



## INTERVIEW

---

# Nachhaltigkeit in der Textilbranche: Warum Kollektionen, Zertifikate und Kreislaufkonzepte zusammen gedacht werden müssen

Kurzinterview zu nachhaltigen Kollektionen, glaubwürdigen Zertifikaten, textilen Servicekonzepten und der strategischen Rolle von Transparenz in der Textilbranche



# Nachhaltigkeit in der Textilbranche: Warum Kollektionen, Zertifikate und Kreislaufkonzepte zusammen gedacht werden müssen

Kurzinterview zu nachhaltigen Kollektionen, glaubwürdigen Zertifikaten, textilen Servicekonzepten und der strategischen Rolle von Transparenz in der Textilbranche



## Interview mit David Bacher

Junior Projekt Manager | DTO – B2B Research & Strategies

Im Interview erklärt David Bacher, warum nachhaltige Textilstrategien nicht bei einzelnen Kollektionen enden, welche Rolle Zertifikate spielen und weshalb nutzungsorientierte Kreislaufmodelle für Unternehmen strategisch relevanter werden.

***„Nachhaltigkeit wird erst glaubwürdig, wenn Material, Nachweis, Nutzung und Rücknahme zusammenpassen.“***

### Frage: Warum ist Nachhaltigkeit in der Textilbranche heute mehr als ein Kommunikationsthema?

**Antwort:** Weil Nachhaltigkeit inzwischen direkt in Produktentwicklung, Einkauf, Materialwahl, Lieferantenmanagement und Markenpositionierung eingreift. Unternehmen können nicht mehr nur sagen, dass eine Kollektion nachhaltiger ist. Sie müssen erklären können, warum sie nachhaltiger ist, welche Materialien eingesetzt werden, welche Nachweise vorliegen und wie glaubwürdig die gesamte Wertschöpfungskette ist. Nachhaltigkeit wird damit von einem Imagefaktor zu einer strategischen Managementaufgabe.

### Frage: Welche Rolle spielen nachhaltige Kollektionen dabei?

**Antwort:** Nachhaltige Kollektionen sind ein wichtiger Einstieg, reichen allein aber nicht aus. Entscheidend ist, ob sie aus einer konsistenten Strategie entstehen oder nur einzelne Produkte hervorheben. Eine Kollektion wirkt glaubwürdig, wenn Materialauswahl, Design, Haltbarkeit, Reparierbarkeit, Pflege, Verpackung, Lieferkette und Kommunikation zusammenpassen. Sonst besteht die Gefahr, dass Nachhaltigkeit eher wie ein Label wirkt als wie ein belastbares Geschäftsmodell.

### Frage: Wie wichtig sind Zertifikate und Standards für die Glaubwürdigkeit?

**Antwort:** Zertifikate können Orientierung geben, weil sie Anforderungen an Materialien, Produktionsbedingungen oder Lieferketten nachvollziehbarer machen. Gleichzeitig ersetzen sie keine eigene Bewertung. Unternehmen müssen verstehen, was ein Zertifikat tatsächlich abdeckt, welche Stufe der Wertschöpfung geprüft wird und wo Lücken bleiben. Für Kundinnen und Kunden zählt am Ende nicht nur das Siegel, sondern ob die Nachhaltigkeitsaussage verständlich, belegbar und relevant für das Produkt ist.

### Frage: Welche Bedeutung haben nutzungsorientierte Textilkonzepte, zum Beispiel Mieten, Pflegen, Wiederverwenden und Zurücknehmen?

**Antwort:** Solche Konzepte zeigen, dass Nachhaltigkeit nicht nur über das Material entsteht, sondern auch über die Nutzung. Wenn Textilien professionell bereitgestellt, gereinigt, gepflegt, repariert, wiederverwendet und am Ende zurückgeführt werden, kann ein Kreislaufmodell entstehen. Für Unternehmen kann das attraktiv sein, weil Beschaffung, Qualität, Hygiene, Logistik und Verfügbarkeit stärker als Service gedacht werden. Gleichzeitig braucht es klare Prozesse, Daten und Partnerschaften, damit das Modell wirtschaftlich funktioniert.

**Frage: Wo liegen die größten Herausforderungen für Unternehmen, die nachhaltige Textilangebote aufbauen wollen?**

**Antwort:** Viele Unternehmen unterschätzen die Komplexität. Nachhaltige Materialien müssen verfügbar, bezahlbar, belastbar und skalierbar sein. Lieferantenangaben müssen geprüft werden. Zertifikate müssen richtig eingeordnet werden. Zudem unterscheiden sich Kundenerwartungen je Zielgruppe, Branche und Preissegment deutlich. Die zentrale Herausforderung ist deshalb, Nachhaltigkeit nicht isoliert zu betrachten, sondern mit Marktpotenzial, Zahlungsbereitschaft, Wettbewerbsumfeld und operativer Machbarkeit zu verbinden.

**Frage: Was sollten Unternehmen konkret prüfen, bevor sie nachhaltige Kollektionen oder Kreislaufmodelle in den Markt bringen?**

**Antwort:** Sie sollten zuerst klären, welche Kundengruppen wirklich Wert auf Nachhaltigkeit legen und wofür sie bereit sind zu zahlen. Danach müssen Produktversprechen, Zertifikate, Lieferketten, Serviceprozesse und Wettbewerbsangebote systematisch überprüft werden. Besonders wichtig ist die Frage, ob Nachhaltigkeit nur kommunikativ differenziert oder tatsächlich einen Nutzen schafft: bessere Haltbarkeit, geringeres Risiko, einfachere Beschaffung, höhere Transparenz oder ein überzeugenderes Nutzungskonzept.

Sie wollen mit uns ins Gespräch kommen? Klicken Sie hier. [www.dto-research.com/de](http://www.dto-research.com/de)

## Interviewpartner

### David Bacher

Junior Projekt Manager | DTO - B2B Research & Strategies



David Bacher ist seit 2025 bei DTO als Junior Projekt Manager tätig. Mit einem Masterabschluss in Angewandter Kognitions- und Medienwissenschaft mit Schwerpunkt Wirtschaftspsychologie spezialisiert er sich auf die strukturierte Analyse komplexer Fragestellungen. Einen besonderen Schwerpunkt seiner bisherigen Arbeit bei DTO bilden Projekte im Textilbereich. Sein fachlicher Hintergrund umfasst wirtschaftspsychologische Analysen, Nachhaltigkeitsthemen sowie die Entwicklung fundierter Entscheidungsgrundlagen für mittelständische Unternehmen.