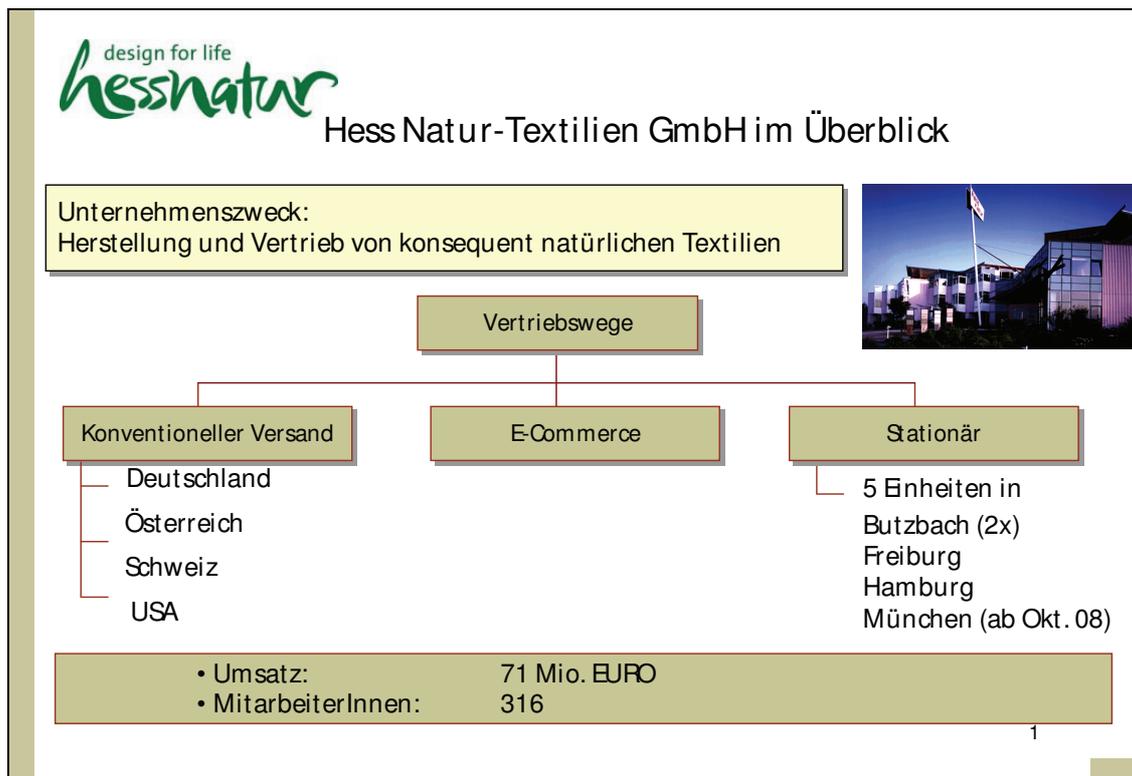


Das Awareness-Prinzip bei hessnatur

Rolf Heimann

Hessnatur ist ein Naturtextil-Versandunternehmen mit über 30 Jahren Erfahrung. Der Umsatz von ca. 70 Millionen € wird überwiegend durch Versandkataloge im deutschsprachigem Raum – Deutschland, Österreich, Schweiz – getätigt. Direkt erleben und kaufen kann man die Naturtextilien in den Läden in Butzbach, Hamburg, München und Freiburg. Zunehmend wichtig wird das Internet. Fast 30 % des Umsatzes läuft über den Internetshop.



In der langen Firmengeschichte hat sich hessnatur oftmals als Pionier ausgezeichnet und etliche Alleinstellungsmerkmale erarbeitet. So das erste Biobaumwollprojekt in den 90er Jahren in Afrika, etliche Sozialprojekte sowie auch umfangreiche Erstellung von Richtlinien für Naturtextilien und

Naturlederartikel. Hierfür besteht ein aufwändiges Qualitätsmanagementsystem mit dezidierten Abfragen und Artikelpässen im Bereich Textilökologie entlang der textilen Kette. In diesem Bereich besteht also eine große Erfahrung. Auch im Bereich der Konfektion hatte hessnatur schon sehr lange einen Code of Conduct (CoC). Die Einhaltung der Sozialstandards wurde bis 2002 von den Lieferanten per Konformitätserklärung bestätigt. Hessnatur wurde dann durch die Clean Clothes Campaign (CCC) mittels einer Kampagnen-Aktion auf den Missstand der fehlenden *Plausibilität* aufmerksam gemacht, der uns veranlasste, hier in den folgenden Jahren und bis heute unser Engagement und unsere Erfahrungen erheblich auszubauen.

