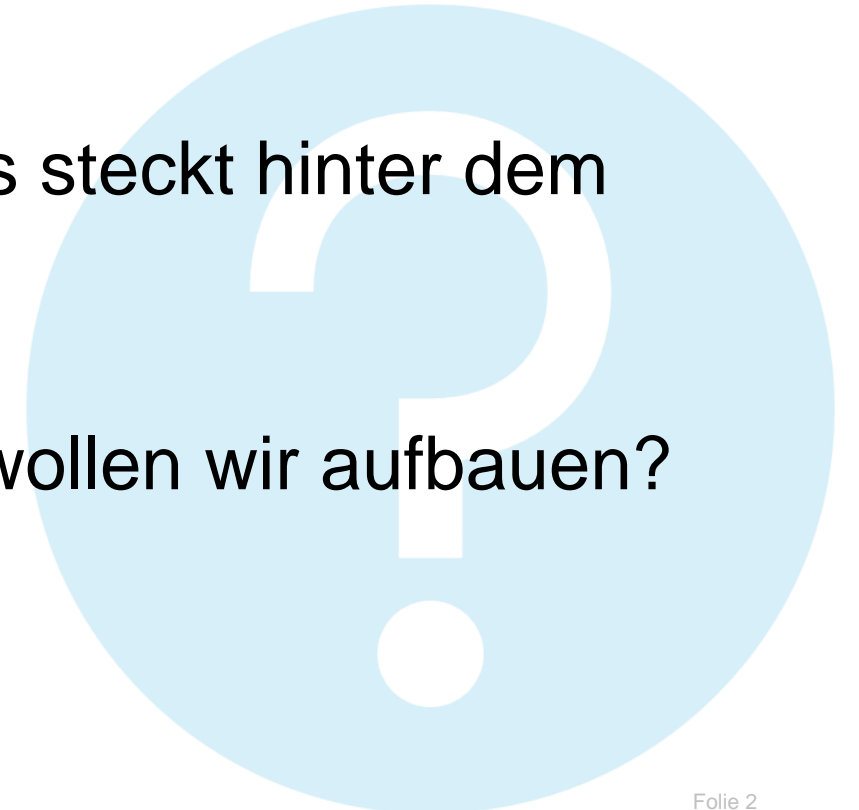


Zukunft der Textilwirtschaft in Deutschland

Berlin, 16. November 2021

- Textilindustrie – Wer sind wir? Was gehört zu „Textil+Mode“? Über welche Produkte und Anwendungen sprechen wir?
- Circular Economy bei „Textil+Mode“ – Was steckt hinter dem Begriff?
- Status Quo & Zukunftsausblick – Worauf wollen wir aufbauen? Was wollen wir erreichen?



Textilindustrie – Wer sind wir? Was gehört zu „Textil+Mode“? Über welche Produkte und Anwendungen sprechen wir?

Die Textilindustrie ist vielfältig!

„Textil?“ – eine grobe Einteilung:

- Bekleidung
- Haus- und Heimtextilien
- Technische Textilien

Technische Textilien, ein paar Beispiele...

Textiler
Schutz



Medizin



Textil in Bau
und Umwelt



Textil in der
Industrie



Wer sind t+m und GermanFashion?



GermanFashion
Modeverband Deutschland e.V.

Wir betreuen mehr als **350 Mitgliedsfirmen** der deutschen Modeindustrie (etwa 95% der Branche), wie zum Beispiel:

