

**Mögliche Entwicklungspfade für die regionale  
Textilindustrie in Südwestsachsen, mit  
besonderem Fokus auf ihre Rolle als  
Automotivezulieferer**

## Impressum

Die hier vorgelegte Bestandsanalyse ist entstanden im Rahmen des Projektes ITAS. Die Initiative Transformation der Automobilregion Südwestsachsen (ITAS) begleitet Zulieferer und Beschäftigte bei der aktuellen Transformation der Branche.

Erstellungsdatum	03.Dezember 2024
Auftraggeber	Chemnitzer Tourismus und Marketing-Gesellschaft (CTM)  (ehemals Chemnitzer Wirtschaftsförderungs- und Entwicklungsgesellschaft mbH, CWE)  Innere Klosterstraße 6 - 8  09111 Chemnitz
Auftragnehmer	Gherzi Germany GmbH  Business Village Chemnitz  Beckerstraße 13  09120 Chemnitz
Fachbeirat	AMZ Sachsen  World Trade Center, Dresden

Gefördert durch:



Bundesministerium  
für Wirtschaft  
und Klimaschutz

aufgrund eines Beschlusses  
des Deutschen Bundestages

# Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung .....	1
1.1	Damals: Einführung in die Textilindustrie in Sachsen: Kurzer Überblick über die historische Bedeutung und aktuelle Relevanz.....	1
1.2	Status der Textilindustrie in Südwestsachsen .....	2
1.3	SWOT-Analyse: Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken der aktuellen Industrie. ....	3
1.3.1	Stärken (Strengths) .....	3
1.3.2	Schwächen (Weaknesses) .....	3
1.3.3	Chancen (Opportunities).....	4
1.3.4	Risiken (Threats) .....	4
2	Zukunftspotenziale .....	5
2.1	Zukunft textiler Werkstoffe in der Mobilität .....	5
2.2	Zirkuläre Wertströme in der Textilindustrie .....	5
3	Rahmenbedingungen für zukünftige Entwicklung.....	8
3.1	Unternehmertum.....	8
3.2	Innovationslandschaft .....	9
4	Mögliche Entwicklungspfade für die regionale Textilindustrie .....	11
4.1	Kooperative Vertikalisierung: Entwicklung und Wachstum durch <i>Tier-Gap CLOSING</i> ....	11
4.2	Wertstrom-Orchestrator: Zirkuläre Wertschöpfungsmodelle .....	12
4.3	IP statt Assets – Storytelling und Markenbildung als mögliche Erfolgsfaktoren für die Zukunft der Textilindustrie .....	14
4.4	Endhaltepunkt Museum – Folklore nach Arbeitsplätzen.....	15
5	Anhang.....	18
5.1	Gliederung der Arbeitspakete .....	18
5.2	Literaturverzeichnis .....	18

# 1 Einleitung

## 1.1 Damals: Einführung in die Textilindustrie in Sachsen: Kurzer Überblick über die historische Bedeutung und aktuelle Relevanz

Die Textilindustrie in Sachsen blickt auf eine lange Geschichte zurück, die durch ständige Innovation und Anpassung geprägt ist. Bereits im 18. Jahrhundert begann die Industrialisierung der Textilherstellung, die mit der Einführung des mechanischen Webstuhls ab 1820 einen ersten großen Meilenstein erreichte. Diese Technologie steigerte die Produktivität erheblich und führte dazu, dass sich Chemnitz und Zwickau zu Zentren der Textilindustrie entwickelten. Mitte des 19. Jahrhunderts existierten in Sachsen etwa 4.000 Textilbetriebe, die rund 200.000 Menschen beschäftigten. Die Erfindung der Teppichwebmaschine um 1850 trug ebenfalls zur Spezialisierung und zum Wachstum bei, insbesondere im Vogtland, wo hochwertige Bodenbeläge produziert wurden. [1]

Die zweite Hälfte des 19. Jahrhunderts markierte einen weiteren Wendepunkt: Mit der Herstellung synthetischer Farbstoffe ab 1860, basierend auf der Entdeckung des Anilinpurpurs im Jahr 1856, wurde die Farbvielfalt und Qualität der Textilien revolutioniert. [2] Nach dem Zweiten Weltkrieg brachten synthetische Garne aus Polyester in den 1950er-Jahren einen erneuten Innovationsschub. [3] Diese Materialien wurden rasch in der DDR-Textilindustrie eingeführt, die in den 1970er-Jahren mit über 150.000 Arbeitskräften zu den bedeutendsten Wirtschaftssektoren zählte. [4]

In den vergangenen Jahrzehnten hat sich die Textilindustrie in Sachsen auf Hightech-Anwendungen spezialisiert. Seit den 1990er-Jahren dominieren Entwicklungen in den Bereichen Leichtbau und technische Textilien. Insbesondere Faserverbundwerkstoffe, die in der Luftfahrt-, Automobil- und Medizintechnik eingesetzt werden, haben sich zu einem Wachstumstreiber entwickelt. [5] Forschungseinrichtungen wie das Sächsische Textilforschungsinstitut e.V. (STFI) arbeiten an innovativen Materialien wie Kohlenstoff verstärkte Fasern, die Sachsen zu einem führenden Standort in der Branche machen. Heute gibt es (Quelle: VTI) rund 90 Textilunternehmen mit ca. 9.000 Beschäftigten, die zunehmend auf Nischenmärkte und technologisch anspruchsvolle Produkte fokussiert sind.

Wie im Rahmen des CarTexSax-Projekts in Arbeitspaket 2 herausgefunden wurde, sind mittlerweile etwa 17 Unternehmen aus Sachsen in textilen Zulieferketten der Automobilindustrie tätig. Interessanterweise gaben im Zuge der Stakeholder-Ansprache in Arbeitspaket 4 einige der

befragten Unternehmen an, die Automobilindustrie nicht als primären Zielmarkt zu betrachten. Dies verdeutlicht die strategische Diversifikation der Branche, die sich nicht allein auf den Automobilssektor fokussiert, sondern auch alternative Märkte erschließt.

## 1.2 Status der Textilindustrie in Südwestsachsen

Die Textilindustrie in Südwestsachsen, einst ein bedeutender Wirtschaftszweig, ist heute nur noch ein Schatten ihrer glorreichen Vergangenheit. Dennoch gibt es immer noch kleine, mittelständische und größere Unternehmen, die sich in dieser Branche behaupten können, auch wenn sie mit erheblichen Herausforderungen zu kämpfen haben. Eine der größten Hürden ist die zunehmende Bürokratie und Kostenstruktur (Energie), die unternehmerischen Aktivitäten stark behindert [6]. Dies wurde auch von vielen Stakeholdern in Ansprache<sup>1</sup> bestätigt.

Hinzu kommen die Schwierigkeiten in den automobilen Lieferketten, die unter dem Druck der Globalisierung, steigender Kosten und strenger Anforderungen an Zertifizierung und Nominierung stehen. [7] Diese Belastungen führen dazu, dass in den letzten Jahren nur wenig in neues Personal und neue Arbeitsplätze investiert wurde. Verstärkt wird die Problematik durch die aktuelle Absatzflaute der europäischen Automobilhersteller, die sich negativ auf alle Unternehmen in der Lieferkette auswirkt. [8] Dieser Druck erschwert es den Unternehmen zusätzlich, sich erfolgreich am Markt zu behaupten. Jüngste Insolvenzen, wie die der Curt Bauer GmbH und CH Müller GmbH in Sachsen, verdeutlichen diesen Abwärtstrend, und es ist zu erwarten, dass in den kommenden Jahren weitere Arbeitsplätze und Unternehmen verloren gehen könnten.

