

WIR SIND TEXTIL: SCHMITZ TEXTILES

INNOVATIONEN IM INDOOR- UND OUTDOOR-BEREICH


schmitz textiles Anfang 2018 hat sich das Textilunternehmen Schmitz-Werke GmbH & Co. KG, Emsdetten, neu strukturiert. Um schneller und flexibler auf die Märkte und deren Ansprüche reagieren zu können, sind seitdem die Marken drapilux, swela und mobiltex unter Schmitz Textiles zusammengefasst.



Geschäftsführer dieses rechtlich eigenständigen Unternehmens ist Stefan Ruholl, seit mehr als 30 Jahren bei den Schmitz-Werken beschäftigt, der sich den Fragen von Textination stellte. 1996 wurde er Abteilungsleiter Appretur, drei Jahre später Leiter der Produktion und Entwicklung im Bereich Textilveredlung, Anfang 2000 Technischer Leiter, und schließlich übernahm er die Leitung des Geschäftsbereiches sowie 2018 des Unternehmens Schmitz Textiles.

Schmitz Textiles ist ein Familienunternehmen, das seit mehr als 90 Jahren textile Lösungen im In- und Outdoor-Bereich anbietet. Wenn Sie sich jemandem, der das Unternehmen nicht kennt, in 100 Worten vorstellen müssten: Was macht Sie einzigartig?



Als nahezu vollstufiger Hersteller in Deutschland haben wir Vorteile, um die uns mancher Marktbegleiter beneiden dürfte. Wir können flexibel, technisch sicher und mit gutem Service auf die Bedürfnisse unserer Kunden reagieren. Unter der Marke drapilux vertreiben wir intelligente Designtextilien für den Objektbereich, Outdoor- und Sonnenschutzstoffe unter der Marke swela sowie Textilien für das Segment Automotive unter dem noch jungen Label mobiltex. Alle Marken profitieren von dem breiten Know-how in Produktion und Entwicklung.

Mag vor einigen Jahren der Produktionsstandort Deutschland eher negativ als reiner Kostenfaktor betrachtet worden sein, so sehen wir dies heute von unseren Partnern als klaren strategischen Vorteil.

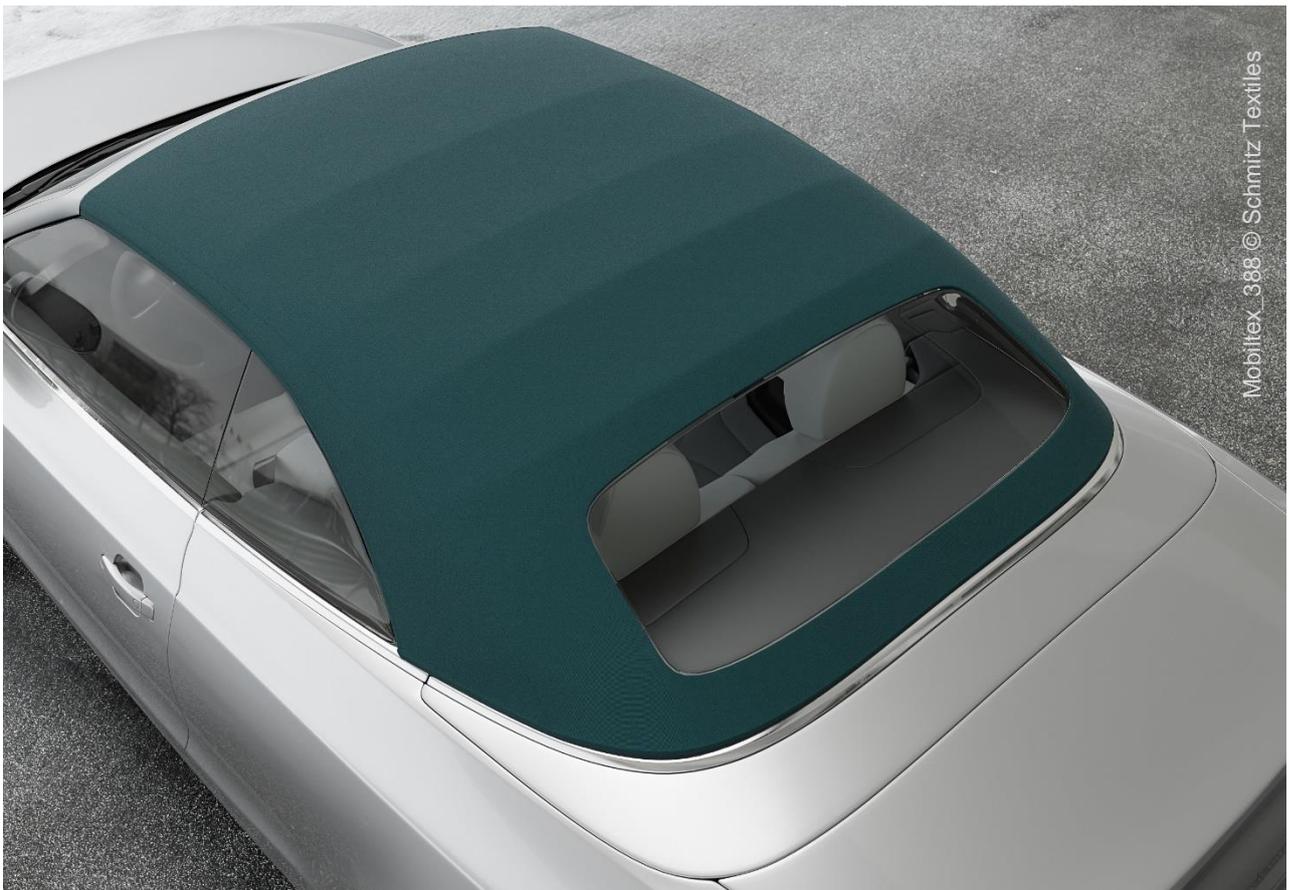
In welchem Produktbereich fordern Markt und Partner Sie besonders heraus? Und mit welchen Produktinnovationen im Bereich technischer Textilien glauben Sie am meisten bewegen zu können?

