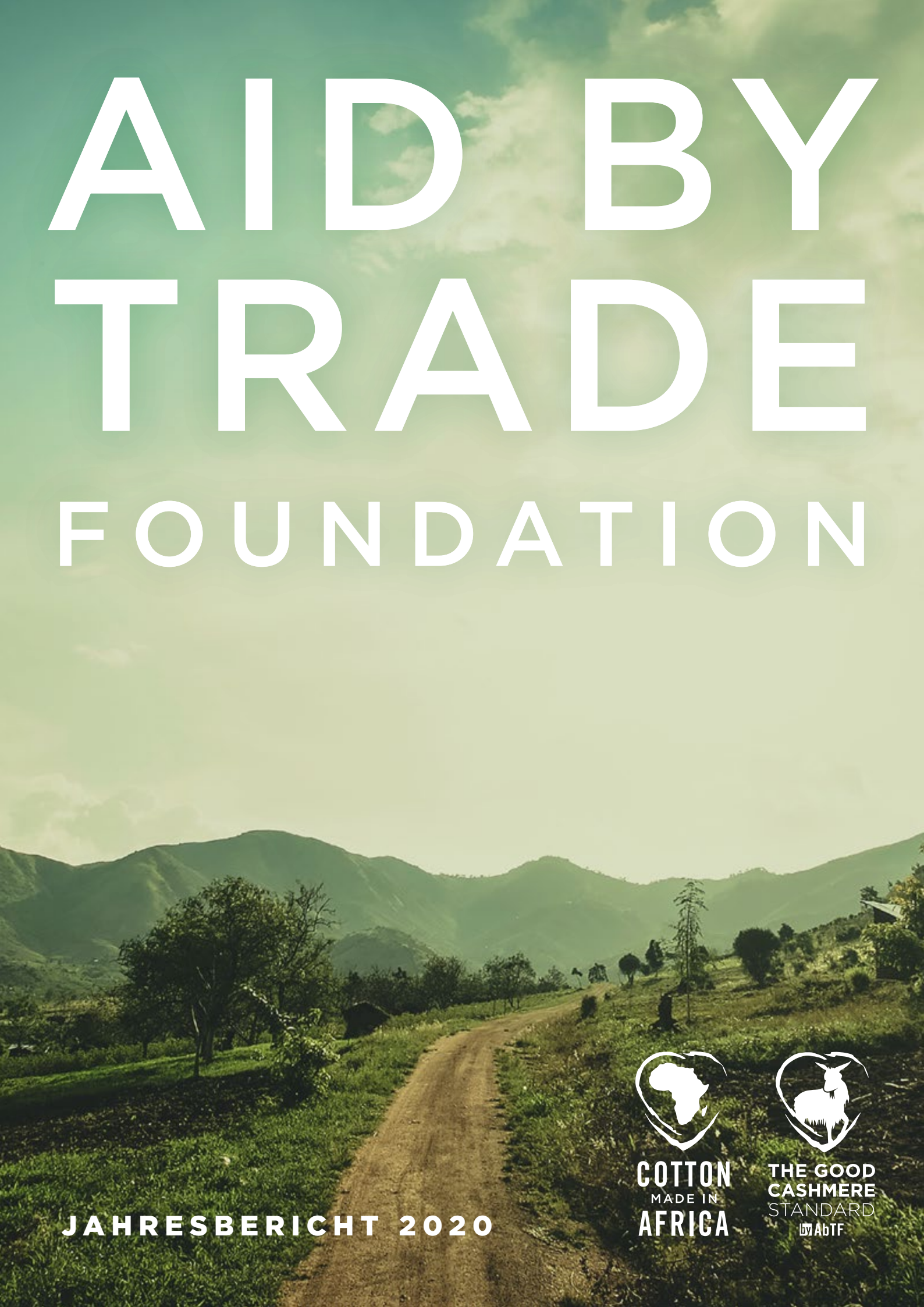
AID BY TRADE FOUNDATION



JAHRESBERICHT 2020

COTTON MADE IN AFRICA

THE GOOD CASHMERE STANDARD AbTF

CMIA
ab Seite **6**

GCS
ab Seite **36**

INHALT

Seite

VORWORT 4
von Prof. Dr. Michael Otto

CMIA DAS JAHR 2020 IN ZAHLEN 6
Konsolidiertes Ergebnis 8

CMIA AUF DEM FELD 10
Kooperations- und Sonderprojekte 18

CMIA IN DER TEXTILEN KETTE 22
Im Gespräch mit Gerlind Bäz 24
„Mehr Transparenz dank Tracking System“
Im Gespräch mit Alexander David 25
„Globale Herausforderungen gehen uns alle an“
Im Gespräch mit Marco Bänninger 26
„Bio-Baumwolle trifft den Nerv der Zeit“
Im Gespräch mit Camilla Skjønning Jørgensen 28
„Bis 2022 wollen wir nur noch nachhaltige Baumwolle einsetzen“

CMIA IN DEN MEDIEN 30
Im Gespräch mit Andreas Streubig 34
„Es müssen alle an einem Strang ziehen“

THE GOOD CASHMERE STANDARD® 36
GCS das Jahr 2020 in Zahlen 37
Gespräch mit Alva Cheung 42
„Wegbereiter für den The Good Cashmere Standard“
Gespräch mit Anja Neumann 43
„Wir schaffen eine transparente Lieferkette“
Gespräch mit Liz Hershfield 44
„Unsere Kunden erwarten, dass wir das Richtige tun“

DIE ORGANISATIONSSTRUKTUR 46
Das AbTF-Team 46
Das AbTF-Kuratorium 47
Der CmiA-Beirat 48
Der GCS-Beirat 49
Unternehmenspartner 2020 50
Impressum 51

Genderhinweis: Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird auf eine geschlechtsneutrale Differenzierung verzichtet. Entsprechende Begriffe gelten im Sinne der Gleichbehandlung grundsätzlich für beide Geschlechter. Die verkürzte Sprachform beinhaltet keine Wertung.

VORWORT

**PROF. DR.
MICHAEL OTTO**

Das vergangene Jahr hat uns allen viel abverlangt. Wir mussten uns von einigen bewährten Gewohnheiten in unserem Arbeits- wie auch in unserem Privatleben verabschieden. Manche haben schwere persönliche und finanzielle Verluste erlitten und finden sich mit den Veränderungen und Einschränkungen der letzten Monate nur schwer zurecht.

Doch der Einschnitt, den die Pandemie in unser Leben gebracht hat, wirkt auch positiv: Wir als Gesellschaft haben viele der Herausforderungen solidarisch gemeistert und haben persönlich neue Prioritäten gesetzt. Für viele wurde klar: Das Leben wird sich nach der Pandemie neu ordnen. Es muss ein tieferes Bewusstsein für den Wert der Dinge und des Lebens entstehen.

Vor diesem Hintergrund scheint es nur folgerichtig, dass die Nachfrage nach biologischen Produkten und fair gehandelten Waren in der Pandemie stetig zugenommen hat. Konsumenten beschäftigen sich verstärkt mit der Herkunft der von ihnen gekauften Waren und berücksichtigen mögliche Umweltauswirkungen ihres Einkaufs. Zu Beginn der Corona-Pandemie gab es Lieferengpässe von Medikamenten, nun haben die verzögerten Auslieferungen von Impfstoffen unmittelbare Auswirkungen auf unsere Gesellschaft und rücken damit die Problematik globaler, intransparenter Wertschöpfungsketten in unseren Fokus. Die Menschen interessieren sich mehr als zuvor für die Umstände, unter denen ein Produkt hergestellt wurde. Das viel diskutierte und nun verabschiedete Lieferkettengesetz wird Unternehmen verstärkt in die Pflicht nehmen, Verantwortung für die Achtung von Menschenrechten bei der Herstellung ihrer Produkte bis hinunter zum Rohstoff zu übernehmen.

Bereits seit vielen Jahren arbeitet Cotton made in Africa (CmiA) daran, Wertschöpfungsketten so transparent wie möglich zu gestalten. Das hat den Vorteil, dass nahezu kein Akteur mehr anonym bleibt. Selbst bei Waren für den Massenmarkt, wie Baumwolle, kann der Handelspartner verfolgen, wer den Rohstoff angebaut hat, welche Umweltauswirkungen die Produktion hatte und wie der ökologische Fußabdruck eines Produktes ausfällt.

Der im vergangenen Jahr erfolgte Ausbau des Cotton made in Africa-Tracking Systems ermöglicht den Unternehmen nicht nur Einblicke in ihre eigenen Lieferketten, sondern lenkt auch den Blick der Verbraucher auf die Menschen im globalen Süden. Damit macht Cotton made in Africa die Erzeuger der Rohstoffe für den weltweiten Textilmarkt sichtbar und gibt ihnen eine Stimme, die zunehmend auch gehört wird.

In den öffentlichen Debatten der letzten Monate wird mit großer Dringlichkeit um die Zukunft unseres Planeten gerungen. Die Verletzlichkeit unserer Ökosysteme steht uns allen deutlich vor Augen. Weil der Lebensraum von Wildtieren durch die Ausbreitung von landwirtschaftlichen Flächen oder Wohnsiedlungen immer weiter schrumpft, rücken Mensch und Tier zwangsläufig näher zusammen. Die daraus resultierenden Konflikte werden vor allem zu Lasten der Tierwelt ausgetragen: Wildtierkorridore werden unterbrochen, lebenswichtige Rückzugs- und Brutgebiete zerstört. Die globale Gesundheitskrise hat nun eine weitere, bisher wenig beachtete Auswirkung dieser Entwicklung deutlich gemacht: Durch das Eindringen der Menschen in immer weitere, unberührte Regionen kann die Übertragung von Viren und Bakterien zwischen Tier und Mensch und damit die Entstehung neuer Pandemien möglich werden. Wichtige Maßnahmen, die die Vielfalt der Natur erhalten und die Lebensräume der Tiere schützen, sind daher von größter Bedeutung für Fauna, Flora und auch für unsere Gesundheit.

„Das Engagement der Aid by Trade Foundation für Menschen und Natur ist im Jahr 2020 trotz vieler globaler Herausforderungen ein gutes Stück vorangekommen. Es war ein erfolgreiches Jahr sowohl für die Arbeit in Subsahara-Afrika als auch für die Aktivitäten der Stiftung in der Inneren Mongolei.“

Die Initiative Cotton made in Africa hat im vergangenen Jahr einen umfassenden Standard-Relaunch durchgeführt und damit den Schutz von Biodiversität, Böden und Wasser noch stärker in den Mittelpunkt ihrer Arbeit in Afrika gerückt. Durch Aufklärung und Trainings werden die Kleinbauern für diese wichtigen Themen sensibilisiert und die Einhaltung des neuen, umfangreichen Kriterienkatalogs mit den Verifizierungen überprüft.

Die Aid by Trade Foundation hat im vergangenen Jahr mit einem weiteren Nachhaltigkeitsstandard unter ihrem Dach ihr Portfolio ausgebaut. Mit der Veröffentlichung von The Good Cashmere Standard® (GCS) hat die Stiftung ihr Engagement für nachhaltige Rohstoffe um den Bereich des Tierwohls ergänzt und ihr Einsatzgebiet auf die Innere Mongolei ausgedehnt. Der weltweit erste, unabhängig verifizierte Standard für nachhaltig erzeugtes Kaschmir wurde im Jahr 2020 offiziell eingeführt und hat sich schon sehr gut etabliert.

Diesem Umstand ist es auch geschuldet, dass dieser Report erstmals als Jahresbericht der Aid by Trade Foundation erscheint. Er berichtet über die Aktivitäten beider Standards, Cotton made in Africa und The Good Cashmere Standard®, die gleichermaßen mit ihren Programmen und ihren individuellen Partner-Netzwerken zur Erreichung des Stiftungszieles beigetragen haben.

Das Engagement der Aid by Trade Foundation für Menschen und Natur ist im Jahr 2020 trotz vieler globaler Herausforderungen ein gutes Stück vorangekommen. Es war ein erfolgreiches Jahr sowohl für die Arbeit in Subsahara-Afrika als auch für die Aktivitäten der Stiftung in der Inneren Mongolei. Diese Erfolge, über die hier im Folgenden berichtet wird, haben wir zusammen mit unseren Partnern in Afrika, in Asien und hier in Europa erreicht. Auch das ist uns erneut bewusst geworden – nur gemeinsam sind wir stark und können die Weichen für ein besseres Morgen stellen.

VORWORT

CMIA
DAS JAHR 2020
IN ZAHLEN

AUF DEM FELD

23

BAUMWOLL-GESELLSCHAFTEN

über **30 %**

DER AFRIKANISCHEN BAUMWOLLPRODUKTION IST CMIA-VERIFIZIERT

1.668.602

ANBAUFLÄCHE GESAMT (HA)

über **1.000.000**

KLEINBÄUERINNEN UND KLEINBAUERN

10

ANBAULÄNDER

1,64

DURCHSCHNITTLICHE ANBAUFLÄCHE PRO FARMER (HA)

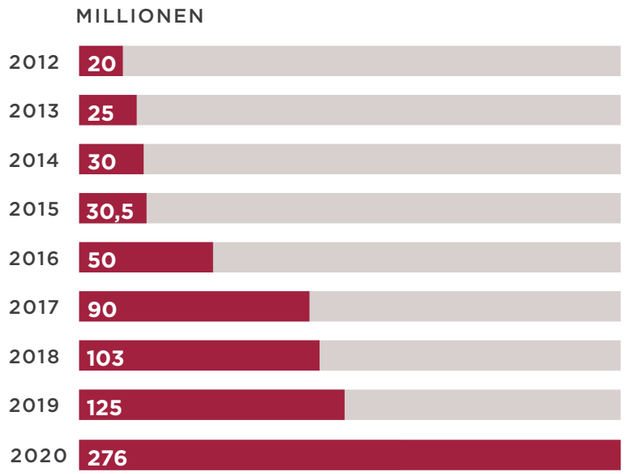
629.789

TONNEN CMIA-BAUMWOLL-ERNTE GESAMT (ENTKÖRNT)

879,70

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 **276.000.000**

CMIA-GELABELTE TEXTILIEN IM MARKT

8

TEXTILPRODUKTIONS-MÄRKTE IN AFRIKA

217

SPINNEREIEN & STOFF-PRODUZENTEN

21

BAUMWOLL-HÄNDLER

59

CMIA-RETAILER UND BRANDS

20

TEXTILPRODUKTIONS-MÄRKTE WELTWEIT

KONSOLIDIERTES ERGEBNIS 2020

Signifikantes Umsatz- und Ergebniswachstum für die Aid by Trade Foundation 2020: Die Gesamteinnahmen stiegen um fast 25 Prozent auf 4,3 Millionen Euro – davon wurden 3,7 Millionen Euro über Marktaktivitäten der Cotton made in Africa-Initiative und des The Good Cashmere Standards® aus dem privaten Sektor generiert. Trotz Corona-bedingter Einschränkungen konnten die Ausgaben für die Programmimplementierung der beiden Nachhaltigkeitsstandards sowie für Kooperationsprojekte um 14 Prozent auf 2,4 Millionen Euro erhöht werden.

Deutliches Umsatz- und Ergebniswachstum für die Aid by Trade Foundation. Im Geschäftsjahr 2020 konnte die AbTF ihre Gesamteinnahmen um fast 25 Prozent auf 4.324 TEUR steigern. Aus der Vermarktung der Cotton made in Africa-Baumwolle (CmiA) sowie erstmals auch des The Good Cashmere Standard® (GCS) wurden Lizenzeinnahmen von insgesamt 2.769 TEUR erzielt, eine Steigerung um 13 Prozent.

Während aus der Vermarktung der Rechte an der Marke Cotton made in Africa über die ATAKORA Fördergesellschaft GmbH Lizenzeinnahmen in Höhe von 2.067 TEUR generiert wurden, hat der Absatz von CmiA-verifizierter Baumwolle als BCI-Baumwolle Einnahmen in Höhe von 603 TEUR erbracht. Die in 2020 erstmals erhobenen Lizenzgebühren aus der Vermarktung des The Good Cashmere Standard® betrugen bereits fast 100 TEUR.

Gleichzeitig sind durch die steigende Nachfrage nach den verifizierten Rohstoffen CmiA und GCS seitens der Unternehmen der Nachfrageallianzen die globalen Netzwerke in den textilen Wertschöpfungsketten erneut gewachsen. Die Baumwollgesellschaften in Afrika, internationale Baumwollhändler und die deutlich gestiegene Anzahl der CmiA-Spinnereien trugen als Partner der Initiative Cotton made in Africa mit ihren Beiträgen in Höhe von insgesamt 656 TEUR - plus 21 Prozent gegenüber dem Vorjahr - verstärkt zur weiteren Umsetzung der Initiative bei. Für die Partnerschaft mit der Initiative The Good Cashmere Standard® haben die neuen Unternehmenspartner im Geschäftsjahr 2020 insgesamt 131 TEUR aufgebracht. Diese Einnahmen wurden vor allem für die Verifizierung dieses wertvollen Rohstoffs in der Inneren Mongolei und die Weiterentwicklung des Standards eingesetzt. In der Zukunft sollen über diese Einnahmen sowie weitere Partnerbeiträge aus der textilen Kette auch die Trainingsmaßnahmen für die Kaschmirfarmer finanziert werden.

