Für sämtliche Waren gilt Vorabanmeldung und vollständige Einfuhranmeldung zum Zeitpunkt der Einfuhr.

Das UK Border Operating Model der britischen Regierung:

➤ www.gov.uk/government/publications/the-border-operating-model

Warenursprung und Präferenzen

Kommt es zu einem Last-Minute-Deal, dürfte die Paneuromed-Kumulierung für das VK nicht mehr zum Tragen kommen. Entsprechende Änderungen z. B. in Lieferantenerklärungen wären die Folge.

Scheitern die Verhandlungen, ergeben sich einschneidende Veränderungen: VK-Vorleistungen (inkl. Nordirland) gelten bei der Bestimmung des Ursprungs als Drittlandware. Ursprungsnachweise werden bei Ausfuhr bis zum 31. Dezember 2020 anerkannt. Lieferantenerklärungen aus dem VK verlieren automatisch ihre Gültigkeit. Lieferantenerklärungen der EU27 sind auf Ungültigkeit wegen VK-Inhalten zu prüfen.

Produktkennzeichnung

Die CE-Kennzeichnung bleibt bis Ende 2021 gültig. Danach gilt zumeist das neue UKCA-Konformitätslabel (längere Übergangsfrist z. B. für Medizinprodukte). In der Übergangsfrist sind Konformitätsbewertungen mit britischen Zertifizierern durchzuführen. Umgekehrt verlieren Zertifikate, die durch eine „Benannte Stelle“ im VK erteilt wurden, in den EU27 ihre Gültigkeit.

Eine **britische Hersteller- bzw. Inverkehrbringeradresse** ist ab 1. Januar 2021 auf Verbraucherprodukten zu nennen. Hierfür gilt eine zweijährige Übergangsfrist.

Informationen des britischen Textilverbandes, die Angabe müsse „permanent“ oder gar von einer „Made in“-Kennzeichnung begleitet sein, wurden von offizieller Seite bisher **nicht** bestätigt. 

Ein **Leitfaden für Spediteure** enthält Informationen zum praktischen Ablauf des Warenverkehrs ab 1. Januar 2021 mit Übersichten zu nötigen Dokumenten, Verantwortlichkeiten, Fristen und zum Versandverfahren. Der Leitfaden betrifft den Transport zwischen der Europäischen Union (EU) und Großbritannien (England, Schottland und Wales). Für Nordirland hat die britische Regierung einen separaten Leitfaden angekündigt.

➤ Leitfaden für Spediteure: <https://bit.ly/3ow2wxC>

Warenverkehr mit Nordirland

Das Nordirland-Protokoll legt fest, dass Nordirland Teil des britischen Zollgebiets bleibt, aber alle relevanten Binnenmarktregeln der EU in Nordirland Anwendung finden und der EU-Zollkodex angewandt wird. Die ISO-alpha2-Codierung (für elektronische Zollanmeldungen) ist für Nordirland „XI“. Das Vereinigte Königreich behält weiterhin „GB“. Warentransporte nach Nordirland werden i. d. R. über GB mit Versandverfahren abgewickelt.

➤ Informationen zur elektronischen Zollanmeldung der DG TAXUD: <https://bit.ly/39Z1XZI>.

Im Mitgliederbereich von www.gesamtmasche.de können zum Themenkomplex Brexit ausführliche Informationen abgerufen werden.

Am **12. Januar 2021** lädt Gesamtmasche zu einem **Brexit-Workshop** ein.

Kann Kreislaufwirtschaft die Modeindustrie retten?

Circular Fashion

In der Studie „Can circularity save the fashion industry?“ befragt die Unternehmensberatung Kearney deutsche Konsumenten zu ihren Einkaufsgewohnheiten und stellt die Ergebnisse in Zusammenhang mit Umwelt- und Klimaschutz. Das Fazit: Fast Fashion gefährdet Klima und Umwelt – sowie die Zukunft der ganzen Branche.

