

Ökologisch optimierte Textilien am Beispiel von Baumwolle

1. MÖGLICHE UMWELTBELASTUNGEN DURCH TEXTILIEN	2
1.1 Die Produktionskette eines Textils („textile Kette“)	2
1.2 Umweltbelastungen bei der Herstellung von Textilien am Beispiel von Baumwolle	3
Anbau	4
Ernte	5
Weiterverarbeitung	5
1.3 Umweltbelastungen bei der Nutzung der Textilien	5
Humanökologie	6
2. DIE UMWELTPOLITIK VON OTTO	7
2.1 Das Umweltmanagementsystem von OTTO	7
2.2 Bisherige Erfolge der Umweltpolitik	10
Sortiment:	10
Transport und Verkehr:	10
Papier und Verpackungen:	11
Standorte:	11
3. ÖKOLOGISCHE OPTIMIERUNG VON TEXTILIEN	12
3.1 Die Stufenstrategie zur ökologischen Optimierung	12
Basis bzw. erste Optimierungsstufe:	12
Zweite Optimierungsstufe:	12
Dritte Optimierungsstufe:	13
3.2 „PURE WEAR“: Baumwolle aus kontrolliert biologischem Anbau	13
3.3 Das Projekt „Cotton made in Africa“	14
4. AUSBLICK: KONSUMVERHALTEN UND BEWUSSTSEINSWANDEL	15
5. WEITERFÜHRENDE LINKS UND LITERATUR	16
5.1 Links	16
Allgemeine Links zu Ökologie und Nachhaltigkeit:	16
Institutionen	16
Umweltorganisationen	17
5.2 Literatur	17
6. KONTAKT	18

Herzlich willkommen

auf den Seiten des Hamburger Bildungsserver zum Thema „Ökologisch optimierte Textilien“! Dieses Internetangebot wird Ihnen von der Otto GmbH & Co KG (nachfolgend OTTO) zur Verfügung gestellt. Hier erfahren Sie, welche Umweltbelastungen in der Produktionskette eines Textils entstehen können und welche Möglichkeiten bestehen, mit diesen Problemen umzugehen: von der Rohstoffgewinnung über die Herstellung und Verarbeitung bis hin zu der Frage, was jeder einzelne tun kann. Verschiedene Abbildungen und Tabellen ergänzen den Text. Alle Materialien dürfen selbstverständlich im Schulunterricht verwendet werden.

Wir wünschen Ihnen viel Spaß beim Lesen!



1. Mögliche Umweltbelastungen durch Textilien

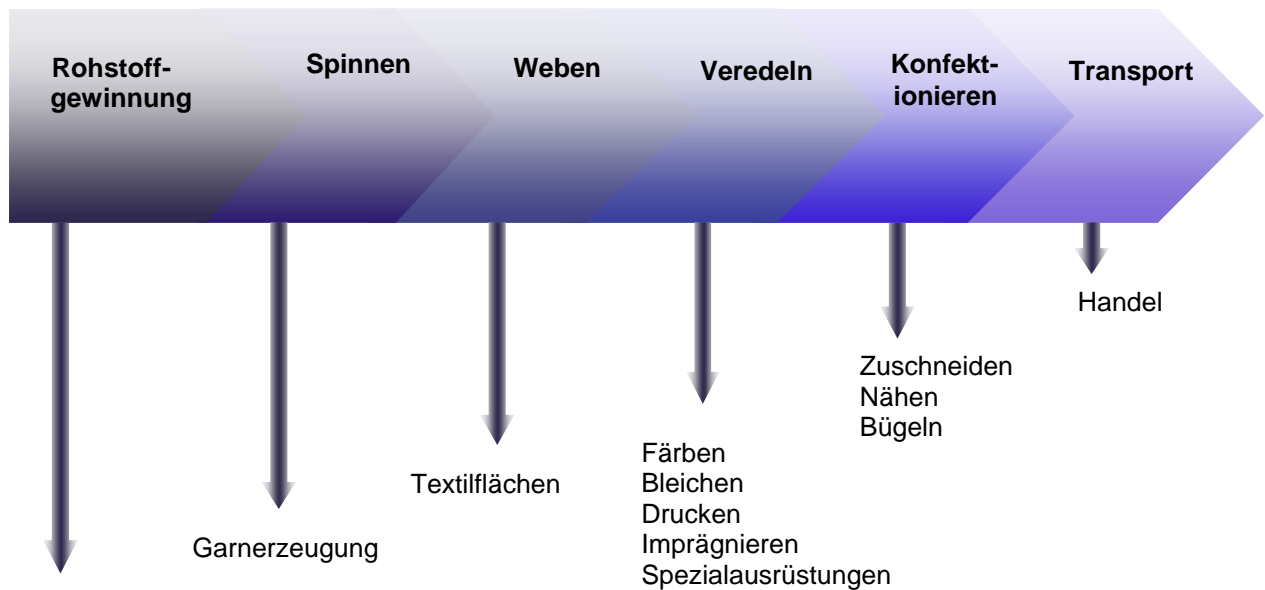
Mit dem wachsenden Umweltbewusstsein in der Bevölkerung rückte zu Beginn der 90er Jahre des letzten Jahrhunderts auch die Frage nach der Umweltfreundlichkeit von Textilien verstärkt in den Blickpunkt der Öffentlichkeit. Vor allem das Thema „Schadstoffe in der Kleidung“ wurde in den Medien aufgegriffen. Berichte über hautreizende bzw. umweltschädliche Substanzen, die während der Produktion in die Textilien selbst und andererseits auch in die Umwelt gelangen, haben die Bevölkerung sensibilisiert. In den nächsten Abschnitten stellen wir Ihnen im Detail vor, welche produktions-, human- und gebrauchsökologischen Auswirkungen den Lebenszyklus von Textilien begleiten können.

1.1 Die Produktionskette eines Textils („textile Kette“)

Alle umweltrelevanten Auswirkungen während des Herstellungsprozesses von Textilien werden unter dem Begriff der Produktionsökologie zusammengefasst. Die Produktionskette eines Textils - Fachleute sprechen von der „textilen Kette“ - beginnt bereits bei der Gewinnung der Rohstoffe und endet erst, wenn der Verbraucher die Textilie in den Händen hält.

- Textile Rohstoffe sind *Naturfasern* wie beispielsweise Baumwolle, Wolle, Seide oder Flachs und *Kunstfasern* wie Polyacryl, Polyamid oder Polyester.
- In der ersten Stufe des Produktionsprozesses werden diese Materialien zu Garn versponnen.
- Das Garn wird anschließend weiterverarbeitet zu so genannten „textilen Flächen“, d. h. es werden Stoffe daraus hergestellt.
- In einer weiteren Prozessstufe werden die Stoffe den Verbraucherwünschen entsprechend optisch gestaltet und mit bestimmten „Ausrüstungen“ versehen. Die Stoffe können z. B. je nach gewünschtem Endprodukt gebleicht, gefärbt oder bedruckt und zudem mit den Extras „bügelleicht“ oder „schwer entflammbar“ versehen werden. Diesen Prozess bezeichnet man allgemein als „Veredelung“.
- Damit ist der Produktionsprozess aber noch nicht abgeschlossen. Die Stoffe werden im letzten Schritt noch konfektioniert, also zugeschnitten, genäht und gebügelt, bevor sie verkaufsfertig sind und nach entsprechender Verpackung zum Kunden transportiert werden können.

Die folgende Grafik veranschaulicht die „textile Kette“.



Naturfasern (pflanzlich und tierisch)
Chemiefasern (organisch und anorganisch)



Die Textilindustrie ist gekennzeichnet durch eine sehr arbeitsintensive Produktion mit einfachen Technologien. In der „textilen Kette“ kann es dabei an verschiedenen Stellen zu Umweltbelastungen kommen: Bei der Rohstoffgewinnung sind dies vor allem der Einsatz chemischer Düngemittel und Pestizide, der Anbau in Form von Monokulturen sowie ein hoher Wasser-, Ressourcen- und Energieverbrauch. Auch der Herstellungsprozess kann Auswirkungen auf die Umwelt haben, etwa durch Energieverbrauch, Chemikalieneinsatz, Wasserverbrauch sowie der Erzeugung von Abwässern. Durch den Transport des Textils entstehen schließlich klimarelevante Austräge wie beispielsweise gasförmige Schadstoffemissionen von Flug- und Fahrzeugen.