Im Jahr 2020 haben sich die Spendeneinnahmen der Aid by Trade Foundation gegenüber dem Vorjahr fast verdoppelt: Insgesamt wurden 606 TEUR vereinnahmt, die insbesondere für die Kofinanzierung der Kooperationsprojekte mit den CmiA-Baumwollgesellschaften eingesetzt wurden (siehe hierzu auch → Seite 20).

Der Anteil der Spenden und Fördergelder an den Gesamteinnahmen hat sich durch diese positive Spendenentwicklung gegenüber dem Vorjahr auf 15 Prozent erhöht, bleibt jedoch im Verhältnis zum Anteil der Einnahmen aus dem Wirtschaftsbetrieb von 85 Prozent der Gesamteinnahmen des Jahres 2020 weiterhin gering. Die Initiativen der AbTF werden somit überwiegend von den Unternehmen, die CmiA-Baumwolle und GCS-Kaschmir verarbeiten und einsetzen, getragen und die Stiftungsdevise – Hilfe zur Selbsthilfe durch Handel – in die Tat umgesetzt.

Im Jahr 2020 investierte die AbTF 10 Prozent der Gesamtausgaben über ihre Vermarktungsgesellschaft ATAKORA in die Bereiche Marketing, Kommunikation und Vertrieb und unterstützte damit die Vermarktung von CmiA-Baumwolle und GCS-Kaschmir an neue und bestehende Lizenznehmer.

Die Ausgaben für die Implementierung der CmiA-Programme sowie des The Good Cashmere Standard® betrugen im Jahr 2020 insgesamt 1.898 TEUR und lagen damit trotz Corona-bedingter Einschränkungen in den Projektgebieten auf dem Vorjahresniveau.

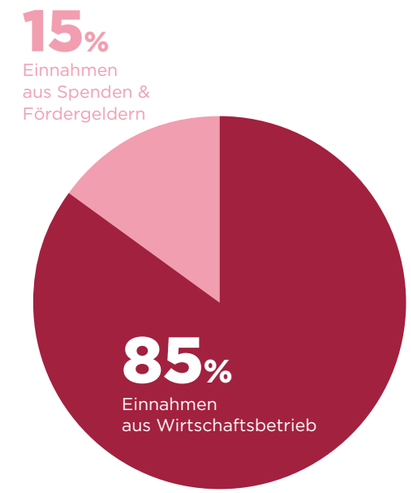
Die ‚Program Service Expense Ratio', die aus der Relation der Gesamtausgaben zu den Mitteln, die unmittelbar die Stiftungsziele unterstützen, errechnet wird, stieg im Jahr 2020 erneut: Von 73 Prozent im Vorjahr auf 75 Prozent. Diese Entwicklung ist besonders erfreulich, da dieser Wert die Effektivität der eingesetzten Mittel beschreibt.

Aufgrund der im Jahr 2020 sehr positiven Einnahmenentwicklung verbunden mit einer effektiven, jedoch Corona-bedingt vor Ort teilweise eingeschränkten Mittelverwendung wurde ein konsolidierter Jahresüberschuss von 1.145 TEUR vor Steuern erzielt. Dieser gewährleistet, z.B. auch über die Bildung von freien Rücklagen, eine solide Eigenkapitalstruktur und schafft vor allem eine hervorragende Basis für eine Erweiterung der Maßnahmen, sowohl in der Programmimplementierung als auch im Bereich der Unterstützung der Vermarktung von CmiA und GCS in den kommenden Jahren.

EINNAHMEN 2020

	TEUR	in %	2019 TEUR
Lizenzeinnahmen	2.769	64%	2.438
Partnerschaftsbeiträge	787	18%	551
Spenden	606	14%	306
Fördergelder	26	0,6%	72
Private Zuschüsse	32	0,7%	54
Sonstige Einnahmen	105	2%	55
Gesamteinnahmen 2020	**4.324**	**100%**	**3.476**

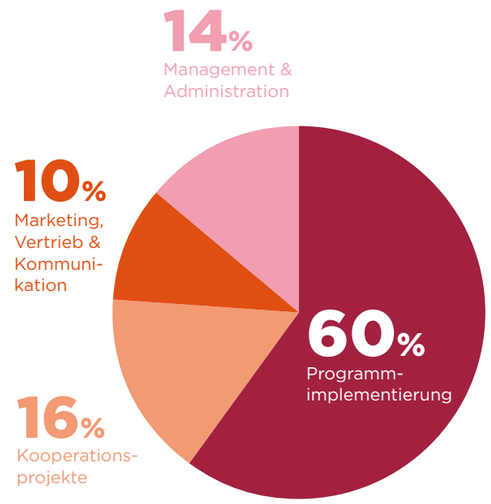
	TEUR	2020 in %	2019 in %
Einnahmen aus Wirtschaftsbetrieb	3.693	85%	89%
Einnahmen aus Spenden & Fördergeldern	632	15%	11%



AUSGABEN 2020

	TEUR	in %	2019 TEUR
Management & Administration	454	14%	434
Programm-implementierung	1.898	60%	1.910
Kooperationsprojekte	501	16%	213
Marketing, Vertrieb & Kommunikation	326	10%	339
Gesamtausgaben 2020	**3.179**	**100%**	**2.896**

	in %	2019 in %
Program Service Expense Ratio = Program Service Expenses / Total Expenses	75%	73%



CMIA AUF DEM FELD

Sie sind das Herzstück von Cotton made in Africa, denn sie hegen, pflegen und ernten den wertvollen Rohstoff Baumwolle: die Bäuerinnen und Bauern. Ihre Lebens- und Arbeitsbedingungen zu verbessern und gleichzeitig die Natur zu schützen sind die obersten Ziele von Cotton made in Africa. Deshalb arbeitet die Initiative in vielen afrikanischen Ländern mit einem weit verzweigten Netzwerk an Baumwollgesellschaften sowie weiteren Stakeholdern und Baumwollexperten zusammen. Im Jahr 2020 produzierten rund 1.000.000 Kleinbauern in zehn Ländern südlich der Sahara ca. 630.000 Tonnen Baumwolle nach den Kriterien der CmiA-Standards. Die Corona-Pandemie stellte die Arbeit vor große Herausforderungen – doch die Initiative manövrierte sich und alle Mitarbeiter gut durch die Krise. Für die Kleinbäuerinnen und -bauern und die Mitarbeiter in den Entkörnungsfabriken gab es wichtige Sensibilisierungsmaßnahmen in Sachen Hygiene und Gesundheit zum Schutz vor COVID-19.

KRITERIEN FÜR BESSERE LEBENSBEDINGUNGEN

Verbesserung und regelmäßige Überprüfung des CmiA-Verifikationssystems

Arbeiten auf den Baumwollfeldern Kinder? Werden Umweltschutz-Standards beachtet? Für eine Initiative wie Cotton made in Africa ist es wichtig, dass bestimmte Kriterien eingehalten werden: Nur so verbessern sich die Lebens- und Arbeitsbedingungen der Kleinbäuerinnen und -bauern und ihrer Familien schrittweise. Das CmiA-Verifikationssystem überprüft die soziale, wirtschaftliche und ökologische Weiterentwicklung der Bauern und Entkörnungsbetriebe immer wieder engmaschig.

Um die einzelnen Baumwollgesellschaften zu bewerten, legt der CmiA-Standard Ausschlusskriterien fest, die von Anfang an erfüllt sein müssen. Beachtet ein Unternehmen sie nicht, kann es nicht am Programm von CmiA teilnehmen. Die schlimmsten Formen von Kinderarbeit sind beispielsweise ausgeschlossen, zudem müssen weitere Kernarbeitsnormen entsprechend der Konventionen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) eingehalten werden. Außerdem dürfen die Baumwollgesellschaften keine Pestizide verwenden, deren Wirkstoffe nach internationalen Vereinbarungen verboten sind oder entsprechend der Klassifizierung der Weltgesundheitsorganisation als extrem oder hoch gefährlich eingestuft sind.

Zudem gibt es zahlreiche Nachhaltigkeitskriterien, die stufenweise zu erfüllen sind. Durch ein Ampelsystem wird der Fortschritt der einzelnen Baumwollgesellschaften bewertet – dadurch lässt sich objektiv messen, welches Ziel sie bereits erreicht haben. Jedes Jahr werden die Ergebnisse im Aggregierten Verifizierungsbericht veröffentlicht.

Entsprechend der Verifizierungsrichtlinie entzieht CmiA einer Baumwollgesellschaft das Zertifikat, wenn sie entweder mindestens eines der Minimumkriterien des Cotton made in Africa-Standards nicht einhält, mehr als 50 Prozent der Nachhaltigkeitskriterien im Ampelsystem mit Rot klassifiziert sind oder sich wiederholt keine Verbesserungen bei mindestens einem Nachhaltigkeitskriterium in zwei aufeinanderfolgenden Verifizierungen zeigen. Sie dürften dann keine Baumwolle mehr mit dem CmiA-Siegel in den Handel bringen. Alle Regeln und Verpflichtungen haben ein gemeinsames Ziel: die Situation der Kleinbauern und den Umweltschutz messbar zu verbessern.

LAUFENDE ÜBERPRÜFUNGEN TROTZ PANDEMIE

Die CmiA-Verifizierungen wurden fortgeführt, elf Einsätze mussten jedoch ausfallen

Über 1.000.000 Kleinbauern, fast 630.000 Tonnen entkörnte Baumwolle, eine Anbaufläche von ca. 1,6 Millionen Hektar und 23 Baumwollgesellschaften – das sind sehr große Zahlen. Diese Mengen an Baumwolle und die vielen Kleinbauern nach den Standards CmiA und CmiA-Organic zu überprüfen, ist sehr aufwendig. Zwei unabhängige Verifikationsunternehmen sind daher im Auftrag der AbTF unterwegs: EcoCert und AfriCert. Im vergangenen Jahr waren 15 afrikanische Auditoren bei den Baumwollgesellschaften vor Ort um die Erfüllung der Kriterien zu überprüfen und die Fortschritte zu erfassen.

Insgesamt gab es 2020 sechs Einsätze, um die Baumwollproduktion zu überprüfen, und sechs Einsätze, um die Entkörnungsanlagen zu verifizieren. Leider mussten elf Einsätze aufgrund der COVID-19-Pandemie im Laufe des Jahres ausfallen. Auch die Zusammensetzung der Partner hat sich verändert: Zwei Gesellschaften, eine im Tschad und eine in Uganda, wurden neu aufgenommen. Mit zwei Gesellschaften, einer in Burkina Faso und einer in Ghana, endete die Partnerschaft. Die Kooperation mit der Baumwollgesellschaft ECPGEA in Äthiopien konnte leider nicht wieder aufgenommen werden, sie schied aus dem Partnernetzwerk aus. Trotz der Einschnitte der Pandemie war das vergangene Jahr ein großer Erfolg: Insgesamt 23 Baumwollgesellschaften in zehn Ländern Subsahara-Afrikas waren zum Ende des Jahres 2020 nach CmiA- und CmiA-Organic-Standard verifiziert.

UMFANGREICHE ÜBERARBEITUNG

Revision des CmiA-Standards

In den vergangenen drei Jahren hat der CmiA-Standard einen umfassenden Revisionsprozess durchlaufen. Dabei wurden viele Dokumente für das CmiA-Standardsystem umfassend überarbeitet: Der CmiA-Standard liegt nun als Fassung Volume 4.0 vor. Neben einer tabellarischen Übersicht der Principles, Criteria and Indicators erläutert ein ausführliches Dokument die Sachverhalte im Detail und liefert zudem Hinweise zur praktischen Umsetzung der Anforderungen.

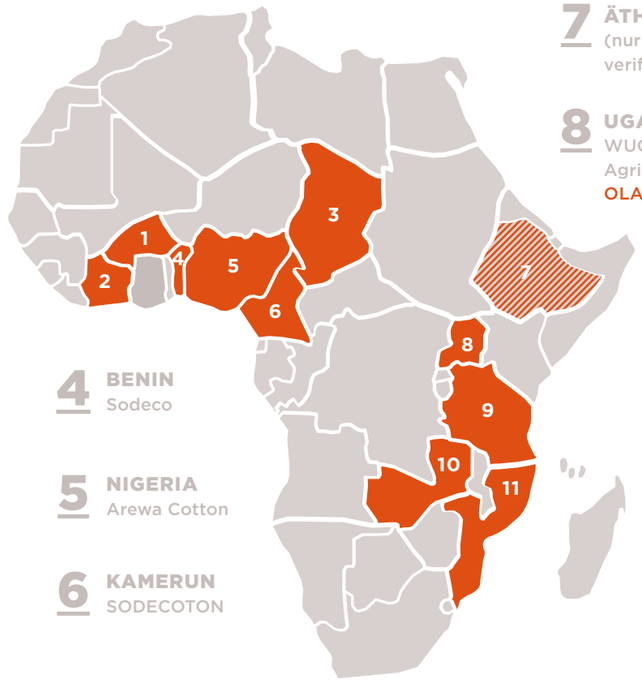
Im aktuellen Geschäftsjahr folgt zudem die Verification Governance – die Beschreibung des Verifizierungsprozesses. Sie wird unter dem neuem Titel Assurance Manual überarbeitet. Sobald die Baumwollgesellschaften und die durchführenden Verifizierer mit allen neuen Anforderungen des Standards vertraut gemacht wurden, arbeitet CmiA im Jahr 2021 erstmals nach dem überarbeiteten Standard.

NEUE HEIMAT FÜR DATEN

Die neue Online-Plattform CAP speichert die Daten des Verifizierungsprozesses zentral

Die Überarbeitung des CmiA-Standardsystems geht einher mit einem „Digitalisierungsschub“ – die Baumwollgesellschaften müssen nun deutlich umfangreicher Daten übermitteln, ihre Selbsteinschätzung zu mehr Indikatoren abgeben und diverse Dokumente bereitstellen. Daher hat das IT-Unternehmen Vera Solutions eine Online-Plattform (CmiA Assurance Platform, kurz CAP) programmiert. Mit dem System können die Baumwollgesellschaften ihre Self-Assessments online einpflegen. Durch eine Reihe automatischer Datenkontrollen wird die Datenqualität deutlich erhöht. Auch die Verifizierer können künftig ihre Bewertung der jeweils vor Ort verifizierten Baumwollgesellschaft im System abgeben und Nachweise direkt hochladen. Die Daten sind zentral gespeichert, sodass nichts verloren geht, sie jederzeit verfügbar sind und Analysen leichter fallen. Im Januar 2021 ging die Plattform für die anglophonen Partner live, für die frankophonen Partner erfolgt der Start im Juni 2021.

DIE CMIA-PARTNERGESELLSCHAFTEN IN SUBSAHARA-AFRIKA



1 **BURKINA FASO**
Faso Coton
SOFITEX

2 **CÔTE D'IVOIRE**
Ivoire Coton
SECO
COIC
CIDT

3 **TSCHAD**
CotonTchad*

4 **BENIN**
Sodeco

5 **NIGERIA**
Arewa Cotton

6 **KAMERUN**
SODECOTON

7 **ÄTHIOPIEN**
(nur Projektarbeit kein verifizierter Partner)

8 **UGANDA**
WUCC
Agri Exim
OLAM Uganda*

9 **TANSANIA**
Alliance
Biosustain

10 **SAMBIA**
Alliance
LDC
CGL Parrogate
Grafax
Highlands
Cotton Trading

11 **MOSAMBIK**
Plexus
SAN-JFS
Olam

* Neu seit 2020

ZUSAMMENARBEIT MIT DER BETTER COTTON INITIATIVE

Das Partnerschaftsabkommen zwischen CmiA und BCI bleibt bestehen

Auch im Jahr 2020 war die AbTF weiterhin Partner der Better Cotton Initiative (BCI). CmiA-verifizierte Baumwolle wurde als nachhaltige Baumwolle neben den eigenen Vertriebskanälen in die Kanäle der BCI verkauft. Seit 2013 sind BCI und CmiA über ein strategisches Partnerschaftsabkommen verbunden. Im vergangenen Jahr wurden 143.850 Tonnen CmiA-Baumwolle über die BCI abverkauft.

