
SOZIALBERICHT

für das Rumpfgeschäftsjahr
1. OKTOBER 2012 – 31. JULI 2013

zur Mitgliedschaft in der
Fair Wear Foundation





Sehr geehrte Damen und Herren,

behandle deinen Mitmenschen so, wie du selbst von ihm behandelt werden möchtest. So einfach könnte man Sozialstandards definieren. Nicht umsonst nennt man diesen Vorsatz seit Jahrhunderten: die goldene Regel. Doch die Wirklichkeit sieht in weiten Teilen der Welt anders aus. Massendemonstrationen in Brasilien, Straßenschlachten in Thailand, Zwangsarbeit sowie viele Tote durch einstürzende Textilfabriken in Bangladesch – immer mehr Menschen lehnen sich auf gegen soziale Lebens- und Arbeitsbedingungen, die durch nichts zu rechtfertigen sind. Und das in einer Zeit, in der wir von einer Welt sprechen. Von einer globalen Wirtschaft. Der Vernetzung von Waren und Dienstleistungen rund um den Globus.

Wenn wir es damit ernst meinen, dann rücken Menschen durch den Austausch von Waren und durch Großveranstaltungen wie Olympische Spiele oder Weltmeisterschaften immer enger zusammen. Dann wohnt mein Nachbar in Peru, in Shanghai und in Bangladesch. Dann stehen Produzenten und Konsumenten in einer gemeinsamen Verantwortung. Ganz gleich, ob sie sich dieser Verantwortung schon bewusst geworden sind oder nicht.

hessnatur lebt diese Verantwortung seit Jahrzehnten. Seit 1976 hat sich das Unternehmen der Verbesserung von Lebens- und Arbeitsbedingungen verschrieben: ökologisch nachhaltig, sozial gerecht und ökonomisch effizient. Mit besonderem Nachdruck engagieren wir uns seit 2002 neben dem Umweltschutz für soziale Standards und für einen fairen Handel. 2005 sind wir als erstes deutsches Unternehmen der Fair Wear Foundation (FWF) beigetreten. Und nach vielen Jahren der Zusammenarbeit zeigt sich, dass dies eine gute und richtige Entscheidung war.

Im Austausch mit der Fair Wear Foundation hat sich nicht nur unser Blick auf die sozialen Arbeitsbedingungen geschärft. Als Ergebnis vieler Gespräche und Audits (= Betriebskontrollen) haben wir bereichsübergreifend unsere Geschäftsprozesse konsequent weiterentwickelt.

Um Sozialstandards aktiv zu verbessern, müssen verschiedenen Akteure konstruktiv zusammenarbeiten. Es müssen Ressourcen zur Verfügung gestellt und Verantwortlichkeiten geklärt werden. Wie grundlegend wichtig das ist, zeigt aktuell das Abkommen für Brandschutz und Gebäudesicherheit (Accord) in Bangladesch. hessnatur ist diesem Abkommen als eines der ersten Unternehmen in Deutschland beigetreten.

In den vergangenen zehn Monaten haben wir erneut große Anstrengungen unternommen, um den hohen Erwartungen unserer Kunden und unseren eigenen Ansprüchen für eine ökologisch und sozial faire Produktion von Naturmode immer besser gerecht zu werden. Basis dafür sind und bleiben unsere uneingeschränkt hohen Standards.

Im vorliegenden Sozialbericht 2012/13 fassen wir unsere Aktivitäten zusammen. Gleichzeitig geben wir einen Ausblick auf Pilotprojekte, mit denen wir für die, aus unserer Sicht vordringlichen Fragen: Löhne, Überstunden und Vereinigungsfreiheit neue Maßstäbe definieren wollen. Im kommenden Sozialbericht, der bereits in diesem Oktober erscheinen wird, werden wir diese Themen näher ausführen.

„Humanity in Fashion“ steht bei uns nicht nur für den in 2011 von hessnatur ins Leben gerufenen Preis für junge Designer, sondern für einen wegweisenden Lebensstil in Verantwortung.

Herzliche Grüße


Marc Sommer,
Geschäftsführer (Vors.)


Maximilian Lang,
Geschäftsführer



1. ZUSAMMENFASSUNG: ERREICHTE ZIELE 2012/2013	6	7. MONITORINGMASSNAHMEN BIS ZUM ABSCHLUSS DES GESCHÄFTSJAHRES	26
2. ÜBER HESSNATUR	8	7.1 BETRIEBSBESUCHE innerhalb der EU	27
2.1 HESSNATUR – Meilensteine	8	7.2 BETRIEBSBESUCHE außerhalb der EU	28
2.2 HESSNATUR – Der ökologische Anspruch	10	7.3 AUDITERGEBNISSE insgesamt	35
3. HESSNATUR – DIE SOZIALSTANDARDS	10	8. MASSNAHMEN ZUR VERBESSERUNG VON SOZIALSTANDARDS 2012/2013	36
4. WIE SETZT HESSNATUR SOZIALSTANDARDS UM?	12	8.1 LIEFERANTEN-Trainings	36
4.1 ZUSAMMENARBEIT mit hessnatur-Lieferanten	13	8.1.1 Day of Social Standards: Peru	36
4.1.1 Die hessnatur-Lieferanten	13	8.1.2 Worker Education Program (Fair Wear Foundation)	36
4.1.2 Auswahl neuer Lieferanten	13	8.1.3 Analyse zum Verhältnis von Produktivität und Gehältern	36
4.1.3 Zusammenarbeit mit Agenten	13	8.2 MULTISTAKEHOLDER-Meeting	36
4.1.4 Lieferanten und Produktionsländer	14	9. KOMMUNIKATION	38
4.1.5 Warum nicht nur Produktion in Europa?	14	9.1 INTERNE Kommunikation	38
4.2 DAS MONITORING-SYSTEM zur Umsetzung von Sozialstandards	14	9.1.1 Schulungen Kundenkontakt	38
4.2.1 Informationsaustausch mit den Lieferanten	16	9.2 EXTERNE Kommunikation	38
4.2.2 Bestätigung der Sozialstandards	16	9.2.1 Kundenrat	38
4.2.3 Betriebskontrollen vor Ort	16	9.2.2 Medienworkshop Sozialstandards in der Bekleidungsindustrie	38
4.2.4 Das Beschwerdesystem	17	9.2.3 „nachzulesende“ Kommunikation	39
4.2.5 Datenmanagement	17	9.2.4 Katalogkommunikation 2012/2013	39
5. ZUSAMMENARBEIT MIT DEM EINKAUF	18	9.2.5 Newsletter	40
5.1 NEUE PROZESSE – Gesamteinkaufsstrategie	18	9.2.6 Sozialstandards bei „Sinnvoll Genießen“	40
5.2 BEREICHSÜBERGREIFEND: Das Lieferantenbewertungsgespräch	18	10. WER MACHT WAS BEI HESSNATUR ?	40
5.3 DER BEREICH Einkauf	20	11. IM INTERVIEW: KRISTIN HECKMANN	42
5.3.1 Integration von Sozialstandards in die Einkaufentscheidungen	20	12. FRAGEN AN HESSNATUR	44
5.3.2 Der hessnatur-Produktionszyklus	20	FAKTEN UND ZAHLEN	46
5.3.3 Never-out-of-Stock-Produkte	21	KENNZAHLEN Trainings	46
6. AKTEURE ZUR ÜBERPRÜFUNG VON SOZIALSTANDARDS VOR ORT	22	IMPRESSUM	48
6.1 DIE FAIR WEAR FOUNDATION	22		
6.1.1 Audits durch die Fair Wear Foundation	22		
6.2 PRÜFUNG durch unabhängige Gutachter und andere Organisationen	24		
6.3 BETRIEBSBESUCHE durch hessnatur	24		
6.4 BESCHWERDEMANAGEMENT	24		

1. ZUSAMMENFASSUNG: ERREICHTE ZIELE 2012/2013

hessnatur blickt auf ein ereignisreiches Jahr zurück. Es hat sich viel bewegt. Die neue Geschäftsführung will Strukturen und Abläufe so aufeinander abstimmen, dass sich hessnatur noch stärker auf Kundenwünsche ausrichten kann. Deshalb hat hessnatur die Erscheinungsweise seiner Kataloge angepasst: Von nun an erscheinen sechs saisonale sowie zwei Home Kataloge mit einem Angebot an Heimtextilien. Damit verbunden sind Veränderungen bei der Kollektionserstellung und den Einkaufsprozessen. Mit dieser „**Vertikalisierung**“ in der **Vertriebsorganisation** stellt sich hessnatur intern wie nach außen noch kundenfreundlicher auf. Die Umstellungen wirken sich auch auf den jährlichen Betriebsablauf aus. Das bedeutet, dass über das Geschäftsjahr bei hessnatur jetzt vom 1. August bis zum 31. Juli eines Jahres berichtet wird. Entsprechend fasst der vorliegende Sozialbericht, analog zum Rumpfgeschäftsjahr von zehn Monaten, den Zeitraum vom 1. Oktober 2012 bis zum 31. Juli 2013 zusammen. Das zwölfmonatige Geschäftsjahr wird der nächste Sozialbericht dokumentieren, der bereits im Oktober 2014 erscheint.

Die Datierung des Geschäftsjahres hat keinen Einfluss auf die inhaltlichen Schwerpunkte des Sozialberichts. Nachhaltiges Handeln ist bei hessnatur strategisch in alle Unternehmensabläufe eingebunden. Und war das vergangene Geschäftsjahr auch verkürzt, so kann sich die Bilanz sehen lassen: **110 von 121 Betrieben liegen in Low-Risk Ländern oder wurden umfassend auditiert.** Damit liegt hessnatur im Rahmen der Kooperation mit der Fair Wear Foundation weiter auf einem sehr hohen Niveau.

Ein Meilenstein des vergangenen Jahres ist der **erste hessnatur Bericht zur Nachhaltigkeit**. In dem Bericht sind alle Geschäftsfelder und Projekte zusammengeführt, die sich auf die vier Säulen: Ökologie, Arbeitsbedingungen, faire Handelsbeziehungen und nachhaltige Produktion beziehen. Bei Betrachtung der

verschiedenen Handlungsfelder sind sowohl die internen wie die externen Anspruchsgruppen einbezogen.

Zudem zeigt die Dokumentation, was hessnatur in den vergangenen Jahren erreicht hat und an welchen Stellen es anzusetzen gilt, um weitere Verbesserungen zu erreichen.

Bei der Definition der ökologischen Richtlinien geht es um Sachfragen, die sich eindeutig bestimmen und klären lassen. Das ist bei den **Sozialstandards** anders. Hier stehen menschliches Handeln und kulturelle Prägungen im Mittelpunkt. Deshalb versteht hessnatur die Verbesserung der sozialen Standards als Prozess. Die Umsetzung der hohen Standards der Fair Wear Foundation werden unabhängig überprüft. Darüber hinaus greift ein hessnatur eigenes Monitoringsystem für Sozialstandards. Kernelemente zur Implementierung und Umsetzung von Sozialstandards sind für hessnatur die Punkte Kommunikation, Stakeholder-Dialog, Verifizierung und Erfassung sowie Implementierung und **kontinuierliche Zusammenarbeit**. Dabei haben persönliche Kontakte und direkte Besuche bei den Lieferanten und Produktionsbetrieben für hessnatur nach wie vor oberste Priorität.

Für hessnatur wie für die gesamte Textilbranche sind **Löhne, Überstunden und Vereinigungsfreiheit** herausfordernde Themen, mit denen sich das Unternehmen intensiv auseinandersetzt. hessnatur initiiert innovative Pilotprojekte, um Lösungsansätze zu finden und diese stufenweise zu verwirklichen. Eines dieser Projekte ist ein Sonderprojekt mit der Fair Wear Foundation in Mazedonien. Ziel des Projektes ist es, durch die Verbesserung von Abläufen im Produktionsprozess die Produktivität zu erhöhen, um zu erreichen, dass die Arbeiter über steigende Löhne am Geschäftserfolg teilhaben. Im kommenden Geschäftsjahr wird hessnatur die gewonnen Erkenntnisse analysieren, um das Konzept weiterzuentwickeln.

Ein weiteres wichtiges Thema war und bleibt die **Arbeitssicherheit in den Produktionsbetrieben**. Ende 2012, also noch vor dem Einsturz des Fabrikgebäudes in Rana Plaza, schickte hessnatur ein Mailing und eine Checkliste zum Thema Brandschutz an alle Lieferanten. Die Checkliste mit Präventivmaßnahmen zum Brandschutz wurde von den Lieferanten positiv aufgenommen und als sehr hilfreich empfunden. Zudem hat sich hessnatur im Mai 2013 dazu entschlossen, als eines der ersten Unternehmen aktiv am globalen Accord für Feuer-



schutz und Gebäudesicherheit in Bangladesch teilzunehmen, obgleich hessnatur dort zur Zeit keine Produktion hat. Dennoch möchte das Unternehmen gemeinsam mit anderen international operierenden Textilherstellern die Sicherheitsstandards vor Ort verbessern.

In einem weiteren Anschreiben hat hessnatur die Kernarbeitsnormen in den Mittelpunkt gestellt. hessnatur bat alle seine Lieferanten um die Dokumentation der Aushänge des geltenden **Verhaltenskodex (CoC)** in den Produktionsstätten. Dies hört sich nach einer kleineren Maßnahme an, dennoch bilden die ausgehängten Kernarbeitsnormen eine wichtige Grundlage und helfen ArbeiterInnen zu einem besseren Verständnis der Sozialstandards.

Der **persönliche Kontakt mit den Lieferanten und Produktionsbetrieben** ist wie bereits erwähnt ein wichtiger und fester Bestandteil der Arbeit für die Verbesserung der Sozialstandards. hessnatur arbeitet eng mit den Lieferanten in so genannten “High Risk“-Ländern. In diesen Ländern werden Gesetze zuweilen seltener geprüft und durchgesetzt. hessnatur ist in die Türkei, nach Bangladesch und Thailand, nach Mazedonien und auch nach Peru gereist, um Produktionsbetriebe vor Ort zu begutachten. Für hessnatur ist ein detaillierter Einblick

in jeden Produktionsbetrieb essentiell. Deshalb wurden in diesem Geschäftsjahr auch Unternehmen in Deutschland und Europa besucht.

Ergänzend zu den Audits und den Besuchen in den Betrieben unterstützt hessnatur **Lieferantenschulungen**, mit denen viele konkrete Verbesserungen in den Produktionsstätten bewirkt werden können. So hat hessnatur seine Lieferanten im vergangenen Jahr bei der Teilnahme an ‘Worker Education Trainings’ der Fair Wear Foundation unterstützt. Zwei chinesische Betriebe haben an diesem wichtigen Training erfolgreich teilgenommen.

Nach dem Erfolg der beiden Thementage, die hessnatur in Deutschland und der Türkei durchgeführt hat, wurde nun ein weiterer ‘Day of Social Standards’ in Peru geplant. Durch das Rumpfgeschäftsjahr 2013 fällt diese Veranstaltung in das nächste Geschäftsjahr 2013/2014. Der kommende Sozialbericht 2013/2014 wird darauf ausführlich eingehen.

Soziale Verantwortung wird nicht nur im Kontakt zu Lieferanten und Produktionspartnern groß geschrieben. hessnatur sorgt auch innerhalb des Unternehmens dafür, dass ein **faïres Miteinander** gelebte Wirklichkeit bleibt. So erhalten alle neuen Mitarbeiter sowie die Kollegen aus den Läden und dem Kundenkontakt eine Einführung zu den sozialen und ökologischen Standards, um sich kritisch mit dem Thema zu befassen. Regelmäßige Schulungen zeigen den Stellenwert und die grundlegende Bedeutung der sozialen Standards für die Unternehmensphilosophie von hessnatur.

Eine **transparente und offene Kommunikation nach innen und außen** genießt bei hessnatur oberste Priorität. Neben der kontinuierlichen Medienansprache, dem Katalog, der Präsenz im Internet und in den sozialen Netzwerken, veranstaltet hessnatur regelmäßig Roadshows: So wurden zusammen mit der Fair Wear Foundation und der Kampagne für saubere Kleidung Journalisten an großen Medienstandorten wie München, Hamburg und Berlin eingeladen, sich kompetent über das Thema Sozialstandards zu informieren.

Nicht zuletzt der **hessnatur Kundenrat** bürgt für einen intensiven Austausch zwischen dem Unternehmen hessnatur und seinen Kunden. Die regelmäßigen Veranstaltungen und ein eigenes Internetforum schaffen zusätzliche Transparenz und führen auf beiden Seiten zu wegweisenden und unerwarteten Erkenntnissen.

Im Gegensatz zu den vorgelagerten Produktionsstufen ist das Nähen der Kleidungsstücke bislang kaum automatisiert und benötigt daher viel Handarbeit, somit liegt der Fokus der Sozialstandards auf der Konfektion.

2. ÜBER HESSNATUR

hessnatur ist der führende Anbieter für konsequent natürliche Bekleidung und Textilien in Deutschland, Österreich und der Schweiz, mit Firmensitz in Butzbach (Hessen) und einer Tochtergesellschaft – der Hess Natur-Textilien AG – in der Schweiz. Das Produktangebot von hessnatur umfasst neben Oberbekleidung für Damen, Herren und Kinder auch Nacht- und Unterwäsche, Heimtextilien, Babykleidung sowie Schuhe und Accessoires. Vertriebskanäle sind Katalog, Onlineshop und drei Läden in Butzbach, Hamburg und München sowie ein Outlet in Butzbach. hessnatur, 1976 von Heinz Hess in Bad Homburg (Hessen) gegründet, zeichnet sich durch einen ganzheitlichen Ansatz aus. Respekt vor Mensch und Natur gleichermaßen, die Verpflichtung zu konsequent ökologischer und sozialer Fertigung von qualitativ hochwertigen und langlebigen Produkten sowie eine transparente und offene Kommunikation mit Kunden, Lieferanten, Mitarbeitern und der Öffentlichkeit stehen beispielhaft für die Unternehmensphilosophie.

2.1 HESSNATUR – Meilensteine



Heinz Hess und Sohn Matthias, 1976. (Bild: privat)

1976 GRÜNDERJAHRE

Die Geburt seines ersten Sohnes ist der Gründungsimpuls: Heinz Hess entwickelt die Vision von konsequent natürlicher Kleidung. 1976 gründet er zusammen mit seiner Frau Dorothea die Firma als Versand für „naturgemäße Waren“ und bringt die erste Babykollektion auf den Markt.

Der Unternehmer baut ein Netzwerk von engagierten Herstellern auf, mit deren Hilfe hessnatur den gesamten Herstellungsprozess entlang der textilen Kette nachhaltig gestalten und über drei Jahrzehnte hinweg ökologisch optimieren kann – vom Anbau der textilen Faser über die Garnerzeugung bis hin zur Verarbeitung der Textilien.

Mit seinen ökologischen Qualitätsrichtlinien schafft das Unternehmen Vorbilder, an denen sich heute auch der konventionelle Markt orientiert (mehr zu den ökologischen Qualitätsrichtlinien in Kapitel 5).

1991 NATÜRLICHE ROHSTOFFE

Für seine Textilien verwendet hessnatur ausschließlich natürliche pflanzliche und tierische Fasern, vorzugsweise aus kontrolliert biologischem Anbau oder kontrolliert biologischer Tierhaltung.

