

TextilWirtschaft



Nr. 18
27. April 2015
TextilWirtschaft.de

HANDEL MORGEN

Wie Engelhorn das
Business-Modell neu denkt

SUPPLY CHAIN ÜBERMORGEN

Wie Digitalisierung Tempo
und Transparenz forciert

Stadt gegen Stadt

Identität, DNA, Kultur – wie Entwickler die City der Zukunft denken

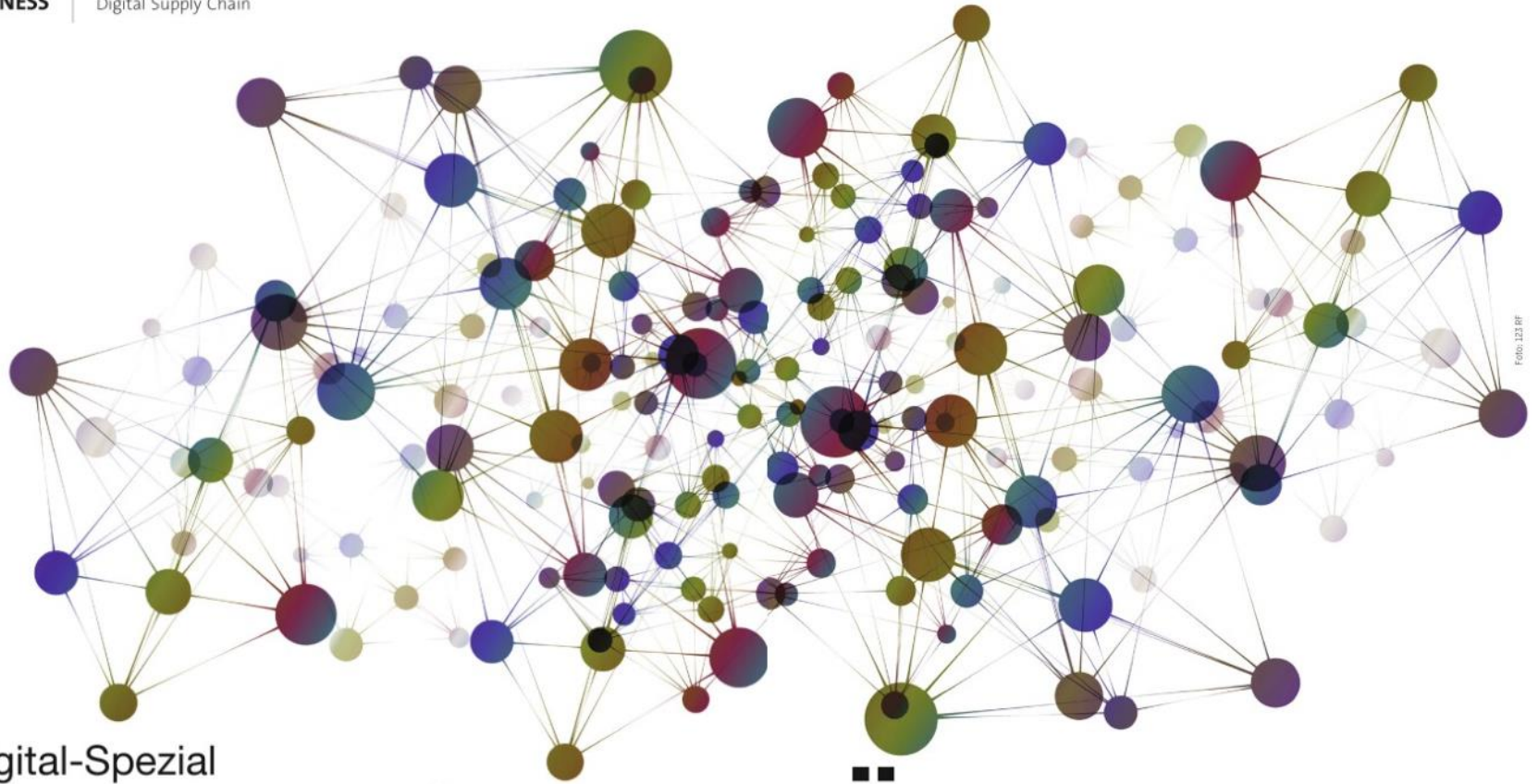


Foto: 123 RF

Digital-Spezial

Supply Chain

*Kreativideen visualisieren ohne Prototypen. Verkaufen ohne Musterteile. Produzieren ohne Ausschuss. Alles möglich, alles schon da. Aber noch nicht da, wo es sein könnte.
Die Branche krankt an viel zu langen Lead Times und undurchsichtigen Lieferketten.*