DER ÖKOLOGISCHE FUSSABDRUCK DER COTTON MADE IN AFRICA-BAUMWOLLE

Eine neue LCA-Studie zu den Umweltauswirkungen des Baumwollanbaus wurde beauftragt

Wie viel Wasser wird für den Baumwollanbau verbraucht? Welchen Einfluss hat der Baumwollanbau auf den Klimawandel? Bereits im Jahr 2014 veröffentlichte die AbTF eine Lebenszyklusanalyse (LCA). Diese berechnete verschiedene Umweltauswirkungen und setzte sie in Bezug zum globalen Durchschnitt des Baumwollanbaus. Diese Daten verlangten nun nach einer Überarbeitung. Daher beauftragte die AbTF wiederholt das Unternehmen Sphera Solutions (ehemals PE International) mit der Aktualisierung der LCA-Studie. Wieder sollen die Umweltauswirkungen des Baumwollanbaus betrachtet werden: Erderwärmungspotenzial, Versauerung, Eutrophierung und Frischwasserverbrauch. Neu hinzu gekommen ist die Wirkungskategorie Biodiversität. Alle Daten werden mit aktuellen Zahlen des globalen Durchschnitts verglichen. Im April 2021 soll nun die finale Fassung der → Studie (https://cottonmadeinafrica.org/news/oekologische-fussabdruck-cmia-baumwolle/) inklusive eines Review-Gutachtens zur Veröffentlichung vorliegen.

DIE THEORY OF CHANGE

Das Wirkungsmodell skizziert die Aktivitäten von CmiA und die damit angestrebten mittel- und langfristigen Veränderungen.

Kleine Schritte haben große Auswirkungen. Doch welche Handlung führt zu welchem Ergebnis? Dies wird in der Theory of Change (ToC) veranschaulicht, die Cotton made in Africa im Jahr 2020 überarbeitet und weiterentwickelt hat. Eine ToC ist ein Wirkungsmodell, das definiert, welche Hebel genutzt werden, um bestimmte, beabsichtigte Wirkungen zu erzielen. Mittel, die man einsetzt, sollen zeitlich und logisch ineinandergreifen, um die Ziele von CmiA zu erreichen: die Verbesserung der Lebensbedingungen für Menschen im Baumwollanbau und den Schutz der Umwelt in den beteiligten Regionen südlich der Sahara.

Baumwolle spielt eine wichtige Rolle bei der Bekämpfung der Armut, denn das Einkommen der Kleinbauern und ihrer Familien stammt aus dem Verkauf von Baumwolle. Dabei haben schwankende Weltmarktpreise, eine sehr geringe Produktivität sowie eine schlechte Infrastruktur einen negativen Effekt auf die Ernteergebnisse und das Einkommen der Menschen. Deutlich verstärkt wird diese Entwicklung noch durch die sich ändernden Klimabedingungen.

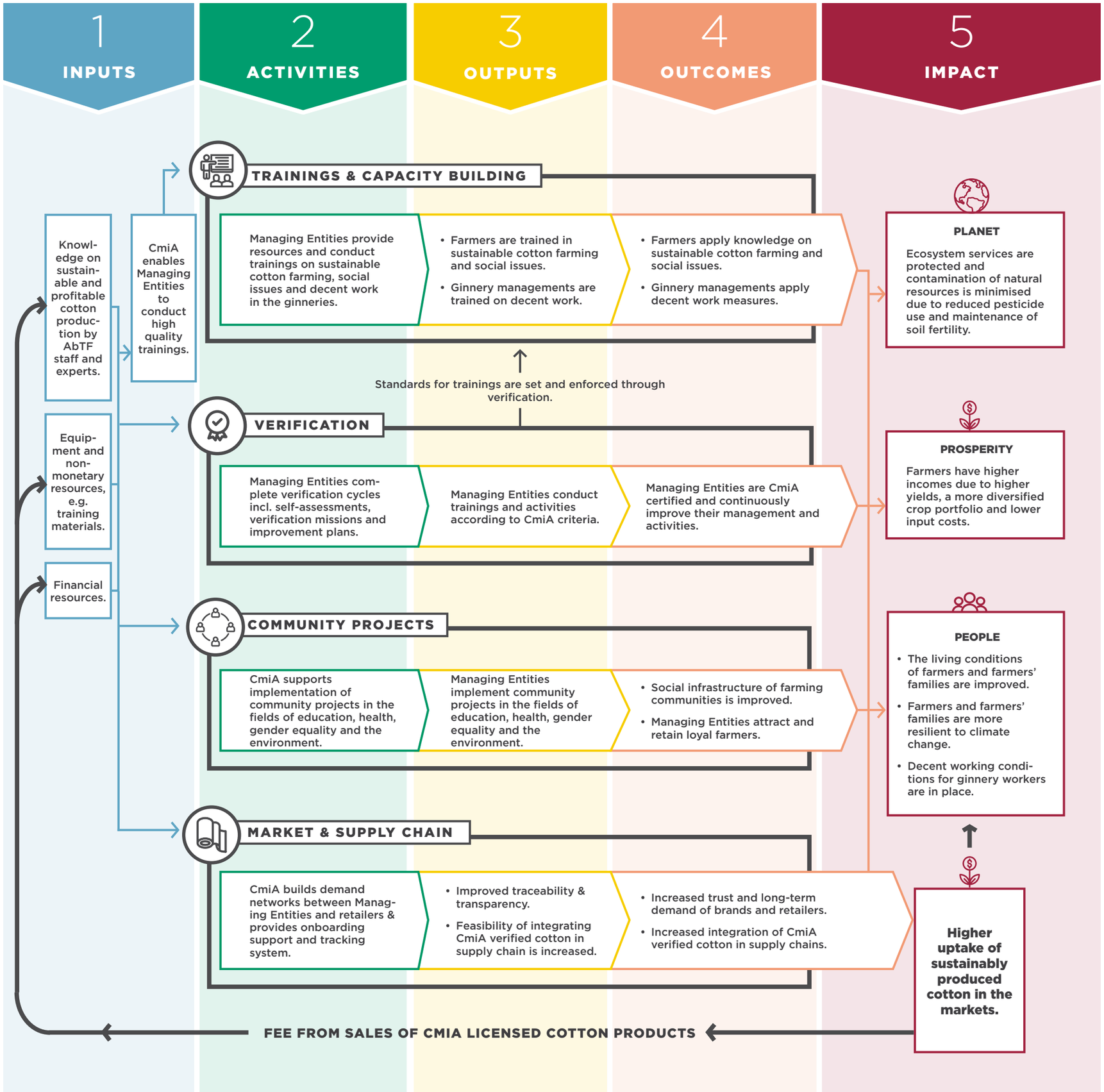
Die Arbeit von CmiA wird von den drei Säulen der Nachhaltigkeit getragen, die die Kernelemente der Standards von Cotton made in Africa bilden. Die ToC untermauert diese:

PEOPLE: CmiA fördert Kleinbauern und setzt sich für menschenwürdige Beschäftigung, die Gleichberechtigung der Geschlechter und für das Respektieren der Rechte von Kindern ein.

PLANET: CmiA steht für den Schutz von Boden, Wasser, Biodiversität, Umwelt und Klima, schließt genveränderte Organismen aus und reduziert die negativen Effekte des Einsatzes von Pestiziden.

PROSPERITY: CmiA erleichtert den Zugang zu hochwertigen Betriebsmitteln, steigert die Produktivität sowie Faserqualität und engagiert sich für verbesserte Lebensbedingungen.

Die ToC skizziert mit welchen Aktivitäten CmiA ansetzt und welche Zwischenschritte nötig sind, um diese langfristigen Ziele zu erreichen – basierend auf begründeten Annahmen, sogenannten Wirkungshypothesen. Durch regelmäßige Datenerhebungen und Evaluierungen werden diese Annahmen überprüft und, wenn nötig, angepasst.



AUF DEM FELD

MASSNAHMEN IM KAMPF GEGEN COVID-19

53.500 Stück Seife, 1.400 Liter Flüssigseife, 2.900 Behälter Desinfektionsmittel, 6.400 Masken, und Info-Poster in verschiedenen Sprachen zum Schutz vor der Pandemie

COVID-19 hat nahezu alle Menschen der Welt beeinflusst: Geschäfte, Restaurants und Schulen mussten schließen. Menschen verloren ihre Arbeit, hatten keinen Zugang mehr zur Gesundheitsversorgung und konnten keinen Handel betreiben. Auch einige Länder in Afrika verzeichneten rasant steigende Infektionszahlen. Schutzmaßnahmen wurden nicht überall ergriffen – oft fehlten die finanziellen Mittel dafür oder die Regierungen reagierten zu zögerlich. Doch die AbTF startete bereits im April 2020 eine eigene COVID-19-Initiative, um früh ein Zeichen im Kampf gegen die Ausbreitung des gefährlichen Virus zu setzen. Durchgeführt wurde die Initiative von den Partner-Baumwollgesellschaften – die AbTF stellte die Gelder zur Verfügung und erarbeitete Informationsmaterial.

Grundlegende Hygienemaßnahmen sollten möglichst viele Bauern erreichen und mussten gerecht verteilt werden – in solch kurzer Zeit eine Mammutaufgabe. Knapp 60.000 Euro stellte die AbTF für die Soforthilfemaßnahmen zur Verfügung – davon wurden Seife, Desinfektionsmittel und Masken gekauft. Außerdem druckten und verteilten die CmiA-Partner über 10.000 Info-Poster zu COVID-19. Texte und verständliche Illustrationen informieren über Ansteckungsgefahren und Hygienemaßnahmen, die im Zusammenhang mit dem Anbau oder in den Entkörnungsfabriken zu beachten sind. Es gab Gespräche und Hygienetrainings. Neun Partner-Unternehmen nutzten die Angebote und die Soforthilfemaßnahmen. Andere Baumwollgesellschaften konnten trotz großen Interesses leider nicht teilnehmen, da die Regierungen der Länder strikte Ausgangssperren verordneten oder die Unternehmen zum Schutz des Personals aber auch der Farmer die Mitarbeiter nicht mehr ins Feld schickte.

Dennoch war die Hilfe ein voller Erfolg. Unser Partner Alliance Tanzania bedankte sich mit folgenden Worten:

„Die Gemeinde war dankbar ..., dass ihre Not erkannt wurde und Rettung kam.“

FRAUEN STÄRKEN, DÖRFER BELEBEN – VIELE KLEINE PROJEKTE SOLLEN DIE ROLLE DER FRAU UND DAS DORFLEBEN VERÄNDERN

Im westafrikanischen Land Côte d’Ivoire setzt sich die Baumwollgesellschaft CIDT für die Verbesserung der Lebensbedingungen der Kleinbauern ein. Sie will die Gesundheit der Menschen fördern, ihnen Zugang zu Bildung ermöglichen und ganz besonders Frauen unterstützen. Seit 2019 profitiert die CIDT von der Zusammenarbeit mit dem CmiA-Community-Kooperationsprogramm (CCCP).

In der Abteilung für nachhaltige Entwicklung bei CIDT ist eine Frau für die Umsetzung und Überprüfung der CmiA-Kriterien im Unternehmen zuständig: Haissata Kaba ist Leiterin des Bereichs Projekte und Partnerschaften. Sie überwacht zudem die Förderprojekte für die Baumwollbauern und deren Dorfgemeinschaften sowie für Aktivitäten zur Unterstützung von Frauen.

Die Baumwollgesellschaft CIDT will das Leben der Kleinbauern in der Côte d’Ivoire verbessern. Welche Erfolge haben Sie im vergangenen Jahr besonders beeindruckt?

Die Zusammenarbeit mit dem CmiA-Community-Kooperationsprogramm (CCCP) ist eine große Hilfe. Fantastische Projekte konnten bereits umgesetzt werden: So wurde eine Wasserpumpe im Dorf Todeni (Mankono) gebaut. Die Dorfbewohner, die früher lange für Trinkwasser gehen mussten, haben nun sauberes Wasser direkt in ihrer Nähe. So bleiben sie gesund und können sich besser auf ihre Arbeit und ihre Familie konzentrieren. Im Dorf Nawokaha wird zudem eine ökologische Schule gebaut. Das Besondere daran ist, dass die Schüler neben dem normalen Lehrplan auch in der Landwirtschaft im eigenen Gemüsegarten geschult werden.

Die Corona-Pandemie hat einen erheblichen Einfluss auf unser aller Leben. Wie hat sie das Leben der Bauern und die Arbeit der CIDT verändert?

Die ivorische Regierung führte bereits zu Beginn der Pandemie restriktive Maßnahmen ein, zum Beispiel waren Menschenansammlungen und Reisen in andere Städte verboten. Das beeinflusste die Wirtschaft enorm. Die CIDT musste daher ihre Einsätze auf den Feldern auf ein Minimum reduzieren. Auch die Nachfrage nach Baumwolle für den Export sank stark.

Wurden besondere Schutzmaßnahmen für die Bauern ergriffen?

In den Büros der CIDT gab es Handwasch-Kits und Desinfektionsmittel, alle Mitarbeiter bekamen Masken. Um die Gesundheit unserer Baumwollbauern und -bäuerinnen zu schützen, finanzierte die AbTF den Kauf von Seife, Desinfektionsmittel und Handwasch-Gelegenheiten. Außerdem stellte sie uns Informationsmaterial zu COVID-19 und den korrekten Schutzmaßnahmen zur Verfügung, so dass die Bauern und Bäuerinnen bei Besuchen der landwirtschaftlichen CIDT-Berater in den Dörfern geschult werden konnten. Dadurch lernten sie die Gefahren von SARS-CoV-2 kennen und konnten sich bei der Arbeit sowie zu Hause ihre Familien schützen.

Was sind die größten Herausforderungen für den nachhaltigen Baumwollanbau während der Corona-Pandemie?

Die Anti-Corona-Maßnahmen müssen mit dem nachhaltigen Anbau von Baumwolle in Afrika vereinbart werden. Das ist nicht immer leicht, da die Arbeit auf dem Feld und der wirtschaftliche Handel eingeschränkt wurden. Wir müssen dennoch Lösungen finden, die die Gesundheit der Menschen schützen und die für alle annehmbar sind.

Wenn Sie in die Zukunft blicken: Wie sollte die Baumwollanbau-Industrie aussehen?

Mein Wunsch wäre es, dass unsere Baumwollbauern und -bäuerinnen zu selbstbewussten und eigenständigen Unternehmern werden, die ihre Felder als Kapital betrachten. Sie sollten ihre Erträge eigenständig prognostizieren und auch Risiken erkennen können. Wenn sie selbst in der Lage sind, ihren Betrieb zu modernisieren und ihre Investitionen rentabel zu machen, können sie ihren eigenen Lebensstandard und den der Dorfgemeinschaft verbessern. Das wäre ein großer Schritt zu einem besseren, selbstbestimmteren Leben.

HAISSATA KABA
Leiterin des Bereichs Projekte und Partnerschaften bei CIDT

FRAUENCLUBS, BIENENZUCHT UND AUSBILDUNGSRÄUME FÜR JUGENDLICHE

Die CmiA-Initiative setzt sich seit ihrer Gründung ganz besonders für ein besseres Leben der Kleinbauern ein und beweist einen langen Atem, denn nur mit Ausdauer kann man viel bewirken. Durch das CmiA-Community-Kooperationsprogramm (CCCP) werden Projekte gefördert, die die Bildung, Gesundheit, Stellung der Frauen sowie den Umweltschutz vorantreiben. Möglich ist das nur in Zusammenarbeit mit den lokalen Partnern. Einige besondere Aktivitäten, die das Leben der Baumwollbauern verändern und somit Großes bewirken.

SAMBIA

Frauenclubs fördern die Selbstbestimmtheit

In den Ländern südlich der Sahara erledigen die Frauen einen großen Teil der Arbeit auf dem Feld und kümmern sich um Haushalt, Kinder und Alte – doch sie haben meist nicht die gleichen Rechte und Stellung wie Männer. Die Lebensbedingungen der kleinbäuerlichen Familien verbessern sich nur, wenn Frauen gefördert werden. Daher setzt sich CmiA zusammen mit den Baumwollgesellschaften für die Rechte von Frauen und ihre Position in der Gesellschaft ein. Ein Lösungsansatz: die Gründung von Frauenclubs. Dabei schließen sich mehrere Frauen aus einer Dorfgemeinschaft zu einem Club zusammen und bewirtschaften gemeinsam ein Baumwollfeld. Das daraus erwirtschaftete Einkommen wird unter den Clubmitgliedern aufgeteilt. In einigen Fällen möchten die Clubs zusätzliche einkommensschaffende Aktivitäten durchführen – hierfür wird in der Regel Startkapital benötigt. Im Jahr 2020 wurden 13 Clubs mit etwa 365 Clubmitgliedern in Sambia gefördert – vier Projekte zur Förderung von Frauen von den Baumwollgesellschaften Alliance, Continental Ginnery Ltd. Highlands Cotton Trading und Grafax unterstützen die Clubs.