Den Grundstein für die kontrolliert biologische Rohstoffgewinnung legt hessnatur in den 1990er Jahren: Um den ständig wachsenden Bedarf an schadstofffreien Naturfasern zu decken, initiiert Heinz Hess mit der ägyptischen Sekem-Farm **1991 das weltweit erste Biobaumwoll-Anbauprojekt.**

Da er keine Investoren finden kann, finanziert er das Vorhaben mit eigenen Mitteln. Das Projekt wird Vorbild für weitere ökologische, soziale und kulturelle hessnatur-Projekte auf der ganzen Welt.



1993 NEUE WEGE

1993 gründet hessnatur in der Schweiz die Hess Natur-Textilien AG (Langenthal) mit eigener Kundenbetreuung und legt mit dem ausländischen Tochterunternehmen den Grundstein für sein zukünftig internationales Wachstum. Mit der **Liveschaltung seines Onlineshops 1997** beschreitet das Naturmodelabel kurze Zeit später einen Vertriebsweg, über den hessnatur heute knapp 50 % seines Umsatzes generiert.

2006 erfolgt schließlich der Schritt des schwerpunktmäßig im Versandhandel tätigen Unternehmens zum **Stationärvertrieb**: Am Firmenhauptsitz in Butzbach gründet hessnatur seinen 1.200 Quadratmeter großen Laden, weitere Ladengeschäfte in Hamburg (Oktober 2007) und München (Oktober 2008) folgen. Der Einstieg in den US-amerikanischen Markt noch im gleichen Jahr bedeutet für das Naturmodelabel einen wichtigen Schritt in Sachen Imagebildung und Markenbekanntheit. Anfang 2013 zieht sich hessnatur aus dem amerikanischen Markt zurück, um sich auf das Wachstum in Deutschland, Österreich, der Schweiz und weiteren europäischen Märkten zu konzentrieren.

1995 STIL & MODE

Mitte der 1990er Jahre ändert sich die Designausrichtung: vom Nimbus der Öko-Kleidung hin zu einer tragbaren Mode für alle. Durch Qualität, Design, Langlebigkeit und Deklaration der Textilien gelingt hessnatur der Wandel vom tradierten Öko-Image hin zu farbenreicher, stilvoller und hochwertiger Naturtextilkleidung.

III Unternehmerisches Engagement & Auszeichnungen

1996 „Organic Textile Award“ der „International Federation of Organic Agricultural Movements“ (IFOAM), für die Initiierung des weltweit ersten Biobaumwoll-Anbauprojektes.

1997 Internationaler Designpreis des Landes Baden-Württemberg für das hessnatur-Brautkleid und die zugrunde liegende Produktphilosophie.



Das ausgezeichnete Brautkleid von hessnatur – ein Entwurf aus dem Jahre 1996. (Bild: hn)

1998 Auszeichnung „Faktor 4+“ im Rahmen der internationalen „Faktor 4+“-Messe in Klagenfurt für die Longlife-Kollektion als beispielhafte Verbesserung von Ressourcen-Produktivität.

Jury: wissenschaftliches Kuratorium unter Leitung von Ernst-Ulrich von Weizsäcker, Wuppertal Institut für Klima, Umwelt und Energie GmbH.

1999 Publikumspreis beim Wettbewerb „Hidden Champions“ der Hessischen Landesregierung und des Verbandes Hessischer Unternehmer.

Ausstellung des Brautkleides von hessnatur im Design Museum London im Rahmen des internationalen Design-Wettbewerbes „Design Sense“.

2000 Goldmedaille im Rahmen von „Rhön – Region der Zukunft“: Das Rhönschaf-Wollprojekt von hessnatur ist zentraler Bestandteil des Arbeitskreises „Innovation und Arbeitsplätze“ des Wettbewerbsbeitrages.

2003 „Katalog des Jahres“ für Spitzenleistungen der kreativen und verkäuferischen Präsentation, verliehen von der Branchenfachzeitschrift „Der Versandhausberater“.

2005 Gütesiegel „Vorreiter Ethischen Handelns“ für herausragendes ökologisches

und soziales Engagement, verliehen von der „Ethics in business“-Kommission unter der Schirmherrschaft von Ulrich Wickert.

2006 Zertifikat „Audit Beruf und Familie“, überreicht von Bundesfamilienministerin Ursula von der Leyen. Gemeinsam mit seinen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern hat hessnatur Ziele definiert, die es Mann und Frau gleichermaßen ermöglichen, Beruf und Familie unter einen Hut zu bringen.

2007 „Engagiertes Unternehmen – Impulse für Hessen“ im Rahmen des Hessentags als Unternehmen des Monats Juli. Damit zeichnet die Hessische Landesregierung hessnatur aufgrund seines beispielhaft gemeinnützigen Engagements im Rahmen des Hessentags 2007 aus

2008 Public Eye Positive Award, unter anderem für die beispielhafte Partnerschaft mit der Schweizer Entwicklungsorganisation Helvetas für Bio- und Fairtrade-Baumwolle aus Afrika.

Deutscher Nachhaltigkeitspreis in der Kategorie „Deutschlands nachhaltigster Einkauf“ als Anerkennung der vorbildlichen ökologischen und sozialen Wertschöpfung des Unternehmens.



Erster deutscher Marketingpreis für innovatives nachhaltiges Marketing (MINNE), zu dem neben umweltverträglichen Produktionsprozessen und der effizienten Ressourcennutzung ein kontinuierliches wirtschaftliches Wachstum und die innovative Nutzung neuester Medien zählen.

2009 und 2011 Goldmedaille „Nachhaltiges Einzelhandelsunternehmen“ des Bundesverbandes Verbraucher Initiative. Der Verband untersucht regelmäßig umfassend und branchenübergreifend die sozialen und ökologischen Aktivitäten des Einzelhandels.

2013 Erfolgreiche Re-Auditierung von „Beruf und Familie“



Um in Sachen Design neue Zeichen zu setzen, verpflichtet hessnatur von **2008 bis 2012** den aus Mallorca stammenden Modedesigner **Miguel Adrover als Kreativdirektor.**

2010 ruft hessnatur den ersten europäischen Designpreis für nachhaltige Mode ins Leben, den **Humanity in Fashion Award** (HIFA), der jährlich an einen grünen Nachwuchsdesigner vergeben wird.



Installation im Rahmen des Humanity in Fashion Award. (Bild: Krause/hn)

2002 SOZIALE STANDARDS

Die Einhaltung sozialer Standards ist seit der Gründung von hessnatur grundlegender Bestandteil der Unternehmensphilosophie. Seit jeher besteht mit den Lieferanten des Unternehmens eine Vereinbarung zur Wahrung eines Verhaltenskodex. Um die Kontrolle der sozialverträglichen Arbeitsbedingungen in den Nähereien auch von unternehmensunabhängiger Seite zu gewährleisten und die Arbeitsbedingungen für außenstehende Interessengruppen transparent und nachvollziehbar zu machen, startet hessnatur die Zusammenarbeit mit Multi-Stakeholder-Initiativen:

2002 entwickelt das Unternehmen mit Hilfe der „Kampagne für saubere Kleidung“ (Clean Clothes Campaign) ein Kontrollsystem, das faire Arbeitsbedingungen nachhält und sicherstellt. hessnatur bekennt sich in seinem Verhaltenskodex zu den Kernarbeitsnormen der Internationalen Arbeitsorganisation (IAO) der Vereinten Nationen. Dazu gehören unter anderem das Verbot von Kinderarbeit, existenzsichernde Löhne, menschenwürdige Arbeitsbedingungen, Versammlungsrecht und Diskriminierungsverbot.

2005 tritt hessnatur als erstes deutsches Unternehmen der niederländischen Fair Wear Foundation bei, die neben den Produktionsstätten auch hessnatur selbst jährlich auf die Einhaltung der sozialen Standards hin überprüft und das Unternehmen auditiert.

III Die stetige Weiterentwicklung von hessnatur

seit 1976	seit 1985	seit 1990	seit 1995	seit 2002	seit 2007
1. Phase	2. Phase	3. Phase	4. Phase	5. Phase	6. Phase
Schwerpunkt Material Wolle, Seide, Baumwolle und Leinen	Schwerpunkt Ausrüstung des Endproduktes Kein Kunstharz (Formaldehyd), Neemausrüstung (natürlicher Mottenschutz)	Schwerpunkt Rohstoffe Baumwollanbau, Produktionsstufen	Schwerpunkt Qualität und Transparenz Qualität, Deklaration	Schwerpunkt Marke & Sozialstandards „Saubere“ Produktion, Expansion	Schwerpunkt Mode

2.2 HESSNATUR – Der ökologische Anspruch

hessnatur verwendet ausschließlich reine, hochwertige Naturfasern wie Schurwolle, Baumwolle oder Leinen, die vorzugsweise aus kontrolliert-biologischem Anbau bzw. kontrolliert-biologischer Tierhaltung stammen. Damit verbunden ist z.B. der Verzicht auf künstliche Düngemittel, gesundheitsschädliche Entlaubungsmittel und Pestizide. Auch die weitere Verarbeitung der Fasern erfolgt nach hohen ökologischen Anforderungen. So wird unter anderem konsequent auf chemische Hochveredelungen wie Mottenschutz- oder Pflegeleichtausrüstungen, Chlorbleiche oder die Verwendung optischer Aufheller verzichtet. Der Ausschluss schädlicher bzw. belastender Substanzen im Faseranbau und in der Textilproduktion leistet einen aktiven und messbaren Beitrag zum Schutz der Umwelt und der Arbeiter und Arbeiterinnen in der Herstellung.

Die feinen Strickmuster der Alpaka-Produkte werden in Handarbeit gefertigt.

3. HESSNATUR – DIE SOZIALSTANDARDS

Die Anforderungen an eine sozial gerechte Produktion hat hessnatur in eigenen Sozialstandards für alle Lieferanten zusammengefasst. Sie basieren auf den Kernarbeitsnormen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) und regeln explizit die Arbeitsbedingungen bei den Zulieferern (siehe Kasten).

Seit 2005 ist hessnatur Mitglied der international tätigen Fair Wear Foundation (kurz FWF; mehr Infos zur FWF gibt es im Internet unter www.fairwear.nl). Im Rahmen der Mitgliedschaft wurde ein Monitoringsystem für die Sicherstellung der Sozialstandards in den Konfektionsbetrieben entwickelt und im Unternehmen verankert. Verantwortlich für die Umsetzung und Kontrolle der Sozialstandards bei hessnatur ist der Bereich Corporate Responsibility, geleitet von Rolf Heimann.

Die Fair Wear Foundation, die von Vertretern aus Gewerkschaften, Nicht-Regierungs-Organisationen und Herstellerverbänden getragen wird, begleitet die Arbeit von hessnatur und prüft und bewertet sie auf ihre Richtigkeit. Zusätzlich wird die Umsetzung der Sozialstan-

III Die Sozialstandards von hessnatur

1. Freiwillige Beschäftigung

Es darf keine Zwangsarbeit, einschließlich Sklaven- oder Gefängnisarbeit geben (ILO-Konventionen 29 und 105). Die ArbeitnehmerInnen dürfen nicht gezwungen werden, eine „Kauti-on“ oder Identitätspapiere beim Arbeitgeber abzugeben.

2. Keine Diskriminierung bei der Beschäftigung

Es ist für Chancengleichheit und Gleichbehandlung zu sorgen, ungeachtet der Rasse, der Hautfarbe, des Geschlechts, der Religion, der politischen Meinung, der Nationalität, der sozialen Herkunft oder anderer Unterscheidungsmerkmale (ILO-Konventionen 100 und 111).

3. Keine Kinderarbeit

Es darf nicht auf Kinderarbeit zurückgegriffen werden. Es werden nur ArbeitnehmerInnen eingestellt, die älter als 15 Jahre sind oder das Pflichtschulalter überschritten haben (ILO-Konvention 138). Gegebenenfalls zu entlassenden KinderarbeiterInnen sind ausreichende finanzielle Übergangshilfen und angemessene Bildungsmöglichkeiten anzubieten.

4. Achtung der Vereinigungsfreiheit und des Rechtes auf Tarifverhandlungen

Das Recht aller ArbeitnehmerInnen, Gewerkschaften zu gründen und ihnen beizutreten und das Recht auf Tarifverhandlungen wird anerkannt (ILO-Konventionen 87 und 98). Die ArbeitnehmervertreterInnen dürfen nicht diskriminiert werden und müssen Zugang zu allen erforderlichen Arbeitsplätzen haben, damit sie

ihre Vertretungsfunktion wahrnehmen können (ILO-Konvention 135 und Empfehlung 143). Im Falle, dass das Recht auf Vereinigungsfreiheit und Kollektivverhandlungen durch Gesetze unterbunden ist, soll der Arbeitgeber eine positive Haltung gegenüber der Arbeit von Gewerkschaften einnehmen sowie deren Aktivitäten hinsichtlich einer Organisation der Beschäftigten gegenüber offen sein.

5. Zahlung ausreichender Löhne

Die Löhne und sonstigen Leistungen für eine normale Arbeitswoche müssen zumindest den gesetzlichen oder für die Industrie geltenden Mindestlöhnen entsprechen. Als Anforderung mit Prozesscharakter sollen die Löhne ausreichen, um die Grundbedürfnisse der ArbeitnehmerInnen und ihrer Familien zu erfüllen und darüber hinaus einen Betrag zur freien Verfügung zu enthalten. Es müssen alle möglichen Maßnahmen ergriffen werden, um dieses Ziel zu erreichen. Weder sind Abzüge von Löhnen als Strafmaßnahme erlaubt noch sind Abzüge ohne die ausdrückliche Erlaubnis der betreffenden ArbeitnehmerInnen gestattet, die nicht durch die nationalen Gesetze begründet sind. Alle ArbeitnehmerInnen erhalten schriftliche und verständliche Informationen über die Lohnbedingungen vor Aufnahme der Arbeit und über die genauen Angaben zu ihrem Lohn für jeden Auszahlungszeitraum.

6. Keine überlangen Arbeitszeiten

Die Arbeitszeiten sind im Einklang mit den geltenden Gesetzen und Normen der Branche festzulegen. Von den ArbeitnehmerInnen darf nicht

verlangt werden, dass sie durchschnittlich mehr als 48 Stunden pro Woche arbeiten und innerhalb eines Zeitraums von 7 Tagen müssen sie mindestens einen freien Tag haben. Überstunden müssen freiwillig sein, dürfen 12 Stunden pro Woche nicht übersteigen, dürfen nicht regelmäßig angeordnet werden und müssen immer mit einer Mehrarbeitszulage zum Lohn kompensiert werden.

7. Menschenwürdige Arbeitsbedingungen

Es ist für eine sichere und hygienische Arbeitsumgebung zu sorgen und der größtmögliche Gesundheits- und Sicherheitsschutz am Arbeitsplatz ist zu fördern, und zwar unter Berücksichtigung der aktuellen Kenntnisse der Industriebranche und etwaiger spezifischer Gefahren. Körperliche Misshandlung, Androhungen von körperlicher Misshandlung, unübliche Strafen oder Disziplinarmaßnahmen, sexuelle und andere Belästigungen sowie Einschüchterungen durch den Arbeitgeber sind streng verboten.

8. Geregeltes Beschäftigungsverhältnis

Die arbeits- und sozialrechtlichen Verpflichtungen gegenüber den Beschäftigten, die sich aus dem regulären Beschäftigungsverhältnis ergeben, dürfen nicht umgangen werden durch einseitige, nur die Beschäftigten bindende Verträge oder durch Ausbildungsprogramme, die nicht wirklich auf die Vermittlung von Fähigkeiten oder eine reguläre Beschäftigung abzielen. Jüngere ArbeitnehmerInnen sollen die Gelegenheit erhalten, an Ausbildungs- und Schulungsprogrammen teilzunehmen.

SOZIAL

*Durch einen existenzsichernden Lohn
kann eine Näherin und ihre
Familie von ihrem Verdienst leben.*

dards in Deutschland durch ein sogenanntes Multistakeholder-Gremium begleitet, um so nationale Interessensgruppen einzubinden. Neben der Fair Wear Foundation und hessnatur sind in diesem Gremium die Kampagne für saubere Kleidung, die IG-Metall und weitere deutsche Mitgliedsunternehmen vertreten.

hessnatur-Sozialstandards und gesetzliche Regelungen

Die Sozialstandards von hessnatur regeln viele Punkte, die in den Produktionsländern auch von der lokalen Gesetzgebung abgedeckt werden – und nicht immer stimmen die Regelungen überein.

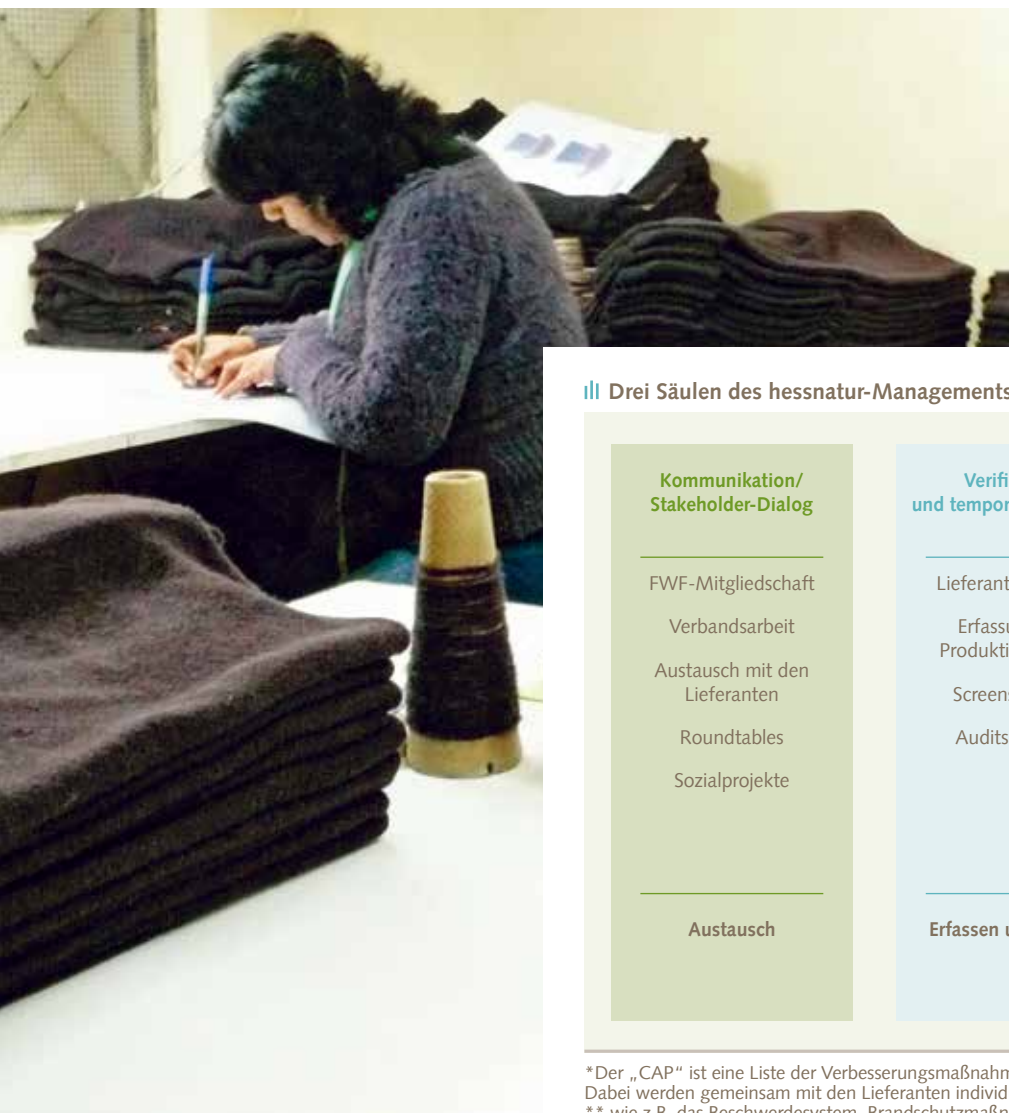
Bei Unterschieden zwischen den hessnatur Sozialstandards und den Landesgesetzen gilt grundsätzlich: Die strengere Regelung geht vor.

