COTTON MADE IN AFRICA

JAHRESBERICHT 2019

INHALT

Seite

VORWORT 4
von Prof. Dr. Michael Otto

DAS JAHR 2019 IN ZAHLEN 6

Konsolidiertes Ergebnis 8

Im Gespräch mit Petra Scharner-Wolff 10
Sustainable Bonds

CMIA AUF DEM FELD 12

Kooperations- und Sonderprojekte 17

CMIA IN DER TEXTILEN KETTE 20

Im Gespräch mit Mohammod Yeasin Mahmud 23
Unternehmensverantwortung und Transparenz

Im Gespräch mit Rien Jansen 24
Transparenz und Zirkularität in der Wertschöpfungskette

CMIA IN DEN MEDIEN 26

Im Gespräch mit Martin Johannes Kielmann 28
Er zeigt mit seinen Fotos die Menschen hinter CmiA

Im Gespräch mit Christina Gath 31
Nachhaltiger Lifestyle im COUCH Magazin

THE GOOD CASHMERE STANDARD® 34

DIE ORGANISATIONSSTRUKTUR

Das AbTF Team 36

Das AbTF Kuratorium 37

Der CmiA Beirat 38

Unternehmenspartner 2019 39

Impressum 39

VORWORT

**PROF. DR.
MICHAEL OTTO**

Das Klima schützen. Die Zukunft auch für nachfolgende Generationen sichern. Unsere Verhaltensweisen und Gewohnheiten überdenken. 2019 war das Jahr, in dem sich eine große, globale Bewegung für die Rettung des Klimas und den Schutz der Umwelt formiert und Politik und Gesellschaft weltweit aufgerüttelt hat.

Mit „Fridays for Future“ setzten sich viele junge Menschen aktiv für eine Welt ein, in der sie ihr Leben gestalten können – ohne darum bangen zu müssen, ob ihnen und ihren Kindern die natürlichen Ressourcen, die heute eine Selbstverständlichkeit sind, auch zukünftig noch zur Verfügung stehen werden.

Dieses gesellschaftliche Engagement hatte den Themen Nachhaltigkeit und Verantwortung enormen Auftrieb verschafft und sich in einem deutlich gesteigerten Interesse aller Akteure – Politik, Gesellschaft und Unternehmen – niedergeschlagen. Initiativen und Aktivitäten, die sich zum Beispiel für Klima- und Umweltschutz, nachhaltige Produktion oder die Durchsetzung sozialer Standards einsetzen, haben einen nie da gewesenen Rückenwind erlebt. Und das, obwohl es in jüngster Vergangenheit zwangsläufig etwas ruhiger um die Protestbewegung wurde. Die Corona-Krise überlagert nicht nur medial nahezu vollständig alle anderen Themen, sie teilt unsere Zeitrechnung auch in ein „Vorher und Nachher“.

Viele Menschen werden derzeit mit existenziellen Sorgen um ihre Gesundheit, ihren Arbeitsplatz und ihre Zukunft konfrontiert. Das unmittelbare Erleben tiefgreifender Einschnitte in unseren Alltag und eine deutlich veränderte Arbeitswelt machen klar, dass wir uns nach dem Durchleben dieser fundamentalen Krise einer „neuen Normalität“ stellen müssen. Aber wie wird diese Normalität, wie wird unsere Gesellschaft in Zukunft aussehen? Für viele Menschen ist schon jetzt klar – ein „Weiter so“ soll es und kann es nicht mehr geben. Die Zäsur sollte vielmehr dafür genutzt werden, eine sozial gerechtere und ökologisch verträglichere Wirtschaft zu gestalten. Ich bin dabei aus drei Gründen sehr zuversichtlich, dass uns dies auch gelingen wird:

Erstens – der Wert von Natur und Naturerlebnissen, aber auch die Fragilität und schützenswerte, feine Balance unserer Ökosysteme wird uns in diesen Zeiten mit aller Deutlichkeit vor Augen geführt.

Zweitens hat die Akzeptanz der notwendigen digitalen Möglichkeiten und auch das Bestreben nach einer umfassenden Digitalisierung, die überall und für jeden verfügbar ist, einen enormen Schub erhalten – nicht nur in den hoch technologisierten globalen Wirtschaftszentren, sondern auch auf dem Feld in Afrika. Dieser Digitalisierungsschub kann sehr hilfreich sein, die Kommunikation auch über Grenzen hinweg zu vertiefen, den Zugang zu Wissen zu vereinfachen oder gar erst zu ermöglichen und damit nachhaltige Zukunftsaussichten weltweit zu schaffen.

Schließlich ist drittens durch die erzwungene Abgrenzung auch eine neue Art von Nähe und Solidarität entstanden, für unsere kranken und älteren Nachbarn nebenan, aber genauso auch für benachteiligte Gesellschaften in anderen Teilen der Welt.

Die Chancen, die sich aus diesen sehr positiven Entwicklungen ergeben, müssen wir ergreifen und mit dem entsprechenden Handeln fortführen und vertiefen. Dabei erhält die Frage, was wirklich wichtig ist und worauf sich das eigene Handeln fokussieren sollte, eine ganz neue Aktualität.

Die Initiative Cotton made in Africa steht seit fünfzehn Jahren für verantwortliches Handeln und eine sozial und ökologisch nachhaltige Produktion von Rohstoffen. Auch sie hat den oben beschriebenen Rückenwind im Jahr 2019 deutlich gespürt: Das Interesse der Konsumenten und – davon angetrieben – auch das der Unternehmen an nachhaltigen Rohstoffen und transparenten Wertschöpfungsketten wächst. Der im Jahr 2019 realisierte, deutliche Anstieg von Cotton made in Africa-ausgezeichneten Textilien um mehr als 20 Prozent im Vergleich zum Vorjahr zeigt, dass aus Interesse durchaus auch konkretes Handeln werden kann. Diese guten Absatzzahlen sind wichtig für Cotton made in Africa, denn sie bilden die finanzielle Grundlage für die Arbeit der Initiative in Subsahara-Afrika. Im Jahr 2019 konnten 900.000 Kleinbäuerinnen und Kleinbauern in elf Ländern von der Zusammenarbeit mit Cotton made in Africa profitieren und insgesamt 593.000 Tonnen verifiziert nachhaltige Baumwolle auf dem Weltmarkt anbieten.

„Das gibt uns Zuversicht für die Zukunft und bestärkt mich in meiner Überzeugung darin, dass nicht die Menschen für die Wirtschaft da sind, sondern die Wirtschaft für den Menschen.“

Das Jahr 2019 war auch das Geburtsjahr eines neuen Nachhaltigkeitsstandards unter dem Dach der Aid by Trade Foundation. Mit „The Good Cashmere Standard®“, dem ersten Standard für nachhaltig erzeugten Kaschmir, weitete die Stiftung ihr Engagement auch auf den Bereich Tierwohl aus und arbeitete erstmals außerhalb des afrikanischen Kontinents. In der Inneren Mongolei, einer autonomen Region im Norden Chinas, wird die Erzeugung von Kaschmir jetzt unter Berücksichtigung zentraler Aspekte für das Tierwohl, sozialer Kriterien für die Farmer und Kriterien zum Schutz der Umwelt verifiziert.

Werfen wir nach 15 Jahren einen Blick zurück, wird deutlich: Wir dürfen uns auf Erreichtem nicht ausruhen, nie stehenbleiben. Die Umsetzung von Nachhaltigkeit im Massenmarkt wird, trotz aller guten Entwicklungen und dem steigenden Interesse vieler Akteure, immer herausfordernd bleiben, Rahmenbedingungen können sich verändern, unvorhergesehene Ereignisse können die ganze Weltordnung durcheinanderwirbeln. Aber die Bereitschaft und die Überzeugung vieler Menschen, dass sie es sind, die Verantwortung übernehmen können, dass es auf jeden Einzelnen ankommt, jedes Unternehmen, jeden Konsumenten, ist genauso unabänderlich. Das gibt uns Zuversicht für die Zukunft und bestärkt mich in meiner Überzeugung darin, dass nicht die Menschen für die Wirtschaft da sind, sondern die Wirtschaft für den Menschen. Gemeinsam mit unseren Partnern in Afrika, in Asien und hier in Europa haben wir viel erreicht und unsere Gemeinschaft wird jedes Jahr stärker. Zusammen arbeiten wir weiter daran, dass unsere Welt besser wird – und auch zukünftig eine lebenswerte Welt bleibt.

VORWORT

DAS JAHR 2019 IN ZAHLEN

AUF DEM FELD

24
BAUMWOLL-GESELLSCHAFTEN

32,4%
DER AFRIKANISCHEN BAUMWOLLPRODUKTION IST CMIA-VERIFIZIERT

18%
KLEINBÄUERINNEN

rund
900.000
KLEINBAUERN

11
ANBAULÄNDER

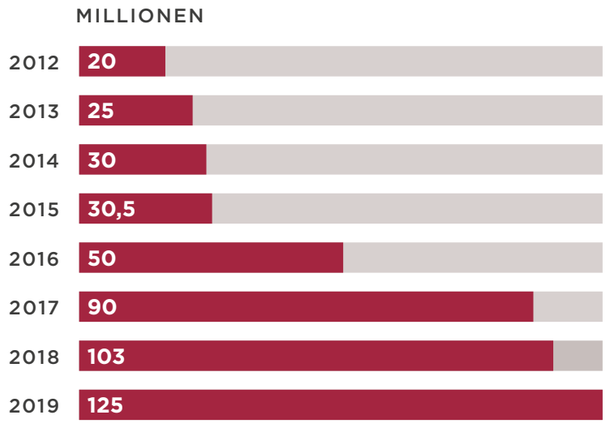
1.657.000
ANBAUFLÄCHE GESAMT (HA)

1,87
DURCHSCHNITTLICHE ANBAUFLÄCHE PRO FARMER (HA)

593.000
TONNEN CMIA-BAUMWOLL-ERNTE GESAMT (ENTKÖRNT)

848
DURCHSCHNITTLICHE ERTRAGSMENGE (ROHBAUMWOLLE) DER FARMER (KG/HA)

IN DER TEXTILEN KETTE



CMIA-GELABELTE TEXTILIEN IM MARKT
Alle Angaben inkl. CmiA und CmiA Organic, Zahlen gerundet

rund
125.000.000
CMIA-GELABELTE TEXTILIEN IM MARKT

8
TEXTILPRODUKTIONS-MÄRKTE IN AFRIKA

137
SPINNEREIEN & TEXTIL-PRODUZENTEN

19
BAUMWOLL-HÄNDLER

63
CMIA HANDELS-PARTNER

22
TEXTILPRODUKTIONS-MÄRKTE WELTWEIT

KONSOLIDIERTES ERGEBNIS 2019

Erneutes Umsatz- und Ergebniswachstum für Cotton made in Africa (CmiA) 2019: Über 3 Millionen Euro – 89 Prozent der Gesamteinnahmen – wurden über Marktaktivitäten aus dem privaten Sektor realisiert. Damit konnten die Ausgaben für die CmiA-Programmimplementierung und Kooperationsprojekte mit den Partnern in Afrika auf 2,1 Millionen Euro erhöht werden.

Erneutes Umsatz- und Ergebniswachstum für Cotton made in Africa: Auch im Geschäftsjahr 2019 konnte die Aid by Trade Foundation (AbTF) ihre Einnahmen aus dem Verkauf von CmiA-Baumwolle erneut deutlich steigern. Der Betrag von 2.438 Tausend Euro (TEUR) liegt 11,4 Prozent über dem Vorjahresergebnis, der Anteil der Lizenzeinnahmen an den Gesamteinnahmen beträgt damit 70 Prozent.

Während aus der Vermarktung der Rechte an der Marke Cotton made in Africa über die ATAKORA Fördergesellschaft GmbH Lizenzeinnahmen in Höhe von 1.858 TEUR generiert wurden, hat der Absatz von CmiA-verifizierter Baumwolle als Baumwolle aus der Better Cotton Initiative (BCI) Einnahmen in Höhe von 580 TEUR erbracht.

Die stetig steigende Nachfrage von CmiA-verifizierter Baumwolle bei den Unternehmen der Nachfrageallianz bewirkte eine erneute Vergrößerung des globalen Netzwerks von Baumwollgesellschaften, -händlern und Spinnereien, die mit der nachhaltigen Baumwolle arbeiten und sich als Akteure der textilen Wertschöpfungskette an der Initiative Cotton made in Africa beteiligen. Partnerbeiträge in Höhe von insgesamt 551 TEUR trugen mit 16 Prozent zu den Einnahmen 2019 bei.