Jeder Frauenclub hat einen anderen Schwerpunkt: Einige investieren in die Aufzucht von Ziegen, andere in ein Schneiderprojekt. Alle Gruppen treffen sich regelmäßig, haben eine Satzung und es gibt verschiedene Posten, die von den Frauen besetzt werden: Vorsitzende, Sekretärin oder Schatzmeisterin. Durch den Austausch von Ideen entstehen spannende Projekte und Initiativen.

TANSANIA

Schulgebäude und Brunnen für 670 Schüler

Bildung ist der Schlüssel zu einem besseren Leben. Daher liegt der AbTF auch der Wissenserwerb von Kindern und jungen Erwachsenen in Afrika sehr am Herzen. Auf dem Weg zu besseren Bildungsangeboten ist die Region Simiyu in Tansania einen großen Schritt vorangekommen. Für ein Schulprojekt hat die Baumwollgesellschaft Alliance je vier Klassenzimmer und Latrinen sowie ein Verwaltungsgebäude gebaut. Zusätzlich wurde, um den Schülern frisches Wasser zur Verfügung zu stellen, zwischen einer Grundschule und einem Ausbildungszentrum ein Brunnen gegraben.

Insgesamt profitieren etwa 670 Schülerinnen und Schüler von dem Projekt. Sie können nun in sicherer Umgebung lernen.

TANSANIA

Neues Ausbildungszentrum für Jugendliche

Junge Menschen brauchen einen Platz, an dem sie lernen und sich entfalten können. Anfang 2020 wurde daher das Ausbildungszentrums in Kasoli (Distrikt Bariadi) inoffiziell eröffnet. Die AbTF hatte den Bau zusammen mit Alliance Tanzania begonnen, der mit den finanziellen Mitteln aus einer Erbschaft ermöglicht wurde. Im Oktober 2020 wurde das „Eduard und Anneliese Pestl Ausbildungszentrum“ dann feierlich an die örtliche Behörde übergeben und eine große öffentliche Eröffnung gefeiert. Sogar das tansanische Fernsehen berichtete darüber.

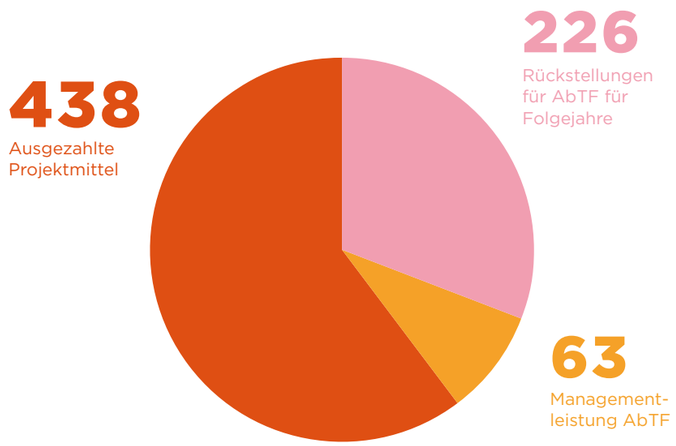
Nun gibt es für die Jugendlichen und jungen Erwachsenen eine Perspektive auf eine Ausbildung und somit auch auf weitere Beschäftigungsmöglichkeiten mit denen sie, neben der Landwirtschaft, ebenfalls ihren Lebensunterhalt verdienen können. In den zwei Gebäuden gibt es je einen großen Klassenraum, einen Verwaltungs- und Büroraum für die Ausbilder sowie einen Lagerraum für Geräte und Werkzeuge, die für die praktische Ausbildung als Schreiner oder Schneider gebraucht werden. Außerdem wurden eine Küche und eine Kantine, sowie Toiletten gebaut. Die Jugendlichen können hier nun aus vier Ausbildungsbereichen wählen: Schneiderei, Lebensmittelkunde und -verarbeitung, Schreinerei sowie Maurerhandwerk. Pro Kurs lernen hier 20 bis 25 Jugendliche und junge Erwachsene. Für sie ist das neue Ausbildungszentrum ein großer Schritt in eine bessere Zukunft.

TANSANIA

Mikrokredite für die Bienenzucht

Kann man Naturschutz so gestalten, dass er sich finanziell für die Bevölkerung lohnt? Man kann, ein Bienenzucht-Projekt macht es vor. Seit Stifter Prof. Dr. Michael Otto im Januar 2018 Tansania bereiste, ist die AbTF im engen Austausch mit der Natur- und Tierschutzorganisation ‚African People & Wildlife‘ (APW). Ein spannendes Projekt entwickelte sich daraus: Frauen im ländlichen Tansania werden durch Mikrokredite und Schulungen zu Imkerinnen ausgebildet, auch ein Zentrum für die Unternehmerinnen wird gebaut.

Sowohl die Lebenssituation der Menschen als auch die Natur profitieren davon: Die Frauen erhalten ihr eigenes Einkommen durch den Naturschutz und erhalten gleichzeitig wichtige Graslandschaften und Korridore für Wildtiere. Eigentlich sollten 15 Frauengruppen durch Kredite unterstützt werden, nun sind es bereits 25. Damit übertraf APW die erwartete Zahl von 150 Empfängerinnen und erreichte insgesamt 250 Frauen.



Kooperationsprojekte im Jahr 2020, Angaben in TEUR

ÄTHIOPIEN

Sauberes Wasser bei der Baumwollproduktion

Beim Anbau von Baumwolle und der Produktion von Textilien kann die in Afrika besonders wertvolle Ressource Wasser verschwendet oder verschmutzt werden. Und das rare Gut zu schonen, ist ungeheuer wichtig. Im Januar 2020 begann die AbTF daher in einem Projektkonsortium die Arbeit an einem Water-Stewardship-Projekt, das von der Schweizer Direktion für Entwicklung und Zusammenarbeit (DEZA) gefördert wird. Die AbTF kooperiert als gleichberechtigter Konsortiumspartner mit den Organisationen Alliance for Water Stewardship (AWS) aus Großbritannien, dem AWS-Afrika-Partner Water Witness International, der ebenfalls aus Großbritannien stammenden Organisation Carbon Disclosure Project (CDP) und dem äthiopischen Landesbüro von Solidaridad, das seinen Hauptsitz in den Niederlanden hat.

Ziel ist es, die Wasserverschmutzung im Baumwoll-, Textil- und Bekleidungssektor zu minimieren, indem Stakeholder-Gruppen über die gesamte Wertschöpfungskette hinweg in einen verantwortungsvollen Umgang mit Wasserressourcen eingebunden werden. Die AbTF konzentriert sich dabei auf die Entwicklung von Trainingsmaterialien für Kleinbauern, die von Solidaridad in Äthiopien getestet werden. Ziel der Trainingsmaßnamen ist, dass die im Baumwollanbau tätigen Menschen lernen, wie man effektiv und sparsam mit Wasser umgeht und die Ressource nicht verschmutzt.

Insgesamt läuft das Projekt über drei Jahre. Im ersten Projektjahr 2020 war die AbTF maßgeblich an der Erstellung einer Grundlagenstudie zu Chancen und Herausforderungen im Bereich des Wassermanagements im äthiopischen Baumwollsektor beteiligt. Auf diesen Erkenntnissen werden Trainingsmaterialien für die Agrarberater erstellt, die dann wiederum Kleinbauern, aber auch Manager von Großfarmen schulen. Doch nicht nur Äthiopien soll davon profitieren, die Trainings sollen zukünftig auch auf andere CmiA-Anbauregionen übertragbar sein.

MOSAMBIK

Recycling von Pestizid-Containern verringert Umweltverschmutzung

In Mosambik wurde ein ganz besonderes Recycling-Projekt – gegründet von CmiA und der Baumwollgesellschaft SAN-JFS – fortgeführt: Baumwollbauern können leere Pestizid-Plastikbehälter nach Gebrauch an sogenannten Eco-Points abgeben. Frauen aus den Anbaugemeinden betreuen diese Stationen als „Eco-Activists“, sie sammeln die Behälter und verwalten die Rückgaben. Sowohl die Bauern als auch die Eco-Activists erhalten für jeden zurückgegebenen Container eine Bonuszahlung von der Baumwollgesellschaft. Das hilft ihnen selbst, aber auch der Umwelt. Denn die Behälter werden von der Baumwollgesellschaft SAN-JFS abgeholt, geschreddert, eingeschmolzen und zu neuen Gegenständen verarbeitet. Die Dorfbewohner nehmen an Schulungen zur Müllvermeidung teil und werden über Recycling aufgeklärt. Innerhalb von zwei Jahren kamen 160.000 leere Pestizid-Behälter zusammen, die sonst wahrscheinlich auf wilden Müllhalden oder direkt in der Umwelt gelandet wären. 40.000 Kleinbäuerinnen und Kleinbauern aus den Dörfern, deren Baumwollbauern mit SAN-JFS kooperieren, profitierten von diesem Projekt. Auf der folgenden Seite berichtet ‚Eco-Activist‘ Justina Fernanda Afonso von ihrer Arbeit.

AUS ALT MACH NEU

Eco-Activist Justina Fernanda Afonso sammelt für die Baumwollgesellschaft SAN-JFS leere Pestizid-Behälter, die dann recycelt werden. Hier erzählt sie über ihre Freude an der Arbeit:

Sie nennen sich Eco-Activist. Was bedeutet das für Sie?

Ich bin eine sehr friedliche Aktivistin und versuche, etwas im Kleinen zu verändern. Wir sind Aktivistinnen für die Natur. Ich sammle Abfälle – vor allem leere Pestizidbehälter aus Kunststoff. Diese liefere ich dann an die Baumwollgesellschaft SAN-JFS. Bleiben die Pestizidbehälter einfach in den Dörfern liegen, können sie schwere, irreparable Schäden an unserer Umwelt, vor allem in unserem Boden verursachen. Kunststoff braucht viele Hundert Jahre, um sich zu zersetzen.

JUSTINA FERNANDA AFONSO
Eco-Activist

Außerdem können Giftstoffe in den Boden sickern. Dadurch schaden wir auch unserer Ernte und können unsere Familien schlechter ernähren.

Ist es nicht gefährlich, mit den leeren Pestizidbehältern zu arbeiten?

Doch, schon. Daher ziehe ich eine spezielle Schutzkleidung an, bestehend aus Maske und Handschuhen. Außerdem trage ich eine *Capulana*, ein typisches afrikanisches Wickelkleid aus dickem Stoff, und ein T-Shirt, auf dem steht, dass ich Eco-Activist bin. So wissen die Leute gleich, mit wem sie es zu tun haben.

Was passiert dann mit den Pestizid-Behältern?

Ich deponiere sie in einem Container, der für Kinder nicht zugänglich ist. Ganz wichtig: Danach wasche ich mir die Hände mit Seife und Wasser. Der Container wird irgendwann von der Baumwollgesellschaft abgeholt.

Was hat sich durch das Sammelsystem verbessert?

Früher haben die Leute die Plastikbehälter genutzt, um darin Salz zum Kochen aufzubewahren. Andere warfen sie in den Fluss oder vergruben sie im Boden. Aber nach der Schulung durch die Baumwollgesellschaft SAN-JFS und der Sensibilisierung unserer Gemeinschaft für den Umwelt- und Gesundheitsschutz merken wir eine deutliche Verbesserung. Jetzt sieht man keine weggeworfenen Behälter auf Feldern, in Teichen, Brunnen oder Flüssen mehr.

Was gefällt Ihnen an Ihrer Arbeit am meisten?

Es macht mir viel Spaß, die leeren Kunststoffbehälter zu sammeln. Ich freue mich, dass die Kleinbauern sie zurückbringen und ich ihnen nicht hinterherlaufen muss. Das Projekt macht uns als Eco-Activists und auch die Baumwollgesellschaft zufrieden. Es hilft der Umwelt und den Menschen in den Dörfern.

CMIA IN DER TEXTILBRANCHE

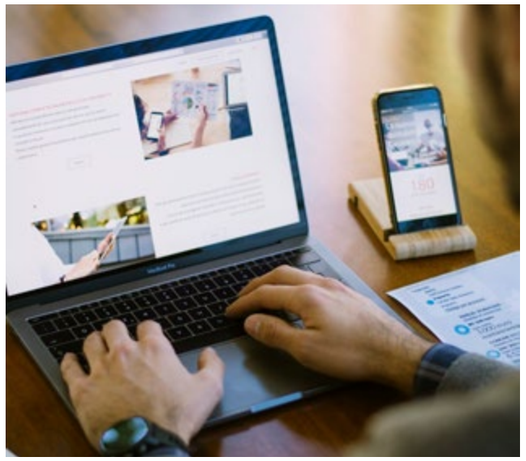
Das Jahr 2020 war wegweisend für die Weiterentwicklung von CmiA. CmiA-Organic ist gefragter denn je, ein neues Tracking System sorgt für Transparenz in der Lieferkette und Nachhaltigkeit spielt für die Endkunden eine immer bedeutendere Rolle.

DEUTLICH GESTEIGERTE REICHWEITE

Nachhaltige Baumwolle aus Afrika ist in den Textilproduktionsmärkten deutlich präsenter geworden. Im Jahr 2020 waren mehr als 200 Spinnereien und Stoffproduzenten bei CmiA registriert, welche die Baumwolle mit dem Nachhaltigkeitssiegel weiterverarbeiten – so viele wie noch nie zuvor. Den Handelspartnern steht dadurch vor allem in Asien ein stetig wachsendes Netzwerk an Produktionsbetrieben zur Verfügung, was wiederum die Nachfrage nach dem Rohstoff aus Afrika fördert. Insgesamt brachten CmiA-Partner 2020 rund 276 Millionen Produkte mit dem roten CmiA-Herz-Label in den Handel – stolze 121 Prozent mehr als im Vorjahr mit rund 125 Millionen Textilien.

DIGITAL DURCHS CORONA-JAHR

Die Corona-Pandemie hat der Digitalisierung einen Schub verpasst – auch bei der AbTF. Weil Reisen 2020 kaum möglich waren, verbesserte die Organisation ihre digitale Dokumentation und viele Schulungsmaterialien. Sie stellte zahlreiche Webinare als Ersatz für Workshops und Round-Table-Meetings auf die Beine. So konnten trotz der Reise- und Kontaktbeschränkungen alle notwendigen Schulungen durchgeführt werden und dadurch sogar noch mehr internationale Partner in der Lieferkette erreicht werden.



CMIA AUF DER MESSE „HEIMTEXTIL“

Anfang 2020 – kurz bevor die Corona-Pandemie das öffentliche Leben lahmlegte – war CmiA noch auf der „Heimtextil“ in Frankfurt am Main vertreten. Nach vielen Jahren als Stammgast auf der größten internationalen Fachmesse für textiles Interieur-Design präsentierte die Organisation dort erstmals ihr neues Familienmitglied, The Good Cashmere Standard®. Die „Heimtextil“ gilt als Stimmungs- und Trendbarometer für das kommende Geschäftsjahr und feierte im vergangenen Jahr mit fast 3.000 Ausstellern und mehr als 62.000 Fachbesuchern ihr 50. Jubiläum. Auch in diesem Jahr zeigte sich, dass Cotton made in Africa bereits ein bekannter und anerkannter Standard in der Branche ist.

2019		2020
137 PARTNER	→	217 PARTNER
IN 22 LÄNDERN	→	IN 20 LÄNDERN
125 Mio. PRODUKTE	→	276 Mio. PRODUKTE

DAS JAHR DER WEITERENTWICKLUNG

CmiA hat das vergangene Jahr 2020 genutzt, um verschiedene Produkte weiterzuentwickeln, darunter CmiA–Organic. Der Grund dafür ist sehr erfreulich: Die Nachfrage nach organischer Baumwolle ist in den vergangenen Jahren auf der ganzen Welt stark angestiegen. Auch Baumwolle aus Afrika profitiert von diesem Trend. Hinzu kommt, dass Schwierigkeiten auf dem Baumwollmarkt des asiatischen Kontinents die Nachfrage nach afrikanischer Baumwolle zusätzlich fördern: Zwischen Indien und Pakistan herrschen Handelsprobleme, zudem steckt der indische Rohstoff seit dem Betrugsskandal mit Bio-Baumwolle in einer Glaubwürdigkeitskrise. CmiA-Organic steht für biologische Produktion und Glaubwürdigkeit – und erfüllt damit genau die Bedürfnisse der Handelspartner.

Um den Kundenanforderungen an Transparenz und Rückverfolgbarkeit in der Lieferkette von Rohstoffen noch mehr gerecht zu werden, hat CmiA in 2020 auch seine Tracking Systeme weiterentwickelt. Zur Überwachung des CmiA-Massenbilanz-Systems kann das neue „SCOT“-System – die Abkürzung steht für „Sustainable Cotton Tracker“ – ab Januar 2021 (siehe Seite 24) eine noch bessere Nachverfolgbarkeit sicherstellen.

