



Infotag und Workshop zum Thema Nachhaltigkeit am 30.06.2015 in Aschheim

Wie bereits der Infotag **CSR & Nachhaltigkeit** im Februar dieses Jahres, spiegelte auch die hohe Teilnehmerzahl am **30.06.2015** das starke Interesse der Branche sowie den hohen Informationsbedarf zu diesem Thema wider.

Ziel der Veranstaltung war es unter anderem die Teilnehmer über das Projekt mit der **hessnatur Stiftung und CSI Ltd.** unter der **Schirmherrschaft des DTB** und der zentralen Fragestellung:

„Wie können (DTB) Unternehmen ihre Nachhaltigkeitsziele erreichen?“

- Analyse, Konzeption, Möglichkeiten und Wege.

zu informieren und gemeinsam die Herausforderungen zu erarbeiten.

Die Veranstaltung teilte sich in zwei Abschnitte.

Im ersten und theoretischen Teil des Tages gab es höchst interessante und informative Vorträge.

Berndt Hinzmann – INKOTA

Im ersten Vortrag ging Herr Hinzmann auf die Frage ein, wie die Gesellschaft zum Thema Nachhaltigkeit steht und welche Erwartungen die Gesellschaft bzw. verschiedene Stakeholder an die Textilbranche haben. Er bezeichnet die Zivilgesellschaft als kritische Anspruchsgruppe. Die Unglücke wie Rana Plaza oder Ali Enterprise haben die Gesellschaft wachgerüttelt. Wer sich mit dem Thema der Nachhaltigkeit auseinandersetzt, darf den Begriff der Menschenrechte nicht vernachlässigen. Diese müssen entlang der gesamten Wertschöpfungskette gewahrt werden. Die Missstände heutzutage sind zwar bekannt, jedoch haben die bestehenden Systeme Mängel.

Um nachhaltig etwas zu verändern, muss ein sog. „Level Playing Field“, also verbindliche Regeln geschaffen werden (Multi-Stakeholder-Ansatz). Positive Beispiele für bestehende „Level Playing Fields“ sind das Abkommen für Brandschutz & Gebäudesicherheit in Bangladesch, der Entschädigungsfond für das Rana Plaza oder auch das Bündnis für nachhaltige Textilien. Die Punkte des Textilbündnis´ sind zwar große Herausforderungen, aber eine gute Basis um Synergien zu schaffen. Wichtig ist, dass darüber berichtet wird und zwar so, dass die Berichterstattung wirkungsorientiert ist. Nur so kann es gelingen eine transparente Kommunikation für den Verbraucher zu gewährleisten und das Bündnis als Ganzes zu erreichen. Als wichtige Kriterien für eine MSI (Multi-Stakeholder-Initiative) wurden 5 Begriffe genannt:

Governance – Verhaltenskodex – Umsetzung – Monitoring – Reporting

Herr Hinzmann beendete seinen Vortrag mit dem Satz „Es ist notwendig mit eigenem Engagement vorzugehen und andere mitzuziehen“



Karl Borgschulze – Consulting Service International Ltd.

In seinem Vortrag zeigte Herr Borgschulze den notwendigen Paradigmenwechsel in der Textilbranche sowie die Herausforderungen der Unternehmen auf.

Diese werden mit neuen Herausforderungen wie sich schnell verändernde Mode- und Entwicklungszyklen, neue Vertriebswege, hohe Anforderungen an den Umwelt- und Sozialbereich sowie einen erheblichen Preis- und Finanzdruck, konfrontiert.

Für Herrn Borgschulze besteht der Paradigmenwechsel darin, es heute damit zu tun zu haben, Anforderungsprofile entlang der Beschaffungskette zu managen. Um mit diesen Anforderungen umgehen zu können, muss ein 5-stufiger Prozess eingehalten werden:

Herstellung von Transparenz, Definition der Anforderungen, Monitoring, Qualifikation und Dokumentation.

