

20

AID BY TRADE FOUNDATION Jahresbericht

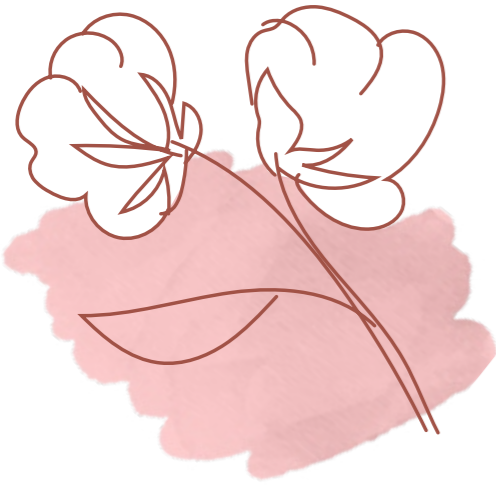
22



**COTTON
MADE IN
AFRICA**



**THE GOOD
CASHMERE
STANDARD**
by AbTF



COTTON MADE IN AFRICA

ab Seite 8

THE GOOD CASHMERE STANDARD

ab Seite 42



C24 COTTON MADE IN AFRICA



STAKEHOLDER CONFERENCE

SAVE THE DATE
11-13 MARCH 2024

MUMBAI, INDIA



INHALT

	Seite
 VORWORT von Prof. Dr. Michael Otto	4
 KONSOLIDIERTES ERGEBNIS CmiA: Das Jahr 2022 in Zahlen	6 8
 CMIA AUF DEM FELD Verifizierungen und Veränderungen Gemeinsam für eine nachhaltige Zukunft Miteinander und voneinander lernen Evaluierung von Projekten Erfolgreiche Projektarbeit Das CmiA Community Kooperationsprogramm	10 12 14 17 18 22
 CMIA IN DER KETTE UND IM MARKT Weiter auf Wachstumskurs Komplette Rückverfolgbarkeit und Transparenz CmiA-Partner*innen über Transparenz und Nachhaltigkeit	28 31 33
 CMIA IN DEN MEDIEN Veröffentlichungen und Vermarktung Greenwashing und nachhaltige Kommunikation	36 38
 THE GOOD CASHMERE STANDARD GCS: Das Jahr 2022 in Zahlen Ergebnisse der Auditierungen Erster GCS Retail Summit Nachgefragt bei GCS-Partner*innen	43 44 46 48
 DIE ORGANISATIONSTRUKTUR Die Aid by Trade Foundation Das AbTF-Kuratorium Der CmiA-Beirat Der GCS-Beirat Partnerunternehmen 2022 Impressum	54 55 56 57 58 59

VORWORT

**PROF. DR.
MICHAEL OTTO**



„Mit vereinten Kräften können wir die Transformation hin zu mehr Nachhaltigkeit schaffen und eine lebenswerte Zukunft gestalten.“

Was während der Corona-Pandemie lange nicht möglich war, kehrte letztes Jahr endlich zurück in unser Leben: persönliche Begegnungen, Gespräche von Angesicht zu Angesicht und Reisen in andere Länder. Nicht nur für unsere zwischenmenschlichen Beziehungen ist diese post-pandemische Normalisierung extrem wichtig. Auch für den Umgang mit den aktuellen globalen Herausforderungen brauchen wir das Miteinander. Das gilt auch für die Transformation des weltweiten Handels nach den Prinzipien sozialer und ökologischer Verantwortung.

Die politischen, sozialen und ökologischen Krisen der Post-Pandemie-Phase sind von gewaltigem Ausmaß: Seit mehr als einem Jahr tobt der russische Angriffskrieg in der Ukraine, und die Konfliktherde im Nahen Osten kommen nicht zur Ruhe. Bei uns erschweren Inflation und Energiekrise den Alltag vieler Menschen. Und nicht zuletzt spüren wir rund um den Globus die Auswirkungen des Klimawandels.

In Anbetracht dieser Krisen ist klar: Unsere Welt steht unter einem enormen Veränderungsdruck, dem wir begegnen müssen – und zwar gemeinsam. Kooperation statt Konfrontation – das ist es, was unser Planet bei der Lösung vieler aktueller Konflikte und der Klimakrise braucht. Gemeinsam müssen wir die Transformation von Wirtschaft und Gesellschaft vorantreiben und eine nachhaltige, klimaneutrale Zukunft gestalten.

Die Arbeit der Aid by Trade Foundation, ihre Projekte und Initiativen sind Teil dieser umfassenden Transformation. In Kooperation mit diversen Partner*innen trägt die Stiftung zu sozialen, ökologischen und ökonomischen Veränderungen bei. In den Anbau- und Produktionsländern von Baumwolle und Kaschmir, auf den weltweiten Märkten und darüber hinaus: im Nord-Süd-Verhältnis, bei Unternehmen und Konsument*innen, im politischen und gesellschaftlichen Bewusstsein.

Seit Gründung unserer Stiftung setzen wir auf das Prinzip der Hilfe zur Selbsthilfe in einer globalisierten Welt. Dass dieser Ansatz Wirkung entfaltet – und das von Jahr zu Jahr mehr – zeigt der erneute Absatzrekord von CmiA-Baumwolle. Rund 890 Millionen Textilien mit dem Label ‚Cotton made in Africa‘ wurden 2022 auf den Markt gebracht, dabei

wurden rund 80.000 Tonnen CmiA-Baumwolle mehr verarbeitet als im Vorjahr. Mich bestärkt diese erneut gestiegene Nachfrage nach nachhaltiger Baumwolle in meiner Überzeugung: Der Transformationsprozess braucht den Handel; Handelsschranken und Abschottung der Märkte wirken dagegen kontraproduktiv. Wenn Wirtschaft und Werte eine Einheit bilden, kann der Handel ein wichtiger Hebel sein, um die Globalisierung gerechter zu gestalten, Gesellschaften resilienter gegenüber Krisen zu machen und weltweit neue Chancen für eine nachhaltige Entwicklung zu schaffen. Von den CmiA-Lizenznahmen profitieren nicht nur die Kleinbäuer*innen in Subsahara-Afrika, sie sind ein wichtiger Treiber für die nachhaltige Gestaltung der gesamten textilen Wertschöpfungsketten.

Diese so transparent wie möglich zu gestalten – daran hat Cotton made in Africa auch im Jahr 2022 weiter gearbeitet. Die Initiative hat ihr Hard Identity Preserved (HIP) Tracking-System, das die vollständige Rückverfolgung der Baumwolle von der Entkörnungsanlage bis zum fertigen Produkt ermöglicht, weiter ausgebaut – ein wichtiger Baustein für nachhaltige und transparente Lieferketten. Dass dies auch immer mehr Unternehmen wichtig ist, zeigt die steigende Nachfrage nach CmiA-Baumwolle, die nach dem HIP-System weiterverarbeitet

wird. Und auch die politischen Maßnahmen, wie das deutsche Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz oder der geplante Digital Product Passport in der EU, sind wichtige Treiber für faire, menschenwürdige Wertschöpfungsketten.

Wesentlichen Einfluss auf eine nachhaltige Gestaltung der Lieferketten haben natürlich auch die Verbraucher*innen, die zu Recht erwarten, dass Produkte bzw. deren Rohstoffe im Einklang mit der Natur, dem Tierwohl und unter Einhaltung der Menschenrechte hergestellt werden. Dieses veränderte Konsumverhalten spiegelt sich auch im Erfolg unseres The Good Cashmere Standards® (GCS) wider. Der Absatz von Kaschmir, der nach dem GCS zertifiziert ist, konnte im vergangenen Jahr um 50 % gesteigert werden. Ein Erfolg, vor allem, weil durch den Kauf der zertifizierten Fasern die Ziegenhaltung in der Inneren Mongolei weiter verbessert werden kann – mit dem Fokus auf das Tierwohl sowie auf soziale und ökologische Verbesserungen in der Region, ein Dominoeffekt im positiven Sinne.

Die Aid by Trade Foundation hat auch im Jahr 2022 wieder viele Themen angepackt und ist auf dem Weg in ein nachhaltigeres Morgen ein gutes Stück vorangekommen. Ich bin überzeugt: Mit vereinten Kräften können wir die Transformation hin zu mehr Nachhaltigkeit schaffen und eine lebenswerte Zukunft gestalten.



KONSOLIDIERTES ERGEBNIS 2022

Die Aid by Trade Foundation hat 2022 ein signifikantes Umsatz- und Ergebniswachstum erzielt. Die Gesamteinnahmen sind um 37 % auf 8,1 Millionen Euro gestiegen. Ausschlaggebend dafür ist vor allem die erfolgreiche Marktposition der nachhaltigen AbTF-Standards. So wurden 7 Millionen Euro über Marktaktivitäten von Cotton made in Africa (CmiA) und The Good Cashmere Standard (GCS) aus dem privaten Sektor generiert. Die Ausgaben für die Programmimplementierung der beiden Nachhaltigkeitsstandards sowie für Kooperationsprojekte konnten um 22 % auf 3,8 Millionen Euro erhöht werden.

2022 IN ZAHLEN

Im Geschäftsjahr 2022 konnte die Aid by Trade Foundation ihre Gesamteinnahmen von 5.937 TEUR auf 8.139 TEUR steigern. Aus der Vermarktung von Baumwolle von Cotton made in Africa sowie des The Good Cashmere Standards wurden Lizenzeinnahmen von insgesamt 5.128 TEUR erzielt, das ist eine Steigerung um 32 %.

Während aus der Vermarktung der Rechte an der Marke Cotton made in Africa über die ATAKORA Fördergesellschaft GmbH Lizenzeinnahmen in Höhe von 2.725 TEUR generiert wurden, hat der Absatz von CmiA-verifizierter Baumwolle als BCI-Baumwolle Einnahmen in Höhe von 1.765 TEUR erbracht. Die Lizenzeinnahmen aus der Vermarktung des The Good Cashmere Standards von Retailern und Brands betragen 2022 insgesamt 638 TEUR und zeigen, dass die Nachfrage nach dem nachhaltigen Kaschmirstandard 2022 erneut stark gewachsen ist.

Gleichzeitig sind durch die steigende Nachfrage nach CmiA Organic, CmiA-, oder GCS-verifizierten Rohstoffen seitens der Unternehmen der Nachfrageallianzen auch die globalen Netzwerke in den textilen Wertschöpfungsketten weitergewachsen. Daher trugen Partnerbeiträge in Höhe von insgesamt 1.140 TEUR – plus 27 % gegenüber dem Vorjahr – verstärkt zur weiteren Umsetzung der nachhaltigen Rohstoffe in den globalen Supply Chains bei. Diese Beiträge stammten von der kontinuierlich steigenden Zahl unterschiedlicher CmiA-Partnerunternehmen: Den Baumwollgesellschaften in Afrika, den internationalen Baumwollhandelsunternehmen und Spinnereien sowie den weiteren registrierten textilverarbeitenden Unternehmen in der CmiA-Wertschöpfungskette. Für die Kooperation mit The Good Cashmere Standard haben die Partnerunternehmen im Geschäftsjahr 2022 Beiträge von insgesamt 629 TEUR – plus 48 % gegenüber dem Vorjahr – aufgebracht. Diese Einnahmen wurden

vor allem für den umfangreichen Verifizierungsprozess dieses wertvollen Rohstoffs in der Inneren Mongolei und die Weiterentwicklung des Standards eingesetzt. Gleichzeitig wurden Schulungskonzepte und Trainingsmaterialien für die Kaschmirfarmen für wichtige Themenschwerpunkte entwickelt und umgesetzt.

Im Jahr 2022 sind auch die Einnahmen aus Spenden und Fördergeldern angestiegen. Die AbTF hat Spendeneinnahmen in Höhe von 898 TEUR erzielt, die insbesondere für die Kofinanzierung der Kooperationsprojekte mit den CmiA-Baumwollgesellschaften eingesetzt wurden (siehe hierzu auch Seite 22). Fördermittel für die Kofinanzierung von Projekten mit Fokus auf Klimaschutz und Bodenverbesserung mit den CmiA-Partnerunternehmen in Afrika hat die Stiftung in Höhe von 242 TEUR eingesetzt.

Das Verhältnis zwischen den Einnahmen aus Spenden und Fördergeldern (14 %) und den aus dem Wirtschaftsbetrieb generierten Erträgen (86 %) an den Gesamteinnahmen des Jahres 2022 spiegelt erneut die erfolgreiche Umsetzung der Stiftungsdevise wider, über die Aktivierung von Marktkräften ‚Hilfe zur Selbsthilfe‘ zu bewirken.

Wie im Vorjahr investierte die AbTF 2022 circa 9 % der Gesamtausgaben über ihre Vermarktungsgesellschaft ATAKORA in die Bereiche Marketing, Kommunikation sowie Vertrieb und unterstützte damit die Vermarktung von CmiA-Baumwolle und GCS-Kaschmir an neue und bestehende Lizenznehmer*innen.

Die Ausgaben für die Implementierung der CmiA-Programme sowie des The Good Cashmere Standards konnten im Jahr 2022 deutlich auf insgesamt 3.298 TEUR gesteigert werden und lagen damit 22,7 % über dem Vorjahresniveau.

Die Effektivität der eingesetzten Mittel zeigt sich auch für 2022 in einer ‚Program Service Expense Ratio‘

von 77 %, die aus der Relation der Gesamtausgaben zu den Mitteln errechnet wird, die unmittelbar die Stiftungsziele unterstützen.

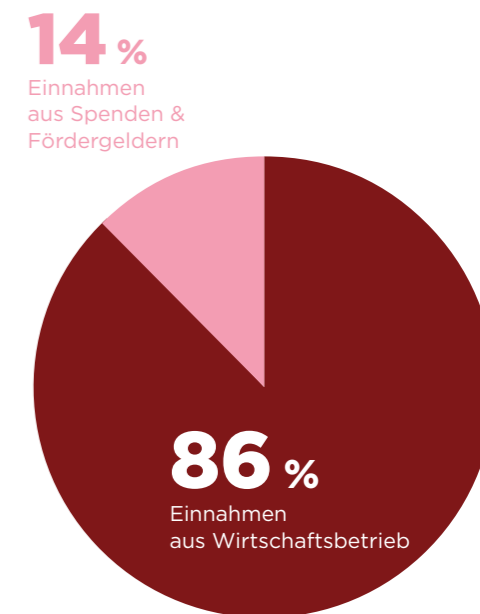
Die im Jahr 2022 erneut sehr positive Einnahmenentwicklung, verbunden mit einer effektiven und zielgerichteten Mittelverwendung, führte zu einem konsolidierten Jahresüberschuss von 3.250 TEUR vor Steuern. Dieser gewährleistet, auch über

die Bildung von freien Rücklagen, eine solide Eigenkapitalstruktur. Darüber hinaus stehen Mittel z. B. für eine Finanzierung von Innovationen für eine nachhaltige Entwicklung sowie für weitere Maßnahmen zur Verfügung – sowohl in der Programmimplementierung von CmiA in den afrikanischen Partnerländern als auch des The Good Cashmere Standards in der Inneren Mongolei.

EINNAHMEN 2022

	TEUR	in %	2021 TEUR
Lizenzeinnahmen	5.128	63 %	3.879
Partnerschaftsbeiträge	1.769	22 %	1.324
Spenden	898	11 %	666
Fördergelder	242	3 %	29
Sonstige Einnahmen	102	1 %	39
Gesamteinnahmen	8.139	100 %	5.937

	TEUR	in %	2021 in %
Einnahmen aus Wirtschaftsbetrieb	7.000	86 %	88 %
Einnahmen aus Spenden & Fördergeldern	1.139	14 %	12 %

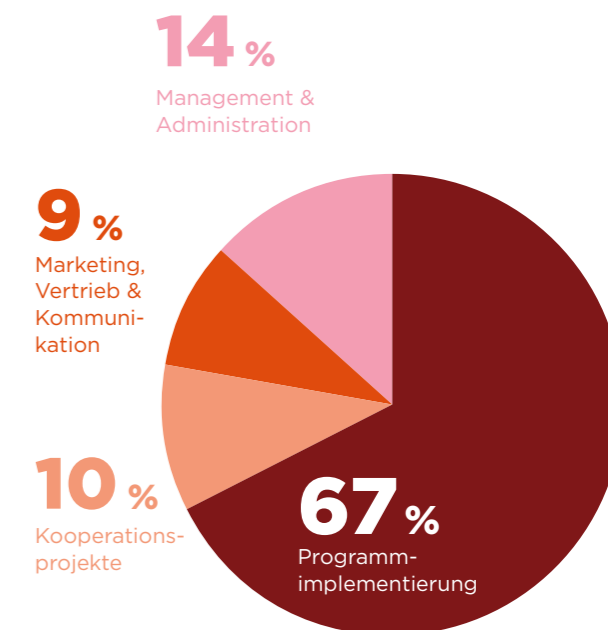


2022 IN ZAHLEN

AUSGABEN 2022

	TEUR	in %	2021 TEUR
Management & Administration	671	14 %	529
Programmimplementierung	3.298	67 %	2.688
Kooperationsprojekte	489	10 %	408
Marketing, Vertrieb & Kommunikation	431	9 %	365
Gesamtausgaben	4.889	100 %	3.990

	in %	2021 in %
Program Service Expense Ratio = Program Service Expenses / Total Expenses	77 %	78 %



DAS JAHR 2022 IN ZAHLEN

2022 IN ZAHLEN

19



BAUMWOLL-
GESELLSCHAFTEN

AUF DEM FELD

40%

DER AFRIKANISCHEN
BAUMWOLLPRODUKTION
IST CMIA-VERIFIZIERT.



