

masche

Ausgabe 1 | 2022

Gesamtverband der deutschen
Maschenindustrie e.V.

LIEFERKETTEN

Logistik in der Krise

DUE DILIGENCE

Neue Sorgfaltspflichten

AFRIKAINITIATIVE

Baumwollland Senegal

KONFEKTION & PASSFORM

KI revolutioniert die Mode

01

Inhalt



16

EU-Lieferkettenrichtlinie



9

VOSSEN unterstützt
Special Olympics



18

Usbekistan: Faire Ernte



11

CECEBA – 150 Jahre Nachhaltigkeit



14

SPORLASTIC:
ORGANIC nach Naturvorbild

- 04 IM BLICKPUNKT
Münchener Modepreis
- 06 KURZ & INFORMATIV
- 08 Baumwolle
PARTNER AFRICA
SENEGAL
- 10 MEDIZINPRODUKTE
Neue MDR – was tun?
- 13 KELHEIM FIBRES
Innovative Reusables
- 20 ÄTHIOPIEN
Kooperation in Krisenzeiten
- 21 INTERNATIONAL
CO₂-Grenzabgabe kommt
- 22 LIEFERKETTEN
Logistik in der Krise
- 23 KRIEG IN DER UKRAINE
Sanktionen und
Rechtsfolgen
- 24 FORSCHUNG
Siebdruck mit Mikroalgen
- 25 INNOVATION
KI für die Mode
- 27 DIGITALISIERUNG
Digital Prototyping &
3D-Simulation

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 01/2022 Heftnummer 40

Fotos Soweit ohne Vermerk, von Gesamtmasche

Titel © Manzar87 / pixabay.com: Tadschikische Baumwolle.

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,

mit Bestürzung blicken wir auf den Krieg in der Ukraine. Viele Unternehmen beteiligen sich an Hilfsaktionen. Der Krieg ist jedoch mehr als eine geopolitische Zäsur. Er beeinflusst auch enorm die wirtschaftliche Lage. Hoffte die Branche am Jahresanfang noch auf Erholung von den Pandemie-Folgen auf Umsatz und Ertrag, so ist diese

Hoffnung jetzt zerschlagen. Die Sanktionspolitik hinterlässt tiefe Spuren. Das Lieferketten-Chaos beruhigt sich nicht. Ausweichrouten, hohe Treibstoffkosten, Sicherheitszuschläge verteuern die Fracht. Die textilen Rohstoffpreise befinden sich weiter auf Höhenflug. Die Fertigung in Fernost ist teuer und schwer zu kontrollieren. Alternativen sind nicht leicht zu finden und auf keinen Fall billig zu haben.

Was bereits in der Corona-Krise offen zutage trat, wird jetzt in aller Schmerzlichkeit deutlich. Die Politik hat wenigstens zehn Jahre internationaler Kräfteverschiebungen verschlafen, die Abhängigkeit von China und Russland heruntergespielt. Gleichzeitig erschuf die Politik mithilfe von Beratern und NGOs einen abgehobenen Wertkanon, der mit den globalen Realitäten so gar nicht zusammenpassen will. Europa will das Klima schützen, kann es aber faktisch nicht, selbst wenn alle Europäer ihren gesamten CO₂-Ausstoß einstellen. Europa will bessere Arbeitsbedingungen in Entwicklungsländern, und glaubt diese durch Bürokratismus für europäische KMU zu erreichen. Europa ist gegen den Krieg, hängt aber am Tropf tatsächlicher und potenzieller Aggressoren.

Europa hat seinen Wohlstand längst aufs Spiel gesetzt. Deutschland als Industriestandort verliert durch hohe Energiekosten, Klimaabgaben und seinen Digitalisie-

rungsrückstand weiter an Boden. immer restriktivere Regelungen und eine hohe Abgabenlast machen Europa nicht nur als Produktionsstandort, sondern auch als Absatzmarkt wenig attraktiv: Die Kosten steigen und die Nachfrage ist rückläufig. Die Frage ist, wie einträglich Absatzmärkte künftig überhaupt sind, um Kostensteigerungen zu kompensieren. Bereits in der Pandemie rief die Wirtschaft verzweifelt nach einem Belastungsmoratorium. Jetzt ist das Fass übergelaufen. Bereits vor dem russischen Angriff und

waren die Energiekosten auf ein nicht mehr erträgliches Maß geklettert. Brüssel und Berlin nutzen die mediale Präsenz von Krieg und Krankheit, um längst eingefädelte Projekte, von der breiten Öffentlichkeit weitgehend unbemerkt, seelenruhig weiterzubetreiben – von der EU-Lieferkettenrichtlinie über die CO₂-Grenzabgabe bis hin zu Umweltauflagen jenseits des technisch machbaren.

Die Textilbranche erfindet sich auch in diesen schweren Zeiten noch immer wieder neu. Ihre

Triebfedern sind die Produktion langlebiger Qualitätsprodukte nahe am Markt, Investitionen in neue Beschaffungsalternativen und die eigene Innovationskraft. Die Politik sollte dieser schöpferischen Kraft freien Lauf lassen und bei ehrgeizigen Prestigeprojekten schleunigst auf die Bremse treten.

Ich wünsche Ihnen eine interessante Lektüre.

Ihre Martina Bandte
Präsidentin Gesamtmasche

*Die Welt steht Kopf,
aber Europa lässt nicht
ab vom Regulieren. Alle
Gesetzesvorhaben, die
zu neuen Belastungen
für Unternehmen und
Verbraucher führen,
gehören jetzt auf Eis.*

MÜNCHNER MODEPREIS 2022



Am 9. März 2022 wurde zum nunmehr vierten Mal der Münchner Modepreis verliehen. Den ersten Platz belegte Helena El Malek mit ihrer Upcycling-Kollektion „Gedächtnis des Wassers“. Acht Absolventinnen der Akademie Mode & Design (AMD) der Deutschen Meisterschule für Mode/Designschule München präsentierten ihre Kollektionen in den Goldberg Studios. Im Anschluss an die Jury-Matinee übergab Bürgermeisterin Katrin Habenschaden den Modepreis sowie den Publikumspreis feierlich in kleinem Rahmen. Der Modepreis setzte in diesem Jahr ein starkes Signal zum Thema Nachhaltigkeit: Die acht Nominierten erhielten die Aufgabe, ein „Upcycling Kollektionsoutfit“, etwa aus Reststoffen, Altkleidern oder Retouren zu erstellen.

Platz 1 für Helena El Malek, Kollektion „Gedächtnis des Wassers“

Das Upcycling-Outfit „Re-born“...

... wurde ausschließlich aus einer Oxfam-Kleiderspende hergestellt. Basis für den Faltenrock sind weiße Hosen. Die in unterschiedlicher Anordnung zusammengesetzten Streifen entstanden aus Hosen und einem Rock, der auch den Reißverschluss lieferte. Ein einfaches XXL-Strickoberteil wurde durch Einziehen und Verknoten von Stoffstreifen zu einem oversized Shirt. Die 2-in-1-Tasche entstand aus einem Daunen Steppmantel, ihr Innenleben und die Träger aus einem Hosenrock und den Resten der weißen Hosen.



Bild: © Landeshauptstadt München

Publikumsvoting

Bis kurz vor der Preisverleihung konnten Modeinteressierte online über das beste nachhaltige Outfit abstimmen. Außerdem wurden die Upcycling-Outfits der Nachwuchsdesignerinnen vom 22. Februar bis 6. März in den Schaufenstern der Münchner Doniel-Passage, Marienplatz 1, ausgestellt. Auf der Seite www.muenchen.de/modepreis-voting werden die acht nominierten Designerinnen und ihre Kreationen ausführlich vorgestellt.

Der Münchner Modepreis

Die Landeshauptstadt München verleiht seit 2016 im zweijährigen Turnus den Münchner Modepreis, um den Modedesign-Nachwuchs in München zu fördern und die Stärken des Modestandortes sichtbar zu machen. Der Preis richtet sich an die Absolventinnen und Absolventen der renommierten Ausbildungsinstitute AMD Akademie Mode & Design und Deutsche Meisterschule für Mode/Designschule München und ist mit 10.000 Euro, 7.000 Euro und 3.000 Euro dotiert. Er wird von einer Fachjury aus Modefachleute vergeben. Darüber hinaus wird ein Publikumspreis in Höhe von 2.000 Euro vergeben.

Münchner Modepreis Fachjury 2022

Die Jury des Münchner Modepreises vereint Modefachleute, die Chancen und Entwicklungen der Branche sehr gut kennen. Das Gremium bewertet die eingereichten Outfits im Hinblick auf Zukunftsfähigkeit, innovative Schnittgestaltung und Materialität. Dieses Jahr haben sich wieder Doris Hartwich, Designerin für Männermode und Inhaberin des Labels HARTWICH, Johnny Talbot und Adrian Runhof, das international renommierte Münchner Designer-Duo für glamouröse Abendmode, sowie Christian Beck, seit 2012 Creative Director bei der Firma AIGNER, als Jurymitglieder zur Verfügung gestellt. Neu in der Jury waren 2022 Andrea Karg, Inhaberin und Creative Director von Allude, Annette Röeckl, Geschäftsführerin des Traditionsunternehmens ROECKL Handschuhe & Accessoires, sowie Mirjam Smend, Gründerin und CEO der GREENSTYLE munich.

Informationen zum Modepreis im Internet unter www.muenchner-modepreis.de.



Bild: © Landeshauptstadt München

Platz 2.1 für Theresa Petz, Kollektion „Rucke di gu“

Das Upcycling-Outfit

„Die böse Stiefschwester“...
...wurde hauptsächlich aus Teilen einer Oxfam-Kleiderspende hergestellt. Genutzt wurden zudem Keller- und Dachbodenfunde. „Das Outfit inspiriert durch Tanz und Bewegung und stellt den Kontrast zwischen weichen, fließenden Formen und der allgegenwärtigen Härte dar. So stehen Jacke und Kleid im Widerspruch zueinander und obwohl sie so konträr sind, passen sie dennoch zusammen und ergänzen sich. Denn man kann nicht ohne, aber auch nicht immer mit dem Anderen.“



Bild: © Landeshauptstadt München

Platz 2.2 für Andrea Reiter, Kollektion „hold“

Das Upcycling-Outfit

„aesthetic circle“...
... wurde aus einer gespendeten Tischdecke von Oxfam sowie aus aussortierten Textilien eines Klinikums hergestellt. Dem ästhetisch ansprechenden Outfit sieht man nicht an, dass es aus Ausschussware kreiert wurde. „Aus aussortierten Vorhängen und Bettwäsche habe ich durch gezielte Nahtlegung und Schnittführung ein harmonisches Outfit geschaffen, das seine Herkunft trotz allem nicht leugnet. Ich habe weitgehend auf synthetische Klebeeinlagen verzichtet, um das Produkt so rein wie möglich zu halten und später den Recyclingprozess zu erleichtern.“

DITF feiern 100+1jähriges Bestehen

Rund 300 Gäste aus Politik, Wirtschaft, Wissenschaft und Beschäftigten der DITF feierten am 22. Februar 2022 unter dem Motto „Let's celebrate the textile future“ im Haus der Wirtschaft in Stuttgart.

100 JAHRE DITF :
LET'S CELEBRATE THE TEXTILE FUTURE

Bild: © DITF

Der DITF-Jubiläumsvideo nahm die Gäste mit auf eine Zeitreise und zeigte Impressionen von der Gründung des Deutschen Forschungsinstituts für Textilindustrie in Reutlingen-Stuttgart bis zu den heutigen Techniken und Laboren des modernen

Forschungszentrums in Denkendorf. „Der Anspruch der Gründerväter – die konsequente Anwendungsorientierung - kennzeichnet bis heute die Denkendorfer Textil- und Faserforschung“, betonte DITF-Vorstandsvorsitzender Professor Michael R. Buchmeier. Die Bedeutung der Denkendorfer Textilforschung für alle Zukunftsthemen unterstrichen die Wirtschaftsministerin des Landes Baden-Württemberg, Dr. Nicole Hoffmeister-Kraut und die Parlamentarische Staatssekretärin im Bundeswirtschaftsministerium, Dr. Franziska Brantner.

➤ www.ditf.de

Wie KMU und Start-ups erfolgreich kooperieren

„WISSENSCHAFT TRIFFT PRAXIS“: Die aktuelle Ausgabe von Mittelstand-Digital gibt praktische Einblicke in erfolgreiche Kooperationen mittelständischer Textilfirmen mit Start-ups.

Probleme bei der Zusammenarbeit entstehen oft durch unterschiedliche Arbeitsweisen und Denkmuster. Häufig gilt es auch rechtliche Hürden zu meistern. Mareike Giebeler vom Kompetenznetzwerk Textil vernetzt zeigt Unterstützungsangebote auf und gibt Hinweise dazu, was Mittelstand und Start-ups brauchen, um ihre beiden Welten erfolgreich zusammenzubringen. Außerdem zeigt sie anhand von Best-Practice-Beispielen aus der Textil- und Modeindustrie, wie erfolgreiche Kooperationen aussehen können.



Bild: © Gesamtverband textil+mode

➤ Start-ups und KMU können sich bei Interesse an Kooperation an das Textil vernetzt Team wenden. +49 30 726220-47, kontakt@textil-ernetzt.de

TOPPERNACHMASS



Bild: © toppernachmass

Schlafkomfort neu definiert – maßgefertigt auf der Schwäbischen Alb. Viele Camper und Yachtbesitzer sind mit ihrem Schlafklima unzufrieden. Die bisher am Markt angebotenen Matratzenauflagen basieren meist auf Schaumstoffen und sind nicht atmungsaktiv. Hier setzt die smart textile solutions GmbH an: Aus feinsten 3D-Abstandstextilien wurde eine neue Art von Matratzenauflage entwickelt.