Problemstellung

Hessnatur hat eine breite Palette an Bekleidung und Textilien von Damenoberbekleidung, Herrenoberbekleidung, Kinderkleidung, Wäsche sowie Bettwäsche/Heimtextilien etc.

design for life
hessnatur

Für jeden etwas dabei:



§ ca. 2.500 Modelle pro Saison
§ ca. 11.000 Artikel pro Saison

Das Sortiment

- § Damenoberbekleidung
- § Herrenoberbekleidung
- § Unisex
- § Kinder- und Babybekleidung
- § Wäsche und Strümpfe
- § Haus- und Heimtextilien






4

Die Artikel werden im eigenen Haus entworfen und entwickelt und dann von ausgesuchten Lieferanten produziert. Durch die große Vielfalt des Sor-

timents ist nachvollziehbar, dass die Produktion (Nähereien) auf viele spezialisierte Lieferanten bzw. Produzenten verteilt vergeben wird.

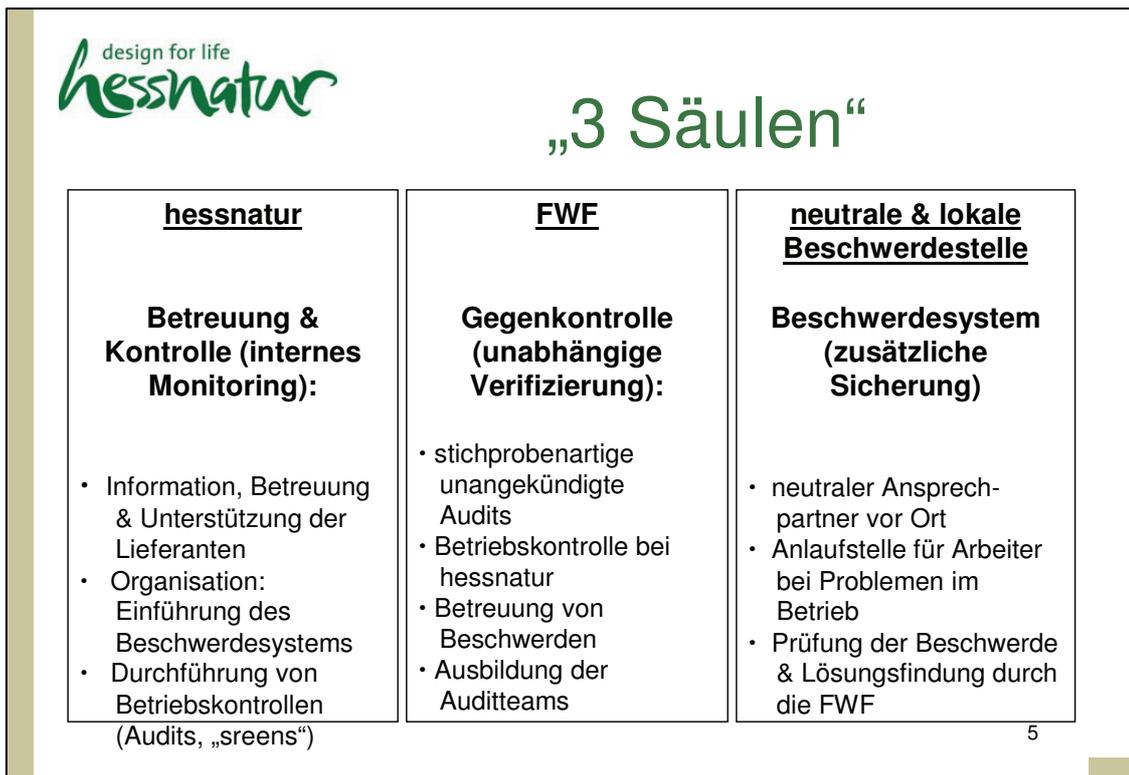
Zusammengefasst:

Die Produktion ist auf viele europäische und nichteuropäische Länder verteilt. Außerdem war kein ausgearbeitetes Monitoringsystem vorhanden. Die Lösung lag nicht darin, einfach alle Konfektionsbetriebe zu auditieren.