MEHR TRANSPARENZ DANK SCOT

Zuverlässigkeit in der Wertschöpfungskette ist Konsumenten heute wichtiger denn je. Das erfordert Transparenz – und zwar schon ganz am Anfang der Kette, bei der Produktion und Weiterverarbeitung der Rohstoffe. Mit „SCOT“ hat CmiA 2020 ein neues Tracking System entwickelt, das erstmals die Aufträge der Handelspartner mit den benötigten Rohstoffmengen verknüpft und so eine detaillierte Analyse der Stoffströme ermöglicht. Involviert und gefordert ist in diesem System die gesamte textile Kette (siehe Interview mit Gerlind Bäz nächste Seite).

„MEHR TRANSPARENZ DANK TRACKING SYSTEM“

Globale Handelsunternehmen müssen sich auf Transparenz in der Wertschöpfungskette verlassen können – aber auch selbst mehr Verantwortung dafür übernehmen. Weil es vor allem in Ländern wie China oder Indien immer wieder zu Vorfällen kommt, die mehr Einblicke und Nachverfolgbarkeit in der Lieferkette erfordern, hat Cotton made in Africa das Tracking System SCOT entwickelt. Wie es funktioniert und wer es nutzen kann, erklärt Gerlind Bäz im Interview.

Frau Bäz, was genau ist SCOT?

CmiA hat schon in den Jahren seiner Entstehung an verschiedenen Systemen gearbeitet, die eine gewisse Transparenz und Datensicherheit gewährleisten sollten. Dies war nicht immer ganz einfach, denn auf der einen Seite haben die meisten Kunden mit dem Massenbilanz-System (MB) gearbeitet, auf der anderen Seite hatten wir den Anspruch, auch dabei ein vernünftiges Niveau an Transparenz sicherzustellen. Im Laufe der Jahre hat sich immer mehr durchgesetzt, dass Handelsunternehmen den Einsatz nachhaltiger Baumwolle kommunizieren wollen. Um dies auch mit bei Nutzung des Massenbilanz-Systems leisten zu können, haben wir SCOT entwickelt.

Was bildet SCOT ab?

Alle Partner der textilen Kette sind dem System angeschlossen. Der Workflow basiert auf den CmiA-Orderdaten und -Aufträgen, welche unsere Lizenzpartner, also die Handelsunternehmen, in SCOT zur Verfügung stellen. Von diesen Aufträgen ausgehend muss jeder Hersteller von Produkten, Stoffen oder Garnen seine Ver- und Einkäufe im System erfassen. Auf jedem Produktionslevel wird der Baumwollanteil erfasst, so dass sich am Ende für jeden einzelnen Auftrag die genaue CmiA- Baumwollmenge ergibt.

Welche Ziele verfolgt SCOT?

Im Moment ist SCOT ausschließlich für das Massenbilanz-System nutzbar. Bei CmiA gibt es aber noch weitere Produkte für die Umsetzung. So kann unsere Baumwolle beispielsweise im Hard Identity Preserved-System (HIP) oder als organische Baumwoll-Variante eingesetzt werden. Dafür möchten wir SCOT fit machen. Um dies zu erreichen, müssen wir noch mehr Daten über die einzelnen Produktionsschritte eines CmiA-Artikels erheben. Für weiterführende Informationen zur Umsetzung in der CmiA-Lieferkette brauchen wir dann eine detaillierte Beweisführung, die wir über das Hochladen von Dokumenten absichern werden. Das ermöglicht uns, unseren Kunden auch für diese „Content Claims“ eine abgesicherte Umsetzung von CmiA und Datenverlässlichkeit anzubieten.

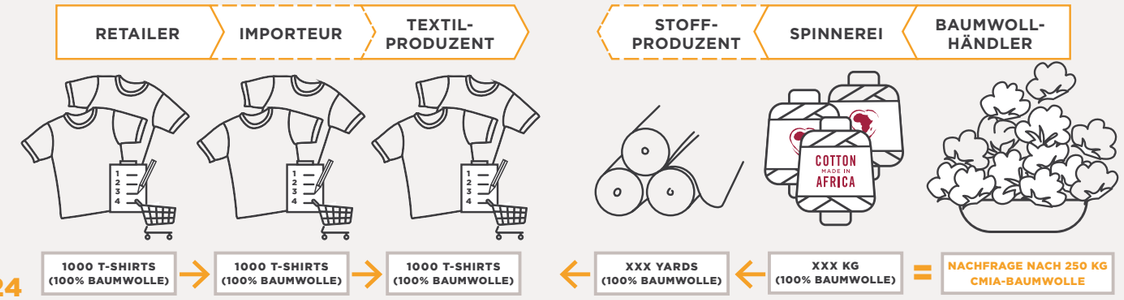
Welche Vorteile hat SCOT?

SCOT ist ein nutzerfreundliches System, welches Akteure auf der ganzen Welt nutzen können. Wir stellen die Plattform zur Verfügung. Die Nutzung ergibt sich dann in der genannten Dynamik und Systematik – indem jeder Teil der Wertschöpfungskette das System mit seinen Produktinformationen füttert. Damit bieten wir den Kunden von CmiA eine bisher nicht gekannte Kontrolle über ihre Produkte in allen globalen Wertschöpfungsketten.

Wer kann SCOT nutzen?

Wir verfolgen ein einfaches Prinzip: Jeder kann die Informationen nutzen, und jeder muss Daten ins System eingeben. Wir haben SCOT 2020 fertiggestellt und Anfang 2021 erfolgreich gelaunched. Schon in der Entwicklungsphase haben sich die Handelsunternehmen stark engagiert, sodass wir davon ausgehen, das SCOT 2021 intensiv genutzt wird.

GERLIND BÄZ
Projektmanagerin Supply Chain Management bei Cotton made in Africa



→ Weitere Informationen zu SCOT finden Sie hier: https://cottonmadeinafrica.org/sustainable-cotton-tracker-scot-das-cmia-tracking-system/

„GLOBALE HERAUSFORDERUNGEN GEHEN UNS ALLE AN“

Seit Anfang 2020 ist Lidl Partner von CmiA. Dr. Alexander David, Bereichsleiter Einkauf International Lidl, über die noch junge Zusammenarbeit und Lidls Ziele für eine nachhaltigere Zukunft.

Welche Botschaft will Lidl mit dem Nachhaltigkeitsmotto „Auf dem Weg nach morgen“ vermitteln?

Wir sind überzeugt, dass nachhaltiges Unternehmertum kein Ende kennt. Deshalb wollen und müssen wir schon heute an den Fragen arbeiten, für die morgen Antworten erforderlich sind. „Auf dem Weg nach morgen“ beschreibt diese Haltung und bündelt verschiedene Aktivitäten. Diese tragen dazu bei, die Bedrohung natürlicher Lebensräume zu verhindern, Menschen in unseren Lieferketten fair zu behandeln und Verbrauchern ein nachhaltiges und gesundes Produktsortiment anzubieten. Wir wollen verantwortlich handeln, um unser Qualitätsversprechen jeden Tag aufs Neue zu erfüllen. Dazu gehört auch, Herausforderungen anzugehen – etwa die schwindende Rohstoffverfügbarkeit oder die Umweltauswirkungen des Rohstoffanbaus. Durch bewusst ausgewählte Maßnahmen und klare Ziele stellen wir unser Unternehmen sicher für die Zukunft auf.

Eine nachhaltigere Zukunft können wir jedoch nicht allein gestalten. Deshalb arbeiten wir auf dem Weg nach morgen mit vielen starken Partnern zusammen, wie etwa mit Cotton made in Africa. Mit der Unterstützung der Initiative wollen wir unsere Eigenmarkenprodukte bis Ende 2022 auf 100 Prozent nachhaltigere Baumwolle umstellen.

Das ist nicht mehr lange hin. Ist dieses Ziel wirklich realistisch?

In unserer Lieferkette werden große Mengen Baumwolle umgesetzt. Deshalb arbeiten wir schon seit mehreren Jahren daran, den Anteil nachhaltigerer Baumwolle nach und nach zu erhöhen. Mittlerweile beziehen wir Baumwolle sowohl aus dem Cotton made in Africa-Programm, als auch aus biologisch-zertifizierten Quellen (GOTS oder OCS). Darüber hinaus sind wir aktives Mitglied beim Textilbündnis und der Initiative „Action Collaboration Transformation“ (ACT). Beide stärken die Menschenrechte in der Lieferkette. Wir sind also zuversichtlich, unser Ziel zu erreichen.

Warum hat Lidl sich für Cotton made in Africa als Partner entschieden?

Die Partnerschaft ist ein wichtiger Baustein für uns, um den Bezug von Baumwolle, der aufgrund seiner sozialen und ökologischen Bedingungen in Anbau und Verarbeitung als besonders kritisch gilt, nachhaltiger zu gestalten. Mit CmiA-Textilien erweitern wir unser nachhaltiges Sortiment und ermöglichen unseren Kunden, sich bewusst für eine nachhaltigere Alternative zu entscheiden. Dazu gehört auch, die richtigen Anreize zu schaffen und die Kunden durch Kommunikation und Transparenz zu nachhaltigeren Kaufentscheidungen zu befähigen.

Durch die Zusammenarbeit mit CmiA zeigt Lidl, dass Landwirtschaft, soziale Verantwortung und Umweltschutz bei Rohstoffen Hand in Hand gehen können, und nimmt damit seine Verantwortung gegenüber Umwelt und Gesellschaft wahr.

Wie arbeitet Lidl als international tätiges Unternehmen mit seinen 32 Standorten zum Thema Nachhaltigkeit zusammen?

Globale Herausforderungen, wie der Klimawandel oder wachsende soziale Ungleichheiten, gehen uns alle an. Lidl ist in über 30 Ländern präsent. Nicht alle Märkte sind gleich – die öffentlichen Debatten haben andere Schwerpunkte oder der gesetzliche Rahmen unterscheidet sich. Deshalb berücksichtigen unsere Standorte in ihren eigenen Maßnahmen und Zielen die Erwartungen lokaler Stakeholder und die Dynamiken in den einzelnen Märkten. Dabei haben wir bei Lidl aber über alle Länder hinweg ein einheitliches Verständnis von Nachhaltigkeit. Wir wollen unseren Kunden täglich das nachhaltigste Sortiment zum besten Preis bieten. Das geht nur, wenn wir als Unternehmen im täglichen Handeln Verantwortung für Menschen, Gesellschaft und Umwelt übernehmen. Starke und verlässliche Partner wie Cotton made in Africa sind dafür unerlässlich.

→ „Unsere Produkte mit dem Label Cotton made in Africa unterstützen den nachhaltigen Baumwollanbau in Afrika.“ Hier ein aktuelles Produktfoto.

„BIO-BAUMWOLLE TRIFFT DEN NERV DER ZEIT“

Der Job der Baumwollhändler hat sich verändert. Marco Bänninger, seit über 25 Jahren bei der Paul Reinhart AG und heute Head Trader Hand Picked Cotton, sieht in Bio-Baumwolle aus Afrika viel Potenzial.

Herr Bänninger, wie entwickelte sich die Nachfrage nach nachhaltiger Baumwolle zuletzt im Weltmarkt?

Sie hat sich auf allen Stufen der Verarbeitungskette positiv entwickelt. Besonders wichtig erscheint mir dabei, dass die Nachfrage im Verhältnis zur Produktion stetig steigt. Das ist essenziell, um das langfristige Bestehen der Nachhaltigkeitsinitiativen zu sichern.

Organische Baumwolle ist ein wichtiger Rohstoff, der bisher vor allem aus Indien stammt. Wie sehen Sie die Zukunft organischer Baumwolle aus Afrika?

Die aktuelle Produktion organischer Baumwolle aus Afrika würde ich auf etwa 20.000 Tonnen entkörnte Baumwolle beziffern. Es ist wichtig, dass man die Relation nicht aus den Augen verliert: Grob geschätzt stammen rund 20 Prozent der weltweit produzierten organischen Baumwolle aus Afrika. Das hört sich nicht nach viel an und setzt man diese Zahl noch ins Verhältnis zur gesamten Baumwollproduktion in Afrika, lässt sich auf einen Nischenmarkt schließen. Ich bin aber zuversichtlich, dass die Produktion in den kommenden Jahren stark steigen wird. Ein Vorteil ist, dass genetisch manipuliertes Saatgut in Afrika so gut wie keine Rolle spielt – anders als in Indien.

Wie verhält sich der Weltmarktpreis nicht-organischer Baumwolle zu der organischen aus Afrika?

In der Regel erzielt organisch produzierte Baumwolle gegenüber konventioneller eine Prämie von zirka 20 Prozent. Zuletzt sind die Prämien stark angestiegen. Das liegt daran, dass Bio-Baumwolle für die Retailer eine immer wichtigere Rolle spielt. Sie wollen heute nicht nur die Produktionsmethoden kennen, sondern wissen, woher die Baumwolle stammt. Dass die Rückverfolgbarkeit bei Bio-Baumwolle über die gesamte Lieferkette garantiert ist, trifft den Nerv der Zeit. Die erhöhte Nachfrage ist also ein möglicher Preistreiber. Dazu kommt, dass die Verfügbarkeit organisch produzierter Baumwolle aus Indien stark gesunken ist. Diese Verknappung hat die Nachfrage nach Baumwolle aus anderen Ländern zusätzlich gesteigert.

Was unterscheidet Cotton made in Africa von anderen Nachhaltigkeitsstandards?

Ein überzeugender Grundsatz von CmiA ist, den Kleinbauern und -bäuerinnen in Afrika bessere Lebens- und Arbeitsbedingungen zu ermöglichen. Weil wir an Entkörnungsanlagen in West- und Ostafrika beteiligt sind, sind wir dicht dran an der Produktion – und überzeugt, dass nachhaltiges Arbeiten vor Ort im Interesse aller Beteiligten ist. CmiA ist der führende Standard für nachhaltig produzierte Baumwolle aus Afrika und deshalb – das sage ich ganz offen – auch aus kommerziellen Interessen für uns wichtig. Böten wir unseren Kunden keine afrikanische Baumwolle aus nachhaltiger Produktion an, würden wir schlicht Geschäfte verpassen.

Die Organic-Mengen von CmiA sind verhältnismäßig gering. Sehen Sie darin trotzdem Potenzial?

Durchaus. Es erscheint mir jedoch wichtig, sich von der aktuellen Nachfragesituation nicht zu sehr blenden zu lassen und ein nachhaltiges Wachstum anzustreben. Man darf bezüglich der Produktionsmengen, insbesondere bei der Umstellung auf organische Baumwolle, in den kommenden Jahren keine Wunder erwarten. Strebt man aber ein qualitatives Wachstum an, das zum Beispiel auch das Ertragspotenzial der Bauern berücksichtigt, gehe ich davon aus, dass wir von Bio-Baumwolle aus Afrika noch viel hören werden.

Was wünschen Sie sich für die Entwicklung der afrikanischen organischen Baumwolle?

Zu denken, dass organische Baumwolle aus Afrika den Hut des Nischenprodukts in den kommenden Jahren ablegen könnte, wäre etwas vermessen. Ich würde mir wünschen, dass die organische Produktion in jenen Gebieten gefördert wird, wo sie primär den Bäuerinnen und Bauern nützt.

Ist eine Zukunft ohne Bio-Baumwolle für Sie als Baumwollhändler vorstellbar?

Nein, ist sie nicht. Die Rolle des Baumwollhändlers hat sich verändert – oder nennen wir es: erweitert. Das liegt auch daran, dass nachhaltig produzierte Baumwolle heute eine so große Rolle spielt. Ich glaube, dass wir in dieser Entwicklung noch am Anfang stehen, gerade bei Themen wie der Rückverfolgbarkeit. In Zukunft wird die gesamte Lieferkette enger miteinander agieren müssen. Da werden auch wir Händler gefordert sein.

Was bedeutet das Thema Nachhaltigkeit ganz generell für den afrikanischen Kontinent?

Ich hoffe doch, viel Gutes! Insbesondere für die Menschen, die dort aufwachsen und leben. Afrika steht vor der Herausforderung, dass viele junge Menschen in Ausbildung sind und Anspruch auf künftigen Wohlstand erheben. Da ist der Umgang mit dem Thema Nachhaltigkeit wegweisend für die Zukunft des gesamten Kontinents.

MARCO BÄNNINGER ist bereits seit mehr als 25 Jahren bei der Paul Reinhart AG beschäftigt. Seit 2015 ist er in der Position eines Head Traders für das Schweizer Unternehmen tätig.

„BIS 2022 WOLLEN WIR NUR NOCH NACHHALTIGE BAUMWOLLE EINSETZEN“

Camilla Skjønning Jørgensen ist bei BESTSELLER die Managerin für Nachhaltigkeit, nachhaltige Materialien & Innovation. Für das größte Modeunternehmen Dänemarks, sagt sie, sei CmiA-Organic eine Möglichkeit, der Klimakrise mit Lösungen zu begegnen.