Diese Topper sorgen für optimalen Druckausgleich, sind atmungsaktiv,

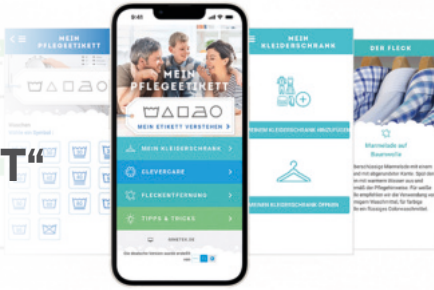
waschbar, extrem leicht und individuell auf Sondermaß gefertigt. Vermarktet werden die Matratzenauflagen unter dem Namen TOPPERNACHMASS auf Fachmessen und über den eigenen Webshop. „Die Idee haben wir während eines wöchentlichen Brainstormings innerhalb des tvb-Teams entwickelt“, sagt Geschäftsführer Jürgen Habfast. tvb Textil-Vertrieb-Beratungs-GmbH produziert seit mehr als 40 Jahren feinste Maschenstoffe und Abstandstextilien. Im Juli 2019 erfolgte die Patenteintragung für die Verarbeitung. Ein Jahr später ging die 100%-ige tvb-Tochter smart textile solutions als an den Start.

➤ smarttextile-solutions.de, toppernachmass.de

GINETEX: Neue App „MEIN PFLEGEETIKETT“

Die mobile Anwendung MEIN PFLEGEETIKETT soll Verbrauchern auf ansprechende Art und Weise die Pflege ihrer Bekleidung erleichtern.

Neben der Erläuterung der Pflegesymbole bietet MEIN PFLEGEETIKETT Tipps und Ratschläge zur Reinigung und Pflege der Textilien und gleichzeitig zum Schutz der Umwelt. Es gibt Tipps zur Fleckentfernung und



in einem „Kleiderschrank“ kann man Pflegehinweise hinterlegen, falls das Etikett bei der Wäsche nicht mehr zur Hand ist. Die App steht in verschiedenen Sprachen zur Verfügung und kann kostenlos im App Store und bei Google Play heruntergeladen werden.

↳ ginetex.de



TERMINE

5. April 2022
REACH-Novelle & EU-Chemikalienstrategie
Online-Seminar, Gesamtverband textil+mode

3. Mai 2022
Technischer Ausschuss
Gesamtmasche-Tagung bei Hohenstein

11. Mai 2022
Warenursprung bestimmen, Präferenzen nutzen
Seminar, Gesamtmasche

12. Mai 2022
Neue Regeln im Vertrieb ab Juni 2022
Online-Seminar, Gesamtmasche

↳ www.gesamtmasche.de/veranstaltungen

Die Maschenbranche trauert um Carina Ammann



Die Geschäftsführerin der ISCO-Textilwerke Gebr. Ammann

GmbH & Co KG ist Ende Januar im Alter von nur 57 Jahren verstorben.

Carina Ammann war seit 1996 Gesellschafterin des in Familienbesitz befindlichen Wäscheunternehmens. Ab 2001 führte Sie an der Seite ihres Vaters Claus

Ammann die Geschäfte. Sie modernisierte die Marke, baute einen eigenen Produktionsbetrieb in Bulgarien auf und führte das Unternehmen viele Jahre erfolgreich.

Gesamtmasche ist erschüttert über den viel zu frühen Tod von Carina Ammann. Die Branche verliert mit ihr eine starke, weitsichtige und engagierte Unternehmerin. Wir werden sie in bester Erinnerung behalten und ihr ein ehrendes Andenken bewahren.

SAVE THE DATE
MITGLIEDERVERSAMMLUNG
GESAMTMASCHE
17. Mai 2022, 14:00 bis 16:30 Uhr
Haus der Wirtschaft, Stuttgart

Nach zwei Jahren Online-Meetings haben die Mitglieder endlich wieder Gelegenheit zum persönlichen Austausch. Im Mittelpunkt stehen die Themen globale Lieferketten und Sorgfaltspflichten, die auch die Arbeit von Gesamtmasche dominieren.

Kosten und Risiken bei der Beschaffung sind kein neues Thema. Die COVID-Pandemie und zuletzt der Krieg in der Ukraine haben den Handlungsdruck jedoch enorm erhöht. Für sichere Beschaffungskanäle geht die Branche neue Wege. Nearshoring ist in aller Munde, aber (noch) nicht in jedem Bereich umsetzbar. Möglichkeiten und Grenzen wollen wir mit Ihnen am Beispiel Westbalkan diskutieren. Unser Gast: Patrick Martens, Delegierter der Deutschen Wirtschaft in Nordmazedonien.

↳ Registrierung unter www.gesamtmasche.de/veranstaltungen/

67 % der Deutschen haben schon mindestens einmal Second Hand-Kleidung gekauft, Tendenz rasch steigend. Des Second Hand-Anbieter Momox Fashion hat Ende 2021 über 7.000 Personen zu ihrem Kaufverhalten befragt. 71 Prozent gaben an, durch den Second-Hand-Kauf Geld zu sparen zu wollen. 87 Prozent glauben, mit Second Hand Gutes für die Umwelt zu tun. 53 Prozent der Befragten schätzen, dass ihre Garderobe einen Second Hand-Anteil von bis zu 20 Prozent aufweist.



Nachhaltige Baumwolltextilien aus Westafrika

Partner Africa Senegal

Bäuerinnen und Bauern auf einem Baumwollfeld in Senegal.

Bild: © GIZ / Hamet Diop



Senegalesische Baumwolle zählt zu den wichtigen Agrargütern des Landes. Heute geht sie vorwiegend in den Export. Doch die heimische Textilindustrie hat Potenzial. GESAMTMASCHE und die senegalesische Partnerorganisation SODEFITEX wollen den zertifizierten Baumwollanbau unterstützen und gleichzeitig die Verarbeitung im Inland anschieben.

Textilindustrie im Senegal

Baumwolle ist ein wichtiger Devisenbringer. In den letzten Jahren sank die Produktion jedoch erheblich, bedingt durch niedrige Weltmarktpreise und die hochmechanisierte Konkurrenz in Asien und den USA. Heute haben sich die Rahmenbedingungen verändert: Die Baumwollpreise sind gestiegen und es besteht großer Bedarf an zertifizierter und rückverfolgbarer Produktion. Das kann für den Senegal große Chancen bieten. Neben dem Handloom-Sektor hat die industrielle Textilproduktion seit dem 19. Jahrhundert Tradition. Aktuell steht jedoch ein großer Teil der Kapazitäten in der Spinnerei, Rundstrickerei und Weberei still.

Baumwollpotenzial ausschöpfen

Der Baumwollanbau im Senegal erreicht heute nur noch 20 Prozent der geschätzten 60.000 Tonnen, die das Land jährlich produzieren könnte. Der Anbau von Nahrungsmitteln war für viele Bauern einträglicher. Zusätzlich reduzierten schwache Niederschlagsmengen den Ernteertrag. Klimatische Veränderungen und die Corona-Krise haben allerdings auch ein Umdenken in Industrie und Handel bewirkt: Senegal will sich mit eigenen Wertschöpfungsketten unabhängiger machen.

Nachhaltige Produkte besser vermarkten

Dank der Bemühungen von SODEFITEX und dem Baumwollbauernverband FNPC entspricht bereits ein bedeutender Teil der im Senegal produzierten Baumwolle nachhaltigen Standards wie der Better Cotton Initiative (BCI) und dem Global Organic Textile

Standard (GOTS). Niedrigere Ernteerträge beim zertifizierten Anbau schrecken aber noch viele Bauern ab. Der Grund: Das Angebot nachhaltiger Baumwolle wird nicht mit der entsprechenden Weltmarktnachfrage zusammengebracht. Partner Africa Senegal soll dabei helfen, diese Lücke zu schließen. Deutsche Hersteller, die Interesse an zertifizierten und rückverfolgbaren Qualitäten haben, sollen direkt mit senegalesischen Farmen und Spinnereien in Kontakt gebracht werden.

Wertschöpfung statt Cash Crops

Senegalesische Baumwolle soll nicht wie bisher in Asien, sondern im Rahmen von Pilotprojekten in den beiden Textilunternehmen Domitexka und NSTS in Kaolack und Thiès verarbeitet werden. Die Standorte werden mit Projektunterstützung technisch instandgesetzt und auf die Zertifizierung vorbereitet. Die Modernisierung soll rund 950 neue Jobs schaffen. Zwischen Kaolack und Tambacounda dürften rund 2.000 Bauern ihre Produktion auf Bio-Baumwolle umstellen. Mit den IT-Service-Spezialisten von Manobi arbeitet Partner Africa Senegal darüber hinaus an einer digitalen Traceability-Anwendung für den Baumwollsektor.

Partner Africa Senegal wird vom Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung gefördert und von der sequa gGmbH unterstützt.

↳ Silvia Jungbauer, jungbauer@gesamtmasche.de



Das Buddy Package

Mit dem Buddy-Package erwerben Sie ein exklusives und in limitierter Stückzahl gefertigtes Duschtuch, welches eigens für die Special Olympics® So wurde - und unterstützen damit die Special Olympics® 2022. Daraus ergibt ein zweites Special Olympics teilnehmenden Sportler der Burgenland. Zusätzlich geht ein Teil des Erlöses direkt an Special Olympics Österreich für ihren wichtigen Beitrag zur Inklusion und den Bedürfnissen!

VOSSEN x Special Olympics 2022



Von 23. bis 28. Juni 2022 finden im Burgenland die 8. Nationalen Special Olympics Sommerspiele statt. Das Traditionsunternehmen VOSSEN aus dem burgenländischen Jennersdorf fühlt sich den Special Olympics besonders verbunden. Der Frottierwarenspezialist VOSSEN unterstützt die Kampagne „The Revolution is Inclusion“ mit einem exklusiven „Buddy Package“.

DAS BUDDY PACKAGE

VOSSEN hat eigens für das besondere Großereignis ein exklusives und in limitierter Stückzahl gefertigtes Duschtuch kreiert, das exklusiv für die Special Olympics Sommerspiele 2022 designt wurde. Kunden, die das Buddy-Package kaufen, unterstützen damit gleichzeitig einen Athleten der Special Olympics 2022: Parallel zum Kauf geht ein zweites Special Olympics Duschtuch an einen teilnehmenden Sportler der Sommerspiele 2022 im Burgenland. Zusätzlich geht ein Teil des Erlöses direkt an Special Olympics Österreich.

VOSSEN - MADE IN AUSTRIA

VOSSEN ist einer der führenden Frottierwarenerzeuger in Europa. Seit 60 Jahren schon produziert VOSSEN am Firmensitz Jennersdorf im Südosten Österreichs wunderschöne Qualitäts-Handtücher. Jedes Jahr stellt VOSSEN rund 6,5 Millionen hochwertige Produkte her, vor allem Handtücher, Badetücher, Bademäntel und Badetepiche. Dafür werden jährlich mehrere Tonnen Rohgarn auf hochmodernen Produktionsanlagen zu traumhaften Frottierwaren verarbeitet. „Bei VOSSEN legen wir größten Wert auf Qualität, Innovation, internationale Designs und ökologische Verträglichkeit“, betont Geschäftsführer Paul

Mohr. „Durch die revolutionäre AIRpillow Technologie erhalten alle VOSSEN Tücher eine qualitative Einzigartigkeit.“

SPECIAL OLYMPICS

Special Olympics ist die weltweit größte Organisation für Menschen mit intellektueller Beeinträchtigung. Das Motto der internationalen Special Olympics-Kampagne, „The Revolution is Inclusion“, steht für das Ziel einer vollständig integrativen Welt des Miteinanders. 1968 von Eunice Kennedy Shriver in den USA gegründet, ist die Organisation mittlerweile weltweit in rund 190

Ländern vertreten und bietet über 6,7 Mio. Sportlern Trainings- und Wettkampfangbote, Gesundheitsprogramme und inklusive Aktivitäten wie z. B. diverse Kinder- und Schulprogramme an. Peter Ritter, Präsident Special Olympics Österreich, freut sich über die VOSSEN-Unterstützung: „Mit Vossen konnten wir nicht nur ein renommiertes burgenländisches Unternehmen als Kooperationspartner für die Sommerspiele 2022 gewinnen, sondern vor allem einen Partner, der unsere teilnehmenden Sportlerinnen und Sportler mit einer so besonders initiativen Aktion wie dem Buddy-Package unterstützt.“

THE REVOLUTION IS INCLUSION

„VOSSEN fühlt sich den Special Olympics besonders verbunden. Seit jeher tritt unser Unternehmen für Diversität, Chancengleichheit und Verantwortung gegenüber unseren Mitmenschen ein. Die Maxime von Special Olympics „The Revolution is Inclusion“ unterstützen wir daher aus tiefster Überzeugung.“

Paul Mohr und Marc Thamm, Geschäftsführer VOSSEN

www.vossen.com/Special_Olympics/

Medizinprodukte - ganz ohne Komplikationen

Die mit der neuen europäischen Medizinprodukteverordnung MDR (Medical Device Regulation) einhergehenden Veränderungen betreffen auch textile Medizinprodukte. Die neue MDR tangiert Hersteller, Anwender und Vertreiber von Medizinprodukten. Dabei müssen alle Akteure die geltenden Regelungen ständig im Blick behalten.