Spendeneinnahmen, die insbesondere für die Kofinanzierung der Kooperationsprojekte eingesetzt wurden, konnten in Höhe von 306 TEUR erzielt werden (siehe hierzu auch Seite 18). Mit 89 Prozent ist der Anteil der Einnahmen aus dem Wirtschaftsbetrieb an den Gesamteinnahmen im Jahr 2019 um 2 Prozent gegenüber dem Vorjahr gestiegen. Mit 11 Prozent bleibt der Anteil der Einnahmen aus Spenden und Fördergeldern an den Gesamteinnahmen der AbTF gering. Die Initiative Cotton made in Africa wird somit weitestgehend von den Unternehmen, die CmiA-Baumwolle verarbeiten und einsetzen, getragen und die Stiftungsdevise – Hilfe zur Selbsthilfe durch Handel – in die Tat umgesetzt.

2019 investierte die AbTF 12 Prozent der Gesamtausgaben über ihre Vermarktungsgesellschaft ATAKORA in die Bereiche Marketing, Kommunikation und Vertrieb und unterstützt damit die Vermarktung von CmiA an neue und bestehende Lizenznehmer. Seit Ende 2019 wird auch die Umsetzung des im Jahr 2019 neu entwickelten nachhaltigen Kaschmir-Standards bei den ersten Partnern begleitet.

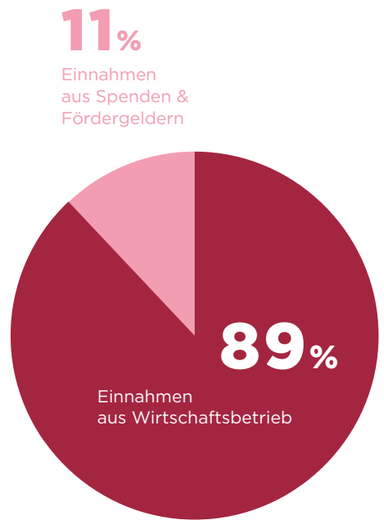
Die Ausgaben für die Implementierung der CmiA-Programme sowie des ‚The Good Cashmere Standard' (GCS) betrugen im Jahr 2019 insgesamt 1.910 TEUR und lagen damit rund 20 Prozent über dem Vorjahresniveau. Zugleich hat die AbTF insgesamt 1.056 TEUR über Kooperationspartner, wie zum Beispiel die Cotton Expert House Africa gGmbH, aber auch in direkter Kooperation mit den Partner-Baumwollgesellschaften in Afrika für die Schulungsmaßnahmen der Kleinbauern sowie für begleitende Kooperationsprojekte eingesetzt.

Die ‚Program Service Expense Ratio', die aus der Relation der Gesamtausgaben zu den Mitteln, die unmittelbar die Stiftungsziele unterstützen, errechnet wird, stieg im Jahr 2019 erneut: von 68 Prozent im Vorjahr auf 73 Prozent. Diese Entwicklung ist besonders erfreulich, da dieser Wert die Effektivität der eingesetzten Mittel beschreibt.

Aufgrund der im Jahr 2019 sehr positiven Einnahmenentwicklung, verbunden mit einer effektiven Ausgabensteuerung, wurde ein konsolidierter Jahresüberschuss von 580 TEUR vor Steuern erzielt. Dieser gewährleistet, etwa auch über die Bildung von freien Rücklagen, eine solide Eigenkapitalstruktur und schafft die Basis für weitere Maßnahmen, sowohl in der Programmimplementierung als auch im Bereich der Unterstützung der Vermarktung von CmiA und GCS in den kommenden Jahren.

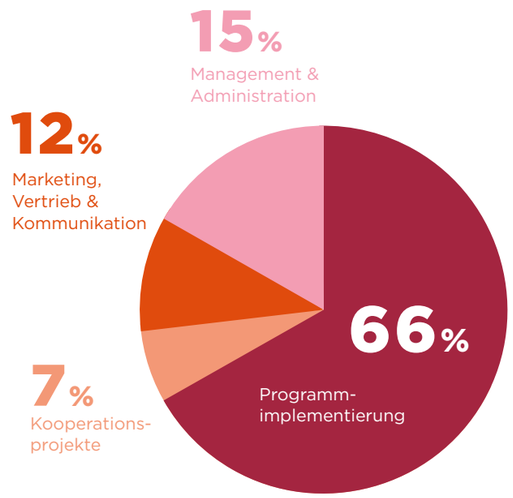
EINNAHMEN 2019

	TEUR	in %	2018 in %
Lizenzeinnahmen	2.438	70 %	71 %
Partnerschaftsbeiträge	551	16 %	14,5 %
Spenden	306	8,8 %	13 %
Fördergelder	72	2,1 %	0 %
Private Zuschüsse	54	1,6 %	0,5 %
Sonstige Einnahmen	35	1 %	0,5 %
Service-Gebühren	20	0,5 %	0,5 %
Gesamteinnahmen 2019	**3.476**	**100 %**	**100 %**
Einnahmen aus Wirtschaftsbetrieb	3.098	89 %	87 %
Einnahmen aus Spenden & Fördergeldern	378	11 %	13 %



AUSGABEN 2019

	TEUR	in %	2018 in %
Management & Administration	434	15 %	14 %
Programm-implementierung	1.910	66 %	56 %
Kooperationsprojekte	213	7 %	11 %
Marketing, Vertrieb & Kommunikation	339	12 %	19 %
Gesamtausgaben 2019	**2.896**	**100 %**	**100 %**
Beitrag AbTF zu Trainingsmaß-nahmen & Kooperations-projekten 2019	1.056		1.096
Program Service Expense Ratio = Program Service Expenses / Total Expenses		73 %	68 %



SUSTAINABLE BONDS

Über das Thema Nachhaltigkeit mit Banken

Vor dem Hintergrund des umfassenden Engagements der Otto Group im Bereich Nachhaltigkeit wurde im Jahr 2019 ein ‚Sustainable Finance Framework' entwickelt, das insbesondere die positiven sozialen und ökologischen Auswirkungen in den Anfangsphasen der Wertschöpfungskette der Otto Group, namentlich im Bereich der Rohstoffbeschaffung und -verarbeitung, als messbare Größen berücksichtigt.

Welche Rolle spielte das langjährige Engagement der Otto Group für Cotton made in Africa etwa durch die Festlegung des 100-Prozent-Ziels in seiner Textilstrategie in diesem Zusammenhang?

Für die Otto Group ist Nachhaltigkeitsarbeit kein neuer Trend, sondern seit Jahrzehnten Teil unserer Unternehmens-DNA. Unser Aufsichtsratsvorsitzender Prof. Dr. Michael Otto machte in seiner Zeit als CEO bereits 1986 den Umweltschutz zum festen Bestandteil unserer Unternehmensziele. Und auch heute ist ihm das Engagement für Nachhaltigkeitsinitiativen – sowohl außerhalb als auch innerhalb der Otto Group – eine Herzensangelegenheit.

So haben wir uns unter anderem das Ziel gesetzt, im Modebereich bis zum Jahr 2020 bei Eigen- und Lizenzmarken 100 Prozent nachhaltig verarbeitete Baumwolle zu verwenden. Im Geschäftsjahr 2019 haben wir bereits einen Anteil von über 95 Prozent erreicht. Dabei setzen wir vor allem auf das Programm Cotton made in Africa, das Kleinbauern in Afrika umweltgerechte Anbautechniken vermittelt und sich vor Ort für bessere Schulbildung und Gleichberechtigung von Mann und Frau einsetzt.

Als erstes deutsches Handelsunternehmen hat die Otto Group im Rahmen des ‚Sustainable Finance Frameworks' im April 2019 auf dem Kapitalmarkt erfolgreich eine nachhaltige Anleihe begeben, für die rund 250 Millionen Euro von Investoren gezeichnet wurden. Die Mittel werden unter anderem für die Beschaffung von Textilien mit dem Cotton made in Africa-Label eingesetzt, im Jahr 2019 waren es bereits fast 87 Millionen Textilien.

Wie beurteilen Sie das künftige Potenzial für die Otto Group, durch die Ausgabe von Sustainable Bonds, die den Richtlinien der International Capital Markets Association (ICMA) für nachhaltige Anleihen entsprechen, am Kapitalmarkt weitere Finanzmittel für die Umsetzung von Cotton made in Africa durch die Otto Group zu akquirieren?

Wir sehen bei Sustainable Bonds ein sehr großes Potenzial. Der Markt für solche als nachhaltig zertifizierte Anleihen ist in den vergangenen Jahren rasant gewachsen. Institutionelle Anleger legen zunehmend Fonds auf, die qua Mandat nur in dezidiert „grüne" Assetklassen investieren. Aktuell wird das ausstehende Emissionsvolumen auf rund 60 Milliarden Euro geschätzt. Eine beachtliche Größe, allerdings nur ein Bruchteil des fast zwei Billionen Euro schweren Gesamtmarktes für Unternehmensanleihen. Wir finden: Da ist noch Luft nach oben – und tragen gerne unseren Teil zu einer positiven Marktentwicklung bei. So haben wir seit der ersten Emission weitere Bonds unter dem Sustainable Finance Framework begeben und inzwischen ein Volumen von insgesamt rund 470 Millionen Euro emittiert. Auch für die Zukunft beabsichtigen wir, das Framework weiter zu nutzen und zusätzliche Anleger zu gewinnen.

PETRA SCHARNER-WOLFF, Vorständin Finanzen, Controlling und Personal bei der Otto Group, über die erfolgreiche Platzierung nachhaltiger Anleihen am Kapitalmarkt. Die Otto Group konnte als erstes deutsches Handelsunternehmen ihren Einsatz von CmiA-Baumwolle für Textilien am Kapitalmarkt geltend machen.

Die Aid by Trade Foundation hat sich zum Ziel gesetzt, über die Steigerung der Nachfrage von Unternehmen nach Cotton made in Africa-Textilien, also durch die Aktivierung von Marktkräften, zu einer Verbesserung der Lebensbedingungen von Kleinbauern in Afrika beizutragen.

Sehen Sie im Begeben von Sustainable Bonds, die unter anderem auf der Nachfrage Ihres Unternehmens nach Cotton made in Africa-Textilien basiert und damit auf dem Kapitalmarkt weitere Marktkräfte aktiviert, einen zusätzlichen Anreiz für Unternehmenspartner, Cotton made in Africa zu unterstützen?

Dank des Sustainable Bonds sprechen wir über das Thema Nachhaltigkeit nun erstmals nicht mehr nur mit NGOs, Politik und Fachpresse, sondern auch mit Banken, Versicherern und Pensionskassen. Wir sehen es als Teil unserer unternehmerischen Verantwortung, den Dialog zu suchen und Bewusstsein zu schaffen. Frei nach dem Motto: Tue Gutes und sprich darüber – nun eben auch mit dem Kapitalmarkt. Und möglicherweise bereiten wir damit auch anderen Unternehmenspartnern von Cotton made in Africa einen Weg, ihr Engagement in einen Sustainable Bond umzumünzen.

2019 IN ZAHLEN

CMIA AUF DEM FELD

Die Verbesserung der Lebens- und Arbeitsbedingungen der Kleinbauern und der Schutz der Natur zählen zu den wesentlichen Aufgaben von Cotton made in Africa. Dafür arbeitet die Initiative mit einem weitreichenden Netzwerk in den afrikanischen Anbauländern der Baumwolle sowie weiteren Stakeholdern und Baumwollexperten zusammen. 2019 bauten rund 900.000 Kleinbauern in elf afrikanischen Ländern Baumwolle nach den Nachhaltigkeitskriterien der Cotton made in Africa-Standards an, nahmen an Schulungen im nachhaltigen Baumwollanbau teil und profitierten von Projekten zur Förderung des Umweltschutzes oder zur Verbesserung in den Bereichen Hygiene und Gesundheit. Wichtige Arbeitsschwerpunkte für die Initiative waren 2019 zum einen die Revision des CmiA-Standards und zum anderen das Erstellen eines digitalen Verifizierungsmanagement-Tools.