1.2 Umweltbelastungen bei der Herstellung von Textilien am Beispiel von Baumwolle

Baumwolle ist eine der wichtigsten Kulturpflanzen der Welt und heute eine der wichtigsten Fasern für die weltweite Textilproduktion. Sie gehört zur Gattung der Malvengewächse. Der Strauch kann bis zu 6 m hoch werden und blüht meist in weiß, gelb oder rosa; die Faser wird aus den Samenkapseln, die reif wie kleine Wattebausche aussehen, geerntet. Die Pflanze gedeiht in warmem, gemäßigttem Klima und wächst in rund 70 Ländern in tropischen und subtropischen Gebieten auf insgesamt rund 33 Mio. ha Ackerfläche - das entspricht in etwa der Fläche Deutschlands. Diese Gebiete liegen im sogenannten „Baumwollgürtel“, der vom 36. Breitengrad Süd und vom 43. Breitengrad Nord begrenzt wird.

Die nachstehenden Tabellen verdeutlichen die zunehmende Bedeutung der Baumwolle über die letzten Jahrhunderte und Jahrzehnte:

Textilnutzung in den vergangenen 200 Jahren				
	Wolle	Flachs/Leinen	Baumwolle	Chemiefasern
1780	78%	18%	4%	-
1900	20%	6%	74%	-
1991	5%	-	47%*	48%

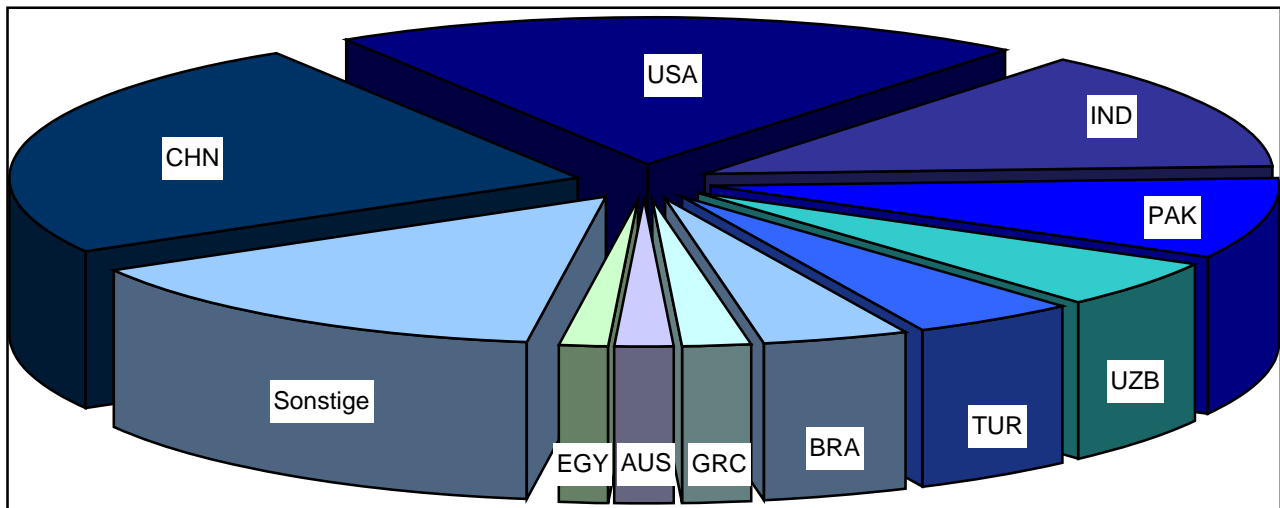
* in Deutschland deutlich über 50%, Quelle: [Reller/Gerstenberg](#) (1997), S. 38.

Prognose der weltweiten Faserproduktion

	Chemiefasern	Wolle	Baumwolle	Gesamtmenge
1950	17,0%	11,7%	71,3%	9,4 Mio t
1993	51,5%	4,2%	44,3%	37,7 Mio t
2000	56,3%	3,7%	40,0%	47,5 Mio t
2025	61,0%	2,8%	36,2%	72,3 Mio t
2025*	74,0%	1,0%	25,0%	120 Mio t

*Alternativszenario, Quelle: [Hasselmann](#) (1996), S. 71.

Welt-Baumwollerzeugung Saison 2002/2003 (Quelle: ICAC)



■ V.R. China: 24,5%	■ USA: 19,7%	■ Indien: 13,2%	■ Pakistan: 8,9%
■ Usbekistan: 5,4%	■ Türkei: 4,7%	■ Brasilien: 4,1%	■ Griechenland: 1,8%
■ Australien: 1,7%	■ Ägypten: 1,4%	■ Sonstige: 14,5%	

Im folgenden werden die Umweltbelastungen, die in der Produktionskette eines herkömmlich hergestellten Baumwolltextils („konventioneller Anbau“) entstehen können, an den drei Phasen Anbau, Ernte und Weiterverarbeitung aufgezeigt.

Anbau

Da der globale Baumwollbedarf ständig steigt, wird versucht, die Erträge aus dem Baumwollanbau durch verschiedene Eingriffe maximal zu erhöhen. Entsprechend werden die Stauden in Monokultur unter großem Einsatz von Wasser, Düngemitteln und Pestiziden gehalten.

- Bereits das Saatgut ist gegen Pilz- und Bakterienbefall chemisch behandelt.

- Der Wasserbedarf ist sehr hoch: Ein Kilogramm Baumwolle benötigt bis zur Ernte je nach Anbaumethode und -region zwischen 7.000 und 30.000 Liter Trinkwasser. So hat der Wasserbedarf der großflächigen Baumwollfelder in der ehemaligen Sowjetunion beispielsweise zur Austrocknung des Aralsees bis auf ein Drittel seiner ursprünglichen Größe (von 1960 bis heute) geführt.
- Durch den Anbau in Monokulturen sind die Baumwollsträucher sehr empfindlich gegenüber Schädlingen, weshalb bis zu 9 kg reiner Wirkstoff pro ha und Jahr an Agrochemikalien auf die Felder ausgebracht werden. Im Aralsee-Gebiet führte dies dazu, dass sich rings um den See ein Wüstenstreifen bilden konnte, überzogen mit einem weißen Belag aus Pestizidrückständen und Salzen.
- Hinzu kommt, dass die auf den Baumwollfeldern eingesetzten Chemikalien mangels angemessener Abwasserklärung ins Trinkwasser gelangen, wodurch die Gesundheit der Menschen in der Region belastet wird.

Ernte

Um die Ernte effektiv zu gestalten, werden großvolumige Pflückmaschinen eingesetzt. Die Ernte erfolgt damit wesentlich schneller und billiger als die traditionelle Ernte per Hand. Damit aber die Maschinen rationell arbeiten können, müssen alle Kapseln der Baumwollsträucher gleichzeitig reifen und die Pflanzen dürfen keine Blätter tragen. Dies wird mit Hilfe pflanzlicher Hormone und durch Ausbringung von Entlaubungsmitteln auf die Sträucher erreicht.

Weiterverarbeitung

Nach der Ernte muss die Baumwolle zunächst entkörnt, gereinigt und zu Garn versponnen werden. In den anschließenden Stufen der Weiterverarbeitung kommt sie u.a. mit zahlreichen chemischen Hilfsstoffen in Berührung.

- In der Weberei überzieht man die Garne zunächst mit einem elastischen Film, der sogenannten „Schlichte“, damit die Webmaschinen mit höheren Drehzahlen laufen können. Bei Baumwolle besteht die Schlichte häufig aus Kartoffelstärke, einem vergleichsweise umweltverträglichen Stoff. Insgesamt verbrauchen jedoch allein die Webereien in Deutschland ca. 25.000 t Schlichte pro Jahr, die nach dem energieaufwendigen Webprozess wieder aus den Stoffen herausgewaschen werden müssen.
- Insgesamt dürfen laut dem deutschen Textilhilfsmittelkatalog rund 6.500 verschiedene Substanzen bei der Baumwollverarbeitung eingesetzt werden, die meisten davon im Veredelungsprozess. Sie sollen zumeist den Gebrauchswert der Textilien erhöhen, z. B. indem sie für brillantere Farben, Knitterfreiheit oder Schutz vor dem Einlaufen sorgen. Viele von diesen Stoffen belasten das Abwasser.
- Auch bei der Konfektionierung treten noch Umweltbelastungen auf. So werden in dieser Produktionsstufe allein in Deutschland jährlich viele Millionen Kleiderbügel und Tausende von Tonnen an Folie verbraucht. Hinzu kommen Zuschnitt- und Energieverluste.