Trotz dieser schwierigen Rahmenbedingungen gibt es auch Chancen. Besonders kleine, flexible und lösungsorientierte Unternehmen könnten sich durch spezialisierte Ansätze behaupten. Stakeholder betonen, dass der unternehmerische Erfolg in dieser Branche weniger in technologischer Innovation liegt, sondern vielmehr in der Kompetenz innerhalb der Lieferkette

---

<sup>1</sup> AP4: Im Rahmen von Arbeitspaket 4 wurden Unternehmen und Stakeholder aus Forschung, Wirtschaft, Politik und Fortbildung eingebunden. Durch Interviews wurden die aktuelle Rahmensituation und potenzielle Zukunftsentwicklungen analysiert. Die Basis hierfür bildeten die Ergebnisse der Arbeitspakete 2 und 3.

AP3: Arbeitspaket 3 analysierte regionale Schlüsselfaktoren für die Wettbewerbsfähigkeit der Textilindustrie als Automotive-Zulieferer, darunter Digitalisierung, Nachhaltigkeit und Funktionalisierung. Die Faktoren wurden mit dem textilen Fachbeirat abgestimmt, vertieft analysiert (z. B. mittels SWOT-Analyse) und Entwicklungsmöglichkeiten sowie Maßnahmen zur Stärkung der regionalen Wertschöpfung erarbeitet.

AP2: Arbeitspaket 2 erstellte eine Übersicht über die Strukturen und Wertschöpfungsketten der Textilindustrie in Südwestsachsen als Automotive-Zulieferer sowie potenzielle Abnehmer in der Region. Grundlage dafür waren eigene Recherchen und Erkenntnisse aus dem ITAS-Konsortium und dem InSuM-Projekt.

und einer stärkeren vertikalen Integration in der *Tier*<sup>2</sup>-Hierarchie. Diese Faktoren könnten entscheidend dazu beitragen, Arbeitsplätze zu sichern und Unternehmen langfristig wettbewerbsfähig zu machen.

Die Textilindustrie in Südwestsachsen steht somit an einem Scheideweg. Ohne gezielte Maßnahmen, wie die Reduzierung bürokratischer Hürden und die Unterstützung der Unternehmen in ihrer Spezialisierung, droht ein finaler Substanzverlust. Gleichzeitig bieten sich in einem schwierigen Umfeld neue Möglichkeiten für Unternehmen, die flexibel und kompetent auf die Anforderungen der Lieferketten reagieren.<sup>3</sup>

## 1.3 SWOT-Analyse: Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken der aktuellen Industrie.

Die SWOT-Analyse der südwestsächsischen Textilindustrie basiert auf der Bestandsanalyse sowie der Ansprache der Stakeholder. Sie stützt sich zudem auf die neuesten Publikationen und aktuellen Marktinformationen.

### 1.3.1 Stärken (Strengths)

- **Lieferkette:** Eine immer noch fast vollständige oder in Fragmenten hoch spezialisierte Lieferkette.
- **Ausbildungs- und R&D-Struktur:** Gut entwickelte Strukturen für Ausbildung und Forschung & Entwicklung.

### 1.3.2 Schwächen (Weaknesses)

- **Investitionsstau:** Verzögerungen oder Defizite bei Investitionen in notwendige Technologien und Infrastrukturen – fehlende Automatisierung.
- **Fixkosten (Standort):** Hohe Fixkosten durch Standortfaktoren – Energie, Personal, Administration.
- **Firmengröße:** Begrenzte Kapazitäten aufgrund der oft kleinen Unternehmensgröße.
- **Wertschöpfungskette:** Herausforderungen in der Integration oder Optimierung der Wertschöpfungskette (Nominierung und Zertifizierung der *Tier*-Struktur).
- **Innovationstiefe:** Geringe Innovationstiefe in Teilen der Industrie.
- **Fachkräftemangel:** Engpässe bei der Verfügbarkeit qualifizierter Arbeitskräfte.

---

<sup>2</sup> In der Automobilindustrie beschreibt der Begriff "Tier" die verschiedenen Ebenen der Zuliefererkette. *Tier 1*-Lieferanten (Erstzulieferer) liefern direkt an die Automobilhersteller (OEMs) und stellen komplexe Baugruppen oder Systeme wie Motoren, Sitze oder Elektronik her. *Tier 2*-Lieferanten beliefern die *Tier 1*-Unternehmen mit spezifischen Komponenten oder Materialien, während *Tier 3*-Lieferanten Rohmaterialien oder grundlegende Bauteile bereitstellen, die von *Tier 2*-Unternehmen weiterverarbeitet werden. Dieses hierarchische System organisiert die Lieferketten effizient und veranschaulicht den Weg der Materialien und Produkte bis zum fertigen Fahrzeug.

<sup>3</sup> Vgl. Siehe Unternehmen wie <https://www.phantomleaf.de> aus Dresden.

### 1.3.3 Chancen (Opportunities)

- **High-End Automotive (Luxury?):** Potenziale in der Zulieferung für die Luxus-Automobilindustrie.
- **Kleinserienbau:** Stärkere Ausrichtung auf Kleinserienproduktion.
- **Neue Mobilitätskonzepte:** Chancen durch Mobilitätstrends, z. B. Flug- (Flugtaxi) oder Zugverkehr.
- **Veränderung im Kundenverhalten:** Möglichkeit, sich an veränderte Kundenbedürfnisse und -prioritäten anzupassen, insbesondere im Bereich Interior-Design.
- **Tier Gap<sup>4</sup>:** Vertikalisierung als Chance.

### 1.3.4 Risiken (Threats)

- **Fachkräfte:** Fortgesetzter Mangel an Fachkräften.
- **Nachfolge:** Schwierigkeiten bei der Unternehmensnachfolge.
- **Vertikalisierung:** Fehlen von vertikalen Strukturen in der Industrie.
- **Tier 1-Struggle:** Herausforderungen bei der Positionierung als Tier 1-Zulieferer.
- **Lieferkettenverlagerung:** Risiken durch Verlagerungen in den Lieferketten.
- **Materialkosten:** Steigende Kosten für Rohmaterialien (Fasern, Schäume, Chemikalien) und Betriebsstoffen wie Energie.
- **Materialentwicklung:** Begrenzte F&E-Ressourcen für neue Materialien wie z. B. veganes Leder oder Biopolymere entwickelt und hergestellt in Asien.

Die SWOT-Analyse verdeutlicht, dass die südwestsächsische Textilindustrie auf einer starken Basis mit reichen und inspirierenden Geschichten aufbaut. Dennoch steht sie aufgrund interner Schwächen wie hohen Energie- und Personalkosten, niedriger Automatisierung (laut Aussagen der Unternehmen in der Stakeholder-Ansprache) sowie schwacher Digitalisierung (laut STFI und TUC) unter Druck. Externe Risiken wie der Marktdruck verstärken diese Herausforderungen. Gleichzeitig eröffnen sich jedoch signifikante Chancen, insbesondere durch die Anpassung an neue Marktanforderungen und die Nutzung von Mobilitätstrends, die ein zukunftsweisendes Wachstum ermöglichen könnten.

---

<sup>4</sup> Das Tier-Gap ist ein Begriff, der eine spezifische Schwäche in der Struktur von Automobilzulieferketten beschreibt. Er bezieht sich darauf, dass insbesondere die mittleren Ebenen der Lieferkette – sogenannte Tier 2- und Tier 3-Lieferanten – in bestimmten Regionen oder Ländern, wie etwa Deutschland, nicht ausreichend vertreten oder ineffizient integriert sind. Tier 2-Lieferanten liefern in der Regel Vorprodukte an Tier 1-Lieferanten, während Tier 3-Lieferanten Rohmaterialien oder Basiskomponenten bereitstellen. Das Fehlen einer durchgängigen und nahtlosen Wertschöpfung über diese Ebenen hinweg wird als Tier-Gap bezeichnet.

## 2 Zukunftspotenziale

### 2.1 Zukunft textiler Werkstoffe in der Mobilität

Ein besonders wachstumsstarker Sektor ist die Luftfahrtindustrie. Brancheninterne Prognosen gehen davon aus, dass sich die weltweite Flugzeugflotte bis 2042 nahezu verdoppeln wird. So erwartet Airbus, dass die Anzahl der Flugzeuge von 22.880 im Jahr 2020 auf 46.560 im Jahr 2042 ansteigen wird, [9]. Boeing prognostiziert einen ähnlichen Anstieg auf etwa 48.600 Maschinen im Jahr 2042 [10].