Manchmal allerdings steht die lokale Gesetzgebung im Widerspruch zu den hessnatur Sozialstandards. So gibt es z.B. Länder, in denen die

Gewerkschaftsfreiheit gesetzlich beschränkt ist. In solchen Ländern versucht hessnatur gemeinsam mit der Fair Wear Foundation Alternativen zu finden und neue Wege zu gehen. Zum Beispiel im Bereich Gewerkschaftsfreiheit: In „Workers’ Trainings“ werden die Arbeiter von FWF-Fachleuten über ihre Rechte und die Möglichkeiten, diese in Anspruch zu nehmen, informiert. Das Einrichten von betriebsinternen Beschwerdesystemen fördert zusätzlich den Dialog zwischen Arbeitern und Management.

4. WIE SETZT HESSNATUR SOZIALSTANDARDS UM?

Die Arbeit bei hessnatur in Bezug auf Sozialstandards basiert auf drei Säulen. Alle zahlen darauf ein, die Arbeitsbedingungen der Arbeiter vor Ort in den Nähereien zu verbessern und der Verantwortung gerecht zu werden.



Die Produkte von hessnatur durchlaufen mehrstufige Qualitätskontrollen.

III Drei Säulen des hessnatur-Managementsystems für Sozialstandards



*Der „CAP“ ist eine Liste der Verbesserungsmaßnahmen, die im Betrieb umgesetzt werden müssen. Dabei werden gemeinsam mit den Lieferanten individuelle Lösungen für die jeweiligen Betriebe erarbeitet.
** wie z.B. das Beschwerdesystem, Brandschutzmaßnahmen, etc.

4.1 ZUSAMMENARBEIT mit hessnatur-Lieferanten

4.1.1 Die hessnatur-Lieferanten

Grundlage für die Zusammenarbeit mit den Lieferanten ist der Aufbau einer stabilen, langjährigen Partnerschaft. 88 Prozent der 85 hessnatur-Lieferanten arbeiten mit hessnatur länger als ein Jahr zusammen. Mit 65 Prozent der Lieferanten hat hessnatur sogar eine Zusammenarbeit, die seit fünf Jahren oder länger besteht. Das ist notwendig, denn die hessnatur-Hersteller sind in der Regel echte Spezialisten für die Verarbeitung von bestimmten Naturfasern wie Seide oder für einzelne Produktgruppen: Strickpullover zum Beispiel, Strumpfwaren oder Jacken und Mäntel. Über Jahre wird in der Zusammenarbeit ein hohes ökologisches und verarbeitungstechnisches Know-how aufgebaut. Deshalb gilt für hessnatur auch: Können und Qualität sind für wichtiger als der günstigste Preis.

4.1.2 Auswahl neuer Lieferanten

Obwohl es stets das Ziel von hessnatur ist, dauerhaft mit den Lieferanten zusammenzuarbeiten, ist manchmal der Wechsel zu neuen Produzenten notwendig. Dies kann zum Beispiel wegen der hohen Qualitätsansprüche von hessnatur, technischer Voraussetzungen oder Änderungen in der Sortimentsgestaltung der Fall sein. Neue Lieferanten werden sehr sorgfältig ausgewählt. Es gibt eine zwischen Geschäfts-

führung, Einkauf und Corporate Responsibility klar vereinbarte Lieferanten-Policy, die zum Beispiel vorsieht, dass hessnatur in bestimmten Ländern nur in Verbindung mit einem sozialen Projekt produzieren lässt (siehe Bangladesch). Grundsätzlich gilt: Bevor die Zusammenarbeit beginnt, werden die Betriebe von hessnatur-Mitarbeitern besucht. Dabei wird überprüft, ob der Produzent die qualitativen ökologischen und sozialen Anforderungen von hessnatur erfüllen kann. Hierzu gibt es ebenfalls einen zwischen Einkauf und Corporate Responsibility vereinbarten Ablauf. Dieser sieht unter anderem vor, dass keine Erstproduktion startet, bevor der Bereich Corporate Responsibility den Lieferanten nicht geprüft und freigegeben hat.

4.1.3 Zusammenarbeit mit Agenten

In bestimmten Produktionsländern, wie in der Türkei, in Italien, Portugal, Thailand und Peru, arbeitet hessnatur mit Agenten vor Ort zusammen. Sie organisieren und betreuen die Produktion für hessnatur und sind wichtige Ansprechpartner für die Produzenten. Die Vermittler werden deshalb zu den ökologischen und sozialen Anforderungen von hessnatur intensiv geschult. Dies geschieht sowohl bei hessnatur, als auch direkt vor Ort in den Produktionsbetrieben. Außerdem arbeiten sie besonders eng mit den jeweiligen hessnatur-Spezialisten – Einkäufern, Qualitätssicherung, Corporate Responsibility – zusammen.

III Anzahl der Nähereien pro Produktionsland, Stand 22.10.2013

EU-Länder	Anzahl der Nähereien	Nicht-EU-Länder	Anzahl der Nähereien
Bulgarien	1	Belarus	1
Deutschland	26	Bosnien	1
Frankreich	3	Brasilien	1
Irland	1	China	10
Italien	4	Indien	2
Litauen	5	Kroatien	2
Österreich	2	Mazedonien	4
Polen	6	Mongolei	1
Portugal	3	Nepal	2
Rumänien	3	Peru	10
Schottland	1	Thailand	3
Slowenien	1	Türkei	17
Tschechien	7	Ukraine	1
Ungarn	3		
Insgesamt	66	Insgesamt	55

4.1.4 Lieferanten und Produktionsländer

Im Geschäftsjahr 2012/2013 hat hessnatur mit 85 Bekleidungslieferanten und dabei insgesamt 121 Nähereien zusammengearbeitet. 55 Prozent der Produktionsbetriebe befinden sich innerhalb von EU-Mitgliedsstaaten.

Die Anzahl von Lieferanten ergibt sich aus dem breiten Produktangebot von hessnatur, von Oberbekleidung für Damen, Herren und Kinder bis hin zu Babykleidung und Heimtextilien. Hinzu kommt die bereits erwähnte Spezialisierung der Hersteller auf bestimmte Naturfasern oder Produktgruppen, die für eine ökologisch und verarbeitungstechnisch hochwertige Produktion notwendig ist.

4.1.5 Warum nicht nur Produktion in Europa?

Viele Spezialisten für die Verarbeitung spezieller Fasern sind vor allem in deren Anbauländern zu finden. So bezieht hessnatur etwa aus China hauptsächlich Artikel aus landestypischen Fasern wie Seide, Hanf und Edelhaaren wie Kaschmir. Sowohl die Gewinnung als auch die Verarbeitung dieser Fasern findet heute zu großen Teilen in China statt, so dass sie in anderen Produktionsländern kaum erhältlich sind. Kompetenzzentren für die Verarbeitung von Baumwolle liegen heute zum Beispiel in der Türkei, für die Konfektion von Jersey und Nachtwäsche im Baltikum. Gleichzeitig werden zunehmend Konfektionsbetriebe gerade auch in Deutschland geschlossen. Fachliches Know-how geht verloren. hessnatur arbeitet eng mit den deutschen Produktionsstätten zusammen, um wo möglich Kompetenzen zu erhalten. Wenn sich hessnatur für die Produktion in außereuropäischen Ländern entscheidet, dann werden die Arbeitsbedingungen in den Betrieben sehr intensiv geprüft, neue Lieferanten besonders sorgfältig ausgewählt. Außerdem engagiert sich das Unternehmen in Förderprojekten.

So kooperiert hessnatur zum Beispiel in Nepal mit dem Verein Nepra e.V. aus Deutschland, der sich um Lepra erkrankte Menschen kümmert, die von der dortigen Gesellschaft ausgegrenzt werden. In den Werkstätten des nepalesischen Partnervereins New SADLE arbeiten an Lepra erkrankte und gesunde Menschen zusammen. Sie erhalten freie medizinische Versorgung, Kinderbetreuung und Bildungsangebote. hessnatur hat die Produktion bei der Umstellung der Handfärberei auf schadstofffreie Farben unterstützt und textiltechnisches Know-how geschult. Zudem lässt hessnatur dort jährlich Textilproduk-

te wie Tücher oder Pashmina-Schals für die Kollektionen anfertigen, die für ihre besondere Qualität bekannt sind und durch deren Verkauf das Projekt New SADLE unterstützt wird.

4.2 DAS MONITORING-SYSTEM zur Umsetzung von Sozialstandards

Im Gegensatz zu den vorgelagerten Produktionsstufen wie Spinnen, Stricken oder Färben ist das Nähen der Kleidungsstücke bislang kaum automatisiert. Es ist viel Handarbeit nötig, oft bei hohem Zeit- und Kostendruck. Hierauf gilt es, besonderes Augenmerk zu legen. Textilien sind, neben beispielsweise Schuhen, Accessoires und Pflegemitteln, das Kerngeschäft von hessnatur. Ca. 92 % des Umsatzes werden damit erwirtschaftet. Durch Betriebsbesuche und Audits werden die Fortschritte in den Nähereien dokumentiert und nachgehalten.

Eine weitere Besonderheit bei hessnatur ist, dass der Aspekt der sozialen Verantwortung – entsprechend des holistischen Ansatzes – auch den Bereich der Ökologie umfasst. So können Bauern beispielsweise bessere Lebensbedingungen garantiert werden, wenn sie auf den kontrolliert biologischen Anbau von Naturfasern oder die kontrolliert biologische Tierhaltung für tierische Fasern und Produkte umstellen. Dieses Beispiel zeigt, dass die Bereiche Ökologie und Soziales in einem direkten Zusammenhang stehen und ganzheitlich betrachtet werden müssen. Weitere Informationen finden Sie in dem hessnatur Bericht zur Nachhaltigkeit (Seite 54ff).

Das heißt:

- hessnatur sorgt für die Umsetzung und die Kontrolle der Sozialstandards in den Nähereien.
- Die Fair Wear Foundation prüft die Arbeit von hessnatur und führt im Auftrag von hessnatur Audits in den Produktionsstätten durch.
- Die neutrale Beschwerdestelle sorgt für zusätzliche Sicherheit für die Arbeiter.

Zum Managementsystem für Sozialstandards gehören für hessnatur:

- Die umfassende Information der Produzenten über die Standards, Umsetzungsmöglichkeiten und das Monitoringsystem,
- die schriftliche Bestätigung der Produzenten, dass die Sozialstandards akzeptiert und eingehalten werden,
- das regelmäßige Durchführen von Betriebskontrollen,
- die Einführung des FWF-Beschwerdesystems in den Nähereien,
- die Verwaltung und Auswertung der Daten aus dem Monitoring.

III Die textile Kette am Beispiel eines T-Shirts



1. DER ANBAU DER BIO-BAUMWOLLE
In der ökologischen Produktion stammt das Saatgut aus kontrolliert biologischem Anbau. Die Achtung der Fruchtfolge, die Verwendung von Naturdüngern und natürlicher Schädlingsbekämpfung sowie die Erhaltung von Sozialstrukturen sind maßgeblich.

4. DIE VEREDELUNG
Gemäß der hessnatur-Richtlinien wird ausschließlich mit Sauerstoff gebleicht, ohne schwermetallhaltige Farbstoffe gefärbt und auf Wasserbasis gedruckt. Die Eigenschaften des Stoffes werden rein mechanisch optimiert, z.B. durch Kalandern. Die Textilien sind giftfrei.



2. DAS GARN
Bei der Garnherstellung wird darauf geachtet, dass es zu keinerlei Kontaminierung mit konventionellen Fasern kommt. Das gewünschte Ergebnis wird ohne Zusatzstoffe erzielt. Die Betriebsrichtlinien unterliegen den strengen hessnatur-Standards.

5. DIE KONFEKTION
In dieser Produktionsphase herrscht hoher Zeit- und Lohn- druck, die Menschen arbeiten vielfach unter katastrophalen Bedingungen. hessnatur pflegt engen Kontakt zu den Lieferanten und achtet auf die verbindliche Einhaltung der strengen Richtlinien.



3. DER STOFF
Bei der Herstellung des Stoffes werden die Garne durch natürliche Schlichtemittel vor Abrieb und Zerreißen geschützt. Darüber hinaus werden Recyclingsysteme eingesetzt und jedes Abwasser passiert eine mindestens zweistufige Kläranlage.

6. DER TRANSPORT
hessnatur hat seinen Produktionsschwerpunkt in Europa. Dank der hessnatur-Richtlinien wird auf chemische Konservierung verzichtet. Kurze Wege und eine umweltfreundliche Verpackung ergänzt den letzten Schritt des Artikels bis zum Kunden.



2-4 Hohe Automatisierung und wenig Handarbeit / 5 Geringe Automatisierung und viel Handarbeit

III Kernelemente der Sozialstandards



4.2.1 Informationsaustausch mit den Lieferanten

Die Information der Lieferanten ist die Basis für die gemeinsame Umsetzung der Sozialstandards in den Nähereien. Neue Lieferanten werden besonders informiert. Neben den Standards selbst erhalten alle Lieferanten weitere Informationen zum Monitoringsystem von hessnatur und zu den Anforderungen und Aufgaben, die sich daraus für sie ergeben. Fragen werden im direkten Gespräch mit den hessnatur-Ansprechpartnern geklärt. Gleichzeitig werden von den Lieferanten umfassende Informationen über die Nähereien zur Verfügung gestellt (z.B. zur Anzahl der Mitarbeiter, Umsetzungsstand der Sozialstandards etc.). Diese Angaben dienen als Planungsgrundlage für die Monitoringmaßnahmen.

4.2.2 Bestätigung der Sozialstandards

Die hessnatur-Sozialstandards werden jedem Produzenten übergeben und müssen von diesem schriftlich bestätigt werden. Ohne Bestätigung keine Zusammenarbeit! Außerdem erhält jeder Betrieb eine Version der Sozialstandards in der jeweiligen Landessprache, die zur Information der Mitarbeiter ausgehängt werden muss.

4.2.3 Betriebskontrollen vor Ort

Die Betriebskontrollen sind umfassende „Momentaufnahmen“ der Umsetzung der Sozialstandards in den Betrieben. Sie sind die Grundlage für eine intensive weitere Arbeit an den Standards. Im Rahmen der Betriebskontrollen werden sowohl die Arbeitssicherheit überprüft als auch die Dokumentation im Betrieb: Arbeitsverträge, Lohnabrechnungen, Versicherungsunterlagen und die Arbeitszeit. Bei Audits der Fair Wear Foundation werden zusätzlich Interviews mit den ArbeiterInnen geführt. Neben den Audits der Fair Wear Foundation und anderer unabhängiger Gutachter führt hessnatur zunehmend eigene Betriebsbesuche durch, bei denen der hessnatur-Screen dazu dient, die Sozialstandards weiter zu implementieren. Vordringlich werden Betriebe kontrolliert, die sich in kritischen Produktionsländern befinden sowie besonders wichtige hessnatur-Lieferanten. Außerdem wird kontrolliert, wenn es bei einer Näherei Hinweise auf Probleme im Betrieb

III Einfache Maßnahmen mit großer Wirkung

Bei den Betriebsbesuchen im vergangenen Geschäftsjahr ist positiv aufgefallen, dass inzwischen häufiger ergonomische Fußmatten ausgelegt werden. Das ist sehr erfreulich, da diese nachweislich die Gelenke schonen und Verkrampfungen der Füße und Beine vorbeugen. Gerade für die Angestellten am Zuschneidetisch, am Bügelbrett und an der vollautomatischen Flachstrickmaschine sind diese Fußmatten daher sehr wertvoll. Für die Betriebe bedeutet das zunächst hohe Beschaffungskosten, die sich allerdings recht schnell auszahlen.

Mit diesen positiven Beispielen können auch andere Lieferanten ermutigt werden, indem aufgezeigt werden kann, welche große Wirkung einfache Verbesserungsmaßnahmen im Bereich Arbeitsschutz auf die Gesundheit am Arbeitsplatz und auch die produktive Arbeit der Angestellten haben.

gibt – zum Beispiel durch Beschwerden von Mitarbeitern.

Mit den Betriebskontrollen wird festgestellt, wo in Nähereien Verbesserungsbedarf besteht. Im Anschluss eines Besuches wird auf Basis des Auditberichts ein sogenannter „Corrective Action Plan“ erstellt – kurz „CAP“. Der „CAP“ listet die Verbesserungsmaßnahmen auf, die im Betrieb umgesetzt werden müssen, unabhängig davon, ob das Audit von der FWF oder von hessnatur durchgeführt worden ist. Dabei werden gemeinsam mit den Lieferanten individuelle Lösungen für die jeweiligen Betriebe erarbeitet. Dazu gehört ein klar definierter Zeitplan, der festlegt, welche Maßnahmen bis wann erledigt sein müssen. hessnatur vereinbart die Umsetzung des Corrective Action Plan mit dem Lieferanten. Dieser berichtet in regelmäßigen Abständen über den Stand der Umsetzung und dokumentiert Fortschritte. Darüber hinaus finden im Nachgang Überprüfungen vor Ort statt – entweder durch ein FWF-Audit-Team oder durch hessnatur-Mitarbeiter.

Die vollständige Umsetzung der Sozialstandards in einem Betrieb ist ein Prozess, der je nach den Rahmenbedingungen des jeweiligen Herstellungslandes mehrere Monate bis Jahre in Anspruch nehmen kann. Bei einer unvollständigen Erfüllung der Sozialstandards hilft und unterstützt hessnatur bei der Umsetzung, um so die Situation im Betrieb zu verbessern und faire Arbeitsbedingungen durchzusetzen. Nur wenn dies nicht gelingt oder bei grundlegenden Verstößen gegen die hessnatur-Sozialstandards wird die Zusammenarbeit mit dem Lieferanten beendet.

Normalerweise werden Betriebsbesuche von hessnatur geplant, festgelegt und dann vor Ort durchgeführt. Zusätzlich gibt es das sogenannte „Verification Audit“. Das Verification Audit der FWF unterscheidet sich von einem „normalen“ Audit insofern, als dass nicht hessnatur, sondern die Fair Wear Foundation den

Lieferanten auswählt und den Termin des Betriebsbesuches festlegt. So wird nicht nur die Umsetzung der Sozialstandards im Betrieb und die Leistung des Lieferanten vor Ort überprüft, sondern auch die Arbeit von hessnatur.

4.2.4 Das Beschwerdesystem

Das FWF-Beschwerdesystem dient als zusätzliche Sicherung der Sozialstandards, indem es den ArbeiterInnen in den Betrieben die Möglichkeit gibt, sich bei Problemen an einen neutralen Ansprechpartner außerhalb des Betriebes zu wenden. Diese Beschwerdemanager werden von der Fair Wear Foundation ausgebildet. Sie prüfen die Beschwerden und geben sie über die FWF in Amsterdam weiter an hessnatur. hessnatur entwickelt dann gemeinsam mit dem Lieferanten und seinen Mitarbeitern eine Lösung.

Das System wird in den Betrieben vorgestellt und der Ansprechpartner vor Ort wird bekannt gegeben. Das geschieht auf drei Wegen:

- Im Rahmen von Betriebsaudits der Fair Wear Foundation,
- durch Besuche der FWF-Ansprechpartner in den Betrieben,
- durch Bekanntgabe der Ansprechpartner und ihrer Kontaktdaten auf den Aushängen der hessnatur-Sozialstandards in der jeweiligen Landessprache.

