DTV-Jahreskongress 2026, Dresden

Zwischen Energiewende und Nachwuchssorgen

Wie gelingt der Abschied von fossilen Energieträgern, ohne Wäschereien und Textilservicebetriebe wirtschaftlich zu überlasten? Und wie lässt sich der Fachkräftenachwuchs sichern? Diese Fragen standen beim DTV-Jahreskongress 2026 in Dresden im Mittelpunkt. R+W Textilservice war dabei.

Technik. Menschen. Zukunft. So lautete das Motto des diesjährigen Jahreskongresses des Deutschen Textilreinigungs-Verbands (DTV) in Dresden. Präsidentin Beate Schäfer machte zur Eröffnung deutlich, warum Technik und Mensch dabei zusammengehören: „Ohne Technik würden wir unsere Wäsche noch am Bach waschen. Und ohne Menschen würden wir kein Teil zum Kunden zurückbringen."

Schäfer forderte mehr Verlässlichkeit von der Politik. Es fehlten klare Leitplanken, insbesondere für die Energiewende. Zu viele bürokratische Vorgaben und lange Genehmigungsverfahren erschwerten Investitionen und die Planung neuer Energiekonzepte. Mit einem Seitenhieb auf die Dauer von Baugenehmigungen brachte Schäfer das Problem auf den Punkt: Bis die Genehmigung vorliege, könne man gleich ein Gezeitenkraftwerk in den Bergen planen. Vielleicht sei der Meeresspiegel bis dahin ja hoch genug.

DTV-Vizepräsident Henrik Bier betonte, dass sich die Herausforderungen nicht auf die Technik beschränken. „Technik können Sie sich einfach holen. Menschen müssen Sie finden", sagte er. Die Branche kämpfe bereits seit 20 Jahren mit Personalproblemen. Umso wichtiger sei es deshalb, selbst Nachwuchs auszubilden, statt auf qualifizierte Fachkräfte zu warten.

Energieversorgung unter Druck

Den fachlichen Auftakt bildete die Keynote „Saubere Wäsche ohne fossile Abhängigkeit" von Prof. Dr. Volker Quaschning, Experte für erneuerbare Energien und Klimaschutz. Er zeigte, wie verwundbar Deutschlands Energieversorgung ist. Die Bundesrepublik decke rund 70 Prozent ihres Energiebedarfs durch Importe. Bei Erdöl und Erdgas lägen die europäischen Reserven weit hinter denen anderer Weltregionen. Solange Deutschland auf fossile Energieträger setze, bleibe es daher auf Lieferungen aus dem Ausland angewiesen. Die Energiekrisen der vergangenen Jahrzehnte seien deshalb keine Ausnahmen, sondern Ausdruck einer strukturellen Abhängigkeit. Erneuerbare Energien könnten diese Abhängigkeit verringern.

Auch die Auswirkungen des Klimawandels seien längst spürbar. Quaschning verwies auf Hitze, Dürren, Brände und Überschwemmungen sowie deren wirtschaftliche Folgen. Allein in Deutschland verursachten Hitze und Dürre im Sommer 2026 Schätzungen zufolge Schäden von 36 bis 42 Milliarden Euro.

Quaschning forderte, die Energiewende zu beschleunigen und Wind- und Solarenergie deutlich auszubauen. Für die Branche bedeute das, den Energiebedarf der Betriebe zu senken und fossile Energieträger dort zu ersetzen, wo es technisch möglich sei.



DTV-Geschäftsführer Andreas Schumacher (v. li.), Vizepräsident Henrik Bier und Präsidentin Beate Schäfer beim Jahreskongress in Dresden. Fotos: Julia Merkel Photography



DTV-Präsidentin Beate Schäfer eröffnete den Jahreskongress und forderte mehr Verlässlichkeit von der Politik, insbesondere bei der Energiewende.



In seiner Keynote zeigte Prof. Dr. Volker Quaschning, warum die Energiewende an Bedeutung gewinnt.



Talkrunde zu „Saubere Wäsche ohne fossile Abhängigkeit“ mit Schumacher, Bier und Quaschning.



Gas und Öl ade? Matthias Zelinger (VDMA, v. li.), Martin Greif (Greif Mietwäsche) und Fabian Ahrendts (Fraunhofer IEG).