1.3 Umweltbelastungen bei der Nutzung der Textilien

Die Umweltbelastungen beim Umgang des Menschen mit den fertigen Textilien konzentrieren sich auf zwei Aspekte:

- einerseits auf mögliche Gesundheitsgefahren durch den Kontakt von Textilien mit der Haut - dieser Aspekt wird als „Humanökologie“ bezeichnet;
- andererseits auf Umweltbelastungen, die durch das Waschen und Pflegen von Textilien entstehen. Diese werden unter den Begriff „Gebrauchsökologie“ gefasst.

Humanökologie

Generell bedingen die Prozessstufen „Herstellung der Fasern“ sowie vor allem die „Textilveredelung“ den Schadstoffgehalt eines Textils und damit die möglichen Gesundheitsbeeinträchtigungen und Umweltbelastungen. Zwar werden die enthaltenen Substanzen zum Teil im Produktionsprozess noch ausgewaschen, jedoch können sie in manchen Fällen auch nach längerer Gebrauchsdauer und mehreren Waschvorgängen noch negative Auswirkungen entfalten. Dies ist insbesondere für die steigende Zahl von Allergikern ein Problem. Sie sind besonders leicht von Hautreizungen betroffen, die von verschiedenen in Textilien enthaltenen Stoffen hervorgerufen werden können. Die Gefahr von Hautreaktionen ist allerdings um so geringer, je hautferner ein Textil getragen wird. Und umgekehrt: Bei hautnah getragenen Textilien wie Unterwäsche, Unterhemden oder Strümpfen ist die Schadstoffbelastung am problematischsten.

Mögliche Textilunverträglichkeiten können jedoch unterschiedliche Gründe haben und sind nicht immer zwangsläufig auf Schadstoffe zurückzuführen:

- Hautirritationen durch physikalische Ursachen, Ekzembildung durch Reibung von zu eng anliegender Kleidung sowie durch Wärme- und Feuchtigkeitsstau (bekannt als „Sumpfklima“ oder „Wolle-Intoleranz“)
- Intoleranz-Phänomen: seltene Reaktionen mit allergieähnlichen Symptomen („Pseudo-Allergien“ wie z.B. das durch Textilien verursachte Nesselfieber)
- Konstitutionelle Besonderheiten und Allergien, vererbte und erworbene Überempfindlichkeiten gegenüber den in Textilien enthaltenen Stoffen
- Chemisch-toxische Reizwirkungen, Gesundheitsbelastungen bei der Be- und Verarbeitung in der Produktion von Textilien durch Schadstoffkonzentrationen am Arbeitsplatz

Die Verbesserung von Textilien unter humanökologischen Gesichtspunkten wird durch die hohe Arbeitsteilung in der Textilindustrie erschwert.

- Da die einzelnen Produktionsstufen in der Regel an verschiedenen Orten in mehreren selbständigen Betrieben durchgeführt werden, ist es nur sehr schwer nachzuvollziehen, mit welchen chemischen Hilfsmitteln ein Textil im Verlauf der Produktionskette in Kontakt kommt und ob hieraus eine Gefahr für die Gesundheit entstehen kann.
- Teilweise werden die verwendeten Rezepturen auch als Betriebsgeheimnis behandelt, gerade wenn es sich um nicht-patentierbare Verfahren handelt.
- Zudem ist ein vollständiger Verzicht auf Chemikalien in Textilien schwer möglich, zumindest, wenn die gewohnten optischen und physikalischen Eigenschaften, die der Kunde schätzt und auf die er nicht verzichten möchte, erhalten bleiben sollen.

Durch die Festlegung von strengen Grenzwerten, die dem Stand der Wissenschaft entsprechen, können jedoch sowohl die bekannten Gebrauchseigenschaften erhalten bleiben als auch humanökologische Aspekte erfüllt werden (s. Kap. 3).

Gebrauchsökologie

Ein nicht unerheblicher Teil der negativen Umweltauswirkungen eines Textils entsteht aber auch während seines Gebrauchs - durch die Art der Wäsche und Pflege. Während der Verbraucher praktisch keinen Einfluss auf die in den Textilien enthaltenen Schadstoffe und somit auf die humanökologischen Effekte besitzt, so kann er im Bereich der Gebrauchsökologie selbst einen wesentlichen Beitrag zur Minimierung von Umweltbelastungen leisten. Entscheidend sind dabei die Aspekte „Nutzungsdauer einer Textilie“ und „Waschverhalten“.

In der Regel ist die Verwendungsdauer von Textilien deutlich geringer als deren tatsächliche Haltbarkeit. Auch zu häufiges Waschen und ein übermäßiger Einsatz von Waschmitteln belasten die Umwelt. Ein Ansatzpunkt stellt die Auswahl des Waschmittels dar, bei der es zahl-

reiche Alternativen gibt: So macht z.B. Essig die Wäsche weich, schont die Umwelt und wirkt darüber hinaus vorbeugend gegen Schimmel, Fettflecken und üble Gerüche. Gallseife eignet sich hervorragend zur Fleckentfernung. Bei Waschmittel-Baukastensystemen können je nach Verschmutzung und Wasserhärte die Einzelkomponenten individuell zusammengestellt werden. Bei Textilien aus Wolle und Seide genügt dagegen oft schon ein Bad an der frischen Luft anstelle einer Wäsche. Dadurch regenerieren sich die tierischen Eiweißfasern und das Textil behält seine Schönheit. Nicht zuletzt sollte die Waschmaschine energieeffizient und wassersparend sein. Durch derartige Maßnahmen kann also der Benutzer eines Textils kontinuierlich seinen Beitrag zur Schonung der Ressourcen leisten.

2. Die Umweltpolitik von OTTO

Welche Mittel und Wege gibt es, die negativen Umweltauswirkungen, die bei der Herstellung von Textilien entstehen können, zu minimieren? Welcher Akteur hat welche Möglichkeiten der Einflussnahme? Am Beispiel von OTTO sei der Handlungsspielraum aufgezeigt, den ein deutscher Textilhändler im Zeitalter der Globalisierung in diesem Prozess besitzt.

OTTO kann als international agierendes Handelsunternehmen einen wichtigen Beitrag zu mehr Umweltverträglichkeit in der Produktion und mehr Umweltbewusstsein auf der Kundenseite leisten, da das Unternehmen als Mittler zwischen Herstellern und Konsumenten mit beiden Seiten in intensivem Kontakt steht. Durch die Auftragsvergabe zur Herstellung von Konsum- und Gebrauchsgütern auf den internationalen Märkten, aber auch durch den Transport der Ware und die Herstellung der Kataloge, Werbemittel und Verpackungen steht OTTO in der Verantwortung gegenüber Umwelt und Gesellschaft. Zudem entstehen durch den Wasser- und Energieverbrauch oder durch Abfälle an den verschiedenen Unternehmensstandorten auch eigene, direkte Umweltauswirkungen.

2.1 Das Umweltmanagementsystem von OTTO

Ökonomie und Ökologie bilden in den Augen von OTTO nicht zwangsläufig einen Gegensatz. Deshalb entwickelte das Unternehmen schon früh Ansätze, beide Aspekte miteinander zu verbinden. Es gilt die Devise: Im Prinzip soll sich jeder Mitarbeiter als „Umweltbeauftragter“ verstehen, und die Belange der Umwelt müssen in allen Entscheidungen mitberücksichtigt werden. Diesen Grundsatz im Alltag zu praktizieren, ist in einem Großunternehmen kein leichtes Unterfangen. Es war deshalb eine große Herausforderung, den Umweltschutz gleichberechtigt neben den betriebswirtschaftlichen Zielen in die Unternehmenspolitik einzubinden. Bereits 1986 wurde der Umweltschutz als eigenes Unternehmensziel festgeschrieben. 1989 wurde der interne Schriftverkehr auf Recyclingpapier umgestellt, 1990 wurde die Stabsstelle „Umweltkoordination“ mit direkter Anbindung an den Vorstandsvorsitzenden Dr. Michael Otto gegründet, der im selben Jahr in einem Schreiben an alle Lieferanten die Umweltverträglichkeit zu einem ausdrücklichen Einkaufskriterium erklärte. 1992 entwickelte OTTO eine Öko-Textil-Materialanforderung analog dem Standard Öko-Tex 100. Außerdem folgten weitere Einzelmaßnahmen wie beispielsweise die Installation einer Regenwasserrückgewinnungsanlage am Standort Hamburg-Bramfeld oder das Angebot günstiger Bus- und Bahn-Abonnements für die Mitarbeiter.