Darüber hinaus fördert hessnatur betriebsinterne Beschwerdeverfahren und den Dialog zwischen Management und ArbeiterInnen. Zu diesem Thema hat hessnatur im Geschäftsjahr 2011/2012 eine Bachelor-Arbeit betreut. Der Schwerpunkt der Arbeit lag auf der Analyse von Beschwerdemanagementsystemen in der Textilindustrie. Auf Basis der Rechercheergebnisse wurden Optimierungspotenziale für die Branche sowie für hessnatur erarbeitet. Im nächsten Geschäftsjahr werden diese Themen eine große Rolle einnehmen und die Analyseergebnisse werden auf die Praxis übertragen.

4.2.5 Datenmanagement

Die Daten aus dem hessnatur-Monitoringsystem – zum Beispiel die Adressen der Nähereien, Daten und Ergebnisse der Betriebskontrollen – werden in einem speziell dafür entwickelten EDV-Managementsystem erfasst und verwaltet. So kann Transparenz in der Wertschöpfungskette sichergestellt werden. Weiter gibt das Datenmanagement hessnatur die Möglichkeit mit den Lieferanten langfristig an der Umsetzung der Sozialstandards zu arbeiten und die nach Betriebsbesuchen gefassten Arbeitsaufträge abzuarbeiten.

Die Daten werden selbstverständlich vertraulich behandelt.

Der Einsatz von ergonomischen Fußmatten in den Produktionsschritten, in denen die Arbeiter viel stehen, wie am Bügelbrett oder am Packtisch, entlastet nachweislich die Gelenke.



5. ZUSAMMENARBEIT MIT DEM EINKAUF

Allgemein gilt: Alle Mitarbeiter von hessnatur werden schon bei ihrem Einstieg mit den Besonderheiten von hessnatur vertraut gemacht und erhalten eine Schulung zu den sozialen und ökologischen Standards. Außerdem werden neue MitarbeiterInnen im Zuge der regelmäßig stattfindenden Grundlagenschulungen über die Sozialstandards und das Monitoringprogramm informiert.

Zusätzlich werden für andere Bereiche, deren Arbeit unmittelbar von den Sozialstandards berührt wird, weitergehende Informationen zur Verfügung gestellt. Dies gilt sowohl im Bereich Einkauf und damit in der Kommunikation zum Lieferanten als auch in der Kundenkommunikation und im Laden. So kann eine effektive Zusammenarbeit gesichert werden.

Im nächsten Geschäftsjahr sind weitere intensive Schulungen mit dem Einkauf geplant.

5.1 NEUE PROZESSE – Gesamteinkaufsstrategie

In diesem Geschäftsjahr entwickelt hessnatur im Rahmen einer mittelfristigen Planung ein Tool zur Planung des Rohwaren-Sourcings und der Lieferantenstruktur.

Kernelemente sind zum einen die Material-Beschaffung und zum anderen die Lieferanten-Planung.

Dieses strategische Projekt muss vor dem Hintergrund veränderter Marktbedingungen gesehen werden. Es zeichnet sich ein Wandel des textilen Beschaffungsmarktes vom Kunden zum Anbieter (Lieferanten) ab. Diese Entwicklung lässt sich an den stetig steigenden Preisen sowohl der Materialien als auch der

Das alte Wissen über die Gewinnung der Flachfasern wird dank des Hessen-Leinen-Projekts wiederbelebt.



Produktionskosten ablesen. Durch die hohen Qualitätsanforderungen entwickelt sich die Materialauswahl zu einer besonderen Herausforderung für hessnatur. Zudem bedingt das Anforderungsprofil von hessnatur Materialien eine weitere Limitierung des verfügbaren Materials. So sind die Lieferanten, mit denen hessnatur zusammenarbeitet, Spezialisten auf ihrem Gebiet. Mit einigen Partnern wurden besondere Materialien (wie zum Beispiel das hessnatur Mongolen-Merino) und Ausrüstungsverfahren (Bienenwachs-Beschichtung) über einen längeren Zeitraum entwickelt. Dies kann mit einer relativen Abhängigkeit auf beiden Seiten einher gehen. Sollte ein Lieferant wegfallen oder die Nachfrage von hessnatur dessen Kapazitäten übersteigen, ist es schwer, zeitnah alternative Lieferanten zu finden. Auf der anderen Seite wäre der Lieferant so auch von der wirtschaftlichen Situation von hessnatur abhängig.

hessnatur hat deshalb eine Bestandsaufnahme gemacht und auf Basis von Expertise und Prognosen genau definiert, welche Länder und Materialien weiter ausgebaut oder gehalten werden sollen, bzw. wo ein Engagement weniger zielführend ist.

Das Ergebnis ist eine klare Orientierung auf die Produktion in Europa und eine Fokussierung auf Länder und Regionen, in denen besondere Materialien ihren Ursprung haben bzw. das Know-how zu finden ist.

Aufbauend auf diese Analyse und vor dem Hintergrund des Einsatzes für einen fairen und nachhaltigen Umgang mit den Lieferanten wurden von einem Experten-Team, dass sich aus dem einen Geschäftsführer und den beiden Leitern aus Einkauf und Corporate Responsibility zusammensetzt, zwei Grundregeln aufgestellt: Ein Lieferant soll nie mehr als 30 Prozent an dem hessnatur Sortiment haben und wiederum der Anteil von hessnatur an der Produktion eines Lieferanten sollte 30 Prozent nicht übersteigen.

Darüber hinaus wurde ein Tool mit Kriterien zur genauen Bewertung der einzelnen Lieferanten entwickelt, welches zukünftig dem Lieferantenbewertungsgespräch zugrunde liegt.

5.2 BEREICHSÜBERGREIFEND: Das Lieferantenbewertungsgespräch

Jeweils zu den zwei Hauptsaisons im Jahr gibt es ein Lieferantenbewertungsgespräch. Daran nehmen verschiedene Bereiche wie Einkauf, Technik, Finanzbuchhaltung und Corporate Responsibility – zuständig für die Umsetzung

ÖKOLOGISCH

*Unser Schwerpunkt für die
Produktion liegt in Europa.
Für besondere Materialien gehen
wir in ihre Ursprungsländer
oder Regionen.*

der Sozialstandards und die ökologische Qualität der Materialien – teil. Bei diesem Termin werden die verschiedenen Aspekte der Zusammenarbeit bewertet: War die Qualität in Ordnung? Hat der Lieferant pünktlich geliefert? Gab es Schwierigkeiten bei den Arbeitsbedingungen, zum Beispiel Beschwerden von Arbeitern aus dem Betrieb oder Auffälligkeiten bei einer Betriebskontrolle? Schließlich wird gleichberechtigt darüber entschieden, ob die Zusammenarbeit mit einem Lieferanten weiter aus- oder abgebaut wird.

5.3 DER BEREICH Einkauf

Neben den vielen anderen Bereichen bei hessnatur ist der Einkauf besonders wichtig. Dem Einkaufsleiter unterstellt sind die EinkäuferInnen für die verschiedenen Materialien, die Disposition, die Technik sowie das Einkaufs-Controlling. Gerade die EinkäuferInnen arbeiten intensiv mit den hessnatur-Lieferanten zusammen. Sie entscheiden auf Basis des Lieferantenbewertungsgesprächs, welcher Lieferant welche Produkte für hessnatur produzieren darf. Um Sozialstandards bei den Lieferanten und ihren Produktionsorten sicherzustellen, arbeitet der Bereich Corporate Responsibility eng und kooperativ mit dem Bereich Einkauf zusammen. Im Falle eines verabredungswidrigen Verstoßes eines Lieferanten gegen die hessnatur-Standards hat Corporate Responsibility das Recht und die Pflicht, darauf hinzuweisen und die Aufträge gegebenenfalls stoppen zu lassen.

5.3.1 Integration von Sozialstandards in die Einkaufentscheidungen

Zwischen den allgemeinen Abstimmungen ist eine tägliche Abstimmung zwischen den verschiedenen Kollegen, speziell aus den Bereichen Einkauf und Corporate Responsibility, notwendig. Maßnahmen bei Lieferanten werden zwar allgemein festgelegt – individuelle Lösungen müssen dennoch immer wieder neu gefunden werden. Die enge Zusammenarbeit im Hause hessnatur ist Grundlage.

• Ablauf bei der Auswahl neuer Lieferanten

Es müssen viele Vorbedingungen erfüllt sein, bevor hessnatur die Entscheidung trifft, mit einem neuen Lieferanten zusammen zu arbeiten. Das Finden eines neuen Lieferanten, der zu hessnatur passt, ist Aufgabe des Einkaufs. Nur wenn auch die Sozialstandards geprüft wurden, kann ein Lieferant ein neuer Lieferant für hessnatur werden.

• Lieferantenleitfaden

Der Lieferantenleitfaden ist das Basiswerk für jeden Lieferanten. Dort steht alles über die Anforderungen von hessnatur. Seien es die ökologischen Kriterien, die Lieferanforderungen, Einkaufsbedingungen oder Sozialstandards. Der Lieferantenleitfaden muss von jedem Lieferanten von hessnatur unterschrieben werden. Ohne Unterschrift keine Zusammenarbeit! Darauf achten gemeinsam der Bereich Einkauf und der Bereich Corporate Responsibility.

• Auditplanung

Zu Beginn jedes Jahres wird der neue Auditplan erstellt. Darin zu erkennen ist, wann welcher Lieferant wie auf Sozialstandards kontrolliert, besucht und informiert werden soll. Der Plan wird stets mit dem Einkauf abgestimmt. Dabei achtet hessnatur darauf, dass sowohl das Management als auch die Mitarbeiter eines Unternehmens die Zeit finden, sich ausführlich mit den sozialen Standards zu beschäftigen.

5.3.2 Der hessnatur-Produktionszyklus

Seit mehr als eineinhalb Jahren wird der Kollektionserstellungsprozess von der Produktentwicklung bis hin zur Warenauslieferung bei hessnatur kontinuierlich optimiert. Ziel ist es, alle Aktivitäten rund um den Kollektionserstellungsprozess bestmöglich zu koordinieren, um die planmäßige Fertigstellung der Kollektion und deren Auslieferung sicherzustellen. Rund zehn Bereiche arbeiten dabei Hand in Hand: Geschäftsführung, Category Management, Design, CR, Einkauf, Technik, PR, Mediendesign, E-Commerce und Vertrieb. Ein wichtiges Controlling-Instrument für die Gewährleistung eines effizienten und reibungslosen Ablaufs im saisonalen Kollektionserstellungsprozess ist der Terminrahmenplan. Dieser beinhaltet klar definierte Meilenstein-Termine und Aufgaben und schafft somit für alle involvierten Bereiche Verantwortlichkeit, Verbindlichkeit und Transparenz im Tagesgeschäft. In wöchentlichen Meetings wird der aktuelle Soll-Ist-Status besprochen. Falls erforderlich,



werden frühzeitig Steuerungsmaßnahmen eingeleitet, um die geplanten Termine einhalten zu können.

Damit verbunden ist zusätzlich die kontinuierliche Verbesserung interner Abläufe, um auf der einen Seite extreme Arbeitsbelastungen zu Hoch-Zeiten und Doppel-Arbeit zu reduzieren und um auf der anderen Seite eine hohe Dispositionssicherheit und eine optimale Belieferung der Kunden zu erzielen. Dabei wird hessnatur ab der kommenden Saison mit einer neuen PDM (Produktdatenmanagement) – Software unterstützt. Ab diesem Geschäftsjahr erfolgt die Katalogplanung pro Saison mit drei Hauptkatalogen und einem Home-Katalog im neuen Layout und Bildsprache zu drei unterschiedlichen Auslieferungsterminen. In der folgenden Übersicht ist der Kollektionserstellungsprozess am Beispiel der Frühjahr/Sommer Saison dargestellt.

III Der Kollektionserstellungsprozess

Meilenstein-Termine	Zeitraum
Kollektionsentwicklung	Februar bis März/April
Lieferantenbewertungsgespräch	März
Konzeptpräsentationen	April
Erstmusteranprobe/Erstmusterbeurteilung	Mai bis Juli
Finale Artikelauswahl	Juni/Juli
Bestellfreigabe für die gesamte Saison	August
Foto- und Katalogproduktion	August bis Dezember
Warenanlieferung	November/Dezember
Katalogversand	Anfang Januar

5.3.3 Never-out-of-Stock-Produkte

Neben dem oben beschriebenen Produktionszyklus hat hessnatur seit dem Geschäftsjahr 2011/2012 „Never-out-of-Stock Produkte“ (kurz NOS). NOS Artikel sind Produkte, wie zum Beispiel T-Shirts, die fortlaufend im Sortiment angeboten werden. Dies lässt den Lieferanten seine Produktionsabläufe zeitlich besser planen. Durch die gleichmäßige Produktionsauslastung werden saisonale Schwankungen abgeschwächt und die Hochzeiten der Fertigung entlastet.

Das Never-out-of-Stock-Programm bietet den Lieferanten eine bessere Planungsmöglichkeit, so können Produktionsspitzen ausgeglichen werden.

6. AKTEURE ZUR ÜBERPRÜFUNG VON SOZIALSTANDARDS VOR ORT

Neben den Lieferantenbesuchen und Kontrollen, die durch hessnatur durchgeführt werden, werden auch externe, unabhängige Gutachter und Instanzen beauftragt. Im Folgenden werden diese vorgestellt. Im Speziellen wird auf die Fair Wear Foundation und ihr Vorgehen bei der Auditierung eingegangen. Zudem werden der hessnatur-Screen und das Beschwerdemanagement vorgestellt.

6.1 DIE FAIR WEAR FOUNDATION



Die Fair Wear Foundation – kurz FWF – ist eine internationale Organisation mit Sitz in den Niederlanden. Sie hat das Ziel, Arbeitsbedingungen in der Bekleidungsherstellung zu verbessern und die gemeinschaftliche soziale Verantwortung zu fördern. Unternehmen, die der FWF beitreten, verpflichten sich, die Sozialstandards in ihren Herstellungsbetrieben umzusetzen und zu kontrollieren.

Das Besondere an der FWF: Sie ist eine so genannte Multistakeholder-Organisation, d.h. es sind alle Gruppen als Mitglieder vertreten, die mit der Bekleidungsherstellung zu tun haben: Nicht-Regierungs-Organisationen (NGO's), Gewerkschaften, Wirtschaftsverbände, Hersteller und Händler. Dadurch wird eine möglichst breite Teilhabe aller Stakeholder oder Betroffenen am Verbesserungsprozess der Arbeitsbedingungen in der Bekleidungsherstellung ermöglicht.

Die FWF hat eigene Sozialstandards entwickelt, die auf den Kernarbeitsnormen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) basieren und die hessnatur übernommen hat. Bei Unterschieden oder Widersprüchen zwischen den FWF-Standards und der lokalen Gesetzgebung gelten die jeweils höheren Anforderungen. Die sozialen Standards und die Anforderungen an deren Umsetzung sind im „Arbeitsverhaltenskodex der FWF“ zusammengefasst. Mitglieder der FWF stimmen diesem Kodex und der Überprüfung seiner Einhaltung durch die FWF formell zu.

Die Grundsätze des FWF-Arbeitsverhaltenskodex sind:

- Hersteller sind verantwortlich für die Zulieferkette.
- die Arbeitsstandards entsprechen den weithin akzeptierten ILO-Konventionen und der universellen Menschenrechtsdeklaration der UN.
- die Umsetzung der Standards wird als Prozess verstanden, der mehrere Jahre in Anspruch nehmen kann.
- lokale Beteiligte werden bei der Auditierung und bei Korrekturmaßnahmen einbezogen.
- die Umsetzung des Arbeitsverhaltenskodex durch die Mitglieder wird unabhängig überprüft („externe Überprüfung“ oder „Verifizierung“).

Die FWF führt nicht nur Audits in den Zulieferbetrieben durch. Jedes Mitglied muss regelmäßig Bericht über Fortschritte oder Missstände an die FWF erstatten. Zusätzlich findet regelmäßig eine Prüfung des Mitgliedsunternehmens statt.

Besonderheiten der Fair Wear Foundation:

Audits, d.h. Betriebskontrollen, werden durch lokale, von der FWF geschulte Audit-Teams aus dem jeweiligen Produktionsland durchgeführt. Sie sind fester Bestandteil des Monitoringsystems von Sozialstandards bei hessnatur. Dadurch können kulturelle und regionale Besonderheiten berücksichtigt werden. Die Kommunikation wird einfacher, das Vertrauen ist größer als gegenüber landesfremden Personen. Oft wissen die ArbeitnehmerInnen sehr wenig über ihre Rechte und Pflichten. Die FWF informiert darüber im Rahmen von Worker Trainings. Ein neutrales Beschwerdesystem ermöglicht es den ArbeitnehmerInnen, sich bei Problemen an kompetente Ansprechpartner vor Ort zu wenden.

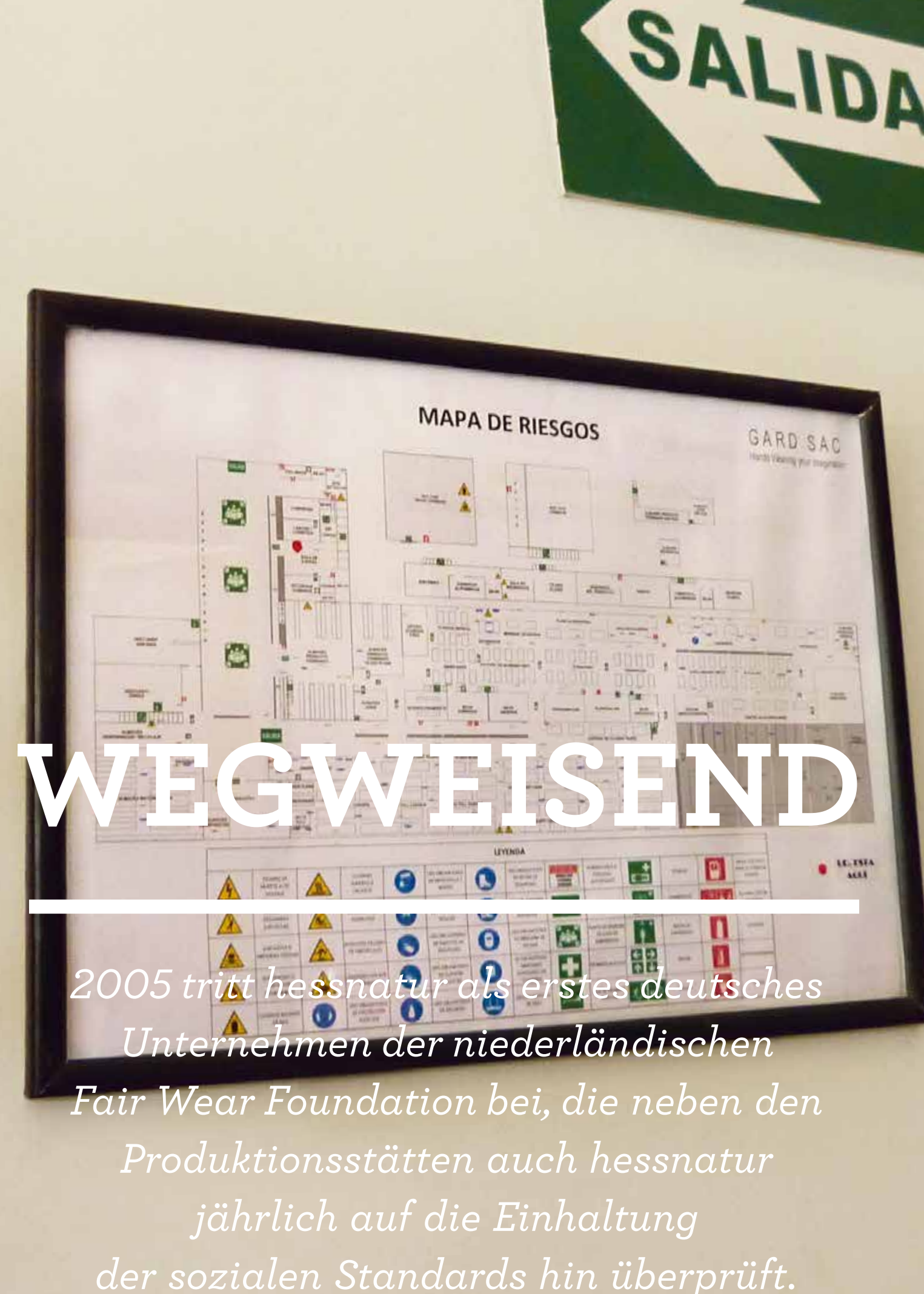
Der Auditbericht des Teams der Fair Wear Foundation geht nur an hessnatur und wird dem Produktionsbetrieb anschließend weitergeleitet.