Übermorgen

*Der Markt fordert mehr Tempo, mehr Transparenz. Der Ruf nach Sustainability wird den Designprozess, die Produktentwicklung und Produktion rasant und radikal verändern.
Mit Hilfe von Daten und digitalen Prozessen.*

*Das Lieferkettengesetz kommt.
Und damit die Verpflichtung zu
Transparenz in der Produktion.
Kunden erwarten sie schon lange.*

Es liegt auf der Wiese vor dem Reichstag – das acht mal zweieinhalb Meter große Banner mit der Aufschrift „Menschenrechte und Umweltschutz: Kriegt es endlich auf die (Liefer-)Kette!“. Während drinnen der Bundestag in der ersten Lesung über den Gesetzentwurf für das seit langem geplante Sorgfaltspflichtengesetz diskutiert, fordert draußen die Initiative Lieferkettengesetz Nachbesserungen. Das Bündnis aus 128 zivilgesellschaftlichen Organisationen kritisiert die Zugeständnisse der Bundesregierung an die Wirtschaftslobby.

Experten glauben nicht, dass es trotz aller Proteste noch wesentliche Änderungen am jetzigen Entwurf geben wird. Vor der Sommerpause soll das Gesetz verabschiedet werden und 2023 kommen. Zunächst für Firmen mit mehr als 3000 Mitarbeitern, ein Jahr später auch für Unternehmen ab 1000 Beschäftigten. Damit kommt die Pflicht zur Einhaltung der Menschenrechte, die zuallererst auch eine Pflicht zur Transparenz bedeutet. Laut jetzigem Entwurf betrifft das zunächst nur die direkten Vertragspartner der deutschen Hersteller und Händler. Auch das ist ein großer Kritikpunkt der Initiative Lieferkettengesetz.

Das könnte sich ändern, wenn das von vielen deutschen Firmen und Verbänden geforderte europaweite Gesetz kommt. Denn die Pläne von EU-Justizkommissar Didier Reynders, die er im Juni vorstellen will, reichen deutlich weiter. So sollen auch kleinere Unternehmen und die gesamte Lieferkette einbezogen werden und die Manager selbst haften. Ein Vorteil für die deutschen Hersteller wäre immerhin, dass alle Firmen, die in der EU verkaufen, betroffen sind – egal, woher sie kommen. Also müssen sich alle auf den Weg machen. „Auch wenn dieses Gesetz wahrscheinlich nicht vor 2024 kommt, ist es ratsam, sich

Der digitale Due-Dilligence-Parcours

*Das Lieferkettengesetz kommt. Und damit die Verpflichtung zu
Transparenz in der Produktion. Kunden erwarten sie schon lange.*

Es liegt auf der Wiese vor dem Reichstag – das acht mal zweieinhalb Meter große Banner mit der Aufschrift „Menschenrechte und Umweltschutz: Kriegt es endlich auf die (Liefer-)Kette!“. Während drinnen der Bundestag in der ersten Lesung über den Gesetzentwurf für das seit langem geplante Sorgfaltspflichtengesetz diskutiert, fordert draußen die Initiative Lieferkettengesetz Nachbesserungen. Das Bündnis aus 128 zivilgesellschaftlichen Organisationen kritisiert die Zugeständnisse der Bundesregierung an die Wirtschaftslobby.

Experten glauben nicht, dass es trotz aller Proteste noch wesentliche Änderungen am jetzigen Entwurf geben wird. Vor der Sommerpause soll das Gesetz verabschiedet werden und 2023 kommen. Zunächst für Firmen mit mehr als 3000 Mitarbeitern, ein Jahr später auch für Unternehmen ab 1000 Beschäftigten. Damit kommt die Pflicht zur Einhaltung der Menschenrechte, die zuallererst auch eine Pflicht zur Transparenz bedeutet. Laut jetzigem Entwurf betrifft das zunächst nur die direkten Vertragspartner der deutschen Hersteller und Händler. Auch das ist ein großer Kritikpunkt der Initiative Lieferkettengesetz.

Das könnte sich ändern, wenn das von vielen deutschen Firmen und Verbänden geforderte europaweite Gesetz kommt. Denn die Pläne von EU-Justizkommissar Didier Reynders, die er im Juni vorstellen will, reichen deutlich weiter. So sollen auch kleinere Unternehmen und die gesamte Lieferkette einbezogen werden und die Manager selbst haften. Ein Vorteil für die deutschen Hersteller wäre immerhin, dass alle Firmen, die in der EU verkaufen, betroffen sind – egal, woher sie kommen. Also müssen sich alle auf den Weg machen.