In jedem unserer Handlungsfelder sind wir mit umfassenden Herausforderungen konfrontiert. Bei drapilux müssen z. B. wir im Rahmen von Brandschutzzertifizierungen für den Einsatz unserer Stoffe auf Kreuzfahrtschiffen strengen Sicherheitsanforderungen gerecht werden und haben hier massiv investiert. Der Sonnenschutzbereich ist gekennzeichnet durch hohe Ansprüche an Farb- und Lichtechtheiten bei bestem Rückstellverhalten – hier haben wir bereits vor Jahren mit dem Wechsel von Acryl- auf Polyesterqualitäten einen großen technologischen Vorsprung gewinnen können.



Die neuen Outdoor-Möbelstoffe der Kollektion cielo von swela überzeugen durch ihre Vielfalt an Bindungen für unterschiedliche Einsatzbereiche

Mit der neuen, preisgekrönten Entwicklung unseres Cabriovertopfes für mobiltex, ebenfalls auf Polyesterbasis, konnten wir Produkteigenschaften realisieren, die in diesem Segment in der Form völlig neu sind.



Auf welchen gesellschaftlich relevanten Themenfeldern sehen Sie in den nächsten 10 Jahren besonders großen Innovationsbedarf und wie ist Ihre Einschätzung, dass die Textilindustrie mit ihren Produkten dafür Lösungen wird anbieten können?

Wenn wir auf die nächsten zehn Jahre blicken, dann ist es sicher das bereits heute allgegenwärtige Thema Nachhaltigkeit. Momentan leben wir in einer Phase, in der man einerseits nachhaltige Produkte wünscht, andererseits die Bereitschaft, dafür höhere Preise zu zahlen, noch nicht ausgeprägt

ist und man doch zu konventionellen Produkten tendiert. Dies wird sich verändern. Nachhaltige Produkte von Unternehmen, die Nachhaltigkeit in den Dimensionen Ökologie, Ökonomie und Soziales wirklich leben, werden das Rennen machen. Die Textilindustrie bietet dazu die besten Voraussetzungen, um diese Vision Realität werden zu lassen – allerdings unter Investitionen in Produktion sowie Forschung und Entwicklung.



Ketttherstellung © Schmitz Textiles

Produkt- und Technologieinnovationen bedeuten heute in hohem Maße die Digitalisierung von Produktions- und Geschäftsprozessen. Neue Geschäftsmodelle zielen häufig auf Vertikalisierung ab und fordern den Weg zur Losgröße 1 - was bedeutet das für Schmitz Textiles?



Websaal Netzwerk © Schmitz Textiles

„Losgröße 1“ muss für ein Industrieunternehmen mit B2B-Fokus, wie Schmitz Textiles eines ist, mit einer gewissen Bandbreite beantwortet werden. Grundsätzlich ist das Thema für uns allerdings insofern nicht neu, indem wir z.B. in der Garnfärberei Kleinanlagen für größere Partien koppeln können – und umgekehrt auch entsprechend kleine Partien durch unsere Prozesskette steuern können. Im Digitaldruckbereich sind wir für das Objektgeschäft mit der Mindestmenge von 25 Metern sehr individuell und kundenorientiert aufgestellt.

Für unser Schwesterunternehmen und Kunden markilux sind wir Lieferant für deren „Colour on Demand“-Angebot für das individuelle Markisentuch mit der Auswahl aus 1625 RAL-Farben. Viel näher kann man mit einem industriellen Produktionsmaßstab wohl kaum an „Losgröße 1“ kommen.