Dr. Timo Hammer ist CEO bei Hohenstein und leitet unter anderem den Geschäftsbereich Hohenstein Medical. Durch seine mehrjährige Tätigkeit in der Medizintechnik-Branche kennt er die Marktanforderungen der Branche aus erster Hand.

Was ist ein Medizinprodukt?

Laut Definition handelt es sich bei Medizinprodukten um medizintechnische Produkte und Verfahren, die Leben retten, heilen helfen und die Lebensqualität von Menschen verbessern.

Wie werden Medizinprodukte klassifiziert?

Je nach Anwendung und Risiko werden Medizinprodukte in Klassen eingeteilt. Zu Medizinprodukten der Klasse I gehören beispielsweise Pflaster oder Mullbinden, die ein geringes Schädigungsrisiko bergen. Rund 70 Prozent aller Medizinprodukte in Deutschland entfallen auf diese Klassifizierung. Zu Klasse IIa werden beispielsweise Zahnfüllungen oder Hörgeräte gezählt. In Klasse IIb fallen Röntgengeräte oder Ultraschallgeräte. In Klasse III

werden Hilfsmittel kategorisiert, die ihre Funktion oft dauerhaft im menschlichen Körper verrichten wie z. B. Implantate.

Medizinprodukt – Ja oder Nein?

Bei dieser Frage entscheidet die Zweckbestimmung des Produkts. Hier kommt es oft auf den begleitenden Claim bzw. die Beschreibung zum Zweck des Produktes an. Beispiel Massageball: Eine Aussage wie „steigert die Durchblutung“ oder „löst Verspannungen“ indiziert ein Medizinprodukt. Lautet die Aussage aber „steigert das Wohlbefinden“ und spielt rein auf die subjektive Komfortempfindung an, wird der Massageball nicht zu den Medizinprodukten gezählt.

Was hat es mit der CE-Kennzeichnung auf sich?

Im europäischen Markt benötigt jedes Medizinprodukt ein CE-Zeichen, damit es verkauft werden darf. Medizinprodukte der



Bilder: © Hohenstein

Risikoklasse I werden in der Regel durch den Hersteller unter vollständiger Eigenverantwortung mit einem CE-Zeichen ohne Kenn-Nummer gekennzeichnet. Medizinprodukte aller anderen Risikoklassen erfordern eine Zertifizierung durch eine Benannte Stelle. In Summe erfordern alle Medizinprodukte vonseiten der Hersteller u. a. ein Qualitätsmanagementsystem, ein System für produktspezifisches Risikomanagement, eine umfassende Technische Dokumentation sowie eine umfangreiche klinische Bewertung.

Was bedeutet die neue EU-Medizinprodukteverordnung MDR für Hersteller, Zulieferer und Händler von Medizinprodukten?

Änderungen ergeben sich durch neue Melde- und Dokumentationspflichten über eine neue Datenbank EUDAMED. Außerdem müssen Medizinprodukte im Markt laufend unter Beobachtung stehen (Post Market Surveillance). Die Meldung von sogenannten Vorkommnissen beinhaltet künftig alle unerwünschten Wirkungen beim Patienten sowie sämtliche Mängel und Fehlfunktionen von Medizinprodukten. Dazu gehört dann auch beispielsweise eine fehlerhafte Gebrauchsanweisung.

➤ Weitere Informationen auch unter www.hohenstein-medical.de/de/medizinprodukte-verordnung

SAVE THE DATE

Seminar **Textile Medizinprodukte**
Konformität mit der MDR
Referent: Dr. Timo Hammer, Hohenstein
5. Juli 2022, 10:00 bis 12:30 Uhr
GESAMTMASCHE, Stuttgart

130 Jahre CECEBA Group #greenbodywear

CECEBA Bodywear wurde bereits 1893 gegründet. Nachhaltigkeit gehört zur DNA des Familienunternehmens, das seit nunmehr fünf Generationen bekannt ist für Qualität und Langlebigkeit.

Klimaneutrale Wäsche seit 2019

Bei CECEBA wird die ökologische Marktwirtschaft großgeschrieben: Unternehmertum und Klimaschutz sind hier längst kein Widerspruch mehr. Dass Ökonomie, Ökologie und Soziales im Einklang funktionieren müssen, hat sich Geschäftsführer Jürgen Schäfer schon vor Jahren auf die Fahnen geschrieben: „Um einen positiven Umweltbeitrag zu leisten, unterstützt CECEBA weltweit Klimaprojekte, um den eigenen CO2 Ausstoß auszugleichen. Neben lokalen Projekten konzentriert sich CECEBA auf Länder, die vom Klimawandel bereits stark betroffen sind, um die ökonomische, ökologische wie auch soziale Situation vor Ort zu verbessern.“

Langlebigkeit als Versprechen

Langlebigkeit ist nicht nur das Fundament des CECEBA-Qualitätsanspruchs, sondern auch ein wesentlicher Baustein für eine gemeinsame ökologische Zukunft. „Wir vertrauen in unsere Qualität und bieten daher zwei Jahre Garantie auf alle Produkte.“ Auch am Firmensitz in Balingen am Rande der Schwäbischen Alb arbeitet CECEBA kontinuierlich daran, den eigenen Umweltfußabdruck zu minimieren. „Dies ermöglichen ein eigenes Blockheizkraftwerk, eine großflächige Solaranlage sowie motivierte Mitarbeiter, die ihren Arbeitsalltag umweltbewusst gestalten.“ Faire und soziale Bedingungen am Arbeitsplatz sowie gesundheitlich unbedenklich hergestellte Produkte sind für CECEBA elementar.

Der Politik will das Unternehmen die Problematik nicht überlassen. „CECEBA hat die Dinge selbst in die Hand genommen. Ganz wichtig dabei war, dass wir von Anfang an die Mitarbeiter mitgenommen haben und Werte miteinander leben.“ Erstes Ergebnis: Es nutzen viel mehr Mitarbeiter als früher den öffentlichen Nahverkehr oder bilden Fahrgemeinschaften, um zur Arbeit zu kommen. Neben ökologischen Themen hat sich CECEBA auch dem Artenschutz verschrieben: Vier firmeneigene Bienenstöcke befindet sich hoch über Balingen auf dem Dach des Firmengebäudes.

Um der Verantwortung entlang der textilen Wertschöpfungskette und im Rahmen internationaler Lieferketten gerecht zu werden, ist CECEBA langjähriges Mitglied des amfori BSCI Lieferantenaudit und produziert nach STANDARD 100 by OEKOTEX®.



„Seit ich denken kann, ist CECEBA untrennbar mit meiner Familie verbunden. Ich freue mich, den Wandel zur Nachhaltigkeit in der Branche mitzugestalten und zusammen mit der CECEBA Family und unseren Kunden die bestehenden Geschäftsfelder zu erweitern und langfristig zu verbessern.“

Kim Schäfer, Member of the Executive Board CECEBA

Kim Schäfer repräsentiert die fünfte Generation der Unternehmerfamilie. Gemeinsam mit ihrem Vater und CEO Jürgen Schäfer führt sie CECEBA in eine nachhaltige Zukunft. Seit März 2021 ist Kim Schäfer Teil der CECEBA Group und setzt die fast 130-jährige Unternehmensgeschichte in fünfter Generation fort. Die 29-Jährige verantwortet das Business Development und ist Mitglied des Vorstands.

FRED X CECEBA

Als Lizenzpartner der Design-Marke A FISH NAMED FRED kreiert CECEBA Unterwäsche, Nachtwäsche und Loungewear für Männer mit den berühmten A FISH NAMED FRED Motiven, die sich mit kreativen, verrückten und detailreichen Prints in bunten Variationen von der Masse abheben.

Bilder © CECEBA

Wie nachhaltig sind bio-basierte Polyester-Alternativen wirklich?

Ein Text von Claudia Som, Senior Scientist des Technology and Society Lab, Empa



Wie andere Industriesektoren möchte die Textilbranche unabhängig von fossil basierten Materialien werden. Daher wird nach erneuerbaren biobasierten Alternativen zu synthetischen Polymeren gesucht, um die Umweltauswirkungen zu verringern. Diese Strategie wird von der Europäischen Kommission mit ihrem jüngsten European Green Deal vorangetrieben.

„Bisher gibt es nur wenige öffentlich verfügbare Studien, welche die Umweltauswirkungen einer solchen Substitution betrachtet“, sagt Claudia Som, Technologieexpertin bei der Empa Zürich.

„Tijana Ivanovic hat an der Empa daher eine vergleichende Ökobilanz von herkömmlichem Polyester und seinen biobasierten Alternativen durchgeführt. Und das von der Herstellung bis zur Entsorgung, also von der Wiege bis zur Bahre“.

Die Begriffe «biobasiert» und «biologisch abbaubar» oft irreführend

Man erwartet, dass biobasierte Polymere zu 100 % aus biobasierten Rohstoffen stammen. Dies ist jedoch nicht so, denn aufgrund des derzeitigen Mangels an Standardisierung im Bereich der biobasierten Materialien werden sowohl vollständig als auch teilweise biobasierte Materialien als „biobasiert“ bezeichnet.

Verwirrung stiftet auch, dass nicht alle biobasierten Polymere biologisch abbaubar sind. So ist zum Beispiel das 100 % biobasierte Polyester nicht biologisch abbaubar. Die Polymilchsäure hingegen schon - theoretisch. Denn auch die vermeintlich biologisch abbaubare Varianten enthalten zu Verarbeitungs- und Funktionalisierungszwecken chemische Zusätze, die nur unter ganz speziellen Bedingungen biologisch abbaubar sind.

100 % biobasierte Polymere nicht automatisch klimaneutral

Heute stammt das auf dem Markt verfügbare biobasierte Polyester vor allem aus Zuckerrohr und Mais. Die Pflanzen nehmen am Anfang des Lebenszyklus zwar Kohlendioxid aus der Luft auf, dieses wird jedoch am Ende des Lebenszyklus wieder freigesetzt, manchmal sogar als Methan, was für das Klima noch schädlicher ist. Manche Studien konzentrieren sich lediglich auf die Produktion der Polymere, statt auf den ganzen Lebenszyklus und geben den biobasierten Polymeren wegen der Kohlendioxidaufnahme einen „Carbon Credit“. Dabei wird die Freisetzung des Kohlendioxids am Ende des Lebenszyklus ausgeblendet. Zudem kommen heute immer noch bei vielen Herstellungsschritten fossilbasierte Energie oder Rohstoffe zum Einsatz, die kompensiert werden müssen, damit das Material als klimaneutral gilt.

Die Empa-Studie zeigt, dass teilweise oder vollständig biobasierte Fasern tendenziell höhere Umweltbelastungen verursachen als fossilbasiertes Polyester. Das liegt vor allem daran, dass die Rohstoffe aus intensiver Landwirtschaft stammen. Betrachtet wurde nicht nur die CO₂-Bilanz, sondern der Wasser- und Landverbrauch sowie 10 weitere Umweltbelastungen. Lediglich drei biobasierte Alternativen liegen im Bereich des fossilbasierten Polyesters.

Es lohnt sich, auch bei alternativen Quellen genau hinzuschauen

Geforscht wird auch mit alternativen Quellen für bio-basierte Polymere wie zum Beispiel Holz- und Landwirtschaftsabfällen. Diese könnten tatsächlich zu relevanten Vorteilen gegenüber fossilen Quellen führen. Vor allem dann, wenn aufwändigere Polymere, wie zum Beispiel Nylon, ersetzt werden sollten. Doch auch hier gilt zu beachten. Denn sind diese Abfälle bereits Teil eines nachhaltigen Rohstoffkreislaufs, werden diesem jedoch zugunsten der Produktion von bio-basierten Polymeren entzogen, könnte das unterm Strich zu höheren Umweltauswirkungen führen. Nämlich dann, wenn diese wiederum durch weniger nachhaltige Quellen ersetzt werden.

Tipp: Die Studie ist öffentlich zugänglich. Interessierte haben die Möglichkeit die Details unter doi.org/10.3390/app11072993 nachzulesen.

Die Empa ist ein interdisziplinäres Forschungsinstitut für Materialwissenschaften und Technologie in der Schweiz. Es gehört zum ETH-Bereich. Ein wissenschaftlicher Fokus sind nachhaltige Materialkreisläufe. Die Empa möchte mit ihrer Forschung zur Transparenz beitragen und Entscheidungsgrundlagen für die Industrie erarbeiten. www.empa.ch/subitex

✉ Kontakt: claudia.som@empa.ch
www.empa.ch

Kelheim Fibres erweitert die Faserpalette für Hygieneprodukte

Nachhaltig und komfortabel

Die weibliche Menstruation ist, obwohl sie die Hälfte der Weltbevölkerung lange Zeit ihres Lebens begleitet, nach wie vor ein Tabuthema. Erst in den letzten Jahren setzte ein Wandel ein – und gleichzeitig verändert sich auch das Angebot an Damenhygieneprodukten im Markt. Die wachsende Produktauswahl trägt einerseits den Bedürfnissen der Frauen nach zuverlässigem Schutz und Wohlbefinden Rechnung, andererseits aber auch dem zunehmenden Umweltbewusstsein der Konsumentinnen.