1995 schließlich entschied sich OTTO, den steigenden Herausforderungen des Umweltschutzes mit einem „Umweltmanagementsystem“ (UMS) zu begegnen, das auf den Vorgaben der EG-Öko-Audit-Verordnung basiert. Da mit Hilfe dieses Systems Umweltbelastungen jeder Art reduziert werden sollen, wurde zunächst analysiert, wo und wie in dem Handelsunternehmen Umweltbelastungen verursacht werden. Als Ergebnis dieser Analyse wurden die Einkaufsbereiche Textilien und Hartwaren, die Logistikbereiche Transport, Verkehr und Verpackungen sowie die Katalog- und Werbemittelherstellung am Verwaltungsstandort Hamburg als „Funktionsbereiche mit Umweltauswirkungen“ identifiziert.

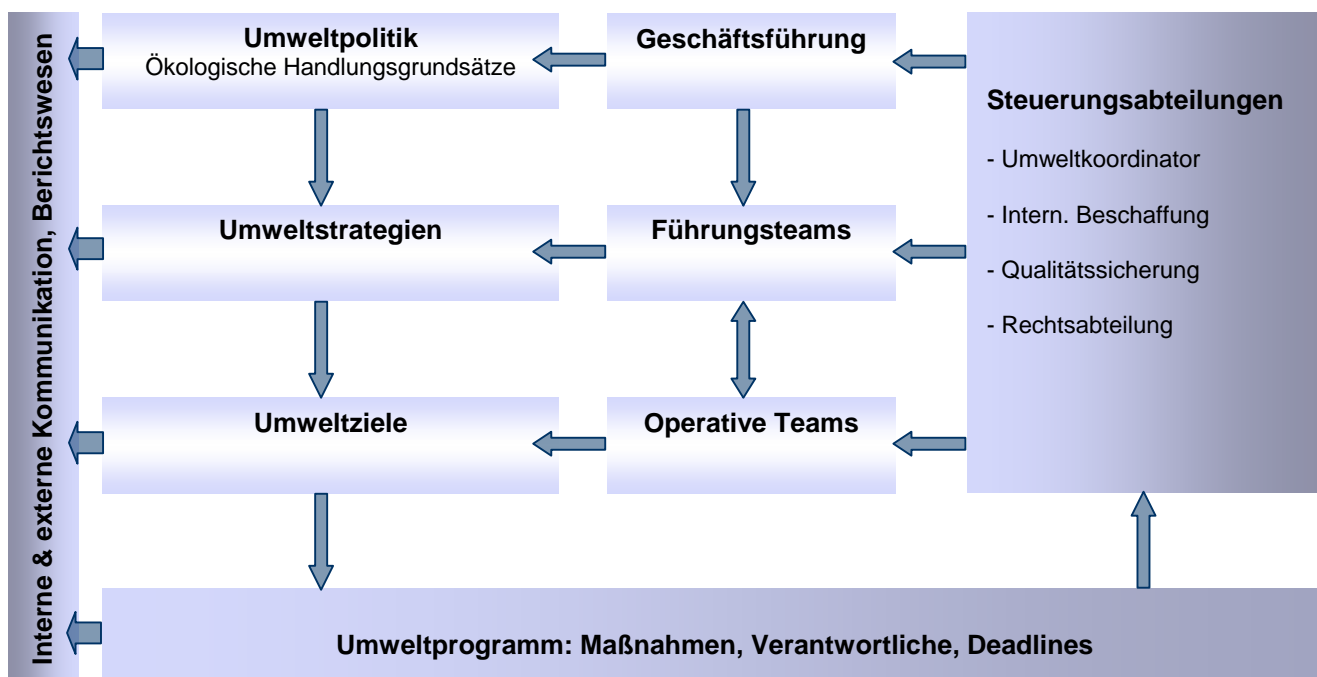
Nach dieser ersten Bestandsaufnahme konnte die Implementierung, d.h. die Umsetzung der festgelegten Strukturen des Umweltmanagementsystems erfolgen. Zunächst verabschiedete der Vorstand eine *Umweltpolitik*, in der sich das Unternehmen zur kontinuierlichen Verbesserung seiner umweltbezogenen Leistungen verpflichtet. Heute ist diese Umweltpolitik fester Bestandteil der Unternehmensziele. Mit der Umweltpolitik hat der Vorstand nicht nur eine Verpflichtung ausgesprochen, sondern diese auch in zehn Handlungsgrundsätzen konkretisiert. In der aktualisierten Erklärung des Vorstands vom 21.04.2005 heißt es dazu: „Wir sind uns unserer Verantwortung für den Schutz und Erhalt der natürlichen Lebensgrundlagen bewusst. Zur Sicherstellung einer kontinuierlichen Verbesserung unserer umweltbezogenen Leistungen haben wir diese Umweltpolitik auf der Grundlage der ‚guten Managementpraktiken‘ als verbindlichen Maßstab für alle Managementebenen formuliert“. Die zehn Handlungsgrundsätze der Umweltpolitik von OTTO lauten:

1.	Wir haben die Umweltauswirkungen unserer Unternehmenstätigkeit im einzelnen festgestellt und überwachen und bewerten diese ständig.
2.	Für alle neuen Tätigkeiten und Prozesse werden die Umweltauswirkungen im Vorhinein festgestellt und bewertet.
3.	Wir arbeiten kontinuierlich an der Vermeidung und – wo dies nicht möglich ist – an der Verminderung von Umweltbelastungen. Die Einhaltung gesetzlicher Vorschriften betrachten wir dabei als selbstverständlich. Das gleiche gilt für alle anderen Anforderungen, die wir uns gestellt haben.
4.	Bei jeder unternehmerischen Entscheidung, in allen Funktionen sowie auf allen Prozessebenen werden die umweltrelevanten Gesichtspunkte berücksichtigt.
5.	Die kontinuierliche Verbesserung unserer umweltbezogenen Leistungen stellen wir durch ein Umweltmanagementsystem sicher. Für unsere Funktionsbereiche mit Umweltauswirkungen sowie für unsere Standorte und beauftragten Warenverteilzentren werden hierzu aus dieser Umweltpolitik strategische Umweltziele und entsprechende Umweltprogramme abgeleitet. Wir überprüfen und bewerten dieses Managementsystem turnusgemäß und werden es den umweltpolitischen Rahmenbedingungen anpassen.
6.	Dem eigenverantwortlichen und umweltbezogenen Handeln unserer Mitarbeiter sowie allen anderen Personen, die für uns tätig sind oder in unserem Auftrag arbeiten, messen wir hierbei entscheidende Bedeutung bei. Dieses fördern wir durch praktische Anregungen, Schulungen und umfangreiche Informationen.
7.	Die kommunikativen Möglichkeiten nutzen wir, um Lieferanten und Verbraucher von der Bedeutung des Umweltschutzes zu überzeugen und den Faktor Umwelt im Wechselspiel von Angebot und Nachfrage zu stärken.
8.	Wir berücksichtigen die Einhaltung von Umweltnormen und -standards bei der Zusammenarbeit mit Lieferanten, sonstigen Vertragspartnern sowie den Behörden.
9.	Die für die Einhaltung dieser Umweltpolitik erforderlichen technischen und organisatorischen Verfahren haben wir festgelegt. Wir werden diese regelmäßig auf ihre Tauglichkeit und Zweckmäßigkeit überprüfen und – falls notwendig – aktualisieren.
10.	Wir werden die Öffentlichkeit durch einen regelmäßig erscheinenden Bericht über das Umweltmanagementsystem und die umweltbezogenen Unternehmensaktivitäten unterrichten.



Gleichzeitig wurden für alle Funktionsbereiche mit Umweltauswirkungen sowie für den jeweiligen Standort *Umweltstrategien* verabschiedet. Die Umweltstrategien geben vor, mit welchen Maßnahmehebeln die vielfältigen Umweltauswirkungen reduziert werden sollen. Auf dieser Basis planen die operativen Teams der betroffenen Funktionsbereiche in ihren Umweltprogrammen *konkrete Umweltmaßnahmen* mit klar definierten Zeitvorgaben und Verantwortlichkeiten.