Auf der Suche nach der Lösung war schnell klar, dass hessnatur ein intelligentes, also einfaches Konzept eines Monitoringsystems benötigt. Das sollte beinhalten einen Mix aus:

- Absicherung ex ante
- Verpflichtung
- Information und Unterstützung in der Umsetzung
- Sicherung und Kontrolle
- Nachhaltigkeit

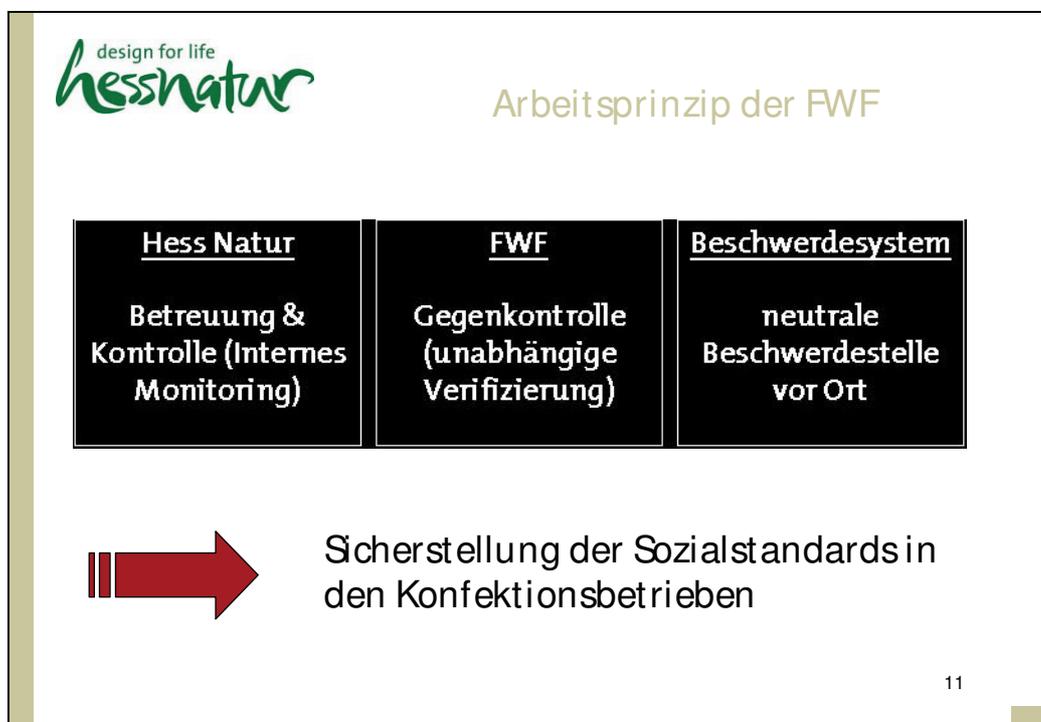
Im Jahr 2005 fiel die Entscheidung, Mitglied in der Fair Wear Foundation (FWF) zu werden. Die Entscheidung war richtig. Die Mitgliedschaft hat hessnatur Zugang zu dem Erfahrungsschatz dieser Multistakeholderorganisation verschafft. Durch die Mitgliedschaft übernimmt man den Code of Conduct der Organisation. Das war kein großer Schritt, da der CoC nachvollziehbarer Weise ähnlich dem hessnatur CoC auf den ILO-Konventio-



nen basiert. Ferner basiert die Mitgliedschaft auf einem 3 Säulen Modell. Im Rahmen der jährlichen Rezertifizierung überprüft die FWF das Monitoringsystem.

Mit den Erkenntnissen eines Pilotprojektes mit der CCC im Zeitraum 2003-2005 erarbeitete hessnatur in den Folgejahren die Bausteine des Monitoringsystems:

- Absicherung ex ante:
 - Auswahlkriterien & Prüfung für das Sourcing
- Verpflichtung:
 - Lieferantenleitfaden: Bestätigung der Sozialstandards, Verpflichtung zu Umsetzung & Öffnung der Betriebe
- Info & Unterstützung:
 - Lieferantenleitfaden: Lieferantenhandbuch & individuelle Beratung, Management Trainings, Worker Trainings
- Sicherung & Kontrolle:
 - hessnatur-Screens
 - „Quick Scans“ & Audits
 - Beschwerdesystem



Das heißt, für alle Lieferanten gilt eine sorgfältige Auswahl. Dazu ausgearbeitet gibt es das Tool eines Basisinformationsbogens und eine visuelle Überprüfung. Über die Auswahl der Lieferanten entscheidet aber – wohl

einmalig – der Einkauf nicht allein, sondern paritätisch mit der Qualitätssicherung (QS) und dem für Sozialstandards verantwortlichem Bereich.