Bild: © Arnold Müller – pixabay.com

Mit holzbasierten und vollständig biologisch abbaubaren Fasern ist Kelheim Fibres bereits seit Jahrzehnten Marktführer im Tamponbereich, wo ihre Viskosespezialfasern Performance und Nachhaltigkeit bieten. Nun geht der Viskoseexperte einen Schritt weiter: Mit einer Faserpalette speziell für wiederverwendbare Produkte hat Kelheim Fibres nun erstmals auch ein Konzept für eine textile Hygieneanwendung entwickelt, in der die Fasern aus Kelheim eine umweltfreundliche Alternative zu erdölbasierten Materialien darstellen.

Innovative Funktionalisierung

Die Viskosefasern werden gezielt auf die verschiedenen Anforderungen der einzelnen Unterwäschelagen angepasst. So erreichte der Prototyp, der vollständig aus nachhaltigen Materialien besteht, im Test eine mit synthetischen Produkten vergleichbare Leistung mit hervorragendem Tragekomfort und ansprechender Ästhetik.

Die Lagen im Überblick

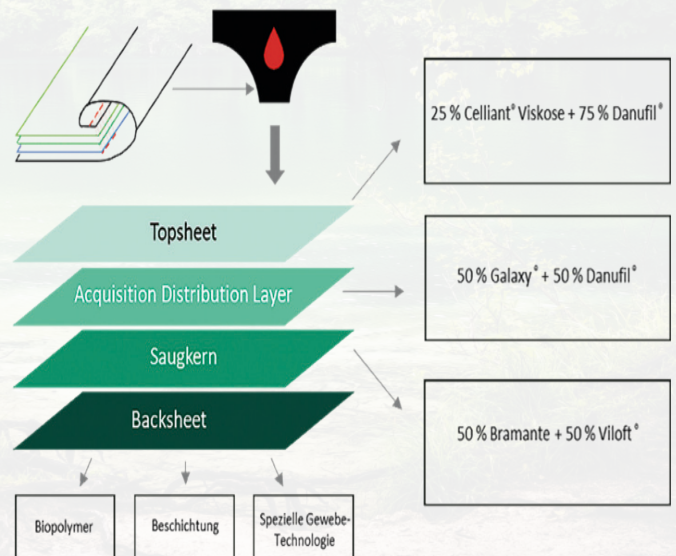
- **Im Topsheet** leiten Danufil®-Fasern und CELLIANT®Viscose die Feuchtigkeit schnell weiter und hinterlassen ein trockenes Gefühl auf der Haut. CELLIANT®Viscose trägt durch den integrierten Infraroteffekt dazu bei, das Wohlbefinden der Trägerin zu steigern.
- **In der „Verteilerschicht“** (ADL) nimmt die trilobale Galaxy® die Flüssigkeit schnell auf und verteilt sie gleichmäßig weiter.
- **Im absorbierenden Kern** speichert die Viskosehohlfaser Bramante die Flüssigkeit nicht nur zwischen den einzelnen Fasern, sondern auch in ihrem hohlen Faserinneren. So erreicht sie eine Absorptionskapazität von bis zu 260 % ihres Eigengewichts.

Bilder und Grafiken: © Kelheim Fibres

“Wir haben mit Open Innovation in der Praxis hervorragende Erfahrungen gemacht. Dadurch, dass wir unsere Expertise zusammenbringen, beschleunigen wir den Weg von der Faser bis zum fertigen Endprodukt spürbar. Gleichzeitig stellen wir gemeinsam sicher, dass das Produkt auch in allen Verarbeitungsschritten „funktioniert“. Wir suchen stets nach Partnern, die sich wie wir als Innovationsvorreiter sehen und diesen Weg mit uns gemeinsam beschreiten wollen.“



Dr. Marina Crnoja-Cosic, Director New Business Development bei Kelheim Fibres



Für die Produktoptimierung und für die Kommerzialisierung will Kelheim Fibres seinen bewährten Open Innovation Ansatz nutzen und Partner aus der gesamten Wertschöpfungskette an einen Tisch holen.

„Gemeinsam. Besser in Bewegung“



Als deutsches Familienunternehmen mit über 150-jähriger Tradition steht die SPORLASTIC GmbH für höchste Qualität, durchdachte Produkte und innovative Behandlungskonzepte. Der Nürtinger Hersteller textiler Medizinprodukte entwickelt gemeinsam mit Ärzten, Therapeuten und Technikern Produkte und Lösungen für die ganzheitliche Behandlung des muskuloskelettalen Systems des Menschen. Das Erfolgsrezept liegt in sich ergänzenden Kompetenzen: Seit Generationen verfügt die HAUBER-Gruppe über einen genialen Mix aus textilem, modischem und orthopädischem Wissen. Nachhaltigkeit spielt im Produktsortiment längst eine herausgehobene Rolle.

Die Erfolgsgeschichte von SPORLASTIC fußt auf der Firmenherkunft: Zusammen mit der LUISA CERANO GmbH gehört SPORLASTIC zur Nürtinger HAUBER-Gruppe. 1870 von Ferdinand Hauber gegründet, steht das Unternehmen seit über 150 Jahren für höchste Qualität und textile Kompetenz in zwei scheinbar verschiedenen Welten – Mode und Orthopädie. Die Kombination der beiden Welten vereint textiles, modisches und orthopädisches Wissen – erfolgreich umgesetzt in den innovativen Bandagen und Orthesen von SPORLASTIC.

„Das Beste entsteht, wenn Kompetenzen sich ergänzen.“

Bereits in 5. Generation präsentiert sich das Familienunternehmen als kompetenter Partner der Medizin und des Orthopädie- und Sanitätsfachhandels. Gemeinsam mit Ärzten, Therapeuten und Technikern werden Produkte und Lösungen für die ganzheitliche Behandlung des muskuloskelettalen Systems des Menschen entwickelt.

Der bewusste Umgang mit natürlichen Ressourcen liegt SPORLASTIC besonders am Herzen. Neben Maßnahmen zur CO₂-Reduktion am Standort Nürtingen, setzt das Unternehmen auf nachhaltige Produktgestaltung. Hierfür wurde u. a. ein atmungsaktives 3D-Flachgestrick mit recyceltem Garn entwickelt.

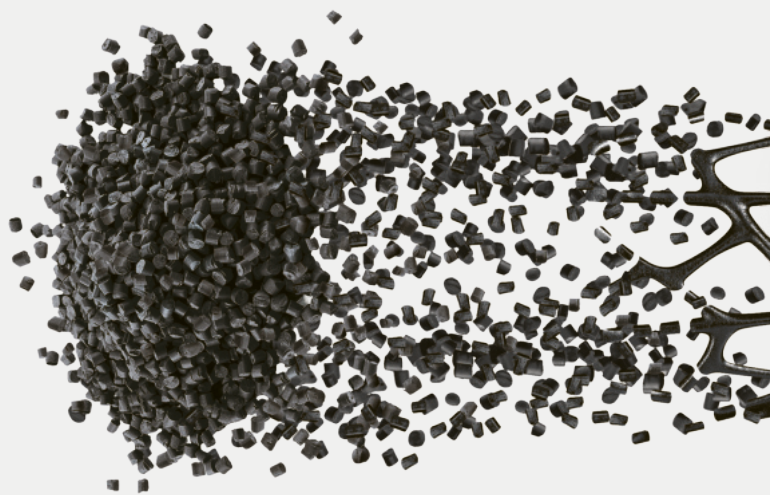


SPORLASTIC
ORTHOPAEDICS

ORGANIC



Die neu entwickelte MANU-CAST® ORGANIC-Reihe von SPORLASTIC ist eine echte Orthesen-Innovation im Bereich der medizinischen Hilfsmittel: Sie verbindet hochentwickelte Stricktechnologie, modernes Design und Tragekomfort mit hohen Nachhaltigkeitsanforderungen. Als Vorbild dient dabei die Natur. Die neue ORGANIC-Orthese ist ressourcenschonend hergestellt und dabei in SPORLASTIC-Qualität stabil, flexibel, leicht und atmungsaktiv.





Ressourcenschonung wird großgeschrieben

„Bei der Entwicklung der MANU-CAST® ORGANIC-Reihe war die Nachhaltigkeit ein wesentlicher Faktor“, sagt Dr. Timo Schmeltzpfenning, Leiter Forschung und Entwicklung bei SPORLASTIC. Zur Herstellung des innovativen ORGANIC FRAME und des 3D SPACE KNIT Rahmenpolsters sowie der textilen Verschlusszügel werden daher fast ausschließlich recycelte Materialien eingesetzt. „Der optimierte Materialeinsatz trägt zur Schonung der Ressourcen bei und hinterlässt einen geringeren ökologischen Fußabdruck.“ Neben dem Einsatz recycelter Materialien optimiert SPORLASTIC auch das Produktdesign unter Nachhaltigkeitsaspekten. Das sorgt für reduzierten Materialeinsatz und somit für eine ressourcenschonende Fertigung.

Vorbild Natur

Das speziell entwickelte organische Design orientiert sich an vorhandenen Strukturen der Natur, um die nötige Stabilität zu erreichen. Dadurch lassen sich neben der medizinisch notwendigen Stabilisierung auch Leichtigkeit und Atmungsaktivität der Orthese gewährleisten.

Sortenreinheit macht kreislauffähig

SPORLASTIC setzt auf Monomaterialien: Das 3D SPACE KNIT ist größtenteils sortenrein, der ORGANIC FRAME vollständig. Auf Schaumstoff wurde bei der ORGANIC-Reihe restlos verzichtet, auf Kleber fast zu 100 Prozent. Stattdessen kommt ein besonderes textiles Fügeverfahren zur Anwendung. Das 3D SPACE KNIT kann problemlos von dem ORGANIC FRAME abgelöst werden. Das erhöht nicht nur die Hygiene, sondern erleichtert auch das sortenreine Recycling.

Hoher Recyclinganteil

Für den ORGANIC FRAME verwendet SPORLASTIC Regranulat und für das 3D SPACE KNIT überwiegend recyceltes Garn. Das Regranulat stammt aus Industrieabfällen, das von zertifizierten Unternehmen bezogen wird.

Made in Germany

Gefertigt wird in Deutschland, da die Nachhaltigkeitsstandards hier hoch sind und die Transportwege kurz. Auch die Rohmaterialien werden, wo immer möglich, aus Deutschland oder dem nahen europäischen Ausland bezogen. Die Spritzgussteile stammen sogar aus der direkten Nachbarschaft.



„Mit der ORGANIC-Reihe gehen wir neue Wege. Die Orthesen mit ihren filigranen, organischen Strukturen sind nicht nur technologisch, sondern auch unter Nachhaltigkeitsgesichtspunkten auf dem modernsten Stand.“

Dr. Timo Schmeltzpfenning,
Leiter Forschung und Entwicklung bei SPORLASTIC



Leicht

Atmungsaktiv

Optimale Passform



Recycelte Materialien



Digitale Therapieübungen
und Anlegeanleitungen



Röntgenstrahlen
durchlässig



EU-Richtlinienvorschlag zu unternehmerischen Sorgfaltspflichten

Nach mehrmaligen Verschiebungen hat die Europäische Kommission nunmehr am 23. Februar 2022 ihren mit Spannung erwarteten Vorschlag für eine Richtlinie zu unternehmerischen Sorgfaltspflichten für Nachhaltigkeit (Corporate Sustainability Due Diligence) veröffentlicht. Die Regelungen gehen deutlich über diejenigen des deutschen Lieferkettensorgfaltspflichtengesetzes (LkSG) hinaus.

Die EU-Richtlinie zu Sorgfaltspflichten in der Lieferkette soll Regeln und Pflichten für europäische Unternehmen aufstellen, damit sie ihre Lieferketten auf Menschenrechts-, Umwelt- und Nachhaltigkeitsbelange prüfen und gegebenenfalls Maßnahmen ergreifen, Verletzungen abstellen. Zu den Verschiebungen bei der Veröffentlichung kam es, nachdem der unabhängige Ausschuss für Regulierungskontrolle der EU die Folgenabschätzung der Richtlinie zwei Mal als unzureichend bewertet hat. Zum einen sei nicht ausreichend dargelegt worden, dass europäische Unternehmen Menschenrechts-, Umwelt- und Nachhaltigkeitsbelange in ihren Lieferketten derzeit unzureichend berücksichtigen. Zum anderen sei für KMU nicht dargelegt, dass diese ein substantielles Risiko beim Thema Sorgfaltspflichtverletzung schaffen würden bzw. durch die Neuregulierung einen maßgeblichen Beitrag zu nachhaltigen Geschäftspraktiken in anderen Ländern leisten könnten.

Trotz dieser Bedenken zieht der Richtlinienvorschlag nunmehr den Kreis der **direkt betroffenen Unternehmen** deutlich weiter als das LkSG: Während das LkSG nur Unternehmen mit mind. 3.000 (ab 2024: 1.000) Arbeitnehmern verpflichtet, erfasst die Richtlinie:

- Gesellschaften mit mehr als 500 Arbeitnehmern und einem weltweiten Jahresumsatz von mehr als EUR 150 Mio.

- Gesellschaften mit mehr als **250 Arbeitnehmern** und einem weltweiten Jahresumsatz von mehr als **EUR 40 Mio.**, sofern mind. 50 % des Umsatzes aus bestimmten Branchen mit erhöhten Risiken für Menschenrechte und Umwelt stammen, wozu explizit die Herstellung von und der Großhandel mit **Textilien**, Leder und verwandten Erzeugnissen gehört.
- Die Richtlinie soll auch für Unternehmen aus Drittstaaten mit einem Jahresumsatz in der Union von mehr als EUR 150 Mio. bzw. von mehr als EUR 40 Mio. (falls mind. 50 % des weltweiten Umsatzes aus den oben erwähnten Risikobranchen stammen) gelten.