Eine Transparenz über die eigene Produktion ist zukünftig Voraussetzung für jegliche Beschaffungswege. Wem hierbei etwas gehört, spielt für die Zuordnung der Verantwortung keine Rolle. Bei der Definition der Anforderungen sei es besonders wichtig, intern im Unternehmen zu eruieren „Was kann mein Unternehmen leisten und was möchte mein Unternehmen leisten“. Eine große Rolle im gesamten Prozess spielt vor allem der Dialog. Auch kontroverse Diskussionen sind notwendig, um gemeinsam mit der gesamten Beschaffungskette an den Zielen zu arbeiten. Der Dialog sollte vor allem auch in und mit den Ländern, in denen produziert wird, geführt werden. Im Gesamten ist es notwendig, um diese komplizierten und komplexen Anforderungen zu bewältigen, mit viel mehr involvierten Akteuren zu kommunizieren und zusammenarbeiten.

Rolf Heimann – hessnatur Stiftung

Das Textilbündnis wurde bereits vor seiner Gründung am 16.10.2014 kontrovers diskutiert und schaffte bei vielen Unternehmen Unsicherheiten über die Anforderungen und deren Bewältigung. Herr Heimann stellte das Bündnis für nachhaltige Textilien intensiv und ausführlich dar. Hierbei ging er auf die einzelnen Strategieelemente wie die Standards, Rahmenbedingungen und transparente Kommunikation sowie die Governancestrukturen ein. Dabei stellte Herr Heimann insbesondere den Prozesscharakter des Bündnisses heraus und betonte, dass solche Organisationen und Strukturen immer Zeit für Entwicklung und Revision benötigen.

Im Zuge dessen präsentierte Herr Heimann die hessnatur Stiftung. Diese wurde gegründet, um den Gedanken des nachhaltigen Wirtschaftens in eine breitere gesellschaftliche Öffentlichkeit zu bringen.

Der Stiftungszweck der operativen Stiftung wird definiert als: Forschung und Entwicklung angewandter Nachhaltigkeit.

Die Stiftung verfügt über Expertise in den Bereichen Textilökologie, Sozialstandards und den zur Umsetzung erforderlichen Managementsystemen.

Das große Interesse und Frageaufgebot der Veranstaltungsteilnehmer an der Thematik des Textilbündnisses sowie die Tatsache dass einige Unternehmen nicht an der Veranstaltung teilnehmen konnten, veranlasste den **DTB und die hessnatur Stiftung** dazu, ein entsprechendes **Webinar am 24.07.2015** anzubieten.

In diesem wird über die detaillierten Ziele und Anforderungen des Bündnisses und den Status quo der Arbeitsgruppen informiert sowie Raum für Fragen zu dieser komplexen Thematik geboten.

Prof. Patrick Kugler – HAW Hamburg

Als Einführung stellte Prof. Kugler in seinem Vortrag Prof. Kugler den Begriff des textilen Kreislaufs dar. Während die textile Kette mit der Entsorgung endet, grenzt sich der Kreislauf durch den Punkt des „Recyclings“ deutlich von einer Kette ab.

In seiner praxisnahen Präsentation ging Prof. Kugler auf die Transparenz in der Supply Chain anhand von einigen Best Practice Beispielen ein. So zeigte er welche Unternehmen (u.a. Patagonia, Nudie Jeans, G-Star oder auch H&M) bereits Schritte in eine transparente Lieferkette und somit in eine transparente Kommunikation für den Endkunden getan haben. Während seines Vortrags besuchte er die Internetseiten der einzelnen Anbieter, um dem Auditorium die einzelnen Unternehmungen und verschiedenen Darstellungen zu zeigen. Bei Nudie Jeans kann der Endverbraucher z. B. mittels einer „total production in value“ map für die einzelnen Produktgruppen herausfiltern, wie viel Prozent des Produktes wo produziert wurde oder den einzelnen Produktionsbetrieb selektieren. H&M versucht z. B. durch die Auflistung seiner Lieferanten mehr Transparenz zu schaffen.