1.824.743

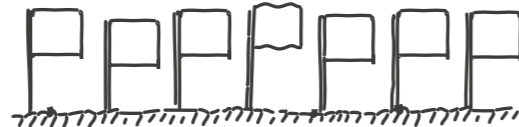
ANBAUFLÄCHE
GESAMT (HA)



900.000

CMIA KLEINBÄUERINNEN &
KLEINBAUERN

10



ANBAULÄNDER



715.000

TONNEN
CMIA-BAUMWOLL-
ERNTEN GESAMT
(ENTKÖRNT)



943

DURCHSCHNITTLICHE
ERTRAGSMENGE
(ROHBAUMWOLLE) DER
FARMER*INNEN (KG/HA)

2,02

DURCHSCHNITTLICHE
ANBAUFLÄCHE PRO
FARMER*IN (HA)



IN DER KETTE UND IM MARKT



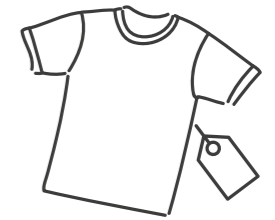
8

TEXTILPRODUKTIONS-
MÄRKTE IN AFRIKA



260

SPINNEREIEN



240.000

TONNEN WEITER-
VERARBEITETE
BAUMWOLLE

66



CMIA-RETAILER UND
BRANDS

29



BAUMWOLL-
HÄNDLER

54



TEXTILPRODUKTIONS-
MÄRKTE WELTWEIT

2022 IN ZAHLEN

CMIA AUF DEM FELD

Seit 2005 setzt sich Cotton made in Africa (CmiA) als Initiative der Aid by Trade Foundation (AbTF) für den nachhaltigen Baumwollanbau in Subsahara-Afrika ein – und das mit Erfolg: Heute ist CmiA einer der weltweit führenden Standards für nachhaltig produzierte Baumwolle. Kernanliegen der Initiative ist es, die Lebens- und Arbeitsbedingungen der Kleinbäuer*innen zu verbessern und die Natur zu schützen. Dafür arbeitet CmiA mit einem weitreichenden Netzwerk in den Anbauländern der Baumwolle, zahlreichen Partner*innen entlang der textilen Wertschöpfungskette sowie Regierungs- und Nichtregierungsorganisationen zusammen. Auch 2022 hat die Initiative mit ihren Partner*innen den nachhaltigen Baumwollanbau engagiert weiter vorangebracht: Etwa 900.000 kleinbäuerliche Familien haben im vergangenen Jahr auf einer Fläche von 1,8 Millionen Hektar Baumwolle angebaut. Daraus wurden 715.000 Tonnen entkörnte CmiA- und CmiA Organic Baumwolle produziert. Als besonders wertvoll hat sich erwiesen, dass nach zwei Jahren digitaler Kommunikation aufgrund der Corona-Pandemie der persönliche Austausch unter den Partner*innen wieder aufleben konnte.

Baumwolle von Cotton made in Africa wird von kleinbäuerlichen Familien in Subsahara-Afrika im Regenfeldanbau mit einem effektiven und verantwortungsvollen Pestizid- und Düngemittelsatz angebaut und per Hand geerntet. Dabei erschweren die zunehmenden Folgen des Klimawandels, wie langanhaltende Dürreperioden und eine reduzierte Bodenfruchtbarkeit, immer mehr die Bedingungen für einen wirtschaftlichen Baumwollanbau. CmiA setzt daher bereits seit mehreren Jahren verstärkt auf Maßnahmen, die die Resilienz der Kleinbäuer*innen stärken und die Biodiversität erhalten bzw. erhöhen – um damit die Zukunftsfähigkeit des Baumwollanbaus in Afrika zu sichern. 2022 hat die Initiative insbesondere die Bodengesundheit in den Fokus genommen und das Thema in verschiedenen Workshops sowie im Rahmen des Projektes CAR-iSMa in die Baumwollgesellschaften getragen. Um die Lebensbedingungen der kleinbäuerlichen Familien zu verbessern, engagiert sich CmiA über den nachhaltigen Baumwollanbau hinaus mit dem Community Kooperationsprogramm (CCCP) auch für die Verbesserung anderer Lebensbereiche – angefangen bei Gesundheit über Bildung bis hin zu Frauenförderung.



VERIFIZIERUNGEN UND VERÄNDERUNGEN IM CMIA-NETZWERK

Das CmiA-Verifizierungssystem überprüft regelmäßig die soziale, ökologische und ökonomische Weiterentwicklung auf Farmebene und in den Entkörnungsbetrieben. Die Verifizierungen führen im Auftrag von CmiA zwei unabhängige Verifizierungsunternehmen durch: EcoCert und AfriCert. 2022 waren 22 Auditor*innen für CmiA unterwegs: Es gab 14 Einsätze, um die Baumwollproduktion zu verifizieren und zehn Einsätze zur Überprüfung von Entkörnungsanlagen.

Das Netz an Baumwollgesellschaften, die Partnerorganisationen von CmiA sind, war aufgrund von äußeren Faktoren auch 2022 wieder in Bewegung. So hat sich die Anzahl der nach CmiA und CmiA Organic verifizierten Baumwollgesellschaften Ende 2022 auf 19 reduziert. Mit insgesamt fünf Baumwollgesellschaften endete die Partnerschaft im Laufe des Jahres, weil sie ihre Geschäftsaktivitäten einstellten. Insbesondere der Baumwollsektor in Uganda stand im letzten Jahr zahlreichen Herausforderungen gegenüber: angefangen bei geringen Regenfällen über Lieferkettenprobleme bis hin zu Verteuerungen von Treibstoff und Dünger infolge des russischen Angriffskrieges in der Ukraine. Alle drei Partner von CmiA in Uganda legten deshalb das Baumwollgeschäft nieder. Auch eine Baumwollgesellschaft in Sambia und eine weitere in Mosambik entschieden sich für diesen Schritt. In Togo konnte CmiA dagegen eine Baumwollgesellschaft als neue Partnerorganisation aufnehmen, in Benin eine Nichtregierungsorganisation. Darüber hinaus befindet sich in Uganda ein neues Unternehmen im Onboarding-Prozess, 2022 hat es bereits die Verifizierung auf Feldebene durchlaufen.





**CMIA IM DIALOG:
GEMEINSAM FÜR
EINE NACHHALTIGE
ZUKUNFT**

INTERVIEW

**„Der Klimawandel
ist die größte Herausforderung für die
Baumwollproduktion
in West- und
Zentralafrika“**



**YOUNOUSSA
IMOROU ALI**
CmiA-Consultant und
-Koordinator für West-
und Zentralafrika

Younoussa Imorou Ali arbeitet seit Februar 2019 in West- und Zentralafrika als Berater für Cotton made in Africa (CmiA). Im Baumwollsektor ist der ausgebildete Wirtschaftswissenschaftler bereits seit 17 Jahren tätig – und das mit ganzer Leidenschaft. Die CmiA-Kriterien sieht er als Antwort auf die Herausforderungen, denen die Welt heute gegenübersteht. Wie er vor Ort bei deren Implementierung unterstützt, welche Herausforderungen der Klimawandel für die Baumwollbauer*innen in West- und Zentralafrika mit sich bringt und wie sich dort der Biobaumwollanbau entwickelt – darüber spricht Younoussa Imorou Ali in diesem Interview.

Warum haben Sie sich dafür entschieden, für CmiA zu arbeiten und die Aid by Trade Foundation (AbTF) in West- und Zentralafrika zu vertreten?

Meine Arbeit für CmiA ist mehr als eine Wahl, sie ist eine Selbstverständlichkeit. Ich hatte das Privileg, zu den ersten Akteuren zu gehören, die mit der Einführung und Förderung der CmiA-Initiative in Benin betraut waren. Das war 2006. Als ich 2018 sah, dass die AbTF einen Vertreter in West- und Zentralafrika sucht, habe ich mich ohne zu zögern beworben. Ich bin stolz darauf, Teil des AbTF-Teams zu sein, das sich für die Entwicklung des Baumwollsektors in Afrika südlich der Sahara einsetzt. Und es freut mich, als Vertreter der AbTF die Ideale dieses Standards weiterzutragen.

Ein enger, persönlicher Austausch mit den verifizierten Baumwollgesellschaften in Afrika hat für CmiA einen hohen Stellenwert. Denn die Baumwollgesellschaften schulen die Kleinbäuer*innen in nachhaltigen Anbaumethoden gemäß des CmiA-Standards, und sie sind diejenigen, die von den Kleinbäuer*innen die geerntete Baumwolle aufkaufen und nach der Entkörnung an die textile Kette verkaufen.

Nachdem 2020 und 2021 aufgrund der Corona-Pandemie der persönliche Austausch vor Ort überwiegend durch die digitale Kommunikation ersetzt werden musste, konnten 2022 endlich wieder vermehrt Besuche bei den Baumwollgesellschaften in Afrika stattfinden. Auch zu Präsenzveranstaltungen lud CmiA ein – und baute damit die Vernetzung weiter aus.

Im April 2022 besuchten der CmiA-Vertreter für Zentral- und Westafrika und die CmiA-Verifizierungsmanagerin die Baumwollgesellschaft Sodecoton in Kamerun. Auf ihrer Reise wollten sie sich vor allem ein Bild von den drei CCCP-Projekten machen, die Sodecoton mithilfe der finanziellen Unterstützung der AbTF zwischen 2018 und 2020 umgesetzt hat. So besuchten sie verschiedene Dörfer, in denen mehrere Klassenzimmer und Latrinen gebaut wurden ebenso wie eine Gesundheitsstation mit Entbindungsraum. Außerdem machten sie sich ein Bild darüber, wie die Entkörnungsfabrik in Garoua arbeitet.

Wie sieht Ihre Arbeit vor Ort konkret aus?

Im Fokus meiner Arbeit steht der ständige Kontakt zu den Partner-Baumwollgesellschaften. Ich mache Besuche bei ihnen, informiere mich über die Entwicklung der CmiA-Aktivitäten und tausche mich über Schwierigkeiten und Lösungsansätze aus, um die Arbeitsbedingungen generell zu verbessern. Kontinuierlich werbe ich zudem für CmiA – durch Information, Bildung, Kommunikation und Sensibilisierung. Ich berate bei der Anwendung und Einhaltung der Kriterien des CmiA-Standards und verfolge die Umsetzung von sozialen Projekten. Außerdem beteilige ich mich an der Organisation von Audits und am Verifizierungsprozess. Zu meinen Aufgaben zählt auch die Teilnahme an regionalen Treffen und Workshops zum Thema Baumwolle. Zu guter Letzt gewährleiste ich den Austausch zwischen den Baumwollgesellschaften und der AbTF.

Als CmiA-Repräsentant stehen Sie vor Ort mit den Baumwollgesellschaften in engem Kontakt. Warum ist der direkte Austausch in den Erzeugerländern so wichtig?

Der CmiA-Standard basiert auf dem Prinzip der kontinuierlichen Verbesserung. Die Kriterien sind eine Antwort auf die Herausforderungen, denen die Welt heute gegenübersteht. Ihre Umsetzung erfordert eine kontextbezogene Anwendung. Die Baumwollgesellschaften wünschen sich einen Ansprechpartner vor Ort, an den sie sich direkt und schnell mit Fragen zu den CmiA-Aktivitäten wenden können. Der enge Kontakt und die regelmäßige Betreuung helfen wirksam dabei, diese wichtige Verantwortung wahrzunehmen.

Was sind in Ihren Augen die größten Herausforderungen bei der Baumwollproduktion in West- und Zentralafrika, insbesondere für die Baumwollgesellschaften?

Meiner Meinung nach ist der Klimawandel die größte Herausforderung für die Baumwollproduktion in West- und Zentralafrika. Die Auswirkungen sind für die Produzent*innen bereits deutlich spürbar. Hier nur ein paar Beispiele: Niederschlagsstörungen, eine drastische Abnahme der Bodenfruchtbarkeit, Verlust der Artenvielfalt, Versiegen der Trink- und Nutzwasserquellen, Auftreten neuer Schädlingarten, die gegen jede Form der Bekämpfung unempfindlich sind, das Risiko von Hungersnöten, Schäden durch starke Winde, starke Regenfälle und Überschwemmungen. Es gibt auch ein Preisungleichgewicht zwischen den immer höheren Preisen für Produktionsmittel und den immer niedrigeren Preisen, die den Erzeuger*innen gezahlt werden.

Seit über 25 Jahren unterstützt die Nichtregierungsorganisation OBEPAB kleinbäuerliche Familien im Anbau von Biobaumwolle in Benin. Wie schätzen Sie allgemein die Motivation in Westafrika ein, Biobaumwolle zu produzieren?

Tatsächlich wird in Benin bereits seit mehreren Jahren Biobaumwolle angebaut. Die NGO OBEPAB ist einer der wichtigsten Förderer dieses Labels. In den letzten Jahren steigt das Interesse an dieser Art des Anbaus kontinuierlich. Mehrere Länder der Subregion treffen derzeit auf nationaler Ebene strategische Entscheidungen für die generelle Einführung und Förderung des ökologischen Landbaus. Baumwolle ist da keine Ausnahme. Im Übrigen ist es heute eine Tatsache, dass die produzierte Menge vollständig aufgekauft wird. Aber die Herausforderungen bleiben bestehen: Preise, Produktionsmanagement und Unterstützung der Produzierenden an der Basis.

Was braucht es, damit der Baumwollanbau in West- und Zentralafrika zukunftsfähig bleibt?

Baumwolle in West- und Zentralafrika hat ein großes Potenzial; man muss es nur hervorheben und nutzen, um mehr Wertschöpfung zu erzielen. Die afrikanische Baumwolle ist leider regenabhängig. Die starken Schwankungen beim Regenfall haben für den Baumwollanbau negative Folgen. Deshalb müssen die Produzierenden geschult und überzeugt werden, geeignete Praktiken im Bereich Boden- und Wassermanagement anzuwenden. Außerdem muss die Rentabilität der Produktion bei kleinen und mittleren Erzeuger*innen sichergestellt werden. Sie sind am zahlreichsten vertreten und stellen die eigentliche Stütze des Sektors dar. Zu diesem Zweck sollte die Möglichkeit einer Preisanpassungspolitik geprüft werden. Außerdem sollten alternative Kulturpflanzen zur Baumwolle unterstützt und gefördert werden, um eine Rotation und eine Diversifizierung der Produktion sowie des Einkommens zu ermöglichen. Soja ist in einigen Ländern in West- und Zentralafrika beispielsweise eine alternative Kulturpflanze.





MIT DEN STANDARDS VERTRAUT MACHEN

Seit Juni 2022 ist die Baumwollgesellschaft NSCT in Togo neuer Partnerbetrieb von CmiA. Im November 2022 wurden die Feldaktivitäten bei NSCT verifiziert und Interviews mit den Kleinbäuer*innen in den Regionen Plateau Sud, Plateau Nord, Maritime und Kara geführt.

Im August 2022 fand ein zweitägiger Onboarding-Workshop mit etwa 20 Mitarbeiter*innen, vorwiegend Agrarberater*innen, einer ugandischen Baumwollgesellschaft statt, die CmiA-Partnerunternehmen werden möchte. Ziel war es, die Baumwollgesellschaft mit dem Standard vertraut zu machen, sodass sie die Anforderungen erfüllt und den Verifizierungsprozess durchlaufen kann.



ÜBERARBEITETE DOKUMENTE

Für das Standards-System von Cotton made in Africa wurden verschiedene Dokumente, vor allem bezüglich des Verifizierungsprozesses, überarbeitet oder neu erstellt. So wurde beispielsweise ein Beschwerdemechanismus definiert oder auch der Prozess für eine formale Beschwerde zu erzielten Verifizierungsergebnissen verschriftlicht.

MITEINANDER UND VONEINANDER LERNEN

Im Fokus eines dreitägigen Workshops in Nairobi in Kenia, den die Aid by Trade Foundation im Mai 2022 gemeinsam mit der African Cotton Foundation (ACF) durchführte, standen die Bodengesundheit und der integrierte Anbau. Beide Themen sind für den nachhaltigen Baumwollanbau elementar – insbesondere in Anbetracht der zunehmenden klimatischen Veränderungen in Afrika. So vermittelten in dem Workshop verschiedene Referent*innen unterschiedliche Ansätze zur Verbesserung der Bodengesundheit sowie agrartechnische Maßnahmen zum integrierten Anbau. Zu den insgesamt 26 Teilnehmer*innen gehörten Vertreter*innen der Baumwollgesellschaften, die sowohl zur ACF gehören als auch CmiA-zertifiziert sind, Vertreter*innen der AbTF, der ACF sowie vier externe Referent*innen. Nach der theoretischen Wissensvermittlung folgte im praktischen Teil des Workshops eine Exkursion zu einem kenianischen Unternehmen, das verschiedene Produkte zur biologischen Schädlingsbekämpfung herstellt – wie beispielsweise Mikroben, Pheromon- und Klebefallen.

Innovationen für eine nachhaltige Entwicklung – unter diesem Oberthema stand die zweitägige Stakeholderkonferenz von Cotton made in Africa im September 2022 in Bremen. Eingeladen war jeweils ein*e Vertreter*in jeder zertifizierten Baumwollge-

sellschaft. Mit insgesamt über 30 Expert*innen wurde im Rahmen von Vorträgen, Diskussionsrunden und Lerninteraktionen die Frage beleuchtet: Wie können Innovationen und Technologien einen Beitrag dazu leisten, eine sozial und ökologisch nachhaltige Entwicklung voranzubringen – und wie kann Afrika davon profitieren? Nach der Theorie folgte noch ein



Ausflug in die Praxis. Die Konferenzgesellschaft besuchte einen konventionellen landwirtschaftlichen Betrieb bei Lüneburg, der Maßnahmen zum Schutz der Biodiversität und zur Verbesserung der Boden-

★ Learning Carousel: Innovative Approaches from and for Sustainable African Cotton Cultivation

C22 COTTON
MADE IN
AFRICA



© Angela Gerlach

fruchtbarkeit umsetzt und im Rahmen eines großen Forschungsprojekts wissenschaftlich begleitet wird. Die afrikanischen Partner*innen konnten bei der Konferenz und diesem Besuch viele Eindrücke gewinnen, wie sich die Landwirtschaft im Norden und im Süden sehr ähnlichen Herausforderungen stellen muss und nach ökonomisch machbaren Lösungen sucht. Die Ergebnisse aus diesen beiden Tagen intensiven Austausches sollen in die weitere Projektarbeit einfließen.