VERIFIZIERUNGEN DURCH EXTERNE AUDITOREN

Kontinuierliche Kontrolle und Weiterentwicklung

Werden die Felder im Sinne der Cotton made in Africa-Standards nachhaltig bewirtschaftet? Werden die Umwelt- und Sozialstandards auf dem Feld und in der Entkörnungsfabrik eingehalten? Diese und weitere Fragen sollen regelmäßige Kontrollen vor Ort – auf dem Feld und in den Entkörnungsanlagen – beantworten. Damit wird sichergestellt, dass die Cotton made in Africa-Standards eingehalten und damit der Schutz der Umwelt, etwa hinsichtlich Bodenfruchtbarkeit oder Biodiversität, sowie eine menschenwürdige Beschäftigung, die Gleichberechtigung der Geschlechter und die Rechte von Kindern respektiert werden. Zwei unabhängige Zertifizierungsunternehmen – EcoCert und AfriCert – führten 2019 die Verifizierungen im Auftrag der Aid by Trade Foundation durch. Insgesamt waren im Berichtsjahr 15 Auditoren für die CmiA-Verifizierungen eingesetzt.

2019 beauftragte die AbTF das IT-Unternehmen Vera Solutions damit, eine Online-Plattform zum Erfassen der umfangreichen Angaben zur Implementierung der CmiA-Standards zu programmieren. Damit sollen die Schulungen der Kleinbauern zum Erreichen der Standardkriterien und die Ergebnisse der Standardverifizierungen auf dem Feld und in der Fabrik künftig systematischer und übersichtlicher erfasst werden. Das System beinhaltet die Self-Assessments der Baumwollgesellschaften und bildet zudem den kompletten Verifizierungsprozess durch die externen Auditoren von EcoCert und AfriCert ab. Alle Daten werden zentral gespeichert und sind jederzeit verfügbar. Um den Austausch und Wissenstransfer sowohl zwischen den einzelnen Baumwollgesellschaften als auch mit den Auditoren und dem Verifizierungsmanagement der Aid by Trade Foundation zu vereinfachen, erhalten alle am Verifizierungsprozess Beteiligten Zugang zu einer Online-Community im System. Chat-Funktionen vereinfachen den schnellen Austausch von Informationen. Damit bietet das Online-Tool sowohl den Baumwollgesellschaften als auch der Stiftung umfangreiche Möglichkeiten zur Analyse und Auswertung der Daten sowie zur Steuerung künftiger Aktivitäten. Durch zusätzliche automatisierte Prüfungen im System stellt die Aid by Trade Foundation eine noch verlässlichere Datenqualität sicher. Im Rahmen von lokalen Workshops mit den afrikanischen Partnern wurde das System vor seiner Implementierung zunächst umfassend getestet und auf Basis dieser Evaluation optimiert.

ERGEBNISSE 2019

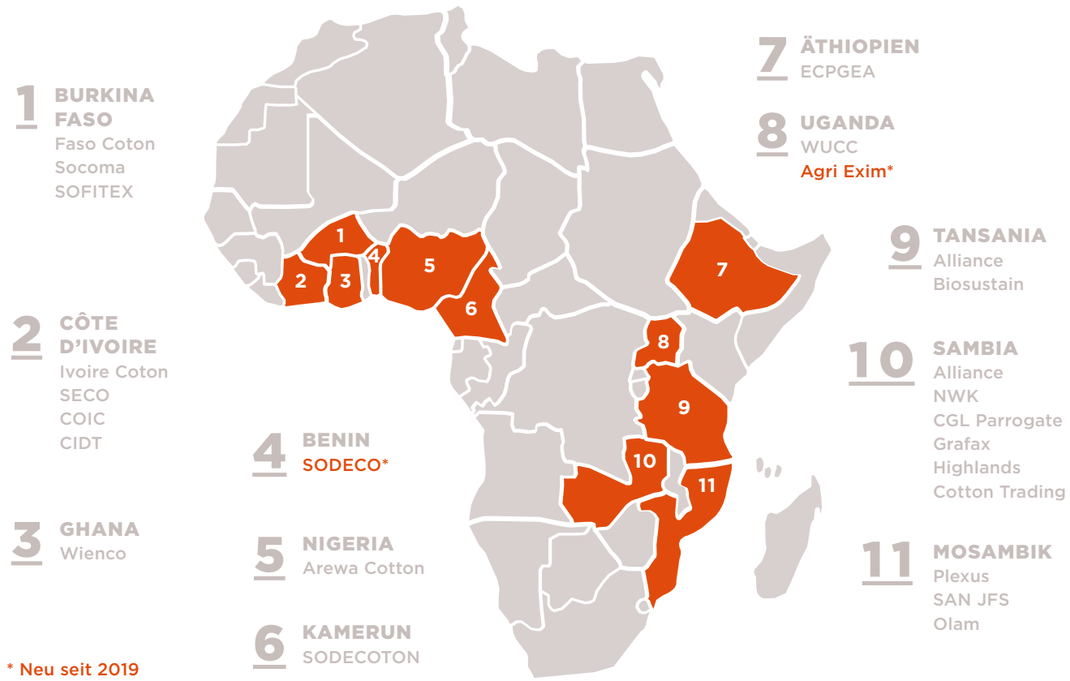
Grünes Licht für 24 Baumwollgesellschaften in elf Ländern Subsahara-Afrikas

Im Jahr 2019 wurden 24 Baumwollgesellschaften verifiziert, die mit etwa 900.000 Kleinbauern zusammenarbeiten. Zusammen produzierten sie rund 593.000 Tonnen entkörnter Baumwolle auf einer Fläche von ca. 1,6 Millionen Hektar nach den Standards CmiA und CmiA Organic. Durchgeführt wurden 28 reguläre Verifizierungseinsätze – zehn zur Verifizierung der Baumwollproduktion und 18 zur Überprüfung von Entkörnungsanlagen. Im Jahr 2019 kamen zwei Baumwollgesellschaften, in Benin und in Uganda, neu hinzu. Durch die Baumwollgesellschaft in Benin erhöhte sich die Anzahl der Länder, in denen CmiA-Partner aktiv sind, auf elf.

CMIA ORGANIC

Als Erweiterung ihres Portfolios bietet die Aid by Trade Foundation seit 2014 CmiA Organic-Baumwolle an. Der CmiA Organic-Standard ergänzt den bestehenden Öko-Standard EC Nr. 834/2007 sowie die NOP-Richtlinie um die sozialen und ökonomischen Kriterien von CmiA. Durch die Erweiterung der bestehenden Bio-Baumwollstandards um soziale und ökonomische Kriterien des CmiA-Standards schafft die Stiftung mit Cotton made in Africa Organic mehr als nur einen ökologischen Mehrwert. Durch ihre wirtschaftliche und soziale Komponente trägt sie zur Armutsbekämpfung und zur Unterstützung der Bio-Baumwollbauern in den afrikanischen Ländern bei.

DIE CMIA-PARTNERGESELLSCHAFTEN IN SUBSAHARA-AFRIKA



* Neu seit 2019

REVISIONSPROZESS

Öffentliche Konsultation
(60 Tage)

Interessierte Öffentlichkeit durch Veröffentlichung auf der Website

+

Technical Advisory Group

Diskussionen mit NGOs, Baumwollgesellschaften, Baumwollexperten, Retailern etc.

+

Verschiedene Stakeholder-Workshops

Konsolidierung des Feedbacks

↓

Finalisierung des Standards
Prinzipien, Kriterien, Indikatoren

↓

Finale Abstimmung mit dem Kuratorium

↓

VERÖFFENTLICHUNG

REVISION DES STANDARDS: REGELMÄSSIGE ÜBERARBEITUNG SICHERT NACHHALTIGKEITSANSPRUCH DER INITIATIVE

Das Standard-System für Cotton made in Africa setzt die grundlegenden Maßstäbe für eine soziale, wirtschaftliche und ökologische Nachhaltigkeit im Sinne der Aid by Trade Foundation auf Ebene der Baumwollfelder und in den verbundenen Entkörnungsbetrieben. Darin sind eine Reihe von Ausschlusskriterien festgelegt, bei deren Nichteinhaltung eine Teilnahme am Programm nicht möglich ist, sowie zahlreiche Entwicklungskriterien, bei denen von Überprüfung zu Überprüfung Verbesserungen nachgewiesen werden sollen. Dieses System unterliegt einer regelmäßig stattfindenden Revision, um auf veränderte Ansprüche an eine nachhaltige Baumwollproduktion und -verarbeitung eingehen zu können. Der finale Entwurf des überarbeiteten Standards „CmiA Vol. 4“ wurde zunächst in die öffentliche Konsultation gegeben und anschließend von internationalen Interessenvertretern, Experten mit Fachkenntnissen auf dem Gebiet des Baumwollanbaus und der -entkörnung in den afrikanischen Ländern sowie afrikanischen Baumwollgesellschaften, Vertretern der globalen Textilindustrie und Nichtregierungsorganisationen im Laufe des Jahres 2019 in mehreren Konsultationsrunden kommentiert. Eine Veröffentlichung des „CmiA Standards Vol. 4“ ist für 2020 vorgesehen.

VERNETZUNG VOR ORT

Enge Zusammenarbeit mit den Baumwollgesellschaften in Afrika

Mit den verifizierten Baumwollgesellschaften strebt die Organisation einen kontinuierlichen und engen Austausch an, zum Beispiel durch regelmäßige Arbeitstreffen, gemeinsame Workshops oder Konferenzen. Diese Zusammenkünfte helfen der Aid by Trade Foundation, einen guten Eindruck von der örtlichen Umsetzung der CmiA-Standards sowie den bestehenden Herausforderungen zu erhalten und sich ein Bild von den Kooperationsprojekten zu machen, die sich in der Umsetzungsphase befinden.

ERSTE JAHRESHÄLFTE 2019: STAKEHOLDER-TREFFEN IN SAMBIA UND BENIN

MÄRZ
Begleitung der Pilotierung des von der Welthungerhilfe, dem WWF und dem Zentrum für Entwicklungsforschung (ZEF) der Universität Bonn gemeinsam entwickelten „Food Security Standards“ im Kontext einer regulären CmiA-Feldverifizierung in Sambia. Der Food Security Standard (FSS) ist ein neu entwickelter Baustein für Nachhaltigkeitsstandards und Zertifizierungssysteme. Es handelt sich um einen Katalog an Ernährungssicherungskriterien für landwirtschaftliche Produkte. In einem Pilotprojekt wurde die Überprüfbarkeit der Kriterien am Beispiel von Cotton made in Africa in der Praxis getestet.

APRIL
Besuch zum Onboarding der Baumwollgesellschaft SODECO an deren Hauptsitz in Cotonou, Benin, anlässlich der neu geschlossenen Partnerschaft 2019. Im direkten Dialog vor Ort konnte die zukünftige Zusammenarbeit ausführlich besprochen werden.

JUNI
Zusammentreffen der AbTF Kuratoren in Sambia im Rahmen der regelmäßig stattfindenden Sitzungen. Beim Besuch einer CmiA-verifizierten Baumwollentkörnungsanlage gewannen die Vertreter des Gremiums außerdem einen anschaulichen Eindruck der Aktivitäten vor Ort.

ZWEITE JAHRESHÄLFTE 2019: STAKEHOLDER-TREFFEN IN DER CÔTE D'IVOIRE UND SAMBIA

AUGUST
Jeweils ein zweitägiger Workshop im Rahmen der Konsultationsphase für den neuen Standard (CmiA Standard Vol. 4) in Abidjan, Côte d'Ivoire, mit Mitarbeitern der frankophonen Baumwollgesellschaften und in Lusaka, Sambia, mit den anglophonen Partnern. Der direkte Austausch mit insgesamt 18 Vertretern verifizierter Partner sowie fünf weiteren Stakeholdern lieferte wichtiges Feedback zur verständlichen Formulierung von Kriterien und Indikatoren und zeigte auf, an welchen Stellen die steigenden Anforderungen des Standards Maßnahmen zur Unterstützung der Partner erforderlich machen.

NOVEMBER
Feedback-Workshop mit je einem Vertreter von sieben Baumwollgesellschaften. Thema: Test des neuen Online-Systems für die Self-Assessments und den Verifizierungsprozess. Die Teilnehmer konnten das neue System auf eventuelle Schwachstellen und Verbesserungsmöglichkeiten überprüfen. Die Ergebnisse des Workshops halfen der Stiftung dabei, das System an die Anforderungen anzupassen.