Wärmepumpen und Strom aus erneuerbaren Quellen könnten Alternativen bieten und zugleich die Abhängigkeit von externen Energielieferanten verringern. Wasserstoff sei dagegen nur dort sinnvoll, wo es keine Alternativen gebe. Denn seine Herstellung verbrauche für denselben Zweck deutlich mehr Strom als die direkte Stromnutzung.

Zum Schluss machte Quaschning Mut, neue Wege zu gehen. Was heute noch unmöglich erscheine, könne durch technische Entwicklungen schon in wenigen Jahren Realität sein. Sein Appell: „Wir müssen Klimaschutz zu unserem Man-on-the-Moon-Projekt machen.“ Dafür brauche es ein gemeinsames Ziel, hinter dem Politik, Wirtschaft und Gesellschaft stehen.

Zwischen Aufbruch und Investitionsrisiko

Wie sich die Energiewende in der betrieblichen Praxis umsetzen lässt, diskutierten anschließend Quaschning, DTV-Geschäftsführer Andreas Schumacher und DTV-Vizepräsident Henrik Bier. Viele Betriebe seien bereit, ihre Energieversorgung umzustellen. Doch bei Netzanschlüssen, Investitionen und politischen Rahmenbedingungen fehle es an Planungssicherheit, fasste Schumacher zusammen.

Hohe Investitionskosten erschwerten besonders mittelständischen Betrieben den Umstieg. Gleichzeitig müssten Netzbetreiber Stromnetze und Anschlüsse schneller ausbauen. Bier berichtete, wie er gemeinsam mit Unternehmen aus seiner Region auf die Kommune zuging und sich in die kommunale Wärme- und Netzplanung einbrachte. Sein Beispiel zeigte: Nicht immer muss der erste Schritt auf Bundesebene erfolgen. Auch vor Ort können Unternehmen ihre Interessen einbringen und gemeinsam Lösungen anstoßen. Quaschnings Botschaft passte dazu: „Einfach mal machen.“ Unternehmer sollten nicht nur auf politische Entscheidungen warten, sondern selbst aktiv werden.

Um die praktische Umsetzung ging es im anschließenden Panel „Abgehängter Mittelstand – Gas und Öl ade?“ mit Matthias Zelinger vom Verband Deutscher Maschinen- und Anlagenbau (VDMA), Martin Greif von Greif Mietwäsche und Fabian Ahrendts vom Fraunhofer IEG.

Solange Strom in Deutschland teurer sei als Gas, bleibe Erdgas für viele Betriebe wirtschaftlich attraktiv. Zudem lasse sich eine über Jahrzehnte auf Gas ausgerichtete Produktion nicht ohne Weiteres umstellen, erklärte Ahrendts. Die Technik für Hochtemperaturwärmepumpen sei zwar vorhanden, berichtete Zelinger. Doch die Investitions- und Inbetriebnahmekosten stünden noch nicht im Verhältnis zum Nutzen. Er warb dafür, dass einzelne Unternehmen als Vorreiter Erfahrungen sammeln, von denen andere Betriebe profitieren könnten. Je mehr Betriebe die Technik einsetzten, desto günstiger ließen sich die Hochtemperaturwärmepumpen produzieren. Martin Greif entgegnete: „Ich bin gerne Pionier, aber nicht, wenn ich zum Schluss pleitegehe.“ Dafür erhielt er Applaus aus dem Publikum.

Goudkuil
Since 1912

GOUDKUIL KAUFT, VERKAUFT UND ÜBERHOLT INDUSTRIELLE WÄSCHEREIMASCHINEN

KANNEGIESSER • JENSEN • LAVATEC

DAS GRÖSSTE ANGEBOT AN GEBRAUCHTEN INDUSTRIELLEN WÄSCHEREIMASCHINEN WELTWEIT

UM UNSERE NEUESTEN ANGEBOTE ZU SEHEN:
WWW.GOUDKUIL.COM



Prof. Dr. Hubert Ertl (BIBB) beleuchtete die Herausforderungen der Fachkräfteentwicklung und -sicherung.



Bei der Paneldiskussion (v. li.): Anja Seidel (Seidel Textilservice), Onur Azcan (GIZ), Dr. Ute Leber (IAB) und Hubert Ertl (BIBB).

DTV-Geschäftsführer Andreas Schumacher kritisierte, dass die Politik bei der Transformation vor allem die Industrie im Blick habe. Regionale Mittelständler, die Arbeitsplätze und Wertschöpfung vor Ort sicherten, fielen dagegen häufig durchs Raster.