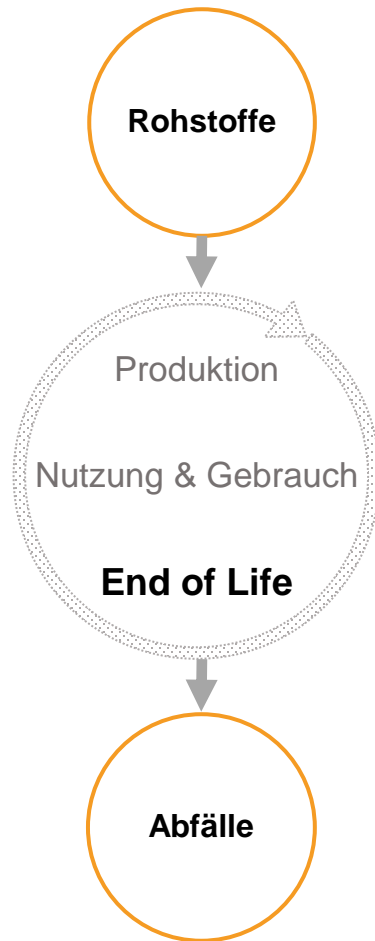


Unsere Mitgliedsfirmen sind Hersteller von

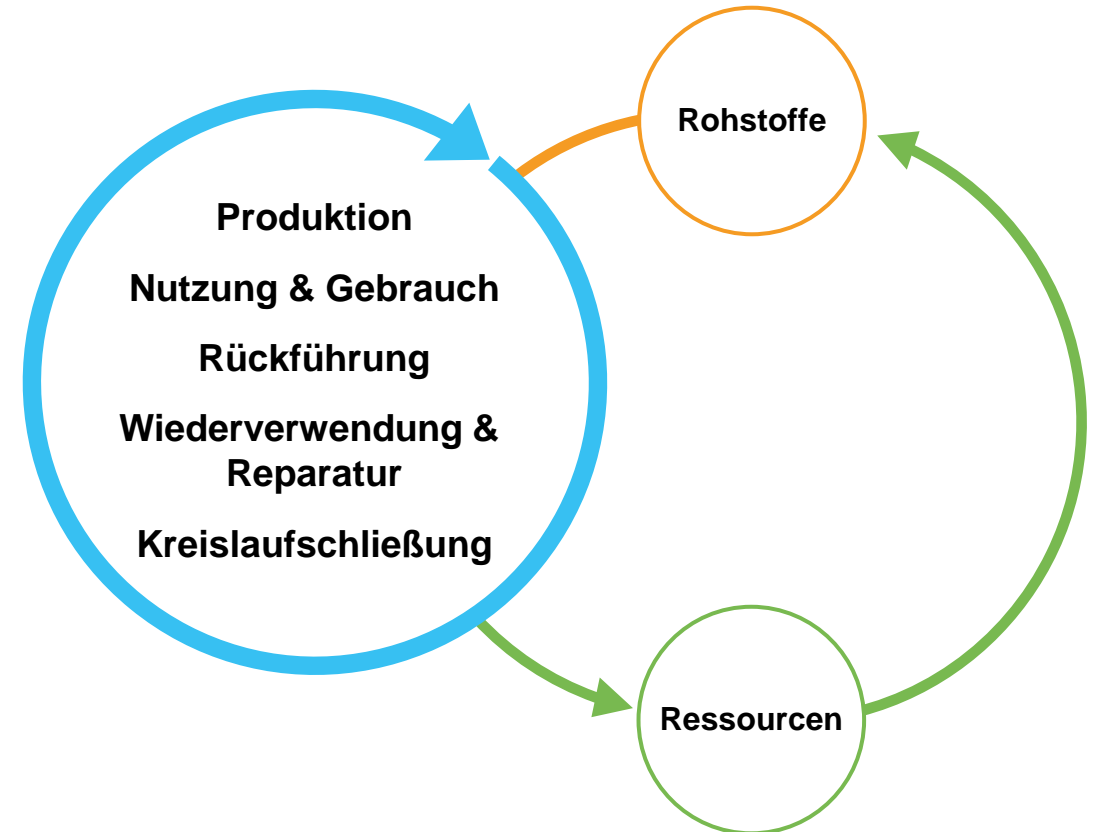
- Damen- und Herrenbekleidung
- Sportswear und Berufsbekleidung

Circular Economy bei „Textil+Mode“ – Was steckt hinter dem Begriff?