DEZEMBER
Besuch des regionalen Vertreters der AbTF bei allen vier Partnern in der Côte d'Ivoire. Er überzeugte sich vor Ort davon, dass Trainingsmaßnahmen umgesetzt und die CmiA Community-Projekte realisiert wurden. In den Gesprächen mit den Baumwollbauern und weiteren Stakeholdern konnte er sich über die Wirksamkeit und den Nutzen der verschiedenen Maßnahmen ein facettenreiches Bild machen.

BETTER COTTON INITIATIVE

Fortsetzung der Zusammenarbeit

Wie auch im Berichtsjahr 2019 wurde CmiA-verifizierte Baumwolle als nachhaltige Baumwolle neben den eigenen in die Vertriebskanäle der Better Cotton Initiative (BCI) verkauft. BCI und CmiA sind seit 2013 über einen Partnerschaftsvertrag miteinander verbunden. Nach erfolgreichem Benchmark kann CmiA-Baumwolle auch in die Kanäle der BCI abverkauft werden. Im Berichtsjahr 2019 waren es rund 141.000 Tonnen CmiA-Baumwolle.

COTTON EXPERT HOUSE AFRICA

Geschäftstätigkeit eingestellt

Die Gesellschafterversammlung der gemeinnützigen GmbH Cotton Expert House Africa (CHA) hat im Dezember 2019 die Einstellung der Geschäftstätigkeit des CHA mit Wirkung zum 29.02.2020 beschlossen. Das CHA mit Sitz in Hamburg und Regionalbüros in Burkina Faso und Kenia war Ende 2016 gegründet worden, um als Nachfolgeorganisation der Competitive African Cotton Initiative (COMPACI) Trainingsmaßnahmen und Schulungen für eine nachhaltige Baumwollproduktion durchzuführen. Ein Nachfolgekonzept, das eine Umsetzung der Vorgaben aus den CmiA-Standards und eine Unterstützung der Partner vor Ort sicherstellen kann, wird derzeit erarbeitet und voraussichtlich 2020 in die Umsetzung gehen.

WASSER, BILDUNG UND MEHR

Der Bedarf an schulischer Infrastruktur, sauberem Trinkwasser, Naturschutzprojekten und Unterstützung für Frauenkooperativen ist in den Baumwollanbauregionen sehr groß. Daher engagiert sich Cotton made in Africa durch das CmiA Community Cooperation Programme (CCCP) im Schulterschluss mit lokalen Partnern auch in Projekten, die über den nachhaltigen Baumwollanbau hinausgehen und von denen die Dorfgemeinschaften unmittelbar profitieren.

SAMBIA

Zusätzliche Verdienstmöglichkeiten für Frauen

Häufig erledigen Frauen den größten Teil des Baumwollanbaus, kümmern sich um den Haushalt sowie das Wohlergehen der ganzen Familie. Gleiche Rechte und Aufstiegsmöglichkeiten wie Männer besitzen sie jedoch oft nicht. Aus diesem Grund engagiert sich CmiA mit Unterstützung von Partnern für die Rechte von Frauen in den Baumwollanbaugebieten. Gemeinsam fördern die Baumwollgesellschaften Alliance, Continental Ginneries Ltd, Highlands Cotton Trading und Grafax Baumwollbäuerinnen in Sambia. 13 Frauenclubs erhielten Schulungen und Material, um beispielsweise Gemüsegärten anzulegen oder eine Viehzucht aufzubauen. Insgesamt profitieren von den Maßnahmen über 350 Clubmitglieder. Sie gewinnen damit mehr wirtschaftliche Selbständigkeit und gesellschaftliche Anerkennung. Fokusgruppendiskussionen, die im März 2019 in drei geförderten Frauenclubs in Sambia durchgeführt wurden, lieferten aufschlussreiche Erkenntnisse darüber, wie neue Projekte noch besser an die Gegebenheiten und Herausforderungen vor Ort angepasst werden können.

Gemeinsam mit der Ana Kwa Ana Foundation („Ana Kwa Ana“ heißt „Hand in Hand“) setzt sich CmiA für die Frauen vor Ort in Sambia ein. Ana Kwa Ana finanzierte 2018 und 2019 bei drei verifizierten Baumwollgesellschaften die Stellen von sogenannten „Gender-Officern“, Frauenbeauftragten, mit. Die Gender-Officer setzen sich sowohl innerhalb der Baumwollgesellschaften als auch im Umgang mit den Vertragsbauern für Frauenrechte ein. In Trainingseinheiten diskutieren sie mit Bäuerinnen und Bauern über Rollenbilder von Frauen und Männern, Aufgabenverteilungen und Entscheidungsprozesse in Familien. Zusätzlich unterstützte die Ana Kwa Ana Foundation die Baumwollgesellschaften dabei, die notwendigen Eigenmittel für die Frauenförderprojekte, die im Rahmen der CmiA Community Cooperation Programmes umgesetzt wurden, aufzubringen.

KAMERUN

Bildung und verbesserte Hygienebedingungen

In den Baumwollanbauregionen im Norden Kameruns gibt es nur sehr wenige Grundschulen. Dieser Mangel führt dazu, dass die Region im nationalen Vergleich die niedrigste Einschulungsrate aufweist. Gerade Mädchen werden häufig nicht zur Schule geschickt und haben damit nur sehr schlechte Zukunftsperspektiven. Um dem entgegenzuwirken, wurde von der Baumwollgesellschaft Sodecoton der Bau von zwei Schulräumen in Bouba Djara initiiert. Da das nahe gelegene Gesundheitszentrum bisher nur unzureichende Behandlungsmöglichkeiten für schwangere Frauen bietet, sollen zwei neue Behandlungsräume geschaffen werden. Zusätzlich sollen vor Ort insgesamt vier Latrinen gebaut werden – zwei an der Schule und zwei am Gesundheitszentrum. Das Projekt, das 2019 gestartet ist, wird im Jahr 2020 weiter fortgesetzt.

TANSANIA

Ausbildung für Kinder und Jugendliche sowie Maßnahmen zur Konfliktprävention zwischen Mensch und Natur

Der Schutz und die Förderung von Mädchen ist Cotton made in Africa ein besonderes Anliegen. Für ein Schulprojekt in Tansania hat die Baumwollgesellschaft Alliance mithilfe von CmiA vier Klassenräume sowie zwei Latrinen gebaut. Ein neuer Mädchenschlafsaal, der mit Möbeln, sanitären Anlagen sowie einer Küche ausgestattet wurde, bietet nun insbesondere Mädchen die Möglichkeit, eine Ausbildung zu erhalten und keine weiten und oft unsicheren Wege zwischen der Schule und ihrem Dorf zurücklegen zu müssen. Das Projekt kommt insgesamt rund 800 Schülerinnen und Schülern zugute.

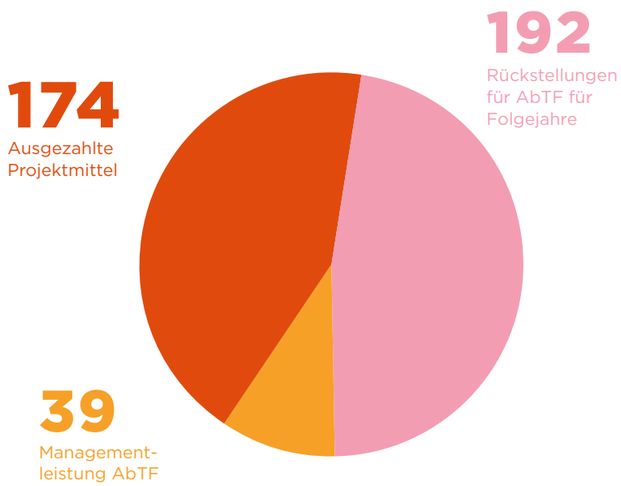
Nach erfolgtem Schulabschluss kann es nun für viele Jugendliche in Bariadi mit der Ausbildung weitergehen. Der Bau eines Ausbildungszentrums ermöglicht es den Jugendlichen, eine Berufsausbildung zu durchlaufen. Im Bezirk Bariadi handelt es sich um das erste Ausbildungszentrum überhaupt. Entsprechend dem lokalen Bedarf startet der Lehrbetrieb in den Bereichen Schreinerei, Maurerhandwerk, Lebensmittelkunde und -verarbeitung sowie Schneiderei. In jeder der vier Klassen sind jeweils 20 Ausbildungsplätze pro Fachrichtung vorgesehen. Alle Auszubildenden werden zusätzlich ein Grundmodul zum Thema Landwirtschaft absolvieren. Betriebswirtschaftliche Lerninhalte runden die mehrmonatige Ausbildung ab.

Gemeinsam mit der tansanischen Organisation „African People & Wildlife“ (APW) will CmiA außerdem dazu beitragen, Konflikte zwischen Menschen und Wildtieren in den Baumwollanbaugebieten zu lösen oder – besser noch – von vornherein zu verhindern. Für Baumwollbauern soll sich der Schutz des natürlichen Lebensraums von Wildtieren auch wirtschaftlich auszahlen und somit attraktiv werden. Ein von CmiA gefördertes Bienenzucht- und Imkerei-Projekt für Frauengruppen bringt die wichtigen Anliegen Frauenförderung und Schutz der Ökosysteme bereits erfolgreich zusammen: Die Bienenkörbe hängen an Bäumen, die damit nicht gefällt werden dürfen, denn die Bienen stehen unter Schutz. Den beteiligten Frauen wiederum bietet das Imkern eine zusätzliche Einkommensquelle.

ÄTHIOPIEN

Umwelt- und Sozialstandards in der lokalen Wertschöpfungskette

Gemeinsam mit Solidaridad, der Danish Ethical Trading Initiative und MVO Nederland hat CmiA das EU-finanzierte Projekt Bottom UP! lanciert. Das Ziel: Aufbau und Förderung einer nachhaltigen, transparenten und integrierten Wertschöpfungskette vom Baumwollfeld in Äthiopien bis zum europäischen Verbraucher zu fördern. Die Baumwoll- und Textilindustrie ist der zweitwichtigste Wachstumsmarkt für die äthiopische Regierung. Eine Reihe aktueller Herausforderungen hemmt jedoch das geplante Wachstum und stellt auch die nachhaltige Ausrichtung der Branche infrage. So gibt es beispielsweise bisher keinen Mindestlohn, der menschenwürdige Lebensbedingungen für die Arbeitnehmer gewährleisten kann. Bis 2021 soll Bottom UP! zu einer Wertschöpfungskette beitragen, die wirtschaftliches Wachstum schafft, Arbeitsbedingungen verbessert und die Arbeits- und Umweltstandards in der Baumwoll- und Textilindustrie in Äthiopien fördert. 2.000 Baumwollbauern, 2.200 Landarbeiter und 17.000 Textilarbeiter sollen davon profitieren.



Kooperationsprojekte im Jahr 2019, Angaben in TEUR

BURKINA FASO

Brunnenprojekt für sauberes Wasser

Sauberes Trinkwasser ist lebensnotwendig. Zwei neue Brunnen liefern den rund 4.380 Bewohnerinnen und Bewohnern der Dörfer Doubghin und Thiougou im ländlichen Burkina Faso nun sauberes Trinkwasser. Das entlastet insbesondere die Frauen und Mädchen der Dorfgemeinschaften, die traditionell dafür zuständig sind, Wasser zu holen. Dafür mussten sie in dem extrem trockenen Land bisher täglich sehr weite Strecken bis zur nächsten Wasserquelle zurücklegen.

MOSAMBIK

Upcycling von Pestizid-Containern verringert Umweltverschmutzung

Insbesondere in den ländlichen Regionen Mosambiks werden Pestizid-Behälter häufig nicht fachgerecht entsorgt. Um die Umweltverschmutzung einzudämmen, errichtete die Baumwollgesellschaft SAN JFS 220 Sammelstellen, sogenannte Eco-Points, an denen die Bewohner der Dörfer leere Container abgeben können. Frauen aus den umliegenden Dörfern erhielten eine spezielle Ausbildung, um diese Stationen fachgerecht zu betreuen und somit ein eigenes Einkommen zu erwirtschaften. Für die zurückgegebenen Container zahlt die Baumwollgesellschaft Prämien. Der Erlös aus der Wiederverwertung fließt zurück in das Projekt. Die Maßnahmen kommen bis zu 20.000 Bauern aus den umliegenden Dorfgemeinschaften und vor allem auch der Umwelt zugute.