In jedem dieser Flugzeuge finden textile Materialien vielfältige Anwendungen. Sie werden für Sitzbezüge, Teppiche, Gurte und andere Innenraumelemente verwendet, die flammhemmend und leicht sein müssen [11]. Zudem kommen textile Faserverbundwerkstoffe in strukturellen Komponenten zum Einsatz, um das Gewicht zu reduzieren und die Effizienz zu steigern [12]. Diese Entwicklungen unterstreichen die Bedeutung der Textilindustrie und bieten insbesondere für spezialisierte Unternehmen in Regionen wie Südwestsachsen erhebliche Potenziale.

Die größten Einsatzbereiche für Textilien im Automotive-Sektor sind die Verbesserung von Komfort und Sicherheit [13]. In Europa wurden im Jahr 2023 etwa 12,8 Millionen Personenkraftwagen (Pkw) neu zugelassen, was einem Anstieg von 14 % gegenüber dem Vorjahr entspricht [14]. Weltweit wird prognostiziert, dass der Absatz von Pkws bis 2029 auf etwa 90,32 Millionen Fahrzeuge ansteigen wird, was einem Wachstum von 15,77 % entspricht [15].

Im Bussektor verzeichnete die Europäische Union im Jahr 2023 insgesamt 32.593 neu zugelassene Busse, was einem Anstieg von 19,4 % gegenüber dem Vorjahr entspricht. Davon waren 5.166 Einheiten elektrisch betriebene Busse, was einem Zuwachs von 39,1 % entspricht [16].

Textile Materialien werden in Sitzbezügen, Innenraumverkleidungen und Sicherheitskomponenten wie Airbags eingesetzt. Die wachsende Fahrzeugnachfrage bietet Chancen für die Textilindustrie, besonders in Nischenmärkten. Regionen wie Südwestsachsen können durch innovative Geschäftsmodelle und die Nutzung regionaler Stärken Arbeitsplätze sichern und neue schaffen. Unterstützende Initiativen fördern dabei Wettbewerbsfähigkeit und nachhaltiges Wachstum [13].

### 2.2 Zirkuläre Wertströme in der Textilindustrie

Zirkuläre Wertströme gewinnen im Bereich der Interieur-Textilien für die Automobilindustrie zunehmend an Bedeutung. Angesichts des Drucks auf Unternehmen durch die Vorgaben der

Europäischen Union (bspw. European Green Deal), nachhaltige und ressourcenschonende Lösungen zu integrieren, bietet der Ansatz, Materialien wiederzuverwenden und Recyclingprozesse zu fördern, eine vielversprechende Perspektive. Gleichzeitig schafft die Europäische Union durch neue Gesetzgebungen und Strategien den regulatorischen Rahmen, der Unternehmen zu einer Neuausrichtung zwingt. Insbesondere die erweiterte Herstellerverantwortung (EPR), die ab 2025 in Kraft tritt<sup>5</sup>, verpflichtet Unternehmen zur Rücknahme und Wiederverwertung ihrer Produkte. Die Textilstrategie der EU<sup>6</sup> zielt außerdem auf die Reduktion von Abfällen, die Förderung recycelbarer Materialien und die Transparenz in Lieferketten ab. Für Automobilzulieferer bedeutet dies, dass textile Interieur-Produkte verstärkt recyclingfähig gestaltet und Rücknahmesysteme innerhalb der Lieferkette etabliert werden müssen. Diese Anforderungen bieten nicht nur Herausforderungen, sondern auch Chancen für innovative Geschäftsmodelle.

Zirkuläre Geschäftsmodelle können sich vor allem auf Recycling und Wiederaufbereitung von Textilabfällen oder die Einführung von Leasingmodellen konzentrieren. Letztere könnten beispielsweise textile Innenraumelemente als Service anbieten, die nach Ende ihrer Nutzung zurückgenommen, aufbereitet und erneut eingesetzt werden. Erfolgreiche Beispiele solcher Ansätze sind das französische Unternehmen Carbios SA<sup>7</sup>, das mit enzymatischem Recycling Polyester wieder in seine Grundstoffe zerlegt, oder Worn Again Technologies<sup>8</sup>, das Baumwoll- und Polyesterabfälle chemisch trennt, um diese als Rohmaterial erneut zu nutzen. Diese Geschäftsmodelle zeigen zwar Potenzial, stehen jedoch vor erheblichen Hürden in der Skalierung und Wirtschaftlichkeit.

Die Insolvenzen von SOEX Textil-Verwertungsgesellschaft m.b.H.<sup>9</sup> und Re:NewCell AB<sup>10</sup> im Jahr 2024 illustrieren, wie schwierig es ist, zirkuläre Geschäftsmodelle profitabel zu gestalten. Beide Unternehmen galten als Vorreiter im Textilrecycling, scheiterten jedoch an hohen Kosten, einer unausgereiften Infrastruktur und der geringen Nachfrage nach recycelten Materialien.

---

<sup>5</sup> Ab 2025 treten in der Europäischen Union neue Vorschriften zur erweiterten Herstellerverantwortung (Extended Producer Responsibility, EPR) in Kraft, die insbesondere die Textilindustrie betreffen. Hersteller werden verpflichtet, sich an der Sammlung, Sortierung und Verwertung von Textilabfällen zu beteiligen, um die Recyclingfähigkeit zu erhöhen und nachhaltige Produktionsweisen zu fördern. Weitere Informationen finden Sie unter: <https://info.recyclehero.de/erweiterte-herstellerverantwortung-eu-richtlinie-textilien>

<sup>6</sup> Die EU-Strategie für nachhaltige und kreislauffähige Textilien, vorgestellt im März 2022, zielt darauf ab, die Textilindustrie bis 2030 nachhaltiger zu gestalten. Geplant ist, dass Textilprodukte langlebig, reparierbar und recycelbar sind, größtenteils aus recycelten Fasern bestehen und keine gefährlichen Stoffe enthalten. Zudem sollen sie unter Einhaltung sozialer und ökologischer Standards produziert werden. Die Strategie fördert die Kreislaufwirtschaft, reduziert Umweltbelastungen und stärkt die Wettbewerbsfähigkeit der EU-Textilindustrie. Vgl. [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/PDF/?uri=OJ%3AC\\_202301222](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/PDF/?uri=OJ%3AC_202301222)

<sup>7</sup> <https://www.carbios.com/newsroom/de/ueber-carbios/>

<sup>8</sup> <https://wornagain.co.uk/>

<sup>9</sup> <https://www.textilwirtschaft.de/business/news/geschaeftsbetrieb-laeuft-vorerst-weiter-textilrecycler-soex-meldet-insolvenz-an-247290>

<sup>10</sup> <https://www.euwid-recycling.de/news/international/nach-insolvenz-mehrere-interessenten-fuer-renewcell-030424/>

Diese Entwicklungen werfen Zweifel auf, ob zirkuläre Kreisläufe derzeit tatsächlich nachhaltig tragfähige Geschäftsmodelle ermöglichen. Ein wesentlicher limitierender Faktor bleibt der Preis von Primärmaterialien, der recycelten Alternativen oft unattraktiv macht.

Für regionale Unternehmen, insbesondere in Südwestsachsen, ergeben sich dennoch Chancen. Als traditionsreiche Textilregion könnte Südwestsachsen durch regionale Kooperationen zwischen Automobilzulieferern, Recyclingunternehmen und Hochschulen innovative Ansätze vorantreiben. Die Entwicklung von Pilotprojekten, die zirkuläre Konzepte in die Praxis umsetzen, könnte durch gezielte Fördermittel unterstützt werden. Diese Projekte könnten die Wettbewerbsfähigkeit der Region stärken und Südwestsachsen zu einem Vorreiter für nachhaltige Textilien in der Automobilindustrie machen.