So erfordert ein Umweltmanagementsystem die Einbindung aller Geschäftsebenen des Unternehmens, wie die folgende Grafik veranschaulicht:



OTTO

Die Funktionstüchtigkeit seines Umweltmanagementsystems am Standort Hamburg-Bramfeld hat OTTO 1997 als weltweit erstes Handelsunternehmen nach der internationalen Norm ISO 14001 von unabhängigen Gutachtern zertifizieren lassen; in den nächsten Jahren folgten alle weiteren bundesdeutschen Standorte. ISO 14001 ist Teil einer Normenfamilie für verschiedene Bereiche des Umweltmanagements (wie z.B. Ökobilanzierung, Umweltkennzahlen etc.) und legt Anforderungen für ein Umweltmanagementsystem fest. ISO steht dabei für „International Organization for Standardization“ (Internationale Organisation für Normung). Ein Schwerpunkt der Norm liegt auf dem Prinzip der „kontinuierlichen Verbesserung“ als Mittel zur Erreichung der jeweils definierten Zielsetzung in Bezug auf die Umwelleistung der Organisation.

Um eine kontinuierliche Verbesserung aller Umwelleistungen sicherzustellen, müssen aber nicht nur Ziele und Maßnahmen bekannt sein, sondern insbesondere auch Erfolge und Misserfolge ermittelt werden. Einmal jährlich finden daher Umweltbetriebsprüfungen statt („Umwelt-Audit“). Ein unabhängiger Auditor nimmt sich eine Woche Zeit für die Begutachtung der unterschiedlichen Standorte. In den drei Bausteinen Dokumenteneinsicht, Rundgang und Gespräch stehen ihm Vorstände, Direktoren, Bereichsleiter und Mitarbeiter Rede und Antwort. Die Ergebnisse der Umweltbetriebsprüfungen, also erreichte und nicht erreichte Umweltziele, werden dokumentiert. Von ihnen hängt auch der erneute Erhalt des Zertifikats nach ISO 14001 ab, das OTTO bislang alljährlich wieder erteilt wurde.

Gegenüber der Öffentlichkeit berichtet OTTO ebenfalls in regelmäßigen Abständen über seine Umweltmaßnahmen. Im Rahmen von Umweltberichten (von 1992 bis 2000) bzw. Nachhaltigkeitsberichten (seit 2003) gibt das Unternehmen über die beabsichtigten und erreichten Umweltfortschritte Auskunft (s. Kap. 7).

2.2 Bisherige Erfolge der Umweltpolitik

OTTO hat mit seinen Anstrengungen auf dem Gebiet des Umweltschutzes große Erfolge erzielt, die auch von unabhängiger Seite anerkannt wurden. So gilt OTTO in Deutschland seit langen Jahren als Umweltschutz-Pionier bzw. „Sustainability Leader“ (führend auf dem Gebiet der Nachhaltigkeit), arbeitet zusammen mit Umwelt- und Naturschutzverbänden wie WWF, BUND oder NABU und hat bereits mehrere Preise für sein Umweltengagement erhalten. Der Vorstandsvorsitzende des Unternehmens, Dr. Michael Otto, konnte beispielsweise 1997 den Deutschen Umweltpreis der Deutschen Bundesstiftung Umwelt (DBU) entgegennehmen. Ferner wurde OTTO im Jahr 2000 mit dem OECD-Preis „est!“ für die großen Erfolge bei der Reduzierung des CO₂-Ausstoßes im Wareneingang ausgezeichnet. 2002 erhielt Dr. Michael Otto den Sustainability Leadership Award in Ruschlikon/Schweiz. Weitere Auszeichnungen, u.a. für die Nachhaltigkeitsberichterstattung folgten.

Folgende Umweltmaßnahmen wurden bislang in den unterschiedlichen „Funktionsbereichen mit Umweltauswirkungen“ z. B. umgesetzt:

Sortiment:

Im Bereich der Elektrogroßgeräte für den Haushalt, der sogenannten „Weißen Ware“, konnte OTTO in den vergangenen Jahren eine erhebliche Optimierung des Sortiments unter ökologischen Aspekten erreichen. Seit der Saison Herbst/Winter 2006 sind 98 % der „Weißen Ware“ im OTTO-Sortiment ökologisch optimiert: Das betrifft Waschmaschinen, Gefrier- und Kühlgeräte, Geschirrspüler und E-Herde. Beispielsweise bietet OTTO seitdem nur noch Kühl- und Gefrierschränke der verbrauchsarmen Energieeffizienzklassen A, A+ und A ++ an. Selbst zwischen diesen Spitzengeräten sind die Unterschiede im Verbrauch übrigens noch beträchtlich: Geräte der Energieeffizienzklasse A ++ verbrauchen im Vergleich mit vergleichbaren Modellen der Klasse A noch einmal ca. 45 Prozent weniger Strom. Das Umweltbaum-Siegel tragen bei OTTO außerdem Produkte, die nicht nur Strom, sondern auch Wasser sparen. Alle damit gekennzeichneten Waschmaschinen haben mindestens die Energieeffizienzklasse A und verbrauchen auf 5 kg Wäsche nicht mehr als 50 Liter pro Waschgang. Seit der Saison Frühjahr 2007 bietet die OTTO-Marke Hanseatic für Elektrogroßgeräte außerdem eine eigene „Öko-Line“ an: Frontladerwaschmaschinen aus dieser Reihe verbrauchen z.B. höchstens 47,5 Liter auf 5 kg Wäsche, der Standby-Verbrauch beträgt maximal 1 Watt.

Auf die Optimierung des von OTTO angebotenen Textilsortiments unter produktions- und humanökologischen Aspekten geht Kap. 3 ausführlich ein.

Transport und Verkehr:

Die Reduktion von Emissionen im Bereich Transport und Verkehr als Beitrag zum Klimaschutz ist ein wichtiger Baustein des Umweltschutzprogramms von OTTO. OTTO hatte sich zum Ziel gesetzt, mit Hilfe des Umweltmanagementsystems durch verschiedene Strategien die transportbedingten Emissionen des Treibhausgases Kohlenstoffdioxid (CO₂) um 45% (auf der Basis von 1993) zu reduzieren.

Eine wichtige Kennzahl zur Messung der Optimierungsarbeit ist dabei die „Ökologische Effizienz“. Je mehr Tonnen Ware bzw. Sendungen pro Tonne CO₂ bewegt werden können, desto höher ist die Effizienz. Effizienzsteigerungen sollten mit Hilfe von fünf Strategien erreicht werden: Logistische Optimierung, Schulungen zur Kompetenzförderung der Fahrer, Alternative Antriebsformen, Technische Optimierung sowie die Verlagerung von Transporten auf Seeschiff, kombinierten Transport (See/Flug), Bahn und Binnenschiff.

Diese Strategien zeigten Erfolg: Der transportbedingte Kohlendioxid-Ausstoß konnten zwischen 1993 und 2003 tonnagebereinigt um mehr als 50 Prozent gesenkt und dieser Stand seither mit kleinen Schwankungen gehalten werden. Dies gelingt vor allem durch die bevorzugte Nutzung des Verkehrsträgers Frachtschiff - über 70% des internationalen Wareneingangs erfolgt heute per Seeschiff. Das Ziel, das jetzt ins Auge gefasst wird: Bis 2020 sollen

die standort- und transportbedingten CO₂-Emissionen auf der Basis von 2006 um weitere 50% reduziert werden.

Papier und Verpackungen:

Dreimal jährlich erscheint mittlerweile der OTTO Hauptkatalog, den die Kunden nicht missen möchten. Hinzu kommen zahlreiche Werbemittel. Auch der OTTO Katalog und die Werbemittel werden nach ökologischen Gesichtspunkten produziert, denn ihre Herstellung hat Auswirkungen auf die Umwelt: von der Rohstoffgewinnung, Zellstoffherstellung und der Papierproduktion bis hin zu Druck und Entsorgung.

Im Rahmen des strategischen Ziels „Reduzierung der Umweltauswirkungen bei der Rohstoffgewinnung/Waldnutzung“ wurden in den vergangenen Jahren alle Möglichkeiten geprüft, um eine größere Transparenz in der Papierkette zu schaffen und sicherzustellen, dass kein Urwaldholz in Katalogpapiere gelangen kann. Ein wesentlicher Schritt auf diesem Weg war der erfolgreiche Abschluss eines Projekts zusammen mit der Axel Springer AG und dem finnischen Papierhersteller UPM-Kymmene, mit dem ein Rückverfolgungssystem für russisches Holz aufgebaut wurde. Die weiteren Bestrebungen fokussieren auch auf Sensibilisierungsmaßnahmen bei allen Papierlieferanten von OTTO, um den Einsatz von Holz aus Wäldern mit hohem ökologischen Wert in der Papierproduktion durch mehr Transparenz auszuschließen.