Während des Audits muss das Management des Betriebes anwesend sein. Das Audit-Team muss Zugang zum Betrieb und allen anderen wichtigen Einrichtungen bekommen.

6.1.1 Audits durch die Fair Wear Foundation

Ein Audit-Team besteht in der Regel aus drei Inspektoren: Einem Dokumentenprüfer, einem

Während der Besuche der Produktionsstätten werden unter anderem die Brandschutzmaßnahmen angesehen, wie hier die Notausgangsbeschriftung und der Evakuierungsplan.



2005 tritt hessnatur als erstes deutsches Unternehmen der niederländischen Fair Wear Foundation bei, die neben den Produktionsstätten auch hessnatur jährlich auf die Einhaltung der sozialen Standards hin überprüft.

Prüfer für Arbeitssicherheit (Health & Safety) sowie einem Inspektor für Mitarbeiterinterviews. Ein Audit dauert ca. eineinhalb bis zwei Tage. Die folgenden Gespräche und Untersuchungen werden während des Audits durchgeführt:

- Gespräche mit dem Management und dessen Mitarbeitern,
- Gespräche mit einigen Arbeitern im Betrieb; ein Teil dieser Gespräche wird üblicherweise außerhalb des Betriebes durchgeführt,
- Gespräche mit lokalen Gruppen wie z.B. Gewerkschaften, anderen Organisationen, die sich mit der Thematik beschäftigen, Wirtschaftsverbänden und lokalen Behörden,
- Inspektion von Firmenunterlagen, insbesondere in Verbindung mit Lohnabrechnung, Einstellung von Mitarbeitern und Arbeitszeiterfassung,
- Inspektion der Sicherheit & Gesundheit am Arbeitsplatz.

Bevor das Audit-Team seinen Bericht an hessnatur gibt, bespricht es die Auditergebnisse mit dem Management des besuchten Betriebes. Wenn die Arbeitsbedingungen im Betrieb den Sozialstandards nicht entsprechen, erstellt das Team Empfehlungen für Verbesserungen („Corrective Action Plan“, kurz CAP). Diese werden ebenfalls mit dem Betrieb besprochen. Nach dem Audit ist eine Vereinbarung zwischen dem Betrieb und hessnatur über notwendige Verbesserungen vorgesehen. Das bedeutet, es wird ein Zeitrahmen vereinbart, in dem der Corrective Action Plan umgesetzt wird. Die Umsetzung wird durch einen Nachfolgebesuch der Fair Wear Foundation oder durch ein weiteres Audit überprüft. Die Einhaltung der international anerkannten Sozialstandards ist für hessnatur und seine Kundinnen und Kunden selbstverständlich. Diese Art der Zusammenarbeit ist ein bedeutender Teil der Marke und damit unverzichtbar für hessnatur. Die Lieferanten werden von hessnatur als konstruktive Geschäftspartner angesehen, die diese Werte teilen und hessnatur beim Monitoring von Sozialstandards und bei der Umsetzung der Verbesserungsvorschläge tatkräftig unterstützen.

6.2 PRÜFUNG durch unabhängige Gutachter und andere Organisationen

Seit 2009 fordert hessnatur alle Lieferanten auf, ausführlich über ihre Beachtung und Umsetzung der Sozialstandards zu berichten. So kann sowohl der Kontakt mit den Lieferanten konti-

nuierlich intensiviert sowie das Bewusstsein für gerechte Arbeitsbedingungen gestärkt werden. Viele Lieferanten haben hessnatur mitgeteilt, dass in ihren Betrieben bereits Sozialaudits durchgeführt wurden, in einigen Fällen durch international anerkannte und unabhängige Organisationen. Soweit die Lieferanten einverstanden waren, wurden diese Ergebnisse von hessnatur geprüft und bei der Umsetzung der Sozialstandards vor Ort berücksichtigt. So können Doppel-Auditierungen vermieden und Kosten sowie Zeit für alle Seiten gespart werden.

6.3 BETRIEBSBESUCHE durch hessnatur

Der hessnatur-Screen, ein Verfahren für Betriebskontrollen durch hessnatur-Mitarbeiter, wurde im Jahr 2008 entwickelt. Der EDV-gestützt hessnatur-Screen wird nach jedem Betriebsbesuch optimiert und den Bedingungen vor Ort sowie den Ansprüchen von hessnatur angepasst. Durch verschiedene Betriebsbesuche hat sich der hessnatur-Screen als wertvolle Ergänzung und Zuarbeit zu den Audits der FWF bewährt.

III Der hessnatur-Screen

hessnatur will die Produzenten nicht nur gut kennen, sondern sie auch selbst ganz genau „unter die Lupe nehmen“. Deshalb überzeugen sich die verantwortlichen Mitarbeiter selbst und vor Ort von der Umsetzung der hessnatur Standards. hessnatur-Fachleute prüfen die Einhaltung der Sozialkriterien in ausführlichen Betriebsbegehungen, bei denen Arbeitssicherheit und Dokumentation kontrolliert werden.

Der „hessnatur-Screen“ reicht vom korrekten Anbringen der Feuerlöscher bis hin zur Überprüfung der Arbeitsverträge.

Und: Der persönliche Kontakt schafft die Basis für eine vertrauensvolle Zusammenarbeit und die Möglichkeit Verständnis für Sozialstandards zu schaffen.

6.4 BESCHWERDEMANAGEMENT

Alle hessnatur-Lieferanten erhalten zu Beginn der Zusammenarbeit den Arbeitsverhaltenskodex. Inhalt ist neben den acht Sozialstandards in der Landessprache auch der Kontakt für eventuelle Beschwerden. Weiter müssen alle Lieferanten und Verantwortliche für Produktionsorte bestätigen, dass die Sozialstandards eingehalten werden und der Arbeitsverhaltenskodex für die Mitarbeiter im Betrieb aushängt. Um die Informationen der Mitarbeiter in den Betrieben nachhaltig zu sichern, wird jedem

einzelnen Produktionsbetrieb einmal im Jahr der Arbeitsverhaltenskodex zugesandt. Nur wenn die Sozialstandards und der Kontakt für eventuelle Beschwerden ausgehängt sind, können Mitarbeiter vor Ort auch Beschwerden einreichen.

So gingen bei hessnatur im Geschäftsjahr 2012/2013 zwei offizielle Beschwerden ein. Zwei Vorfälle erreichten hessnatur nach Audits oder durch Anrufe von Arbeitern. Im Folgenden werden die Beschwerden und das weitere Vorgehen kurz dargestellt.

Nach einem Sozialaudit in einer türkischen Produktionsstätte wurde einer Arbeiterin ohne nachvollziehbare Begründung gekündigt. Ihrer Meinung nach stand dies in direktem Zusammenhang mit ihrer Teilnahme an einem Interview während des Audits.

In engem Austausch mit der FWF konnte geklärt werden, dass dies nicht der Grund war und dass der Arbeiterin der ausstehende Lohn und die Überstunden gezahlt wurden. Die Beschwerde konnte abgeschlossen werden.

(Fair Wear Foundation Beschwerde – Datum der Berichterstattung: 27. August 2013)

Eine weitere Beschwerde ging von einem türkischen Arbeiter ein, dem der Besuch bei dem Fabrikarzt untersagt wurde und dem keine Zeit für außerbetriebliche Arztbesuche eingeräumt wurde. Die Gespräche mit der Betriebsärztin und dem Management führten bisher noch nicht zu einer Klärung des Sachverhalts. hessnatur arbeitet mit einem anderen FWF Mitglied an der Lösung dieses Falles.

Von Arbeitern einer chinesischen Fabrik gingen nach dem Audit mehrere Anrufe bei der „Helpline“ ein. Unter anderem ging es darum, dass der Jahresbonus genutzt wurde, um den Jahresurlaub der Arbeiter zu bezahlen. Korrekterweise müsste der Jahresurlaub jedoch unabhängig vom Bonus vergütet werden.

Zusammen mit einem weiteren FWF Mitglied ist hessnatur derzeit in Kontakt mit der Produktionsstätte, um den Sachverhalt zu klären und gemeinsam eine Lösung zu finden.

Keine Beschwerde, aber leider ein unglücklicher Fall von Missverständnissen und schlechter Kommunikation zwischen Management und Arbeitern zeigt folgender Fall: In einer chinesischen Produktionsstätte beklagte sich eine Arbeiterin, dass sie nach krankheitsbedingtem Ausfall nicht wieder auf ihren eigentlichen Arbeitsplatz zurückkehren durfte, sondern andere Tätigkeiten verrichten sollte, die ihrer Meinung nach schlechter bezahlt wurden. Die Werksleitung erklärte, dass diese Arbeit getan werden müsse und zu ihren Aufgaben gehört. Sie weigerte sich jedoch und kündigte den Job.

Gemeinsam mit einem weiteren FWF Mitglied arbeitet hessnatur an diesem Fall. Die Arbeiterin wollte nicht zurück in das Unternehmen. hessnatur konnte den Lieferanten für ein Training (WEP) gewinnen, mit dem Ziel die Kommunikation zwischen den Ebenen und im Betrieb zu verbessern.

Zusätzlich gab es im vergangenen Geschäftsjahr einen Sonderfall, als ein türkischer Fabrikbesitzer das Unternehmen von einem Tag auf den anderen verlassen hat. Zu diesem Zeitpunkt standen die Löhne bereits drei Monate aus.

Eine hessnatur Mitarbeiterin war in den ersten Stunden vor Ort und konnte so den ArbeiterInnen als Ansprechpartnerin zur Seite stehen und zur Klärung beitragen. hessnatur reagierte sofort, indem Waren bezahlt wurden, damit die Arbeiter Geld bekamen. Die offenen Bestellungen konnten zu einer anderen Produktionsstätte verschoben werden, in der so zwölf NäherInnen aus dem vorherigen Betrieb eine

Ein essentielles Element des Beschwerdesystems ist die sogenannte „Beschwerde-Box“. Diese sollte an einem offen zugänglichen Ort angebracht sein, den alle Arbeiter ohne Umstände erreichen können.



neue Beschäftigung gefunden haben. Alle weiteren Löhne oder sozialen Leistungen wurden zusammengetragen und auf den aktuellen Produktionsteil von hessnatur umgerechnet. Das CR-Team von hessnatur wird sicherstellen, dass alle Arbeitnehmer ihren Teil der Zahlung erhalten.

hessnatur bewertet die Entwicklung des Beschwerdesystems als ein positives Zeichen. Es zeigt auf, dass die Trainings und Schulungen fruchten und die ArbeiterInnen ein stärkeres Bewusstsein für ihre Rechte und Pflichten haben und so dieses Beschwerdesystem nutzen und Vorfälle meldet.

7. MONITORINGMASSNAHMEN BIS ZUM ABSCHLUSS DES GESCHÄFTSJAHRES

Kontrollen der Sozialstandards werden bei hessnatur im Rahmen des Monitoringsystems durchgeführt. Dieses auf drei Kernelementen basierende System wurde bereits ausführlich geschildert. In dem folgenden Kapitel geht es nun um die Umsetzung und Maßnahmen vor Ort bei den einzelnen Lieferanten. Je nach Umfang der Verbesserungsmaßnahmen kann deren Umsetzung viele Monate in Anspruch nehmen. Die folgenden Betriebsstätten und Produktionsorte hat hessnatur im Geschäftsjahr 2012/2013 an der Umsetzung von Ergebnissen aus Betriebsbesuchen gearbeitet. Die Implementierung der Ergebnisse aus den Betriebsbesuchen erfolgt unabhängig davon, ob der Lieferant von der Fair Wear Foundation, hessnatur, einem unabhängigen Gutachter oder einer international anerkannten Organisation besucht wurde.

Bevor die detaillierten Ergebnisse der einzelnen Audits vorgestellt werden, hier eine Übersicht zum Status Quo.

Anzahl der auf Sozialstandards kontrollierten Produktionsbetriebe, Stand 22.10.2013

EU-Länder	Anzahl der Nähereien in dem Land insgesamt	Anzahl der auf Sozialstandards kontrollierten Betriebe	Nicht-EU-Länder	Anzahl der Nähereien in dem Land insgesamt	Anzahl der auf Sozialstandards kontrollierten Betriebe
Bulgarien	1		Belarus	1	1
Deutschland	26	6	Bosnien	1	1
Frankreich	3		Brasilien	1	
Irland	1		China	10	9
Italien	4		Indien	2	1
Litauen	5		Kroatien	2	
Österreich	2		Mazedonien	4	3
Polen	6		Mongolei	1	1
Portugal	3		Nepal	2	Sozialprojekt
Rumänien	3	2	Peru	10	5
Schottland	1		Thailand	3	1
Slowenien	1		Türkei	17	13
Tschechien	7		Ukraine	1	1
Ungarn	3				
Insgesamt	66	8	Insgesamt	55	36
entspricht 14%			entspricht 63%		
Dies entspricht einer Auditierung von 95% des Einkaufswerts (FOB).					

Im Folgenden sind die detaillierten Auditergebnisse bei den Betriebsbesuchen tabellarisch dargestellt. Diese umfassen alle in den letzten drei Jahren stattgefundenen Betriebsbesuche. Stand: 22.10.2013.

Die aufgeführten Prozentzahlen geben an, wie viele der beim letzten Audit aufgetretenen Befunde bislang behoben bzw. verbessert werden konnten. Bei Ländern mit mehr als einem auditierten Betrieb wird der Durchschnittswert aller Audits angegeben.

Da die Anzahl und das Ausmaß der Befunde sowie die erforderliche Umsetzungsdauer für die Verbesserungsmaßnahmen stark variieren können, kann dieser Wert nicht für einen Vergleich der Länder miteinander oder für einen Jahresvergleich herangezogen werden. Hat beispielsweise ein Betrieb einen kleinen Befund noch nicht bereinigt, so hätte dieser einen Umsetzungsgrad von 0%, wäre aber dennoch auf einem wesentlich besseren Niveau als ein Betrieb mit zehn Befunden, von denen bisher 50% bereinigt wurden.

Bewertungs-Kennzahlen

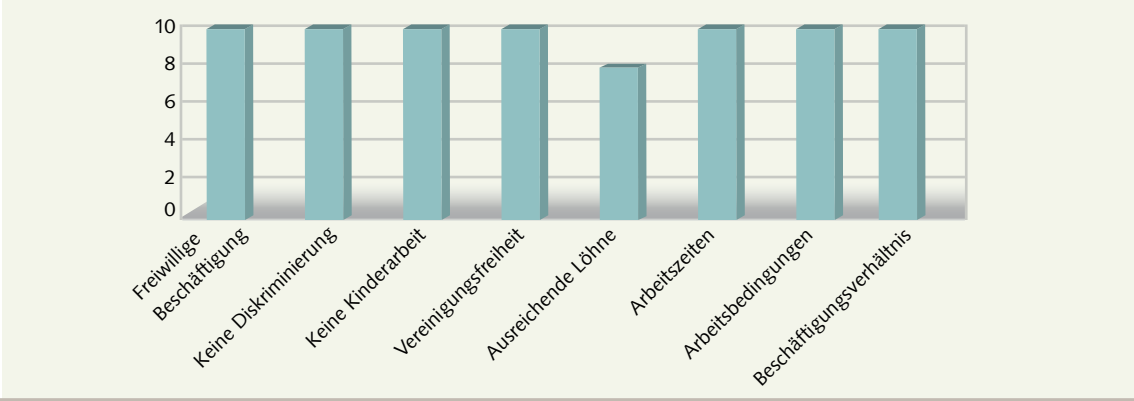
- 10 100% zufriedenstellendes Ergebnis
- 8 kleinere Mängel, die leicht zu verbessern sind
- 6 Mängel, die mittelfristig zu verbessern sind
- 4 Mängel, die nur mit großem Zeitaufwand behoben werden können
- 2 Mängel, die trotz Aufforderung nicht behoben wurden
- 0 keine Kooperationsbereitschaft

7.1 BETRIEBSBESUCHE innerhalb der EU

DEUTSCHLAND

Anzahl der Nähereien in dem Land INSGESAMT	Anzahl der auf Sozialstandards kontrollierten Betriebe			Stand der Umsetzung von Verbesserungsmaßnahmen (Ø)
	FWF	Andere	hessnatur	
26			6	83%

Ergebnisse der Betriebsbesuche



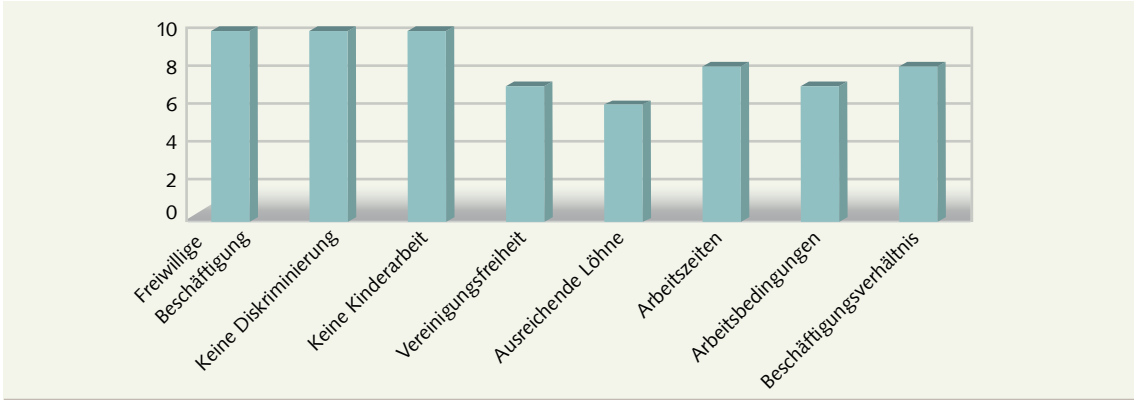
In **Deutschland** ist das Thema Sozialstandards glücklicherweise durch Gesetze geregelt und wird in den Konfektionsbetrieben gewissenhaft umgesetzt. So werden Sozialabgaben und Steuern ordnungsgemäß abgeführt und Brandschutzvorschriften eingehalten. Ein Punkt, an dem generell in allen Ländern gearbeitet wer-

den muss, ist das Thema existenzsichernder Löhne. In Deutschland ist die Debatte um die Einführung von Mindestlöhnen gerade im vergangenen Jahr intensiv diskutiert worden. Generell sind die Löhne in den deutschen Produktionsbetrieben mit denen hessnatur zusammenarbeitet dennoch in Ordnung.