Im November 2022 lud die AbTF jeweils zwei Vertreter*innen je zertifizierter Baumwollgesellschaft aus Tansania, Sambia, Mosambik und Nigeria zum CmiA-Regionalworkshop nach Moshi (Tansania) ein. Auch zwei CmiA-Berater sowie zwei Vertreter*innen der African Cotton Foundation waren bei dem dreitägigen Workshop dabei. Die Teilnehmenden haben sich über Standardanforderungen und neu entwickelte Trainingsmaterialien ausgetauscht, über ihre Projektaktivitäten berichtet und eine gemeinsame Exkursion zu SJS Organic Farms unternommen – einem Trainingszentrum für Bio-Anbau. Dort lernten die Gäste das Konzept der ‚One Acre Farm‘ kennen, das auf lokal vorhandenes Wissen und Low-Cost-Technologien setzt. So gab es beispielsweise Einblicke in die Kompostierung, effektive Mikroorganismen und die Nutzung von Bio-Pestiziden.





DIE CMIA-PARTNERGESELLSCHAFTEN IN SUBSAHARA-AFRIKA

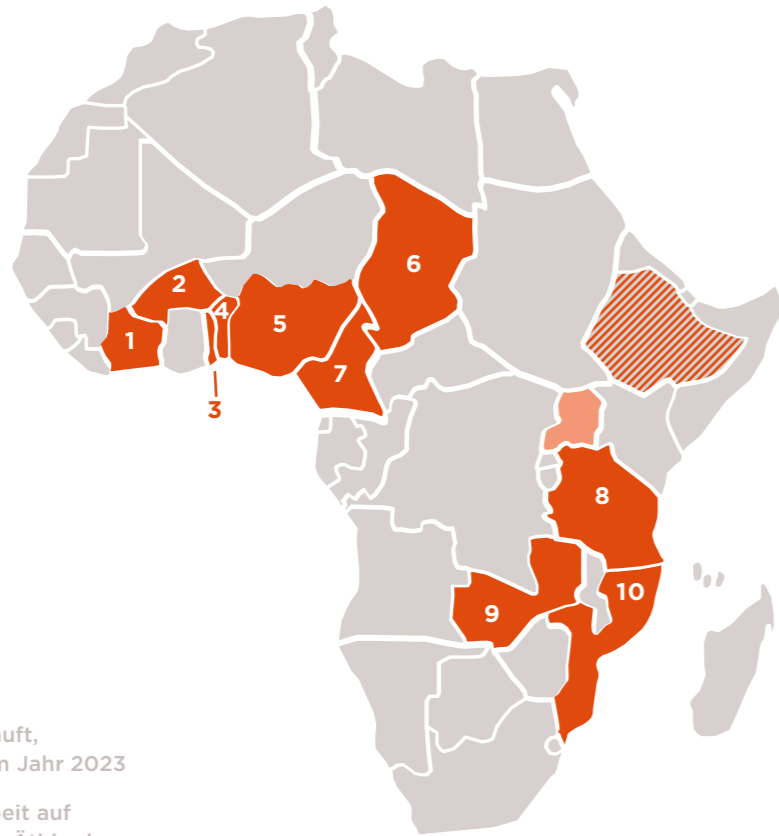
1 CÔTE D'IVOIRE
Ivoire Coton
SECO
COIC
CIDT

2 BURKINA FASO
Faso Coton
SOFITEX

3 TOGO
NSCT

4 BENIN
SODECO
OBEPAB

5 NIGERIA
ArewaCotton



6 TSCHAD
Cotontchad

7 KAMERUN
SODECOTON

8 TANSANIA
Alliance
Biosustain

9 SAMBIA
Alliance
Parrogate Group:
CGL
Highland Cotton
Trading
LDC Zambia

10 MOSAMBIK
SAN JFS

- Onboarding läuft, Uganda neu im Jahr 2023
- Zusammenarbeit auf Projektbasis in Äthiopien

STARKE KOOPERATIONEN

Bereits im März 2021 ging die Aid by Trade Foundation eine Kooperation mit der African Cotton Foundation (ACF) ein. Im Fokus der Non-Profit-Organisation stehen ebenso wie bei CmiA die Verbesserung der Lebensbedingungen afrikanischer Baumwollbauer*innen und der Schutz der Umwelt. Die Kooperation wurde zunächst bis Ende 2022 geschlossen. Aufgrund der erfolgreichen Zusammenarbeit haben sich die Partnerorganisationen entschieden, den Kooperationsvertrag 2023 bis mindestens 2025 zu verlängern. Im Mittelpunkt der Projekte, die einer erfolgreichen Umsetzung der CmiA-Standardkriterien dienen, stehen folgende Themen: integrierte Produktion und Pflanzenschutzmaßnahmen sowie Bodengesundheit und Bodenfruchtbarkeit. Bis Ende 2022 wurden insgesamt vier Projekte unter ACF-Koordination gestartet.

PARTNERSCHAFT BEENDET

Zehn Jahre lang hat die Aid by Trade Foundation mit der Better Cotton Initiative (BCI) kooperiert. Nachdem sich die beiden Standardorganisationen in den letzten Jahren jedoch zunehmend unterschiedlich weiterentwickelt hatten, entschieden sie sich, die Partnerschaft zum Jahresende 2022 zu beenden. Der Verkauf von CmiA-verifizierter Baumwolle als Better Cotton wird mit einer Übergangsfrist eingestellt.

WIRKSAMKEIT BESTÄTIGT: EVALUIERUNG VON PROJEKTEN

Was läuft gut? Was kann noch besser gemacht werden? Auf diese Fragen sucht CmiA immer wieder aktuelle Antworten. Denn die Initiative will sicherstellen, dass ihre Arbeit Wirkung zeigt. So stellt sie Projekte und Maßnahmen durch regelmäßige Datenerhebungen und Studien auf den Prüfstand.

2022 stand eine Evaluierung der WASH-Projekte (Water, Sanitation & Hygiene) an, die seit 2015 von Baumwollgesellschaften in Côte d'Ivoire im Rahmen des CmiA Community Kooperationsprogramms durchgeführt wurden. Die Umsetzung der Studie hat die AbTF in die Hände eines lokalen Konsortiums gelegt, bestehend aus dem Centre Ivoirien de Recherches Économiques et Sociales (CIRES) und dem Africa Council Capacity Building and Monitoring (ACBM). Das Konsortium führte eine Sekundärforschung, quantitative Umfragen und qualitative Interviews sowie Fokusgruppendifkussionen vor Ort durch.

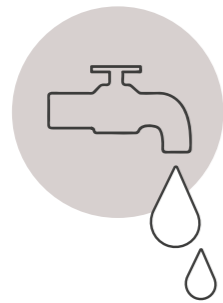
Die Ergebnisse der Studie können sich sehen lassen: Die WASH-Projekte sind erfolgreich. Es ist gelungen, die sanitäre Lage und damit die gesundheitliche Situation der Begünstigten – also der Menschen in den Dorfgemeinschaften, in denen ein Projekt durchgeführt wurde – deutlich zu verbessern. So hat die Installation von Toiletten und die Modernisierung vorhandener Latrinen dazu geführt, dass nur noch 6 % der Dorfbewohner*innen ihre Notdurft im Freien entrichten. Vorher waren es 39 %. Und ein weiterer Pluspunkt: Fast 100 % der Befragten sind mit der Qualität der neuen Einrichtungen zufrieden. Zudem ist das Evaluierungsteam überzeugt, dass die neu errichtete Infrastruktur durch die verantwortlichen Komitees in den Dorfgemeinschaften gewartet und instandgehalten wird – und damit langfristig bestehen kann.

Neben sanitären Anlagen wurden Brunnen gebaut, die den Mitgliedern der begünstigten Dorfgemeinschaften das Wasserholen erleichtern: Die



Entfernung zur nächsten sicheren Wasserstelle konnte dadurch in etwa halbiert werden. Davon profitieren insbesondere die Frauen der Gemeinden, denn in der Regel sind sie es, die das Wasser für die ganze Familie holen und dabei oft lange, unsichere Wege auf sich nehmen müssen. 70 % der Befragten wurden außerdem in Hygieneschulungen für das Thema sensibilisiert. Um künftig alle Dorfbewohner*innen mit den Hygieneschulungen zu erreichen, sollen diese bei der Durchführung von Projekten im Bereich Gesundheit künftig verpflichtend werden.

CmiA zieht aus den Studienergebnissen einen klaren Schluss: Das Community Kooperationsprogramm unterstützt die Infrastruktur und Entwicklung in einzelnen Gemeinden in den Anbauregionen und führt so Schritt für Schritt zu punktuellen Verbesserungen. Deshalb sind die CCCPs weiterhin ein wichtiger Baustein in der Arbeit von CmiA.



ERFOLGREICHE PROJEKTABSCHLÜSSE

Während manche Projekte am Beginn stehen, gingen andere zu Ende: 2022 war das letzte Jahr des ‚Water Stewardship‘-Projekts, das 36 Monate lief. Das Trainingsmaterial zum Thema Wassermanagement im Baumwollanbau wurde überarbeitet und auf Amharisch übersetzt, damit es für Farmertrainings im ländlichen Äthiopien genutzt werden kann. Zusammen mit Alliance for Water Stewardship (AWS) wurde ein Erfahrungsbericht darüber verfasst, wie die beiden Standards sich sinnvoll ergänzen können.

Erfolgreich abgeschlossen wurde auch das 2020 gestartete Projekt mit der ‚Ana Kwa Ana Foundation‘. Für drei Baumwollgesellschaften wurden sogenannte Gender-Officer kofinanziert, die sich anhand verschiedener Maßnahmen für eine Gleichberechtigung der Geschlechter in den Unternehmen einsetzten.

PROJEKTARBEIT: MEHR ERREICHEN MIT STARKEN PARTNER*INNEN

Große Herausforderungen bedürfen Kooperationen, die verlässlich und wertschätzend zielgerichtet Lösungen herbeiführen. Auch im Jahr 2022 arbeitete die AbTF in unterschiedlichen Konstellationen an Projekten, die gezielt bestimmte Themen effizient und zügig voranbringen sollen.

Seit 2021 ist die AbTF im Rahmen der von der Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) geförderten ‚Sub-Saharan Cotton Initiative‘ (SSCI) an zwei Projekten beteiligt und nahm 2022 zwecks Austausches am ersten Treffen der Konsortialpartner teil.

Ebenfalls 2021, im November, startete im Rahmen der SSCI das vom BMZ kofinanzierte Projekt ‚Growing Benin’s Organic Cotton Sector‘ – koordiniert von PAN UK, federführend umgesetzt von der Nichtregierungsorganisation OBEPAB (Organisation Béninoise pour la Promotion de l’Agriculture Biologique) und finanziell wie inhaltlich von der AbTF und dem Baumwollhändler Paul Reinhart AG unterstützt. Es läuft über drei Jahre. Am Ende sollen 9.000 Produzierende gemäß CmiA Organic zertifiziert und ihre Lebensbedingungen verbessert sein. Dank des somit erweiterten Marktzugangs werden langfristige Investitionen in den Bio-Baumwollsektor in Benin sichergestellt.

BODENGESUNDHEIT ERHALTEN: DAS PROJEKT CAR-ISMA

Im Dezember 2021 hat die Aid by Trade Foundation das Kooperationsprojekt CAR-iSMa gestartet – mit dem Ziel, über nachhaltige Produktionsmethoden zur Bodenbewirtschaftung die Lebensgrundlagen von rund 100.000 kleinbäuerlichen Familien zu verbessern, die Effekte des Klimawandels für sie zu mildern und ihre Resilienz zu stärken.



Die Existenz von Kleinbäuer*innen in Afrika hängt maßgeblich davon ab, welche Folgen die veränderten Klimabedingungen auf die Fruchtbarkeit ihrer Böden

haben. Denn: Nur ein gesunder Boden liefert dauerhaft Erträge, von denen die kleinbäuerlichen Familien leben können. Und nicht nur das: Auch der Erhalt einzigartiger Pflanzen- und Tierarten und der Schutz des Klimas stehen in direktem Zusammenhang mit der Bodengesundheit. Entsprechend alarmierend sind die Angaben der FAO (Food and Agriculture Organisation), dass etwa ein Drittel der Böden der Welt degradiert sind. Dem will die AbTF zusätzlich zu ihrer laufenden Schulungsarbeit mit dem Projekt CAR-iSMa etwas entgegensetzen.

CAR-iSMa steht für ‚Climate Adaption and Resilience – A pan-African learning & knowledge exchange project on improved Soil Management‘. Das Projekt wird im Rahmen der Sub-Saharan Cotton Initiative der Deutschen Gesellschaft für internationale Zusammenarbeit (GIZ) mit Mitteln des Bundesministeriums für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) unterstützt. Lokale Projektpartner sind drei Baumwollgesellschaften: CIDT in Côte d’Ivoire, SAN-JFS in Mosambik und LDC-Zambia in Sambia sowie der Schweizer Baumwollhändler LDC Suisse.

Im Rahmen des Gemeinschaftsprojektes, das bis Ende November 2024 terminiert ist, soll ein Trainingsprogramm zum Thema Bodenmanagement und Schulungsmaterialien für landwirtschaftliche Beraterinnen und Berater entwickelt werden. Während der Projektbesuche 2022 wurden bereits in Zusammenarbeit mit beratenden Bodenexpert*innen maßgeschneiderte Konzepte entwickelt, die beim Erhalt der Bodengesundheit helfen sollen. Innovative Ansätze sollen möglichst im Rahmen des Projektes ebenso getestet und im größeren Netzwerk von CmiA weiter ausgerollt werden, etwa der Einsatz selbstgezüchteter Kompostmikroben oder das Pyrolyse-Verfahren, bei dem die entstehende Pflanzenkohle langfristig Kohlenstoff in Böden bindet, zusätzlich die Bodenstruktur verbessert und so die Wasserspeicherkapazität erhöhen kann. Der Wissenstransfer ist eine wichtige Basis, um die Erkenntnisse nach Projektabschluss auch auf andere Regionen zu übertragen – und schließlich erfolgreiche Ansätze im gesamten CmiA-Netzwerk in Afrika umzusetzen.



„Für Kleinbäuer*innen sind die Praktiken zur Verbesserung der Bodengesundheit eine Investition in die Zukunft. Mit dem Projekt CAR-iSMa entwickeln wir gemeinsam Strategien, wie wir sie dabei am besten unterstützen können.“

BRITTA DEUTSCH
Projektverantwortliche bei der Aid by Trade Foundation



INTERVIEW

„Wir nehmen uns viel Zeit, um zuzuhören und zu verstehen“

Die Nachhaltigkeitsberatung Soil & More Impacts (SMI) ist Teil der sustainable AG und Implementierungspartner von CmiA im Projekt CAR-iSMA. Agraringenieurin Inka Sachse leitet das Projekt bei SMI. In enger Abstimmung mit CmiA berät sie zusammen mit ihrem Kollegen Rainer Nerger Baumwollgesellschaften sowie Kleinbäuer*innen in Afrika dabei, wie sie die Bodenfruchtbarkeit langfristig sichern und die Folgen des Klimawandels eindämmen können. Im Interview berichtet Inka Sachse von dieser Arbeit und erläutert, worauf es beim Schutz der Bodengesundheit ankommt.



INKA SACHSE
Senior Consultant
Agriculture bei Soil & More Impacts

Frau Sachse, warum spielt der Boden so eine wichtige Rolle, wenn es um die Eindämmung des Klimawandels geht?

Der Boden ist sowohl ein Speicher als auch eine Quelle für Treibhausgasemissionen. Bodenart, Klima, Düngung, Fruchtfolgen, Umgang mit Ernteresten und Bearbeitung beeinflussen stark, ob das Bodenleben Kohlenstoff in Form von Humus eher bindet oder verstärkt abbaut und veratmet. Da dies ein fließender Prozess ist, ist es wissenschaftlich umstritten, ob Humusaufbau als Form der dauerhaften Speicherung von Kohlenstoff im Boden zur Eindämmung des Klimawandels gewertet werden kann. Nichtsdestotrotz ist es sinnvoll, mit nachhaltigen Anbaupraktiken möglichst viel Organik und Diversität im und über dem Boden aufzubauen. Denn dies hilft in jedem Fall bei der Anpassung an die bereits jetzt deutlich spürbaren Effekte des Klimawandels – also extreme Hitze, längere Dürreperioden, starke Unwetter oder Überschwemmungen. Diversität in der Rand- oder Misch-Bepflanzung und die Fruchtfolge verringern zusätzlich den Schädlingsdruck, der ebenfalls zugenommen hat. Alles zusammen sorgt dann für stabilere Erträge.

Was braucht es konkret im Baumwollanbau, um die Bodengesundheit zu schützen und die Baumwollbäuer*innen in Afrika resilienter gegenüber dem Klimawandel zu machen?

Erst einmal müssen die Produzierenden nachhaltige landwirtschaftliche Praktiken als mögliche Lösung für ihre Probleme kennenlernen und verstehen, welchen Effekt diese auf Boden und Pflanzen haben. Und dann brauchen sie entsprechende Mittel und Möglichkeiten, diese anzuwenden – also beispielsweise



Nutzung von Deckfrüchten und Untersaaten, Anbau einer möglichst vielfältigen Fruchtfolge, Düngung mit Mist, Kompostierung, Belassen von Ernteresten im Feld und Bepflanzung von Feldrändern mit Büschen oder Bäumen.

Gibt es bereits Erfahrungsberichte darüber, was den Kleinbäuer*innen besonders hilft?