NIGERIA

Von Schulbildung über Wasserversorgung bis hin zu Schneidereikursen

In Nigeria hat die Baumwollgesellschaft Arewa Cotton mit Unterstützung von CmiA in zwei Dörfern Schulen renoviert, sie an die Wasserversorgung angeschlossen und Latrinen gebaut. Insgesamt profitieren hiervon etwa 1.800 Schülerinnen und Schüler. Außerdem ermöglichte die Baumwollgesellschaft einem Frauenzentrum, Nähmaschinen anzuschaffen und Schneidereikurse durchzuführen. Auf diese Weise wurden rund 20 Frauen in die Lage versetzt, ein eigenes Einkommen zu generieren.

CÔTE D'IVOIRE

Schulbildung und sauberes Trinkwasser

Trotz allgemeiner Schulpflicht kann rund die Hälfte der Menschen in der Côte d'Ivoire nicht lesen oder schreiben. Auch der Zugang zu sauberem Trinkwasser ist insbesondere für die Landbevölkerung bisher nur sehr eingeschränkt möglich. Die Baumwollgesellschaft SECO – ein Unternehmen der OLAM Group – konnte mit Unterstützung von CmiA im Jahr 2019 mit dem Bau von Schulen beginnen. Das Projekt wird 2020 fortgeführt. Die Baumwollgesellschaft Ivoire Coton hat zudem in mehreren sehr trockenen Gebieten des Landes Wasserpumpen installiert, die für sauberes Trinkwasser sorgen. Eine Erleichterung insbesondere für die Frauen der Region, die früher Wasser aus weit entfernten Flüssen holen mussten.

CMIA IN DER TEXTILEN KETTE

Durch verlässliche Systeme transparent in der textilen Lieferkette rückverfolgbar, zunehmend gefragt im Handel und von einem wachsenden internationalen Netzwerk zu einer breiten Produktpalette verarbeitet – so war das Jahr 2019 für Cotton made in Africa aus vertrieblicher Perspektive.

DAS GESCHÄFTSJAHR 2019

Nachfrage im Markt erfolgreich weiter ausgebaut

Mit Cotton made in Africa hat sich die Aid by Trade Foundation seit 15 Jahren auf das Thema nachhaltige Baumwollproduktion und die weltweite Verarbeitung dieses wertvollen Rohstoffs für die Textilbranche spezialisiert, um mit Einnahmen aus dem Handel die Lebensbedingungen von Kleinbauern sowie die ihrer Familien zu verbessern und die Umwelt zu schützen. Der Rohstoff Baumwolle mit dem Cotton made in Africa-Siegel wird von internationalen Textilunternehmen nachgefragt und in allen großen Produktionsmärkten der Welt zu Garnen, Stoffen, Bekleidung und Heimtextilien weiterverarbeitet. Zu den Partnern von Cotton made in Africa gehören Baumwollhändler, Spinnereien, Stoff- und Textilproduzenten genauso wie internationale Textilunternehmen und bekannte Modemarken. 2019 bestand diese Allianz aus 63 Retailern und Brands, darunter Aldi Nord und Aldi Süd, Bestseller, Ernsting's family, Otto Group, Rewe Group, Tchibo und Vlisco. Auch in der textilen Wertschöpfungskette konnte CmiA 2019 eine Expansion verzeichnen. Das Netzwerk aus registrierten Partnern stieg weltweit um 61 Prozent auf 137 Spinnereien und Textilproduzenten in 22 Ländern – davon acht in Afrika. Erstmalig registrierten sich Spinnereien in Italien, Belgien und Mosambik. Ein besonders stark wachsender Markt ist Pakistan. Vier neue Baumwollhändler schlossen sich 2019 der CmiA-Initiative an, um die verifizierte CmiA-Baumwolle in die Lieferketten der Textilproduktionen zu bringen. Weltweit wurde CmiA-Baumwolle bis zum Jahresende 2019 von 20 Baumwollhändlern gehandelt.

2018		2019
85 PARTNER	→	137 PARTNER
IN 19 LÄNDERN	→	IN 22 LÄNDERN
103 Mio. PRODUKTE	→	125 Mio. PRODUKTE

STARKE PARTNER DER KLEINBAUERN

Engagierte Bestands- und Neukunden

Die Aid by Trade Foundation konnte das CmiA-Netzwerk an Unternehmenspartnern und Brands 2019 noch erweitern. Mit dem Modeunternehmen aus dem Premiumsegment Hugo Boss, dem Männermodelabel Fynch Hatton, dem Matratzenproduzenten Breckle und dem Arbeitsbekleidungshersteller Weitblick konnte die Initiative das Produktportfolio erheblich weiter diversifizieren. Allein für das süddeutsche Modeunternehmen Hugo Boss, das unter den Marken BOSS und HUGO hochwertige Mode und Accessoires im Damen- und Herrenbereich vertreibt, macht Baumwolle etwa die Hälfte des gesamten Materialeinsatzes aus und spielt damit eine bedeutende Rolle für die Premiummode des Markenherstellers.

„Der Cotton made in Africa-Standard erfüllt unseren hohen Qualitätsanspruch an nachhaltige Baumwolle."

Andreas Streubig,
Direktor Global Sustainability
bei Hugo Boss

Das hohe Maß an Vertrauen und Serviceorientierung bei der Partnerbetreuung spiegelt sich auch darin wider, dass die Vertragsbeziehungen von den bestehenden Lizenzpartnern verlängert wurden. Einige Partner haben die Planungszahlen übertroffen und so zu einer deutlich gestiegenen Nachfrage nach CmiA-Baumwolle beigetragen. 2018 wurden 103 Millionen Produkte als CmiA umgesetzt – 2019 waren es bereits 125 Millionen Produkte. Das entspricht einer Steigerung um 21 Prozent.

WACHSENDE ANFORDERUNGEN

Cotton made in Africa liefert Antworten

Cotton made in Africa unterstützt Unternehmenspartner dabei, nachhaltige Baumwolle in allen Produktionsstufen weltweit zu integrieren – beispielsweise durch Workshops für Mitarbeiter der Partnerunternehmen in der Zentrale und in den lokalen Einkaufsorganisationen. So erreichen die Unternehmen ihre Nachhaltigkeitsziele – ohne dabei auf eine pragmatische, kosten- und zeitoptimierte Wertschöpfungskette verzichten zu müssen.

Zwei Möglichkeiten der Rückverfolgbarkeit

Im System von Cotton made in Africa haben die Partner die Wahl, bis zu welcher Tiefe Transparenz in der Wertschöpfungskette hergestellt werden soll. CmiA stellt zwei verschiedene Systeme zur Verfügung, die eine lückenlose Rückverfolgung vom Anbau über die Entkörnungsanlage bis zur Spinnerei garantieren. In der Folge unterscheidet sich der Grad der Transparenz.

TRANSPARENZ IN DER TEXTILEN KETTE

Hard Identity Preserved (HIP)

Im Hard Identity Preserved-System wird dokumentiert, wo CmiA-Baumwolle verarbeitet wurde. So stellt es Transparenz über die gesamte textile Wertschöpfungskette her. Die Baumwolle kann auf ihrem Weg von der Anbauregion in Afrika bis zum fertigen Produkt zurückverfolgt werden. Dazu müssen die Akteure der textilen Kette entsprechende Informationen an eine zentrale Datenbank – ein sogenanntes Online-Tracking-System – liefern. Auf diese Weise können detaillierte Aussagen über die Verarbeitung des Rohstoffs getroffen werden.

2019 kam das HIP-System erstmalig bei einem Lizenzpartner im Rahmen eines Pilotprojektes in Asien zum Einsatz. Vor Ort beim Heimtextilien-Produzenten Noman Group in Bangladesch (siehe auch Interview auf S. 23) überzeugte sich eine CmiA-Mitarbeiterin persönlich davon, dass ausschließlich CmiA-Baumwolle innerhalb aller Produktionsstufen, vom Rohstoff bis zum fertigen Produkt, verarbeitet wird. Nach Abschluss des erfolgreichen Pilotprojektes entschied sich der Lizenzpartner, zukünftig regelmäßig Aufträge nach dem HIP-System zu platzieren (siehe auch Interview auf S. 24).

RÜCKVERFOLGBARKEIT BIS ZUR EBENE DER SPINNEREI

Massenbilanzkontrolle (MB)

Beim System der Massenbilanz wird eine Mengenkontrolle auf der Ebene der Spinnereien durchgeführt. Ein für Cotton made in Africa entwickeltes Online-Tracking-System kontrolliert die Menge an gekaufter Baumwolle und gleicht sie mit der Menge an verkauften Garnen mit der Kennzeichnung Cotton made in Africa ab. Hierzu meldet die Spinnerei die Zu- und Abgänge ihres Bestands.

2019 wurde das Massenbilanz-Tracking-System für alle CmiA-Retailer genutzt. Um den wachsenden Anforderungen an Transparenz, Rückverfolgbarkeit und Digitalisierung gerecht zu werden, wurde 2019 mit der Arbeit an einem neuen System mit erweiterten Funktionen begonnen. Die umfangreichen Anforderungen daran wurden bereits definiert, sodass im Jahr 2020 das neue Massenbilanz-Tracking-System von CmiA fertiggestellt werden kann.

WELTWEIT VERNETZT UND PRÄSENT

ROUNDTABLES:
Regelmäßige Treffen mit den Kooperationspartnern in den Ländern der CmiA-Lieferkette schaffen gute Bedingungen dafür, die nachhaltige Baumwolle fest in der textilen Produktionskette zu verankern. Mit diesem Ziel fanden im Jahr 2019 drei Roundtables in Indien, Vietnam und Bangladesch statt. Vor Ort kamen Teilnehmer aus den gesamten textilen CmiA-Wertschöpfungsketten der Lizenzpartner miteinander ins Gespräch. Im gegenseitigen Austausch konnten sie voneinander lernen und Verbesserungspotenziale für eine reibungslose Verarbeitung der CmiA-Baumwolle identifizieren.

„BEST PERFORMANCE AWARD“:
Zum zweiten Mal wurde der „Best Performance Award“ verliehen. 2019 erhielten die Produktionseinheiten der Noman Group in Bangladesch den Award. Sie zeichneten sich durch hohe CmiA-Baumwolleinkäufe und ein besonders verlässliches Reporting ihrer CmiA-Aktivitäten aus.

DIE COTTON MADE IN AFRICA APP:
Die Cotton made in Africa App ist seit Februar 2019 über den Google Play Store und über den Apple App Store kostenlos verfügbar. Mit der App können die verschiedenen Produzenten in der Lieferkette auf aktuelle Informationen über die Verarbeitung von CmiA-Baumwolle zugreifen.

INTER-VIEW

UNTERNEHMENS-VERANTWORTUNG UND TRANSPARENZ

Mohammod Yeasin Mahmud, Senior General Manager der Noman Group in Bangladesch, über die Nachfrage nach Cotton made in Africa-Produkten, Transparenz in der Lieferkette und nachhaltige Materialien der Zukunft.

MOHAMMOD YEASIN MAHMUD ist Senior General Manager der Noman Group, einem der größten bengalischen Produzenten im Textil- und Bekleidungssektor. Das Unternehmen ist der erste Partner in Asien, der CmiA im Hard Identity Preserved-System umsetzt.

Herr Yeasin, Sie produzieren Textilien für bekannte Einzelhändler und Marken weltweit. Seit 2013 sind Sie ein registrierter Partner von Cotton made in Africa. Wie hat sich Ihr Unternehmen seitdem entwickelt?

Auch in der textilen Produktion ist es immer wichtiger geworden, die Anforderungen des Handels und der Öffentlichkeit nach Unternehmensverantwortung und Transparenz umzusetzen. Dazu gehört auch der Einsatz von nachhaltiger Baumwolle. Deshalb freuen wir uns sehr darüber, CmiA-Baumwolle für unser Textilsortiment zu verarbeiten. In den vergangenen Jahren konnten wir ein kontinuierliches Wachstum unserer Produktions- und Absatzzahlen verzeichnen.

Welche Erfahrungen haben Sie mit der Verarbeitung von CmiA-Baumwolle zu Textilien gemacht?

Nachhaltige Baumwolle kann inzwischen erfolgreich mit konventioneller Baumwolle konkurrieren. Durch unsere Kooperation mit der Initiative tragen wir dazu bei, nachhaltige Baumwolle zunehmend im Markt zu stärken und zu etablieren. Unsere Kunden wünschen sich vermehrt Produkte aus nachhaltigen Fasern wie Cotton made in Africa. Das merken wir deutlich – nicht nur bei Mode, sondern auch bei unseren Produkten, den Heimtextilien, wie beispielsweise Handtüchern.

