

Der Code of Conduct der Textil- und Modeindustrie

Klaus Lindner

Unternehmen werden zunehmend mit Themen wie Nachhaltigkeit, Umwelt oder Arbeits- und Sozialstandards konfrontiert. Von Unternehmen wird heute faktisch erwartet, dass sie ihre *Wertschöpfung* verantwortlich organisieren können, was die Verankerung von CSR in der Unternehmensstrategie erfordert.

Die Herausforderungen in der Textil- und Modeindustrie im Hinblick auf CSR bestehen insbesondere im Hinblick auf die Sicherstellung von Arbeits-, Umwelt- und Sozialstandards.

Außerordentlich wichtig ist dabei, dass Unternehmen nicht nur für ihre eigenen Produktionsstätten, sondern auch für die ihrer *Zuliefererketten* Verantwortung zugewiesen wird. Verantwortung hört damit nicht am Werkstor auf, sondern erstreckt sich weit darüber hinaus. Die Übernahme von Verantwortung hierzu ist im Hinblick auf die Spezifika der Textil- und Modeindustrie aufgrund der Ausgangssituation allerdings alles andere als trivial.

Die deutsche Textil- und Modeindustrie ist stark durch kleine und mittelständische Unternehmen geprägt. Typischerweise haben KMU aufgrund ihrer Marktmacht nur begrenzte Einflussmöglichkeiten auf die Standards und deren Durchsetzungen in ihren *Zuliefererketten*. Zudem weisen die Zuliefererketten in der Textil- und Modeindustrie einen hohen Grad an Komplexität und Tiefe auf, was entsprechende Informationsdefizite bedingen kann.

Verschärft wird die begrenzte Steuerungsfähigkeit bezüglich Standards dadurch, dass in zahlreichen außereuropäischen Ländern – und hier insbesondere im asiatischen Raum – die gesetzlichen Rahmenbedingungen bezüglich Arbeit, Umwelt und Sozialem unzureichend bzw. deren

Durchsetzung durch staatliche Autoritäten nicht hinreichend gewährleistet sind. Dies führt dazu, dass faktisch vielfältige problematische Praktiken existieren.

Um den damit verbundenen Themen gerecht zu werden, wurde als erster Schritt auf Initiative des Gesamtverbandes der Deutschen Textil- und Modeindustrie (t+m), seiner Mitgliedsverbände und der Unternehmen der Branche der *Code of Conduct* für die Textil- und Modeindustrie entwickelt.

Im Frühjahr 2009 erfolgte die Grundsteinlegung zu diesem Projekt, das im Dezember 2010 mit dem einstimmigen Beschluss des t+m Code of Conducts seine erfolgreiche Einführung fand.

Das im Code of Conduct unter Ziffer 1 niedergelegte Grundverständnis findet im Handeln der überwiegend mittelständisch und familiengeführten Unternehmen der Branche uneingeschränkte Zustimmung und wird auch gelebt. Der Wortlaut des Grundverständnisses im Code of Conduct lautet:

Die gesellschaftliche verantwortliche Unternehmensführung gehört zu den Grund- und Kernprinzipien des unternehmerischen Handelns. Bei allen unternehmerischen Entscheidungen sind die Folgen in ökonomischer, sozialer und ökologischer Hinsicht zu bedenken und in einen angemessenen Interessenausgleich zu bringen. Die Prinzipien des UN-Global Compacts haben die Unternehmen dabei stets im Blick. Die Unternehmen tragen freiwillig und im Rahmen der Möglichkeiten des Einzelnen zum Wohle und zur nachhaltigen Entwicklung der globalen Gesellschaft an den Standorten bei, an denen sie tätig sind. Gleiches gilt bei den geschäftlichen Beziehungen innerhalb der textilen Kette. Geschäftspartner sind fair zu behandeln. Verträge sind einzuhalten, soweit die Rahmenbedingungen sich nicht grundlegend ändern. Die allgemein gültigen ethischen Werte und Prinzipien sind zu berücksichtigen, insbesondere gilt dies für die Menschenwürde.

Hierzu ist aber festzuhalten, dass der Code of Conduct auf dem Prinzip der Freiwilligkeit basiert. Es besteht keine Verpflichtung, ihn für sich anzuwenden, insbesondere keine Voraussetzung für die Mitgliedschaft in einem t+m-Mitgliedsverband.

Abschließend sei der wichtige Hinweis erlaubt, dass auch jeder Bürger als Käufer eines Textil- und Bekleidungsprodukts Verantwortung trägt. Solange er unter dem Motto „Geiz ist geil“ die Kaufentscheidung fällt, werden oftmals die verantwortungsvoll handelnden Unternehmen der deutschen Textil – und Bekleidungsindustrie das Nachsehen haben. Insofern sollte jeder Bürger auch sein eigenes Kaufverhalten unter diesem Gesichtspunkt auf den Prüfstand stellen.

Der Code of Conduct ist in 10 Sprachen abrufbar unter:
www.vtb-bayern.de (Rubrik Leistungen -> Code of Conduct)