RUMÄNIEN

Anzahl der Nähereien in dem Land INSGESAMT	Anzahl der auf Sozialstandards kontrollierten Betriebe			Stand der Umsetzung von Verbesserungsmaßnahmen (Ø)
	FWF	Andere	hessnatur	
3	2			37%

Ergebnisse der Betriebsbesuche



Vor vier Jahren wurde **Rumänien** Mitgliedstaat der EU und unterzeichnete die Kernarbeitsnormen. Seither ist die Fair Wear Foundation in diesem Land vertreten und unterstützt auch die rumänischen Produktionsstätten, in denen

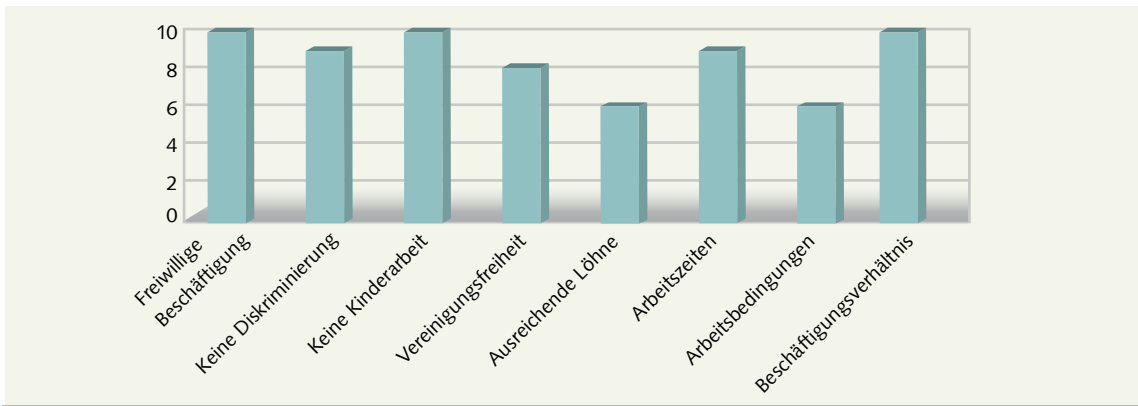
hessnatur produzieren lässt. Die beiden Audits ergaben zahlreiche Mängel bei der Arbeitssicherheit, die aufgrund ihrer Anzahl mit sechs Punkten bewertet wurden. Diese Befunde sind jedoch größtenteils leicht zu beheben.

7.2 BETRIEBSBESUCHE
außerhalb der EU

||| BELARUS

Anzahl der Nähereien in dem Land INSGESAMT	Anzahl der auf Sozialstandards kontrollierten Betriebe			Stand der Umsetzung von Verbesserungsmaßnahmen (Ø)
	FWF	Andere	hessnatur	
1	1			100%

||| Ergebnisse der Betriebsbesuche



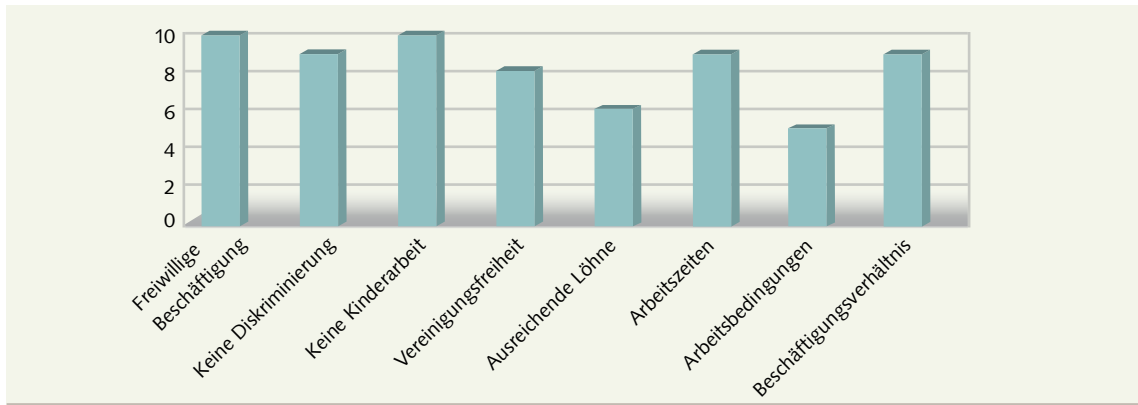
In **Belarus** (Weißrussland) lässt hessnatur in einer Produktionsstätte fertigen. Im vergangenen Jahr ließ hessnatur durch die FWF ein Audit durchführen. Die Befunde in dem Bereich Arbeitssicherheit wurden in der Produktions-

stätte erfolgreich und zeitnah bearbeitet. Auf die beiden Themen Vereinigungsfreiheit und Löhne wird hessnatur im folgenden Geschäftsjahr gemeinsam mit den Lieferanten den Fokus legen.

||| BOSNIEN

Anzahl der Nähereien in dem Land INSGESAMT	Anzahl der auf Sozialstandards kontrollierten Betriebe			Stand der Umsetzung von Verbesserungsmaßnahmen (Ø)
	FWF	Andere	hessnatur	
1		1		0%

||| Ergebnisse der Betriebsbesuche



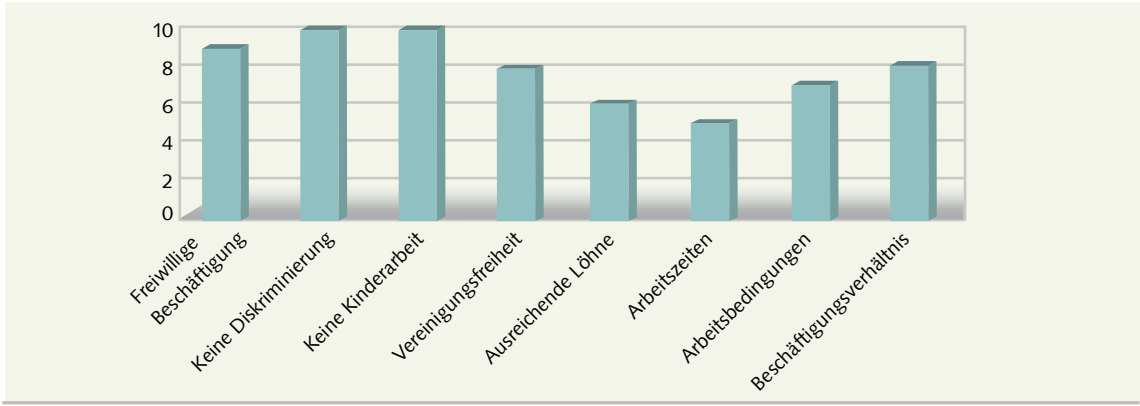
In **Bosnien** wird ein sehr geringer Teil der hessnatur-Produkte gefertigt. Das Audit zeigte, dass es einige notwendige Verbesserungen

im Bereich Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz gibt, die sich jedoch leicht umsetzen lassen.

||| CHINA

Anzahl der Nähereien in dem Land INSGESAMT	Anzahl der auf Sozialstandards kontrollierten Betriebe			Stand der Umsetzung von Verbesserungsmaßnahmen (Ø)	Trainings
	FWF	Andere	hessnatur		
10	2	6	3	70%	2

||| Ergebnisse der Betriebsbesuche



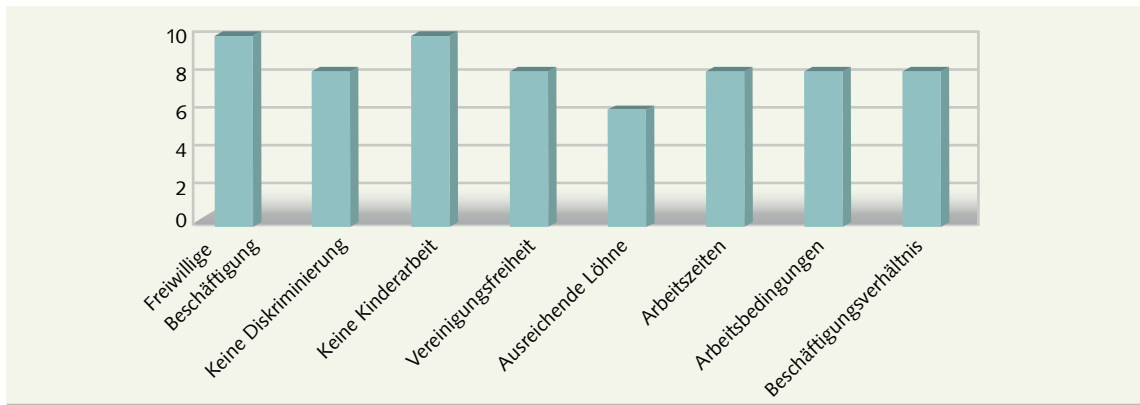
Da **China** wegen der edlen Hanf- und Seidenartikel ein wichtiges Produktionsland für hessnatur ist, wurden in den letzten drei Jahren 90% der Produktionsbetriebe auditiert. Große, langfristige Themen in diesem Land sind geregelte Arbeitszeiten und Löhne. Zudem ergaben einige Audits, dass junge NäherInnen eine zu große Anzahl an Arbeitsstunden hat-

ten und Gewerkschaften zwar vorhanden sind, allerdings oft ohne das Wissen der breiten Belegschaft über die Funktionen dieses Gremiums. Da diese Situation nur durch Aufklärung der Arbeiter über ihre Rechte zu verändern ist, ließ hessnatur zunächst zwei Worker Education Programs von der FWF durchführen. Die Resonanz war überaus positiv.

||| INDIEN

Anzahl der Nähereien in dem Land INSGESAMT	Anzahl der auf Sozialstandards kontrollierten Betriebe			Stand der Umsetzung von Verbesserungsmaßnahmen (Ø)
	FWF	Andere	hessnatur	
2		1		0%

||| Ergebnisse der Betriebsbesuche



Zwei deutsche Lieferanten, mit denen hessnatur seit vielen Jahren zusammenarbeitet, lassen seit kurzem in **Indien** fertigen. Auch Produkte von hessnatur werden hier produziert. Eine der Produktionsstätten hat ein SA8000 Audit, durch das

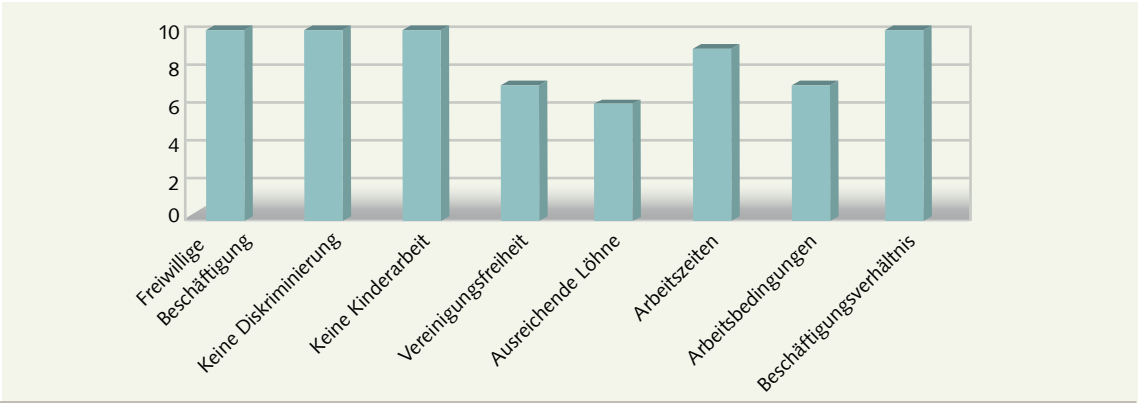
dem Betrieb ein guter Standard sowie ein gut funktionierendes Managementsystem attestiert wurde. Für das nächste Geschäftsjahr ist die Teilnahme der Produktionsstätten an dem Worker Education Program der Fair Wear Foundation geplant.



MAZEDONIEN

Anzahl der Nähereien in dem Land INSGESAMT	Anzahl der auf Sozialstandards kontrollierten Betriebe			Stand der Umsetzung von Verbesserungsmaßnahmen (Ø)	Trainings
	FWF	Andere	hessnatur		
4	2			31%	1

Ergebnisse der Betriebsbesuche



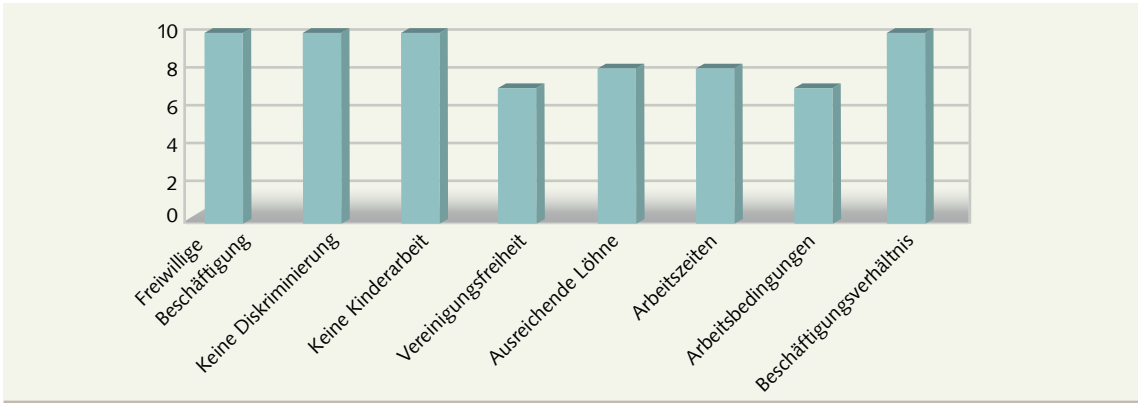
Themen in den Produktionsstätten, die für hessnatur in **Mazedonien** fertigen, sind Vereinigungsfreiheit und Arbeitssicherheit. Darüber hinaus hat hessnatur gemeinsam mit der FWF das Thema Lohnerhöhung durch eine Produkti-

vitätssteigerung angesehen (weitere Informationen unter Kapitel 8.1.3). Die Ergebnisse aus diesem Projekt wird hessnatur im nächsten Geschäftsjahr auch mit anderen Lieferanten diskutieren.

MONGOLEI

Anzahl der Nähereien in dem Land INSGESAMT	Anzahl der auf Sozialstandards kontrollierten Betriebe			Stand der Umsetzung von Verbesserungsmaßnahmen (Ø)
	FWF	Andere	hessnatur	
1	1			100%

Ergebnisse der Betriebsbesuche



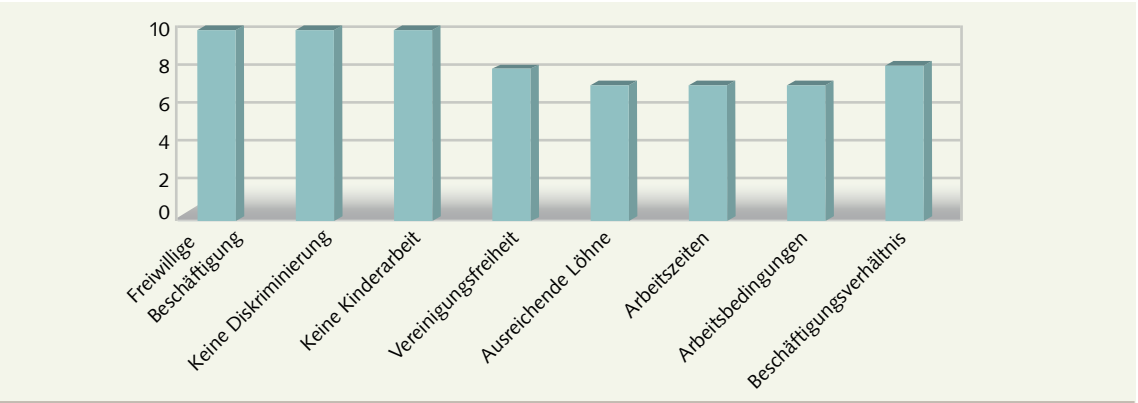
In der **Mongolei** werden die Yak-Artikel von hessnatur in einer Produktionsstätte gefertigt. Das FWF Audit ergab einige Befunde im Bereich Arbeitssicherheit. Diese wurden in der Produktionsstätte zügig und erfolgreich umgesetzt. Positiv hervorzuheben ist, dass sehr gute Löhne

gezahlt werden. Der einzige Kritikpunkt in diesem Bereich war, dass es keinen Zuschlag für Wochenendarbeit gab. Zudem ist noch kein Betriebsrat oder eine zuständige Person, die die Rechte der Arbeiter vertritt, gewählt worden.

PERU

Anzahl der Nähereien in dem Land INSGESAMT	Anzahl der auf Sozialstandards kontrollierten Betriebe			Stand der Umsetzung von Verbesserungsmaßnahmen (Ø)
	FWF	Andere	hessnatur	
10		5		73%

Ergebnisse der Betriebsbesuche



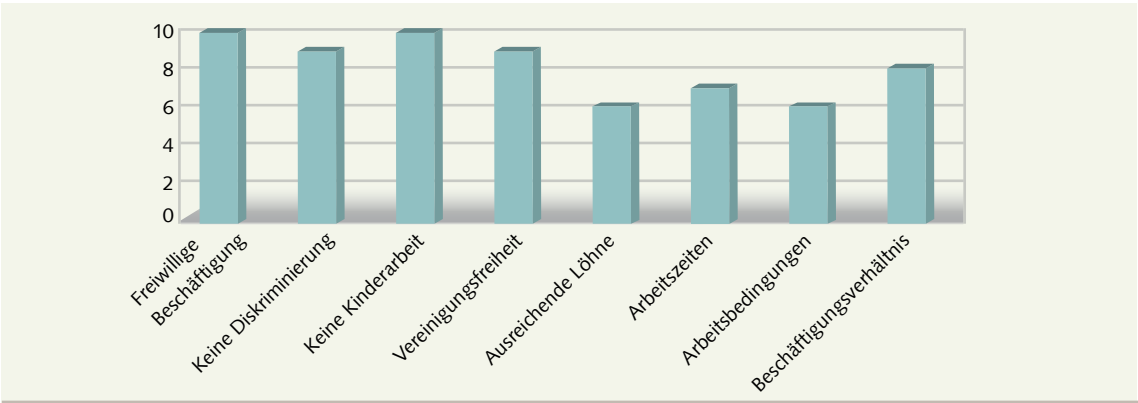
Mit den peruanischen Lieferanten steht hessnatur in sehr guten Austausch dank Matthias Hess, dem Sohn des Firmengründers, in seiner Funktion als Agent. Im letzten Geschäftsjahr reiste der neue Geschäftsführer mit den Leitern Einkauf und Corporate Responsibility nach **Peru**, um die Lieferanten persönlich ken-

nenzulernen. Die drei waren nicht nur von den Alpakas begeistert, sondern auch von den guten Arbeitsstandards in den Produktionsbetrieben. Dieser Eindruck wurde durch die Audits im Juli bestätigt. Die Befunde, die hauptsächlich im Bereich Arbeitssicherheit lagen, wurden sehr zügig behoben oder verbessert.