Frau Skjønning Jørgensen, BESTSELLER ist Dänemarks größtes Modeunternehmen mit Marken wie JACK & JONES, VERO MODA und ONLY. Sie sind nun auch der erste unserer Partner, der Cotton made in Africa-Organic verarbeitet. Warum hat sich BESTSELLER für CmiA-Organic entschieden?

CmiA-Organic zeichnet sich durch einige besondere Merkmale aus, da der Standard über die gewöhnliche ökologische Nachhaltigkeit mit dem Schwerpunkt Naturschutz hinausgeht. Er umfasst zusätzlich soziale und wirtschaftliche Kriterien, wobei der Schwerpunkt auf der Verbesserung der Existenzgrundlagen der Bäuerinnen und Bauern sowie ihrer Familien liegt. Es wird ausschließlich mit Betrieben zusammen gearbeitet, die unter dem Klimawandel, Nahrungsmittelknappheit und anderen negative Einflüssen leiden. CmiA-Organic ist also nicht nur für unseren Planeten besser, sondern auch für die Bauwollbauern. Der Standard garantiert eine vollständige Rückverfolgbarkeit vom Feld bis zum Endprodukt und bietet zahlreiche weitere positive Aspekte. Die zusätzlich zu erfüllenden Kriterien des organischen Baumwollanbaus beispielsweise machen den Standard besonders anspruchsvoll. Umso mehr freuen wir uns und sind stolz darauf, als erste Marke Produkte mit CmiA-Organic anbieten zu können.

Wie hoch ist der Anteil organischer Baumwolle bei BESTSELLER?

Derzeit stammen rund 20 Prozent der Baumwolle aus biologischem Anbau. Ziel von BESTSELLER ist es, bis 2022 ausschließlich nachhaltige Baumwolle zu beziehen. Bis zum Jahr 2025 sollen mindestens 30 Prozent davon organische Baumwolle sein.

Seit 2020 betreibt BESTSELLER ein eigenes Labor, das „Fashion FWD Lab“, um die Nachhaltigkeit seiner Textilproduktion zu erhöhen. Welche Art von Forschung betreiben Sie dort und welche Rolle spielt organische Baumwolle aus Afrika dabei?

Unser „Fashion FWD Lab“ treibt für alle BESTSELLER-Marken die Kooperation mit Nachhaltigkeitsinitiativen voran. CmiA-Organic passt hervorragend dazu, da wir neue Strukturen und Verbindungen zwischen Lieferkettenpartnern vom Anbau bis zum letzten Glied schaffen müssen. Wir unterstützen die Marken und ihre Lieferketten bei der Einführung dieses neuen Prozesses. Mit anderen Worten: Nicht die organische Baumwolle ist neu, sondern die Strukturen und die Art und Weise, wie wir damit arbeiten, sind es.

Immer mehr Unternehmen stellen Nachhaltigkeitsfachleute wie Sie ein. Wie verbreitet ist das Thema Nachhaltigkeit in Dänemark und wie wichtig ist es für die dänischen Endverbraucher?

Ich hoffe und habe den Eindruck, dass den Menschen in Dänemark das Thema Nachhaltigkeit am Herzen liegt. Aber um ehrlich zu sein, ist das nicht unser Hauptanliegen. Uns geht es darum, den ökologischen und sozialen Fußabdruck unserer unternehmerischen Tätigkeit bestmöglich zu minimieren. Die ganze Welt steht vor einer Klimakrise und die Frage ist nicht, ob wir uns damit befassen, sondern welche Lösungen wir für diese Herausforderung finden. CmiA-Organic halten wir für einen sinnvollen Teil dieser Lösung.

CAMILLA SKJØNNING JØRGENSEN
Materials & Innovation Manager
Bestseller A/S

TEXTILE KETTE

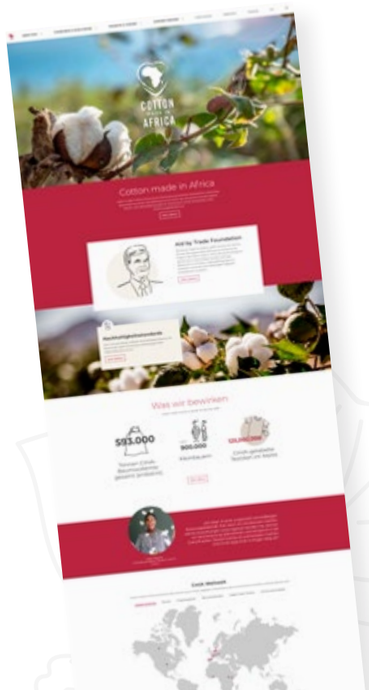
CMIA IN DEN MEDIEN

Die Marketing- und Kommunikations-experten von CmiA hatten sich für 2020 vor allem zwei Dinge vorgenommen: die Zielgruppen emotional stärker an die Marke zu binden und das Branding weiterzuentwickeln. Beides ist zweifellos gelungen.

Action auf Social Media

Mit mehreren emotionalen und dynamischen Videoclips hat CmiA im Jahr 2020 auf verschiedenen Social-Media-Kanälen auf seine Themenschwerpunkte aufmerksam gemacht. Ob Umweltschutz, Kinderrechte oder Gleichberechtigung – jedes Video stellt einen wichtigen Teil der Arbeit vor und macht klar: Wer Produkte mit dem CmiA-Label kauft, bewirkt Gutes. Die 15 Sekunden langen Clips erschienen so zum Beispiel auf Instagram und Facebook. Auch einige der CmiA-Partner nutzen sie für ihr Marketing.

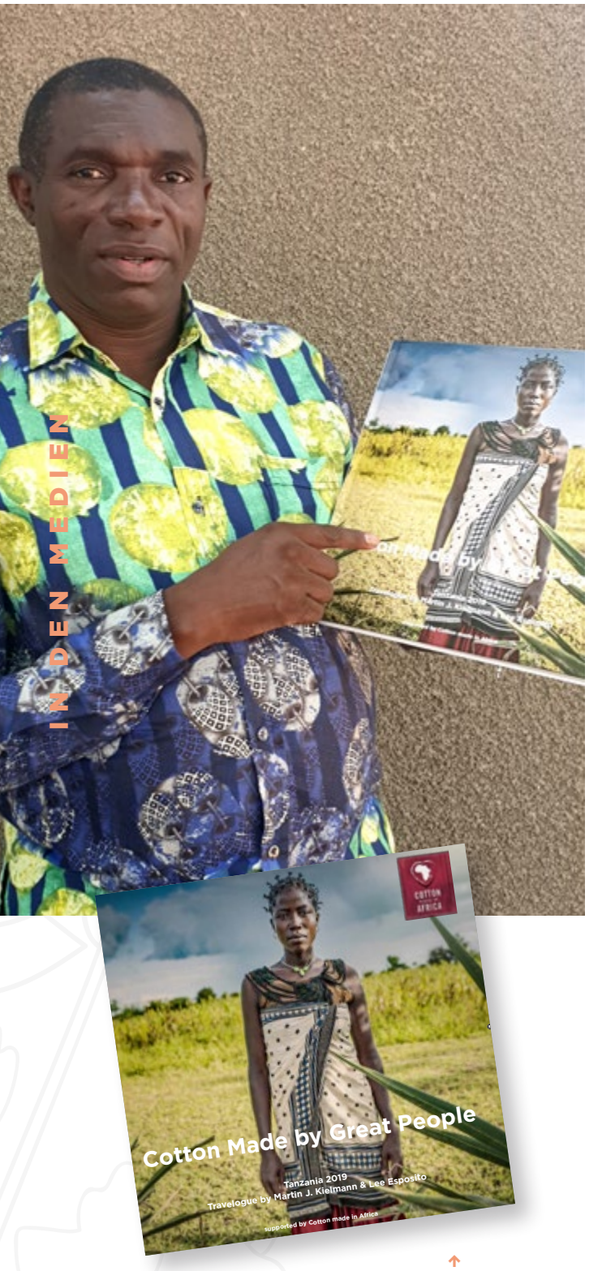
ERFOLGREICHER WEBSITE-RELAUNCH



Einladend, übersichtlich, informativ: Im Jahr 2020 hat Cotton made in Africa seine Website überarbeitet. Herausgekommen ist eine Plattform im modernen Look, die den Nutzer mit emotionalen Bildern und Animationen beeindruckt. Die bekannten Themen wie die Stiftungsgeschichte, Informationen über den Nachhaltigkeitsstandard und aktuelle Projekte sind klar und strukturiert angeordnet, sodass sich jeder schnell zurechtfindet. In den „Cotton Stories“ lernen Interessierte die Menschen hinter der Baumwollproduktion kennen – von der Baumwollbäuerin aus Uganda zum Textilproduzenten in Bangladesch. Aktuelle Zahlen führen anschaulich aufbereitet die Fakten vor Augen und eindrucksvolle Bilder, eingebettet in einen zeitgemäßen Look, nehmen den Betrachter mit in die Projektregionen. Die Seite ist im Zuge des Relaunches für die mobile Nutzung optimiert worden und bietet nun neben einer umfangreichen Datenbank mit Dokumenten, Bildmaterial und Informationen für verschiedene Zielgruppen auch einen Shopfinder. Darüber finden Endkunden mit wenigen Klicks jene CmiA-Partner, die in ihren Webshops Produkte mit dem roten Siegel verkaufen.

→ www.cottonmadeinafrica.org

„COTTON MADE BY GREAT PEOPLE“: BILDBAND AUS TANSANIA



Der Bildband von Martin Kielmann und Lee Esposito über Tansania.

Was 2019 mit einer Reise nach Tansania begann, kann man seit 2020 in den Händen halten: den Bildband „Cotton Made by Great People“ von Martin Kielmann und Lee Esposito. Der Fotograf und der Filmemacher begleiteten die Bäuerinnen und Bauern der Baumwollgesellschaft Alliance Tanzania, einem langjährigen Partner von CmiA. „Ich war sehr beeindruckt, Menschen, so authentisch mit ihrer Naturverbundenheit, Energie und Einfallsreichtum das tägliche Leben zu meistern, vor der Kamera zu haben,“ berichtet Martin Kielmann begeistert.

Boaz Ogola, Head of Operations von Alliance Tanzania, ist begeistert von dem 150 Seiten starken Ergebnis und „bemerkenswerten Bildern“:

„Wir freuen uns immer über Besucher, weil sie uns und unsere Bedürfnisse danach viel besser verstehen. Martin und Lee haben sich auf die Menschen auf den Baumwollfeldern und in den Entkörnungsanlagen eingelassen und unseren Alltag portraitiert, wie ich es nie zuvor gesehen habe.“

Gemeinsam mit CmiA hat Alliance Tanzania seit 2004 bereits diverse Projekte gestemmt: „Das alte Gebäude des Kasoli Health Center ist renoviert und eine Entbindungsstation eingerichtet worden, um die Sterblichkeitsrate werdender Mütter und ihrer Kinder zu senken“, berichtet Ogola. „Außerdem haben wir an verschiedenen Orten Brunnen gebaut und Wassersammelsysteme in Schulen, Gesundheitszentren und Gemüsegärten installiert. Um die Schul-Infrastruktur zu verbessern, haben wir zusammen mit CmiA die Mwamlapa Sekundarschule um 22 moderne Klassenräume, Sanitäranlagen und einen Mädchenschlafsaal erweitert. Das Leben der Menschen hier verbessert sich zunehmend – und das ist das, was wirklich zählt.“

CMIA IM FERNSEHEN: DOKUMENTATION VON „QUARKS“ IM ERSTEN

Die Redaktion des ARD-Wissenschaftsmagazins „Quarks“ hat die Umwelt- und Arbeitsbedingungen der Bekleidungsindustrie beleuchtet und in einer aufrüttelnden Dokumentation den Weg der Baumwolle vom Feld bis zum Bekleidungsgeschäft verfolgt. Wer verdient wie viel an einem T-Shirt, das für 4,99 Euro im Laden hängt? Wie viele Chemikalien und wie viel Wasser verbraucht die Textilindustrie? Und wie kann „Fast Fashion“ mit Kinderarbeit und Umweltverschmutzung zur „Fair Fashion“ werden, wo doch alle billig einkaufen wollen? Die knapp halbstündige Dokumentation „Der Kleider-Wahnsinn – und wie wir ihm entkommen können“ bringt Licht ins Dunkel des Siegel-Dschungels und hebt vor allem eines hervor: das rote Siegel von Cotton made in Africa. Es sei „ein ganz besonderes Siegel, das ganz genau auf die allererste Stufe achtet: den Baumwollanbau“, so Moderator Ralph Caspers. Die ARD strahlte die Dokumentation im Sommer 2020 aus.

→ www.daserste.de/information/wissen-kultur/quarks-caspers/sendung/der-kleider-wahnsinn-und-wie-wir-ihm-entkommen-koennen-102.html

„Stoffe aus denen Träume sind“ – Neues aus der CmiA-Produktwelt

2020 entwarf Star-Designer Wolfgang Joop seine zweite Interieur-Kollektion für den CmiA-Partner ALDI SÜD, worüber viele Publikumsmedien berichteten. Joops „Stoffe aus denen Träume sind“ gehören zu jenen ALDI-Kollektionen, die die CmiA-Initiative unterstützen. Die Kollektion umfasst Bettwäsche, dekorative Kissen und Decken.

Zu Gast in zwei Podcasts

In gleich zwei Podcast-Folgen war Tina Stridde, die Geschäftsführerin der Aid by Trade Foundation, im Jahr 2020 zu hören: Anlässlich des „World Cotton Day“ am 7. Oktober stellte sie die Arbeit von CmiA im wöchentlichen OTTO-Podcast „O-Ton“ vor. Mit Moderator Ingo Bertram und Maren Sypniewski aus dem OTTO-Nachhaltigkeitsteam diskutierte sie über die Bedeutung nachhaltiger Baumwolle, Umweltaspekte bei CmiA und das veränderte Kaufverhalten der Endkunden. Nur eine Woche später war Tina Stridde zu Gast bei der jungen US-Amerikanerin Amelia Easley. Die angehende Umwelttechnikerin aus Kalifornien hat die Podcast-Reihe „Sustainability of“ ins Leben gerufen und sprach mit der AbTF-Geschäftsführerin fast eine Stunde lang über Nachhaltigkeit, faire Mode, Cotton made in Afrika und The Good Cashmere Standard®.

→ OTTO Podcast (https://podcasts.apple.com/de/podcast/o-ton-38-kann-baumwolle-wirklich-nachhaltig-sein/id1487080952?i=1000493861823)

→ Sustainable Of Podcast (https://podcasts.apple.com/us/podcast/25-sustainable-cotton-cashmere-aid-by-trade-foundations/id1502045587?i=1000494717064)

„ES MÜSSEN ALLE AN EINEM STRANG ZIEHEN“

Im Herbst 2017 hat Andreas Streubig bei HUGO BOSS den Nachhaltigkeitsbereich übernommen. Der Director Global Sustainability erklärt, warum Marken am besten „Lieblingsstücke“ herstellen und wieso sich Mode und Nachhaltigkeit nicht widersprechen müssen.

ANDREAS STREUBIG
Director Global Sustainability HUGO BOSS

Herr Streubig, Mode hat viel mit aktuellen Trends zu tun. Wie passt dies mit der Strategie Ihres Unternehmens zu mehr Nachhaltigkeit zusammen?

Mode und Nachhaltigkeit können gut zusammen funktionieren, wie wir es bei HUGO BOSS unter Beweis stellen. Einerseits sind unsere Styles schon immer sehr hochwertig, zeitlos und langlebig. So gelingt es uns, dass die Kunden unsere Kleidung sehr lange tragen können und wollen, sie sozusagen zu „Lieblingsstücken“ machen. Andererseits gelten für all unsere Styles, insbesondere für unsere „RESPONSIBLE“-Styles, sehr hohe Nachhaltigkeitsstandards, mit denen wir unseren Einfluss auf Umwelt, Mensch und Tier kontinuierlich verbessern wollen.

Die Materialien für die Kleidung kommen häufig aus Entwicklungsländern. Welche Voraussetzungen sind Ihnen bei der Zusammenarbeit mit Ihren Lieferanten wichtig?

„In diesen Ländern spielen vor allem äußere Einflussfaktoren wie Politik und Kultur eine wichtige Rolle. Doch auch Unternehmen wie wir haben hier eine Verantwortung – sie können und müssen Einfluss nehmen. Deshalb begreifen wir die langfristige Kooperation mit unseren Partnern als Chance zur gemeinsamen Weiterentwicklung und fördern sie durch Trainings. So haben wir in den vergangenen Jahren gemeinsam schon große Fortschritte gemacht.“

← Mit der dritten „HUGO x Liam Payne“ Kapsel hat HUGO BOSS eine nachhaltige Kollektion lanciert.