Die Kleinbäuer*innen haben uns von wesentlich verbesserten Ernte-Ergebnissen berichtet, wenn sie Zugang zu organischen Düngern haben. Dazu muss gesagt werden, dass viele von ihnen gar nicht die Mittel haben, um ihre Kulturen überhaupt angemessen zu düngen. Da hilft es schon, wenn sie erkennen können, welche Ressourcen der Umgebung sich noch als Dünger nutzen lassen, wie zum Beispiel Leguminosenbäume oder -büsche. Auch ist der Bedarf an Erkennungsmethoden von Schädlingen und natürlichen, im besten Fall selbst hergestellten, Pflanzenschutzmitteln riesig – dazu leistet das Projekt CAR-iSMA einen wichtigen Beitrag.

Sie waren bereits mit CmiA in Côte d'Ivoire und in Mosambik, um Kleinbäuer*innen zum Thema Kompostierung und Bodengesundheit zu schulen. Wie

gehen Sie in Ihrer Arbeit vor Ort konkret vor?

Wir versuchen vorweg möglichst viele Informationen über die Anbau- und Lebenssituationen durch die Baumwollgesellschaften zu erhalten. Wenn wir die Baumwollbäuer*innen das erste Mal besuchen, nehmen wir uns viel Zeit, um zuzuhören und zu verstehen, was ihre Praktiken, Probleme und Lösungen sind und woran sich die Älteren noch erinnern. Dann schauen wir uns einzelne Felder und Anbau- sowie Kompostversuche an. Im Anschluss werten wir die Informationen aus und beraten mögliche Lösungsansätze mit den Baumwollgesellschaften. Dann planen wir mit deren technischen Berater*innen, den lokalen Consultants und den Projektverantwortlichen von CmiA, welche Trainings und Trainingsmaterialien sinnvoll und im Rahmen des Projektes umsetzbar sind und wie wir sie in die Breite bringen können.

Welche Schritte sind als nächstes geplant?

Derzeit erarbeiten wir eine Anleitung für eine manuelle Bodenprüfung mit entsprechenden Trainings und Trainingsmaterialien, damit die Berater*innen und Bäuer*innen selbst erkennen können, ob und wie sich der Boden verändert, wenn sie bestimmte Praktiken anwenden.

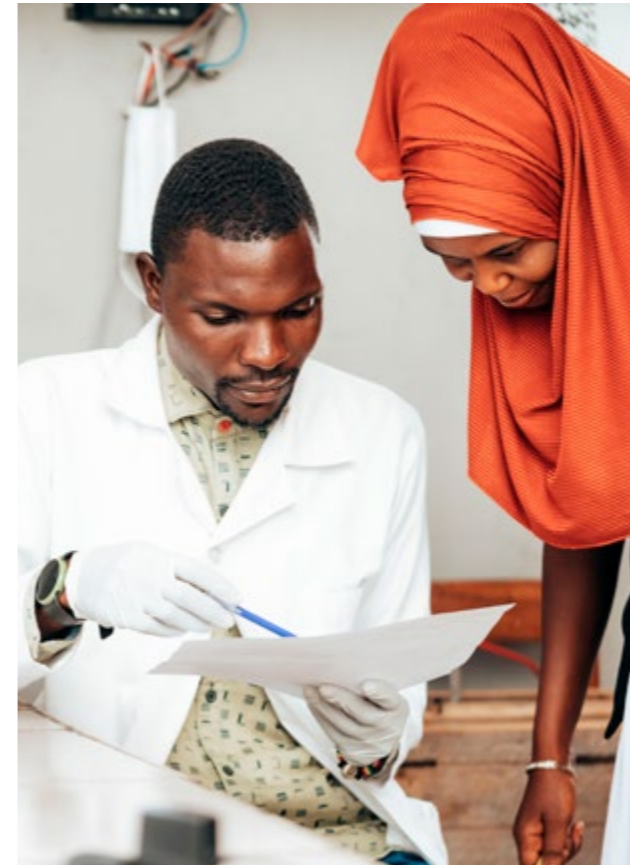




DAS CMIA COMMUNITY KOOPERATIONSPROGRAMM

Sauberes Trinkwasser, neue Schulen, fruchtbare Gemüsegärten

Das Engagement von Cotton made in Africa geht über den nachhaltigen Baumwollanbau hinaus. Mit dem CmiA Community Kooperationsprogramm (CCCP) sollen alle relevanten Lebensbereiche der Menschen in den Anbaugebieten verbessert werden. Verifizierte Baumwollgesellschaften beantragen im Rahmen des Förderprogramms Mittel bei der AbTF, um Projekte in den Bereichen Bildung, Gesundheit, Frauenförderung oder Umwelt- und Naturschutz zu etablieren und voranzutreiben.



In Zusammenarbeit mit Partnerorganisationen aus Wirtschaft und Gesellschaft unterstützt die AbTF auf diese Weise lokale Baumwollgesellschaften in den Anbauregionen der CmiA-Baumwolle. Die Projekte werden maßgeschneidert auf Grundlage einer Bedarfsanalyse gemeinsam mit den jeweiligen Dorfgemeinschaften entwickelt und beziehen häufig mehrere Themen mit ein.

Im Bereich Gesundheit ist CmiA in ländlichen Regionen aktiv, in denen es oft an medizinischer Versorgung und dem Zugang zu sauberem Trinkwasser mangelt, was verstärkt zu tödlichen Krankheiten und einer höheren Kindersterblichkeit führt. Um die Hygiene- und Gesundheitssituation vor Ort zu verbessern, wurden in einigen Dörfern die sogenannten WASH-Projekte (Wasser, Sanitärversorgung, Hygiene) etabliert. Ziele sind die Errichtung von Sanitäreinrichtungen, Hygiene-Schulungen der Menschen vor Ort sowie der Bau von Brunnen für die Versorgung mit sauberem Trinkwasser.

Im Jahr 2022 bohrte Ivoire Coton in Côte d'Ivoire in mehreren Gemeinden Brunnen, um die Versorgung der Menschen vor Ort mit sauberem Trinkwasser zu gewährleisten.

Auch in Tansania wurde ein entscheidender Schritt für mehr Gesundheit getan: Alliances

IN ZAHLEN

Im Rahmen des CmiA Community Kooperationsprogramms wurden seit seinem Beginn bis Ende 2022 folgende Projekte gefördert:

Gesundheit:

- 119 Brunnen
- 452 Latrinen, davon
- 384 an Schulen
- 4 Gesundheitsstationen

Bildung:

- 110 Klassenräume
- 54 Schulgärten
- 67 Schulkantinen
- 8 Lehrergebäude
- 9 weitere Projekte, darunter der Bau eines Mädchenschlafsals, ein Ausbildungszentrum sowie Ausstattung mit Schulmobiliar

Frauenförderung:

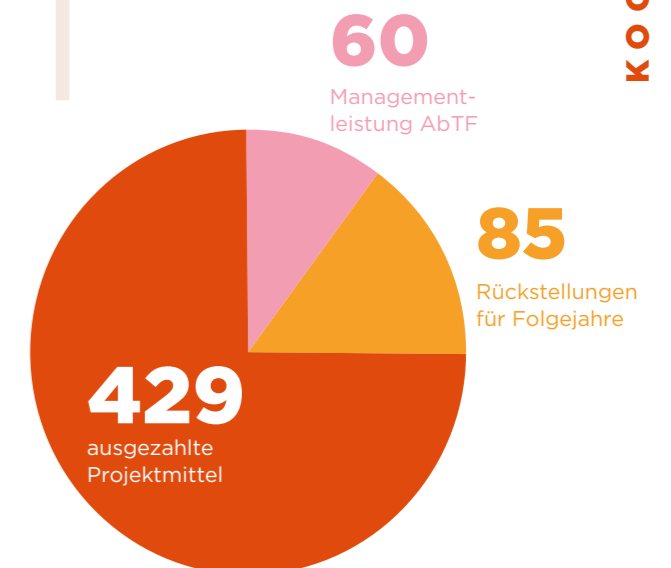
- 85 Frauenclubs
- 5 weitere Frauenprojekte

Umwelt & Naturschutz:

- 23 Gebäude mit Solarenergie ausgestattet
- 3 Projekte zum Recycling alter Pestizidcontainer

Kooperationsprojekte

im Jahr 2022, Angaben in TEUR





Ginneries Ltd. stellte ein Gesundheitszentrum fertig, von dem bis zu 7.000 Menschen der umliegenden Gemeinden profitieren. Zudem wurde durch den Bau von Klassenzimmern und Latrinen die örtliche Schulinfrastruktur weiter ausgebaut.

Damit begegnet CmiA auch der mangelnden schulischen Infrastruktur und engagiert sich im Bereich Bildung – einem weiteren wichtigen Schwerpunkt der Projektarbeit, da die Analphabetenrate in vielen Ländern Subsahara-Afrikas sehr hoch ist. Oft ist der Schulweg zu weit, Gebäude sind nicht nutzbar, es mangelt an Lehrpersonal sowie -materialien – und schlicht an Geld. In diesem Zusammenhang setzen sich verschiedene Bildungsprojekte für die Förderung einer schulischen Infrastruktur ein – nicht nur für die Kinder, sondern auch für die Erwachsenen. Dies ist für die Kleinbäuer*innen wichtig, um Schulungen und Fördermaßnahmen vollständig ausschöpfen zu können und damit letztendlich die Lebensbedingungen der ganzen Familie zu verbessern.

In Benin hat SODECO zur Versorgung der Schü-

lerinnen und Schüler den Bau einer Schulkantine abgeschlossen. Auch in Côte d'Ivoire tat sich einiges in Sachen Bildung: Hier baute CIDT eine ökologische Schule, in der Schüler*innen von klein auf nachhaltigen Umgang mit Ressourcen lernen.

In Burkina Faso wurde die örtliche Schulinfrastruktur ebenfalls weiter ausgebaut: Faso Coton hat drei Klassenzimmer, Latrinen und einen Brunnen errichtet.

Zu einem erfolgreichen Abschluss gelangte darüber hinaus das Projekt des Baumwollunternehmens Highlands Cotton Trading in Sambia, das Komponenten aus den Bereichen Bildung, Gesundheit und Frauenförderung umfasste. Gemeinsam mit dem Unternehmen wurde beispielsweise die Mkhota Community School renoviert und erweitert. Hier können über 500 Schüler*innen lesen und schreiben lernen. Zudem wurden drei Frauenclubs mit jeweils einer Maismühle ausgestattet – als zusätzliche Einkommensquelle für die Frauen. Auf ihnen lastet in Subsahara-Afrika ein Großteil der Arbeit, auf dem Feld, im Haushalt und in der Familie.



CmiA legt daher in den CCCPs einen besonderen Fokus auf die Frauenförderung. Damit Frauen wirtschaftlich und gesellschaftlich unabhängig handeln können, werden Frauenkooperativen finanziell unterstützt.

So können sich die Frauen eine Erwerbsgrundlage schaffen – sei es der Gemüseanbau oder die Viehzucht, der Aufbau von Dorfläden oder die Verarbeitung von Lebensmitteln – und unterstützen damit wiederum ihre Familien und Dorfgemeinschaften.

In Nigeria stand Arewa Cotton einem Frauenzentrum zur Seite und organisierte den Bau eines Klassenzimmers für Erwachsenenbildung sowie eines Brunnens und von Latrinen zur besseren hygieni-

schen Versorgung. Ein weiteres Frauenprojekt wurde von COIC in Côte d'Ivoire umgesetzt. Dort erhielten Frauengruppen betriebswirtschaftliche Schulungen sowie Brunnen und Equipment für den Gemüseanbau. Zudem fanden Alphabetisierungskurse für die Baumwollanbaugemeinden statt.

Neben den Kooperationsprojekten, die 2022 erfolgreich abgeschlossen wurden, brachte CmiA zusammen mit den verifizierten Baumwollgesellschaften 13 neue Projekte auf den Weg: in den Bereichen Gesundheit, Bildung und Frauenförderung.



EDUCATION IS KEY
Sehen Sie sich hier das ganze Video zur Mkhota Community School in Zambia an: www.youtube.com/watch?v=idab3hTH98w



INTERVIEW

„Alle Projekte sind für die kleinbäuerlichen Familien wichtig“



VIOLET ZULU
Operations
Managerin bei High-
lands Cotton Trading
(Sambia)

Als Operations Managerin bei Highlands Cotton Trading in Sambia ist Violet Zulu für die Umsetzung von Projekten im Rahmen des CmiA Community Cooperation Programme (CCCP) verantwortlich. Seit 2018 hat sie bereits diverse CCCP-Projekte betreut. Wie sie bei der Implementierung vorgeht, welche Wirkung die Projekte entfalten und worauf es insbesondere bei der Unterstützung der Kleinbäuerinnen ankommt – darüber spricht Violet Zulu in diesem Interview.

Frau Zulu, wir wissen, dass eine Ihrer Aufgaben bei Highlands Cotton Trading die Umsetzung von Projekten im Rahmen des CmiA Community Cooperation Programme ist. Wofür genau sind Sie zuständig?

Meine Arbeit beginnt damit, die Gebiete zu identifizieren und auszuwählen, in denen CCCP-Projekte besonders dringend benötigt werden. Dabei unterstützen mich unsere Mitarbeitenden vor Ort, die in den bäuerlichen Gemeinschaften leben und die Herausforderungen kennen, mit denen die Gemeinschaften konfrontiert sind. Nach der Auswahl der Projektgebiete stelle ich sicher, dass den lokalen Gemeinschaften die erforderlichen Ressourcen zur Verfügung stehen und dass die Gemeindevorsteher*innen eingebunden sind.

Denn letztere spielen während und nach der Projektimplementierung eine entscheidende Rolle. Gemeinsam mit anderen Mitarbeitenden von Highlands Cotton Trading kümmere ich mich darum, dass die notwendigen Materialien und die erforderliche Unterstützung zum richtigen Zeitpunkt bereitstehen, um die Projekte erfolgreich umzusetzen.

Welche Projekte haben Sie im Jahr 2022 umgesetzt?

Wir haben beispielsweise zwei Brunnen gebohrt, die 2023 nach der Regenzeit übergeben werden. Außerdem haben wir an einer Dorfschule Unterrichtsräume, sanitäre Anlagen und einen Trinkwasserbrunnen gebaut, deren offizielle Übergabe im Mai 2023 erfolgt. Überdies unterstützen wir zwei Frauenvereinigungen – eine mit einem Geflügelzuchtprojekt, die andere mit einem Projekt zur Ziegenaufzucht – und versorgen ein Krankenhaus mit Bettwäsche.

Und welches dieser Projekte halten Sie für das wichtigste für die Farmerfamilien?

Meiner Meinung nach sind all diese Projekte sehr wichtig für die kleinbäuerlichen Familien, da alle von allen Projekten profitieren.

Bei den Bildungsprojekten zum Beispiel profitieren die Kinder der teilnehmenden Kleinbäuerinnen und Kleinbauern davon, dass sie in einer guten und sicheren Umgebung lernen können, statt in einfachen und spärlich ausgestatteten Klassenzimmern oder im Schatten von Bäumen. Wenn die Eltern sehen, dass ihre Kinder in einem solch förderlichen Umfeld lernen, sind auch sie beruhigt.

Ähnlich verhält es sich mit den Projekten für sauberes und sicheres Trinkwasser: Alle kleinbäuerlichen Familien, wie auch der Rest der Gemeinschaft, profitieren davon, dass weniger Krankheiten übertragen werden und dass die Wege zur Wasserquelle kürzer sind, sodass die Frauen nicht mehr so weit zu anderen Quellen laufen müssen.

Die Projekte zur Stärkung der Frauen kommen ebenfalls allen anderen Mitgliedern der Gemeinschaft zugute, denn die Frauen sind das Rückgrat der Haushalte. Durch die Trainings, die sie in den verschiedenen Projekten erhalten, erwerben die Frauen Fähigkeiten und Kenntnisse, die sie nicht nur selbst nutzen, sondern auch an andere Familienmitglieder und die Gemein-



schaft weitergeben. Ihre Unternehmensgründungen bringen die lokale Entwicklung voran. Diese Gründungen tragen in doppeltem Maße dazu bei, die Armut zu mindern. Denn die Menschen lernen anhand des Unternehmertums, das die Frauenprojekte liefern, andere einkommensschaffende Tätigkeiten als die Landwirtschaft kennen.

Sie beaufsichtigen die Renovierung und Erweiterung der Mkhota-Gemeinschaftsschule in Sambia. Welche Bedeutung hat die Schule für die lokale Entwicklung?

Die Mkhota-Schule ist unglaublich wichtig für die Entwicklung dieser Region, da sie nicht nur für die örtliche Gemeinschaft, sondern auch für den gesamten Distrikt Chipangali eine große Wirkung hat. Da Chipangali einer der neuen Distrikte ist, die kürzlich in Sambia geschaffen wurden, werden dort derzeit viele Entwicklungsprojekte durchgeführt. Zuvor war die Schulinfrastruktur kaum zumutbar. Die Schüler*innen lernten in spärlich ausgestatteten Schulzimmern und im Schatten von Bäumen, was besonders in der Regenzeit problematisch war. Jetzt verfügt die Schule über eine wirklich gute Infrastruktur, weswegen sie auch zum Prüfungszentrum bestimmt wurde. Das macht einen großen Unterschied, denn früher mussten die Schulkinder sechs Kilometer laufen, um in der nächstgelegenen Schule ihre Prüfungen abzulegen. Nicht zuletzt hat sich seit dem Abschluss dieses Projekts die Anzahl der Schulkinder an der Mkhota-Schule signifikant erhöht.

Ein wichtiger Bestandteil der Arbeit mit dem CmiA-Standard ist die Stärkung der Bäuerinnen. Könnten Sie uns ein wenig mehr darüber erzählen, wie Sie insbesondere Frauen unterstützen?

