

# **Herausforderungen bei der Einführung sozialer und ökologischer Innovationen in der Textilindustrie**

**Dialogforum**

**„Kleidung 2030- Entwicklungen und Trends in der Mode- und Bekleidungsindustrie“**

**Detlef Braun**

**15. Mai 2017, Düsseldorf**

# ZiTex – Textil & Mode NRW - Milestones

- 1997 - Gründung der Zukunftsinitiative Textil NRW (ZiTex) als Landesinitiative.
- 1999 - Fortführung der ZiTex durch die Landesregierung NRW.
- 2002 - Weiterentwicklung der ZiTex als Joint Venture mit der Textil- und Bekleidungswirtschaft NRW.
- 2004 - Überführung der ZiTex in die Selbstträgerschaft der Textil- und Bekleidungswirtschaft NRW als Non-Profit-Organisation.
- 2004 - Trägerschaft in einem bislang einzigartigem Modell durch Arbeitgeberverbände und Gewerkschaft.
- 2009 - Inhaltliche Neuausrichtung der ZiTex als „ZiTex - Textil & Mode NRW“.

# ZiTex – Textil & Mode NRW - Träger

- Verband der Nordwestdeutschen Textil- und Bekleidungsindustrie e.V. (Münster),
  - Verband der Rheinischen Textil- und Bekleidungsindustrie e.V. (Wuppertal)  
sowie die
  - IG Metall Bezirksleitung NRW (Düsseldorf).
- ➔ In Zusammenarbeit mit der Landesregierung NRW.
- ➔ Europaweit einzigartige Konstellation der Tarifpartner.

# ZiTex – Textil & Mode NRW - Ziele

- Bündelung von Branchenakteuren und Komplementärbranchen.
- Stärkung von politischen Brancheninteressen.
- Verbesserung der Innovationskraft von Branchenunternehmen.
- Stärkung der Ressourceneffizienz, Weiterbildung und Nachwuchssicherung.
- Verbesserung des Branchenimages.

# ZiTex – Textil & Mode NRW – Handlungsfelder

1. Clustermanagement.
2. Politisches Management.
3. Innovations- und Ressourcenmanagement.
4. Nachwuchssicherung.
5. Handlungsfeldübergreifend: Image & Public Relations.

# Herausforderungen bei der Einführung sozialer und ökologischer Innovationen in der Textilindustrie

# Verständnis

## **Soziale Innovation:**

In der gesamten Wertschöpfungskette eines Produktes faire Produktions- und Arbeitsbedingungen.

## **Ökologische Innovation:**

In der gesamten Wertschöpfungskette eines Produktes nachhaltige Produktions- und Arbeitsbedingungen sowie die Nachhaltigkeit des Produktes selbst.

# Differenzierung der Branchenunternehmen

Textilindustrie    Textilhandel    Bekleidungsindustrie    Bekleidungshandel

Sparte

Marktsegment

Kunden

Wertschöpfungskette

Internationalisierungsgrad

Unternehmensgröße

Share Holder

...

⇒ **Notwendig ist eine Einzelbetrachtung jedes Unternehmens.**



# Herausforderungen - Gesetzliche Vorschriften

- EU-Richtlinie 2014/95 vom 22. Oktober 2014 (Berichtspflicht). i.d.F. Bundesgesetz „CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetz“ vom 11. April 2017
  - Berichterstattungspflicht für Unternehmen ab 500 Beschäftigte.
  - ⇒ **In der Praxis wird fast jedes Unternehmen berichten müssen bzw. in eine Berichterstattung einbezogen werden.**
- EU-Verordnung (EG) 1907/2006 (REACH-Verordnung). Chemikalienverordnung, die am 1. Juni 2007 in Kraft getreten ist.
  - ⇒ **Fortschritte im Verbraucherschutz. Erhebliche Risiken durch Non-EU-Importe.**
- „Standardgesetzgebungen“
  - ILO-Standards, soweit ratifiziert
  - Arbeitsschutz
  - Strafrecht
  - ...
- Haftungsrisiken

# Herausforderungen – „Standards“

- Bündnis für nachhaltige Textilien (seit 16. Oktober 2014)
  - Mitgliedschaft verpflichtet zur Zielverfolgung und Umsetzung der Bündnisziele und Bündnisstandards.
  - ⇒ **Umsetzung in den Unternehmen ab 2017 – Ergebnisse sind noch abzuwarten. Der jeweilige Aufwand in Unternehmen ist noch nicht genau einzuschätzen. Bislang fast ausschließlich Bekleidungsindustrie / Bekleidungshandel.**
  
- Zertifikate & Siegel
  - Es existiert eine Vielzahl an Zertifikaten und Siegel (DNK, GOTS, FairTrade, FWF, BSCI, ISO 26000, ...).
  - Es gibt keinen einheitlichen, allgemeingültigen Standard.
  - ⇒ **Die Vielzahl führt zu Intransparenz und Verwirrung.**
  - ⇒ **Unternehmen werden von Kunden teilweise mit drei Zertifikatsanforderungen konfrontiert.**