Der hohe Konsum und die Schnelllebigkeit der Branche bedeuten hohe Kosten für die Umwelt, lautet das zentrale Ergebnis der Studie. „Die Zukunft der Mode muss zirkulär sein“, schließen die Autoren der Studie Mirko Warschun und Peter Pfeiffer. Dass die Modeindustrie noch weit von der Klimaneutralität entfernt sei, liege auch an ihren Herstellungs- und Vertriebsmustern, vor allem aber an der Schnelllebigkeit vieler Produkte.

Dringend notwendig sei das Umdenken der Branche nicht nur für die Umwelt, sondern auch zur Existenzsicherung der Unternehmen. Ziel müsse es deshalb sein, die Menge der produzierten Kleidung insgesamt zu reduzieren. Die Verbraucher müssten die Kleidung länger tragen und weniger Artikel kaufen. Beschädigte Kleidungsstücke sollten repariert oder als Rohmaterial verwendet werden, so dass weniger neue Materialien hergestellt werden müssen – Kleidung also in einem nachhaltigen Kreislauf produziert und verwertet wird. Kunden müssten ermuntert werden, darüber nachzudenken, welche Auswirkungen der Kauf eines weiteren Kleidungsstücks auf die Umwelt hat.

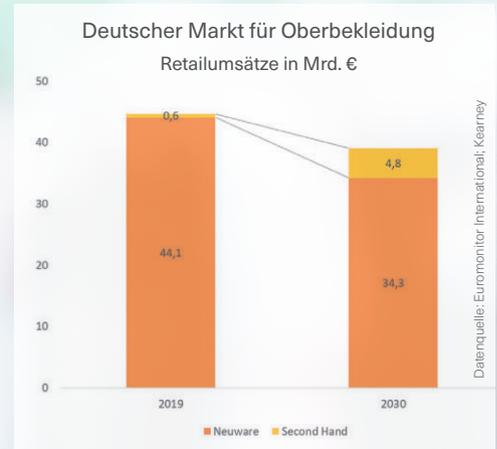
„Der wirksamste Weg, die Kohlenstoffemission der Modeindustrie zu reduzieren, besteht darin, Kleidungsstücke deutlich länger zu tragen und dadurch weniger zu konsumieren.“

Dr. Mirko Warschun, Partner und Konsumgüterexperte bei Kearney

2019 haben die Verbraucher in der EU 225,9 Milliarden Euro für Mode ausgegeben, den Großteil davon für Fast-Fashion-Marken. Laut der Kearney-Umfrage unter 8.000 Deutschen besitzen die Deutschen durchschnittlich 97 Kleidungsstücke und kaufen pro Jahr 17 neue hinzu. Nach sechs Jahren haben die Kleidungsstücke ausgedient – bei 36 Prozent der Befragten, weil die Kleidung abgetragen oder beschädigt ist, bei 28 Prozent, weil sie nicht mehr passt, 20 Prozent mögen sie einfach nicht mehr, 11 Prozent müssen Platz für Neues schaffen und fünf Prozent hatten die Stücke eh nur für einen einmaligen Zweck gekauft.

„Mit schnellerer Ware gräbt sich die Branche selbst das Wasser ab.“

Peter Pfeiffer, Partner und Geschäftsführer bei Kearney



Aus 3 mach 1

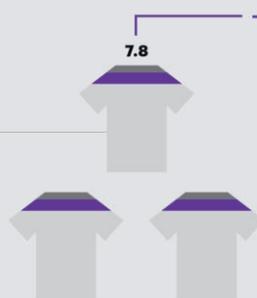
Längere Nutzung führt zu über 60 % weniger CO₂-Emissionen

CO₂-Emissionen eines T-Shirts über die gesamte Lebensdauer (kg)



● Entsorgung ● Nutzung¹ ● Produktion und Vertrieb

CO₂-Emissionen bei Kauf von drei T-Shirts, die regelmäßig getragen werden (kg)



CO₂-Emissionen beim Kauf von einem T-Shirt, das 3x länger getragen wird (kg)



-64%

Nutzungsemissionen sind höher, da das T-Shirt 3x öfter gewaschen, getrocknet und gebügelt wird.