Im Bereich „Umweltauswirkungen bei Druck und Papierverwertung“ werden seit 1997 halbjährlich Konzentrationsmessungen des Toluolgehaltes in den Druckbögen für den Hauptkatalog durchgeführt. Die Lieferanten werden per Anschreiben über die Messergebnisse informiert und somit sensibilisiert. Dieses Vorgehen hat zu einem deutlichen Absinken des Toluolgehalts der Druckbögen geführt. Der OTTO Hauptkatalog wird heute ausschließlich auf chlorfrei gebleichtem Papier (TCF) gedruckt. Eine Formatreduzierung des Hauptkatalogs um 3,6% im Jahre 2001 hat zu einer Einsparung von ca. 1.150 Tonnen Papier pro Jahr geführt. Darüber hinaus haben optimierte Papierstärke und geringe Verschnittzugaben in den letzten Jahren zu einer verbesserten Umweltbilanz des Katalogs beigetragen. Die Korrespondenz im gesamten Unternehmen erfolgt ausschließlich auf Recyclingpapier.

Eine weitere wichtige Umweltleistung ist die ständige Optimierung der Verpackung der Versandgüter. So wurden die Folien für die Hängekonfektion und die Retourenverpackung im Materialverbrauch optimiert und die Kunststoffe PVC und Styropor in den Verpackungen durch umweltverträgliche Alternativen ersetzt. In der Lagerlogistik sind Mehrwegverpackungen Standard.

Standorte:

Die strategischen Ziele des Umweltprogramms für den Standort Hamburg-Bramfeld liegen zum einen in der Senkung des Energieverbrauchs und der Erhöhung der Energieeffizienz, zum anderen in der Abfallvermeidung und -reduzierung sowie der Abfallverwertung. Zur Erfolgskontrolle wird der Verbrauch von Energie (Fernwärme, Strom, Gas, Heizöl) und Wasser (Trinkwasser und Regenwasser) erfasst. Außerdem wird die Anzahl elektrischer Geräte - etwa PC-Einheiten mit Monitor - erhoben. Standortbezogene CO₂-Emissionen, Abwassermengen, Aufteilung der Flächennutzung, Abfallmengen und Entsorgungskosten sowie die Rücknahmekquoten von Haushalts- und TV-Geräten bilden weitere Umweltkennzahlen. Für den Bereich Mobilität werden der Fahrzeugbestand des Fuhrparks sowie die Anzahl der Jobtickets (HVV-Abos) für den öffentlichen Nahverkehr ermittelt. Für die Bewässerung der Außenanlagen und für die Toilettenspülung in Teilen der Gebäude wird Regenwasser genutzt und damit ein Zehntel des Wasserbedarfs eingespart. Seit 1999 ist zudem eine Photovoltaik-Solaranlage in Betrieb, um den Einsatz regenerativer Energien voranzutreiben.

3. Ökologische Optimierung von Textilien

3.1 Die Stufenstrategie zur ökologischen Optimierung

Im Rahmen seiner das gesamte Unternehmen umfassenden Umwelttätigkeiten hat OTTO als führender Mode-Anbieter im Interesse seiner Kunden und der Natur natürlich auch die ökologische Qualität des Textilsortiments in Angriff genommen. Angesichts der vielfältigen, ganz unterschiedlichen Umweltbelastungen, die von Textilien ausgehen können (vgl. Kap. 1), war es notwendig, hier diverse Maßnahmen zu deren Verringerung einzuleiten. Um diese systematisch zu bündeln, hat OTTO eine mehrstufige Strategie entwickelt, die in der folgenden Abbildung veranschaulicht wird. Die Anforderungen an die ökologische Optimierung nehmen mit jeder Stufe zu.



Basis bzw. erste Optimierungsstufe:

Die Basis bilden die gesetzlichen Anforderungen der Bundesrepublik Deutschland und der EU, wie z.B. das Lebensmittel- und Bedarfsgegenständegesetz (LMBG) und diverse Verordnungen. Diese zu erfüllen ist für OTTO eine Selbstverständlichkeit.

Zweite Optimierungsstufe:

Die zweite Optimierungsstufe umfasst die humanökologische Verbesserung des Textilsortiments: Bereits 1990 hat OTTO schadstoffgeprüfte Textilien angeboten (ökologisch optimierte T-Shirts der Marke Green-Cotton mit WWF-Motiven), von 1992 an auf Basis seiner Öko-Textil-Materialanforderung. Seit 1995 weist das Qualitätssiegel „hautfreundlich, weil schadstoffgeprüft“ im Katalog darauf hin, dass der jeweilige Artikel auf gesundheitsgefährdende Rückstände geprüft wurde. Die Anforderungen lehnen sich an den in der Textilwirtschaft aner-

kannten Standard „Öko-Tex 100“ an. Damit geht das Prüfsiegel bei den Anforderungen an entscheidende Schadstoffe noch über die gesetzlichen Grenzwerte hinaus. Von der Katalogsaison Frühjahr/Sommer 1998 bis zur Saison Herbst/Winter 2006 ist der Anteil schadstoffgeprüfter Textilien am Gesamtsortiment von 27% auf nunmehr fast 100% (98%) angestiegen.

Ein Schritt auf dem Weg zur Sortimentsoptimierung auch war die entsprechende Schulung von Lieferanten. Hierzu wurden Lieferanten in den zwei großen Beschaffungsmärkten Türkei und Hong Kong ausgewählt, um sie zu „Öko-Stammlieferanten“ zu qualifizieren. Wenn diese Lieferanten durch umfangreiche Tests über einen bestimmten Zeitraum nachweisen können, dass sie mit ihren Produktionsmethoden das Anforderungsprofil für schadstoffgeprüfte Textilien erfüllen (analog Öko-Tex-Standard 100), werden sie zu Öko-Stammlieferanten ernannt. Für die Qualifizierung werden im ersten Schritt mit den Konfektionären, Färbern und Ausrüstern zweitägige Arbeitstagungen in der Türkei und in Hong Kong durchgeführt. Die so gewonnenen Erkenntnisse können unmittelbar in der Produktion eingesetzt werden. Die Stoffe und konfektionierten Textilien werden anschließend in einem Hamburger Labor daraufhin getestet, ob sie den Maßgaben des Anforderungsprofils entsprechen. Auf Basis der Prüfergebnisse lassen sich bestehende Schwachstellen ermitteln und die Beratung der Lieferanten mit konkreten Hinweisen zur Verbesserung der ökologischen Qualität vornehmen. Mittlerweile haben sich sehr viele OTTO-Lieferanten überall auf der Welt zu Öko-Stammlieferanten qualifiziert.

Dritte Optimierungsstufe:

Die dritte Stufe umfasst zusätzlich zur Beachtung humanökologischer Aspekte auch noch die Verwirklichung von produktionsökologischen Zielen. So sollen die Rohstoffe (insbesondere Baumwolle) so angebaut werden, dass die Umwelt keinen Schaden nimmt und weder heutige noch zukünftige Generationen negativ hiervon beeinflusst werden - weder die Menschen, die Bedarf an den fertigen Textilien haben und daher auf genügend qualitativ hochwertige Baumwollressourcen angewiesen sind, noch die, die am Baumwollanbau beteiligt sind und deren Einkommen, aber auch Gesundheit auf dem Spiel steht. OTTO ist Mitinitiator mehrerer Projekte, in denen der nachhaltige und kontrolliert biologische Anbau von Baumwolle durchgeführt wird. Das betrifft sowohl die Anbaumethoden, als auch Ernte und Weiterverarbeitung. Derzeit verfolgt OTTO zwei Ansätze: Zum Einen setzt sich OTTO seit Mitte der 1990er Jahre für den Anbau und die Verarbeitung von Bio-Baumwolle ein und bietet seinen Kunden jetzt ausgewählte Produkte mit dem Label „PURE WEAR“ an (Kap. 3.2). Ab Frühjahr/Sommer 2008 soll der Anteil an Bio-Baumwolle des gesamten Textilsortiments 5 Prozent betragen. Zum Anderen hat OTTO 2005 das Projekt „Cotton made in Africa“ angestoßen, das die in Afrika angebaute, nachhaltig produzierte Baumwolle in großen Mengen auf den Weltmarkt bringen wird (Kap. 3.3).