Im Kern stimmen LkSG und Richtlinienvorschlag überein, wonach Unternehmen verpflichtet werden, bei sich selbst und in ihren Lieferketten laufend menschenrechtliche und umweltbezogene Sorgfaltspflichten zu erfüllen, wozu ein Verhaltenskodex, Risikoanalysen und Präventions- und Abhilfemaßnahmen zur Feststellung, Vermeidung und Beendigung negativer Auswirkungen der Geschäftstätigkeit auf Menschenrechte und Umwelt gehören, ebenso wie die Einrichtung eines Beschwerdeverfahrens und ein jährlich zu veröffentlichender Bericht der Unternehmen. Nach der Richtlinie soll die Sorgfaltspflicht allerdings entlang der **gesamten Wertschöpfungskette** bestehen, soweit die Geschäftsbeziehungen

nicht nur kurzfristig oder unbedeutend sind - und dies nicht nur hinsichtlich der Zulieferer, sondern auch der Kunden!

Neben den verwaltungsrechtlichen Sanktionen sieht der Richtlinienentwurf im Gegensatz zum LkSG auch noch eine **zivilrechtliche Haftung** beim Verstoß gegen die Sorgfaltspflichten vor. Damit werden direkte Ansprüche von Betroffenen gegen die sorgfaltspflichtigen Unternehmen auf Schadensersatz wegen Menschenrechtsverletzungen oder Umweltschäden in der Wertschöpfungskette geschaffen.

Dem Richtlinienentwurf müssen noch das Europäische Parlament als auch der Rat zustimmen, die noch entsprechende Änderungen vorschlagen können. Aktuell ist vorgesehen, dass die Mitglied-

staaten die Richtlinie mit einer Frist von zwei Jahren umzusetzen haben. Für die größeren Unternehmen soll sie mit Ablauf der Umsetzungsfrist gelten, für die kleineren Unternehmen in Risikobereichen erst zwei Jahre später.

Die durch die Richtlinie auferlegten Sorgfaltspflichten würden zu einer weiteren, über das LkSG hinausgehenden Bürokratisierung führen, die insbesondere vom Mittelstand kaum noch zu erfüllen ist. Zudem wird das in Aussicht gestellte einheitliche EU Level Playing Field durch die notwendigen verschiedenen Umsetzungsgesetze in den Mitgliedsstaaten durch eine Richtlinie wohl gerade nicht erreicht.

✉ Kai-Uwe Götz, goetz@gesamtmasche.de

Ab 28. Mai 2022: Neue Preisangabenverordnung (PAngV)

Nach Änderung der europäischen Preisangaben-Richtlinie wurden im Rahmen einer Novellierung der PAngV die notwendig gewordenen Neuregelungen in nationales Recht umgesetzt. Vor allem bei der praxisrelevanten Werbung mit Preisermäßigungen kommen ab dem 28. Mai 2022 neue Informationspflichten auf die Verkäufer zu.

Der neu geschaffene § 11 PAngV bestimmt zukünftig, dass gegenüber Verbrauchern bei jeder Bekanntgabe einer Preisermäßigung von Waren der **niedrigste vorherige Verkaufspreis anzugeben** ist, der innerhalb der letzten 30 Tage vor der Anwendung der Preisermäßigung vom Verkäufer gegenüber den Verbrauchern angewendet wurde. Nur bei einer schrittweise ansteigenden Preisermäßigung kann der Händler hinsichtlich des niedrigsten Preises der letzten 30 Tage auch auf denjenigen Preis abstellen, den er vor Beginn der fortlaufenden und schrittweisen Ermäßigung von den Verbrauchern gefordert hatte. Dadurch soll verhindert werden, dass Verkäufer die Preise für Waren kurz vor der Preisermäßigung anheben, um anschließend eine besonders hohe Preisermäßigung bewerben zu können. Die Angabe des alten Preises kann im Wege einer Gegenüberstellung („Statt-Preise“) oder durch einen **prozentualen Abzug** geschehen. Letztlich werden Preisentwicklungen angesichts der 30-Tage-Regelung genau dokumentiert werden müssen, dies gilt sowohl für Reduzierungen im Ladengeschäft als auch im E-Commerce.

Nicht betroffen von der neuen Preisangabenpflicht bei Preisermäßigung sind allgemeine Preisaussagen wie „Sale“ oder „Dauerniedrigpreis“ ohne die werbliche Nutzung des ursprünglichen Gesamtpreises. Ebenso ausgenommen sind Rabattaktionen mit Treueprogrammen oder Werbung mit Sonderangeboten, die den Erwerb zusätzlicher Ware beinhalten, wie bspw. „1+1 gratis“ oder „Kaufe 2 zahle 1“ und damit keine Preisermäßigung bezogen auf die einzelne Ware beinhalten (Drauf- bzw. Dreingabe). Auch steht es Händlern nach wie vor frei, den unverbindlichen Preisempfehlungen des Herstellers (UVP) die eigenen Preise gegenüberzustellen. Es muss allerdings klar erkennbar sein, dass es sich dann nicht um eine Ermäßigung des eigenen Preises, sondern um einen Preisvergleich mit den UVP handelt. Bei Verstößen gegen die PAngV drohen Abmahnungen von Wettbewerbern, klagebefugten Verbraucher- bzw. Wettbewerbsverbänden sowie Bußgelder von bis zu 25.000 Euro.



Bild: © Ulrike Leber - phibay.com

ILO-Bericht zu usbekischer Baumwolle Kinder- und Zwangsarbeit besiegt

Der ILO-Monitoringbericht zur usbekischen Baumwollernte 2021 fällt äußerst positiv aus: Innerhalb von sieben Jahren ist es Usbekistan gelungen, Zwangs- und Kinderarbeit in der Baumwollproduktion vollständig zu beseitigen. Das bedeutet faire Arbeitsbedingungen für fast zwei Millionen Menschen jedes Jahr, die als Erntehelfer aktiv sind.

Das System der Zwangsrekrutierung war zu Sowjetzeiten entstanden, als die kommunistischen Staatsplaner der usbekischen Teilrepublik die Rolle des wichtigsten Baumwolllieferanten zuwiesen. Jeden Herbst wurden Millionen von Usbeken, auch Schüler, zur Baumwollernte verpflichtet. Das Zwangssystem bei der Ernte wurde von Handelspartnern zwar nie sanktioniert, galt aber als international geächtet. Unter Präsident Shavkat Mirziyoyev wurden die verbotenen Arbeitsformen seit 2016 in raschen Schritten beseitigt: Im Zuge der Demokratisierungs- und Öffnungspolitik wollte sich Usbekistan rasch an internationale Standards anpassen, um als Newcomer auf dem Weltmarkt erfolgreich sein zu können. Das ist in Rekordgeschwindigkeit mehr als gelungen.

“Unsere Zusammenarbeit hat gute Ergebnisse gebracht: Nach sieben Jahren zeigt der diesjährige Bericht, dass usbekische Baumwolle frei von Kinder- und Zwangsarbeit ist. Das gibt Usbekistan die Möglichkeit, in der Wertschöpfungskette aufzusteigen und Millionen von ordentlichen Arbeitsplätzen in der Textilherstellung zu schaffen.”

Guy Ryder, Generaldirektor der IAO

Die jährlichen ILO-Monitorings sind breit angelegt: Während der Ernte führen unabhängige Berater über 1.000 Einzelinterviews in verschiedenen Regionen mit Arbeitern, Farmern und Gemeindevertretern durch. Dem jüngsten Monitoring-Bericht zufolge gab es in sämtlichen Provinzen und Bezirken keine oder nur sehr vereinzelte Fälle von tatsächlicher oder vermeintlicher Zwangsarbeit: 0,47 Prozent der Befragten berichteten direkte oder wahrgenommene Bedrohungen durch Mahalla-Vertreter (lokale Beamte auf Gemeindeebene) im Zusammenhang mit Sozialleistungen, 0,12 Prozent berichteten von direkten oder wahrgenommenen Bedrohungen durch Arbeitgeber im Zusammenhang mit dem Verlust von Arbeitsplätzen oder Löhnen.

“Wir haben unermüdlich daran gearbeitet, das Denken und Verhalten durch Sensibilisierungskampagnen zu Arbeitnehmerrechten zu ändern. Wir haben Kinder- und Zwangsarbeit kriminalisiert. Wir haben unsere Arbeitsaufsicht verstärkt und einen Dialog mit der Zivilgesellschaft aufgenommen, um gemeinsam Lösungen zu finden.”

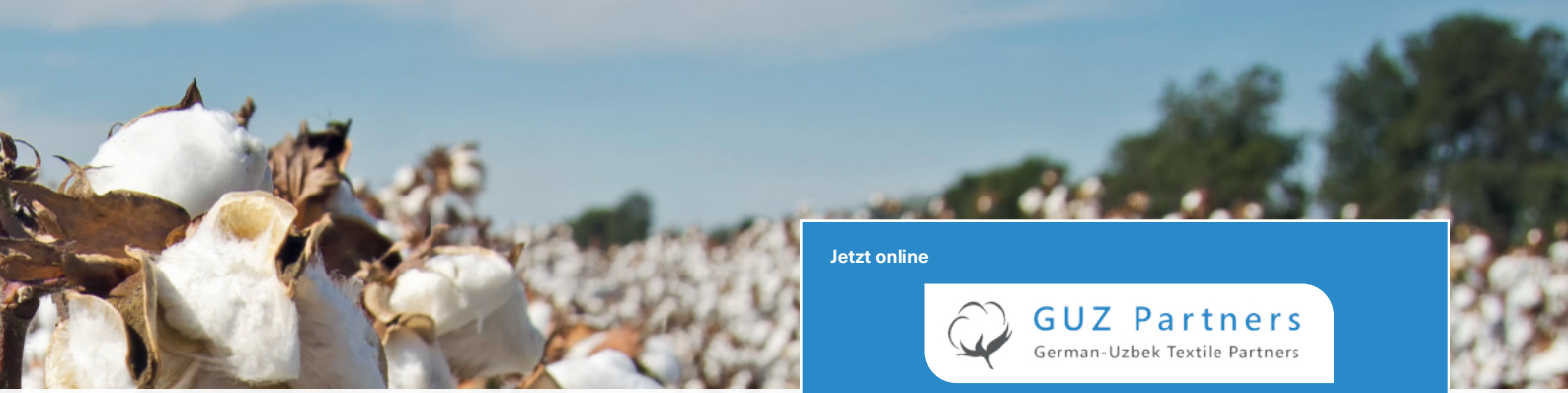
Tanzila Narbaeva, Vorsitzende des usbekischen Senats und Leiterin der Nationalen Kommission zur Bekämpfung von Zwangsarbeit und Menschenhandel.

Die große Mehrheit der Baumwollpflücker, die an Interviews teilnahmen, gab an, dass sich die Arbeitsbedingungen seit 2020 weiter verbessert hätten. Nur 5 Prozent gaben an, dass die Bedingungen schlechter seien als im Vorjahr. Dies betrifft Transport, Nahrung, Zugang zu Wasser, Hygiene und andere Einrichtungen. Dem Bericht zufolge nahm jeder achte Mensch im erwerbsfähigen Alter in Usbekistan an der Baumwollernte teil. Zweieundsechzig Prozent der Erntehelfer waren Frauen, die überwiegende Mehrheit stammte aus ländlichen Gebieten.

“Zum ersten Mal wurde der Mindestlohn nicht nur mit der Regierung, sondern auch mit den Gewerkschaften und Arbeitgebern Usbekistans ausgehandelt. Baumwollpflücker führen eigene Lohnverhandlungen mit Farmern und Textilclustern. Viele Pflücker verdienten dadurch deutlich mehr als den Mindestlohn.”

Jonas Astrup, Technischer Chefberater des ILO TPM-Projekts in Usbekistan

Als sechstgrößter Baumwollproduzent der Welt hat Usbekistan Reformen eingeleitet, die neben der Beseitigung von Kinder- und Zwangsarbeit bei der jährlichen Baumwollernte auch die Modernisierung des Wirtschaftsmodells des Landes umfassen: Das agrarisch



geprägte Land will zur Industrienation werden. Vorhandene Rohstoffe wie Baumwolle sollen sukzessive im Land weiterverarbeitet werden. Bereits heute exportiert Usbekistan keine Baumwolle mehr und verarbeitet die Faser stattdessen im Inland.

Das ILO Third-Party Monitoring Projekt überwacht seit 2015 die Baumwollernte in Usbekistan. Es wird mit Unterstützung der Europäischen Union, des US-Außenministeriums, der Regierung der Schweiz und Deutschlands umgesetzt. Es wird im Mai dieses Jahres abgeschlossen. Auf Ersuchen der Regierung und der Arbeitnehmer- und Arbeitgeberorganisationen in Usbekistan wird derzeit eine Machbarkeitsstudie für das Programm „Bessere Arbeit“ durchgeführt, eine gemeinsame Initiative der ILO und der Weltbankgruppe.

Jetzt online



GUZ Partners
German-Uzbek Textile Partners

Unter www.guz-partners.org finden Unternehmen, die sich für die Zusammenarbeit mit Usbekistans Textilbranche interessieren, umfassende Informationen über die dortige Textil- und Bekleidungsindustrie und die Möglichkeiten der Zusammenarbeit.