¹ Waschen, Trocknen, Bügeln

Quelle: Kearney, Misra Future Fashion.

CO₂-Preis: Nationaler Alleingang gefährdet industriellen Mittelstand

Mit dem geänderten Brennstoffemissionshandelsgesetz wird ab 1. Januar 2021 der CO₂-Preis von 10 Euro auf 25 Euro pro Tonne angehoben. Deutsche Unternehmen werden dadurch im internationalen Wettbewerb stark benachteiligt. Trotz einer „Carbon Leakage“-Verordnung drohen Insolvenzen und Abwanderungen.

Das Bündnis Faire Energiewende, ein Zusammenschluss von rund 10.000 mittelständischen Industrieunternehmen mit rund einer Million Beschäftigten, schlägt Alarm: „Die Erreichung nationaler Klimaziele durch die Verlagerung von Emissionen und Arbeitsplätzen ins Ausland ist volkswirtschaftlich und klimapolitisch vollkommen unsinnig.“ Ohne effektive Entlastung drohe vielen Mittelständlern die Insolvenz.

Eine Verordnung des Bundesumweltministeriums soll sicherstellen, dass die nationale CO₂-Abgabe mittelständische Unternehmen nicht über Gebühr belastet. Ohne Kompensation besteht die Gefahr, dass Betriebe im internationalen Wettbewerb nicht bestehen können - oder dass sie ins Ausland abwandern und dort CO₂ ausstoßen („Carbon Leakage“). 1.500 bis 2.000 Unternehmen will das Ministerium nach jetzigem Stand entlasten. Eine vorübergehende Verringerung des CO₂-Preises oder pauschale Erleichterungen ab 1. Januar 2021 soll es aber nicht geben. Stattdessen werden Firmen sofort zur Kasse gebeten, mit einer Erstattung zwischen 65 und 95 Prozent erst im Folgejahr. Die Unternehmen dürfen die Kompensation nicht frei verwenden, sondern müssen in mehr Energieeffizienz investieren.

➤ www.faire-energiewende.de

Erste Wirkwaren mit Seersucker-Optik

Bekleidung aus Seersucker ist der Renner jeder Sommersaison. Die Stoffe sehen cool aus und lassen sich durch leicht dreidimensionale Wareseiten tragen, ohne dass man schwitzt. Die Stoffe mit den vielen Vorteilen werden klassischerweise auf Webmaschinen produziert. Dank neuer Entwicklungen von Karl Mayer kann der Seersucker-Look auch mit der Kettenwirktechnik verwirklicht werden.

Dafür wurden Hochleistungs-Kettenwirkautomaten vom Typ HKS 4-M EL in E 28 und ein Polyamid-Umwindegarn mit Elasthankern verwendet. Die Feinheit des texturierten PU/PA-Garns beträgt dtex 110 f 24. „Das Material wurde in GB 1 und GB 2 gespannt eingearbeitet und führt beim Relaxieren zu tollen optischen Effekten“, erklärt die Produktentwicklerin Melanie Bergmann. Die Struktur der Oberflächen, aber auch die

elastischen Eigenschaften, lassen sich durch unterschiedliche Legungen des Umwindegarns verändern. Zusätzlich kann man mit verschiedenen Einzügen die Elastizität sowie die Flächigkeit und Ausprägung der 3D-Effekte beeinflussen. Gewirkte Seersucker-Ware lässt sich effizienter herstellen als die klassische Variante. Auch findet kein Ausfransen der Kanten statt.

Durch kreppartige Oberflächen liegen Seersucker-Stoffe nicht vollflächig auf der Haut auf, sondern bilden Abstände zum Körper. Das ermöglicht Durchlüftung und Feuchteausgleich. Zudem machen die reliefartigen Strukturen das Bügeln nach dem Waschen überflüssig und sind für den Namen verantwortlich: „Seersucker“ hat seinen Ursprung im Persischen und bedeutet „shir o shekar“ – „Milch und Zucker“.