<i>Länder innerhalb der Europäischen Union</i>		<i>Länder außerhalb der Europäischen Union</i>	
Land	Anzahl der Produktionsbetriebe	Land	Anzahl der Produktionsbetriebe
Deutschland	50	China	20
Polen	15	Rumänien	7
Tschechische Republik	14	Kroatien	5
Portugal	13	Peru	5
Litauen	6	Nepal	4
Slowakische Republik	6	Bulgarien	2
Lettland	5	Indien	2
Österreich	5	Island	2
Irland	4	Serbien	2
Ungarn	4	Türkei	2
Dänemark	2	Bosnien	1
Griechenland	2	Kolumbien	1
Großbritannien	2	Mazedonien	1
Italien	2	Norwegen	1
Belgien	1	Ukraine	1
Frankreich	1	unbekannt	1
insgesamt	132	insgesamt	57

Tabelle 1: Übersicht Produktionsländer

Aufstellung Produktionsländer und Anzahl Betriebe in 2006

Jeder Lieferant erhält und unterzeichnet einen Lieferantenleitfaden, in dem neben Einkaufsbedingungen, Textilstandard, Sozialstandard etc. auch erweiterte Infos zu Sozialstandards und Monitoring mitgegeben werden. Verpflichtend sind auch die Angaben der Produktionsstättenabfrage. Das heißt, hessnatur wird jeder Konfektionsbetrieb nebst Subunternehmer benannt. In jedem Betrieb hängt der CoC in Landessprache. Auf diesem Aushang ist die Kontaktadresse der FWF angegeben. Das ist die Basis zur Einführung unseres Beschwerdesystems. Die Erkenntnis ist tatsächlich die Notwendigkeit eines Beschwerdesystems: Jede Näherin muss im Beschwerdefall die Möglichkeit haben, sich – mit einem sauberen Ablauf – an eine neutrale Stelle wenden zu können.

Sicherlich ist das Beschwerdesystem ein wesentlicher Baustein im hessnatur-Monitoringkonzept. Aber natürlich ist auch wichtig, den Zustand, also die Arbeitsbedingungen des Unternehmens, zu verifizieren. Die Module hierzu sind:

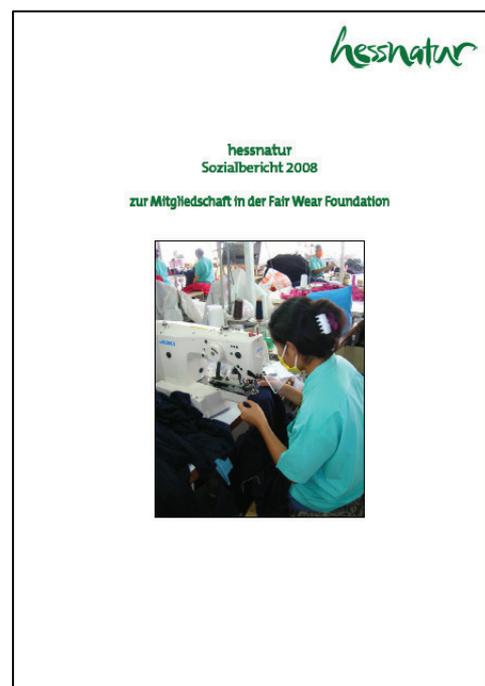
- Interviews zu Sozialstandards
- Quick Scans & Audits
- hessnatur-Screens
- Worker Trainings
- Management Trainings

Audits lässt hessnatur von der FWF durchführen. Diese Audits mit den drei Bereichen health&safety, bookkeeping und workers interviews sind die z.Z. aussagekräftigsten. Es werden aber auch gute Erfahrungen mit den eigenen Screens gemacht. Hessnatur hat einen Ablauf mit Checkliste / Fragebogen entwickelt, womit die sicherheitstechnischen Arbeitsbedingungen, Abfragen zur Gewerkschafts- und Versammlungsfreiheit und das „Bookkeeping“ mit Arbeitsverträgen etc. erfasst werden. Was das eigene Unternehmen nicht leisten kann, sind die Arbeiterinneninterviews, welche die FWF bekannterweise außerhalb des Fabrikgeländes durchführt. Hessnatur bekommt aber einen wertvollen Eindruck und es wird nachfolgend ein Nacharbeitungsplan erstellt, in dem verbindlich mit Zeitrahmen etwaige Defizite festgehalten sind. Das Abarbeiten dieses „corrective action plans“ ist Grundlage für eine weitere Zusammenarbeit (und kein nice to have). Die Entscheidung zwischen screens und Audits wird je nach Produktionsland und Bedeutung des Lieferanten gefällt. Zur Zeit arbeitet der Fachbereich an der Erweiterung des Managementsystems zur umfangreichen Datenerfassung und -auswertung. Dieses EDV-Programm hilft maßgeblich, jederzeit einen gesicherten Überblick zu haben.