Neue Wege zu gehen, bedeutet Entscheidungsfreudigkeit, Überwindung von Ängsten - und damit auch Mut zum Scheitern. Nicht jedes Projekt kann gelingen. Über welche unternehmerische Entscheidung sind Sie im Nachhinein besonders froh, sie getroffen zu haben?

Wenn wir weiter zurückblicken, dann war die Entscheidung vor rund zehn Jahren richtig, in den Bereich Digitaldruck zu investieren und Know-how sowie eigene Produktionskapazitäten aufzubauen. Diese Lernkurven durchschritten zu haben, versetzt uns heute in die Lage, das Angebot ohne große Probleme in den Outdoor-Bereich auszuweiten. Aktuell sind wir mehr denn je davon überzeugt, mit dem Einstieg in das Segment Automotive mit der noch jungen Marke mobiltex einen neuen, wichtigen Grundpfeiler für die langfristige Zukunft des Unternehmens Schmitz Textiles errichtet zu haben.



Die Textilindustrie weist seit Jahrzehnten weltweit ein stetig hohes Wachstum auf. Der Verbrauch von Chemie- und Textilfasern hat sich im Zeitraum von 1975 bis 2016 mehr als vervierfacht. In Sachen Nachhaltigkeit gibt es, vorsichtig ausgedrückt, für unsere Branche ein eher gemischtes Feedback. Worauf konzentriert sich Schmitz Textiles, um seiner gesellschaftlichen Verantwortung gerecht zu werden?

Wenn man Textilien ausschließlich am Standort Deutschland produziert, bedingen die ordnungspolitischen Rahmenbedingungen bereits eine gewisse nachhaltige Ausrichtung. Aber auch hier gibt es natürlich Spielräume. Um den hohen Anspruch einer nachhaltigen und umweltschonenden Produktion erfüllen zu können, betreiben wir einen sehr hohen Aufwand. So werden zum Beispiel alle Farbstoffe und Textilhilfsmittel vor dem Einsatz im Hause zunächst auf die Vorgaben aus Gesetzen und Verordnungen sowie nach Umwelt- und Arbeitsschutzaspekten geprüft. Außerdem wurden im Bereich der Produktion bereits lange vor Inkrafttreten von Gesetzen freiwillig Maßnahmen umgesetzt, wie beispielsweise eine regenerative thermische Nachverbrennung zur Nachbehandlung der Prozessabluft der Veredlungsanlagen. So ist sichergestellt, dass keine schadhaften -Emissionen durch Abluft, Abwasser und Lärm entstehen. Auch bei der Energierückgewinnung aus Prozessabwässern und Prozessabluft wurden viele Projekte erfolgreich umgesetzt. Alle Prozessabfälle werden entweder dem Produktionsworkflow wieder zugeführt, recycelt oder fachgerecht entsorgt. Ein

nicht zu verachtender Beitrag zum Umweltschutz ist hier tatsächlich auch der Einsatz von synthetischen Fasern (hier: Polyester), die mit weitaus geringerem Chemieeinsatz als beispielsweise Naturfasern zu modifizieren und deutlich langlebiger sind.



drapilux hat mit Soundwise erstmalig flexibel einsetzbare Elemente auf den Markt gebracht, die die Akustik verbessern und die sich in die bestehende Architektur integrieren lassen.

Die nächste Tectextil steht vor der Tür. Mit welchen Erwartungen präsentieren Sie sich auf der Messe in Frankfurt?

Wir sind ein junges, aber zugleich fast 100 Jahre altes Unternehmen, da zum 1. Januar 2018 aus der gesellschaftsrechtlichen Neuorganisation der Schmitz-Werke GmbH + Co. KG hervorgegangen. Folgerichtig stellen wir erstmals als Schmitz Textiles GmbH + Co. KG mit unseren drei Marken mobiltex, swela und drapilux aus und wollen uns als textiles Kompetenzzentrum präsentieren. Das Thema Automotive Textiles wird allerdings etwas im Vordergrund stehen. Wir zeigen ein komplettes Cabriodach mit unserem Verdeckstoff mobiltex 388. Dieser wurde übrigens vom Rat für Formgebung für den German Innovation Award 2019 nominiert, und wir sind zuversichtlich, dass wir Ende Mai eine Auszeichnung entgegennehmen dürfen.

Die Fragen stellte Ines Chucholowius, CEO Textination GmbH

Textination wird künftig im Rahmen seiner Newslines Innovationstreiber der Branche einen besonderen Platz einräumen, um mit ihnen über Erfolge, Erfahrungen, Prognosen und Trends zu sprechen.