Wir unterstützen Frauen auf ganz unterschiedliche Weise. Zum Beispiel indem wir sie einbeziehen und sie ermutigen, Verträge mit unserem Unternehmen abzuschließen, damit sie als Selbstständige Baumwolle anbauen und verkaufen können. Wir bieten ihnen Schulungen in guter landwirtschaftlicher Praxis an, sodass sie ihre Farmen unternehmerisch erfolgreich führen. Die erworbenen Fähigkeiten, wie etwa die Durchführung von Fruchtwechseln, helfen ihnen, gute Erträge bei Baumwolle und anderen Feldfrüchten zu erzielen. Das zusätzliche Einkommen, das sie auf diese Weise erzielen, ermöglicht es ihnen, die schulische Ausbildung ihrer Kinder zu finanzieren, genügend Nahrungsmittel im Haus zu haben und mögliche unvorhergesehene Herausforderungen für ihre Familie zu meistern. Zusammenfassend können wir also festhalten, dass die Ernährungssicherheit ihrer Familien erhöht und die Armut verringert wird.



Weitere spannende Informationen zu den CCCPs erfahren Sie im Videointerview mit Violet Zulu: www.youtube.com/watch?v=Ur33H5oXRxE



CMIA IN DER KETTE UND IM MARKT

IN DER KETTE UND IM MARKT



Neue Partnerunternehmen, neue Geschäftsfelder und noch mehr Transparenz – das ist die Kurzbilanz des Jahres 2022 für CmiA in der textilen Kette. Denn auch 2022 ist die Nachfrage nach CmiA-Baumwolle weiter deutlich gestiegen. Die Initiative konnte zudem einen ersten Kunden gewinnen, der weder T-Shirts noch andere Textilien herstellt, sondern nachhaltige Banknoten produziert. Außerdem wurde das Tracking-System HIP erweitert, um die Rückverfolgung der CmiA-Baumwolle noch besser abzusichern, und der Helpdesk zur Unterstützung der internationalen Lieferkette wurde ausgebaut.

Weiter auf Wachstumskurs

Die Firma Louisenthal hat sich auf den Weg gemacht, Geld grüner zu machen. Das Unternehmen stellt aus Baumwoll-Kämmlingen Papier für Banknoten her. Kämmlinge gelten eigentlich als Abfallprodukt, da sie bei der Verarbeitung von Baumwolle, genau gesagt dem Kardieren der Baumwolle, in der Spinnerei übrigbleiben. Denn beim Kardieren werden die Fasern der Baumwolle in eine Richtung ausgerichtet, sodass ein weiches Vlies entsteht. Die kurzen Fasern, die in diesem Prozess entfernt werden, sind die Kämmlinge. Als Rohstoff werden sie zum Beispiel in der Herstellung von Hygieneprodukten genutzt und eben auch in Sicherheitspapieren für Banknoten. Mit Louisenthal hat CmiA nun den ersten Banknotenhersteller als Partner gewonnen, der den nachhaltigen Baumwollanbau unterstützt (mehr dazu im [Interview mit Astrid Drexler auf S. 35](#)).

Nicht nur ein neuer Produktbereich, auch ein neues Land bereichert 2022 das Portfolio von CmiA: Die Initiative konnte den ersten japanischen Kunden gewinnen, eine international tätige Lifestylekette, die auch in anderer Hinsicht ‚Erster‘ ist: Das Unternehmen ist der erste Kunde, der seine CmiA-Produkte zu 100 % als Hard Identity Preserved (HIP) umsetzt – also mit 100 % CmiA-Baumwolle, die von der Entkörnungsanlage über die Spinnerei bis zum fertigen Produkt komplett nachverfolgbar ist. Daneben setzen auch die bereits langjährigen CmiA-Lizenzpartner REWE Group und bonprix schon einen Teil ihrer Produkte mit CmiA-Baumwolle nach dem Hard Identity Preserved System um.

Fast 240.000 Tonnen CmiA-Baumwolle wurden 2022 nachgefragt

Der Absatzrekord aus dem Jahr 2021 konnte 2022 noch übertroffen werden: Viele der lizenzierten Partnerunternehmen nahmen 2022 höhere Mengen an CmiA-Baumwolle ab und haben sogar über das geplante Volumen hinaus Produkte mit CmiA-Baumwolle umgesetzt. Rund 890 Millionen Textilien mit dem CmiA-Label wurden 2022 auf den Markt gebracht und dafür fast 240.000 Tonnen CmiA-Baumwolle eingesetzt. Das ist ein Plus von rund 80.000 Tonnen im Vergleich zum Vorjahr. Diese positive Entwicklung sollte dennoch nicht darüber hinwegtäuschen, dass besonders in der zweiten Jahreshälfte einige Partner*innen von CmiA aufgrund der multiplen globalen Krisen mit wirtschaftlichen Schwierigkeiten zu kämpfen hatten – und die Wachstumsprognosen für 2023 daher verhaltener sind.

IN ZAHLEN

240.000 Tonnen CmiA-Baumwolle nahmen CmiA Retailpartner 2022 ab. Ein Plus von 56 % im Vergleich zum Vorjahr.

54 Länder weltweit sind inzwischen als Textilproduktionsmärkte für CmiA-Textilien gelistet.

71.000 Aufträge wurden über das CmiA Online-Tracking-System SCOT abgewickelt.



2.500 Unternehmen der weltweiten Textilwertschöpfungskette wurden innerhalb eines Jahres in SCOT abgewickelt.

IN DER KETTE UND IM MARKT



Internationales Team unterstützt bei der CmiA-Umsetzung

Was ist das Tracking-System SCOT? Wie registriert man sich als Unternehmen bei CmiA und im System? Und wie werden Transaktionen entlang der CmiA-Lieferkette im System erfasst?

Um die Lieferkette bei der CmiA-Registrierung und der Nutzung der Tracking-Systeme bestmöglich zu unterstützen, wurde ein festes Helpdesk-Team in Indien etabliert, das zusätzlich durch eine Mitarbeiterin in Bangladesch unterstützt wird. Auch das Team in Deutschland wurde um die Position des Supply Chain Integrity Managers erweitert, um regelmäßig die Daten in den beiden Tracking-Systemen auf Korrektheit und Glaubwürdigkeit zu überprüfen.

Dies bietet den CmiA-Partnerunternehmen eine noch größere Verlässlichkeit bei der korrekten CmiA-Umsetzung. Eingebettet sind die Aktivitäten rund um das Tracking-System SCOT in den weiteren Ausbau der Digitalisierung bei CmiA.

IN ZAHLEN

1.400
Textilproduzenten in **54** Ländern

53
vertikal integrierte
Textilproduzenten in **11** Ländern

600
Stoffproduzierende
Unternehmen in **30** Ländern

42
Garnhändler in **10** Ländern

52
Stoffhändler in **7** Ländern

260
Spinnereien aus **18** Ländern

29
Baumwollhändler aus **13** Ländern

IM FOKUS: KOMPLETT RÜCKVERFOLGBARE BAUMWOLLE

Nicht nur Verbraucher*innen wünschen sich immer häufiger nachhaltige Produkte, auch gesetzliche Anforderungen an die Nachhaltigkeit von Unternehmen nehmen stetig zu. So gilt beispielsweise in Deutschland seit dem 1. Januar 2023 das Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz, das die unternehmerische Verantwortung für die Einhaltung von Menschenrechten in den globalen Lieferketten regeln soll. Vor diesem Hintergrund rückt das Thema Transparenz in den Wertschöpfungsketten noch stärker in den Fokus vieler Unternehmen – das gilt insbesondere auch für die weit verzweigte Wertschöpfungskette von Textilien aus Baumwolle.

CmiA begegnet diesem Bedarf mit dem Implementierungssystem Hard Identity Preserved (HIP). Bereits 2018 hat die Initiative damit ein Verfahren etabliert, das vollständige Transparenz über die gesamte textile Wertschöpfungskette sicherstellt. Es ermöglicht, den Weg der CmiA-Baumwolle von der Entkörnungsanlage und die Spinnerei bis zum fertigen Produkt komplett ‚physisch‘ nachzuverfolgen.

Wie aber ermöglicht CmiA diese Transparenz konkret? Die Initiative nutzt dafür ein Online-Tracking-System. An dieses HIP-Tracking-System liefern alle Akteure der textilen Kette entsprechende Informationen, die nachweisen, dass alle Vorgaben zur HIP-Umsetzung gemäß der CmiA-Chain of Custody Guidelines eingehalten werden. Entscheidend ist, dass über den kompletten Textilproduktionsprozess ausschließlich CmiA-verifizierte Baumwolle genutzt werden darf, die – von der Baumwolle über die Garne bis zu den Stoffen – separat gelagert und verarbeitet werden muss. Auf keiner Produktionsstufe darf die CmiA-Baumwolle also mit anderer Baumwolle gemischt werden.

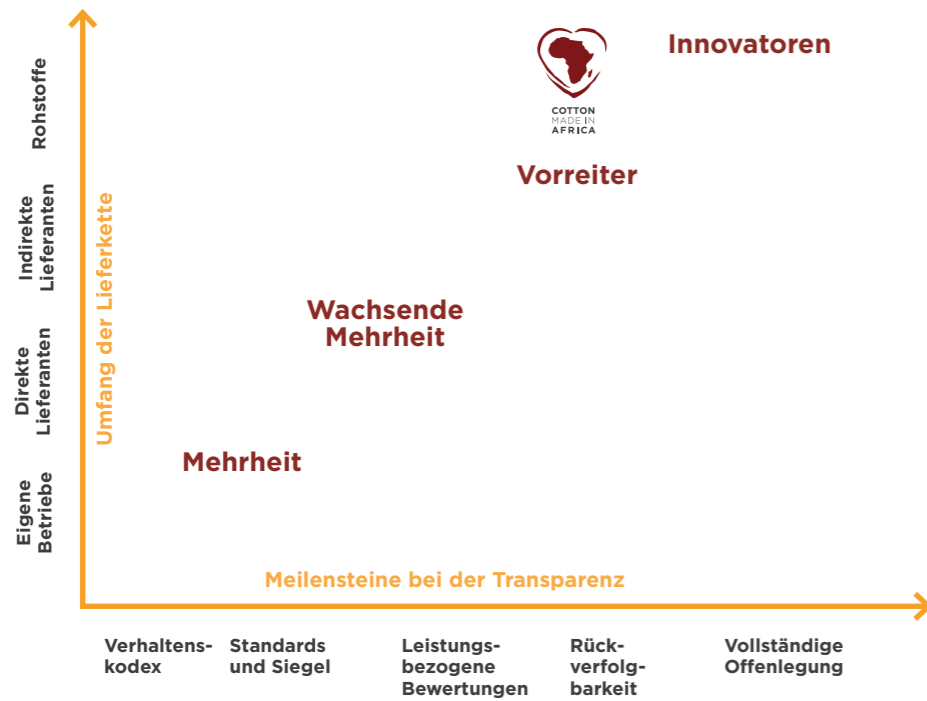


„Transparenz und 100-prozentige Rückverfolgbarkeit zur Rohstoffquelle sind für unsere lizenzierte Partnerunternehmen – nicht nur aufgrund neuester Gesetzgebungen – von entscheidender Bedeutung für ihre Nachhaltigkeitsstrategien. Deshalb unterstützen wir unsere Partnerunternehmen und deren Lieferketten vermehrt bei der Umsetzung nach dem HIP-System und investieren in die Weiterentwicklung unserer Tracking-Systeme.“

GERLIND BÄTZ
Project Manager - Supply Chain Management



Entwicklung von Transparenz



Quelle: Alexis Mateman und Leonardo Bonanni, Harvard Business Review, 20.08.2019

Aktuelle Erweiterung des Systems HIP

2022 hat CmiA das Tracking-System HIP neu ge-launcht, um so weit wie möglich zu gewährleisten, dass alle an der Lieferkette Beteiligten die strengen Anforderungen an die separate Lagerung und Verarbeitung einhalten. In der Folge wurde der Sustainable Cotton Tracker (SCOT), der in der Massenbilanzierung eingesetzt wird, um ein entsprechendes Modul zur HIP-Umsetzung erweitert. Es müssen jetzt zusätzliche Nachweisdokumente, wie beispielsweise Einkaufs- und Verschiffungsdokumente sowie Fotonachweise zur Lagerung und Produktion, im System hochgeladen werden. Dadurch kann die Nachverfolgung der CmiA-Baumwolle, die sich später im fertigen Produkt befindet, gewährleistet werden. Außerdem gibt es einen Bewerbungsprozess bei der AbTF für Spinnereien, wenn sie Partnerunternehmen für die Umsetzung gemäß des HIP-Implementierungssystem werden wollen. Unter anderem auch hierfür wird eine Zusammenarbeit mit einem Auditunternehmen angestrebt, das vor Ort überprüfen soll, ob die CmiA-Baumwolle auch tatsächlich bei der Spinnerei vorhanden ist und gemäß der CmiA-Chain of Custody Guidelines weiterverarbeitet wird.

Bei erfolgreicher und nachgewiesener Umsetzung gemäß den HIP-Anforderungen dürfen Endprodukte das Logo 'Cotton made in Africa Inside' tragen. Für die Retailer bietet das HIP-System einen Grad an Transparenz, der weit über das hinausgeht, was in der Textilbranche bisher üblich ist. Anhand von Daten und Dokumenten können genaue Aussagen über die Herkunft des Rohstoffs bis zum Anbaugebiet getroffen und nachgeprüft werden – und somit auch für die Kommunikation genutzt werden. Diese Offenlegung birgt für die Unternehmen zudem die Chance, Risiken in ihren Baumwoll-Lieferketten frühzeitig zu erkennen und zu beheben bzw. sie von Anfang an weitestgehend ausschließen zu können. Das HIP-System legt damit die Basis für kontinuierliche Verbesserungen in den Lieferketten.

Um Rückverfolgbarkeit zu erreichen, ist eine kontinuierliche Entwicklung erforderlich. Mit seinen beiden Tracking-Systemen (für Massenbilanz und HIP-Implementierung) sieht sich Cotton made in Africa als Vorreiter und Innovator auf diesem Gebiet und damit als Partner, dem Marken und Textilunternehmen vertrauen können.

INTERVIEW

INTERNE UND EXTERNE ANFORDERUNGEN AN TRANSPARENZ STEIGEN

Die REWE Group und bonprix als Teil der Otto Group setzen einen Teil ihrer Produkte mit CmiA-Baumwolle nach dem Hard Identity Preserved System um. Hier geben Stefanie Sumfleth von bonprix und Torsten Stau von der REWE Group Einblicke in ihre Beweggründe, Erfahrungen und Zukunftspläne mit komplett rückverfolgbarer Baumwolle.

Das System Hard Identity Preserved bietet vollständige Transparenz über die gesamte textile Wertschöpfungskette. Welche Vorteile sehen Sie darin für bonprix bzw. die Otto Group als Handelsunternehmen?

Transparenz ist immer der erste Schritt für Verbesserungen. Wir können nur beeinflussen, was wir kennen. Deshalb haben wir uns bei bonprix das Ziel gesetzt, bis 2030 sämtliche textilen Produkte bis zur Faserproduktion rückverfolgen zu können. Unsere Baumwolle soll bis 2025 zu 25 % aus rückverfolgbaren und nachhaltigeren Quellen stammen.

Gleichzeitig werden auch die externen Anforderungen an Produkttransparenz, z. B. durch die Entwicklungen rund um den Digital Product Passport in der EU, steigen. Unser eigener Anspruch, aber auch diese Entwicklungen, machen das Thema für uns also sehr zentral.

Es gab erste Produktionen mit CmiA Organic Baumwolle. Welche Erfahrungen hat bonprix dabei gemacht?

Vor dem Hintergrund unseres Ziels '25 % rückverfolgbare, nachhaltigere Baumwolle bis 2025' haben wir 2022 im Rahmen eines Pilotprojekts CmiA Organic Baumwolle aus Tansania eingesetzt, um erste Erfahrungen in der Umsetzung zu sammeln.

Unsere Partner*innen in der Lieferkette haben an dem Projekt von Anfang an sehr konstruktiv und proaktiv mitgewirkt, für uns war das ein entscheidender Erfolgsfaktor in der Umsetzung. Denn nur wenn alle Beteiligten an einem Strang ziehen, können wir unsere gemeinsamen Ziele erreichen. Ein besonderes Augenmerk haben wir auf die Qualität der Baumwolle gelegt, denn wir wissen, dass die Qualität des Materials unserer Produkte für unsere Kund*innen einen sehr hohen Stellenwert hat. Noch konnten wir unseren Piloten nicht abschließend bewerten, etwas zeichnet sich jedoch schon ab: Die Qualität der Baumwolle aus Tansania hat uns überzeugt – und wird hoffentlich auch unsere Kund*innen überzeugen.



STEFANIE SUMFLETH
Bereichsleiterin
Corporate Responsibility
and Technical Product
bei bonprix

Planen Sie, Ihr Angebot mit komplett rückverfolgbarer Baumwolle weiter auszubauen? Und wie kann CmiA dabei unterstützen?

Schon heute stammen fast 100 % unserer Baumwolle aus nachhaltigeren Quellen – CmiA (Mass Balance) hat einen sehr großen Anteil daran. Wir sind überzeugt von dem positiven Wandel, den die Aid by Trade Foundation mit ihrer Arbeit für afrikanische Kleinbäuerinnen und Kleinbauern sowie ihre Familien anstößt und werden die Arbeit deshalb mit großem Engagement weiter unterstützen. Bis 2025 wollen wir gleichzeitig den Anteil zertifizierter und rückverfolgbarer Baumwolle deutlich auf 25 % ausbauen. Deshalb begrüßen wir die Entwicklung Richtung rückverfolgbarer und nachhaltig angebaute Baumwolle bei CmiA.

Rückverfolgbarkeit in einem skalierbaren Bereich ist vor allem ein Datenthema. Eine digitale Systemlandschaft, die sich in unsere Prozesse integrieren lässt, ist deshalb ein wichtiger Erfolgsfaktor. Aus Produktsicht ist natürlich eine verlässliche Qualität – auch über Saison und Anbauregion hinweg – entscheidend. Diese Faktoren gelten für alle Materialien und Produkte, die wir anbieten. Für Baumwolle – unsere wichtigste und am meisten eingesetzte Faser – aber besonders.