Auf dem Weg zur Circular Economy

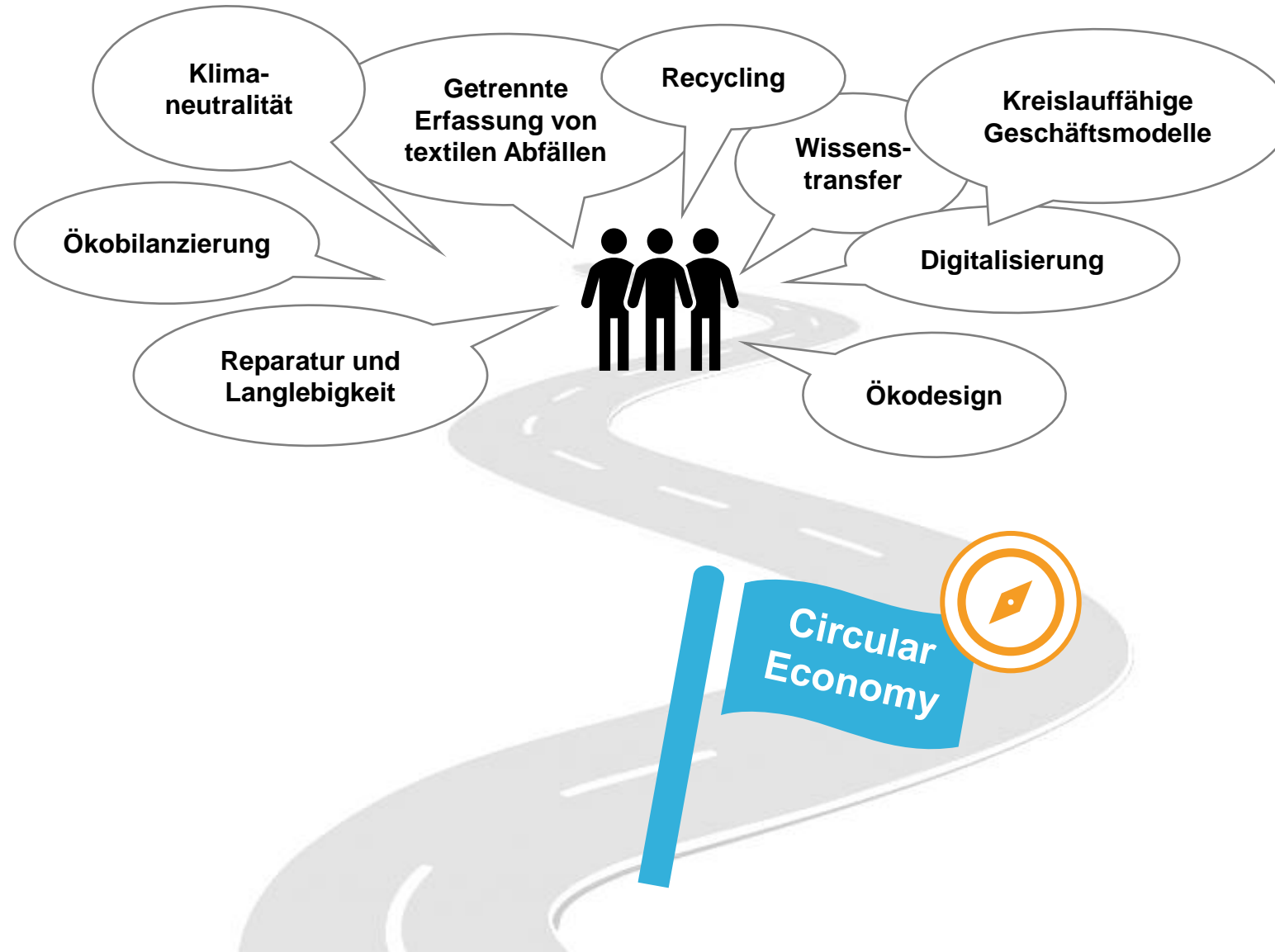


„Linear Economy“

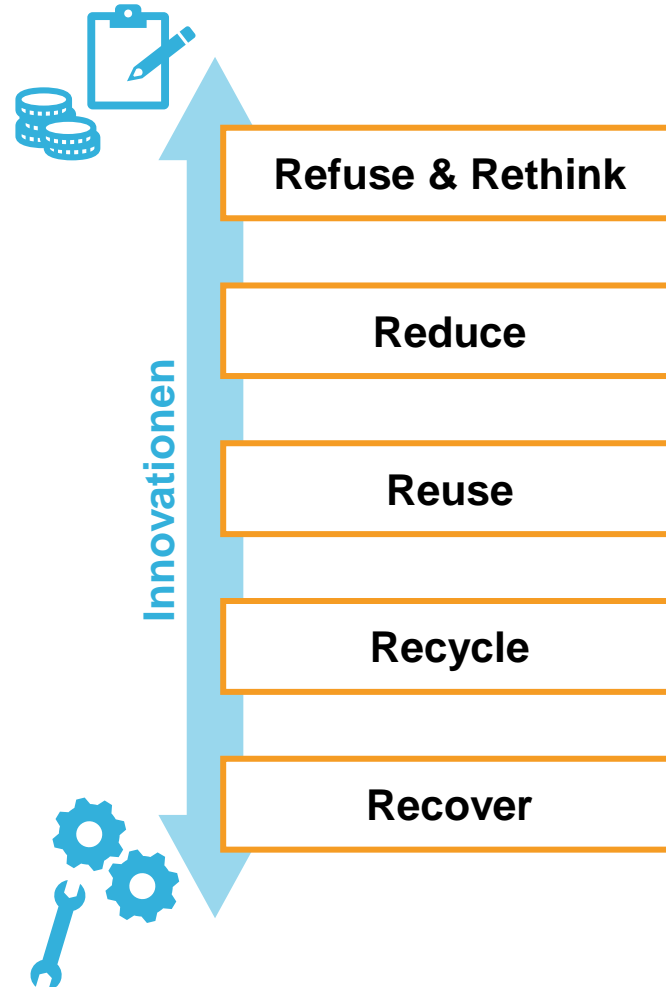


„Circular Economy“

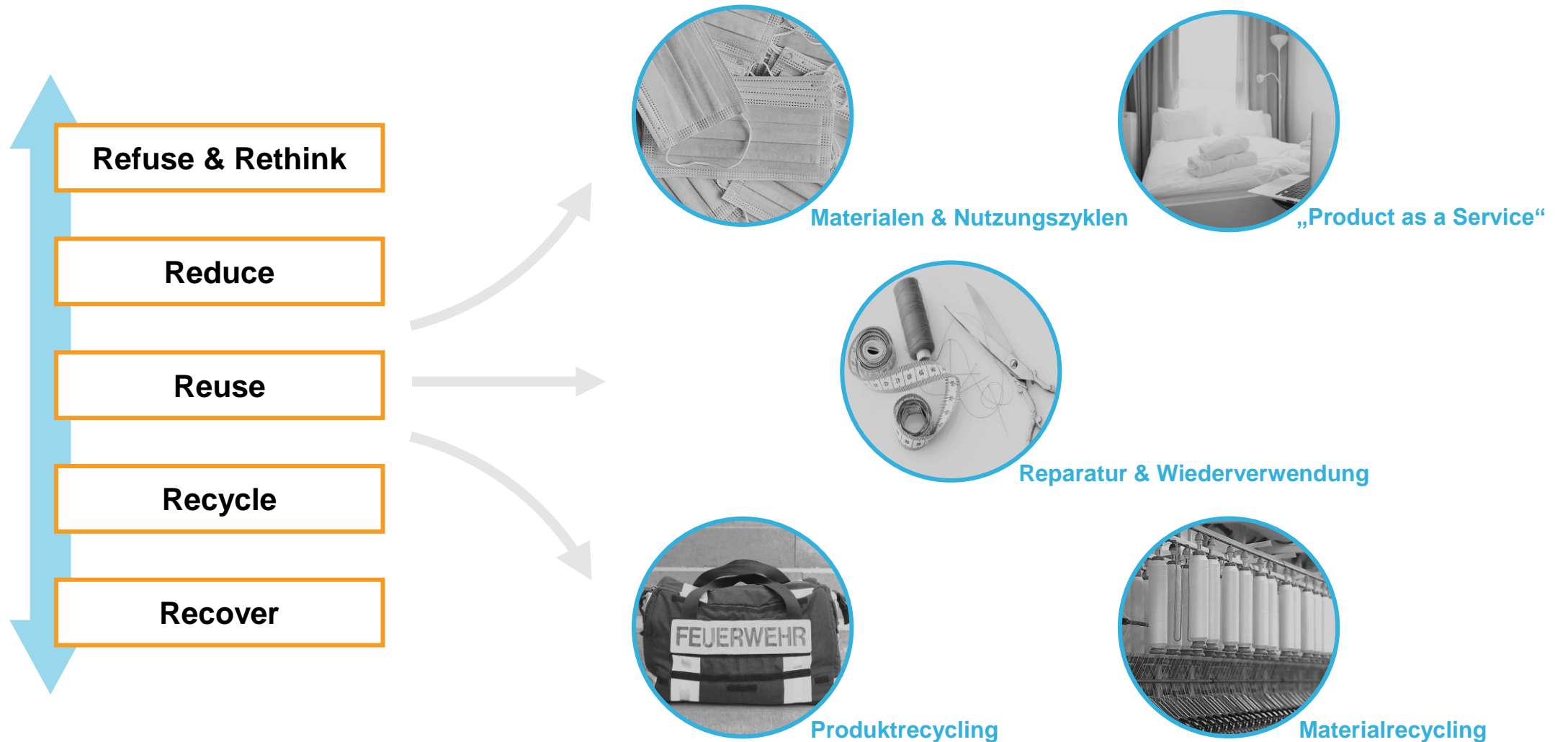
Auf dem Weg zur Circular Economy



Von „Refuse“ bis „Recover“