Obwohl die Potenziale zirkulärer Wertströme vielversprechend erscheinen, zeigen die aktuellen Insolvenzen und die schwierige wirtschaftliche Lage, dass die Umsetzung solcher Konzepte mit erheblichen Risiken verbunden ist. Ob politische und wirtschaftliche Entwicklungen ausreichen, um tragfähige Geschäftsmodelle zu schaffen, bleibt abzuwarten. Dennoch könnten Unternehmen durch strategische Partnerschaften und Innovationsprojekte einen wichtigen Beitrag zur Etablierung zirkulärer Ansätze leisten und dabei langfristig wettbewerbsfähig bleiben.

# 3 Rahmenbedingungen für zukünftige Entwicklung

## 3.1 Unternehmertum

Die zukünftige Gestaltung von Arbeitsplätzen und Beschäftigungsverhältnissen in der textilen Automobillieferkette steht vor vielfältigen Herausforderungen wohlmöglich aber auch Chancen. Einzelne Bestandsunternehmen<sup>11</sup>, etablierte Newcomer und innovative Start-ups sehen in Südwestsachsen noch immer ein attraktives Potenzial für Investitionen und operative Expansion. Dabei spielen die Interessen der Stakeholder –Investoren, Arbeitnehmer und regionale Entwicklungsakteure – eine entscheidende Rolle.

Der Standort Südwestsachsen bietet durch seine industrielle Tradition, seine strategische Lage und eine wachsende Unterstützung durch regionale, nationale und europäische Förderprogramme eine attraktive Grundlage für innovative Geschäftsmodelle. Besonders Initiativen wie „Green Start-up<sup>12</sup>“ oder branchenspezifische Förderungen für nachhaltige Textilproduktion<sup>13</sup> eröffnen Unternehmern Möglichkeiten, zukunftsorientierte Lösungen zu entwickeln.

Die automobilen Textillieferkette bietet zahlreiche Möglichkeiten, nachhaltige und innovative Konzepte zu etablieren, die sowohl Marktchancen als auch langfristige Arbeitsplätze fördern

---

<sup>11</sup> Vgl. Die Gottlieb Binder GmbH & Co. KG, gegründet 1798 in Holzgerlingen und Gera, hat sich auf die Herstellung repositionierbarer Befestigungssysteme spezialisiert. Durch kontinuierliche Forschung und Entwicklung bietet das Unternehmen innovative Verschlusssysteme an, die höchsten technischen Anforderungen gerecht werden. Diese Produkte finden breite Anwendung in der Automobilindustrie, beispielsweise in Sitzbezügen und Innenraumverkleidungen, sowie in der Textilindustrie, etwa bei funktionalen Textilien. Binders Erfolg in diesen Branchen basiert auf der Fähigkeit, maßgeschneiderte Lösungen zu entwickeln, die den spezifischen Anforderungen der Kunden entsprechen.

<sup>12</sup> Die Deutsche Bundesstiftung Umwelt (DBU) unterstützt mit ihrem Green Start-up-Programm innovative Gründungen, die umweltlastende und wirtschaftlich tragfähige Geschäftsmodelle entwickeln. Die Förderung umfasst finanzielle Zuschüsse von bis zu 125.000 Euro pro Start-up sowie fachliche Begleitung durch DBU-Referentinnen. Ziel ist es, Gründerinnen zu ermöglichen, sich vollzeitig auf die Entwicklung ihrer nachhaltigen Ideen zu konzentrieren und so einen Beitrag zum Umweltschutz zu leisten. Vgl. <https://www.dbu.de/foerderung/green-start-up/>

<sup>13</sup> Branchenspezifische Förderungen für eine nachhaltige Textilproduktion unterstützen Unternehmen dabei, ökologische und soziale Standards zu verbessern. Initiativen wie das Bündnis für nachhaltige Textilien fördern durch gemeinsame Projekte und Bündnisinitiativen nachhaltige Praktiken in der Textilindustrie. Zudem bietet das Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) mit dem Grünen Knopf ein staatliches Siegel für sozial und ökologisch hergestellte Textilien an, das Unternehmen bei der Umsetzung nachhaltiger Produktionsprozesse unterstützt. Vgl. <https://www.textilbuendnis.com/buendnisinitiativen/> und <https://www.bmz.de/resource/blob/23426/2892c380a684998b33925799d23fb791/smateriaie410-roadmap-textilien-data.pdf>

**Kritische Anmerkung:** Nach Ansicht von Gherzi Germany sind bestehende Initiativen und Förderprogramme für nachhaltige Textilproduktion zwar positiv, konzentrieren sich jedoch meist auf Bekleidung, deren Herstellung zu 95 % außerhalb Europas erfolgt. Für den Bereich der technischen Textilien, die eine Schlüsselrolle in der Industrie spielen, gibt es kaum oder nur selten gezielte Förderungen. Besonders auffällig ist das Fehlen von Programmen, die die nachhaltige Entwicklung von Textilien für den Automobil-Interieur-Bereich unterstützen. Dieses Feld bleibt bisher weitgehend unberücksichtigt und bietet großes Potenzial für zukünftige Fördermaßnahmen.

könnten. Allerdings hängt der Erfolg solcher Ansätze stark davon ab, ob sie von den OEMs (Original Equipment Manufacturers) aktiv eingefordert und unterstützt werden. Ohne klare Anforderungen oder Vorgaben seitens der OEMs riskieren die Konzepte, in der Praxis ungenutzt zu bleiben. Unternehmer sind daher gefordert, nicht nur die bestehenden Rahmenbedingungen zu nutzen, sondern auch proaktiv mit den OEMs zusammenzuarbeiten, um die Transformation der Branche tatsächlich voranzutreiben und ihre Umsetzung sicherzustellen.

Im Rahmen der Stakeholder Ansprache im vorhergehenden Leistungspaket<sup>14</sup> äußerten viele interviewte Vertreter der Unternehmen deutliche Kritik an der aktuellen Wirtschaftspolitik auf Standort-, Landes- und Bundesebene. Sie betrachten die bestehenden Rahmenbedingungen als wenig förderlich für die Entwicklung der Industrie. Vielmehr sehen sie eine bewusste Tendenz zur Deindustrialisierung, die nach ihrer Einschätzung primär auf die Förderung anderer Sektoren oder einer digitalen Transformation abzielt, ohne die Belange und Herausforderungen der Industrie ausreichend zu berücksichtigen.

Dieses kritische Momentum sollte von allen beteiligten Akteuren – Wirtschaft, Politik und Förderinstitutionen – ernst genommen werden. Eine konstruktive und lösungsorientierte Debatte ist notwendig, um Vertrauen aufzubauen und geeignete Maßnahmen zu ergreifen. Unternehmer brauchen verlässliche Perspektiven und ein unterstützendes Umfeld, um weiterhin in die Region zu investieren und langfristige Arbeitsplätze zu schaffen. Ein besseres Verständnis für die spezifischen Bedürfnisse der Industrie und ein gezielter Dialog könnten entscheidend dazu beitragen, die bestehenden Spannungen zu entschärfen und eine zukunftsfähige Entwicklung zu ermöglichen.

## 3.2 Innovationslandschaft

Innovation spielt zweifellos eine wichtige Rolle, um Arbeitsplätze und Unternehmen in der südwestsächsischen Textilindustrie innerhalb der Automobillieferkette zu stärken. Doch wie in den vorherigen Arbeitspaketen dargestellt wurde, sind Faktoren wie das Management von Lieferketten, die Kompetenz im Lieferkettenaufbau sowie die Nominierung und Zertifizierung von Produkten und Prozessen innerhalb dieser automobilen Lieferkette weitaus entscheidender als reine Innovationen.

Ein Blick in die Geschichte der Textilindustrie zeigt, dass die letzte bedeutende Innovation vermutlich in den 1960er Jahren eingeführt wurde: der textile Dachhimmel, entwickelt von der

---

<sup>14</sup> Im Rahmen von Arbeitspaket Stakeholder-Ansprache wurden Unternehmen und Stakeholder aus Forschung, Wirtschaft, Politik und Fortbildung eingebunden. Durch Interviews wurden die aktuelle Rahmensituation und potenzielle Zukunftsentwicklungen analysiert. Die Basis hierfür bildeten die Ergebnisse der Arbeitspakete 2 und 3.