„Transparenz ist eine Voraussetzung für die bessere Messbarkeit entlang unserer Lieferketten. Wir können Risiken in Bezug auf Nachhaltigkeit, aber auch Rohstoff- und Warenverfügbarkeit, besser identifizieren und direkt adressieren.“

TORSTEN STAU



TORSTEN STAU
Geschäftsleitung
Ware Non Food /
Indirect Spend,
REWE Group

Planen Sie, Ihr Angebot mit komplett rückverfolgbarer Baumwolle weiter auszubauen? Und wie kann CmiA dabei unterstützen?

Unser HIP-Pilot in Pakistan ist ein voller Erfolg. Alle unsere Lieferanten konnten CmiA-Baumwolle über HIP anbieten. Deshalb wollen wir das Projekt auf weitere Länder ausweiten: Bis 2025 plant die REWE Group möglichst 100 % Baumwolle nach dem HIP-System zu nutzen.

Produktbild der REWE Group Kollektion



Das System Hard Identity Preserved bietet vollständige Transparenz über die gesamte textile Wertschöpfungskette. Welche Vorteile sehen Sie darin für die REWE Group als Handelsunternehmen?

Transparenz ist eine Voraussetzung für die bessere Messbarkeit entlang unserer Lieferketten. Wir können Risiken in Bezug auf Nachhaltigkeit, aber auch Rohstoff- und Warenverfügbarkeit besser identifizieren und direkt adressieren. Wie unabdingbar dies ist, zeigen die multiplen Krisen der letzten Jahre. Nicht zuletzt ist HIP für uns auch ein Baustein zur Umsetzung der Vorgaben des Lieferkettensorgfaltspflichtengesetzes.

Warum haben Sie sich für Pakistan als erstes Umsetzungsland für HIP-Produkte entschieden?

Nachdem CmiA uns Ende 2020 das HIP-System vorgestellt hatte, haben wir eine interne Bewertung verschiedener Parameter vorgenommen. Diese Analyse ergab, dass wir zu dem Zeitpunkt bereits einen hohen Anteil unserer CmiA-Baumwolle aus Pakistan bezogen. Darüber hinaus konnte Pakistan ganzjährig CmiA-Baumwollartikel anbieten und von Standardbaumwolle in den Produktionslinien trennen. Damit stellte sich Pakistan als ideales Partnerland für unseren HIP-Piloten heraus.

INTERVIEW

„Wir wünschen uns, dass in naher Zukunft mehr Kämmlinge aus ökologischem Anbau verfügbar sind“

Als Tochterunternehmen von Giesecke+Devrient zählt Louisenthal zu den wichtigsten Lieferanten von Spezialpapier für die Europäische Zentralbank und liefert Sicherheitspapier für Ausweisdokumente in zahlreiche Länder. Die Chemikerin Astrid Drexler betreut als Produktmanagerin die Produktlinie der Banknoten- und Sicherheitspapiere bei Louisenthal und hat wesentlich an der Entwicklung der ersten ‚Green Banknote‘ mitgewirkt. Die dafür geschlossene Partnerschaft mit CmiA, so Astrid Drexler, ist ein wichtiger Schritt, um die Wertschöpfungskette für Banknotenpapiere nachhaltiger zu machen.



ASTRID DREXLER
Produktmanagerin
bei Louisenthal

Frau Drexler, als einer der weltweit führenden Hersteller von Baumwoll-Banknotenpapier hat Louisenthal sich auf den Weg gemacht, seine Wertschöpfungskette für Banknotenpapier nachhaltiger zu gestalten. Warum?

Wenn man genau hinsieht, beschäftigt sich Louisenthal seit Anbeginn mit dem Thema Nachhaltigkeit, denn wir entwickeln langlebige Banknotenpapiere. Doch wir wollen über die Langlebigkeit hinausgehen und einen Beitrag zu einer nachhaltigeren Wertschöpfungskette leisten, um unsere Kunden wiederum in ihren Bestrebungen zu unterstützen. So hat Louisenthal bereits 2017 bei einer Bestandsaufnahme in Sachen Nachhaltigkeit bei Produkten und Prozessen die wichtigsten Hebel identifiziert. Seitdem gibt es zahlreiche Projekte, die auf eine kontinuierliche Verbesserung des ökologischen Fußabdruckes abzielen.

Was haben Sie in der Wertschöpfungskette konkret verändert?

Wir haben im letzten Jahr eine grüne Produktlösung für Banknoten – die Green Banknote – auf den Markt gebracht. Wir nutzen hierfür beispielsweise ein Fasergemisch zertifizierter Naturfasern. Außerdem setzen wir so wenig Plastik wie möglich ein, teilweise Rezyklatfolie. Als erster Banknotenhersteller sind wir außerdem CmiA-Partner und unterstützen damit den nachhaltigen Baumwollanbau, der neben ökologischer Nachhaltigkeit für faire Arbeitsbedingungen steht.

Der Kern Ihres Banknotensubstrats sind Baumwollkämmlinge. Worauf kommt es Ihnen beim Bezug des Rohstoffs an?

Neben den Anforderungen an die Qualität wollen und müssen wir sicherstellen, dass wir sozialen

Rahmenbedingungen gerecht werden. Und natürlich wünschen wir uns, dass in naher Zukunft mehr Baumwolle – und damit Kämmlinge – aus ökologischem Anbau verfügbar sind. Unsere Branche ist ein wenig abhängig von den Trends der Textilindustrie. Wenn dort mehr nachhaltige Baumwolle nachgefragt wird, steht auch für die Herstellung von Banknotenpapier mehr nachhaltige Baumwolle zur Verfügung.

Sie sind der erste Hersteller von Banknotenpapier, der CmiA-verifizierte Baumwolle in seiner Lieferkette implementiert. Warum haben Sie sich für eine Partnerschaft mit Cotton made in Africa entschieden?

Die Partnerschaft mit CmiA bietet insbesondere afrikanischen Zentralbanken eine exzellente Möglichkeit, ihre heimische Baumwollindustrie zu unterstützen und zugleich den ökologischen Anbau von Baumwolle zu fördern. Durch die schnelle und unkomplizierte Unterstützung und Zusammenarbeit mit der Aid by Trade Foundation konnten wir sehr schnell die Lieferkette aufbauen. Außerdem hat auch die Europäische Zentralbank CmiA als zugelassene Rohstoffquelle gelistet.

Welchen Stellenwert hat das Thema Nachhaltigkeit bei Ihren internationalen Kund*innen?

Nachhaltigkeit hat bei den Zentralbanken im Laufe der vergangenen Jahre deutlich mehr an Bedeutung gewonnen. Dabei bleibt aus unserer Sicht, wie erwähnt, die Funktionalität und Langlebigkeit von Banknoten nach wie vor oberste Priorität. In unserer Branche stößt nachhaltige Baumwolle als wichtigster funktioneller Rohstoff auf sehr großes Interesse. Die Nachfrage danach steigt kontinuierlich.



CMIA IN DEN MEDIEN

2022 machte Cotton made in Africa erneut sichtbar, was vereinte Kräfte erreichen können. Die Initiative gab vertiefte Einblicke in die CCCP-Projekte, stärkte ihren Webauftritt und wurde Teil einer Ausstellung über Baumwolle. Daneben setzte sich CmiA intensiv mit dem medial sehr präsenten Thema Greenwashing und neu anstehenden regulatorischen Anforderungen der EU auseinander.



Neues im Netz

Alles im Fluss – das galt 2022 für den Webauftritt von CmiA. Der präsentiert sich nach einer weiteren Überarbeitung noch benutzerfreundlicher: mit neuen Landingpages, zielgerichteten Informationen, vertiefenden Experteninterviews und unterstützenden Grafiken. Neu eingebettet sind beispielsweise die wichtigen Themen nachhaltiges Bodenmanagement und regenerative Landwirtschaft.

AUF DEM SIEGER-TREPPCHEN



Ein besonderes Highlight 2022 war der Erfolg beim renommierten PR-Bild Award von news aktuell, der jedes Jahr fotografische Arbeiten in verschiedenen Kategorien wie Lifestyle, NGO, Social Media, Travel, Portrait und Stories & Campaigns auszeichnet. CmiA belegte den 3. Platz in der Kategorie Lifestyle mit dem eingereichten Bild „Change of Perspectives“, aufgenommen von Martin J. Kielmann. Die Jury wählte das Foto aus 450 Einreichungen von Unternehmen, Agenturen und Organisationen aus. Die Initiierenden des Awards betrachten Fotografien als essenziellen Bestandteil der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, denn sie lassen Menschen in ihrem eng getakteten Alltag kurz innehalten und regen zum Nachdenken an. Genau das ist auch dem Motiv „Change of Perspectives“ auf großartige Weise gelungen – wie die Prämierung zeigt.



Einblicke und Eindrücke

Bildung ermöglichen, Gesundheit fördern, Frauen stärken: 2022 stellte CmiA insbesondere die Projekte des CmiA Community Kooperationsprogramm in den Fokus der Kommunikation. Anhand von emotionalen Videos und Bildern gab die Initiative vertiefte Einblicke in die Arbeit der Partner*innen vor Ort, zeigte Erfolge und Erfahrungen – und machte damit für Retailer und Brands sowie andere Stakeholder die Projekte und deren Wirksamkeit ‚anfassbar‘. Aufgenommen hat das Foto- und Filmmaterial ein tansanischer Fotograf in Tansania und in Sambia, präsentiert wurden die erfolgreich abgeschlossenen Projekte in verschiedenen Kanälen. Auf diese Weise will CmiA verdeutlichen, wie wichtig die Projekte für die lokalen Gemeinschaften sind und weitere Unternehmen für die Projektförderung gewinnen.

Vielfach präsent

CmiA ist in Bewegung und damit auch die Themenvielfalt der Berichterstattung. 2022 standen insbesondere der Klimaschutz und das nachhaltige Bodenmanagement im Fokus der Öffentlichkeitsarbeit. Insgesamt erreichte Cotton made in Africa mit 1.300 Medienberichten eine Reichweite von insgesamt 178,5 Millionen Kontakten. Erneut reichte das Spektrum der berichtenden Medien von Fachpublikationen wie der Textilwirtschaft über Tages- und Wochenzeitungen wie Focus Online und Frankfurter Rundschau bis hin zu Publikumszeitschriften wie Brigitte, Frau von heute und Bild der Frau. Einen Fernsehauftritt hatte CmiA in der Styling-Doku Shopping Queen auf VOX – gemeinsam mit einem prominenten Fürsprecher: In einer der Folgen spricht der bekannte Modedesigner Guido Maria Kretschmer über die nachhaltige Initiative Cotton made in Africa.



EHRlich UND TRANSPARENT VERSUS GREENWASHING

In Zeiten, in denen immer mehr Unternehmen mit dem Begriff Nachhaltigkeit werben, wird es für die Verbraucher*innen zunehmend schwierig zu erkennen: Wer ist wirklich nachhaltig und wer klebt sich nur das Etikett an? In den Medien war Greenwashing so auch 2022 verstärkt Thema. Zum einen, weil mehrere Marken wegen falscher Darstellung und Kommunikation von der Verbraucherzentrale abgemahnt bzw. angeklagt wurden – auch wenn keinerlei CmiA-Partner*innen dazu gehörte. Zum anderen aufgrund des neuen Richtlinienentwurfs zur Stärkung der Verbraucher*innen (Consumer Empowerment Directive), den die EU im Frühjahr 2022 präsentiert hat. Ziel der Richtlinie ist es, Greenwashing einen Riegel vorzuschieben. So ist unter anderem vorgesehen, dass die Anforderungen an (zulässige) Werbung verschärft werden sollen. Als unlautere Geschäftspraktik soll gelten, dass Umweltaussagen über das gesamte Produkt getroffen werden, wenn diese tatsächlich nur Teile des Produkts betreffen. Dies müssen insbesondere Retailer und Brands in ihrer Massenbilanzkommunikation künftig konsequent berücksichtigen. Auch CmiA setzt sich intensiv mit den anstehenden regulatorischen Veränderungen auseinander und informiert die Partner*innen über die aktuellen Entwicklungen.



„Greenwashing bietet Unternehmen langfristig keine Vorteile. Um erfolgreich am Markt zu sein, ist es unabdingbar, ehrlich und transparent zu kommunizieren. Daher unterstützen wir unsere Partnerunternehmen dabei, ihre Nachhaltigkeitspraktiken glaubwürdig zu präsentieren.“

ISABELLE GROSSKOPF
Project Manager Digital & Brand Marketing

Vom Baumwollfeld ins Museum

Seit Oktober 2022 ist Cotton made in Africa Teil der Ausstellung „100 Prozent Baumwolle“ im Bremer Überseemuseum. Das Museum lädt die Besucher*innen ein, einen Einblick in die Geschichte der Baumwolle sowie der Baumwollproduktion zu gewinnen. CmiA hat im Vorfeld unterstützt: mit Videos und Exponaten, die die Arbeit von Cotton made in Africa veranschaulichen.



INTERVIEW

„Baumwolle ist die Alternative, aber wir müssen etwas dafür tun“

Seit knapp 5.000 Jahren wird Baumwolle von den Menschen genutzt. Wie wechsellvöll ihre Geschichte ist, welche Rolle der Rohstoff heute spielt und wie er sich weiterentwickelt – das zeigt die Ausstellung „100 Prozent Baumwolle“ im Bremer Übersee-Museum. Wir sprachen mit Dr. Jan Christoph Greim, Leiter der Abteilung Handelskunde und Kurator, über Idee und Intention hinter der Ausstellung und warum CmiA ein Thema fürs Museum ist.

Herr Dr. Greim, was hat Sie dazu veranlasst, eine Ausstellung über Baumwolle zu initiieren?

Traditionell beschäftigen sich die Sonderausstellungen der Handelskunde mit den klassischen Bremer Handelswaren wie Tabak, Kaffee oder Kakao. Was fehlte, war die Baumwolle – das einst wichtigste Handelsgut der Hansestadt. Bei meinen Recherchen entwickelte ich schnell eine Begeisterung für das Thema. Hinzu kam, dass im Jahr 2022 die Bremer Baumwollbörse ihr 150-jähriges Jubiläum feiern würde. Einen besseren Anlass konnte es also nicht geben.

Welche Kernbotschaft soll bei den Besucher*innen nach dem Ausstellungsbesuch hängenbleiben?

Sie sollen die Vielfältigkeit der Baumwolle kennenlernen und verstehen, wie sehr sie mit unserem Alltag verwoben ist. Ihr kulturstiftender Charakter steht ebenso im Vordergrund wie die Auseinandersetzung mit Themen wie Sklaverei und Kolonialismus. Gerade der Blick auf die Gegenwart und in die Zukunft soll verdeutlichen, dass Baumwolle die Alternative ist, wir aber etwas dafür tun müssen.

Wie kam es zu der Idee, Cotton made in Africa in die Ausstellung zu integrieren?

Ein Ziel der Ausstellung war es, die Baumwolle aus verschiedenen Blickwinkeln zu betrachten, einen Perspektivwechsel vorzunehmen und nach Lösungsansätzen zu suchen, die die Kernaussage „Baumwolle ist die Alternative“ transportieren. In diesem Zusammenhang sind meine Kollegin Frau Dr. Schenker und ich auf CmiA gestoßen. Gerade in den Bereichen ökologischer Baumwollanbau, Förderung von Kleinbäuer*innen sowie Zertifizierung von Baumwollkleidung hat uns CmiA überzeugt. Für die Ausstellung haben dann



beispielsweise CmiA-Mitarbeiter*innen Gespräche mit afrikanischen Kleinbäuer*innen geführt, die als Filmeinspielungen deren Perspektive auf den globalen Baumwollmarkt widerspiegeln.

Wie thematisiert die Ausstellung die Geschichte des kolonialen Baumwollanbaus und deren ausbeuterische Strukturen, und wie wichtig ist die Diskussion darüber heute?

Kaum jemand weiß, dass das Deutsche Kaiserreich in den Kolonien Togo, Deutsch-Ostafrika und Kamerun unter Zwang Baumwolle anbauen ließ. Hier wollen und müssen wir als Museum unseren Bildungsauftrag wahrnehmen. Die Ausstellung widmet diesem komplexen Thema eine ganze Ausstellungssektion. Inzwischen werden die Kolonialzeit und ihre bis heute spürbaren Folgen auch gesellschaftlich und historisch aufgearbeitet und sind im öffentlichen Diskurs angekommen.

Auf welche Resonanz stößt die Ausstellung?

Die Resonanz ist durchweg sehr gut. Besonders schön ist, dass das positive Feedback sowohl von Baumwollfachleuten kommt als auch von Besucher*innen, die vorher wenig Berührungspunkte mit Baumwolle hatten – außer auf der Haut.



DR. JAN CHRISTOPH GREIM
Abteilungsleiter
Handelskunde, Übersee-
Museum Bremen



INTERVIEW

„Kommuniziere authentisch, ehrlich und transparent“

Als Kommunikationsberater bei Studio GOOD entwickelt Alf-Tobias Zahn Kommunikationskonzepte für national und international agierende Nichtregierungsorganisationen, die überwiegend in der globalen Entwicklungszusammenarbeit tätig sind. Sein persönliches Steckenpferd ist nachhaltige Mode, 2018 hat er dazu den Ratgeber „Einfach anziehend“ veröffentlicht. Wir wollten von Alf-Tobias Zahn wissen, worauf es in der Kommunikation nachhaltiger Initiativen und Produkte ankommt, welche Rolle soziale Medien dabei spielen und wo die Gefahr des Greenwashing lauert.



ALF-TOBIAS ZAHN
Kommunikationsberater
bei Studio GOOD, Berlin

Herr Zahn, wie kann Kommunikation dazu beitragen, dass nachhaltige Initiativen und Produkte sich weiter durchsetzen und immer mehr Menschen erreichen?