Gibt es Entwicklungen, die Sie mit Stolz erfüllen?

Ja – wir schauen sehr zufrieden auf die Einführung des Hard Identity Preserved-Systems (HIP), das wir als erster Partner von Cotton made in Africa in Asien umgesetzt haben. Es ist uns sehr wichtig, damit einen Beitrag zu noch mehr Transparenz und Rückverfolgbarkeit in der Kette zu leisten. Durch dieses System können nicht nur unsere Kunden, die Retailer, die physische Rückverfolgbarkeit in der Lieferkette stärken, sondern auch die Konsumenten können sich über ein Produkt freuen, das nachweisbar CmiA-Baumwolle enthält.

Was bedeutet HIP in der Praxis für Ihr Unternehmen?

Wir nennen es „physische Rückverfolgbarkeit“. Wie alle anderen Akteure der textilen Kette liefern wir Informationen darüber, für welche Produkte wir die Baumwolle einsetzen, zentral an ein Online-Tracking-System der Initiative. Für unsere HIP-Produkte verwenden wir ausschließlich CmiA-Baumwolle, kein Gemisch mit anderer Baumwolle. Bei Endprodukten, die das Logo „Cotton made in Africa Inside“ tragen, ist auf diese Weise die Transparenz und Rückverfolgbarkeit von CmiA-Baumwolle über die gesamte Lieferkette gesichert.

Was ist das Besondere an diesem neuen System für Ihr Unternehmen und Ihre Kundenbeziehungen?

Wir sind seit vielen Jahren Mitglied der Initiative und haben über die Einführung des HIP-Systems erstmalig auch die Chance, den Kunden zu zeigen, was für hochwertige Artikel sich aus dieser Baumwolle produzieren lassen.

Gibt es bereits Kunden, die Produkte bestellt haben, die nach dem HIP-System hergestellt wurden?

Ja, der erste Kunde war der internationale Modehändler bonprix. Interessanterweise steht bonprix ja für Mode und Heimtextilien zu einem ausgezeichneten Preis-Leistungs-Verhältnis. Nachhaltigkeit und Bezahlbarkeit muss also keineswegs ein Widerspruch sein.

Welche neuen nachhaltigen Entwicklungen sehen Sie für den Textilsektor am Horizont?

Neben dem Anbau nachhaltiger Baumwolle werden recycelte Materialien zukünftig eine noch größere Rolle als bisher im Produktionsprozess spielen. Produkte werden nach ihrem Gebrauch zum neuen Rohstoff. Das betrifft nicht nur Baumwolle, aber auch. Aus Plastikmüll lassen sich etwa Kunststoffgarne herstellen – und aus Altkleidern recycelte Baumwollfasern. Auch hier wird es wichtig sein, dass wir die Lieferkette rückverfolgen können, da sich nur sortenreines Material wiederverwenden lässt.

INTER-
VIEW

TRANSPARENZ UND ZIRKULARITÄT

in der Wertschöpfungskette

Das Unternehmen bonprix ist der größte Abnehmer von Baumwolle, die nach den Kriterien von Cotton made in Africa produziert wurde. Kein Wunder, denn der Modeanbieter hat im Jahr 2019 bereits für 97 Prozent seines Baumwollsortiments Baumwolle aus nachhaltigem Anbau nachgefragt. 2020 sollen es 100 Prozent sein. Cotton made in Africa hat einen sehr großen Anteil daran.

RIEN JANSEN
ist Geschäftsführer des Unternehmens bonprix und verantwortet Einkauf, Marketing und Retail, er ist außerdem verantwortlich für die Corporate Responsibility Strategie des Unternehmens.

Herr Jansen, als Geschäftsführer lenken Sie die Geschäfte des Modeunternehmens bonprix. Nachhaltigkeit zählt zu einem erklärten Unternehmensziel. Dabei setzen Sie auf die intensive Zusammenarbeit mit Cotton made in Africa. Wie hoch ist Ihr Cotton made in Africa-Anteil am Gesamtsortiment aktuell?

Im Jahr 2019 lag der Anteil von Cotton made in Africa an unserem gesamten Baumwollverbrauch bei 94 Prozent.

Wie reagieren Ihre Kunden auf das klare Bekenntnis von bonprix zur Nachhaltigkeit?

Gerade in den vergangenen zwei Jahren haben wir eine eindeutige Tendenz zu einem steigenden Bewusstsein für die Themen Nachhaltigkeit und Verantwortung festgestellt. Und ich bin überzeugt, dass die derzeitige Corona-Krise das Bewusstsein dafür noch mehr steigern wird. Es ist vollkommen klar, dass wir unser Verhalten hinsichtlich dieser wichtigen Faktoren ändern müssen.

Und was hat sich bei den Mitarbeitern durch diese Strategie verändert?

Wir arbeiten schon lange an den Themen Nachhaltigkeit und Verantwortung. Unsere Mitarbeiter sind stark in den allgemeinen Prozess eingebunden und schätzen die Art und Weise, wie wir damit umgehen. Wir halten sie immer auf dem Laufenden und binden sie dabei ein.

Gab es 2019 besondere Weiterentwicklungen, die Sie in Kooperation mit Cotton made in Africa erreicht haben?

Bemerkenswert finde ich besonders, dass wir den eben schon genannten hohen Anteil von 94 Prozent erreicht haben. Als wir mit CmiA begannen, schien das sehr weit weg zu sein, doch heute ist es Realität. Darauf sind wir sehr stolz. Darüber hinaus haben wir gemeinsam mit der CmiA-Organisation und ausgewählten Lieferanten einen Test gemäß dem Hard Identity Preserved-Verfahren (HIP) durchgeführt, um die Rückverfolgbarkeit der CmiA-Baumwolle vom Baumwollballen bis zum verkaufsfertigen Produkt sicherzustellen. Einer unserer Lieferanten, bei dem wir das HIP-System anwenden, ist die Firma Fine Spinners Ltd. in Uganda, wo wir die volle Kontrolle über die Lieferkette besitzen, sodass eine allumfassende Transparenz gewährleistet ist. Ein fantastisches, vorwärtsgerichtetes Projekt, das allen Seiten Vorteile bringt.

Mit welchen Herausforderungen werden sich Textilunternehmen zukünftig beschäftigen müssen, um ihre Prozesse und ihr Sortiment nachhaltig zu gestalten?

Die zukünftigen Herausforderungen werden sich nicht übermäßig von den bisherigen unterscheiden. Wir definieren ständig neue Ziele. Da beispielsweise alle unsere Lieferanten auf die Einhaltung von Sozialstandards geprüft sind (BSCI/SA 8000) und der Anteil von CmiA-Baumwolle fast 100 Prozent beträgt, konzentrieren wir uns nun vorrangig auf Transparenz in der Wertschöpfungskette und Zirkularität. Die Herausforderung besteht darin, weiterhin die volle Unterstützung unserer eigenen Organisation und der unserer Geschäftspartner zu erhalten beziehungsweise zu gewinnen. Sicherlich werden wir immer wieder mit schwierigen Situationen konfrontiert sein, aber ich bin überzeugt, dass wir unsere Fähigkeit weiterentwickeln müssen, eine sauberere und bessere Welt zu schaffen und dazu beizutragen. Wir sind alle hoch motiviert, deshalb werden wir Erfolg haben!

CMIA IN DEN MEDIEN

Die Aufmerksamkeit für nachhaltige Produkte steigt – das war am öffentlichen Interesse für Cotton made in Africa 2019 deutlich zu spüren. Ein ProSieben-Kamerateam besuchte Baumwollbauer Patrick in Tansania, der Kooperationspartner s.Oliver führte CmiA-Baumwolltaschen neben Papiertüten in seinen Stores ein und Cotton made in Africa selbst drehte einen neuen Imagefilm.

968
MEDIENBERICHTE

173.670.000
REZIPIENTINNEN UND REZIPIENTEN

35 %
STEIGERUNG IM VERGLEICH ZUM VORJAHR

Stiftung Warentest: CmiA im Wegweiser für nachhaltige Kleidung

Einen Wegweiser für nachhaltige Kleidung brachte Stiftung Warentest im Juli 2019 heraus. Dafür nahm das Testinstitut ausgewählte Nachhaltigkeitssiegel genauer unter die Lupe. Ihr Ergebnis: CmiA belegt die Herkunft der T-Shirts gut und hilft den Kleinbauern beim nachhaltigen Wirtschaften. Auch zahlreiche Medien griffen diese Ergebnisse über Monate hinweg auf.

→ www.test.de/Textilsiegel-im-Test-Wegweiser-fuer-nachhaltige-Kleidung-5485649-0/

← Reporter Christoph Karrasch zu Besuch bei CmiA-Baumwollbauer Patrick

HARTER JOB, HERZLICHE MENSCHEN

ProSieben-Kamerateam bei CmiA-Baumwollbauer Patrick zu Besuch

Im Auftrag von ProSieben reiste Reporter Christoph Karrasch für das Galileo-Format „X-Days International: Baumwolle“ im Mai 2019 nach Tansania. Sein Auftrag: den Ursprung der Textilien zu entdecken. Im ländlichen Bariadi besuchte er den Baumwollbauern Patrick, der auf seinem Feld Baumwolle gemäß CmiA-Standard anbaut und mit den Einnahmen aus dem Baumwollanbau seine Familie unterstützt. Reporter Karrasch pflückte gemeinsam mit Patrick und Nachbarn, die dem Kleinbauern bei der Ernte helfen, bei 33 Grad Baumwolle auf dem Feld – eine schweißtreibende Arbeit. Er transportierte Baumwollsäcke und Wasserkanister, von denen er vorher selbst nicht geglaubt hätte, dass er sie tragen konnte, und half schließlich gemeinsam mit Fabrikarbeitern bei der Baumwollverarbeitung in der örtlichen Baumwollgesellschaft.

Die Reportage, die Anfang September 2019 ausgestrahlt wurde, erreichte über ProSieben eine breite Öffentlichkeit. Der Beitrag ist auf prosieben.de weiterhin online abrufbar. Auf Youtube erzielte das Video über 60.000 Aufrufe und mit 1.100 Likes eine hervorragende Resonanz.

→ www.prosieben.de/tv/galileo/videos/238-harter-job-herzliche-menschen-reporter-christoph-bei-der-baumwollernte-clip

IM GESPRÄCH MIT MARTIN JOHANNES KIELMANN

Martin Johannes Kielmann ist Fotograf und Art Director. Er ist weltweit im Auftrag der Mode unterwegs. 2019 führte ihn die Fotografie auf das Baumwollfeld nach Tansania. Die dort entstandenen Fotos untermauern die Arbeit der Initiative in dieser Ausgabe des CmiA-Jahresberichts.

Mit welcher Motivation und welchen Erwartungen sind Sie in das ostafrikanische Land gereist?

„Besonders reizvoll war es für mich, in Tansania nicht auf professionelle Models zu stoßen, sondern auf Kleinbauern, die zum ersten Mal vor der Kamera stehen. Das Beste, was mir in der Fotografie passieren kann. Für mich war die Arbeit in Tansania eine echte Entdeckungsreise, die es mir ermöglicht hat, durch meine Fotos den Charakter und die Persönlichkeit der Menschen hinter Cotton made in Africa sichtbar zu machen.“

↑ Fotograf Martin Johannes Kielmann zeigt mit seinen Fotos die Menschen hinter CmiA

Martin Johannes Kielmann, Fotograf und Art Director

Welche Eindrücke oder Erlebnisse sind Ihnen dabei besonders in Erinnerung geblieben?

Im Studio stehen Prozess, Organisation und Abläufe klar im Vordergrund. In Tansania war für mich entscheidend, den Moment einzufangen. Es sind nur Sekunden, die dir zufällig die Gelegenheit geben, ein gutes Bild zu machen. Zudem hat mich besonders beeindruckt, Menschen in einem neuen Licht zu sehen. Natürlich, authentisch, mit einer außergewöhnlichen Ruhe, Geschicklichkeit und Freundlichkeit sowie tiefer Demut vor den Ressourcen und der Arbeit, die ihnen ihr tägliches Einkommen ermöglicht.