3.2 „PURE WEAR“: Baumwolle aus kontrolliert biologischem Anbau

Seit 2003 tragen die Textilien im OTTO-Sortiment, deren Baumwolle ausschließlich aus kontrolliert biologischem Anbau stammt, das Qualitätssiegel „PURE WEAR“. Im Jahre 1996 bereits startete OTTO ein Baumwoll-Projekt in der West-Türkei: Alle Beteiligten - von den Landarbeitern über die Garnproduzenten bis zu den Konfektionären - arbeiteten hier als Partner für das gemeinsame Ziel, Baumwoll-Textilien auf ihrem gesamten Entstehungsweg ökologisch zu verbessern.

Der Anbau von Bio-Baumwolle erfolgt nicht in großen Monokulturen, sondern auf kleinräumigen Feldern mit jährlichem Fruchtwechsel unter kontrolliert ökologischen Bedingungen, z. B. nach den Richtlinien der IFOAM (International Federation of Agricultural Movement). Gedüngt wird ausschließlich mit organischem Dünger. Die Bestandsentwicklung von Schadinsekten wie Baumwollkapsel-Käfer, Rote Spinne und Baumwoll-Laus wird grundsätzlich durch Lockstoff-Fallen ermittelt. Bei bedeutender Vermehrung werden nur biologisch abbaubare Schädlingsbekämpfungsmittel wie z.B. Nikotinpräparate eingesetzt. Der natürliche Reifepro-

zess der Baumwolle wird im ökologischen Anbau nicht durch zusätzliche Pflanzenhormone beeinflusst. Die Baumwollkapseln reifen daher in zwei Phasen: Zunächst springen die Kapseln im unteren Bereich auf, die oberen folgen zwei Wochen später. Das zeitversetzte Reifen der oberen und unteren Kapseln erfordert, dass die Felder zweimal geerntet werden. Geerntet wird dabei von Hand. Ein guter Pflücker kommt auf ca. 100 Kilogramm pro Tag. Abnahmegarantien und Ausfallzahlungen sorgen dabei für ein sicheres Einkommen und langfristige Perspektiven der Öko-Bauern. In der Spinnerei wird die Bio-Baumwolle separat gelagert und verarbeitet, um Vermischungen mit konventionell angebauter Baumwolle zu vermeiden. Anschließend wird das Bio-Baumwollgarn zu Stoffbahnen verarbeitet sowie mit hautverträglichen Farbstoffen und Textilhilfsmitteln gefärbt und behandelt. Zum Schluss werden die fertigen Textilien noch einem strengen Labortest unterzogen. Die hierbei zugrunde gelegten Grenzwerte gelten sonst nur für den sensiblen Bereich der Babybekleidung.



3.3 Das Projekt „Cotton made in Africa“

Seit der Saison Frühjahr/Sommer 2007 bietet OTTO Produkte aus der qualitativ hochwertigen, handgepflückten „Cotton made in Africa“-Baumwolle an. Im Unterschied zu „PURE WEAR“ handelt es sich hierbei nicht um Bio-Baumwolle, die alle oben aufgezählten Bedingungen erfüllen muss, sondern um nachhaltig produzierte Baumwolle: D.h. sie wird unter Berücksichtigung *ökologischer, ökonomischer und sozialer* Aspekte produziert, deren konsequente Einhaltung regelmäßig vor Ort überprüft wird. Mit der Verarbeitung der Baumwolle aus dem gleichnamigen Projekt „Cotton made in Africa“ der von Dr. Michael Otto 2005 gegründeten Stiftung „Foundation for Sustainable Agriculture and Forestry“ (FSAF) will OTTO die Nachfrage nach ökologisch und sozial verantwortlich produzierten Textilien weiter unterstützen und zu Armutsbekämpfung und Umweltschutz in Afrika beitragen. Der bisher anonyme Rohstoff Baumwolle bekommt durch „Cotton made in Africa“ eine Herkunft und eine Geschichte, es handelt sich gewissermaßen um „Baumwolle mit einem Gesicht“.

Ziel ist es, nachhaltig produzierter afrikanischer Baumwolle dauerhaft bessere Absatzchancen auf den europäischen und nordamerikanischen Märkten zu verschaffen. Das geht nur, wenn viele zivilgesellschaftliche Akteure an einem Strang ziehen: Aktuelle Projektpartner der Stiftung bei der Umsetzung sind die Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit (GTZ), die Deutsche Entwicklungs- und Investitionsgesellschaft mbH (DEG), der World Wildlife Fund (WWF), die Deutsche Welthungerhilfe sowie der Naturschutzbund NABU. Mitglieder der sogenannten „Nachfrageallianz“, also die großen Textilunternehmen, die „Cotton made in Africa“ als offizielle Projektpartner nachfragen und ihren Kunden Textilien aus diesem Rohstoff anbieten, sind innerhalb der Otto Group die Konzerntöchter Witt Weiden und 3Suisse. Außerdem Peek & Cloppenburg, Tchibo und Bierbaum, der deutsche Marktführer im Bettwäschebereich.

Der Grundgedanke des Projekts ist einfach: Je stärker die Konsumenten Textilien aus dieser Baumwolle nachfragen, desto größer kann die Nachfrage der Handelsunternehmen nach dem Rohstoff „Cotton made in Africa“ werden. Die Verbraucher erhalten die Möglichkeit, durch ihren bewussten Konsum Einfluss zu nehmen und unmittelbar zum Gelingen des Pro-

jekts beizutragen. Die Position der Kleinbauern in Afrika kann sich dann durch die stabilen Absatzmärkte dauerhaft verbessern. Das Projekt soll dazu beitragen, ihnen ein verlässliches Einkommen zu ermöglichen und so ihre Lebensbedingungen und die ihrer Familien langfristig zu verbessern. Durch den Erfolg des Projektes sollen nämlich zukünftig auch mehr Kinder in die Schule gehen und auf diese Weise durch Bildung selbst größere Chancen erhalten. Gleichzeitig wird der umweltfreundliche Anbau von Baumwolle gefördert. Mit Hilfe von Schulungen vor Ort erlernen die Bauern neue Anbaumethoden, die ihnen helfen sollen, bessere Erträge bei fast gleichem Input zu erzielen sowie die Umwelt und ihre eigene Gesundheit zu schonen. Ein konkretes Beispiel: Im Projektbereich in Zambia ergab die Auswertung der rund 40.000 programmgemäß geschulten Kleinbauern, dass in Folge der Schulungen der Ertrag pro Hektar Baumwollfeld um 85 Prozent anstieg. Da der Aufwand pro Feld nicht nennenswert höher war, konnte der Profit der Bauern pro Hektar um über 100 Prozent gesteigert werden. Möglich wird diese Ertragssteigerung durch die im Programm vermittelten Lerninhalte zu besserem Feld-Management, wie z.B. der optimale Pflanzzeitpunkt, Wasser konservierende Ackerbautechniken und die Reduktion von Pestiziden.

4. Ausblick: Konsumverhalten und Bewusstseinswandel

Der letzte Absatz des vorigen Kapitels spricht einen wichtigen Punkt an: das Konsumentenverhalten bzw. das Interesse, auf das nachhaltige Produkte und somit auch ökologisch optimierte Textilien beim Endverbraucher treffen. Anders herum gesagt: Nur wenn die entsprechenden Produkte kontinuierlich und in spürbarem Maße nachgefragt werden, wertet ein Unternehmen dies als Signal, dass es damit den Kundengeschmack trifft, und baut sein Sortiment langfristig in diese Richtung weiter aus. Sonst wird es seine Strategie ändern müssen, um sich am Markt halten zu können.

Dabei kann es durchaus unterschiedliche Gründe geben, warum Kunden nachhaltige Produkte nicht nachfragen. Nicht zwangsläufig geben Desinteresse und Gleichgültigkeit bei den Kaufentscheidungen den Ausschlag. Das Angebot ist möglicherweise auch schwer zu finden, zu klein oder – für den betreffenden Verbraucher - überhaupt unattraktiv. Es liegen vielleicht keine, nicht genügend oder nur verwirrende Informationen vor. Erschwerend kann hinzu kommen, dass ökologisch optimierte Textilien nicht automatisch sozialverträglich hergestellt sein müssen (und umgekehrt), so dass die Komplexität der Materie als zu groß empfunden wird und der Konsument resigniert. Aber auch das Unternehmen hat mit einigen Schwierigkeiten zu kämpfen. So existiert teilweise immer noch das Vorurteil, ökologisch optimierte Textilien seien nicht trendy und nur etwas für Ökos, sozusagen für „Weltverbesserer im Schlabberlook“. Außerdem geht der Konsument häufig ganz selbstverständlich davon aus, dass Produkte aus Bio-Baumwolle teurer sind – was nicht stimmen muss. Er vergleicht dann aber gar nicht erst, sondern argumentiert sofort: „Das kann ich mir nicht leisten“.