Das Multistakeholdermeeting: Einmal jährlich lädt hessnatur ein zu einem Meeting mit Vertretern von Gewerkschaft / IG Metall, Vertreter CCC Deutschland und FWF.

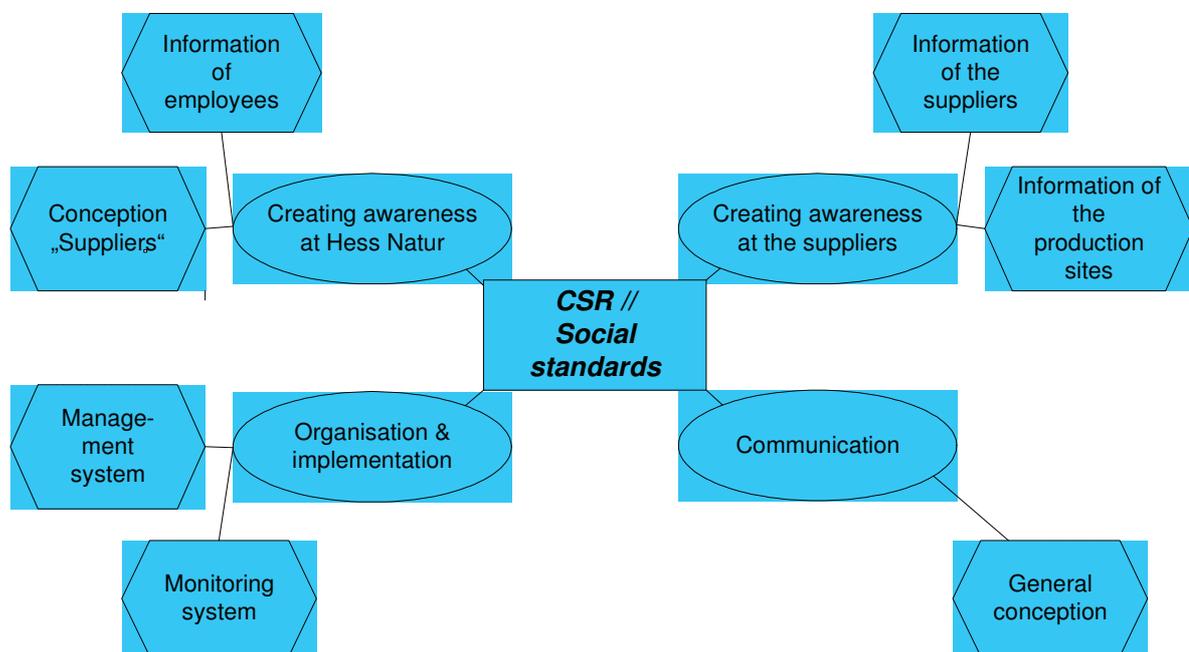
In diesem Treffen gibt das Unternehmen einen Bericht über die Arbeit des vergangenen Jahres zur Verbesserung und Einhaltung der Sozialstandards. Anschließend wird den Arbeitsplan für das nächste Wirtschaftsjahr präsentiert. Der Sozialbericht wird nach Freigabe der FWF auf der hessnatur Homepage und in Englisch auf der FWF-Homepage veröffentlicht. Die FWF hat eine Aufstellung aller hessnatur

Konfektionsbetriebe. Diese Aufstellung betrachtet das Unternehmen als eigenes Know-how und veröffentlicht diese daher aber nicht. Innerhalb des Multistakeholder-Gremiums und zur FWF hin arbeitet das Unternehmen nach dem Prinzip größtmöglicher Transparenz.