Die Homepage ist Teil eines Partnerschaftsprojekts von GESAMTMASCHEN und UZTEKSTILPROM. Die Verbände kooperieren in Fragen von Wirtschaft und Handel, Produktion, Qualität und Nachhaltigkeit. Die Zusammenarbeit wird vom Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung und von der sequa gGmbH unterstützt.



Bundesministerium
für wirtschaftliche Zusammenarbeit
und Entwicklung



Usbekistan: Cotton Campaign beendet Boykottaufruf

Die US-amerikanische Cotton Campaign stoppt ihren Boykott-Aufruf gegen Baumwolle aus Usbekistan. Es war an der Zeit: ILO und EU bescheinigen Usbekistan schon länger, dass es bei der Baumwollernte fair zugeht.

Die in Washington ansässige Cotton Campaign hat am 10. März 2022 ihren Boykott-Aufruf gegen usbekische Baumwolle offiziell beendet. Seit 2009 hatten insgesamt 331 Marken und Einzelhändler den „Cotton Pledge“ mit der NGO unterzeichnet, darunter Branchengrößen wie C&A, Gap und Tesco. Die ILO ruft ihrerseits seit Jahren dazu auf, Usbekistan durch Investitionen zu unterstützen, statt nicht mehr vorhandene Missstände anzuprangern. Nachdem auch das Usbekische Forum für Menschenrechte – ein Partner der Cotton Campaign – in seinem Erntebericht 2021 feststellte, dass keine Zwangsarbeit mehr zu finden ist, wurde der Boykottaufruf schließlich ad acta gelegt.

ILO und EU bestätigen faire Arbeitsbedingungen

Nicht nur die ILO bescheinigt dem Land enorme Fortschritte, sondern auch die Europäische Union: Seit April 2021 gewährt sie Usbekistan zollfreien Zugang durch Zubilligung des Status „GSP+“. Diesen Sonderstatus erhalten nur Entwicklungsländer, die erwiesenermaßen 27 internationale Konventionen in den Bereichen Arbeit, Soziales, Umwelt und Menschenrechte umsetzen.

Boykott vertiefte Abhängigkeit von Russland und Ukraine

Angesichts des Russland-Ukraine-Konflikts und der Verschiebung des weltwirtschaftlichen Gewichts nach Asien erschien der

Boykott-Aufruf mehr als unzeitgemäß. Letztlich schürte der Boykott die Abhängigkeit Usbekistans von den Großabnehmern Russland und China. Dort interessiert man sich eher wenig für die Arbeitsbedingungen bei der Ernte, und die Nachfrage nach usbekischen Baumwollprodukten ist groß.

Usbekistan setzt auf internationale Standards

Es dürfte die usbekische Regierung beeindruckt haben, dass große westliche Marken ohne ein Ende der Zwangsrekrutierung für die Baumwollernte keine Textilien in Usbekistan kaufen würden. Heute sieht die Regierung die Einhaltung der ILO-Konventionen und die Einhaltung internationaler Standards als selbstverständlich an – als Voraussetzung dafür, dass Usbekistan am Weltmarkt wettbewerbsfähig und innovativ teilnehmen kann. Wichtige Unterstützung leistete dabei die deutsche Entwicklungszusammenarbeit, vor allem durch die praxisorientierte Arbeit der GIZ vor Ort.

SAVE THE DATE

Round Table Usbekistan

Online-Event mit dem usbekischen Botschafter S. E. Nabijon Kasimov

6. Mai 2022, 10:00 bis 11:30 Uhr

u. a. zu den Themen: Usbekische Textilbranche aktuell, Logistik in Krisenzeiten, nachhaltige Baumwolle.

➔ gesamtmasche.de/veranstaltungen

Kooperation in Krisenzeiten

Trotz des Tigray-Konflikts und einem schwierigen internationalen Umfeld gibt es in Äthiopien nach wie vor positive Entwicklungen. Partner Africa Ethiopia treibt das Pilotvorhaben für transparente Lieferketten voran. Gleichzeitig gehen die Maßnahmen für Qualitätsverbesserung und Zertifizierung im Baumwollanbau weiter.

Schwaches Wachstum

Nachdem Äthiopien in den letzten Jahren mit hohen Wachstumsraten von sich reden machte und selbst im Coronajahr 2020 ein Wachstum von 6 Prozent erzielte, sind die aktuellen Aussichten weitaus zurückhaltender. Devisenknappheit und die Abwertung der Landeswährung Birr verteuern die Importe.



Bild: © Sodefitec

Pilotvorhaben Traceability

Weil äthiopische Baumwolle durch Ernteausfälle knapp ist und Qualitätsmängel noch anhalten, hat Partner Africa Ethiopia für den Start des Pilotvorhabens „Transparente Lieferkette“ Baumwolle aus dem Senegal bereitgestellt. Als erste Pilotspinnerei produziert Kombolcha verschiedene Standardqualitäten aus der importierten Faser. Die Garne werden in der eigenen Weberei verarbeitet, sollen aber auch an verschiedene Rundstrickereien gehen. Bei der nächsten Africa Sourcing & Fashion Week im November in Addis Abeba wollen Gesamtmasche und der äthiopische Textilverband ETGAMA die Ergebnisse des Piloten gemeinsam präsentieren.

Konflikte national und international

Der Krieg in der Ukraine wirkt sich auch auf Äthiopien aus: Äthiopien importiert viele Lebensmittel, so dass durch international hohe Preise Nahrungsmittelengpässe drohen. Ein Viertel seines Weizens bezieht Äthiopien aus der Ukraine. Knappheiten drohen auch bei Eisen, Stahl und Dünger. Der Tigray-Konflikt ist bis heute nicht gelöst. Das schreckt Investoren und Einkäufer ab. Die Grenzregionen zu Eritrea und Sudan sind bis heute nicht zugänglich. In Mekele, einem textilen Zentrum im Norden des Landes, mussten einige Unternehmen die Produktion stilllegen.

USA-Zollvorteile entfallen, EU gewährt Nullzoll

Die USA haben zum Jahreswechsel die AGOA-Zollpräferenzen für Äthiopien zurückgenommen. Das hatten den Abzug einiger asiatischer Konfektionäre zur Folge, deren Interesse am Standort Äthiopien von Zollvorteilen in den USA abhing. Die EU hingegen gewährt Äthiopien weiterhin Nullzoll zu vereinfachten Ursprungsregeln. Exporte brauchen lediglich einen Arbeitsschritt wie z. B. die Konfektion zu durchlaufen. Auf die Verzollung von Vorprodukten wird verzichtet.

Standortvorteile nutzen

Umso wichtiger ist es für Äthiopien, vorhandene Standortvorteile auszuspielen. Dazu gehören der heimische Baumwollanbau als wichtige Rohstoffbasis im eigenen Land und die vollstufig vorhandene textile Wertschöpfungskette, geprägt von mittelständischen Familienunternehmen. Mit äthiopischen Experten konnte Partner Africa Ethiopia trotz Corona-Krise und Tigray-Konflikt die Qualitätsverbesserung im Baumwollanbau vorantreiben. Auch in diesem Jahr werden Trainings in verschiedenen Baumwollanbauregionen fortgeführt. Die Schulungen vor Ort begleiten die Farmer von der Aussaat bis zur Ernte und Entkörnung. Hierdurch werden sukzessive Qualitätsmängel abgestellt, die durch Verschmutzung oder Fehler bei Ernte und Transport hervorgerufen werden. Dadurch können äthiopische Spinnereien erheblich bessere Garnqualitäten erzielen.

↘ partnerafrica-ethiopia.org

CO₂-Grenzabgabe kommt

Auf Einfuhren aus Staaten mit geringen Klimaschutzzielen will die EU künftig im Namen des fairen Wettbewerbs eine CO₂-Abgabe erheben. Die Abgabe in Höhe des Emissionshandelspreises soll heimische Unternehmen schützen. Die Wirkung ist fraglich, die Motivation ebenso.

Der Carbon Border Adjustment Mechanism (CBAM) soll Wettbewerbsnachteile der EU-Industrie ausgleichen, da diese bald voll für ihre Emissionszertifikate bezahlen muss. Betroffen sind zunächst „nur“ Einfuhren von Zement, Stahl, Aluminium, Dünger und Strom. Diese Güter stehen für knapp die Hälfte des CO₂-Ausstoßes im EU-Emissionshandel.

Die Abgabe gleicht womöglich die Wettbewerbsbedingungen im EU-Markt aus, nicht aber auf internationalen Märkten. Dort haben EU-Exporteure durch erhöhte Produktionskosten einen bleibenden

Nachteil. Bezahlt wird die Abgabe nicht etwa von ausländischen Zulieferern, sondern von den Einführern. Um den Zertifikatskauf kommen Einführer nur herum, wenn der ausländische Lieferant für seine CO₂-Belastung bereits nachweislich bezahlt hat. Viele Importe sind unumgänglich, mindestens im Rohstoffbereich. Gleichzeitig haben mittelständische Einführer wenig Marktmacht, um ihre Kosten an die Lieferanten weiterzugeben.

2023 soll die zweijährige Testphase beginnen. 2026 soll das System funktionsfähig sein. Dann müssen EU-Importeure jährlich die Vorjahresmenge der eingeführten Waren und die Menge der ihnen zurechenbaren Emissionen melden und eine entsprechende Menge an CBAM-Zertifikaten abgeben. Nach weiteren 10 Jahren soll der CBAM die angestrebten Abgaben voll generieren.

Fiskal- statt Klimapolitik

Dass die CO₂-Grenzabgabe eingeführt wird, war längst ausgemacht. Ihr klares fiskalisches Ziel bleibt meist unerwähnt: Bereits im Juli 2020 einigten sich die Mitgliedstaaten auf ein neues System von EU-Eigenmitteln, mit dem Brüssel seinen Haushalt wieder in den Griff bekommen soll. Die CO₂-Grenzsteuer galt als größter Erfolg des Haushaltsgipfels, bei dem der „Corona-Haushalt“ in Höhe von 750 Mrd. Euro beschlossen wurde. Für ihre langfristige Haushaltsplanung geht die EU von Einnahmen von bis zu 14 Mrd. Euro pro Jahr aus.



Das Allgemeine Präferenzsystem für Entwicklungsländer (APS) sieht eine jährliche Überprüfung der Liste der begünstigten Länder vor. In diesem Rahmen sind die Zollpräferenzen für Armenien am 1. Januar 2022 entfallen. Vietnam erhält ab 1. Januar 2023 keine Präferenz mehr.

Mit Vietnam, einem der wichtigsten asiatischen Lieferländer für Bekleidung, hat die EU ein Freihandelsabkommen abgeschlossen, das am 1. August 2020 in Kraft getreten ist. Die Ursprungsregeln dieses Freihandelsabkommens sind tendenziell strenger als diejenigen im APS. Dafür ist der Zollvorteil viel größer.

Der „normale“ Zollvorteil für Entwicklungsländer beträgt im Textilbereich 20 Prozent Reduktion des Drittlandszollsatzes – also z. B. 9,6 Prozent statt 12 Prozent Einfuhrzoll auf textile Fertigwaren. Die ärmsten Entwicklungsländer erhalten den Nullzollsatz im Rahmen der Everything But Arms (EBA)-Initiative und brauchen in der Regel nur einen wichtigen Arbeitsschritt dafür nachweisen. Darüber hinaus existieren Sonderpräferenzen für Länder, die für nachhaltige Entwicklung und verantwortungsvolle Staatsführung mit dem Nullzollsatz belohnt werden. Hierzu gehören derzeit: Bolivien, Kapverden, Kirgistan, Mongolei, Pakistan, Philippinen, Sri Lanka und Usbekistan.

Momentan ist ein neues APS-Schema 2024-2033 in Vorbereitung. Die EU-Kommission will „mehr Wettbewerb“ ins APS bringen und die ärmsten Länder weiterhin besonders begünstigen. Vor allem der Nullzollsatz für Bangladesch steht auf der Kippe. Strengere Graduierungsregeln könnten die Präferenzen für Entwicklungsländer einschränken, die in bestimmten Bereichen wie Textil und Bekleidung besonders exportstark sind.

Kriegsfolgen, COVID und neue Regulierung

Lieferketten in der Krise

Der Welthandel kämpft mit den Auswirkungen des Krieges in der Ukraine. Covid-Schließungen in chinesischen Exportzentren sorgen für weitere Turbulenzen bei der internationalen Seefracht. Knappe Kapazitäten und steigende Treibstoffkosten infolge des Kriegs in der Ukraine halten die Frachtkosten hoch. Energie und Rohstoffe sind teuer, und die Inflation in Europa nimmt beängstigende Ausmaße an.

Logistik: Europa nicht „Nabel der Welt“

Die Seefrachtraten für Verkehre von Ostasien nach Nordeuropa lagen im März 2022 zwar immerhin ein Fünftel höher als im Juni. Seit Jahresanfang sind sie aber leicht gesunken. Anders als in Nordamerika scheint die europäische Nachfrage nachzulassen. Wirtschaft und Verbraucher in Europa ächzen unter Kostensteigerungen und hoher Inflation, die sich angesichts des Kriegs in der Ukraine noch rascher entwickeln. Das dürfte die Importe noch länger dämpfen. Das Preisniveau bei der Fracht bleibt dennoch hoch: Die Europa-Route steigt im Prioritäten-Ranking ab. Die Laufzeiten bleiben lang. Die eigentliche Sorge der Hersteller sind schrumpfende Absatzmärkte vor der Haustüre und die Kosten des täglichen Produktionsbetriebs.