Mattes & Ammann GmbH & Co. KG. Seitdem gab es zwar kontinuierliche Fortschritte, doch bahnbrechende Neuerungen blieben aus. Stattdessen lagen die zentralen Erfolgsfaktoren in der Optimierung von Prozesstechnologien, der Anpassung von Kostenstrukturen und dem geschickten Einsatz von Design innerhalb der *Tier*-Lieferkette.

In den letzten Jahren haben textile Anwendungen im Fahrzeuginnenraum jedoch deutlich an Bedeutung gewonnen. Dies spiegelt sich in der zunehmenden Verwendung von Materialien wie Leder, Stoffen, Metallen, Kunststoffen und Verbundwerkstoffen für verschiedene Komponenten wie Sitze, Armlehnen und Innenverkleidungsteile wider. Laut aktuellen Marktanalysen wächst der Markt für Innenverkleidungen sowohl bei Pkw als auch bei Nutzfahrzeugen, was die Bedeutung textiler Lösungen weiter unterstreicht.

Regionale Textilunternehmen aus Südwestsachsen, wie die Vowalon Beschichtung GmbH und die Textilausrüstung Pfand GmbH, spielen dabei eine zentrale Rolle. Mit ihren Veredelungsdienstleistungen – beispielsweise für textile Dachhimmel – beliefern sie namhafte Automobilhersteller wie Ford, BMW und Audi. Sie tragen so wesentlich dazu bei, dass hochwertige Textilanwendungen im Automobilbau weiterhin einen festen Platz behaupten und die Anforderungen an Design, Funktionalität und Effizienz erfüllen.

Ein aktuelles Beispiel für Innovation ist der neue Mini von BMW, in dem erstmals Flachstrickapplikationen zum Einsatz kommen, die von Unternehmen wie Bache GmbH und AUNDE Achter & Ebels GmbH<sup>15</sup> sowie Carita Automotive GmbH<sup>16</sup> entwickelt wurden. Obwohl diese Innovation höhere Produktionskosten mit sich bringt, konnte sie nur durch die Nominierung und Zertifizierung innerhalb der Lieferkette realisiert werden. Dieses Beispiel verdeutlicht, dass Innovation allein nicht ausreicht; vielmehr entscheidet das Zusammenspiel von Prozesstechnologie, wirtschaftlicher Kostenstruktur und ästhetischem Design über den Erfolg.

Auch die Rolle von Forschungsinstituten in diesem Bereich ist kritisch zu betrachten. Wie in den vorangegangenen Arbeitspaketen analysiert, gibt es kaum Beispiele dafür, dass Institute signifikante Innovationen direkt in den automobilen Innenraum gebracht haben. Vielmehr entstehen diese meist durch Kooperationen zwischen Unternehmen. Dennoch spielen Forschungsinstitute eine wichtige unterstützende Rolle, insbesondere durch die Bereitstellung von Prüfverfahren und Normierungen. So ermöglicht beispielsweise das STFI mit seinen Prüfnormen und Testvorrichtungen die grundlegende Zertifizierung, um überhaupt in die

---

<sup>15</sup> Vgl. <https://www.aunde.com>

<sup>16</sup> Vgl. <https://www.car-ita.net/de>

automobile Lieferkette einzutreten. Diese Aktivitäten tragen zwar nicht direkt zur Innovation bei, sind jedoch essenziell, um die Anforderungen der Automobilindustrie zu erfüllen.

Zusammenfassend bleibt festzustellen, dass Innovation in der Textilindustrie zweifellos eine Rolle spielt, aber die entscheidenden Erfolgsfaktoren in der automobilen Lieferkette vielmehr in der Beherrschung der komplexen Lieferketten- und Prozessstrukturen, der Erfüllung von Normen und den wirtschaftlichen Rahmenbedingungen liegen. Kooperationen zwischen Unternehmen und die Integration in die bestehenden Lieferketten sind hierbei weitaus relevanter als die reine Innovationskraft auf Produktebene. Dennoch sollte die Innovationslandschaft nicht vernachlässigt werden, da sie langfristig die Grundlage für Fortschritt und Differenzierung schaffen kann.

## **4 Mögliche Entwicklungspfade für die regionale Textilindustrie**

### **4.1 Kooperative Vertikalisierung: Entwicklung und Wachstum durch *Tier-Gap CLOSING***

Die vertikale Integration oder Vertikalisierung der Textilinterieurlieferkette wurde bereits 2017 im Rahmen des Projekts FutureTex unter der Leitung von Professor Rudolf als innovative Organisationsform für die zukünftige lokale und regionale Textilindustrie vorgestellt. [17] Diese zukunftsorientierte Struktur eröffnet immense Chancen für Effizienz, Nachhaltigkeit und Wettbewerbsfähigkeit, insbesondere durch eine enge Verzahnung entlang der gesamten Wertschöpfungskette.

Ein herausragendes Beispiel hierfür ist die Firma AUNDE Group SE aus Mönchengladbach, die als vollständig vertikal integrierter Sitzhersteller agiert. Mit eigener Weberei und Strickerei zeigt AUNDE, wie die durchgehende Kontrolle über die Produktion – von der Materialherstellung bis zum fertigen Produkt – nicht nur Effizienzsteigerungen ermöglicht, sondern auch eine herausragende Produktqualität gewährleistet. Dieser Ansatz hat AUNDE zu einem der größten vollstufigen Textillieferanten im Automotive-Bereich bis zur *Tier 1*-Stufe gemacht.

Ähnlich erfolgreich ist die Kooperation zwischen Mattes & Ammann GmbH & CO. KG in Tübingen, Blanke textech GmbH in Bad Salzfluren und der Firma K.L. Kaschier- und Laminier GmbH in Bad Bentheim. Diese Partnerschaft deckt die gesamte Produktionskette ab, von der Flächenherstellung bis hin zur Fertigung komplexer Baugruppen wie Panels für die

Automobilindustrie. Solche integrativen Ansätze optimieren die Prozesssteuerung, senken Transaktionskosten und gewährleisten eine exzellente Abstimmung entlang der Lieferkette.

Auch in Ostdeutschland entstehen vielversprechende Ansätze für vertikal integrierte Kooperationen. So fungieren die Jahn GmbH & Co. KG am Standort der Textilwerke Mülsen als Wirkerei, während Textilausrüstung Pfand GmbH die Ausrüstung der Ware übernimmt und Vowalon GmbH sich auf die Beschichtung und Kaschierung von Materialien für Sitzgruppen spezialisiert. Gemeinsam schaffen diese Unternehmen Netzwerke, die komplette Baugruppen anbieten und somit erhebliche Vorteile für ihre Kunden generieren. Diese Netzwerke ermöglichen eine konsolidierte Kostenkontrolle, eine reibungslose Abstimmung der Lieferkette und tragen damit zur Optimierung des gesamten Produktionsprozesses bei.

Die vertikale Integration in der Textilindustrie leistet einen entscheidenden Beitrag zur Kosten- und Makrokontrolle und reduziert damit signifikant die Risiken im Lieferkettenmanagement. Gleichzeitig bieten solche Netzwerke die Möglichkeit, *Tier*-Lücken in der Lieferkette zu schließen und flexibel auf Marktveränderungen zu reagieren.

Im Mobilitätssektor sowie in anderen technischen Textilbereichen eröffnen Unternehmensverbände Chancen. Diese Art der Zusammenarbeit steigert nicht nur die Innovationskraft, sondern stärkt auch die Wettbewerbsfähigkeit regionaler Produktionsstandorte [18].

Die vertikale Integration in der Textilindustrie ist längst kein theoretisches Konzept mehr, sondern hat sich in der Praxis als äußerst effektiv erwiesen. [19] Sie ermöglicht eine effiziente Organisation der Wertschöpfungskette, stärkt regionale Netzwerke und fördert die nachhaltige Entwicklung der Branche. Diese zukunftsweisende Organisationsform besitzt das Potenzial, die Textilindustrie grundlegend zu transformieren und neue Maßstäbe für Kooperationen zu setzen.