Das Awarenessprinzip

Die Arbeit und Entwicklung hat gezeigt, dass das Prinzip der Transparenz von großer Bedeutung ist. Aber eine Erkenntnis war sicherlich von größter Wichtigkeit: Für die hohen Ziele und Ansprüche muss man Bewusstsein schaffen. Das war eine wesentliche Erkenntnis auf dem Weg zur Entwicklung und Optimierung des hessnatur Systems. Es wurde also ein „Awareness-Konzept“ entwickelt, welches 4 Bereiche umfasst:



- Bewußtsein schaffen bei hessnatur

Im Rahmen der regelmäßigen Grundlagenschulungen für die Mitarbeiter wird über die Arbeit des Fachbereichs für Sozialstandards berichtet und geschult. Darüber hinaus gibt es Workshops mit dem Einkauf, der PR-Abteilung und dem Marketing. In dem Entscheidungsgremium zur Lieferantenauswahl und -bewertung ist der Bereich Sozialstandards entscheidungsfähig beteiligt. Bei hessnatur entscheidet nicht der Einkäufer allein. Dieses Vetorecht ist sicherlich einzigartig. Unsere Einkäufer tragen die hohen Ansprüche und Erwartungen aber mit. Das ist ein authentisches Selbstverständnis bei hessnatur.

- **Bewusstsein beim Lieferanten**

Kontrolle ist selbstverständlich wichtig zur Einhaltung des CoC. Aber wenn Sie nicht einen Lieferanten haben, der diesen Anspruch mit trägt, werden Sie immer wieder zurückgeworfen und die Gefahr der Vertuschung ist einfach höher. Hessnatur beginnt tatsächlich mit der Auswahl der Lieferanten. Da Lieferanten gebraucht werden, die die hohen textilökologischen Ansprüche mitgehen, ist es hier leichter, diese Ansprüche verständlich zu machen. Hessnatur muss es aber auch schaffen, ihre Erkenntnis zu vermitteln, dass Näherinnen unter optimalen Arbeitsbedingungen höher motiviert sind. Das bringt einen höheren Benefit bezüglich Output und Qualität. In verbesserte Arbeitsbedingungen zu investieren muss kein altruistischer, sondern ein ökonomischer Beweggrund sein. hessnatur nutzt die Gelegenheiten zu Gesprächen bei den Lieferantenbesuchen im Haus und bei Besuchen vor Ort. Zur Zeit wird an einem Lieferantenhandbuch gearbeitet, in dem neben Erläuterungen und Erfahrungen auch Hilfestellung geleistet werden soll. Meine Erfahrung auf dem Gebiet der textilökologischen Entwicklung hat mich gelehrt, dass es wichtig ist, einen Lieferanten zu begleiten. Das ist absolut eine win-win Situation. Also werden die bestehenden Lieferanten qualifiziert, das kommt aber natürlich seinem eigenen Unternehmen zu Gute.

- **Managementsystem**

Hessnatur hat im Laufe der Jahre für die Einhaltung der anspruchsvollen ökologischen Standards ein Managementsystem entwickelt. Hier werden textilökologische Daten und Materialcodes verwaltet und gesteuert. Auch im Bereich der Sozialstandards wird ein Verwaltungssystem benötigt, um die vielfältigen Daten und Informationen zusammen zu tragen und steuer- und messbar zu machen. Man ist mit Hilfe dieses Systems nun in der Lage, einen Überblick über die Nähereinen und deren Status in der Umsetzung des CoC zu haben.

- **Kommunikation**

Die Erfahrungen zur Umsetzung und Einhaltung von Sozialstandards sind bei hessnatur im Verhältnis zu den textiltechnischen und textilökologischen noch jung. In Gesprächen mit anderen Unternehmen stelle ich fest, dass ein Erfahrungsaustausch sinnvoll und nutzbringend ist, gerade auch weil die Rahmenbedingungen und Ansätze in verschiedenen Unternehmen recht unterschiedlich sind. Hessnatur verhält sich, wie schon beschrieben, sehr

transparent. Es wird ein jährlicher Sozialbericht veröffentlicht, es findet ein Austausch im Multistakeholder Meeting und mit der FWF statt und hessnatur berichtet und diskutiert aktiv auf entsprechenden Tagungen und Konferenzen.

Das Thema Sozialstandards und deren Umsetzung ist bei hessnatur, einem Unternehmen mit einem ganzheitlichen Ansatz, von großer Wichtigkeit. Es wurde das Bewusstsein für das Thema entwickelt und sich der Herausforderung gestellt. In den letzten sieben Jahren wurden viele Erkenntnisse praktisch und innovativ umgesetzt. Und doch ist es noch ein weiter Weg - und es gilt, noch viele Ansprüche umzusetzen.