Krieg treibt Chaos auf die Spitze

Der Krieg in der Ukraine bringt in Kombination mit den Pandemie-Folgen das Fass zum Überlaufen: Zur Herausforderung global veränderter Produktions- und Beschaffungsmärkte treten zerrüttete Logistikketten. Je komplexer und länger die eigene Kette, desto höher ist das Risiko, von explodierenden Frachtraten und nicht mehr kalkulierbaren Laufzeiten getroffen zu werden.

Teure Regulierung und klamme Verbraucher

Bringt der Absatzmarkt Europa künftig noch genug Ertrag, um diesen gewaltigen Kostenschub zu kompensieren? Auch die Endkunden kämpfen mit steigenden Kosten und müssen zusehen, wie sie ihre verfügbaren Einkommen verteilen. Immer restriktivere Regelungen und eine hohe Abgabenlast machen Europa nicht nur als Produktionsstandort, sondern auch als

Abhängigkeit von China

Die Branche hängt bei Vor- wie bei Fertigprodukten extrem von China ab. Von dort kommt ein Viertel der deutschen Textil- und Bekleidungsimporte. Das ist eine bedenkliche Konzentration. Die Einkaufspreise in China haben schon vor längerem stark angezogen. China orientiert sich um: Hin zu anderen Branchen und Technologien, hin zum wachstumsstarken asiatischen Wirtschaftsraum. Europäische Mittelständler, die kleine Losgrößen einkaufen wollen, womöglich begleitet von CSR-Sonderwünschen, kommen schlicht nicht mehr zum Zug.

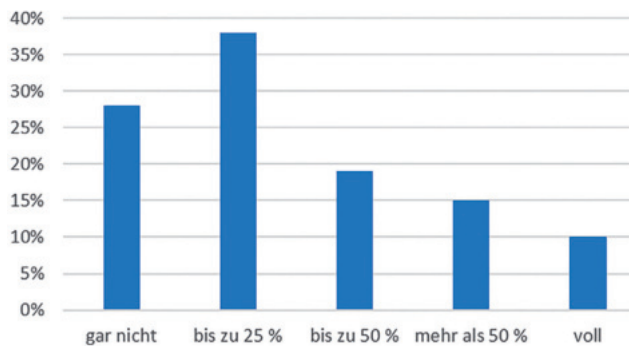
Absatzmarkt unattraktiv. Macht die Politik Ernst mit den neuen Sorgfaltspflichten, wird es extrem teuer.

Teure Energie, teure Rohstoffe

Die deutsche und europäische Energiepolitik belastet die Industrie seit Jahren enorm und hat bestehende Abhängigkeiten vertieft. Exorbitante Energiekosten und eine äußerst unsichere Versorgungslage sind die Folge. Textile Rohstoffe bleiben teuer. Das gilt auch für Rezyklate. Gleichzeitig setzt Europa auf nachhaltige Rohstoffherzeugung, im nächsten Schritt sogar auf kreislauffähige Textilwaren. Das ist momentan nicht zu leisten, wird aber dennoch gesetzlich verankert. Europa selbst verfügt kaum über textile Rohstoffe. Für die Politik war dies bislang nicht strategisch wichtig. Dadurch wird ein hoher zusätzlicher Kostendruck entstehen.

Weitergabe von Preissteigerungen

„Inwieweit rechnen Sie damit, in den kommenden drei Monaten zusätzliche Kosten weitergeben zu können?“

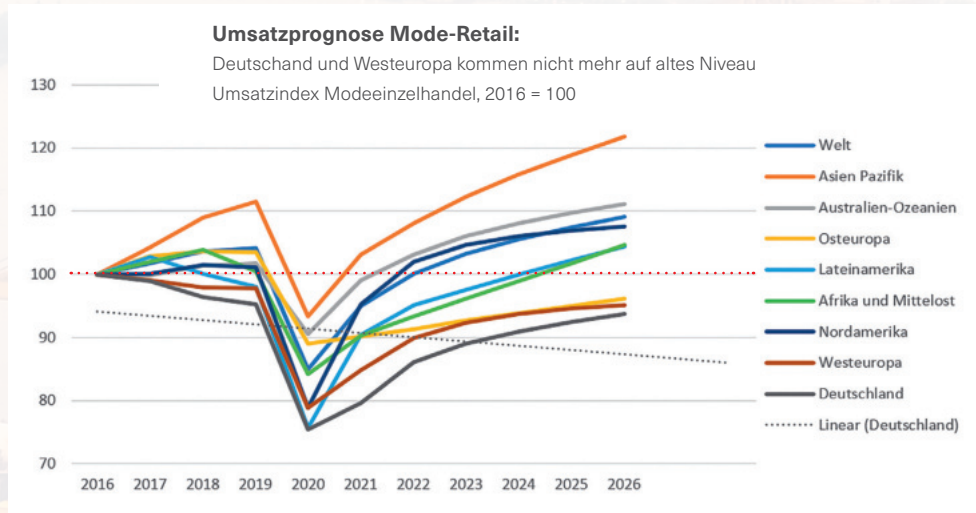


Quelle: Ukraine-Umfrage Gesamtverband textil+mode, März 2022

Aus für Fast Fashion?

Zu den neuen Rahmenbedingungen werden dauerhaft höhere Beschaffungs-, Produktions- und Logistikkosten gehören. Die

verfügbaren Einkommen wichtiger Verbrauchergruppen schrumpfen. Gleichzeitig steigt der Anspruch an transparente, umwelt- und sozialgerechte Produktionsketten. Die gute Nachricht ist, dass wertige und langlebige Produkte grundsätzlich besser in diesen neuen Rahmen passen. Die Frage ist, wer das überhaupt noch bezahlen kann. Das Konzept schnellrehender und sehr preisgünstiger Artikel geht jedenfalls nicht mehr auf. Hohe Frachtpreise oder eine CO₂-Grenzabgabe wirken sich auf die Kosten im Billigsegment überproportional aus. Gleichzeitig wird ein wachsendes Kundensegment preissensibler einkaufen als bisher.



Datenquelle: © Euromonitor International, GESAMTMASCHE-GRAFIK (Schätzung ohne Folgen Ukraine-Krieg)

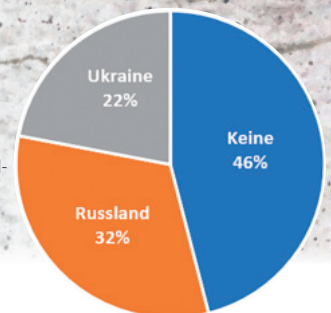
Sanktionen gegen Russland

Die westliche Welt hat umfassende Sanktionen und Ausfuhrkontrollen gegen Russland erlassen und diese auch auf Belarus sowie die Regionen Luhansk und Donezk in der Ostukraine ausgeweitet. Unternehmen müssen die rechtlichen und geschäftlichen Auswirkungen der Sanktionen der USA und der EU auf bestehende oder potenzielle Geschäftsaktivitäten berücksichtigen. Russland ist für die Branche nach der Schweiz bislang das zweitwichtigste Exportziel außerhalb der EU. Die Ukraine ist ein bedeutender Standort für die Lohnkonfektion. Die Lieferung unkritischer Textil- und Modegüter an nicht-gelistete Personen, Unternehmen und Einrichtungen ist theoretisch weiterhin möglich. In der Praxis stoßen Unternehmen allerdings schnell auf Hindernisse, sei es bei der Logistik, beim Zahlungsverkehr oder schlicht aufgrund der Politisierung der Russlandexporte.

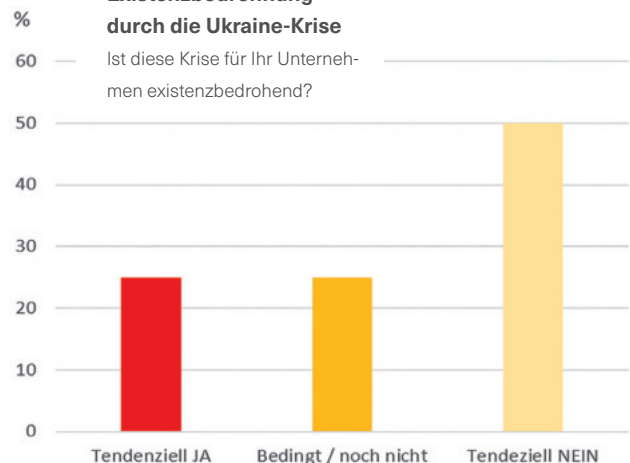
Alle relevanten rechtlichen Informationen stehen im Mitgliederbereich von Gesamtmasche zum Downloade bereit. Neben den einschlägigen Sanktionsverordnungen stellt Gesamtmasche regelmäßig aktuelle Nachrichten und Seminarpräsentationen zur Verfügung.

Krieg in der Ukraine und Russland-Sanktionen

Direkte Betroffenheit deutscher Textil- und Bekleidungsunternehmen



Existenzbedrohung durch die Ukraine-Krise



Quelle: Ukraine-Umfrage Gesamtverband textil+mode, März 2022

➤ gesamtmasche.de/profile/login/

Siebdrucken mit Mikroalgen: Weniger Wasserverbrauch, keine Schadstoffe

Mode und nachhaltige Materialien – für eine interdisziplinäre Masterarbeit an der FH Bielefeld wurden innovative und umweltfreundliche Farbpasten auf Mikroalgenbasis entwickelt.

An einer Kleiderstange hängen T-Shirts und Hoodies mit hellblauen Aufdrucken, dazwischen ein auffälliger Jeans-Overall mit detailliertem Print. Bei den Kleidungsstücken handelt es sich um die Abschlusskollektion von Anne-Marie Sust, Modestudentin an der FH Bielefeld. Die Kleidungsstücke hat sie nicht nur selbst entworfen und genäht, sie wurden auch mit einem innovativen Farbstoff aus Mikroalgen bedruckt.

Als Dr. Vanessa Homburg und Prof. Dr. Anant Patel von der Arbeitsgruppe „Fermentation und Formulierung von Zellen und Wirkstoffen“ des Fachbereichs Ingenieurwissenschaften und Mathematik vom Projekt der

Modestudentin hörten, waren sie sofort fasziniert von der Idee, das breite Spektrum der Mikroalgen auch abseits ihrer eigenen Versuche zu nutzen. „Bei Mikroalgen handelt es sich um mikroskopisch kleine Organismen, die genau wie Pflanzen in der Lage sind, Photosynthese zu betreiben, sich also im wesentlichen aus Licht und CO₂ zu ernähren. Um das Licht nutzen zu können und sich gleichzeitig vor den schädlichen Auswirkungen von zu viel UV-Licht zu schützen, nutzen sie Moleküle“, so Dr. Vanessa Homburg.



Bilder: © Patrick Pollmaier

Der Austausch der konventionellen petrochemischen Pigmente durch die Mikroalgen-basierten Pigmente verlief problemlos. Auch blieben die Farben unter UV-Einwirkung stabil, da sie durch eine spezielle Grundpaste, welcher bereits UV-Schutzmittel zugesetzt wurde, vor dem Ausbleichen geschützt waren. Zudem hat Anne-

Marie Sust die Methode der Fixierung auf dem Stoff in vielen Versuchsreihen optimiert, um die Stabilität des Drucks gegenüber Abrieb (z.B. bei Berührung) oder beim Waschen zu erhöhen.

Spannend ist die Frage, ob das Verfahren auch für eine Massenproduktion geeignet ist. Dr. Vanessa Homburg: „Dafür

stellt die große Menge der benötigten Mikroalgen-Pigmente noch eine Herausforderung dar. Auch muss noch untersucht werden, ob eine technische Qualität der Mikroalgen anstelle der von uns verwendeten Lebensmittel-Qualität ausreichend ist. Dies wäre nötig, um den Preis der Farben zu senken.“

Viel (Forschungs-) Potenzial also für alternative und umweltfreundlichere Druckverfahren. Für Anne-Marie Sust sind diese in der Modebranche allerdings unverzichtbar: „Wir müssen sowohl mit unseren Kleidungsstücken als auch mit unseren Ressourcen viel bewusster umgehen.“ Einen ersten Schritt in diese Richtung hat sie gemeinsam mit Vanessa Homburg mit ihrer Modekollektion getan.

Green Concept Award 2022

Die Masterarbeit ist nun für den „Green Concept Award“ nominiert worden. Mit dem Green Concept Award zeichnet der Green Future Club jedes Jahr Konzepte für nachhaltige Materialien, Produkte und Services aus, die noch nicht auf dem Markt sind.



KI erkennt Fehler beim Nähen in Echtzeit

Janine Weigele, Marie Weedermann und
Sven Kruschel

Bild: © HS Albstadt-Sigmaringen

FAIBRICS: Eine innovative Idee zweier Studentinnen der Hochschule Albstadt-Sigmaringen hilft Textilunternehmen in der Produktion Ressourcen einzusparen

Kann Künstliche Intelligenz (KI) dabei helfen, Überproduktion in der Textilindustrie zu verringern und damit wertvolle Ressourcen einzusparen? Diese Frage beantworteten Janine Weigele und Marie Weedermann mit einem klaren Ja. Sie studieren im Masterstudiengang Textil- und Bekleidungsmanagement und haben sich mit weiteren Kommilitoninnen bereits im vergangenen Sommersemester für eine Projektarbeit die Erkennung der Nahtqualität bei einer laufenden Nähmaschine vorgenommen und dafür die KI trainiert. „Eine Kamera überwacht die Stichbildung in Echtzeit“, sagt Marie Weedermann. So könnten Fehler bereits während des Nähens erkannt und behoben werden, was am Ende nicht nur Stoff einspare, sondern auch eine Menge Geld: „Die Kosten für die Qualitätsprüfung in Textilunternehmen sind enorm.“ Inzwischen sei FAIBRICS in der Lage, 98 Prozent aller Nahtfehler zu erkennen und sofort zu melden.