Technischer Ausschuss – Herbsttagung 2020

Masche am Puls der Zeit



Die Dynamik gesellschaftlicher Veränderungen rückt Themen wie Nachhaltigkeit, kundenindividuelle Fertigung und Digitalisierung verstärkt in den Fokus. Das beeinflusst und beschleunigt die Entwicklungen in der Textilindustrie maßgeblich. Unter dem Motto „Masche am Puls der Zeit“ präsentierte GESAMTMASCHE am 10. November 2020 im Rahmen des Technischen Ausschusses spannende Vorträge aus der aktuellen Forschung und Entwicklung.

Synthetische Daten für automatisiertes Handling

“Wir bringen die Bekleidungsproduktion zurück in die Absatzmärkte“, lautet die Vision des Start-ups sewts GmbH. Co-Gründer Tim Doerks zeigte auf, wie man bereits heute komplizierte Vorgänge, die bei der Herstellung von Textilien auftreten, automatisieren kann. Synthetische Daten ermöglichen es KI-gestützten Robotern, die Handhabung von Textilien zu erlernen. Die Einsatzgebiete sind vielfältig und reichen von der Näherei bis zum Einsatz in Großwäschereien oder in Textilrecyclinganlagen.

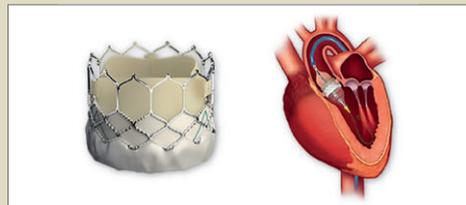


Hanfbasiertes Lyocell

Die Nachfrage nach alternativen, nachhaltigen Materialien aus nachwachsenden Rohstoffen steigt weiter an. Als Antwort darauf präsentierten Ina Sigmund vom STFI und Robin Hefter von der Gebr. Otto Baumwollfeinzwirnerie GmbH & Co. KG

Nachhaltige und effizient: Digitale Produktentwicklung

Prof. Marina Baum von der Hochschule Albstadt-Sigmaringen demonstrierte den Teilnehmern, dass digital erstellte und simulierte Produktbilder verblüffend realistisch aussehen und selbst Texturen und der Fall eines Kleidungsstücks fotorealistisch dargestellt werden können. Dadurch lassen sich zeit- und ressourcenintensive Musterungsprozesse verschlanken und Kosten einsparen – auch über die Entwicklungsphase hinaus.



Textile Technologie als State-Of-The-Art in der High-Tech-Medizin

Faserbasierte Medizinprodukte und modernste Textilien sind im gesamten Gesundheitsbereich längst unverzichtbar. Dr.-Ing. Dilbar Aibibu, TU Dresden, demonstrierte an Beispielen, wie der Einsatz von Textilien innovative Entwicklungen in der High-Tech-Medizin vorantreibt. Ob patientenindividuell gefertigte Herzklappen oder Trommelfelle: Ohne textile Implantate geht es nicht. Die teilnehmenden Firmen forderte Dr. Albibu auf, sich bei medizintechnischen Entwicklungen zu beteiligen.

eine neue Lyocell-Faser, die auf Hanfstoffen basiert. Der Vorteil: Die anderen Pflanzenteile des verwendeten Bio-Hanfs stehen weiterhin einer Verwertung zur Verfügung. Die neuen Fasern besitzen die für Lyocell typischen Eigenschaften und lassen sich zu Garnen aus 100% Hanf-Lyocell mit einer Feinheit von 10 tex (100 NM) verspinnen. Auch Mischungen, z. B. mit nativem Hanf oder Baumwolle, sind denkbar.



Der Technische Ausschuss von Gesamtmasche bietet Unternehmen zweimal im Jahr die Möglichkeit, sich über technische Entwicklungen in der Textil- und Bekleidungsindustrie zu informieren und auszutauschen. Der nächste Technische Ausschuss wird im März 2021 stattfinden. Wir halten Sie informiert.

➤ Anja Barth, barth@gesamtmasche.de

Nachleuchtende Textilien mit langer Leuchtdauer

Durch ein innovatives Applikationsverfahren ist es Fachleuten des TITV Greiz gelungen, die Dauer und Intensivität der Lumineszenz der so behandelten Textilien gegenüber klassischen Verfahren zu erhöhen.