## 4.2 Wertstrom-Orchestrator: Zirkuläre Wertschöpfungsmodelle

Im Rahmen des European Green Deals <sup>17</sup>, des Lieferkettengesetzes und der Ökodesignverordnung, die in naher Zukunft in Kraft treten sollen, werden zirkuläre Lieferketten in allen Bereichen der Textilindustrie und Konsumgüterindustrie gesetzlich vorgeschrieben.<sup>18</sup> Diese neuen Regelungen haben das Potenzial, völlig neue Wertschöpfungsketten zu schaffen

---

<sup>17</sup> <https://www.bmz.de/de/service/lexikon/european-green-deal-118284>

<sup>18</sup> vgl. EU-Kommission, 2021; BMUV, 2022

und innovative Geschäftsmodelle für Unternehmen und Unternehmer hervorzubringen, die möglicherweise zusätzliche Arbeitsplätze generieren könnten.

Allerdings ist die Umsetzung solcher zirkulären Konzepte mit Herausforderungen verbunden. Aktuell geraten viele zirkuläre Projekte in der Textilindustrie in wirtschaftliche Schieflage oder mussten bereits Insolvenz anmelden, was die wirtschaftliche Tragfähigkeit solcher Modelle infrage stellt. [20] Diese Schwierigkeiten machen deutlich, dass die Transformation zu einer zirkulären Wirtschaft nicht nur regulatorische Impulse, sondern auch nachhaltige Finanzierungs- und Unterstützungsmodelle erfordert.

Gleichzeitig bieten die Regularien aber auch Chancen, insbesondere in Zeiten potenzieller Rohstoffverknappung, wie sie durch die Abhängigkeit von Importen aus China bereits angedeutet wird [21]. In einem solchen Szenario könnten Recyclingprozesse sowie Reparatur- und Wiederverwendungsmodelle eine zentrale Rolle spielen. Besonders in der Textilinterieurbranche, etwa für Automobiltextilien, könnten solche Ansätze dazu beitragen, Ressourcen effizienter zu nutzen und Abfall zu reduzieren.

Der Erfolg dieser Entwicklungen hängt maßgeblich davon ab, welche Akteure entlang der Wertschöpfungskette die Rolle des Organisators übernehmen und als sogenanntes „Wertstrom-Orchester“ agieren. Nur durch eine kluge und gezielte Koordination kann es gelingen, Geschäftsmodelle zu etablieren, die nicht nur wirtschaftlich tragfähig, sondern auch markt- und umweltgerecht sind. Eine Studie zeigt, dass zirkuläre Geschäftsmodelle in der Textil- und Modebranche ein Potenzial von bis zu 700 Milliarden USD bieten. Voraussetzung für solche Modelle ist jedoch, dass alle relevanten Kostenfaktoren – von der Materialbeschaffung über die Logistik bis hin zur Wiederverwertung – umfassend berücksichtigt werden. Nur so lässt sich die Wertschöpfung auf eine stabile und nachhaltige Grundlage stellen.

Die gesetzlichen Vorgaben bringen zwar erhebliche Herausforderungen mit sich, eröffnen aber zugleich immense Chancen für die Transformation der Textilindustrie und die Erschließung neuer Märkte. Unternehmen, die diese Möglichkeiten nutzen, haben die Chance, innovative und nachhaltige Geschäftsmodelle zu entwickeln, die ökologische Verantwortung mit wirtschaftlichem Erfolg vereinen. Ob diese Transformation gelingt und welche Akteure sich dabei als Vorreiter positionieren, wird die Zukunft zeigen.

## 4.3 IP statt Assets – Storytelling und Markenbildung als mögliche Erfolgsfaktoren für die Zukunft der Textilindustrie

In der Vergangenheit lag der Fokus auf Fachmessen der Textilindustrie oft darauf, wie viele Webmaschinen oder Strickstühle ein Unternehmen besitzt. Heute hat sich der Schwerpunkt deutlich verändert: Wichtiger ist nun, wie viele Patente, Gebrauchsmuster oder eingetragene Marken ein Unternehmen vorweisen kann und in welchen Ländern diese geschützt sind. Diese geistigen Eigentumsrechte (intellectual property - IP) sowie der Zugang zu spezifischen Märkten und Lieferketten sind zu zentralen Bausteinen geworden, um ein erfolgreiches Geschäftsmodell zu entwickeln oder zu analysieren [22].

Ein erfolgversprechender Ansatz für Unternehmen der Textilindustrie besteht darin, ihre IP strategisch zu sichern und um diese Rechte eine starke Geschichte („Story“) aufzubauen. [23] Die Kombination aus Patenten, Gebrauchsmustern, Markenzugängen, Lieferantenlisten und Produktnamen schafft nicht nur Unterscheidungsmerkmale, sondern legt auch den Grundstein für nachhaltige Geschäftsmodelle. Zwei Unternehmen aus Sachsen zeigen eindrucksvoll, wie dieser Ansatz in der Praxis funktioniert.

Die Firma Phantomleaf GmbH <sup>19</sup> aus Dresden ist ein Beispiel für ein IP-getriebenes Geschäftsmodell. Sie trat 2022 auf den Markt mit einem innovativen Camouflage-Material für den militärischen Bereich. Obwohl Phantomleaf keine eigenen Produktionskapazitäten besitzt, hat sie ihr geistiges Eigentum so abgesichert, dass keine anderen Marktteilnehmer es kopieren oder anpassen können. Diese Absicherung verleiht dem Unternehmen eine starke Position am Markt. Zusätzlich wird die IP gezielt beim Point of Sale platziert, sodass die Kunden dieses Material direkt nachfragen. Die Differenzierung und der Schutz des geistigen Eigentums ermöglichen es Fanten, ein kostenneutrales Geschäftsmodell zu betreiben und sich langfristig am Markt zu behaupten. Allerdings bleibt der Erfolg stark von der kontinuierlichen Weiterentwicklung des Produkts und einer klaren Markenstory abhängig.

Ein weiteres Beispiel ist die Firma DINGHY GmbH<sup>20</sup> aus Zwickau. Mit ihrer Marke „Blocksta“ hat sie ein Material für Flugzeugsitze entwickelt, das als flammhemmendes Textil verwendet wird. Entscheidender Erfolgsfaktor ist jedoch nicht nur die Funktion des Materials, sondern die strategische Platzierung des Markennamens „Blocksta“ in den Stücklisten von Unternehmen wie

---

<sup>19</sup> <https://www.phantomleaf.de/>

<sup>20</sup> <https://dinghy-tech.com/>

Airbus, Boeing, Embraer und Sikorsky. Durch diese Listung wird der Markenname zu einem festen Bestandteil der Lieferkette, was Dinghy eine sichtbare und starke Marktposition sichert. Dieses Geschäftsmodell basiert ebenfalls auf der gezielten IP-Sicherung und zeigt, wie wichtig eine klare Differenzierung und Markenstrategie in der Textilindustrie sind.

Beide Beispiele verdeutlichen, dass die Sicherung und geschickte Nutzung von geistigem Eigentum Unternehmen eine kostenneutrale Skalierung ermöglicht. Gleichzeitig erfordert dieser Ansatz jedoch eine präzise zeitliche Planung, die von Start-ups häufig unterschätzt wird. Eine klare Markenstrategie, kontinuierliche Innovationen und gezieltes Storytelling sind essenziell, um solche Geschäftsmodelle erfolgreich umzusetzen.

Darüber hinaus bieten diese Modelle eine interessante Alternative für die Textilindustrie, da sie Abhängigkeiten von Produktionskapazitäten und Kapitalbindungen reduzieren können. Statt auf reine Produktionsmittel zu setzen, eröffnen sie unternehmerische Chancen, die weit über klassische Geschäftsstrategien hinausgehen. Letztlich zeigt sich, dass die Zukunft der Textilindustrie stark von der Fähigkeit abhängt, geistiges Eigentum gezielt zu sichern und strategisch einzusetzen. Dieses Vorgehen ist nicht nur ein Schlüssel zu Innovation und Differenzierung, sondern bietet auch die Möglichkeit, nachhaltig erfolgreiche Geschäftsmodelle zu entwickeln.