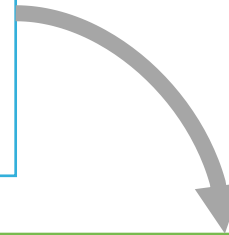


Von „Refuse“ bis „Recover“



Herausforderungen:

- technische Hürden
- ökonomische Hürden
- Wissensaustausch und Vernetzung



Bedarf an ganzheitlichen Projekten:

- Zusammenführen von Einzel- und Insellösungen zu Gesamtkonzepten
- Gezielte Technologieentwicklung und Förderung für die Circular Economy
- Einbindung der Digitalisierung als Enabler für die Circular Economy
- Stärkung von Technologie- und Wissenstransfer, aber auch Gap-Analysen

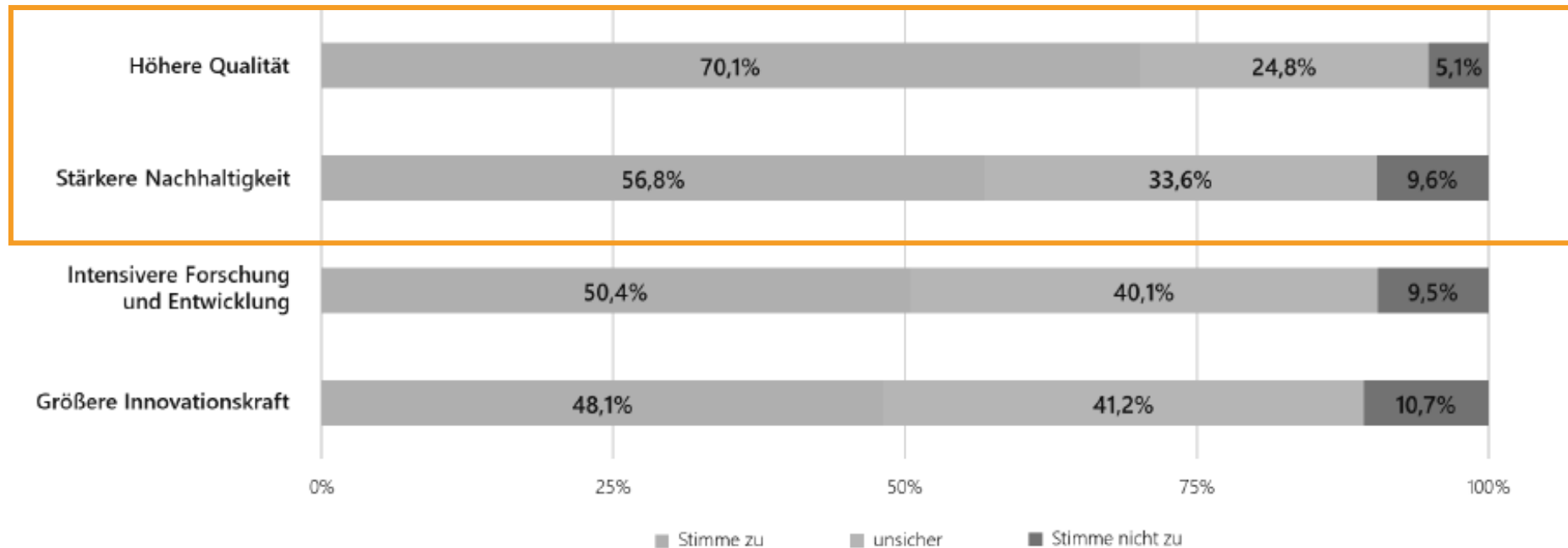
Bedarf an Aufbau und Austausch von Know-How:

- Mitdenken von Circular Economy Strategien bei der Produktentwicklung
- Auseinandersetzung mit unterschiedlichen Vorgaben und Anforderungen
- Vernetzen aller Akteure entlang der textilen Kette



Status Quo & Zukunftsausblick – Worauf wollen wir aufbauen? Was wollen wir erreichen?

Die wahrgenommene höhere Qualität der dt. Bekleidungsindustrie ist das stärkste Differenzierungsmerkmal gegenüber globalen Billigketten



*Verglichen mit den globalen Billigketten, steht die deutsche Textil- und Bekleidungsindustrie für ...
6-stufige Ratingskala von 1 = Stimme überhaupt nicht zu bis 6 = Stimme voll und ganz zu
(1/2): Stimme nicht zu; (3/4): unsicher; (5,6): Stimme zu

© BRUNSWICK GROUP 2019 10

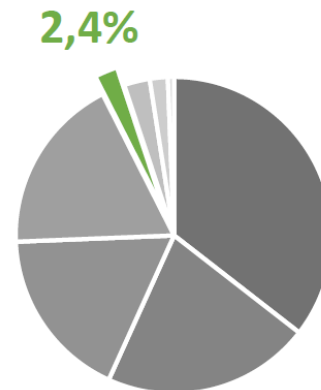
Kaufentscheidung bei Bekleidung

Legende nach Häufigkeit der Nennungen

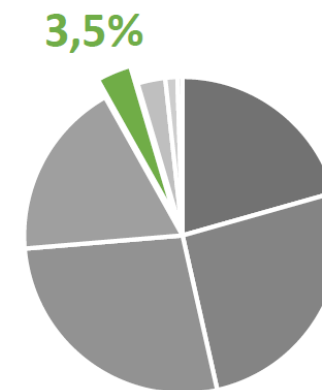
- Optik / Aussehen / Design / Mode
- Qualität / Material
- Preis / Preis-Leistung
- Passform / Bequemlichkeit / Komfort
- Nachhaltigkeit
- Marke
- Funktion / Zweckmäßigkeit
- Sonstiges

n = 1945

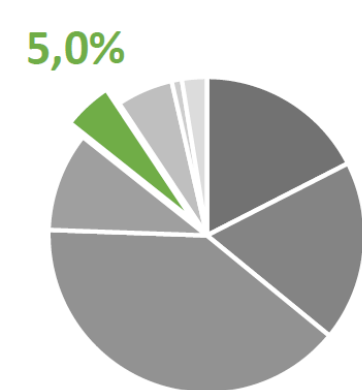
Kriterium 1
„am wichtigsten“



Kriterium 2
„am 2.-wichtigsten“



Kriterium 3
„am 3.-wichtigsten“



Für **9,1%** der Konsumenten gehört Nachhaltigkeit zu einem der drei wichtigsten Entscheidungskriterien beim Kauf von Bekleidung.