„Auch wenn dieses Gesetz wahrscheinlich nicht vor 2024 kommt, ist es ratsam, sich schon jetzt darauf vorzubereiten und Transparenz in alle Produktionsstufen zu bringen“, sagt Michael Arretz, Geschäftsführer des Verbandes der Fertigwarenimporteure, dessen Mitglieder besonders betroffen sind. Der Biologe war Anfang der 1990er Jahre Umweltreferent bei Otto, hat später für Kik den Bereich Sustainability aufgebaut und sieht sich heute mit seiner Management in Accordance GmbH als „Begleiter für nachhaltiges Wirtschaften“. Er gibt derzeit viele Webinare zur Bewältigung dieses „Due-Dilligence-Parcours“, wie er es nennt. „Zwar sind die Textil- und Bekleidungsfirmen im Gegensatz zu anderen Branchen hier schon gut aufgestellt, aber es bleibt eine gigantische Herausforderung an das Management, ein wasserdichtes System aufzubauen, das alle sozialen und ökologischen Aspekte umfasst und die Einhaltung der Kriterien bestmöglich überwacht“, sagt Arretz. Denn gerade in der Mode sei die Lieferkette extrem anspruchsvoll.

Michael Arretz,
Geschäftsführer des
Verbandes der
Fertigwaren-
importeure

Michael Arretz,
Geschäftsführer des
Verbandes der
Fertigwaren-
importeure

Allein an der Herstellung eines einfachen weißen Herrenoberhemdes sind weltweit rund 140 Produzenten und Unternehmen beteiligt, rechnet beispielsweise Seidensticker vor. Von den Landwirten, die Baumwolle anbauen, bis zu den Lkw-Fahrern, die Wolle und Stoffe über die pakistanischen Landstraßen transportieren und den Produzenten der Knöpfe und Pflegeetiketten. „Bei so einem komplexen Teil wie einem Anzug sind mindestens 200 Mitspieler beteiligt. Die kann ein Hersteller unmöglich alle kennen und erfassen.“ Soll er aber.

Inwieweit hilft dabei die Digitalisierung? Ohne ginge es nicht, sagt Unternehmensberater Arretz. „Ohne die digitalen Tools und Problemlösungen können die geforderten Datenmengen gar nicht erfasst und bearbeitet werden, so etwas läuft nicht über E-Mails oder gar Telefonate.“

Schon 2017 hat er deshalb mit SocialFair eine Software-Lösung entwickelt, die mehr als 100 Parameter berücksichtigt – vom Wasserverbrauch bis zur Anzahl der Feuerlöcher in der südindischen Fabrik und dem Mobilitätzuschuss für die Näherinnen dort. Mehr als 150 Betriebe vor allem in Asien und Westeuropa hat er erfasst. Ein Service, den inzwischen mehr als 30 Hersteller und vor allem kleinere Importeure nutzen. Und den er künftig mittels Blockchain weiter digitalisieren will. Die Technologie gilt generell für viele Akteure als eine der vielversprechendsten Lösungen für eine Sichtbarkeit der gesamten Lieferkette. „Denn sie bietet vor allem durch ein hohes Maß an Sicherheit und eindeutiger Vertrauenswürdigkeit der enthaltenen Informationen, deren Abbildung vom Rohstoff bis zum Ladenregal möglich ist. Bereits heute kommen Blockchain-Lösungen in anderen Wirtschaftszweigen insbesondere im Seefrachtbereich zum Tracking und zur sicheren Dokumentenverwaltung über komplexe Lieferketten zum Einsatz“, bestätigt Steffen Wagner, Head of Transport and Leisure bei der Unternehmensberatung KPMG.

Fast wöchentlich geben große Hersteller und Händler bekannt, dass sie ihre Lieferantenlisten veröffentlichen. Oder dass die Kunden künftig über QR-Codes verfolgen können, wer ihr T-Shirt wo hergestellt hat. Dabei geht es um die Kenntnis des Liefernetzwerkes, die Adressen der Zulieferer einerseits. Um die Zusammensetzung des Produkts, um die verwendeten Materialien und Chemikalien sowie die ökologische und soziale Nachhaltigkeit andererseits.