THAILAND

Anzahl der Nähereien in dem Land INSGESAMT	Anzahl der auf Sozialstandards kontrollierten Betriebe			Stand der Umsetzung von Verbesserungsmaßnahmen (Ø)
	FWF	Andere	hessnatur	
3	1			71%

Ergebnisse der Betriebsbesuche



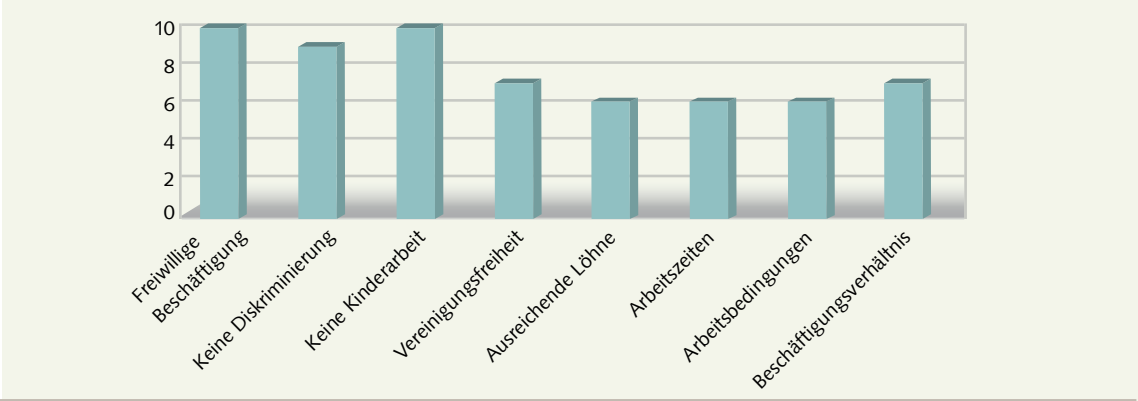
In **Thailand** arbeitet hessnatur mit drei Produktionsbetrieben zusammen. Themenfelder sind hier Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz. Die Umsetzung der Befunde in diesen Bereichen konnten schnell und gründlich umgesetzt werden. An einigen Themen, die eine längere Umsetzungszeit benötigen, wie geregelte Ar-

beitszeiten und Löhne, arbeitet hessnatur weiter kontinuierlich mit den Lieferanten. Im vergangenen Geschäftsjahr konnten sich die zuständigen Mitarbeiter persönlich von den Arbeitsbedingungen in den Produktionsstätten vor Ort ein aktuelles Bild machen und Fragen und Herausforderungen direkt diskutieren und klären.

III TÜRKEI

Anzahl der Nähereien in dem Land INSGESAMT	Anzahl der auf Sozialstandards kontrollierten Betriebe			Beschwerden	Stand der Umsetzung von Verbesserungsmaßnahmen (Ø)
	FWF	Andere	hessnatur		
17	10	2	1	4	48%

III Ergebnisse der Betriebsbesuche



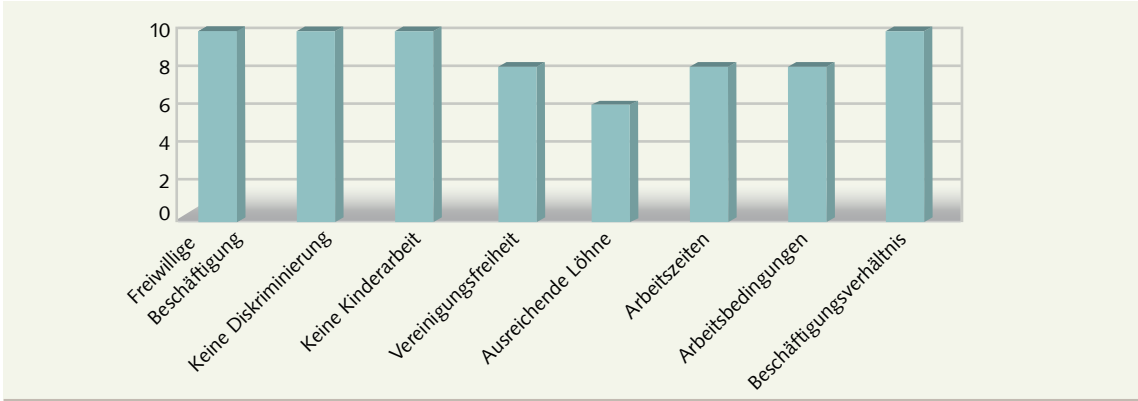
Aus der **Türkei** bezieht hessnatur einen großen Teil der Produktion von Baumwollartikeln, zum Beispiel Bettwäsche. Daher wurden auf Anweisung von hessnatur in den letzten drei Jahren überwiegend durch die Fair Wear Foundation zahlreiche Betriebsbesuche durchgeführt. Somit konnte hessnatur eine Auditabdeckung von über 75% in der Türkei erreichen.

Viele Befunde wurden bearbeitet, dennoch gibt es noch einiges im Bereich Vereinigungsfreiheit, Löhne, Arbeitszeiten und besonders Arbeitssicherheit zu tun. Eine generelle Herausforderung in der Türkei ist das Sozialversicherungssystem, welches zwar vergleichbar mit dem deutschen ist, jedoch nicht immer mit der gleichen Konsequenz nachgehalten wird.

III UKRAINE

Anzahl der Nähereien in dem Land INSGESAMT	Anzahl der auf Sozialstandards kontrollierten Betriebe			Stand der Umsetzung von Verbesserungsmaßnahmen (Ø)
	FWF	Andere	hessnatur	
1	1			9%

III Ergebnisse der Betriebsbesuche

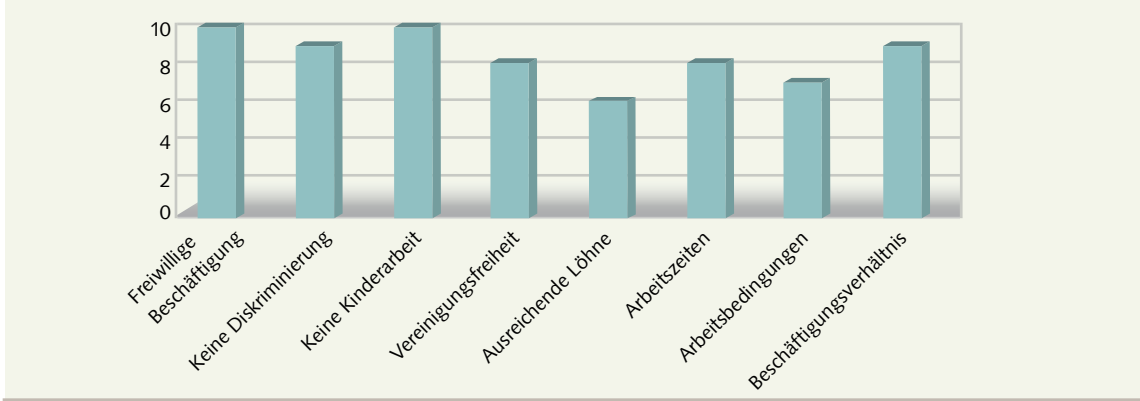


In der **Ukraine** werden die Betriebe regelmäßig vom Staat unter anderem auf die Einhaltung von Arbeitssicherheit, die korrekte Zahlung von Löhnen und Versicherungen sowie Pensionen kontrolliert. Darüber hinaus ließ hessnatur von der Fair Wear Foundation im August 2010 ein Audit durchführen.

Das Ergebnis war recht positiv mit nur wenigen Punkten, die es zu verbessern gilt. Diese sind zum einen recht schnell umzusetzen, wie in dem Bereich Arbeitssicherheit, und zum anderen haben sie Prozesscharakter, wie das Thema der Löhne, der Arbeitszeiten und der Vereinigungsfreiheit.

7.3 AUDITERGEBNISSE insgesamt

III Ergebnisse der Betriebsbesuche – Durchschnitt über alle Länder



Die Auditergebnisse der Produktionsstätten zeigen insgesamt ein positives Bild. Bei den Themen Arbeitsbedingungen und Vereinigungsfreiheit wurden Befunde genannt, die mittelfristig zu verbessern sind. Die drei großen Themenfelder: Vereinigungsfreiheit, Zahlung ausreichender Löhne und geregelte

Arbeitszeiten müssen kontinuierlich und stetig bearbeitet werden.hessnatur beobachtet eine steigende Anzahl an Beschwerden pro Jahr, die zeigen, dass das Bewusstsein der ArbeiterInnen im Bereich Sozialstandards ständig größer wird. Mehr zum Thema Beschwerdemanagement in Kapitel 6.4.

8. MASSNAHMEN ZUR VERBESSERUNG VON SOZIALSTANDARDS 2012/13

Ergänzend zu Betriebsbesuchen und Audits vor Ort bei den Produktionsstätten unterstützt hessnatur Lieferanten auch durch Trainings und andere Programme. Alle Maßnahmen haben das Ziel, das Bewusstsein für Sozialstandards zu stärken, Verbesserungsmaßnahmen umzusetzen und somit die Arbeitsbedingungen stetig zu verbessern.

8.1 LIEFERANTEN-Trainings

hessnatur unterstützt seinen Lieferanten dabei, an Trainings der Fair Wear Foundation und eigenen Trainings teilzunehmen.

8.1.1 Day of Social Standards: Peru

Im September 2013 fanden in Peru zwei Thementage mit den peruanischen Lieferanten, einzelnen Werkstätten, der Agentur und dem Sozialstandards-Team unter der Leitung von Rolf Heimann statt. Durch die Umstellung des Geschäftsjahres bei hessnatur fällt dies in das neue Geschäftsjahr 2013/2014. Daher wird im nächsten Bericht detailliert darauf eingegangen.

8.1.2 Worker Education Program (Fair Wear Foundation)

Nachdem im vorangegangenen Geschäftsjahr die FWF diese neuen Trainingskonzepte gestartet hat, konnte hessnatur in diesem Jahr in China erneut Lieferanten für das Worker Education Program (WEP) gewinnen.

Das WEP dient dazu, das Bewusstsein für Sozialstandards zu schärfen. Zudem sollen die Arbeiter, aber auch das Management über ihre Rechte und Pflichten informiert und für das Thema sensibilisiert werden. Ein wichtiger Bestandteil des Trainings sind, neben den acht Kernarbeitsnormen, das Beschwerdemanagementsystem und die Verbesserung der Kommunikation innerhalb der Betriebe. Denn eins ist klar, eine externe Beschwerde kann immer

nur der letzte Schritt sein, eine gute interne Kommunikation und ein vertrauensvolles internes Beschwerdesystem sind daher vor allem zu unterstützen.

8.1.3 Analyse zum Verhältnis von Produktivität und Gehältern

Im vergangenen Geschäftsjahr nahm eine Produktionsstätte in Mazedonien, die für hessnatur Bekleidung herstellt, an einem Projekt der Fair Wear Foundation teil. Ziel war es, zu analysieren, inwieweit eine Steigerung der Produktivität zu einer Anhebung der Löhne führen könnte. Hierfür wurde eine Untersuchung der Produktionsabläufe sowie eine Analyse der Gehälter durchgeführt. Experten haben die Produktionsstätte und Abläufe unter die Lupe genommen und in einem Bericht die Ergebnisse sowie Verbesserungsvorschläge zusammengefasst.

Während eines ‚Roundtables‘ vor Ort wurden die Ergebnisse des Projektes dann zwischen Produzenten, Gewerkschaften, Arbeitnehmervertretern, der Fair Wear Foundation und Marken diskutiert. hessnatur war ebenfalls vor Ort dabei und hat sich aktiv in den Austausch und die Entwicklung von Lösungsansätzen eingebracht.

8.2 MULTISTAKEHOLDER-Meeting

Ziel des Projektes ist es höhere Löhne für die ArbeiterInnen zu erzielen. Der Ansatz sieht vor, dies über die Steigerung der Produktivität zu erreichen. Dadurch kann eine Produktionsstätte Ihren Umsatz erhöhen. Wichtig ist sicherzustellen, dass eine solche Erhöhung den Arbeitern zugutekommt. Um dies gewährleisten zu können arbeitet hessnatur im nächsten Schritt – der Umsetzung – sehr eng mit dem Lieferanten zusammen.

Die elektronische Arbeitszeiterfassung ist sowohl für das Unternehmen als auch für die Arbeiter ein wichtiges Instrument für eine transparente Auflistung der Stundenzahl.



AUTHENTISCH

*Der Mensch steht im Mittelpunkt:
Vereinigungsfreiheit, gerechte Löhne,
geregelte Arbeitszeiten
und sichere Arbeitsbedingungen*

9. KOMMUNIKATION

Neben dem intensiven Austausch mit den Lieferanten und deren Schulung ist es hessnatur ebenso wichtig, auch andere Anspruchsgruppen wie Mitarbeiter oder Kunden miteinzubeziehen und aufzuklären. So schult das CR-Team alle Mitarbeiter intern in den ökologischen und sozialen Grundsätzen von hessnatur. Zudem informiert hessnatur seine Kunden im Internet, in den Katalogen, in den Läden und auf Veranstaltungen, um das Handeln von hessnatur offen und transparent zu machen.

9.1 INTERNE Kommunikation

9.1.1 Schulungen Kundenkontakt

Jedes Jahr, kurz vor Erscheinen eines neuen Katalogs, werden alle Mitarbeiter in den verschiedenen Läden und in den Bereichen Kundenberatung und -service zur aktuellen Kollektion geschult.

Doch damit nicht genug: Jeder neue Mitarbeiter erhält eine Grundlagenschulung (Basis-Modul). Bei Bedarf können Themen in sogenannten Fachmodulen vertieft und im Expertenmodul individuell zugeschnitten werden (siehe Abbildung).

III Mitarbeiter-Schulungen

1. PRODUKT-SCHULUNG	2. SCHULUNG DER TEXTILEN GRUNDLAGEN		
Informationen zur neuen Saison	Basis-Modul: textile Grundlagen	Fach-Module: z.B. Ausrüstung der Textilien, Sozial-Standards, Leder, Betten	Experten-Modul: z.B. PETA, Pflanzenfärbung, ...
je 1x pro Saison	4 Std. Pflicht während der Einarbeitung	bei Bedarf 2-4 Std. 2x jährlich	nach Anfrage individuell zu vereinbaren

9.2 EXTERNE Kommunikation

9.2.1 Kundenrat

Anfang 2013 hatte hessnatur seine Kunden aufgerufen, sich für den Kundenrat des Unternehmens zu bewerben. Das Ziel: Den Kunden noch tiefere Einblicke in die zukünftige Entwicklung von hessnatur und in ökologische und soziale Projekte zu gewähren. Zur Schaffung von mehr Transparenz und Austausch.

Rund 130 der insgesamt 200 notariell ausgelosten hessnatur-Kunden aus Deutschland, Österreich und der Schweiz kamen am 1. Juni zum ersten Kundenratstreffen nach Butzbach. Sie lernten hessnatur, die Mitarbeiter sowie die Geschäftsführung kennen, diskutierten was ihnen wichtig war. Und sie wählten ein zwölfköpfiges Sprechergremium, das alle sechs Monate mit der hessnatur-Geschäftsführung tagen wird, um nicht nur hinter die Kulissen von hessnatur zu schauen, sondern auch aktiv an wichtigen Themen mitzudiskutieren. Anmerkungen und Verbesserungsvorschläge des Kundenrats werden sorgfältig vom hessnatur-Management auf Umsetzbarkeit im Alltagsgeschäft geprüft und können zu strategischen und operativen Entscheidungen führen. Die Kundenräte werden somit Vertrauenspersonen, Inputgeber und Beobachter. Die Arbeit im Kundenrat von hessnatur ist ehrenamtlich. Die Mitglieder des Kundenrats erhalten keine wirtschaftlichen Vorteile in Form von Rabatten, Gutscheinen oder Honorar.

9.2.2 Medienworkshop Sozialstandards in der Bekleidungsindustrie

Nach den verheerenden Brandkatastrophen in Bangladesch 2012 und dem daraus resultierenden Medieninteresse, entschloss sich hessnatur, der Presse fundiertes Wissen im Bereich Sozialstandards zur Verfügung zu stellen. So entstand die Idee eines Medienworkshops. Dieser Medienworkshop mit dem Titel „Sozialstandards in der Bekleidungsindustrie: Hintergründe, Probleme, Perspektiven“ fand im vergangenen Februar in den Städten München, Frankfurt, Hamburg und Berlin statt und wurde durch drei Parteien gestaltet: Die Fair Wear Foundation, die Kampagne für saubere Kleidung und hessnatur.

Der Leiter des hessnatur Corporate Responsibility-Teams, Rolf Heimann, referierte über die ganzheitliche Sichtweise von hessnatur auf die textile Kette und die unternehmerische Verantwortung von hessnatur zur Umsetzung der

Kernarbeitsnormen. Danach erläuterte Martin Curley von der Fair Wear Foundation in seinem Vortrag Verbesserungen der Arbeitsbedingungen in der globalen Textilproduktion und den Multistakeholderdialog am Beispiel der Fair Wear Foundation. Zum Abschluss regte Dr. Bettina Musiolek von der Kampagne für saubere Kleidung zu einer kontroversen Diskussion über die Umsetzung der Menschenrechte in der Textilindustrie an.

Insgesamt wurde dieser Medienworkshop dankend angenommen und auch das Feedback der Journalisten war überaus positiv.

9.2.3 „nachzulesende“ Kommunikation

Die hessnatur-Sozialstandards und die FWF-Mitgliedschaft werden in den Katalogen, im Internet (www.hessnatur.com und www.hessnatur.info) und in den hessnatur-Läden erläutert. Weiter ist hessnatur seit 2008 aktiv im Internet in Form eines Internettagebuchs auf der deutschen und englischen Homepage (<http://de.hessnatur.com/blog>) und postet regelmäßig

bei Facebook (www.facebook.com/hessnatur) und Twitter (<https://twitter.com/hessnatur>).

9.2.4 Katalogkommunikation 2012/2013

Der hessnatur Katalog stellt eine gute Möglichkeit dar, Kunden wissenswerte Informationen über die ökologischen und sozialen Themen bei hessnatur zu vermitteln.

Neben der Firmengeschichte (HW12/S.53) wurde im Herbst/Winterkatalog 2012 auch über das Leben eines Schäfers berichtet. Im Weihnachtskatalog wurden die Kunden über die Behindertenwerkstatt in Sassen (Weihnachtskatalog/S. 112) informiert.

Der Frühjahr/Sommerkatalog enthielt eine Projektvorstellung des Bio-Baumwollanbaus in Burkina Faso (F13/S. 34) und stellte die Zusammenarbeit von hessnatur mit Nepra E.V. in Nepal vor, bei der an Lepra erkrankte Menschen wieder in die Gesellschaft zurückfinden (FS13/S. 131). Darüber hinaus wurde über das Audit Familie und Beruf berichtet (FS13/S. 310-311).

Am 1. Juni 2013 fand das erste Kundenratstreffen in Butzbach statt. Das gewählte Sprechergremium trifft sich fortan halbjährlich.



9.2.5 Newsletter

Wöchentlich veröffentlicht hessnatur Neuigkeiten im Newsletter. Kundinnen und Kunden können diesen erhalten, sofern sie sich per E-Mail registriert haben.

Im Jahr 2012 standen so facettenreiche Themen wie Nachhaltigkeit, der Sozialbericht selbst und Anbauprojekte in Burkina Faso im Zentrum.

Mit dem ersten umfassenden hessnatur Bericht zur Nachhaltigkeit sollen alle Menschen, die im direkten oder indirekten Kontakt zu hessnatur stehen, Einblick in die vielen Aspekte nachhaltigen Handelns bei hessnatur erhalten. Der Nachhaltigkeitsbericht verfolgt damit den Unternehmensanspruch Transparenz zu schaffen und neue Wege für noch mehr soziales und ökologisches Engagement zu suchen und zu finden.