Das ganze Interview auf:
→ www.cottonmadeinafrica.org/cotton-stories/interview-martin-kielmann

EMOTIONAL, INFORMATIV – UNSER IMAGEFILM

Wissenstransfer, Umweltschutz, Gesundheit, Kinderrechte, Gleichberechtigung der Geschlechter und bessere Lebensbedingungen: Mit einem ersten Imagefilm stellte Cotton made in Africa im Oktober 2019 die Initiative vor. Emotional, informativ und ansprechend präsentiert der gut zweiminütige Film, wie CmiA arbeitet und wirkt. CmiA-Partner wie s.Oliver und die Rewe Group zeigen den Film in ihrer externen wie auch internen Kommunikation.

→ www.youtube.com/watch?v=-AIz5Yprkto

„Die Verantwortung und Schaffenskraft der Kleinbauern vor Ort für ihren Erfolg ist wichtig. Es fördert die Eigeninitiative sowie Kreativität. Durch den gleichzeitigen Aufbau einer internationalen Allianz aus Unternehmen aktivieren wir Marktkräfte.“

STAKEHOLDER-DIALOG: CMIA-GRÜNDER PROF. DR. MICHAEL OTTO BEIM GLOBAL-PERSPECTIVE-SALON IN BERLIN

Beim Global-Perspective-Salon der gemeinnützigen Organisation Global Perspectives Initiative (GPI) im Februar 2019 in Berlin hielt Prof. Dr. Michael Otto, der Gründer von Cotton made in Africa, vor einem exklusiven Kreis von Interessierten aus Politik, Medien und Wirtschaft die Keynote. Dabei forderte er, Afrika brauche Unterstützung dabei, nicht nur Rohstofflieferant zu bleiben. Der Kontinent müsse die gesamte Produktionskette abdecken können – from Field to Fashion. Denn gerade die Konfektion und Veredelung schaffe Tausende von Arbeitsplätzen, so Prof. Dr. Otto. Für ihn und CmiA bleibe es nicht bei der reinen Baumwollproduktion und ihrem Export. „Wir haben begonnen, in unseren Baumwollregionen den Aufbau einer Textil- und Bekleidungsindustrie zu unterstützen“, so Prof. Dr. Otto weiter.

Prof. Dr. Michael Otto, Gründer der Aid by Trade Foundation

OUTFIT MIT MESSAGE: MOTSI MABUSE BEI „LET'S DANCE“

Motsi Mabuse, Tänzerin,
TV-Jurorin und CmiA-Botschafterin

Tänzerin und Cotton made in Africa-Botschafterin Motsi Mabuse erregte im Juni 2019 die Aufmerksamkeit einer breiten Öffentlichkeit: Zum Halbfinale der RTL-Show „Let's Dance“ erschien die Jurorin der Sendung in einem extravaganten One-Shoulder-Kleid von Vlisco, Nachfragepartner von CmiA. Die Marke ist vor allem in Westafrika für seine außergewöhnlichen „Wax Prints“ bekannt. Über Instagram verdeutlichte die Botschafterin: „Ich bin in Vlisco gekleidet – ich liebe mein Erbe, die Farben und die Botschaft dahinter. Vlisco verwendet für seine Kleidung @CottonmadeinAfrica-Baumwolle. Cotton made in Africa ist nachhaltige Baumwolle, unterstützt die Baumwollbauern in Afrika und schützt die Natur.“ Das Halbfinale der Tanzshow „Let's Dance“ verfolgten vier Millionen Menschen und Motsi Mabuse erhielt für ihren Post rund 15.000 „Gefällt mir“-Klicks.

→ www.instagram.com/p/ByaxIGMi79I/

„Das heutige Outfit bedeutet mir persönlich sehr viel! Als Botschafterin von Cotton made in Africa fühle ich mich geehrt, allen starken Bäuerinnen dort draußen mit diesem schönen Kleid meine Unterstützung zu zeigen.“

Diskussion auf der Neonyt: Nachhaltige Mode aus Afrika

Auf einer Paneldiskussion zum Thema „Supporting the creative economy of tomorrow: Sustainable Fashion Made In Africa“ auf der Neonyt im Rahmen der Berlin Fashion Week konnte Cotton made in Africa spannende Einblicke in die Arbeit der Initiative geben. Auch die weiteren Vertreter nachhaltiger Projekte in dem Panel verdeutlichten, wie wichtig lokale Produktion und die Rückverfolgbarkeit von Rohstoffen für die Wirtschaft vor Ort in den afrikanischen Ländern sind. Zudem ging es auch darum, die Weiterverarbeitung der Baumwolle zu Mode, etwa in Spinnereien und Webereien, noch stärker als bisher in den Blick zu nehmen.

→ www.youtube.com/watch?v=BTC6BOy4Wkg

IM GESPRÄCH MIT CHRISTINA GATH, REDAKTIONSLEITERIN DES COUCH MAGAZINS

Welche Rolle spielt das Thema nachhaltige Mode in Ihrem Magazin für Ihre Leserschaft? Welche Resonanz erhalten Sie dabei von Ihren Leserinnen und Lesern?

Nachhaltiger Lifestyle spielte für COUCH von Beginn an eine große Rolle. Gut zwei Drittel unserer Leserinnen haben starkes Interesse an umweltschonenden und fair gehandelten Produkten.

Der große Boom hat uns tatsächlich bereits vor zwei Jahren dazu bewogen, mit der „COUCH Green Issue“ der Nachhaltigkeit ein ganzes Sonderheft zu widmen.

„Wir wollten das Thema endgültig aus seiner Nische holen und ohne den kleinsten erhobenen Zeigefinger in unsere Lebenswelt transferieren. Ökologisches Denken und Handeln ist für uns keineswegs konsumfremd und es geht weniger darum, was man falsch oder nicht macht, sondern in erster Linie um Wissensvermittlung und den Spaß dabei!“

Christina Gath,
Redaktionsleiterin
des COUCH Magazins

Wie beurteilen Sie das künftige Potenzial des Themas für Ihre Branche – nur ein kurzweiliger Hype oder ein langfristiger Trend?

Das ist definitiv kein kurzfristiger Trend! Es ist großartig mit anzusehen, wie sich alle bemühen, selbst kleine Routinen und gelernte Arbeitsstrukturen neu zu denken. Jeder Erfolg in diese Richtung hilft ein kleines Stückchen weiter, jedes Mikrogramm eingespartes Plastik macht Sinn, jeder zusätzliche Cent, der einer Familie in Afrika zugutekommt, verdient Applaus.

Welche Aspekte der Arbeit von Cotton made in Africa sind Ihnen im Jahr 2019 besonders in Erinnerung geblieben?

Weit vor der Einführung des „Grünen Knopfes“ hat CmiA mir erste Denkanstöße für Fair-Fashion-Siegel gegeben. Ich habe viel dazugelernt über die Herstellung von Baumwolle, Ökosysteme von Kleinbauern, den Ansatz „Hilfe zur Selbsthilfe“ und darüber, wie einfach sich Umwelt- und soziale Standards verknüpfen und verbessern lassen.

Wenn ich auf die Liste der Unternehmen schaue, die inzwischen am gleichen Strang ziehen, bin ich beeindruckt von der Bandbreite des Umdenkens: von Hugo Boss über s.Oliver bis hin zu Tchibo – alle legen inzwischen Wert auf nachhaltig produzierte Baumwolle und Transparenz in den Herstellungsketten. Heutzutage ist es deshalb weder Nische noch eine Geld- oder Stilfrage, sich ein fair gehandeltes Kleidungstücke leisten zu können.

2. KLIMAWOCHEN-ZUKUNFTSDIALOG: „KLEIDER MACHEN KLIMA“

Im 2. Klimawochen-Zukunftsdialog im Juni 2019 war Cotton made in Africa mit einem Podiumsbeitrag vertreten. Eine Vertreterin der Initiative diskutierte mit weiteren Gästen sowie dem Publikum über die Verbindung zwischen unserer Kleidung und deren Auswirkungen auf das Klima sowie darüber, was jede und jeder Einzelne bei alltäglichen Kaufentscheidungen beachten kann. Als gutes Beispiel für nachhaltigen Konsum konnte Cotton made in Africa mit Fakten punkten: Baumwolle nach CmiA-Standard wächst ausschließlich mit dem natürlichen Regenfall, statt bewässert zu werden und damit wertvolle Ressourcen zu verbrauchen. Außerdem wird das Klima geschont, denn beim Anbau von CmiA-Baumwolle werden weniger Treibhausgase als durch konventionell erzeugte Baumwolle ausgestoßen.

Digital und analog: Im Dialog mit den Konsumenten

In der Kommunikation mit den Konsumentinnen und Konsumenten setzte Cotton made in Africa weiter auf Aktivitäten in den sozialen Netzwerken. Für alle Kanäle – Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram – konnte die Initiative im Vergleich zum Vorjahr ein kontinuierliches Wachstum verzeichnen, wobei Facebook mit einer Reichweite von über 77.000 Visits der stärkste Kanal für CmiA bleibt. Um auf den Straßen Hamburgs sichtbar zu sein, gewann Cotton made in Africa erneut die Otto Group Media GmbH als Sponsor für aufmerksamkeitsstarke Werbeplakate an hoch frequentierten Verkehrsknotenpunkten der Stadt. Der Wert des Sponsorings durch die Otto Group Media 2019 belief sich auf eine Summe von rund 25.000 Euro.

LEUCHTTURMPROJEKTE

WIE UNTERNEHMEN CMIA MIT KREATIVEN IDEEN VERMARKTEN

Auch im Jahr 2019 setzten Unternehmenspartner von CmiA auf den kommunikativen Mehrwert von Cotton made in Africa – sowohl für die Produkt- als auch für die Unternehmenskommunikation. In einer Umfrage stellte die Stiftung bereits Anfang des Jahres ein wachsendes Interesse der Partner fest, CmiA nicht nur als wichtigen Rohstoff für ihre Kollektionen zu nutzen, sondern das nachhaltige Label auch an die Kunden zu vermarkten. In seiner 360°-Kommunikation zum Thema Cotton made in Africa sorgte das Modeunternehmen s.Oliver für Aufmerksamkeit.

„Im Jahr 2019 trugen über 1,5 Millionen s.Oliver Kleidungsstücke das Cotton made in Africa-Siegel. Auf den Beitrag, den wir damit für Kleinbauern und nachhaltigen Baumwollanbau in Afrika leisten, sind wir stolz. Diese Botschaft wollen wir auch an unsere Kunden kommunizieren. Denn zusammen können wir noch mehr erreichen.“

Kristina Szasz, Chief Product and Marketing Officer s.Oliver

CmiA-Baumwollbeutel

Mit dem CmiA-Baumwollbeutel finden die Kunden in den s.Oliver-Stores eine langlebige Alternative zur herkömmlichen Papiertüte. Teilerlöse daraus werden an die Aid by Trade Foundation gespendet. Mit über 29.000 verkauften Baumwolltaschen konnte sich Cotton made in Africa zum Jahresanfang 2020 über eine Spende in Höhe von 8774,90 Euro freuen. Darüber hinaus unterstützte s.Oliver den Zugang zu sauberem Trinkwasser für Dorfgemeinschaften in Burkina Faso. 2019 wurde der Bau zweier Trinkwasserbrunnen finanziert.

THE GOOD CASHMERE STANDARD by AbTF

ERSTER STANDARD FÜR NACHHALTIG ZERTIFIZIERTES KASCHMIR

Mit The Good Cashmere Standard® (GCS) bringt die Aid by Trade Foundation das erste unabhängige Gütesiegel für nachhaltig produzierten Kaschmir aus der Inneren Mongolei heraus und erweitert damit ihr Portfolio an Nachhaltigkeitsstandards für die Textilindustrie.

Kaschmir: Ein wertvoller Rohstoff für die Textilindustrie

Kaschmir ist eine sehr feine Naturfaser. Sie zählt zu den exklusivsten Rohstoffen für die Textilindustrie und stammt von der Kaschmirziege, deren Haar zur Gewinnung des Kaschmirs einmal jährlich geschoren oder gekämmt wird. Etwa drei Tonnen ungereinigte Kaschmirwolle werden benötigt, um eine Tonne Kaschmirfasern zu erhalten, die dann weiterverarbeitet werden können. 2020, im ersten Jahr der Implementierung, sollen rund 300 Tonnen Kaschmirfasern nach dem neuen Standard zertifiziert werden.