Gute Kommunikation hilft, gute Produkte und sinnvolle Initiativen vorzustellen sowie komplexe Zusammenhänge zu erklären. Ganz häufig geht die Kommunikation im Nachhaltigkeitsbereich über die bloße Beschreibung einer Projektstätigkeit oder eines Produktes hinaus. Auch die Arbeit dahinter und die Werte, für die eine Organisation steht, sind wichtig. Je mehr Menschen von diesen guten Beispielen erfahren und den Mehrwert hinter einer Spende, einem Produkt oder einem Engagement erkennen, desto höher steigen Bekanntheit und Akzeptanz, beispielsweise für höhere Preise nachhaltiger Produkte. Die Herausforderung besteht darin, die Kommunikation trotz aller positiven Aspekte nicht zu überfrachten, diese einfach und klar zu halten.

Viele Ihrer Kund*innen sind im Bereich der Nachhaltigkeit tätig. Unterscheidet sich die Kommunikationsarbeit für diese spezielle Zielgruppe von der für andere?

Gute Kommunikation zeichnet aus, dass der Absender nicht nur sendet, sondern auch empfängt. Aus meiner Sicht gelingt es vielen nachhaltig agierenden Organisationen und Marken immer besser, eigene Communities aufzubauen und mit diesen in einen echten Dialog zu treten. Das hilft, die positiven Aspekte im Bereich der Nachhaltigkeit hervorzuheben und für diese zu werben. Denn es muss weiterhin kommunikative Überzeugungsarbeit geleistet werden, um Konsument*innen von nachhaltigen Produkten zu überzeugen, die häufig teurer sind als die nicht-nachhaltigen Alternativen.

Worauf kommt es bei der Kommunikation von nachhaltigen Initiativen oder Produkten besonders an?

Kommuniziere authentisch, ehrlich und transparent. Für viele Initiativen, die Gutes tun, oder Marken, die nachhaltige Produkte anbieten, ist die Fallhöhe bei fehlerhafter Kommunikation ungemein höher als bei Brands, denen Nachhaltigkeit nicht wichtig ist. Diese Zuschreibung des Guten gilt es in der Kommunikation immer zu bewahren. Im Zweifel bedeutet das auch, mit Fehlern offensiv und transparent umzugehen, um dadurch das Vertrauen der eigenen Community zurückzugewinnen.

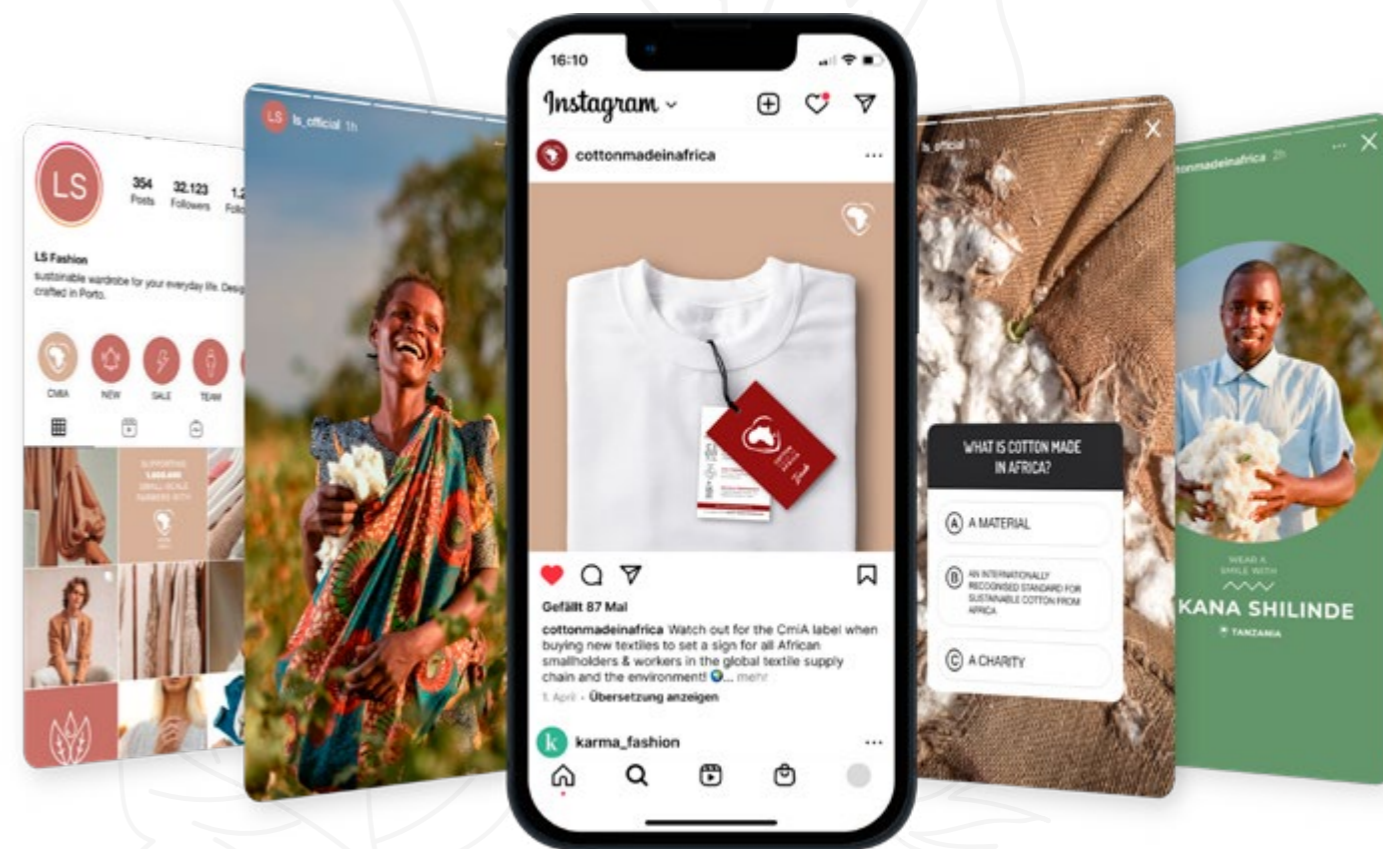
Und gibt es Fallstricke, die man vermeiden sollte, um nicht Gefahr zu laufen, den Stempel ‚Green-washing‘ aufgedrückt zu bekommen?

Für den Begriff ‚Greenwashing‘ gibt es keine feststehende Definition. Häufig wird darunter verstanden, dass ein Unternehmen oder eine Marke sich mit positiven Attributen schmückt, gerade aus dem

Bereich der Nachhaltigkeit, diese aber in Wirklichkeit nicht zutreffen. In der Kommunikation hilft es, präzise zu formulieren. Schmückende Worte oder Formulierungen, die den Anschein erwecken könnten, dass das Produkt besser ist als in Wirklichkeit, sollte man vermeiden. Denn zumeist kommen die Social-Media-Nutzenden relativ schnell hinter einen etwaigen Schwindel.

Sie machen die Social-Media-Arbeit für CmiA. Warum sind soziale Medien heute so wichtig für die Kommunikation?

Nachrichten, Tweets, Videos – diese Form der Kommunikation in Social Media ist für einen Großteil der Menschen in Deutschland sowie für Menschen weltweit alltäglich. Sie konsumieren und produzieren Inhalte, die unterhalten, aufklären, informieren. Das gilt auch für die Zielgruppen, die CmiA in ihrer Kommunikation erreichen möchte. Deswegen sind die Touchpoints in Social Media auch für CmiA relevant und wichtig.





DAS JAHR 2022 IN ZAHLEN



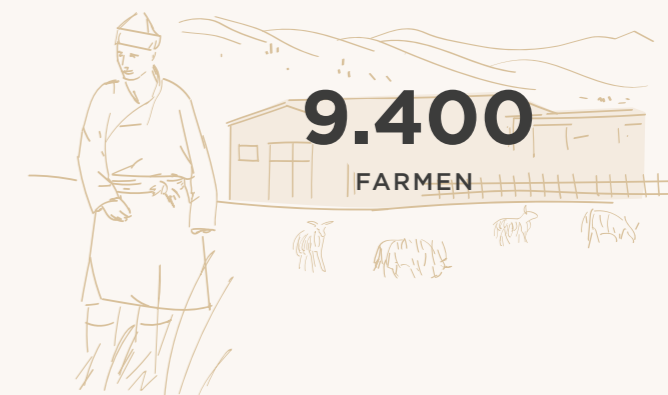
THE GOOD CASHMERE STANDARD

NACHHALTIG FÜR TIER, MENSCH UND NATUR: THE GOOD CASHMERE STANDARD®



Mit dem The Good Cashmere Standard® hat die Aid by Trade Foundation unter Mitwirkung von Tierschutz- und Kaschmirexpert*innen 2019 den weltweit ersten unabhängig auditierten Standard für nachhaltigen Kaschmir ins Leben gerufen. Das Ziel: die Haltung der Kaschmirziegen und die Arbeitsbedingungen der Farmer*innen zu verbessern und die Natur zu schützen. Retailern und Brands eröffnet der Standard die Möglichkeit, nachhaltigen Kaschmir zu verwenden – und damit auch dem Wunsch der Konsument*innen nach tierfreundlich und fair produzierter Kleidung nachzukommen. 2022 haben insgesamt 9.400 Farmen in der Inneren Mongolei mit 4,2 Millionen Ziegen 1.900 Tonnen GCS-zertifiziertes Kaschmir produziert. Das ist etwa ein Drittel mehr als im Vorjahr. Gemeinsam mit ihren Partner*innen hat die AbTF im Berichtsjahr vor allem daran gearbeitet, die Kriterien des noch jungen Standards bei den Farmen weiter zu implementieren und deren Einhaltung zu überprüfen.

4,2 Mio.
ZIEGEN



9.400
FARMEN

1.900
TONNEN
GCS-ZERTIFIZIERTES
KASCHMIR



184
SPINNEREIEN &
TEXTILPRODU-
ZENTEN



979
TONNEN WEITER-
VERARBEITETES
KASCHMIR



48
GCS-RETAILER &
BRANDS



16
TEXTILPRODUKTIONS-
MÄRKTE WELTWEIT

THE GOOD CASHMERE STANDARD

Mit dem GCS will die AbTF maßgeblich dazu beitragen, die Kaschmirproduktion in der Inneren Mongolei für Tier, Mensch und Natur nachhaltig zu gestalten. Entsprechend erfolgte 2022 eine neue Auditierungrunde – die dritte, seitdem es den GCS gibt. Dafür wurden Farmen von den Buying oder Deharing Stations – also den Ankaufstationen für den Roh-Kaschmir – benannt, die eine Selbstauskunft abgeben mussten. Die Erfassung aller Selbstauskünfte erfolgte dabei erstmals ausschließlich webbasiert: über die eigens für den GCS erstellte Cashmere Self-Assessment & Audit Platform, kurz: CASAP. Im nächsten Schritt traf das Auditunternehmen anhand einer Risikobewertung eine Auswahl von rund 10 % der Farmen, die vor Ort auditiert wurden. Alle beteiligten Buying und Deharing Stations werden jedes Jahr auditiert. Aufgrund der COVID-19-Situation in China, mit der strikte Reiseeinschränkungen einhergingen, wurden die Audits 2022 überwiegend online durchgeführt.

Kriterien und Kategorien

Um sich als Farmer*in bzw. Buying- oder Deharing Station gemäß des The Good Cashmere Standard zertifizieren zu lassen, müssen die im Standard definierten Kriterien Core, Major und Basic erfüllt werden. Werden Verstöße gegen grundlegende Standardprinzipien, Core Criteria, festgestellt, werden die Farmen und Buying Stations von einer Teilnahme am The Good Cashmere Standard ausgeschlossen. Bei Verstößen gegen die Kriterienkategorien Major und Basic werden Korrekturmaßnahmen, Corrective Actions, definiert. In der Kategorie Major muss der Mangel direkt beseitigt werden, in der Kategorie Basic muss ein Plan zur Beseitigung des Mangels abgearbeitet werden. Ist dieser Prozess erfolgreich abgeschlossen, erhalten die Buying Stations für die mit ihnen verbundenen Farmen ein The Good Cashmere Standard-Zertifikat, das ein Jahr gültig ist.

Überprüfung und Unterstützung

In der Auditierungrunde 2022 legte die AbTF ein besonderes Augenmerk auf die Überprüfung der Korrekturmaßnahmen (Corrective Actions). Dieser Prozess ist elementar, um die Einhaltung der Standardvorgaben und somit die Qualität des The Good Cashmere Standard abzusichern. Die Überprüfung hat die AbTF zusammen mit dem Verifizierungsunternehmen Elevate durchgeführt. Dort wurde ein Experte für Landwirtschaft und Tierzucht eingestellt, um so mit maximaler Sachkenntnis und Expertise vor Ort das Management der Corrective Actions Plans durchzuführen.

Um die Farmen dabei zu unterstützen, ihre Praktiken weiter zu verbessern, hat die AbTF in Zusammenarbeit mit Fachleuten aus dem Tierwohlbereich und von Tierschutz-Nichtregierungsorganisationen verschiedene Maßnahmen erarbeitet und implemen-



„Wir bieten verschiedene Trainings- und Umsetzungsmöglichkeiten für die Inhalte des GCS an. Dadurch geben wir den Farmer*innen die Gelegenheit, Tradition und Moderne farm-individuell zu kombinieren.“

VANESSA LOEWENICH
Project Manager - Training & Implementation

tiert. So gab es 2022 Onlineschulungen zu den Themen Kastration, Kämmen und Scheren sowie zum artgerechten, sensiblen Umgang mit den Tieren. Darüber hinaus haben die Partner*innen gemeinsam das Schulungskonzept weiterentwickelt: Für Online-Inhalte wie Webinare, Schulungen und Onboarding-Prozesse steht künftig eine Lernplattform zur Verfügung.

Anhand von Best-Practice-Beispielen lernen – das will die AbTF auch in China fördern. Ziel ist es, Orte für den Kompetenzaufbau, den Wissensaustausch und die Ausbildung zu schaffen. Daher hat die AbTF mit dem Aufbau von insgesamt vier Modellfarmen begonnen. Alle vier Farmen wurden bereits auditiert und arbeiten nun an weiteren Verbesserungen, um 2023 im Rahmen eines zweiten Audits als Modellbetriebe zertifiziert zu werden.



Erneutes Nachfragehoch

Seit der GCS ins Leben gerufen wurde, ist die Zahl der lizenzierte Partnerunternehmen kontinuierlich angestiegen. So standen auch 2022 die Zeichen auf Wachstum: 17 neue Retailer und Brands konnten gewonnen werden. Das ist ein Plus von mehr als 50 % im Vergleich zum Vorjahr. Insgesamt gehören inzwischen 48 Textilunternehmen aus zehn Ländern zur GCS-Nachfrageallianz. Ein Erfolg, der deutlich zeigt, in welche Lücke die AbTF mit dem GCS gestoßen ist. Immer noch ist der GCS der einzige Kaschmir-Standard, der sich einer Zertifizierung durch ein unabhängiges Auditunternehmen unterzieht – und damit seine Glaubwürdigkeit untermauert. Zudem wird anhand des Nachfragehochs die wachsende Bedeutung nachhaltiger Materialien für Retailer und Brands sichtbar – und damit auch ein zunehmend bewussteres Kaufverhalten auf Seiten der Konsument*innen.





Starke Bilder, erklärende Worte

Die Corona-Pandemie vereitelte auch 2022 das Reisen nach China. Die AbTF hat sich deshalb entschieden, einen lokalen Fotografen in der Inneren Mongolei zu engagieren, um Kaschmirfarmen mit ihren Ziegen zu fotografieren. Das neue Bildmaterial dient dazu, den Partner*innen der Nachfrageallianz und den Konsument*innen die Kaschmirproduktion näher zu bringen und ihnen einen besseren Eindruck vom Leben der Menschen und der Tiere in der Inneren Mongolei zu vermitteln. Entsprechend nutzt der GCS die eindrucksvollen Motive in verschiedenen Kommunikationskanälen.

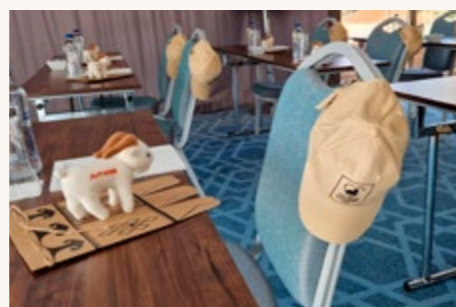
Tracking-System verbessert

Das Cashmere Tracking System, kurz CATS, erfasst die gesamte Menge an zertifizierter Kaschmirwolle sowie alle Aufträge für Produkte, die mit dem The Good Cashmere Standard gelabelt sind. Der GCS bietet damit ein einzigartiges Online-Portal, das für ein hohes Maß an Transparenz und Rückverfolgbarkeit in der Kaschmirindustrie sorgt. Im Jahr 2022 wurde das Cashmere Tracking System erneut weiter verbessert. Es wurden zusätzliche Stufen der Produktionskette integriert: die Stoffproduzenten und die Kaschmirproduzierenden. Dies bietet ein zusätzliches Maß an Transparenz; zudem wurde die Nutzerfreundlichkeit verbessert. Insgesamt erhalten die Retailer Unterstützung seitens GCS im Supply Chain Management und bei der Nachverfolgung des Kaschmirs.

Insgesamt wuchs im Jahr 2022 die Anzahl der Unternehmen, die verstärkt auf den kommunikativen Mehrwert des GCS setzten – sowohl für die Produkt- als auch für die Unternehmenskommunikation. Besonders breit gefächert kommunizierte die australische Marke Country Road den The Good Cashmere Standard. In der 360-Grad-Kampagne „Our World“, in der sie unter anderem die Geschichten, Partner*innen und Materialien hinter ihrer Marke darstellt, hat sie den GCS den Konsument*innen am POS, auf der Website, in der Pressearbeit und über Social-Media-Kanäle nähergebracht.