Der Sozialbericht informiert kontinuierlich über die Projekte von hessnatur, Sozialstandards und die Zusammenarbeit mit der FWF. Schließlich widmete sich ein Newsletter dem Bio-Baumwollanbauprojekt in Burkina Faso, das einmal mehr die Praxis bei hessnatur verdeutlicht, durch Anbauprojekte zur Verbesserung der Lebensbedingungen der Bauern beizutragen.

9.2.6 Sozialstandards bei „Sinnvoll Genießen“

Um Menschen für nachhaltigen Konsum zu begeistern hat hessnatur im vergangene Jahr das Event „Sinnvoll Genießen 2013“ veranstaltet. Nach drei erfolgreichen Produkttester-Aktionen in den vorangegangenen Jahren luden hessnatur und drei Partner – SONNENTOR,

Delinat und Naturhotel Mohren – Interessierte zu der dreitägigen Veranstaltung in der Nähe des Bodensees ein.

Die Teilnehmer sollten einen nachhaltigen Lebensstil bevorzugen, keine Medien scheuen und in Internet und sozialen Netzwerken vertreten sein.

Während des Aufenthaltes im Naturhotel Mohren gaben die vier Unternehmen einen Einblick in ihre Philosophie und Markenwelt; berichteten von ihren Prinzipien beim nachhaltigen Wirtschaften und wünschten sich Rückmeldungen der Teilnehmer zu ihren Produkten und Dienstleistungen. Letzteres war mit der Zielsetzung der Veranstaltung verknüpft, Meinungen und Einschätzungen der Kunden in die Optimierung und Weiterentwicklung von Produkten einfließen zu lassen.

Als führender Naturmodeanbieter stellte hessnatur die ökologischen und sozialen Textile Richtlinien vor und erklärte den Prozess beim Design eines Kleidungsstücks. Im Anschluss lud hessnatur alle Teilnehmer ein, die Modestücke auszuprobieren und eigene Stylingkreationen zu entwickeln.

10. WER MACHT WAS BEI HESSNATUR?

Das Thema Sozialstandards wird bei hessnatur vom Bereich Corporate Responsibility verantwortet. Rolf Heimann ist Bereichsleiter „Corporate Responsibility“. Kristin Heckmann und Anna Johannsen sind für das Monitoring von Sozialstandards sowie die Betreuung der Lieferanten zuständig.



In dem Bereich Corporate Responsibility betreuen Anna Johannsen (links) und Kristin Heckmann (rechts) die Sozialstandards, Rolf Heimann ist der Bereichsleiter.

DER MENSCH IST TEIL EINES GROSSEN GANZEN.

Ökologisch. Sozial. Authentisch. Wegweisend.

„Kunden müssen anfangen zu fragen“

Kristin Heckmann im Gespräch mit der FAZ-Autorin Petra Kirchhoff

Frau Heckmann, wie teuer muss ein fair produziertes T-Shirt sein, das glaubhaft fair ist?

Wenn ich für unser Unternehmen spreche, dann sind das 19,95 Euro.

Und wie viel bekommt davon die Näherin?

An den 19,95 Euro hat die Herstellung einen Kostenanteil von 6,95 Euro, darin stecken Produktionskosten in Höhe von 1,40. Von dieser Summe wird auch die Näherin bezahlt. Damit liegen wir über dem Mindestlohn.

Eine Lohnkommission in Bangladesch fordert, den Mindestlohn von zurzeit monatlich 28 auf knapp 50 Euro heraufzusetzen. Ist das realistisch?

Ich habe die Hoffnung, dass der Mindestlohn heraufgesetzt wird, in welcher Höhe, bleibt abzuwarten.

Wer zahlt das am Ende?

Wahrscheinlich alle ein bisschen. Die Lieferanten werden das Geld zum Teil an die Unternehmen weitergeben, die dort einkaufen. Berechnungen, wie sich das auf den Endpreis für ein T-Shirt auswirkt, schwanken zwischen 2 und 12 Prozent.

Das wären im Fall vieler Billig-T-Shirts nur ein paar Cent. Sind die Kunden bereit, das zu zahlen?

Nach den Vorfällen in Bangladesch kann keiner mehr sagen, er hat von den Arbeitsbedingungen dort nichts mitbekommen. Und trotzdem eröffnet eine Discounter-Filiale nach der anderen.

Hess Natur gehört zu den mehr als 90 internationalen Firmen, die für die nächsten fünf Jahre ein Brandschutzabkommen für Ihre Produktion in Bangladesch unterzeichnet haben. Auch große Unternehmen wie H&M und C&A sind dabei. Ist das mehr als eine Alibi-Veranstaltung?

Wir glauben, das ist ein großer Schritt für die Branche. Erstmals legen alle unterzeichnenden Unternehmen ihre Produktionsstätten mit Details zu Gebäuden und Belegschaft offen. In einem nächsten Schritt sollen für eine Bestandsaufnahme alle Nähfabriken besichtigt



werden. Die Unterzeichner haben sich vertraglich verpflichtet, mit Gewerkschaften, Nichtregierungsorganisationen und anderen lokalen Parteien zusammenzuarbeiten. Ich habe große Hoffnung, dass wir mit dem, was angedacht ist, viel erreichen können.

Hess Natur hat nur eine sehr kleine T-Shirt-Produktion in Bangladesch. Warum machen Sie trotzdem mit?

Wir wollten zeigen, dass wir zu bestimmten Themen eine Haltung haben, und wir sehen die Chance, in der gesamten Branche etwas zu bewegen.

Sie sind bei Hess Natur die Managerin für Sozialstandards, das heißt, Sie reisen an Ort und Stelle, um Fabriken zu überprüfen. Muss man sich das als Sisyphus-Arbeit vorstellen?

Mein Chef hat es neulich in einem Interview sehr treffend beschrieben: Vertraue auf Gott, aber binde dein Kamel an. Die Kontrolle ist immer erst der letzte Schritt einer langen Handlungskette. Am Anfang steht die Auswahl der Lieferanten, die zu uns passen und schon einen gewissen Level in der Produktion haben. Sie müssen sich vertraglich zur Einhaltung bestimmter Standards verpflichten. Erst ganz am Ende stehen dann regelmäßige Kontrollbesuche durch Mitarbeiter von uns oder auch der Fair Wear Foundation, der wir 2005 beigetreten sind. Grundsätzlich muss man feststellen: Der Besuch vor Ort ist immer nur eine Bestandsaufnahme zu einem bestimmten Zeitpunkt.

Haben Sie persönlich bei dieser Gelegenheit schon einmal böse Überraschungen erlebt?

Böse nicht unbedingt. Wir haben ein partnerschaftliches Verhältnis zu unseren Lieferanten. Neulich war ich in einer Fabrik in Peru, und da

musste ich feststellen, dass es dort zwar einen Feuerwehrschauch gab, aber keinen Wasseranschluss dazu. Das sind Sachen, mit denen wir uns im Alltag beschäftigen.

China ist nach wie vor die größte Nähstube der Welt. Auch Hess Natur produziert dort. Wie kommt es eigentlich, dass darüber niemand mehr spricht?

Bangladesch ist durch die Brandkatastrophen zum Synonym für die Zustände in der Textilproduktion geworden. Es gibt aber wie China viele andere Länder, die unsere Aufmerksamkeit fordern bei Themen wie Löhne, Gleichberechtigung, Diskriminierung oder Gewerkschaftsfreiheit.

Hess Natur lässt, auch abhängig vom Material, in der Türkei, in Südamerika, in China fertigen. In welchem Land haben Sie als Sozial-Managerin am meisten zu tun?

Das kann man nur schwer beantworten. Für uns steht der Austausch und die kontinuierliche Zusammenarbeit mit unseren Partnern im Vordergrund. Dass ich am häufigsten in der Türkei bin, hat vor allen Dingen mit unseren Volumina zu tun, die wir dort produzieren.

Ist denn in der Türkei alles in Ordnung?

Nein. Es hat schon seinen Grund, dass ich öfter dort bin. Auch in der Türkei ist nicht alles tipptopp.

Wie halten es eigentlich Luxusfirmen mit den Produktionsstandards?

Man kann nicht alle über einen Kamm scheeren, aber grundsätzlich muss man davon ausgehen: Der hohe Preis ist kein Kriterium dafür, dass alles in Ordnung ist. Es gibt aber durchaus Edelmarken, die auf die Produktion in Billigländern verzichten.

Qualität und Können sind für uns wichtiger als der günstigste Preis.

Im Supermarkt hat es der Verbraucher leicht, sich zu orientieren, weil sich Label wie das EU-Biosiegel durchgesetzt haben. Warum ist das bei Mode so schwer?

Die Lieferkette ist sehr viel komplizierter. Außerdem gibt es noch kein Label, das beides bewertet: Umwelt und Arbeitswelt. Die Verbesserung von Sozialstandards ist ein ständiger Prozess und lässt sich nur schwer deklarieren.

Aus diesem Grund gibt es auch kein Label von der Fair Wear Foundation?

Ja.

Das führt aber dazu, dass die meisten Verbraucher der Meinung sind: Eigentlich ist es ganz egal, wo ich einkaufe, alle sind gleich schlecht. Worauf kann sich der Kunde denn verlassen?

Ein solides und sehr gutes Label auf ökologischer Ebene ist das GOTS-Siegel. Wer darüber hinaus Wert auf gute Sozialbedingungen legt, sollte auf die Mitgliedschaft des Modehändlers in der Fair Wear Foundation achten. Und dann gibt es noch ein ganz einfaches Rezept: Im Laden anfangen zu fragen und nachzubohren. Nur so kann der Kunde herausfinden, wie engagiert ein Unternehmen tatsächlich ist.

Das klingt nach Arbeit.

Es bedarf schon eines gewissen Bewusstseins und Sich-Informierens. Einfach nur mal in der Stadt shoppen gehen, das wird schwierig.

Kristin Heckmann ist Managerin für Sozialstandards im Team Corporate Responsibility bei hessnatur.

© Alle Rechte vorbehalten. Frankfurter Allgemeine Zeitung GmbH, Frankfurt. Zur Verfügung gestellt vom Frankfurter Allgemeine Archiv.

12. FRAGEN AN DAS CR-TEAM VON HESSNATUR

hessnatur steht für Transparenz. Das gilt nicht nur für die textile Wertschöpfungskette, sondern auch für die Kommunikation nach innen und außen. Gerade jüngst wurde hessnatur von der Verbraucherzentrale Bundesverband als einziges Unternehmen der Textilindustrie für seine nachhaltige Kommunikation mit dem Verbraucherpreis in Gold ausgezeichnet. Auf einige Fragen, die uns in der Öffentlichkeit immer wieder gestellt werden, haben Kristin Heckmann und Rolf Heimann Stellung bezogen.

Die Aufmerksamkeit der Öffentlichkeit für die Zustände der Textilindustrie in Bangladesch und andern Ländern ist nach wie vor hoch. Mit der Zeit verfestigt sich der Eindruck, dass sich an den Problemen vor Ort wenig verändert hat. Täuscht dieser Eindruck? Was macht hessnatur?

Um es deutlich zu sagen: Es gibt ein Missverhältnis zwischen vielen Absichtserklärungen und dem konkreten Handeln vor Ort. Immerhin sehen viele Unternehmen, dass schönen Worten auch konkrete Taten folgen müssen. hessnatur setzt sich seit Jahren für die Verbesserung der sozialen und ökologischen Standards in der Textilindustrie ein. Lange vor den Katastrophen in Bangladesch haben wir Projekte ins Leben gerufen, um die sozialen Verhältnisse in den Fabriken weiter zu bringen. hessnatur ist 2007/2008 bewusst nach Bangladesch gegangen, um dort gemeinsam mit Grameen Knitwear, einer Textilfabrik in Dhaka, der Hauptstadt Bangladeschs, eine vorbildliche T-Shirt-Produktion aufzubauen.

Warum lässt hessnatur überhaupt in Ländern produzieren, über die immer wieder negativ berichtet wird?

Jeder Mensch hat ein Recht auf Arbeit. Deshalb wollen wir auch den Menschen eine Alternative bieten, die in einem kritischen Land leben und arbeiten müssen, um ihre Familien zu ernähren. Überall wo wir produzieren lassen, wollen wir einen sozialen Effekt erzielen und setzen wir uns für bessere Arbeitsbedingungen ein. So ist auch unser Engagement in Bangladesch zustande gekommen. Dort haben wir pro T-Shirt einen Euro in ein Sozialprojekt eingezahlt, das von Prof. Muhammad Yunus ins Leben gerufen wurde. Heute profitiert Grameen Knitwear vom Know-how, das wir vermittelt haben und kann auch für andere Marken Bio-Baumwolle verarbeiten. hessnatur nutzt ausschließlich Na-

turfasern wie Seide, Hanf und Edelhaare, die nur in bestimmten Ländern gewonnen werden können. Gleichzeitig erfordern diese Rohstoffe eine bestimmte Verarbeitungskompetenz, die heute bevorzugt in den Herkunftsländern liegt.

hessnatur verspricht eine lückenlose Transparenz über die gesamte Wertschöpfungskette. Was unternimmt hessnatur, um eine Fremdvergabe von Aufträgen an Subunternehmer auszuschließen, die sich an keine Standards gebunden fühlen?

Wir sind ausdrücklich an vertrauensvollen und langjährigen Beziehungen mit unseren Lieferanten interessiert. Und sind davon überzeugt, dass sich eine hohe Produkt- und Verarbeitungsqualität nur im stetigen Austausch von Erfahrungen und Know-how erzielen lässt. Entscheidend für die Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten ist unsere Lieferantenpolicy und unser Management- und Monitoringsystem. Darin ist festgelegt, dass jede Auftragsvergabe mit uns abgestimmt und von uns freigegeben werden muss. Die Einhaltung dieser Grundsätze wird in Lieferantenbewertungsgesprächen überprüft, die in halbjährlichen Abständen erfolgen.

hessnatur drängt auf Einhaltung der Sozialstandards nach Maßgabe der acht Kernarbeitsnormen der Internationalen Arbeitsorganisation der Vereinten Nationen (ILO). Nun reklamieren viele Unternehmen in der Textilindustrie ihr soziales Engagement. Was macht hessnatur anders als andere Textilanbieter? Wo geht hessnatur über die branchenüblichen Sozialstandards hinaus?

Schon seit Jahren setzen wir uns für konkrete Verbesserungen der Sozialstandards in den Fabriken ein. Wir achten nicht nur auf die Einhaltung der sozialen Standards und der acht Kernarbeitsnormen, sondern arbeiten mit unseren Partnern an der Umsetzung. Unser Ansatz ist die kontinuierliche und vertrauensvolle Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten. In diesen Prozess wollen wir immer besser werden, Fehler erkennen, Missstände abstellen, Produktionsabläufe verbessern, den Dialog zwischen Betriebsleitung und Beschäftigten unterstützen und den Aufbau besonderer Kompetenzen fördern. Betriebe mit herausragenden handwerklichen Fähigkeiten und dem Wissen um die Verarbeitung besonderer Materialien haben eine starke unternehmerische Verhandlungsposition und zahlen schon mit Rücksicht auf ihre



qualifizierte Belegschaft überdurchschnittliche Löhne. Mindestlöhne sind für hessnatur nicht genug. Im Rahmen unseres Engagements setzen wir uns für existenzsichernde Löhne ein. Wann immer die Sozialstandards von hessnatur von den Landesgesetzen abweichen, gilt grundsätzlich: Die strengere Regelung geht vor.

Seit 2012 ist der Finanzinvestor Capvis Eigentümer bei hessnatur. Nimmt der Investor Einfluss auf die Standards von hessnatur? Können sich Kunden weiter auf die Standards bei hessnatur verlassen?

Kunden können sich weiter uneingeschränkt auf die Standards bei hessnatur verlassen. Verantwortliches Handeln ist und bleibt für hessnatur Kernkompetenz und wesentliches Alleinstellungsmerkmal. Diese Überzeugung war noch nie so stark im Unternehmensleitbild von hessnatur verankert wie gerade heute und wird konsequent umgesetzt. Die Position der Abteilung für Corporate Responsibility wurde strategisch gestärkt und ausgebaut. Der wegweisende „holistische“ Ansatz von hessnatur wird weiter ausgebaut. Der Aspekt der nachhaltigen Produktion rückt dabei stärker in den Fokus. Mit einer Richtlinienrevision hat hessnatur noch strengere Maßstäbe für soziales und ökologisch verantwortliches Handeln definiert.

hessnatur besucht die Produzenten vor Ort und steht im direkten Austausch mit den Lieferanten. Wo sehen Sie den größten Handlungsbedarf in den Produktionsländern? Von wo kommen die größten Widerstände zur Verbesserung der sozialen Situation für die Arbeiter und ihre Familien?

Als vordringliche Ziele haben wir in unseren Gesprächen und Audits vor Ort die Themen existenzsichernde Löhne, Vereinigungsfreiheit und Überstunden identifiziert. In einem Pilotprojekt, bei dem wir mit einem unserer Lieferanten in Mazedonien kooperieren, wollen wir die Betriebsabläufe analysieren und so verbessern, dass alle Arbeiter einen höheren Lohn bekommen. Die dabei gewonnenen Erkenntnisse wollen wir zukünftig mit weiteren Lieferanten teilen und umsetzen. Dabei sollen alle Mitarbeiter in den Produktionsbetrieben ihren gerechten Anteil am Unternehmenserfolg erhalten. Wir fordern deshalb nicht nur Mindestlöhne, sondern existenzsichernde Löhne. Oft stehen Gewohnheiten und Traditionen einer Verbesserung der Arbeitsbedingungen im Weg.

Auch der Geschäftsführer Maximilian Lang besucht regelmäßig die Produktionsstätten vor Ort, in denen hessnatur produzieren lässt.

FAKTEN UND ZAHLEN

Gründungsjahr	1976
Gesellschaftsform	GmbH
Marktposition	Marktführer auf dem Naturtextilmarkt im gesamten deutschsprachigen Raum
Sortiment	Vollsortiment an Naturtextilien ca. 1000 Modelle und ca. 10.000 Artikelpositionen pro Saison
Vertriebswege	Versand (Kataloge), Stationärer Handel (Läden) und E-Commerce (Web-Shop)
Absatzländer	Deutschland, Schweiz, Österreich, USA
Filialen	Läden in Butzbach, Hamburg und München Restpostenladen in Butzbach
Tochterunternehmen	hessnatur-Textilien AG, Langenthal (Schweiz)
Firmengründer	Heinz Hess (* 9. April 1941 bis † 18. März 2006)
Mitarbeiterzahl	345
Auszubildende	9
Kundenstamm	ca. 1.000.000

KENNZAHLEN SOZIALSTANDARDS

Anzahl Bekleidungslieferanten	85
Anzahl Nähereien	121
Anzahl Produktionsländer	29
EU-Anteil Konfektion	55%
Nicht-EU-Anteil Konfektion	45%
FWF-Mitglied seit	2005

Die Angaben in diesem Bericht beziehen sich auf das Geschäftsjahr 2013 (01. Oktober 2012 bis 31. Juli 2013).

Organisation der Hess Natur-Textilien GmbH



Das Firmengebäude in Butzbach mit Garten und Laden.

IMPRESSUM

Herausgeber:

Rolf Heimann, Leiter Corporate Responsibility

Projektleitung:

Kristin Heckmann, Anna Johannsen

Redaktionelle Leitung:

Jana Kern, Sven Bergmann

Gestaltung:

Sabine Römer

Geschäftsführer:

Marc Sommer (Vors.) Maximilian Lang

Hess Natur-Textilien GmbH

Marie-Curie-Straße 7

35510 Butzbach

Germany

AG Friedberg, HRB 6166

Ust-Nr. 112/5700/0062

Ust-IdNr. DE814552723