„Auch wenn das EU-weite Lieferkettengesetz wohl nicht vor 2024 kommt, ist es ratsam, sich schon jetzt darauf vorzubereiten und Transparenz in alle Produktionsstufen zu bringen.“

schon jetzt darauf vorzubereiten und Transparenz in alle Produktionsstufen zu bringen“, sagt Michael Arretz, Geschäftsführer des Verbandes der Fertigwarenimporteure, dessen Mitglieder besonders betroffen sind. Der Biologe von Anfang der 1990er Jahre Umweltreferent bei Otto, hat später für Kik den Bereich Sustainability aufgebaut und sieht sich heute mit seiner Management in Accordance GmbH als „Begleiter für nachhaltiges Wirtschaften“. Er gibt derzeit viele Webinare zur Bewältigung dieses „Due-Diligence-Parcours“, wie er es nennt. „Zwar sind die Textil- und Bekleidungsfirmen im Gegensatz zu anderen Branchen hier schon gut aufgestellt, aber es bleibt eine gigantische Herausforderung an das Management, ein wasserichtiges System aufzubauen, das alle sozialen und ökologischen Aspekte umfasst und die Einhaltung der Kriterien bestmöglich überwacht“, sagt Arretz. Denn gerade in der Mode sei die Lieferkette extrem anspruchsvoll.

Allein an der Herstellung eines einfachen weißen Herrenoberhemdes sind weltweit rund 140 Produzenten und Unternehmen beteiligt, rechnet beispielsweise Seidensticker vor. Von den Landwirten, die Baumwolle anbauen, bis zu den Lkw-Fahrern, die Wolle und Stoffe über die pakistanischen Landstraßen transportieren und den Produzenten der Knöpfe und Pflegeetiketten. „Bei so einem komplexen Teil wie einem Anzug sind mindestens 200 Mitspieler beteiligt. Die kann ein Hersteller unmöglich alle kennen und erfassen.“ Soll er aber. Inwieweit hilft dabei die Digitalisierung? Ohne ginge es nicht, sagt Unternehmensberater Arretz. „Ohne die digitalen Tools und Problemlösungen können die geforderten Datenmengen gar nicht erfasst und bearbeitet werden, so etwas läuft nicht über E-Mails oder gar Telefonate.“ Schon 2017 hat er deshalb mit SocialFair eine Software-Lösung entwickelt, die mehr als 100 Parameter berücksichtigt – vom

„Auch wenn das EU-weite Lieferkettengesetz wohl nicht vor 2024 kommt, ist es ratsam, sich schon jetzt darauf vorzubereiten und Transparenz in alle Produktionsstufen zu bringen.“

Wasserverbrauch bis zur Anzahl der Feuerlöcher in der südindischen Fabrik und dem Mobilitätzuschuss für die Näherinnen dort. Mehr als 150 Betriebe vor allem in Asien und Westeuropa hat er erfasst. Ein Service, den inzwischen mehr als 30 Hersteller und vor allem kleinere Importeure nutzen. Und den er künftig mittels Blockchain weiter digitalisieren will. Die Technologie gilt generell für viele Akteure als eine der vielversprechendsten Lösungen für eine Sichtbarkeit der gesamten Lieferkette. „Denn sie bietet vor allem durch ein hohes Maß an Sicherheit und eindeutiger Vertrauenswürdigkeit der enthaltenen Informationen, deren Abbildung vom Rohstoff bis zum Ladenregal möglich ist. Bereits

heute kommen Blockchain-Lösungen in anderen Wirtschaftszweigen insbesondere im Seefrachtbereich zum Tracking und zur sicheren Dokumentenverwaltung über komplexe Lieferketten zum Einsatz“, bestätigt Steffen Wagner, Head of Transport and Leisure bei der Unternehmensberatung KPMG.