Die Kaschmirziegen wurden nach ihrer ursprünglichen Heimat Kaschmir im Himalaya benannt. Heute werden die Tiere in verschiedenen Ländern und Regionen auf der ganzen Welt gezüchtet. Der neue Standard der AbTF findet zunächst ausschließlich in der Inneren Mongolei, einer autonomen Region im Norden Chinas, Anwendung.

The Good Cashmere Standard®: Tierwohl, Umwelt- und Sozialstandards

Ein Schwerpunkt des GCS liegt in der Durchsetzung von Tierwohlkriterien in der Kaschmirproduktion. Er enthält Kriterien für die Haltung, Schur und Zucht der Kaschmirziegen. Dabei basieren die Tierwohlkriterien des Standards auf dem Konzept der sogenannten „Fünf Freiheiten“*, die sich international als eines der Leitprinzipien für Tierwohl etabliert haben. Neben dem starken Fokus auf Tierwohlaspekten verfolgt The Good Cashmere Standard® auch die Durchsetzung von Umwelt- und Sozialstandards sowie die Einhaltung von grundlegenden Managementkriterien auf den Farmen.

Kontrolle und Transparenz

The Good Cashmere Standard® wurde in enger Abstimmung mit Tierschutzspezialisten und Experten der Kaschmirproduktion erarbeitet, einer Überprüfung vor Ort unterzogen und nach mehreren, auch öffentlichen Konsultationsrunden finalisiert.

Damit Kaschmirbauern und die nachfolgende Stufe der Wertschöpfungskette, die sogenannten Buying und Dehairing Stations, in der Inneren Mongolei zertifiziert werden können, müssen sie verbindliche Kriterien erfüllen. Die Kaschmirbauern beantworten zunächst einen umfangreichen Fragenkatalog für eine Selbsteinschätzung. Basierend auf diesen Ergebnissen prüfen unabhängige Verifizierungsunternehmen eine Auswahl von Betrieben vor Ort. Die Besuche auf den Farmen erfolgen zu unterschiedlichen Zeiten, um die Einhaltung der Kriterien während der unterschiedlichen Lebensphasen der Ziegen gut einschätzen zu können, etwa bei der Schur, zur Geburtenzeit oder auch bei extremen Wetterlagen.

*Freiheit von 1. Hunger, Durst und Fehlernährung, 2. Unbehagen, 3. Schmerz, Verletzung, Krankheit, 4. Angst und Leiden, 5. Freiheit zum Ausleben normalen Verhaltens

Bei der Weiterverarbeitung in den Buying und Dehairing Stations muss die Kaschmirwolle außerdem von anderer, nicht zertifizierter Kaschmirwolle separat gelagert und verarbeitet werden. So wird sichergestellt, dass später nur solche Produkte das Label des The Good Cashmere Standard® tragen, die nachweislich den zertifizierten Rohstoff enthalten.

„Wir freuen uns sehr, dass wir von Beginn an Partner des neuen Standards sind, der unserem hohen Anspruch an Tierwohl und Umweltschutz gerecht wird. Er verschafft unseren Kundinnen und Kunden zusätzliche Sicherheit und noch mehr Vertrauen in unser Unternehmen.“

Patrizia Strupp, Leiterin der Abteilung Nachhaltigkeit bei Peter Hahn

Transforming the cashmere industry

Große Nachfrage bei Produzenten und Textilunternehmen

The Good Cashmere Standard® startet zunächst mit 2.000 Bauern in der Inneren Mongolei im Norden Chinas. In dieser Region ziehen die Kaschmirziegen nicht mit Nomadenhirten auf ausgedehnten Weideflächen umher, sondern werden von sesshaften Bauern auf Farmen gehalten. Die Betriebsgrößen variieren stark, vom kleinen Familienbetrieb mit weniger als 50 Ziegen bis hin zur Großfarm mit zehntausenden Tieren. Als einer der größten Kaschmirproduzenten mit Sitz in der Inneren Mongolei war die ERDOS Cashmere Gruppe von Beginn an ein wichtiger Partner des neuen Standards. Weitere Produzenten kamen im Laufe der Zeit dazu.

The Good Cashmere Standard® ermöglicht es dem Handel erstmals, Produkte aus nachhaltig zertifiziertem Kaschmir aus der Inneren Mongolei zu produzieren. Die Peter Hahn GmbH, einer der führenden Händler für exklusive Kaschmirprodukte in Deutschland, brachte bei der Entwicklung des Standards seine langjährige Materialexpertise ein und war das erste Modeunternehmen, das sich für den Standard entschied. Mittlerweile haben sich weitere große Textilunternehmen wie Bestseller, H&M Group, Hugo Boss, J.Crew, Madewell, Miles und Lacoste dem neuen Standard angeschlossen.

Wer davon profitiert

Ähnlich wie Cotton made in Africa arbeitet The Good Cashmere Standard® nach dem Prinzip der Aktivierung von Marktkräften. Dabei bezahlen Textilunternehmen und Modemarken für die Nutzung des Labels eine Lizenzgebühr an die Stiftung. Diese Einnahmen investiert die Stiftung wieder in der Projektregion. So sollen die teilnehmenden Hirten in Schulungen, unter anderem über Tierwohl- oder Umweltschutzthemen, informiert und für die Anforderungen sensibilisiert werden. Händlern und Modemarken ermöglicht The Good Cashmere Standard®, ihre Kollektionen auf einen nachhaltigen Rohstoff umzustellen, der transparent in der Verarbeitung zurückverfolgt werden kann. Die Konsumentinnen und Konsumenten können zertifizierte Kaschmirprodukte mit gutem Gewissen tragen.

→ thegoodcashmerestandard.org

DAS AID BY TRADE FOUNDATION TEAM

TINA STRIDDE
Geschäftsführerin

SABINE KLEINEWIESE
Direktorin Finance & Controlling,
Geschäftsführerin ATAKORA

SONJA TAVIANI
Finance & Controlling

ALEXANDRA PERSCHAU
Direktorin Standard &
Outreach Africa

NINA SCHÖTTLE
Junior Projektmanagerin
Standard & Outreach Africa

CHRISTIAN BARTHEL
Direktor Business Development,
Geschäftsführer ATAKORA

ISABELLE RIEDELBAUCH
Projektmanagerin
Business Development

GERLIND BÄZ
Junior Projektmanagerin
Business Development

ANJA NEUMANN
Junior Projektmanagerin
Business Development

CHRISTINA BEN BELLA
Senior Projektmanagerin
Marketing & Communication

ISABELLE THOELE
Junior Projektmanagerin
Marketing & Communication

DAS AID BY TRADE FOUNDATION KURATORIUM

Das Kuratorium der Aid by Trade Foundation ist mit führenden Persönlichkeiten aus Nichtregierungsorganisationen, der öffentlichen Hand und der Wirtschaft international besetzt. Es trägt dafür Sorge, dass die übergeordneten Ziele der Stiftung umgesetzt werden, und besteht aus mindestens sechs und höchstens zwölf Mitgliedern. Dem Kuratorium gehörten zum 31. Dezember 2019 folgende Personen an:

PROF. DR. MICHAEL OTTO
Stifter und Vorsitzender des Kuratoriums / Aufsichtsratsvorsitzender der Otto Group

DR. WOLFGANG JAMANN
Stellvertretender Vorsitzender des Kuratoriums / Generaldirektor International Civil Society Centre

EBERHARD BRANDES
Geschäftsführender Vorstand des WWF Deutschland

DR. MARIA FLACHSBARTH
Parlamentarische Staatssekretärin beim Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung

OLAF GIESELER
Geschäftsführer der CURATAX Treuhand GmbH Steuerberatungsgesellschaft

PROF. DR. JOHANNES MERCK
Direktor Corporate Responsibility der Otto Group

MATHIAS MOGGE
Generalsekretär und Vorstandsvorsitzender, Welthungerhilfe

JAMES SHIKWATI
Direktor des Inter Region Economic Networks (IREN) Kenya

MUNIR ZAVERI
Vorstandsvorsitzender Alliance Ginneries Ltd

UWE SCHRÖDER
Ehrenmitglied des Kuratoriums / Mitbegründer Tom Tailor Group

VAMISSA DIOMANDÉ
Generaldirektor, Ivoire Coton, Faso Coton, Cajou des Savanes

ANDREAS PROKSCH
Direktor General Sector and Global Programmes, Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit GmbH

Im Laufe des Jahres 2019 ist Nicholas Earlam (Vorstandsvorsitzender und Eigentümer, Plexus Cotton Ltd.) aus dem Kuratorium ausgeschieden.

DER CMIA BEIRAT

Der Beirat von Cotton made in Africa ist mit namhaften Vertretern verschiedener Interessensgruppen international besetzt. Mit ihrer verschieden gelagerten Expertise sind die Beiräte wichtige Diskussionspartner und Berater der Geschäftsführung. Dem Beirat gehörten zum 31. Dezember 2019 folgende Personen an:

MARCO BÄNNIGER
Head Trader Hand Picked Cotton
Paul Reinhart AG

FRITZ GROBIEN
Direktor African Operations
Plexus Cotton Ltd.

FRANZISKA HORN
Funktionsbereichsleiterin
Strategisches Projektmanagement
Non Food & Nichthandelsware
Handel D
REWE Group Buying GmbH

DR. AXEL KLAPHAKE
Abteilungsleiter Wirtschaft,
Soziales, Digitalisierung
Deutsche Gesellschaft
für Internationale
Zusammenarbeit GmbH

ANDREAS KÖHNCKE
Bereichsleiter Private Label
Management Fashion & Sports
Otto (GmbH & Co KG)

MARC LEYNAERT
Produktionsdirektor
Faso Coton

SABRINA MÜLLER
Lead Manager Sustainability
(Non Food Product & Market)
Tchibo GmbH

DR. IRIS SCHÖNINGER
Koordinatorin Grundsatzfragen & Präsidentin
Welthungerhilfe

OLAF TSCHIMPKE
Vorsitzender der NABU International
Naturschutzstiftung
NABU, Naturschutzbund
Deutschland e.V.

JENNY WALTHER-THOSS
Referentin nachhaltige
Biomasse & Standards
WWF Deutschland

EINE AUSWAHL DER UNTERNEHMENSPARTNER VON CMIA 2019

IMPRESSUM

Herausgeber
Aid by Trade Foundation
Gurlittstraße 14
20099 Hamburg

Tel. +49 40 25 76 75 50
Fax +49 40 25 76 75 511

info@abt-foundation.org
www.cottonmadeinafrica.org

Verantwortlich
Tina Stridde

Redaktion
Christina Ben Bella

Text
Katja Strube

Fotografien
Martin J. Kielmann
Michaela Kuhn
Annegret Hultsch

Gestaltung
Julia Klaus & Katrin Grimm,
studioblend.de

Druck
WIRmachenDRUCK GmbH,
www.wir-machen-druck.de

Dieser Bericht ist auch in englischer Sprache erhältlich und steht zum Download unter www.cottonmadeinafrica.org/wp-content/uploads/2020/06/cmia-jahresbericht-english-2019.pdf auch digital zur Verfügung.

AID BY TRADE FOUNDATION

Die Aid by Trade Foundation (AbTF) wurde 2005 von dem Hamburger Unternehmer Prof. Dr. Michael Otto gegründet. Ziel der von der Otto Group unabhängig agierenden Stiftung ist es, durch Handel Hilfe zur Selbsthilfe zu leisten, um so den Erhalt lebenswichtiger Ressourcen und die Zukunftsfähigkeit folgender Generationen zu sichern.

Als Dachorganisation von Cotton made in Africa (CmiA) setzt die AbTF mit der CmiA-Initiative ihre Stiftungsziele in die Tat um. Die Handelspartner der Nachfrageallianz fragen die nach CmiA-Standard produzierte Baumwolle aus Afrika nach und führen dafür eine volumenabhängige Lizenzgebühr an die Stiftung ab, die in den Projektregionen reinvestiert wird. Konsumenten erkennen Produkte am CmiA-Label und können mit ihrem Kauf einen wertvollen Beitrag zum Umweltschutz und zur Unterstützung der Kleinbauern sowie ihrer Familien in Afrika leisten.

Aid by Trade Foundation
Gurlittstraße 14 · 20099 Hamburg
Telefon: +49 40 25 76 75 50
E-Mail: info@abt-foundation.org

www.cottonmadeinafrica.org

COTTON MADE IN AFRICA