Die Experten empfahlen, Energieeffizienz und Abwärmenutzung stärker zu berücksichtigen und Prozesse so zu optimieren, dass der Energiebedarf sinke.

Einsatz für Interessen des Mittelstands

Im ersten Teil der DTV-Insights berichteten Stefan Cislak und Andreas Schumacher über aktuelle Themen aus Technik, Nachhaltigkeit, Regulierung und Normung.

Beim Energieeffizienzgesetz flossen die Forderungen des DTV in den neuen Referentenentwurf ein. Beim Energiewirtschaftsgesetz blieb ein entsprechender Erfolg dagegen aus. Auch auf europäischer Ebene setzt sich der Verband für die Interessen der Branche ein. Bei der erweiterten Herstellerverantwortung (EPR) will er erreichen, dass Anbieter von Textilservice- und Leasingmodellen nicht wie klassische Hersteller behandelt werden und damit nicht dieselben Pflichten erfüllen müssen. Die Anforderungen der EU-Ökodesign-Verordnung müssten zudem auch für kleine und mittlere Unternehmen praktikabel sein, fordert der Verband. Zum geplanten PFAS-Verbot hat der DTV gemeinsam mit GermanFashion, dem Verband Textil+Mode und der ETSA ein Statement an die Bundesregierung verfasst. Am Abend trafen sich die Teilnehmer zum Bordfest auf dem Salonschiff Gräfin Cosel. Wegen des niedrigen Elbpegels musste die geplante Fahrt allerdings ausfallen.

Die Lücke zwischen Angebot und Bedarf

Am zweiten Kongresstag wechselte der Schwerpunkt von Energie und Technik zu Fachkräftegewinnung. Prof. Dr. Hubert Ertl, Forschungsdirektor beim Bundesinstitut für Berufsbildung (BIBB), zeigte in seiner Keynote „Fachkräfteentwicklung und Fachkräftesicherung“, wie weit Arbeitskräfteangebot und -bedarf auseinanderklaffen. Zwischen 2025 und 2029 rücken deutlich weniger junge Menschen ins Berufsleben nach, als Beschäftigte der Babyboomer-Generation ausscheiden. Daraus ergebe sich eine Lücke von rund 440.000 Arbeitskräften. In knapp jeder dritten Berufsgruppe seien Engpässe zu erwarten. Um diese Lücke zu schließen, würden Qualifizierung und Ausbildung zu entscheidenden Faktoren. Auch die Anerkennung ausländischer Abschlüsse und die Nutzung bereits vorhandener Kompetenzen seien wichtig. Künstliche Intelligenz werde die Arbeitswelt zwar verändern, aber nicht einfach flächendeckend Arbeitsplätze vernichten. Vielmehr würden manche Tätigkeiten wegfallen und dafür an anderen Stellen neue entstehen.

Wie Unternehmen mit dem Fachkräftemangel umgehen können, diskutierten danach Ertl, Onur Azcan von der Deutschen Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ), Dr. Ute Leber vom Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung und Anja Seidel von Seidel Textilservice. Leber verwies auf eine paradoxe Situation: Je nach Branche bleiben 30 bis 50 Prozent der Ausbildungsplätze unbesetzt, während rund 80.000 junge Menschen einen Ausbildungsplatz suchen und keinen finden. Angebot und Nachfrage passen häufig nicht zusammen.

Für die Textilpflege kommt ein Imageproblem hinzu. „Unser Beruf ist Liebe auf den zweiten Blick“, sagte Seidel. Viele junge Menschen entschieden sich zunächst gegen die Ausbildung. Wer den Beruf jedoch kennenlerne, entdecke seine Vielseitigkeit. Da sich kaum deutsche Jugendliche für die Ausbildung interessieren, setzt Seidel verstärkt auf junge Menschen aus dem Ausland. Damit die Ausbildung gelinge, müsse der Betrieb mehr leisten, als Fachwissen zu vermitteln. Die jungen Menschen bräuchten Unterstützung bei der Sprache, bei der Integration und im Alltag. Gerade fernab der Heimat werde das Unternehmen für viele zu einem wichtigen Bezugspunkt. „Da steckt viel Liebe drin. Da steckt auch viel Mühe drin“, berichtete Seidel.