„Ein winziger Bruchteil der verwendeten Fasern weltweit, stammt dabei von recycelten Pre- oder Post-Verbraucher Textilien. Das wollen wir ändern! Wir verlängern die Lebensdauer von unseren Produktionsresten und geben gebrauchten Textilien einen neuen Zweck. Sie gehen zurück in den Kreislauf und werden als Ressource für neue Produkte verwendet. Recycelte Materialien sind eine großartige nachhaltige Alternative: sie sparen Wasser, Energie, fossile Brennstoffe und verringern Textilmüll, im Vergleich zu Neufasern.“

(Quelle: <https://www.armedangels.com/de-de/mission/sustainable-production/recycelte-materialien>)



„Neben Design, Qualität, Langlebigkeit und Innovation setzen wir bei unseren Produkten auch auf hohe gesundheitliche und ökologische Standards. Wir beschaffen möglichst nachhaltige Materialien und gehen so ressourcenschonend wie möglich mit ihnen um. Bei der Auswahl legen wir strenge Kriterien, etwa zu Tierwohl und Artenschutz oder zum Klimaschutz und Chemikalienmanagement zugrunde. Besonders nachhaltig erzeugte Produkte, deren Materialien nach bestimmten Standards zertifiziert sind, zeichnen wir mit einem RESPONSIBLE Hangtag und einer Flag im Onlineshop aus.“

(Quelle:

https://group.hugoboss.com/fileadmin/media/pdf/sustainability/HUGO_BOSS_Nachhaltigkeitsbrochure.pdf)



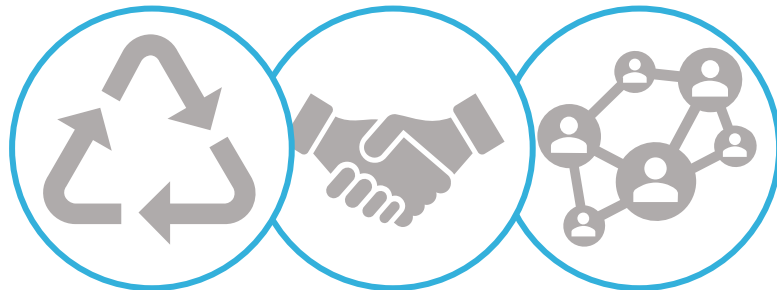
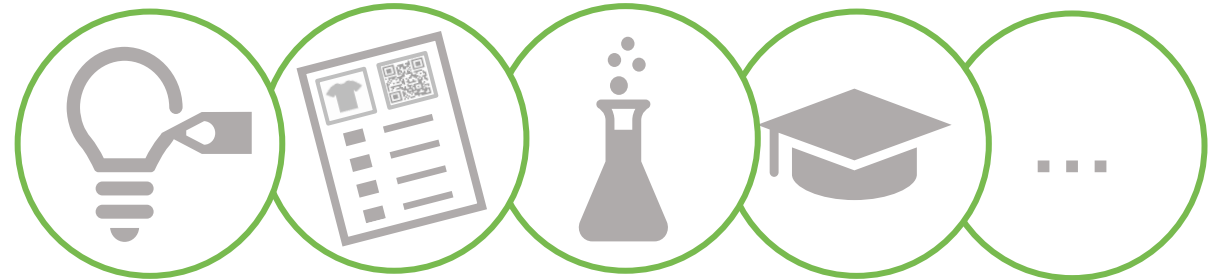
„Vorausschauend denken. Rücksichtsvoll wirtschaften. Und mit Herz handeln. So kommen wir vorwärts. Im Outdoor-Sport. Im Alltag. Und bei der Entwicklung nachhaltiger Produkte. Denn nur, wenn wir bewahren, was wir lieben, können auch künftige Generationen die Bergwelt und eine intakte Natur genießen.

Bewusst verwenden statt verschwenden: Green Shape Produkte bestehen aus umweltfreundlichen Materialien und werden dank bluesign® system energiesparend und ressourcenschonend verarbeitet: ohne bedenkliche Substanzen. Als klimaschonende Alternativen zu erdölbasiertem Material setzen wir verstärkt auf Recycling- und Naturmaterialien wie Hanf und Biobaumwolle sowie Bio-Kunststoffe.“

(Quelle: <https://www.vaude.com/de-DE/Unternehmen/>)

Initiativen und Projekte jetzt gemeinsam angehen!

Wichtige Themenfelder stehen jetzt im Fokus...



...um gemeinsame Ziele zu erreichen!

Vielen Dank!

Kontakt:

Julia Eckert

Referentin Kreislaufwirtschaft

+49 30 726220-28

+49 151 12558531

jeckert@textil-mode.de