„Durch alles, was in diesem Jahr passiert ist, machen wir uns viel mehr Gedanken über die Zukunft als früher. Ich bin stolz auf das, was wir mit dieser Kapsel erreicht haben, sie sieht großartig aus und unterstreicht gleichzeitig die wichtige Arbeit, die Cotton made in Africa leistet“

LIAM PAYNE

↑ Sänger Liam Payne im T-Shirt aus der „HUGO x Liam Payne“ Kapselkollektion

Mit einer eigenen Kapselkollektion des Sängers Liam Payne haben Sie die Kooperation mit Cotton made in Africa öffentlich präsentiert. Was kann eine derart bekannte Persönlichkeit für ein Statement zu mehr nachhaltiger Baumwolle tun?

Wir freuen uns, dass Liam Payne und Cotton made in Africa uns auf der Reise zu mehr Nachhaltigkeit begleiten. Unter anderem haben wir uns ja vorgenommen, bis 2025 die gesamte Baumwolle, die wir verarbeiten, aus nachhaltigeren Quellen zu beziehen. Als Sänger hat Liam Payne einen großen Bekanntheitsgrad. Er selbst sagt, dass er im Rahmen dieser Zusammenarbeit begonnen hat, sich noch intensiver mit Nachhaltigkeit auseinanderzusetzen. Natürlich freuen wir uns, wenn dadurch insbesondere junge Kunden, die in ihm ein Vorbild sehen, beim Kauf von Kleidung zunehmend stärker auf Nachhaltigkeitsaspekte achten. Dies alles ohne den Anspruch zu haben, gleich perfekt zu sein. Schließlich sind wir selbst noch auf einer langen Reise.

Sie verfolgen also langfristige Ziele. Wie umfassend nachhaltig kann ein Bekleidungsunternehmen denn werden?

Ich verstehe Nachhaltigkeit als einen kontinuierlichen Entwicklungsprozess. Natürlich haben wir hier noch viel vor uns – sowohl im Kleinen als auch im Großen in der gesamten Textilindustrie. Bei der Umsetzung ist uns eine vertrauensvolle Zusammenarbeit mit unseren Partnern wichtig. Das wird beispielsweise an unserem Bekenntnis deutlich, die CO_2-Emissionen über die gesamte Wertschöpfungskette hinweg zu senken. Hier müssen wirklich alle an einem Strang ziehen.

Wie wichtig ist Ihnen persönlich nachhaltige und langlebige Kleidung?

Mein Job ist ein Stück weit auch Berufung; mit ihm geht meine ganz persönliche Leidenschaft für Mode und Nachhaltigkeit einher. So bin ich natürlich für dieses Thema sensibilisiert und kenne die relevanten Aspekte. Das Entscheidende für mich sind beispielsweise neben Umweltschutz und Sozialstandards immer die Qualität und die Langlebigkeit der Kleidung. Meinen ersten Anzug unserer Marke trage ich nach vielen Jahren noch heute sehr gern.

ERSTE ERFOLGREICHE AUDIT-RUNDE ZUR VERIFIZIERUNG VON KASCHMIR-FARMEN

Was mit Baumwolle begann und sich seit langem etabliert hat, wird inzwischen auf eine andere Faser und neue Projektregionen ausgedehnt: Der The Good Cashmere Standard® (GCS) der AbTF setzt sich für Nachhaltigkeit für Tier, Mensch und Natur bei der Kaschmirproduktion in der Inneren Mongolei (China) ein. 2020 wurden die ersten GCS-Audits erfolgreich durchgeführt.

GCS DAS JAHR 2020 IN ZAHLEN

1,2 Mio.
ZIEGEN

4.300
FARMEN

12%
ANTEIL GCS-KASCHMIR IN DER INNEREN MONGOLEI

805
TONNEN GCS-ZERTFIZIERTES KASCHMIR

71
SPINNEREIEN & TEXTILPRODUZENTEN

rund
1.450.000
GCS-GELABELTE TEXTILIEN IM MARKT

14
GCS-HANDELSPARTNER

8
TEXTILPRODUKTIONS-MÄRKTE WELTWEIT

Wertschätzung für Tiere und Menschen

Tierschutz- und Kaschmirexperten haben bei der Erstellung des neuen Standards mitgewirkt, der alle Teile der Wertschöpfungskette umfasst. Durch den GCS erhalten Konsumenten und Unternehmen eine nachhaltige und zertifizierte Alternative zu herkömmlichem Kaschmir; Händler und Modemarken können ihren Kollektionen zu mehr Nachhaltigkeit verhelfen.

Der Standard legt Kriterien für die Fütterung, Zugang zu Wasser, Haltung, Schur und das Management der Kaschmirziegen fest. Weiterhin beinhaltet er Vorgaben für die eigenständigen Farmer wie auch für angestellte Farmarbeiter. Um die Biodiversität in der Umgebung der Betriebe zu erhalten und das Grasland sowie die Natur in der Inneren Mongolei zu schützen, stellt der GCS auch Kriterien für die Landnutzung und -bewirtschaftung auf der Farm auf. Der Standard schließt ausdrücklich die „Buying-Stations“ beziehungsweise „Dehairing-Stations“ ein.

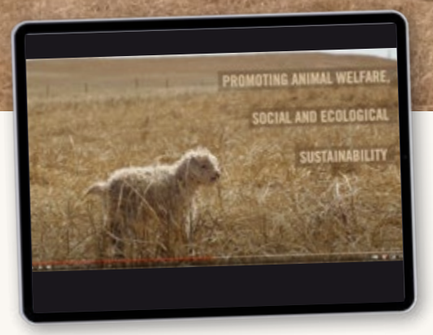
Für die unabhängige Verifizierung des Standards wurde das Auditierungsunternehmen Elevate ausgewählt, insgesamt waren in der ersten Runde sechs Auditoren für die Besuche Farmen vor Ort eingesetzt.

Erste Audits: Nachfragen und Hinschauen

Der Verifizierungsprozess für den GCS wurde erstmals im Jahr 2020 durchgeführt. Er besteht aus zwei Elementen: der Selbstauskunft der Farmer bzw. der Buying Stations/ Dehairing Stations und den Vor-Ort-Audits.

Die Buying Station beziehungsweise Dehairing Station benennen zunächst die Farmer. Diese füllen dann über ein Online-Befragungstool einen Fragebogen aus, den sogenannten Self-Assessment Questionnaire, kurz SAQ. Dieser beinhaltet folgende Fragekomplexe:

- **TIERHALTUNG:** das Management der Tiere, wie zum Beispiel Tränkwasserversorgung, Unterbringung und Weidezeit
- **LANDBEWIRTSCHAFTUNG:** die Art der angebauten Ackerfrüchte und Feldfutterpflanzen, die Nutzung von Pestiziden und Düngern
- **SOZIALE ASPEKTE:** Erhebung einer möglichen Mitarbeit von minderjährigen eigenen Kindern und den Rahmenbedingungen (Schulbesuch, Arbeitszeit, Schwere der Arbeit,) sowie Fragen nach Arbeitsbedingungen von Farmarbeitern (Regelungen von Arbeits- und Überstunden, Verträgen und Lohnzahlung).



↑
Zum Imagevideo von GCS
www.youtube.com/
watch?v=UaDjB994xPA

Um sich als GCS-Farmer beziehungsweise Buying-Station/Dehairing-Station zertifizieren zu lassen, müssen die im GCS formulierten Anforderungen der Kategorien Core, Major und Basic erfüllt werden. Sollte dies nicht der Fall sein, werden die Betriebe entweder sofort aus dem Programm ausgeschlossen (Core) oder müssen beweisen, dass sie das Problem behoben haben (Major) beziehungsweise in absehbarer Zeit beheben werden (Basic). Die sogenannten Improvement-Kriterien stellen hingegen Best Practice-Verfahrensweisen dar, müssen aber von den Farmern nicht zwingend erfüllt werden, um die GCS-Zertifizierung zu erhalten. Ab dem Jahr 2021 sollen durch Wissenstransfer und gezielte Schulungen Veränderungsprozesse unterstützt werden, damit die Abweichungen behoben werden können.

Die Nachfrage nach zertifiziertem Kaschmir steigern

Im Jahr 2020 wurde der neue Standard veröffentlicht und Handelsunternehmen für die Nutzung zur Verfügung gestellt. Die Handelspartner zahlen eine Partnerschafts- und Lizenzgebühr, mit der wiederum die Zertifizierungen finanziert werden. Zum Ende des Berichtszeitraums haben bereits 18 Partner einen Vertrag mit der ATAKORA unterzeichnet und dürfen damit Produkte mit dem GCS-Label auszeichnen. Im Jahr 2020 waren ca. 1,45 Mio. mit GCS ausgezeichnete Textilien im Markt.

Für den The Good Cashmere Standard® wurde das Cashmere Tracking System (CATS) entwickelt, das den gleichen Anspruch an Transparenz hat wie er bei der Baumwolle besteht. Die gesamte Lieferkette, vom Auftrag des Handelsunternehmens bis zur Verarbeitung in der Spinnerei, wird durch CATS abgebildet. Jeder Nutzer hat die Möglichkeit seine Aufträge und die Warenströme im System zu sichten und auswerten zu lassen. Im Interview (auf → Seite 43) erklärt Anja Neumann ausführlich, welche Ziele CATS verfolgt und welche Vorteile das System bietet.

„Wir lieben Kaschmir und sind jeden Tag mit Begeisterung dabei, alles besser zu machen: für die Ziegen, für die Farmer und für unsere Kundinnen. Dass wir als erstes Unternehmen das Premium-Label führen dürfen, das besonders hochwertiges Kaschmir auszeichnet, macht uns sehr stolz.“

Heike Hillebrecht
Einkaufsleitung bei Peter Hahn

Die Entwicklung einer starken Marke

Das Branding für GCS wurde ebenfalls konzipiert und eine Website auf Englisch und Chinesisch erfolgreich lanciert. Diese gibt eine gute Übersicht über den Standard und liefert ausführliche Informationen über dessen Umsetzung, die Partnerschaften und die Produktkette.

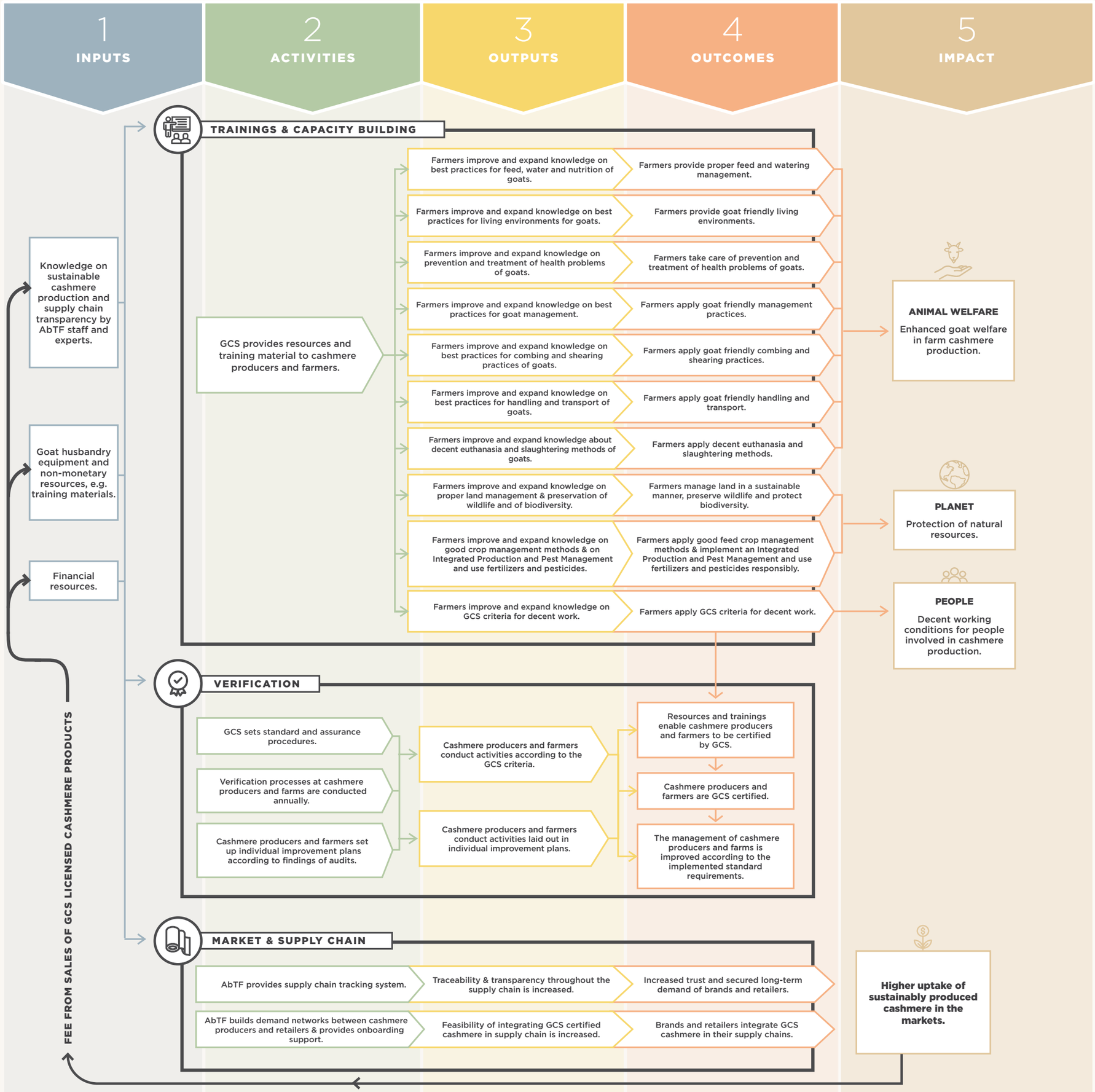
Aus dem bei den Projektreisen in die Innere Mongolei entstandenen Video- und Bildmaterial wurde ein Imagefilm kreiert und im Jahr 2020 veröffentlicht. Er stellt die Arbeit und Wirkung der Initiative als spannendes, plastisches Bewegtbild vor und bedient damit die Anforderungen von Followern und anderen Stakeholdern wie zum Beispiel Unternehmenspartnern. Einge Partner nutzen den Film bereits für ihre externe sowie interne Kommunikation und verhelfen GCS so zu größerer Sichtbarkeit.

Nächste Stufe: Premiumlabel

Kaschmir ist ein Naturprodukt und weist als solches erhebliche Schwankungen in der Qualität auf. Besonders hochwertige Kaschmirwolle erkennt man nun an dem neuen Premium-Label des GCS. Dafür darf ausschließlich Kaschmir von weißen Ziegen verwendet werden. Die feinen Fasern mit einem Durchmesser von maximal 15,5 Micron und einer Stapellänge von 34 bis 36 Millimetern sind besonders langlebig und überstehen viele Waschzyklen ohne unschönes Pilling. Und natürlich müssen die Produkte zu 100 Prozent aus nachhaltiger Kaschmirwolle gemäß den Regeln des GCS gefertigt sein.

2020 konnte Peter Hahn als erster und einziger Partner das Premium-Label nutzen und seine Produkte mit dem schwarzen Etikett mit weißer Schrift kennzeichnen.

→ thegoodcashmerestandard.org



THEORY OF CHANGE

The Good Cashmere Standard® soll das Wohl der Kaschmirziegen verbessern, natürliche Ressourcen schützen und gute Arbeitsbedingungen in der Kaschmirindustrie schaffen. Doch um diese großen Ziele zu erreichen, sind viele kleine Schritte notwendig. Die Theory of Change skizziert, welche konkreten Aktivitäten der GCS verfolgt und zu welchen mittelfristigen Resultaten und langfristigen Effekten sie führen sollen.

Das Dokument ist nicht statisch, sondern wird regelmäßig mit den Erfahrungen aus der realen Welt abgeglichen und entsprechend angepasst. Denn natürlich kann es vorkommen, dass eine bestimmte Handlung auch nicht intendierte Wirkungen nach sich zieht – im positiven wie im negativen Sinne. Der GCS hat sich zum Ziel gesetzt, diese Effekte bei der regelmäßigen Datenerhebung zu erfassen und in eine neue Version der Theory of Change einfließen zu lassen.

THE GOOD CASHMERE STANDARD®

„WEGBEREITER FÜR DEN THE GOOD CASHMERE STANDARD®“

Die ERDOS Cashmere Group mit Geschäftssitz in der Inneren Mongolei ist einer der größten Kaschmirproduzenten der Welt und ein wichtiger Förderer sowie erster Partner des Good Cashmere Standard®. Im Interview gibt ERDOS exklusive Einblicke in sein Geschäft und blickt auf das vergangene Jahr zurück.

Wie ist das erste Jahr der Partnerschaft mit dem GCS aus Ihrer Sicht verlaufen?