## 4.4 Endhaltepunkt Museum - Folklore nach Arbeitsplätzen

Die deutsche Textilindustrie war einst ein Aushängeschild der Industriekultur und ein wichtiger Motor der Wirtschaft. Heute ist sie jedoch kaum mehr als eine Nischenbranche, die weit entfernt von ihrer einstigen Bedeutung operiert. Trotz einzelner Lichtblicke und traditionsreicher Unternehmen fehlt es an Dynamik, Innovationen und Wachstumsimpulsen, um den Abwärtstrend umzukehren.

Historisch gesehen war die Region Südwestsachsen immer noch ein Zentrum der Textilproduktion mit bis zu 65.000 Beschäftigten im Jahr 1989. Laut dem Statistischen Bundesamt waren im Jahr 2023 insgesamt noch etwa 57.500 Personen in der gesamten deutschen Textilindustrie beschäftigt, davon rund 9.000 in Südwestsachsen. Einst waren die Textilfabriken auch in Südwestsachsen Zentren der Innovation, des Aufschwungs und somit der Industrialisierung, heute haben diese aber ihren Platz in der Industriegeschichte zugunsten anderer Branchen verloren. Während es einige erfolgreiche Unternehmen in den Bereichen

technische Textilien, Medtex und Composite-Materialien<sup>21</sup> gibt, bleibt die Gesamtentwicklung der Branche rückläufig [24]. Neugründungen sind selten, und das Wachstum stockt [25]. Traditionsvereine, Museen und Forschungseinrichtungen bemühen sich zwar um die Bewahrung und Weiterentwicklung des umfangreichen regionalen Know-hows, doch der Niedergang der Industrie scheint unumkehrbar. Die Entwicklung der Beschäftigungszahlen spricht eine klare Sprache: Die Textilindustrie ist im Vergleich zu anderen Sektoren in eine wirtschaftliche Randlage geraten.

Aktuellen Schätzungen des Beratungsunternehmens Gherzi zufolge sind in Südwestsachsen nur noch rund 2.400 Beschäftigte in der Textilindustrie und der zugehörigen Zuliefererbranche tätig. Wie viele Unternehmen die aktuelle Krise – geprägt durch die sinkende Nachfrage sowie die nicht wettbewerbsfähigen Sozial-, Personal- und Energiekosten (siehe hierzu die Insolvenzen von C.H. Müller und Curt Bauer) – überstehen werden, lässt sich derzeit nicht prognostizieren.

Trotz der generellen Stagnation gibt es etwa ein Dutzend Unternehmen in Südwestsachsen, die in der Textilindustrie erfolgreich sind – insbesondere im Bereich der Automobilzulieferung – auch in Südwest Sachsen (z.B. Tenowo, Vowalon). Diese Firmen liefern Spezialprodukte für den Fahrzeugbau und sichern dadurch Arbeitsplätze. Sie verdienen Anerkennung für ihre Beständigkeit und ihren Beitrag zur Wirtschaft. Doch auch bei diesen Unternehmen fehlt es an neuen Impulsen oder bahnbrechenden Innovationen und Geschäftsmodellen, die den Weg in eine zukunftssichere Entwicklung ebnen könnten.

Die Textilindustrie steht vor der Frage, welchen Weg sie einschlagen soll. Einerseits könnten Traditionen stärker betont und die historische Bedeutung der Branche in Form von Folklore oder Kulturerbe bewahrt werden. Andererseits braucht es eine wirtschaftspolitische Neuausrichtung, die die Tradition mit neuen Technologien, Lieferketten und unternehmerfreundlichen Strukturen verknüpft. Innovationen und Kooperationen mit Start-ups, Forschungseinrichtungen und etablierten Unternehmen könnten der Branche neuen Schwung verleihen. Denkbar wären beispielsweise nachhaltige Textilien oder smarte Materialien, die den Anforderungen moderner

---

<sup>21</sup> Südwestsachsen und Umgebung ist heute eine bedeutende Region für Technische Textilien (Tectex) und innovative Composites-Lösungen, geprägt durch führende Unternehmen, die in ihren jeweiligen Bereichen Maßstäbe setzen. **Tenowo** in Hof und Reichenbach ist ein weltweit anerkannter Hersteller von Vliesstoffen für technische Anwendungen, darunter Automobil- und Bauindustrie. **Cotesa** mit Sitz in Mittweida ist spezialisiert auf Hochleistungs-Faserverbundwerkstoffe und beliefert insbesondere die Luft- und Raumfahrtbranche. **Vowalon** aus Treuen gilt als Experte für beschichtete Textilien, die unter anderem in der Automobilindustrie und im Möbelbereich zum Einsatz kommen. **Norafin** in Mildena hat sich auf wasserstrahlverfestigte Vliesstoffe für anspruchsvolle Anwendungen wie Schutzbekleidung und Filtration spezialisiert. **Julius Zorn GmbH (Juzo)** in Aue-Bad Schlema entwickelt medizinische Kompressionstextilien auf höchstem Niveau, während **Bauerfeind AG** aus Zeulenroda-Triebes international für ihre orthopädischen Hilfsmittel und funktionalen Textilien geschätzt wird. Diese Unternehmen verbinden Tradition mit modernster Technologie und machen Südwestsachsen zu einem Hotspot der Tectex- und Composites-Branche.

Märkte gerecht werden. Eine solche strategische Ausrichtung würde nicht nur die Tradition der Textilindustrie bewahren, sondern sie in ein modernes und zukunftsfähiges Gewand kleiden.

Die deutsche Textilindustrie hat viel von ihrer einstigen Strahlkraft eingebüßt, doch das Potenzial für eine Renaissance ist vorhanden. Es braucht allerdings eine klare Weichenstellung: Ohne gezielte wirtschaftspolitische Maßnahmen und unternehmerischen Mut wird die Branche weiter in die Bedeutungslosigkeit abrutschen. Die Wahl liegt in der Hand der Verantwortlichen: entweder die Textilindustrie als kulturelles Erbe in Erinnerung zu behalten oder durch kluge Investitionen und Kooperationen eine innovative Zukunft zu schaffen. Nur so kann der Schatten der Vergangenheit zu einem Fundament für neuen Erfolg werden.

# 5 Anhang

## 5.1 Gliederung der Arbeitspakete

- 1) Anschub und Aktivierung (Arbeitspaket 1)
- 2) Erstellung einer Übersicht vorhandener Wertschöpfungsstrukturen (Arbeitspaket 2)
- 3) Übersicht und Tiefenbetrachtung zu Schlüsselfaktoren (Arbeitspaket 3)
- 4) Unternehmens- und Stakeholder-Ansprache (Arbeitspaket 4)
- 5) Mögliche Entwicklungspfade für die regionale Textilindustrie (Arbeitspaket 5)
- 6) Erarbeitung von strategischen Impulsen (Arbeitspaket 6)
- 7) Unternehmens- und Stakeholderinformation (Arbeitspaket 7)
- 8) Präsentationen (Arbeitspaket 8)
- 9) (1)Vernetzungstreffen Automotive + Textil (Arbeitspaket 9)
- 10) Unternehmens- und Stakeholderinformation (Arbeitspaket 10)
- 11) Untersuchung zu betrieblichen Gestaltungsmöglichkeiten (Arbeitspaket 11)
- 12) Unternehmens- und Stakeholderinformation (Arbeitspaket 12)
- 13) Mindestens 4 Workshops (Arbeitspaket 13)
- 14) (2)Vernetzungstreffen Automotive + Textil (Arbeitspaket 14)
- 15) Mindestens 10 individuelle TransferGespräche (Arbeitspaket 15)
- 16) Dokumentation der Veranstaltungen in LP3 (Arbeitspaket 16)

## 5.2 Literaturverzeichnis

- [1] E. Wächtler und O. Wagenbreth, „Technische Denkmale des Textilgewerbes und der Textilindustrie,“ in *Technische Denkmale in der Deutschen Demokratischen Republik*, Berlin, Heidelberg, Springer, Spektrum, 1989, pp. 130-163.
- [2] N. Welsch und C. C. Liebmann, „Natürliche Farbstoffe,“ in *Farben*, Berlin, Heidelberg, Springer, 2012, pp. 155-196.
- [3] J. Dispan, „Chemiefaserindustrie in Deutschland,“ IMU Institut GmbH, Düsseldorf, 2015.
- [4] P. Donath und A. Szegfü, *Wir machen Stoff: Die Gewerkschaft Textil-Bekleidung 1949-1998*, Bielefeld: transcript Verlag, 2021.