Als Ausblick auf Möglichkeiten zur Schaffung von Produkttransparenz lässt Prof. Kugler den Satz „Storytelling eines textilen Produkts mittels QR Code“ fallen.

Ergebnisse der Arbeitsgruppen

Im Anschluss wurden die Teilnehmer in 4 Gruppen eingeteilt. Diese hatten zur gemeinsamen Aufgabe, herauszuarbeiten, **Welche Herausforderungen die Unternehmen sehen?** Abgleich der IST-Situation mit den zu erwartenden Anforderungen des Bündnis' für nachhaltige Textilien.

Anschließend wurden die Ergebnisse der Gruppen durch einen Gruppensprecher präsentiert. Trotz der unterschiedlichen Zusammensetzung der einzelnen Gruppen (Textiler, Bekleider, Dienstleister), kristallisierten sich dennoch viele gemeinsame Nenner heraus:

Besonders stach der Wunsch und Bedarf nach Zusammenarbeit und Partnerschaft der einzelnen Stakeholder hervor. Ebenso wichtig war es für die Gruppen, mehr Transparenz und Verständnis sowohl intern im Unternehmen als auch gegenüber der Öffentlichkeit zu schaffen. Eine große Herausforderung stellt u. a. die klare Definition aller Anforderungen, unter Berücksichtigung der Individualität der einzelnen Unternehmen sowie der Praxistauglichkeit / Wirtschaftlichkeit dar. Ebenso wurde der Wunsch bzw. die Notwendigkeit der Unterstützung durch die Politik, vor allem auch in den einzelnen Produktionsländern geäußert. Hier stelle neben den abweichenden Produktionsbedingungen auch die kulturellen Unterschiede eine große Herausforderung dar.

Ein weiterer Aspekt, der in den einzelnen Präsentationen wiederholt fiel, war der des Marketings. Der Satz „Tue Gutes und rede darüber“ sollte von vielen Unternehmen mehr umgesetzt werden. Denn viele machen bereits zahlreiche Unternehmungen im Nachhaltigkeitsbereich, aber sprechen nicht darüber. Hierbei wurde auch betont, dass nicht nur die externe Kommunikation sondern auch die interne Kommunikation im eigenen Unternehmen von großer Wichtigkeit ist.

Oft fehle es auch an der Honorierung durch die Gesellschaft, denn wer nachhaltig arbeitet, sollte auch honoriert werden.

Vorstellung des Konzepts des Verbundprojekts / Erläuterung von Fördermöglichkeiten – Rolf Heimann

Um die Unternehmen bei diesen Herausforderungen zu unterstützen und auf dem Weg hin zur Erreichung der Anforderung des Bündnis' für nachhaltige Textilien zu begleiten, hat der **DTB** gemeinsam mit der **hessnatur Stiftung** und **CSI Consulting**, ein Projekt ins Leben gerufen, welches genau hier angreift.

Die Ziele des Projekts sind:

1. Einführung von umfassenden Qualifizierungssystemen zur Implementierung der Richtlinien des Bündnisses für nachhaltige Textilien für Produzenten in Asien
2. Verbesserung der Transparenz und Kommunikation entlang der textilen Lieferkette
3. Verbesserung der Umwelt- und Arbeitsbedingungen der Partner in den Produktionsländern

Der Regierung ist bewusst, dass der Weg hin zur Erreichung dieser Ziele auch mit vielen finanziellen Aufwendungen verbunden ist. Hierzu werden über sogenannte PPP Projekte (Public Private Partnership) finanzielle Fördermittel angeboten.

Die hessnatur Stiftung und CSI Hongkong werden aufgrund ihrer Erfahrung den Antrag & die Durchführung des PPP vorbereiten, moderieren und inhaltlich unterstützen.

Da jedes Unternehmen individuell betrachtet werden muss, bietet der DTB gemeinsam mit der hessnatur Stiftung bzw. CSI Hongkong persönliche Gesprächstermine für eine individuelle Beratung an.