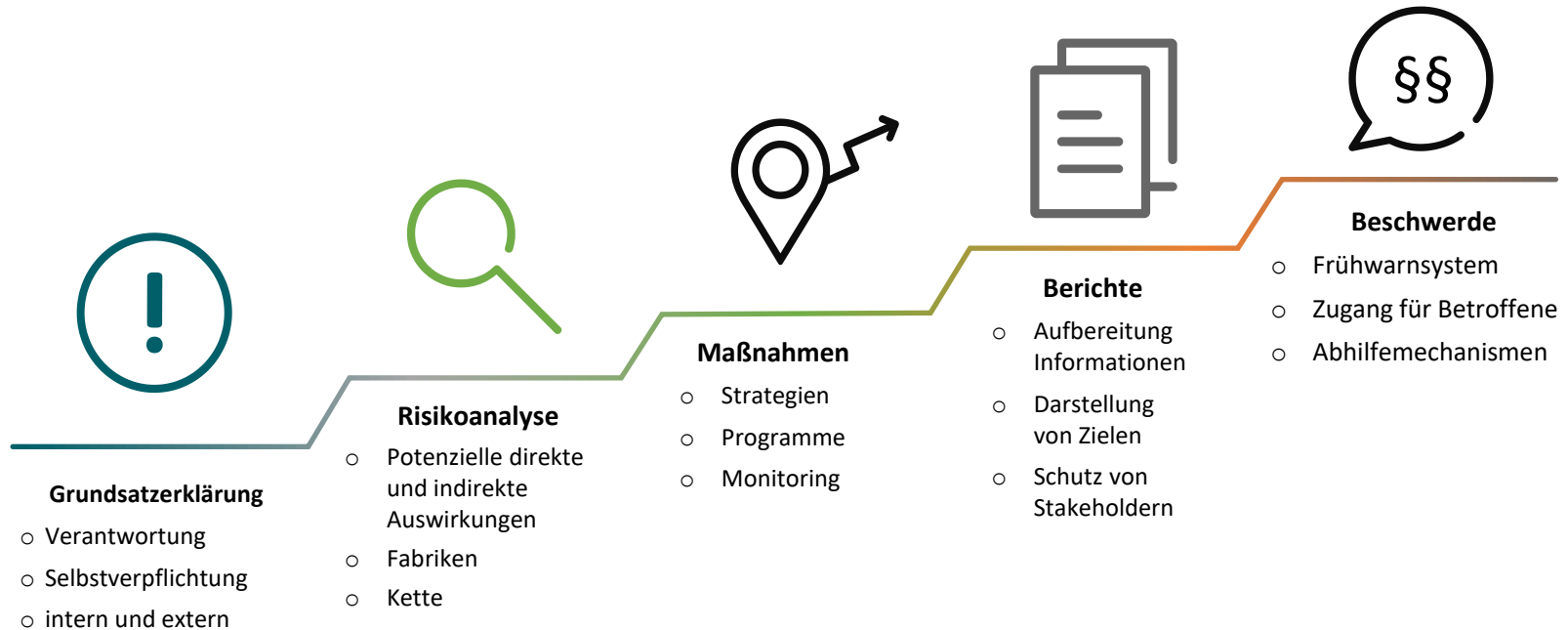
Fast wöchentlich geben große Hersteller und Händler bekannt, dass sie ihre Lieferantenlisten veröffentlichen. Oder dass die Kunden künftig über QR-Codes verfolgen können, wer ihr T-Shirt wo hergestellt hat. Dabei geht es um die Kenntnis des Liefernetzwerkes, die Adressen der Zulieferer einerseits. Um die Zusammensetzung des Produkts, um die verwendeten Materialien und Chemikalien sowie die ökologische und soziale Nachhaltigkeit andererseits. „Grundsätzlich kann man sagen, dass die Kenntnis der Unternehmen über ihre Lieferketten deutlich zugenommen hat und die Kommunikation von Informationen über die Lieferkette zunimmt“, beobachtet Jürgen Larssen. Er leitet das 2014 von Bundesentwicklungsminister Gerd Müller initiierte Bündnis für nachhaltige Textilien, zu dessen Kernthemen Transparenz und Traceability gehören. „Teiler sind neben rasanten technologischen Entwicklungen, veränderte und transparentere Geschäftsmodelle, Transparenz Anforderungen von Investoren und Geschäftspartnern und die zunehmenden Anforderungen von Konsumenten und Stakeholdern nach Informationen über Inhalt, Nachhaltigkeit und Herkunft der Produkte.“

Seine Mitgliedsunternehmen veröffentlichen ihre Produktionsstätten in einer aggregierten Liste über die öffentliche Plattform „Open Apparel Registry“ (OAR), direkt oder über ihre Mitgliedschaft in Initiativen. Nur zwei Jahre nach der Gründung 2019 zählte die Plattform heute bereits mehr als 15.000 Produktionsstätten. Einen aktuellen Überblick zum Status Quo bietet der



Das Premium-Label FTC Cashmere hat sogar eigene Kaschmir-Diegenfarmen.

Mit dem Due-Dilligence-Parcour ohne Mühen durch das Sorgfaltspflichtengesetz



Mit dem SocialFair²⁰²² Verfahren erfolgt die systematische Risikoanalyse in der Supply Chain

SocialFair²⁰²²

Eine digitale Lösung für mehr Nachhaltigkeit in den Lieferketten und am eigenen Standort



Für Produzenten und Importeure von Konsum- und Industriegütern ergeben sich vielfältige Herausforderungen für mehr Nachhaltigkeit, mit

- mehr Transparenz,
- Bilanzierung von CO₂-Emissionen und Anderem,
- Vergleichbarkeit mit anderen Akteuren.