- [5] U. Jürgens und H. R. Meißner, „Ausbruch aus der Sandwich-Position? Risiken und Chancen der neuen ost/-westeuropäischen Arbeitsteilung für die ostdeutsche Automobilindustrie.“ Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung gGmbH, Berlin, 2008.
- [6] T. Meyer, „Innovations- und Wirtschaftsstandort Deutschland: Neue Wege gehen,“ Stiftung Marktwirtschaft, Berlin, 2023.
- [7] A. Baur und L. Flach, „Die Globalisierung als Sündenbock? Internationale Lieferketten in der Corona-Pandemie,“ Ifo Schnelldienst, München, 2022.
- [8] R. Mildner, T. Ziller und F. Baiocchi, „Die Fahrzeugindustrie zwischen Tradition und Innovation,“ in *Car IT kompakt Reloaded*, Wiesbaden, Springer Vieweg, 2024, pp. 1-54.
- [9] „Airbus erwartet binnen 20 Jahren Verdopplung der Flugzeuge,“ Münchener Zeitungsverlag GmbH & Co. KG, 12 Juli 2022. [Online]. Available: <https://www.merkur.de/wirtschaft/airbus-erwartet-binnen-20-jahren-verdopplung-der-flugzeuge-91661931.html>. [Zugriff am 21 November 2024].
- [10] „Boeing und Airbus: Bis 2042 Verdopplung der Flugzeugflotten,“ Salzburger Nachrichten Medien GmbH & Co. KG, 18 Juni 2023. [Online]. Available: <https://www.sn.at/wirtschaft/welt/boeing-und-airbus-bis-2042-verdopplung-der-flugzeugflotten-140592058>. [Zugriff am 21 November 2024].
- [11] D. Dilba, „Feuerfest und möglichst leicht: Textilien für die Luftfahrt,“ MTU Aero Engines AG, Juli 2018. [Online]. Available: <https://aeroreport.de/de/innovation/feuerfest-und-moeglichst-leicht-textilien-fuer-die-luftfahrt>. [Zugriff am 21 November 2024].
- [12] SGL Carbon, „Leichtbauteile aus CFK für die Luft- und Raumfahrt,“ SGL Carbon, [Online]. Available: <https://www.sglcarbon.com/loesungen/anwendung/leichtbauteile-aus-cfk-fuer-die-luft-und-raumfahrt/#>. [Zugriff am 21 November 2024].
- [13] „Verkehrsinfrastruktur und Fahrzeugbestand,“ Umweltbundesamt, 28 März 2024. [Online]. Available: <https://www.umweltbundesamt.de/daten/verkehr/verkehrsinfrastruktur-fahrzeugbestand>. [Zugriff am 21 November 2024].

- [14] „Pkw International,“ VDA2024, [Online]. Available: <https://www.vda.de/de/themen/automobilindustrie/neuzulassungen-pkw-und-e-pkw/international>. [Zugriff am 21 November 2024].
- [15] „Anzahl verkaufter Personenkraftwagen weltweit von 2015 bis 2024 und Prognosen bis 2029,“ Statista GmbH, [Online]. Available: <https://de.statista.com/prognosen/1425216/absatz-automobile-weltweit-und-prognose>. [Zugriff am 21 November 2024].
- [16] C. Werwitzke, „Zulassungen von E-Nutzfahrzeugen: Das Europa der zwei Geschwindigkeiten,“ 2024 electrive.net, 8 Februar 2024. [Online]. Available: <https://www.electrive.net/2024/02/08/zulassungen-von-e-nutzfahrzeugen-das-europa-der-zwei-geschwindigkeiten/>. [Zugriff am 21 November 2024].
- [17] futureTEX, „Beschleunigung der textilen Wertschöpfungskette durch vertikale Geschäftsmodelle,“ SACHSEN!TEXTIL e.V., Chemnitz, 2020.
- [18] A. Kolmykova, „Untersuchung der Integrator-Konzepte aus der Praxis,“ in *Supply Chain Integration - Entwicklung eines Integrators für die globale Supply Chain*, Wiesbaden, Springer Gabler, 2016, pp. 143-182.
- [19] A. J. D. Forno, W. V. Bataglini, F. Steffens und A. A. U. de Souza, „Industry 4.0 in textile and apparel sector: a systematic literature review,“ *Research Journal of Textile and Apparel*, Bingley, 2023.
- [20] Textile Exchange, „Materials Market Report,“ Textile Exchange, 2023.
- [21] E. Moïse und E. Tresa, „Trade policies to promote the circular economy: A case study of the plastics value chain,“ OECD publishing, 2023.
- [22] G. Baima, C. Forliano, G. Santoro und D. Vrontis, „Intellectual capital and business model: a systematic literature review to explore their linkages,“ *Journal of Intellectual Capital*, Leeds, 2020.
- [23] J. Larsen, D. M. Boje und L. Bruun, *True Storytelling - Seven Principles For An Ethical and Sustainable Change-Management Strategy*, London: Routledge, 2020.

- [24] J. Schirmer, „Textil- und Bekleidungsindustrie: Situation in Deutschland,“ Statista GmbH, 12 April 2024. [Online]. Available: <https://de.statista.com/themen/1378/textil-und-bekleidungsindustrie-in-deutschland/#topicOverview>. [Zugriff am 22 November 2024].
- [25] B. Rösch, „So viele Modehersteller wurden 2022 gegründet und aufgegeben,“ Deutscher Fachverlag GmbH, 17 Februar 2023. [Online]. Available: <https://www.textilwirtschaft.de/business/news/das-statistische-bundesamt-informiert-so-viele-modehersteller-wurden-2021-gegruendet-und-aufgegeben-239256>. [Zugriff am 22 November 2024].
- [26] I. Stroh, „Prognose zum europäischen Automobilmarkt für 2024 und 2025,“ WEKA Fachmedien GmbH, 18 Juli 2024. [Online]. Available: <https://www.elektroniknet.de/automotive/wirtschaft/prognose-zum-europaeischen-automobilmarkt-fuer-2024-und-2025.219027.html>. [Zugriff am 20 November 2024].
- [27] P. Huth, „Es ist der Eintritt in eine neue Welt,“ Axel Springer Deutschland GmbH, 9 Juni 2023. [Online]. Available: <https://www.welt.de/kultur/article245735880/Apple-Vision-Pro-In-der-neuen-VR-und-AR-Technologie-steckt-eine-Revolution.html>. [Zugriff am 20 November 2024].
- [28] „Marktgröße, Marktanteil und COVID-19-Auswirkungsanalyse für Innenverkleidungsteile für Kraftfahrzeuge, nach Fahrzeugtyp (Pkw und Nutzfahrzeuge), nach Materialtyp (Leder/Stoff, Metall, Kunststoff, Verbundwerkstoffe und andere), nach Komponente (Sitze, Arma,“ 2024 Fortune Business Insights, 4 November 2024. [Online]. Available: <https://www.fortunebusinessinsights.com/de/markt-f-r-kfz-innenverkleidungsteile-108845>. [Zugriff am 21 November 2024].
- [29] „Circular business models in the fashion industry - new study identifies USD 700 billion opportunity,“ Ellen MacArthur Foundation, 23 November 2021. [Online]. Available: <https://www.ellenmacarthurfoundation.org/news/circular-business-models-in-the-fashion-industry>. [Zugriff am 22 November 2024].