Ein Ansatz für die internationale Nachwuchsgewinnung ist das PAM-Projekt, welches Onur Azcan vorstellte. Das Projekt vermittelt junge Menschen aus Jordanien für eine Ausbildung in Deutschland. Der DTV unterstützt Betriebe bei der Vermittlung und ist auch in die Auswahl vor Ort eingebunden. Da das Projekt voraussichtlich 2028 ausläuft, rief der Verband interessierte Betriebe dazu auf, das Angebot noch zu nutzen.

An der Anna-Siemsen-Berufsschule in Hannover waren in diesem Jahr 28 Berufsschüler für Textilreinigung eingeschrieben – eine Entwicklung, die laut Seidel wesentlich auf das PAM-Projekt zurückzuführen ist.

Neben der Akquise ausländischer Auszubildender arbeitet der DTV an weiteren Wegen, um Nachwuchs für die Branche zu gewinnen. Dazu zählen die Teilqualifizierung, ein dualer Studiengang und der Meisterkurs. Für die Teilqualifizierung entwickele der Verband derzeit Lehrmaterialien und suche Do-

zenten sowie geeignete Schulungsorte, berichteten Theresa Maria Müll und Daniel Dalkowski im zweiten Teil der DTV-Insights.

Mit dem geplanten dualen Studiengang an der Dualen Hochschule Baden-Württemberg (DHBW) will der Verband Abiturienten und Studierende als zusätzliche Zielgruppe erschließen. Dafür sucht er noch Dozenten aus der Branche und weitere Ausbildungsbetriebe. Auch ohne Abitur ist ein Studium möglich, wenn eine entsprechende berufliche Qualifikation vorliegt.

Employer Branding: „Endlich Montag“

Wie Betriebe ihre Stärken sichtbar machen können, zeigten zum Abschluss Jessica Mader von DBL Steyer und Anett Dunger von der Mobilen Haus-Krankenpflege Köber mit Praxisbeispielen zum Employer Branding.

Mader stellte die Kampagne „Endlich Montag“ vor. Ausgangspunkt waren das schwierige Image der Branche und Kündigungen neuer Beschäftigter bereits während der Probezeit. Der Betrieb wollte deshalb zeigen, was die Arbeit aus Sicht der eigenen Mitarbeiter attraktiv macht. Daraus entstand eine Kampagne, die Einblicke in den Arbeitsalltag gibt und Bewerbern ein realistisches Bild vom Betrieb vermittelt.

Von der Planung bis zur fertigen Kampagne dauerte es rund sechs Monate. Für Dreh und Schnitt fielen Kosten von etwa 30.000 Euro an. Zusätzlich führte DBL Steyer ein Buddy-Programm ein. Neue Beschäftigte erhalten einen erfahrenen Kollegen als Ansprechpartner, der nicht ihr direkter Vorgesetzter ist. Der Buddy begleitet sie während der Probezeit, beantwortet Fragen und hilft ihnen, sich im Betrieb zurechtzufinden. Laut Mader verbesserten sich sowohl die Qualität als auch die Quantität der Bewerbungen. Der Betrieb habe an Sichtbarkeit gewonnen und Bewerber wüssten besser, was sie erwartet.



Jessica Mader von DBL Steyer stellte die Kampagne „Endlich Montag“ vor.

Entscheidend sei jedoch, dass die Kommunikation authentisch bleibe und das Unternehmen die Versprechen einer Arbeitgeberkampagne auch einlöse. Employer Branding dürfe nicht am Werkstor enden.

Der Kongress in Dresden lieferte keinen fertigen Masterplan. Er zeigte jedoch, wo Unternehmen ansetzen können: beim Energieverbrauch, bei der Beteiligung an kommunalen Planungen, bei internationalen Ausbildungsprojekten und bei einer glaubwürdigen Arbeitgebermarke. Jetzt kommt es darauf an, diese Möglichkeiten zu nutzen.

Bettina Schmid
dtv-deutschland.org

Save the Date: Jahreskongress 2027

Der nächste DTV-Jahreskongress findet am 8. und 9. September 2027 in Düsseldorf statt.

MKR
cleaning systems for liquids
WASSER NEU DENKEN STATT ENTSORGEN!


Kreislaufführung und intelligente Wasseraufbereitung für wirtschaftliche Waschprozesse
MKR Metzger GmbH
Recyclingsysteme
Rappenfeldstraße 4
D-86653 Monheim
mkr-metzger.de
MADE IN GERMANY