Impuls zur Gründung

Den Impuls zur Gründung kam den Studentinnen durch Michael Feygelman, Projektmanager der KI-Garage. Er schlug Ihnen vor, sich für das Accelerator-Programm der KI-Garage zu bewerben, welches Geschäftsideen aus dem Bereich der Künstlichen Intelligenz fördert. „Die Idee, dass wir uns damit tatsächlich selbstständig machen könnten, ist dadurch erst entstanden“, sagen Janine Weigele und Marie Weedermann. Sie holten sich Sven Kruschel, einen befreundeten Wirtschaftsinformatiker, mit ins Team FAIBRICS und machten sich an die Ausarbeitung der Geschäftsidee.

Mit fakultätsübergreifender Kooperation zum Erfolg

Unterstützung fand das Team bei Prof. Matthias Kimmerle von der Engineering-Fakultät und Prof. Dr. Derk Rembold von der Informatik-Fakultät, bei Andreas ter Woort, Innovationsmanager der Hochschule, und Laura Koch vom Projekt LAKE-CUP. Am Ende brachte das Zusammenspiel der fakultätsübergreifenden Kooperation den Erfolg und den dritten Platz beim finalen Pitch der KI-Garage in Heidelberg.

Investoren gesucht

Noch ist das FAIBRICS-Team für die Gründung des Start-ups auf der Suche nach Investoren. „Wir freuen uns aber auch über jede andere Form der Unterstützung durch Unternehmen in der Textilindustrie“, sagen Janine Weigele und Marie Weedermann. Pilotkunden haben sie bereits, „und die ersten Pilotprojekte starten“.

Die KI-Garage fördert auf Initiative der Baden-Württemberg-Stiftung in Kooperation mit Hochschulen in ganz Baden-Württemberg kreative Gründungsvorhaben auf dem Gebiet der Künstlichen Intelligenz.

Über das Projekt LAKE-CUP erhalten Studierende an der Hochschule Albstadt-Sigmaringen Zugang zu Gründungsberatung sowie Workshops und Veranstaltungen zum Thema Unternehmertum.



Smart-Sizing endlich smart?

Mit einem Algorithmus zum perfekten Kleidungsstück: Damit wäre nicht nur der Textilbranche, sondern auch all jenen geholfen, die nach einem Onlinekauf von der Passform eines Kleidungsstücks enttäuscht waren.

Seit 2020 arbeitet das heute acht-köpfige Team um Gründerin und E-Commerce-Expertin, Stefanie van Laak, an einer Software, die helfen soll passformbedingte Retouren zu verhindern. Nach erfolgreichen Testphasen geht die Fit-Intelligence-Plattform **Shapematchr** nun mit weiteren Investoren und umfangreichen Serviceoptionen für Kooperationspartnern an den Start.



Stefanie van Laak
Bild: © Claudius Pflug

Frau van Laak, wie entstand die Idee zum Projekt Shapematchr?
20 Jahre in der Modebranche zu arbeiten, bedeutet auch, 20 Jahre lang die Suche nach der besten Passform zu beobachten. In allen Textilunternehmen, in denen ich bislang tätig war, stellte sich dieser Prozess als langwierig und kostspielig heraus.

Wie gut am Ende das Ergebnis dieses Prozesses war, ließ sich zudem immer erst dann bewerten, wenn sich große Lagerbestände nicht abverkaufen ließen. So entstand vor zwei Jahren die Idee, eine Lösung zu entwickeln, die Smart-Sizing nicht ausschließlich technisch, sondern auch modebewusst denkt.

Auch andere Unternehmen beschäftigen sich mit der Thematik Smart-Sizing um passformbedingte Retouren zu minimieren. Was macht Shapematchr anders?

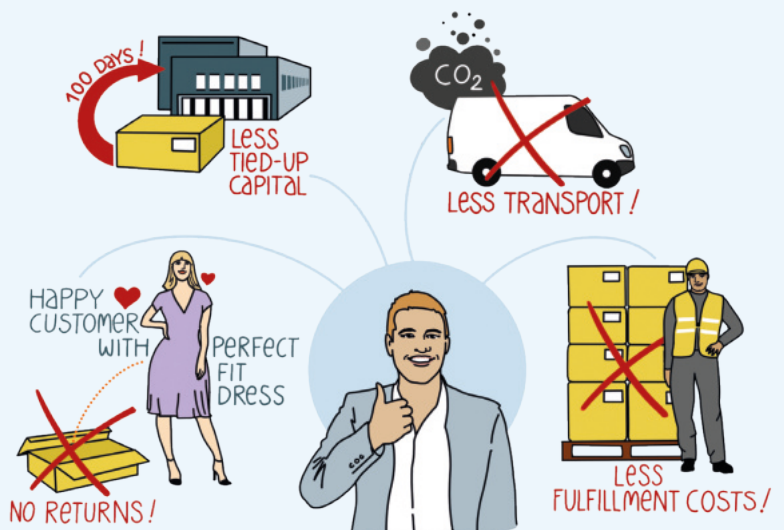
Auch wenn sich die Missionen ähneln mögen, gibt es Unterschiede in fast jeder Hinsicht. Vertrauen andere Player auf 3D-Visualisierungen via Bodyscan, entscheiden wir uns bislang bewusst dagegen. Die Angebote im mobilen Bodyscanning liefern für unseren Matching-Algorithmus momentan noch keine ausreichend exakten Datensätze. Auch die spezifischen Herausforderungen bei der Erfassung eines menschlichen Körpers, haben uns dazu bewegt, die Daten vorerst manuell erfassen zu lassen. Bereits

über 250 User haben sich so gemeinsam mit unseren gelernten Schneidern und Schneiderinnen via Zoom vermessen. Der Algorithmus von Shapematchr kreiert aus den realen Körperdaten dann persönliche Einkaufsprofile. Diese werden mit den angereicherten Produktdaten vorhandener Kleidungsstücke der Brandpartner „gematcht“. Auch wo und in welcher Form diese Profile zum Einsatz kommen, unterscheidet uns von anderen. Shapematchr kann flexible in jeden Vertriebsweg eingebaut werden. Bereits vorhandene Lösungen lassen aktuell und auch in ihrer Vision den Einzelhandel auf dem Abstellgleis.

Wie können Ihre Kooperationspartner Shapematchr integrieren und sich zu Nutze machen?

Auf ganz unterschiedliche Weise. Online kann Shapematchr in den Shops Widgets eingebunden werden, die die Kleidungsstücke dann mit den Userdaten verbinden. Auch Personal Shop Views ausschließlich passender Produkte sind denkbar. Die Besucher des Shops würden so nur die Produkte sehen, die für sie persönlich in Frage kommen. Im stationären Einzelhandel können die Userdaten aus der Shapematchr Profil App vom Verkaufspersonal eingelesen werden und damit den Kunden einen kuratierten Perfect-Fit-Service bieten. Offline-Käufer können durch Scannen des QR-Codes innerhalb weniger Sekunden erfahren, ob sich der Gang in die Umkleidekabine überhaupt lohnt. Jedes Unternehmen zeichnet sich durch eine andere Zielgruppe aus. Ob direkt oder indirekt, off- oder online – der optimale Weg kann in jedem Fall anders aussehen. Für 2022 ist unser Ziel, diese individuellen Wege mit so vielen neuen Brandpartnern wie möglich zu finden.

www.shapematchr.com



Illustrationen: © Gabriele Heinzel

Digitale Produktentwicklung – Chance und Herausforderung

Die Branche befindet sich im Umbruch - weg vom traditionellen Produktentwicklungsprozess hin zum digitalen Prototyping. Technologien wie die 3D-Simulation von Bekleidung ermöglichen neben der Verkürzung der Entwicklungszeiten vom Design bis hin zum Point-of-Sale eine Einsparung von Prototypen und Ressourcen.

Gesamtmasche sprach mit Simone Morlock, Passformexpertin und Head of Digital Fitting Lab bei Hohenstein darüber, was sich für Unternehmen bei der Etablierung und Anwendung der digitalen Technologien zu beachten lohnt.

Frau Morlock, welche Erfahrungen machen Sie in der Zusammenarbeit mit Unternehmen in Ihrer täglichen Praxis häufig?

Bei der Umstellung auf das digitale Prototyping sind einige Voraussetzungen zu beachten, gerade Neueinsteiger sehen sich mit einer Vielzahl von Herausforderungen konfrontiert. Neben den hohen Investitionskosten und der Einarbeitungszeit in die komplexen Systeme gilt es weitere Hürden zu überwinden. Einen wichtigen Aspekt stellen unter anderem die Schnitt- und Passformgrundlagen dar, welche mit der 3D Technologie wieder enorm an Bedeutung gewonnen haben. Das Problem: viele dieser Entwicklungsbereiche wurden in den letzten Jahrzehnten an die Lieferanten abgegeben und müssen nun wieder in die eigenen Entwicklungsprozesse zurückgeholt werden.

Wo liegen die Herausforderungen in den Unternehmen bei der Entwicklung von einer zielgruppenoptimierten Passform Ihrer Meinung nach genau?

Die Einflussfaktoren auf die zielgruppenoptimierte Passform sind vielfältig, wie z.B. Zielgruppe, Schnitt, Material, Verarbeitung, Funktion, Komfort, Qualität und Mode. In jedem Fall beeinflussen die Körpermaße sowie -formen die Passform von Bekleidung. Diese Körperdaten werden für die Schnitterstellung sowie Gradierung und im Zeitalter von 3D vor allem für die Avatar-Generierung benötigt. Avatare sind virtuelle Passformmodells und sollten die Kundengruppe eines jeden Unternehmens repräsentieren. Ohne das richtige Fitting Model sind keine Anproben zur Passformprüfung möglich – weder physisch noch virtuell.

Das Problem vieler Unternehmen: die Größentabellen und damit der Bezug zur eigenen Kundengruppe ist in den letzten Jahren bei

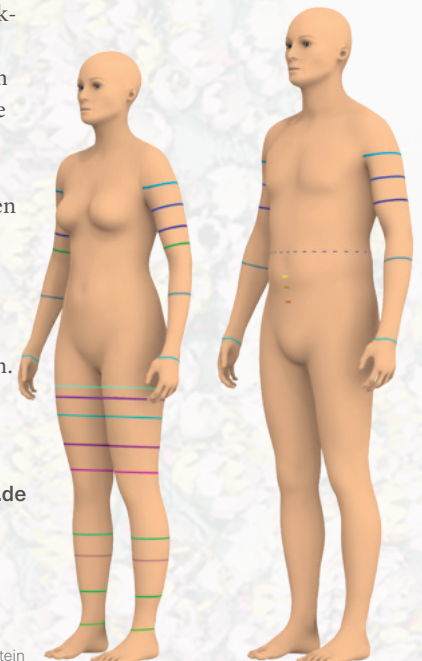
vielen verloren gegangen, da vorzugsweise nur mit Modellschnitten und/oder mit Fertigmaßen sowie dem Hausmodell in der Basisgröße gearbeitet wurde. Ohne Größentabelle kann jedoch kein zielgruppengerechter Avatar erstellt werden. Zusätzlich sind die Schnitte von großer Bedeutung. Ohne diese, kann keine 3D-Simulation erstellt werden. Daher müssen für eine erfolgreiche zielgruppenoptimierte Passformentwicklung in 3D all diese Grundlagen wiederhergestellt bzw. zurückgeholt werden.

Welchen Rat würden Sie diesen Unternehmen geben?

Die 3D Technologie erlaubt es, innovative zielgruppengerechte Passformstrategien zu entwickeln. Mit den richtigen Avataren und passformsicheren Schnittbibliotheken können Anproben nicht nur in der Basisgröße, sondern über das komplette Größenspektrum hinweg durchgeführt werden. Optimierungen können unmittelbar umgesetzt werden, ohne dass Prototypen genäht und Fitting Models für die Anprobe gesucht werden müssten.

Die Technologie alleine ist kein Garant für den Erfolg. Nur wenn 3D mit Schnitt- und Passformexpertise verknüpft wird, kann die

Technologie ihre signifikanten Vorteile entfalten. Daher lohnt es, sich auf die traditionellen Entwicklungsgrundlagen zurückzubesinnen und in die Wiederherstellung verlässlicher Größen- und Schnittdaten zu investieren. Und nicht zu vergessen! Sorgfältig definierte Konfektionsgrößen und Passformen helfen dem Kunden auch im Online-Handel die passende Größe zu finden, so dass passformbedingte Retouren vermieden werden können. Damit gibt es schon zwei gute Gründe, die eigene Größen- und Schnittbasis an die neuen Anforderungen anzupassen.



Simone Morlock

☞ Kontakt:

s.morlock@hohenstein.de

weitere Informationen:

<https://digital-fitting-lab>

Alle Bilder: © Hohenstein

Entdecken Sie die Zukunftsmärkte in Afrika.



WWW.AFRICA-BUSINESS-GUIDE.DE

- Wirtschaftsdaten zu allen afrikanischen Ländern
- Förderung, Beratung, Kontakte
- Kostenlos, auf einen Klick

Gefördert durch:



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Klimaschutz

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

AFRICA BUSINESS
GUIDE