Durch eine Pulverbeschichtung als innovatives Applikationsverfahren kann der Anteil nachleuchtender Pigmente in der Beschichtung erhöht werden. Damit wird gegenüber

klassischen Verfahren eine deutlich höhere Leuchtdichte mit intensivem Nachleuchteffekt generiert. Neben partiell strukturierten Nachleuchtflächen im frei wählbaren Design lassen sich auch vollflächige Beschichtungen erzeugen. Zahlreiche Anwendungsmöglichkeiten machen diese Entwicklung für die Textilindustrie interessant: Schutzbekleidung, Werbeartikel, Heimtextilien, Markierung von Flucht- und Rettungswegen und Ambientebeleuchtungen sind durch textile Leuchtflächen herstellbar.



Bild: © TITV Greiz

chen herstellbar.

➔ www.titv-greiz.de

Cleanzone Award 2020

Umweltfreundliche antimikrobielle Textilausrüstung

In einem Kooperationsprojekt entwickelten die Forscher des TITV Greiz zusammen mit der Ortner Reinraumtechnik GmbH und der Arbeitsgruppe Photobiophysik der Humboldt-Universität zu Berlin eine umwelt-

freundliche und gesundheitlich unbedenkliche antimikrobielle Textilausrüstung.

Textilien bieten aufgrund ihrer Oberflächenstruktur einen idealen Nährboden für die mikrobielle Keimbildung. Daher werden sie im medizinischen oder technischen Bereich oft mit Fungiziden oder Bakteriziden ausgerüstet. Eine umweltfreundliche und gesundheitlich unbedenkliche Alternative zu den bisher üblichen antimikrobiellen Ausrüstungen stellt die Nutzung der photodynamischen Inaktivie-

rung (PDI) von Bakterien dar. In einem Färbeverfahren nutzten die Forscher des Kooperationsprojekts spezielle Farbstoffe, die unter Einfluss von Licht hochreaktiven Singulett-Sauerstoff erzeugen und Keime unschädlich machen. So ausgerüstete Textilien sind dauerhaft hochwirksam gegen multiresistente Keime, Viren und Bakterien, Schimmelpilze und Algen. Dabei ist die Ausrüstung völlig schadstofffrei und ohne Umweltbelastung. Resistenzen wie z. B. gegen Antibiotika können sich ebenfalls nicht bilden.



Antimikrobiell ausgerüsteter Stoff,

Bild: © TITV Greiz

Solarthermisch wärmespeichernde Sitzpolster

Mit einem neuen solarthermisch aktiven Sitzpolster für maritime Anwendungen ist DITF in Kooperation BAUER Yachting eine neuartige Outdoor-Anwendung mit großem Marktpotenzial gelungen.

Das neue Sitzpolster speichert das einfallende Sonnenlicht am Tag, um die Wärme in den kühlen Abendstunden wieder abzugeben. Das Eindringen von Umgebungfeuchtigkeit wird durch ein verbessertes Feuchtigkeits-Management verhindert. Für die solarthermischen Funktionen wurden das Einfangen und das Speichern

der Sonnenenergie durch einen textilen Mehrlagenaufbau realisiert. Das neue Sitzpolster besteht aus einem witterungsbeständigen Gewebe als Bezugsstoff. Für die Polsterung und die Wärmeisolation sind Abstandsgewirke eingesetzt. Die Wärmespeicherung übernimmt ein integrierter, textiler Latentwärmespeicher.

Neben dem maritimen Bereich ergeben sich neue Marktfelder im Camping- und Freizeitmarkt.

➔ Kontakt: thomas.stegmaier@ditf.de



Bild: © Matthew Waring - unsplash

Ein tragbar gutes Gefühl *Made in Germany*

In den Garnen von Gebr. Otto
„Cotton since 1901“
steckt mehr drin, als Sie
sehen und fühlen
können.



Entdecken Sie die Marke unter www.cottonsince1901.de