Darüber hinaus sind Kundenverhalten bzw. Kundenwünsche in bestimmtem Maße widersprüchlich. Einerseits nämlich wünscht sich der Verbraucher mehr und eindeutiger Informationen zu den Produkten, an denen er sich dann beim Einkauf orientieren kann. Andererseits nimmt der Verbraucher – das haben Marktforschungen ergeben - Gütesiegel, mit denen solche Produkte ausgelobt werden, häufig gar nicht erst wahr. Und wenn doch, dann kann diese Auslobung sogar nach hinten losgehen: „Hautfreundlich, weil schadstoffgeprüft“ – diese Information kann beispielsweise dazu führen, dass dem Kunden bewusst wird, inwiefern die Herstellung von Produkten in der gewünschten Qualität auch mit bestimmten chemikalischen Prozessen verbunden ist. Das lenkt ihn unter Umständen vom Kauf ab, er fühlt sich unbehaglich und an Dinge erinnert, die er jetzt „so genau gar nicht wissen wollte“. Nicht zuletzt möchten ja die Menschen beim Shopping auch ihre Alltagsprobleme vergessen und sich kompensatorisch etwas Gutes tun – in diesem Moment setzt sich niemand gerne mit unangenehmen Themen auseinander.

Erfreulicherweise hat jedoch in der letzten Zeit ein Bewusstseinswandel der Konsumenten stattgefunden: Dass das eigene Einkaufsverhalten Auswirkungen auf die Zukunft unseres Planeten und im Zeitalter der Globalisierung auch Konsequenzen für das Wohlergehen der Menschen in anderen Erdteilen hat, diese Erkenntnis ist mittlerweile Teil des Weltverständnisses geworden. Nicht nur Bio-Lebensmittel, sondern auch ökologisch optimierte Textilien, energiesparende Haushaltsgeräte und z.B. sozialverträglich hergestellte Spielwaren finden daher immer mehr Absatz. Eine neue Konsumethik hat Einzug gehalten: Die Konsumenten tun sich mit ihrem Kauf etwas Gutes, und tun gleichzeitig überhaupt etwas Gutes. Aber eben ohne Druck oder den berühmten moralischen Zeigefinger, sondern aus einem neuen Selbstverständnis heraus. In der von OTTO in Auftrag gegebenen Studie „Trendstudie Konsum-Ethik 2007“ (s. u., Kap. 6) spricht Prof. Wippermann vom Trendbüro Hamburg davon, dass es den Konsumenten im Unterschied zu früher nicht in erster Linie um eine „Weltverbesserung“, sondern um eine wertebasierte „Selbstverbesserung“ geht. Lebensfreude und Verantwortung schließen sich nicht länger aus. Mit gutem Gewissen einkaufen erzeugt ein gutes Gefühl. Dieses gute Gefühl möchte auch OTTO seinen Kunden geben.

5. Weiterführende Links und Literatur

5.1 Links

Allgemeine Links zu Ökologie und Nachhaltigkeit:

- Redaktionell gepflegtes Umweltwissen hoher Qualität: <http://www.umwelt.de/>
- Internet-Portal und Datenbank zu Gütesiegeln und nachhaltigem Leben: <http://www.label-online.de/>
- Verbraucherinformationen und Produktempfehlungen: <http://www.ecotopten.de/start.php>
- Lexikon der Nachhaltigkeit: <http://www.nachhaltigkeit.info/>
- Beispiel einer Seite zum neuen LOHAS-Trend, dem Lebensstil, der sich an Gesundheit und Nachhaltigkeit ausrichtet („lifestyle of health and sustainability“): <http://www.lohas.de>

Institutionen

- Das Internetangebot der Frankfurter Textilmesse mit zahlreichen weiteren Links: <http://interstoff.messefrankfurt.com/global/de/home.html>
- Forschungsstelle für allgemeine und textile Marktwirtschaft an der Universität Münster: <http://www.wiwi.uni-muenster.de/22//index.htm>
- Das Branchenmagazin der Textil- und Bekleidungsindustrie sowie des Handels mit einem umfangreichen Internetangebot (u.a. Literaturrecherchen): <http://www.twnetwork.de/>
- Website des Urhebers des „Öko-Tex-Standard 100“: <http://www.hohenstein.de/>
- Institut für Energieforschung und Umweltforschung Heidelberg: <http://www.ifeu.org/>

- Websites der International Federation of Organic Agriculture Movements: <http://www.ifoam.org/>
- Institut für Marktökologie in der Schweiz: <http://www.imo.ch/>
- Das Wuppertal Institut für Klima, Umwelt, Energie mit zum Teil provozierenden Thesen zum Umbau der Gesellschaft bietet auch im Internet Informationen an: <http://www.wupperinst.org/de/home/>
- Websites des Österreichischen Ökologieinstituts für angewandte Umweltforschung: <http://www.ecology.at/>
- Centre for Sustainability Management der Universität Lüneburg: <http://www.uni-lueneburg.de/csm/>
- Bundesdeutscher Arbeitskreis für Umweltbewusstes Management e.V. (größte Umweltinitiative der Wirtschaft ihrer Art): <http://www.baumev.de/baumev/home/index.php>

Umweltorganisationen

- BUND - größter deutscher Umweltverband und deutsche Sektion von Friends of the Earth International: <http://www.bund.net/>
- NABU - Naturschutzbund Deutschland e.V.: <http://www.nabu.de/>
- Organic Exchange – wichtige internationale Nichtregierungsorganisation, die sich der Förderung von Bio-Baumwolle widmet: www.organicexchange.org
- Pan – Pestizid Aktions Netzwerk bietet viele Informationen rund um das Thema Pestizide, Pflanzenschutz und Baumwolle: www.pan-germany.org
- WWF - World Wide Fund For Nature: <http://www.wwf.de/>

5.2 Literatur

Wer sich mit dem Thema „Ökologisch optimierte Textilien“ noch ausführlicher beschäftigen möchte, findet hier eine kurze Liste mit weiterführender Literatur, die im Handel erhältlich ist.

Hasselmann, S. (1996): Marktorientiertes Umweltmanagement in der deutschen Textil- und Bekleidungsindustrie - Eine theoretische und empirische Analyse. Dissertation. Bergisch-Gladbach, Verlag Josef Eul, ISBN 3-89012-499-2.

Reller, A./Gerstenberg, J. (1997): Weißes Gold, wohin? Stand und Aussichten der Baumwollnutzung, in: GAIA, 6. Jg. (1997), Nr. 1, S. 35-51.
<http://www.oekom.de/zeitschriften/gaia/>

Richard-Elsner, C. (1993): Material Inputs in Cotton Agriculture, in: Fresenius Environmental Bulletin Nr. 2 (1993), S. 665-670.

Rivoli, P. (2007): Reisebericht eines T-Shirts. Ein Alltagsprodukt erklärt die Weltwirtschaft. Berlin, Econ.

6. Kontakt

Diese Seiten wurden vom Bereich „Corporate Responsibility“ der Otto Group erstellt, dem Hamburger Bildungsserver erstmals 1998 zur Verfügung gestellt und 2007 grundlegend überarbeitet.

Sie erreichen uns unter der Anschrift:

Otto (GmbH & Co KG)
„Corporate Responsibility“ (VV-CR-UG)
- Nachhaltigkeitskommunikation -
Wandsbeker Straße 3-7
22172 Hamburg

Weitere Informationen zum Thema Umwelt bzw. unternehmerische Verantwortung bei OTTO (auch zum Thema Sozialverantwortung bei den Lieferanten) erhalten Sie auf unserer Internetseite www.otto.com/nachhaltigkeit. Broschüren zum Thema ökologisch optimierte Textilien im OTTO-Sortiment und zur Umweltpolitik des Unternehmens können dort unter Rubrik „Presse und Information“ > „Publikationen“ heruntergeladen oder angefordert werden. Hier findet sich auch der Link zur „Trendstudie Konsum-Ethik 2007“.

Nachhaltige Produkte im OTTO-Sortiment sowie Erläuterungen zu unseren Gütesiegeln finden sich unter www.otto.de/naturwelt.

Nähere Informationen zum Projekt „Cotton made in Africa“ der Stiftung „Foundation for Sustainable Agriculture and Forestry in Developing Countries“ gibt es unter www.cottonmadeinafrica.com.

Auskünfte zu den Aktivitäten der Michael Otto Stiftung für Umweltschutz erhalten Sie unter www.michaelottostiftung.de.