Die ERDOS Group hat als erstes Unternehmen das AbTF-Team unterstützt und in seine Weidegebiete in der Inneren Mongolei eingeladen. Gemeinsam besuchten ERDOS- und GCS-Mitarbeitende mehrmals die Buying Stations und Weideflächen. Der direkte Kontakt mit den Farmern ermöglichte es dem GCS-Team, ein eingehendes Verständnis von den lokalen Lebensgewohnheiten und -bedingungen der Farmer und ihrer Ziegen zu erlangen. Dadurch wurde es einfacher, den Standard schnell, erfolgreich und mit der vollen Unterstützung der Farmer zu implementieren.

Als weltweit erster Produzent mit GCS-Zertifizierung haben wir den The Good Cashmere Standard® auf verschiedenen Kundenebenen eingeführt und bewerben ihn bei bestehenden wie auch potenziellen Kunden. Viele von ihnen haben bereits GCS-Bestellungen aufgegeben oder sind derzeit dabei. Diese positiven Marktreaktionen ermutigen uns, noch härter zu arbeiten und uns für den GCS einzusetzen.

Was waren Ihre größten Herausforderungen bei der Implementierung des GCS?

Wir mussten den Farmern dabei helfen, die Anforderungen des GCS zu erreichen. Der Schutz von Weideflächen und Ziegen kann nicht einfach verordnet werden, sondern muss die Bräuche und Gewohnheiten der Farmer berücksichtigen. Um sowohl den GCS als auch die Farmer zu unterstützen, hat das ERDOS-Team alle Tierhalter kontinuierlich geschult und praxisnah dabei unterstützt, die Tierschutzanforderungen zu erfüllen. Darüber hinaus haben wir den Farmern neue Praktiken vorgestellt und erklärt. Für sie war es zweifellos eine große Herausforderung, ihre Arbeitsweise zu ändern.

Welche Auswirkungen hatte und hat COVID-19 auf Ihr Kaschmirgeschäft?

Der internationale Markt schrumpfte infolge der Corona-Krise. Obwohl dies einen großen Einfluss auf das Exportgeschäft der ERDOS Group hatte, kam dieses nicht vollständig zum Erliegen, da unsere Produkte vom Markt sehr geschätzt werden. Insbesondere die Auswirkungen auf unser Europa-Geschäft waren nicht so gravierend wie erwartet. Im Gegensatz dazu war der Binnenmarkt zunächst stark von der Corona-Krise betroffen. Dank Chinas effektiver Pandemiebekämpfung erholte er sich jedoch sehr schnell. Seit dieser Markterholung hat sich unsere Geschäftslage signifikant verbessert und die Ergebnisse sind ermutigend.

Wie lauten die ersten Rückmeldungen der Farmer in Bezug auf den The Good Cashmere Standard®?

Die Implementierung des GCS stellt die Farmer vor einige Herausforderungen, zum Beispiel weil viele schriftliche Aufzeichnungen geführt werden müssen. Manche Farmer sprechen jedoch nur Mongolisch. Deshalb haben wir Übersetzer rekrutiert, die den Farmern den GCS gründlich erklärt und eine mongolische Version des Dokuments erstellt haben. Dadurch wurde es für die Farmer leichter, die Bedeutung des GCS für den Schutz von Grasland und Umwelt sowie für die Förderung des Tierschutzes zu verstehen.

Was erwarten Sie vom Good Cashmere Standard in der Zukunft?

Wir sind überzeugt, dass der Good Cashmere Standard mit der Unterstützung der ERDOS Group auch in Zukunft erfolgreich sein und bei Einzelhandelsunternehmen, Marken und Verbraucher noch populärer werden wird. Wir freuen uns darauf, das Nachhaltigkeitskonzept des GCS durch unsere Partnerschaft mit der AbTF weltweit voranzubringen.

ALVA CHEUNG
GCS-Projektmanagerin
Erdos Group

„WIR SCHAFFEN EINE TRANSPARENTE LIEFERKETTE“

In der Kaschmirproduktion nimmt das Tierwohl einen immer höheren Stellenwert ein. Zusätzlich wünschen sich die Konsumenten Transparenz und Rückverfolgbarkeit der Rohstoffe in der textilen Kette. Um dem nachzukommen, hat der The Good Cashmere Standard® das Cashmere Tracking System (CATS) entwickelt. Anja Neumann erklärt das System.

Frau Neumann, wozu wurde CATS entwickelt?

Konsumenten interessieren sich immer stärker dafür, woher die Rohstoffe und die daraus hergestellten Produkte kommen. Sie wollen wissen, wie es um das Tierwohl, die Arbeitsbedingungen und die ökologische Nachhaltigkeit bei der Produktion bestellt ist. Doch Retailer/Brands wissen die Antworten auf diese Fragen meist selbst nicht genau. Der erste Schritt muss also sein, eine transparente Lieferkette zu schaffen. Um diesem Bedürfnis bei Kaschmirprodukten nachzukommen, haben wir CATS entwickelt.

Was bildet CATS ab?

CATS ist ein Tracking System, in dem alle Aufträge vom fertigen Produkt bis zum Kaschmirproduzenten zurückverfolgt werden können. Nur zertifizierte Kaschmirproduzenten und Farmer, die den Auditprozess erfolgreich absolviert haben, sind in CATS integriert. Dort wird der individuelle Bestand an GCS-zertifiziertem Kaschmir erfasst. Von diesem Bestandskonto können sich registrierte Spinnereien bedienen und GCS-Aufträge produzieren. Aktuell gibt es in der Kaschmirindustrie keinen anderen Standard, der solch ein umfassendes System bereitstellt.

Welche Ziele verfolgt CATS?

Das Tracking System soll mehr Transparenz und Rückverfolgbarkeit in der textilen Lieferkette gewährleisten. Zudem ermöglicht CATS einen genauen Überblick über die eingesetzte Kaschmirmenge je GCS-Partner. CATS garantiert dadurch, dass nur so viel zertifiziertes Kaschmir verkauft werden kann wie tatsächlich vorhanden ist. Das verhindert Betrug und unsere Partner können sicher sein, dass ausschließlich zertifiziertes GCS-Kaschmir im Produkt enthalten ist. Ein weiterer Pluspunkt: Durch CATS muss die Lieferkette nur wenig bis gar nicht verändert werden. Unsere Partner teilen uns lediglich ihre Lieferkette mit und wir integrieren die verschiedenen Stufen im System.

Wer kann CATS nutzen?

Das System steht allen GCS-Partnern entlang der textilen Lieferkette zur Verfügung. Bei Fragen zur Anwendung steht das GCS-Team gern als Ansprechpartner zur Verfügung.

CATS-VORTEILE AUF EINEN BLICK

- Einfaches Handling setzt einen neuen Marktstandard in der Kaschmirindustrie
- Registrierte Spinnereien sind im System hinterlegt und können von den Partnern beauftragt werden
- Vollständige Rückverfolgbarkeit in der gesamten textilen Lieferkette
- Detaillierter Überlick für Retailer/Brands über die Verarbeitungsprozesse in der Produktionskette sowie Mengen an eingesetztem zertifiziertem Kaschmir
- Aktuelle Statusabfrage der Aufträge jederzeit verfügbar
- Sicherheit entlang der gesamten Produktionskette, da die Produktion ausschließlich von registrierten Unternehmen innerhalb der Lieferkette übernommen wird
- GCS-Labels können bei dem nominierten Labelproduzenten Nilorn über das System angefordert werden und indem nur die Anzahl der Labels freigegeben ist, wie Aufträge im System platziert sind, wird eine fehlerhafte Freigabe verhindert

ANJA NEUMANN
Junior Projektmanagerin
Business Development
bei The Good Cashmere
Standard®

„UNSERE KUNDEN ERWARTEN, DASS WIR DAS RICHTIGE TUN“

Das Unternehmen J. Crew Group ist der erste US-amerikanische Partner des The Good Cashmere Standard®. Im Interview erzählt Liz Hershfield, Head of Sustainability, J. Crew Group & SVP Sourcing Madewell, wie J. Crew vom GCS profitiert und welche Schritte als nächstes geplant sind.

Von Lebensmitteln bis zur Mode zeigen Verbraucher ein erhöhtes Interesse an den Produktionsbedingungen. Wie stehen J. Crews Kunden zum Thema Nachhaltigkeit?

Unsere Kunden erwarten von J. Crew, dass wir das Richtige tun, beginnend mit der Auswahl nachhaltiger Textilfasern bis hin zur sozialen Verantwortung für die Beschäftigten in unserer gesamten Lieferkette.

Welche Schritte haben Sie unternommen, um dieses Bedürfnis und Bekenntnis zu erfüllen?

Schon seit einigen Jahren integrieren wir die Prinzipien der sozialen Unternehmensverantwortung in all unser unternehmerisches Handeln. Am diesjährigen Earth Day haben wir mit Stolz die Einführung der Initiative „Re-Imagined by J. Crew“ bekannt gegeben. Durch eine Vielzahl neuer Prozesse, Richtlinien und Programme sollen ehrgeizige Ziele in den Bereichen soziale Unternehmensverantwortung und Nachhaltigkeit verwirklicht werden. Der Fokus liegt dabei auf Produkten, Umwelt oder Partnerschaften.

Seit der Frühjahrskollektion 2021 werden all Ihre Kaschmir-Artikel gemäß dem The Good Cashmere Standard® produziert. Wann und warum haben Sie sich für die GCS-Initiative entschieden?

Für J. Crew ist Kaschmir eine Faser mit Kultstatus. Daher engagieren wir uns dafür, die Zukunft der Textilfaser- und Kaschmirbranche sicherzustellen. Dafür brauchen wir Partner, die sich mit den sozialen, ökologischen und tierwohlbezogenen Auswirkungen der Kaschmirherstellung befassen. Wir sind stolz, die nachhaltige Kaschmirproduktion durch die Partnerschaft mit der gemeinnützigen Aid by Trade Foundation zu unterstützen. Als erstes US-Mitglied des The Good Cashmere Standard® informieren wir unsere Kunden darüber, wie wichtig es ist, diese Faser verantwortungsvoll und nachhaltig zu gewinnen. .

Was möchten Sie mit diesem Label erreichen?

Heute ist es mehr denn je unerlässlich, dass Marken hinter ihrem Produkt und dessen Produktionsweise stehen. In viel größerem Ausmaß als früher legt unsere Kundschaft Wert darauf, dass J. Crew mit all seinen „Re-Imagined“-Claims verantwortlich, glaubwürdig und transparent ist. Wir möchten sicherstellen, dass unsere Kunden Vertrauen in die ethisch korrekte Beschaffung dieser bedeutsamen Textilfaser haben.

Durch die Partnerschaft mit dem The Good Cashmere Standard® können wir unseren Kunden vermitteln, dass sie auf die von uns gegebene Herkunftsgarantie des Kaschmirs vertrauen können und dass wir seinen Weg entlang der gesamten Lieferkette nachverfolgen können. Denn nur dann dürfen wir die Produkte letztendlich mit dem GCS-Logo labeln. Wir sind stolz darauf, wie wir den Textilhandel durch unser Bekenntnis zur sozialen Unternehmensverantwortung besser gestalten.

Was sind Ihre nächsten Ziele?

Wir bei J. Crew sind uns bewusst, dass es viele andere Bereiche gibt, die wir positiv beeinflussen können. Dazu gehören auch, noch vorhandene Schwächen in unserer Lieferkette zu beheben und den Übergang der Branche zur Kreislaufwirtschaft zu unterstützen. Damit das gelingt, müssen wir unsere Beschäftigten motivieren, mit unseren Stakeholdern zusammenarbeiten und unseren Kunden zuhören. Wir freuen uns, in diesem und im nächsten Jahr mit unseren Kunden mehr Informationen über weitere Initiativen zu teilen. Bei J. Crew wollen wir unseren globalen Wasserverbrauch senken, die Treibhausgasemissionen in unserer Lieferkette reduzieren und vieles mehr.

LIZ HERSHFIELD
Head of Sustainability,
J. Crew Group & SVP
Sourcing Madewell

DAS AID BY TRADE FOUNDATION TEAM

TINA STRIDDE
Geschäftsführerin

SABINE KLEINEWIESE
Direktorin Finance & Controlling, Geschäftsführerin ATAKORA

SONJA TAVIANI
Finance & Controlling

GEESKE VENANCE
Büroleiterin

ALEXANDRA PERSCHAU
Direktorin
Standard & Outreach

NINA SCHÖTTLE
Projektmanagerin
Standard & Outreach

GUDRUN KERSTEN
Projektmanagerin
Standard & Outreach

SEBASTIAN MÜLLER
Projektmanager
Standard & Outreach

CHRISTIAN BARTHEL
Direktor Business Development, Geschäftsführer ATAKORA

ISABELLE RIEDELBAUCH
Projektmanagerin Business Development

GERLIND BÄZ
Projektmanagerin Business Development

ANJA NEUMANN
Junior Projektmanagerin Business Development

CHRISTINA BEN BELLA
Senior Projektmanagerin Marketing & Communication

ISABELLE THOELE
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 2020 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
Chief Corporate Responsibility Officer & Advisor
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

JEAN-CLAUDE TALON
Kaufmännischer und Logistik-Direktor SODECO SA Groupe SFP, Benin

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 2020 folgende Personen an:

MARCO BÄNNIGER
Head Trader Hand Picked Cotton
Paul Reinhart AG

DR. MARCO HARTMANN
Leiter Programm Nachhaltige Agrarlieferketten und Standards
Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH

FRITZ GROBIEN
Direktor African Operations
Plexus Cotton Ltd.

TORSTEN STAU
Geschäftsleitung
REWE Group Buying GmbH
Non Food & Nichthandelsware Handel D

MARC LEYNAERT
Produktionsdirektor
Faso Coton

JÖRN OTTO
Vice President Sourcing and Supply Chain
bonprix Handelsgesellschaft mbH

BORIS VOGT
CEO
Miles Group

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.

MAJA-CATRIN RIECHER
Projektmanagerin Nachhaltige Agrarrohstoffe
WWF Deutschland

DER GCS-BEIRAT

Der Beirat von The Good Cashmere Standard® 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 2020 folgende Personen an:

BRIAN YU
General Manager
Artwell Holdings Limited

ALVA CHEUNG
GCS-Projektmanagerin
Erdos Group

JENNIE GRANSTROM
Business Expert Animal Welfare, Material Ethics and Biodiversity
H&M Group

HEIKE HILLEBRECHT
Bereichsleiterin Einkauf
Peter Hahn GmbH

ANNA HEATON
Animal Welfare Specialist
Bassett Consulting

KATJA KAUPISCH
Referentin Internationaler Artenschutz Eurasien
NABU Naturschutzbund Deutschland e.V.

SOPHIE PRATER
Scientific Officer Ruminants
Royal Society for the Prevention of Cruelty to Animals (RSPCA)

ORGANISATIONSSTRUKTUR

EINE AUSWAHL DER UNTERNEHMENSPARTNER VON CMIA 2020

EINE AUSWAHL DER UNTERNEHMENSPARTNER VON GCS 2020

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
www.thegoodcashmerestandard.org

Verantwortlich
Tina Stridde

Redaktion
Isabelle Thoele

Text
Nerdpol Media
Kathrin Schwarze-Reiter
Claudia Doyle
Sina Horsthemke

Fotografien
Annegret Hultsch
Martin J. Kielmann
Michaela Kuhn

Gestaltung
Katrin Grimm, studioblend.de

Druck
Wir machen Druck

Dieser Bericht ist auch in englischer Sprache erhältlich und steht zum Download unter https://cottonmadeinafrica.org/wp-content/uploads/CmiA_Annual-Report_2020.pdf auch digital zur Verfügung.

ORGANISATIONSSTRUKTUR

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.

Cotton made in Africa ist ein international anerkannter Standard für nachhaltig produzierte Baumwolle aus Afrika und verbindet afrikanische Kleinbauern und Handelsunternehmen sowie Modemarken entlang der globalen textilen Wertschöpfungskette. Das Ziel der Initiative ist, durch Handel Hilfe zur Selbsthilfe zu leisten und so die Lebensbedingungen von rund einer Million Baumwollbauern und deren Familien in Subsahara-Afrika zu verbessern sowie die Umwelt zu schützen. Die Kleinbauern profitieren von Schulungen und besseren Arbeitsbedingungen, zusätzliche soziale Projekte ermöglichen ihren Kindern den Schulbesuch und Kleinbäuerinnen werden in ihrer beruflichen und gesellschaftlichen Unabhängigkeit gestärkt.

The Good Cashmere Standard® by AbTF ist ein unabhängiger Standard für nachhaltig produzierte Kaschmirwolle. 2019 in enger Kooperation mit Tierschutzspezialisten und unabhängigen Experten der Kaschmirproduktion entwickelt, hat er sich zum Ziel gesetzt, das Wohl der Kaschmirziegen, das Leben der Bauern und die Umwelt, in der sie leben, zu verbessern. Zunächst konzentriert sich der Standard auf die Kaschmirproduktion in der Inneren Mongolei.

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

www.cottonmadeinafrica.org
www.thegoodcashmerestandard.org