# Herausforderungen - Märkte

- Entwicklung Produktsegmente
  - Entwicklung Preissegmente
  - Entwicklung Verbrauchernachfrage
  - Entwicklung Produktpreise
- ⇒ **Prüfungen des Status Quo und der künftigen Entwicklung sind Standardtätigkeiten der Unternehmen.**
- EU-Vergaberecht / Allianz für nachhaltige Beschaffung / Öffentliche Ausschreibungen
- ⇒ **Hier sind künftig deutlich höhere Anforderungen an Unternehmen zu erwarten.**

# Herausforderungen - Geschäftsmodelle

- Geschäftsmodell „Sozial verantwortungsvolle und nachhaltige Produktion“
  - ⇒ **Spätestens in 2017 ist dieses Modell zum „offiziellen“ Standard geworden.**
  - ⇒ **Die ggf. notwendige Substituierung von chemischen Stoffen ist (noch) nicht immer gewährleistet.**
- Geschäftsmodell „Eigenproduktion“
  - ⇒ **Für wenige Unternehmen sinnvoll. Hohe Investitions- und Personalkosten, geringere Flexibilität.**
- Geschäftsmodell „Weniger ist mehr“
  - ⇒ **In Nischenmärkten möglich. Volkswirtschaftlich gesehen widerspricht das Modell einer wachstumsorientierten Marktwirtschaft.**
- Geschäftsmodell „Recycling“
  - ⇒ **In Nischenmärkten möglich. Ungeklärt bleibt allerdings z.B. die Frage nach Schadstoffbelastungen.**

# Herausforderungen - Wertschöpfungskette

- Vertikalisierung und Produktdifferenzierung des Unternehmens
  - Grad der Eigenproduktionen / Grad der Beauftragung Dritter.
- Transparenz in der Zulieferungskette
  - Durch eigenes Personal oder durch Dritte.
- Kontrollen in der Zulieferungskette
  - Durch eigenes Personal oder durch Dritte.
  - ⇒ **Eine 100%-Sicherheit ist nicht zu gewährleisten.**
- Logistik
  - Durch ggf. notwendige Veränderungen in der Zulieferungskette stellen sich auch neue Anforderungen in der Logistik.
- Digitalisierung / Robotisierung

Durch fortschreitende Möglichkeiten digitalisierter Produktionsprozesse stellen sich neue strategische Fragen in der Wertschöpfungskette, z.B. durch

  - 3D-Druck,
  - Robotisierte Nähmaschinen.

# Herausforderungen – Marketing & Image

- Unternehmens- und Markenimage
  - Sozial-verantwortungsvoll und ökologisch-nachhaltig produzierte Waren werden in der Bekleidungsbranche je nach Marktsegment und Implementierung im Unternehmen bereits offensiv oder weniger offensiv beworben.
  - Aus Alleinstellungsmerkmalen werden (allerdings) mittelfristig Standards.

Für Unternehmen ist sozial-verantwortungsvolles und ökologisch-nachhaltiges Handeln von enormer Bedeutung geworden:

- Dies gilt – neben der Umsatzgenerierung – insbesondere für die Nachwuchssicherung und für die Kapitalsicherung.

# Herausforderungen – Implementierung

- Strategie
  - CSR als Strategie im Unternehmenshandeln
- Verantwortlichkeiten
  - CSR in der Verantwortung der Unternehmensführung
- Personal
  - Eigenes Personal und/oder Dienstleister
- Zeitachse
  - Realistische Zeitplanung
- ...

# Herausforderungen – Kosten

- Kosten Personal
- Kosten externe Dienstleistungen
- Kosten Produktion
- Kosten Transparenz & Kontrolle
- Kosten Zertifikate
- Kosten Berichtspflicht
- ...

⇒ **Besonders für KMU sind die Kosten und der Zeitfaktor eine erhebliche Belastung.**



# Zusammenfassung

- Die Thematik „CSR“ hat eine hohe Relevanz und wird langfristig zwingender Bestandteil unternehmerischen Handelns sein bzw. bleiben.
- Seit 2014 hat die Thematik zu deutlichen „Sensibilisierungen“ und „Bewusstseinsänderungen“ in der Bekleidungsbranche geführt.
- Der Kosten- und Zeitfaktor sowie der bürokratische Aufwand für eine sozial gerechte und ökologisch nachhaltige Produktion ist für Unternehmen (und besonders für KMU) enorm.
- Ohne externe Dienstleistungen ist die Umsetzung für die Mehrzahl der Unternehmen nicht zu bewältigen.
- Ökonomische Faktoren werden oftmals zu wenig betrachtet.
- Digitalisierung & Robotisierung verändern die Wertschöpfungskette fundamental.
- Die Übertragung von der Bekleidungsbranche auf andere Branchen ist komplex.

**Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!**

# Kontakt

Detlef Braun

ZiTex - Textil & Mode NRW  
Management Center Schloss Elbroich  
Am Falder 4  
40589 Düsseldorf  
Germany

Fon: + 49 211 3020700

Mail: braun@zitex.de

Web: www.zitex.de