THE GOOD CASHMERE STANDARD

THE GOOD CASHMERE STANDARD



Erster GCS Retail Summit

Um die Kaschmirindustrie gemeinsam mit anderen relevanten Stakeholdern nachhaltig zu transformieren, setzt die AbTF auf Vernetzung und Austausch, Wissenstransfer und Innovationskraft. Im Oktober 2022 lud die Stiftung deshalb Textilunternehmen, Modemarken und Expert*innen zum ersten GCS Retail Summit nach Istanbul ein. Auf dem zweitägigen Programm standen alle relevanten Themen für eine nachhaltige Kaschmirproduktion: Tierschutz, die Lebensbedingungen der Kaschmir-Produzierenden, Umwelt- und Klimaschutz sowie Transparenz in der Kaschmirlieferkette. Daneben diskutierten die Teilnehmenden auch die globale Nachfrage nach nachhaltigen Materialien, Kommunikations- sowie Marketingfragen – darunter auch das topaktuelle Thema Greenwashing. Nach den zwei gemeinsamen Tagen waren sich alle Beteiligten einig: Vereinte Kräfte bringen die nachhaltige Entwicklung der Kaschmirindustrie weiter voran, der Austausch sollte deshalb unbedingt fortgesetzt werden. Der nächste Termin ist bereits für November 2023 in Mailand avisiert.





IN DER PRAXIS NACHGEFRAGT

Drei Jahre The Good Cashmere Standard® – Zeit, eine erste Zwischenbilanz zu ziehen. GCS hat dafür bei verschiedenen Partner*innen aus der textilen Kette nachgefragt:

Wie trägt die Zusammenarbeit mit dem GCS zum Wohlergehen der Ziegen und zu einem besseren Leben der Menschen auf den Farmen oder in der Region bei?



SUMMER WANG
Sales Manager bei der Niushi Group

Die Zusammenarbeit zwischen dem GCS, unserem Unternehmen und den Farmen wird viele Verbesserungen mit sich bringen. Zum Beispiel können wir die Viehhaltung in den kleinbäuerlichen Betrieben besser regulieren und so sicherstellen, dass die Ziegen artgerecht gehalten werden: Sie können ihr natürliches Verhalten ausleben, werden vor Verletzungen geschützt, Krankheiten werden zeitnah von Veterinär*innen diagnostiziert und behandelt, die Größe der Ställe wird an die Anzahl der Ziegen angepasst und sie werden mit gesundem Futter und ausreichend Wasser versorgt. Die Schulungen ermöglichen den Hirt*innen, ihr traditionelles Wissen über die Ziegenhaltung durch moderne Handlungspraxis zu ergänzen und vorhandene Schwachstellen zu beseitigen, zum Beispiel erfolgt die Kastration der Ziegen jetzt standardmäßig deutlich früher. Außerdem werden die Schulungsmaßnahmen den Ziegenhalter*innen helfen, ihre Kaschmirproduktion qualitativ und quantitativ zu verbessern und so ihr Einkommen zu steigern.



YIMIN ZHU
Sales Manager bei Beijing Joywin Fashion Textile Co., Ltd., Registrierte GCS-Spinnerei



Der The Good Cashmere Standard hat definitiv eine positive Wirkung auf unsere Umwelt, unseren Planeten und unser tägliches Leben.

Ganz generell ist der The Good Cashmere Standard ein Paradebeispiel dafür, was eine einzelne Organisation in unserer Welt bewirken kann.



EUGENE TONG
Vice President bei Inner Mongolia King Deer Cashmere Co., Ltd

Seit der Zusammenarbeit mit dem GCS achten die Hirt*innen mehr auf das Tierwohl, dank dieser Verhaltensänderung sowie durch die wissenschaftliche Zucht leben die Ziegen länger. Entsprechend konnte die Kaschmir- und Fleischproduktion gesteigert werden, was wiederum zu einem Anstieg des Einkommens der Hirt*innen geführt hat.



LU CULING
Director bei Inner Mongolia Lianhong Jiaying Cashmere Co., Ltd
Fine-cashmere Goat Professional Cooperatives Mount DUXI, Otog-Banner

Die Farmer*innen haben viel gelernt. Das Material fanden sie sehr hilfreich, vor allem für die Zucht und die Bewirtschaftung des Landes, auch wenn ihnen einzelne Anforderungen für ihre persönliche Situation nicht so relevant erschienen. Und obwohl es manchen Hirt*innen aufgrund ihres fortgeschrittenen Alters nicht so leichtfiel zu lernen und die Anforderungen zu akzeptieren, haben sie im Endeffekt das Material und den GCS gut verstanden.





INTERVIEW

„Es geht nicht mehr nur um das Tierwohl, sondern um eine umfassende Nachhaltigkeit von Tierfasern“



ANNA HEATON
Fiber and Materials
Strategy Lead: Animal
Materials bei Textile
Exchange (TE)



Sie haben eine enge Beziehung zum The Good Cashmere Standard, denn Sie haben ihn mitverfasst und sind dafür selbst nach China gereist. Welche Erfahrungen haben Sie dort mit dem GCS-Team gemacht?

Sobald ich mit dem GCS-Team in Kontakt war, haben wir damit begonnen, den Zweck des Standards zu skizzieren. Klar war, dass wir die Best-Practice-Beispiele für die Kaschmirproduktion in Einklang bringen mussten mit dem, was für die Bäuer*innen beziehungsweise Hirt*innen umsetzbar ist. Das ist bei jedem Standard ein Balanceakt: Man will Veränderungen vorantreiben, aber sie dürfen nicht so schwierig in der Umsetzung sein, dass sie für die Beteiligten unrealistisch erscheinen. Die Besuche in China haben uns verdeutlicht, was möglich ist – und was eine Herausforderung werden würde.

Sie haben die Produzierenden getroffen und dabei Einblicke in die Kaschmirproduktion gewonnen. Was hat Sie am meisten überrascht?

Es gab nichts, was eine komplette Überraschung war. Aber nachdem wir im Jahr zuvor in der Mongolei gewesen waren, hat uns der Besuch in China vor Augen geführt, wie unterschiedlich die Systeme der Kaschmirproduktion in diesen beiden Ländern sind. In der Mongolei wird die Ziegenzucht überwiegend nomadisch betrieben, die Hirt*innen und die Ziegen ziehen also saisonal um. In China dagegen herrscht ein Hofsystem mit festen Weideflächen vor.

Anna Heaton arbeitet seit über 15 Jahren auf internationaler Ebene im Bereich Tierschutz und Nachhaltigkeit. Sie hat maßgeblich an der Erstellung des The Good Cashmere Standards (GCS) mitgewirkt und begleitet GCS seit seinen Anfängen im Beirat. Seit 2021 leitet die Tierschutzexpertin zudem bei Textile Exchange (TE) den Bereich Strategie für tierische Materialien und Fasern. Anna Heaton betont, dass es über den Schutz des Tierwohls hinaus noch mehr braucht, um eine nachhaltige Tierfaserproduktion zu fördern. Sie erklärt, welche Rolle GCS dabei spielt und wie sich die Modebranche hin zu mehr Nachhaltigkeit verändert.

Der Umgang mit Tieren in der Textilindustrie muss sich ändern, insbesondere im Vergleich zur Nahrungsmittelbranche. Wie kann ein Standard auf der Seite der Retailer, wie es beim GCS und seinen Partner*innen der Fall ist, die bäuerlichen Betriebe beim Wandel für mehr Nachhaltigkeit und Tierschutz unterstützen?

Tierwohlsiegel für Textilien gibt es zwar noch nicht so lange wie jene in der Nahrungsmittelerzeugung, gleichwohl genießen Standards im Textilsektor bei Marken, Nichtregierungsorganisationen und Verbraucher*innen inzwischen eine hohe Wertschätzung. Die Nachfrage nach zertifizierten Fasern trägt dazu bei, dass die Bäuer*innen für diesen Wandel motiviert werden – sei es durch einen besseren Marktzuang, eine Prämie oder beides. Informationen über die steigende Marktnachfrage und die fachliche Unterstützung der bäuerlichen Betriebe bei der Erfüllung der Zertifizierungsanforderungen werden dazu beitragen, dass sich die Dinge ändern.

Was können wir mit Blick auf die weitere Entwicklung von tierischen Fasern noch erwarten?

Es geht nicht mehr nur um Tierwohl, sondern um eine umfassende Nachhaltigkeit von Tierfasern. Dazu gehören auch die Landbewirtschaftung und Bodengesundheit sowie die Auswirkungen der Tierhaltung auf die Wildtierwelt und Artenvielfalt. Das soziale Wohlergehen und die Existenzsicherung der Menschen, die Fasern produzieren, rücken ebenfalls zunehmend in



den Fokus. Wir müssen deutlich machen, dass die Systeme der Faserproduktion und Siegel all diese Aspekte berücksichtigen.

Auch die Modebranche strebt nach nachhaltigeren und regenerativeren Systemen. So rücken Recycling, Second-Hand-Ware sowie langlebige und hochwertige Produkte immer mehr in den Fokus, und der CO₂-Fußabdruck von Rohstoffen wird berücksichtigt. Welche Zukunft haben dabei Luxusprodukte wie Kaschmir?

Kaschmirwolle ist eine kostbare Faser, mit der sich langlebige, hochwertige Kleidungsstücke herstellen lassen. Sie kann außerdem recycelt werden. Das passt genau zu den Zielen der Branche, die in der Frage beschrieben sind. An einer nachhaltigeren und regenerativen Landbewirtschaftung muss weitergearbeitet werden, um die negativen Auswirkungen der Kaschmirproduktion zu verringern. Wichtig ist es auch, glaubwürdige Daten zu erheben, die Verbesserungen belegen. In Summe wird dies dazu beitragen, dass Kaschmir vom Markt wertgeschätzt wird.

Die Landschaft der Standards verändert sich rasant. Was müssen Tierschutzstandards zukünftig leisten, und welche Rolle spielt Textile Exchange dabei?

Das Tierwohl wird bei allen tierbasierten Materialien stets von Bedeutung sein, aber wir müssen mehr tun, als nur das Tierwohl zu schützen. Mit der

Climate+-Strategie von Textile Exchange soll sichergestellt werden, dass alle Fasern auf eine Weise produziert werden, die unserem Planeten, seinen Ökosystemen, seinen Landschaften und seiner Bevölkerung zugutekommt. Dies sollte die Marschrichtung für alle Standards von Materialien sein, die von der Textilindustrie verwendet werden.

Tierwohl wird sehr unterschiedlich interpretiert, je nachdem, wen Sie fragen. Welche Botschaft möchten Sie der Öffentlichkeit mitgeben, um ein besseres Verständnis für Tierwohl zu erreichen?

Wenn wir Tiere für Nahrungsmittel oder Fasern nutzen, müssen wir deren Wohlergehen sicherstellen. Ein kurzer Blick ins Internet wird leider auch Beispiele für sehr schlechte Praktiken ans Licht bringen. Das bedeutet aber nicht, dass die Lösung einzig und allein darin besteht, auf jegliche tierbasierte Materialien zu verzichten. Mit Standards wie dem GCS und dem Responsible Animal Fiber Standard (RAF) von Textile Exchange können wir klar herausstellen, was akzeptabel ist und was nicht. Tierbasierte Materialien können demnach von zertifizierten bäuerlichen Betrieben stammen, wo die Tiere ein gutes Leben hatten und wo auf ihr Wohl geachtet wurde.





INTERVIEW

„Uns war wichtig, dass die Erzeugung und Verarbeitung unseres Kaschmirs in Einklang mit unseren Werten und Standards erfolgt“

In den Kollektionen der Pariser Luxusmarke Zadig&Voltaire zählen Kaschmirstrickwaren zu den Hauptprodukten. Um ihrem Anspruch gerecht zu werden, diese aus nachhaltigem Kaschmir herzustellen, wurde die Marke 2021 Partner des The Good Cashmere Standards. Diese Partnerschaft ist in VoltAIRe eingebettet, ihr globales Transformationsprogramm für mehr Nachhaltigkeit, das Helena Jessua als Nachhaltigkeitsdirektorin des Unternehmens verantwortet. In diesem Interview erläutert sie, was die Marke mit dem Programm erreichen möchte und welche Themen, abgesehen vom Tierschutz, in der Kaschmirbranche am wichtigsten sind.

Produktbild der Zadig&Voltaire Kollektion



HELENE JESSUA
Direktorin für Nachhaltigkeit bei Zadig&Voltaire



Mit dem VoltAIRe-Programm hat sich Zadig&Voltaire umfassende Nachhaltigkeitsziele gesetzt. Was hat Sie zu diesem Schritt bewogen?

Wir haben Nachhaltigkeit als strategische Priorität in den Transformationsplan der Gruppe aufgenommen, den wir bis 2025 umsetzen wollen. Daher war es wichtig, unseren Nachhaltigkeitsansatz in eine Form zu gießen, was wir mit der Einführung des VoltAIRe-Programms getan haben. Im Zuge dessen haben wir auch konkrete Ziele festgelegt, die wir bis 2025 in jeder Säule erreichen wollen – zusätzlich zu unserem globalen Klimaziel 2030. Unsere Ziele – wie die ausschließliche Verwendung zertifizierter Hauptrohstoffe oder 100-prozentige Rückverfolgbarkeit unserer Produkte bis 2025 – drücken deutlich unsere Ambition aus.

Was möchten Sie mit Ihrem VoltAIRe-Programm erreichen?

Das Programm soll dazu beitragen, dass wir in all unseren Geschäftsaktivitäten dem Klimawandel und der Luftverschmutzung entgegenwirken. Unser Ziel ist es, unseren ökologischen Fußabdruck gemäß dem 1,5-Grad-Ziel des Pariser Klimaabkommens zu reduzieren. Um das zu erreichen, binden wir alle Abteilungen in das Vorhaben mit ein: von der Beschaffung und Entwicklung über die Produktion bis hin zur Logistik und zum Verkauf.

VoltAIRe steht zudem dafür, was wir bei Zadig&Voltaire unter Luxusprodukten verstehen, nämlich nachhaltige Produkte mit einer langen Lebensdauer, die im Einklang mit unseren Werten und Normen hergestellt werden – und das heißt: im respektvollen Umgang mit Menschen, Tieren und Ökosystemen. Das VoltAIRe-Programm basiert auf vier Säulen: nachhal-

tige Produkte und Verpackungen, Klimaschutz und saubere Luft in den Betrieben, respektvolle Produktion und kollektives Engagement. Jede Säule adressiert strategische Themen und umfasst konkrete und messbare Ziele. Dabei sind die Säulen dafür angelegt, im Zusammenspiel unsere übergeordneten Ziele zu erreichen.

Was meinen Sie mit dem Slogan „Made in VoltAIRe Respect“, den wir auf einigen Ihrer Produkte sehen können?

„Made in VoltAIRe Respect“ (MIVR) ist ein Logo, das wir 2022 eingeführt haben. Damit wollen wir unseren Teams und Kund*innen helfen, leichter die Produkte zu erkennen, die unseren Nachhaltigkeitsansatz und die laufende Transformation verkörpern. Das MIVR-Logo nutzen wir bereits auf den entsprechenden Pflegeetiketten und Online-Produktblättern, auf den Hangtags der Herbst/Winter-Kollektion wird es erstmals 2023 verwendet.

Um das MIVR-Logo zu erhalten, muss ein Produkt bestimmte Voraussetzungen erfüllen, beispielsweise ein zertifiziertes Endprodukt sein oder zu mindestens 90 % aus zertifizierten oder umweltschonenden Fasern bestehen. Zadig&Voltaires Zertifizierungsstrategie sieht vor, dass spätestens 2025 100 % der Hauptrohstoffe zertifiziert sind. Um noch einen Schritt weiter zu gehen, wollten wir auch die Entwicklung von zertifizierten Endprodukten vorantreiben. Entsprechend diesem Ziel umfasst „Made In VoltAIRe Respect“ auch Produkte aus GCS-zertifiziertem Kaschmir. Darüber hinaus ist Zadig&Voltaire seit 2021 gemäß den Standards GOTS, OCS, GRS und RWS zertifiziert und ermutigt die Lieferanten, diesen Weg ebenfalls einzuschlagen. Infolgedessen sind bereits 70 % der Jersey-Textilien der Frühjahr/Sommer-Kollektion 2023 öko-zertifiziert.

Warum haben Sie sich für den The Good Cashmere Standard entschieden? Inwiefern entspricht die Partnerschaft mit GCS Ihren Anforderungen?

Kaschmir ist nicht nur ein Hauptrohstoff für unsere Kollektionen, sondern auch Teil der DNA von Zadig&Voltaire. Uns war daher wichtig, dass die Erzeugung und Verarbeitung unseres Kaschmirs in Einklang mit unseren Werten und Standards erfolgt. Deswegen beteiligen wir uns an der Initiative GCS, die auf die Entwicklung einer nachhaltigen Kaschmirbranche abzielt. Unserer Meinung nach ist der The Good Cashmere Standard nicht nur aufgrund seiner Zuverlässigkeit und Tierwohlexpertise die richtige Initiative, sondern auch wegen seines Netzwerks, das stark genug ist, um weitere Verbesserungen zu ermöglichen. Zadig&Voltaire ist wirklich sehr stolz darauf, Mitglied und Partnerunternehmen des The Good Cashmere Standards zu sein. Um die Größenordnung unseres Engagements einmal zu verdeutlichen: 100 % des Kaschmirs, den wir derzeit in unseren Strickkollektionen aus Kaschmir-Schurwolle



Produktbild der Zadig&Voltaire Kollektion

verwenden, stammt von GCS-Farmen – ein bedeutender Schritt für uns. Der Ansatz war für uns zudem eine gute Gelegenheit, unsere Lieferanten mit ins Boot zu holen und unser Konzept der Rückverfolgbarkeit zu stärken.

Was ist Ihrer Meinung nach die nächste Herausforderung für die Kaschmirbranche?

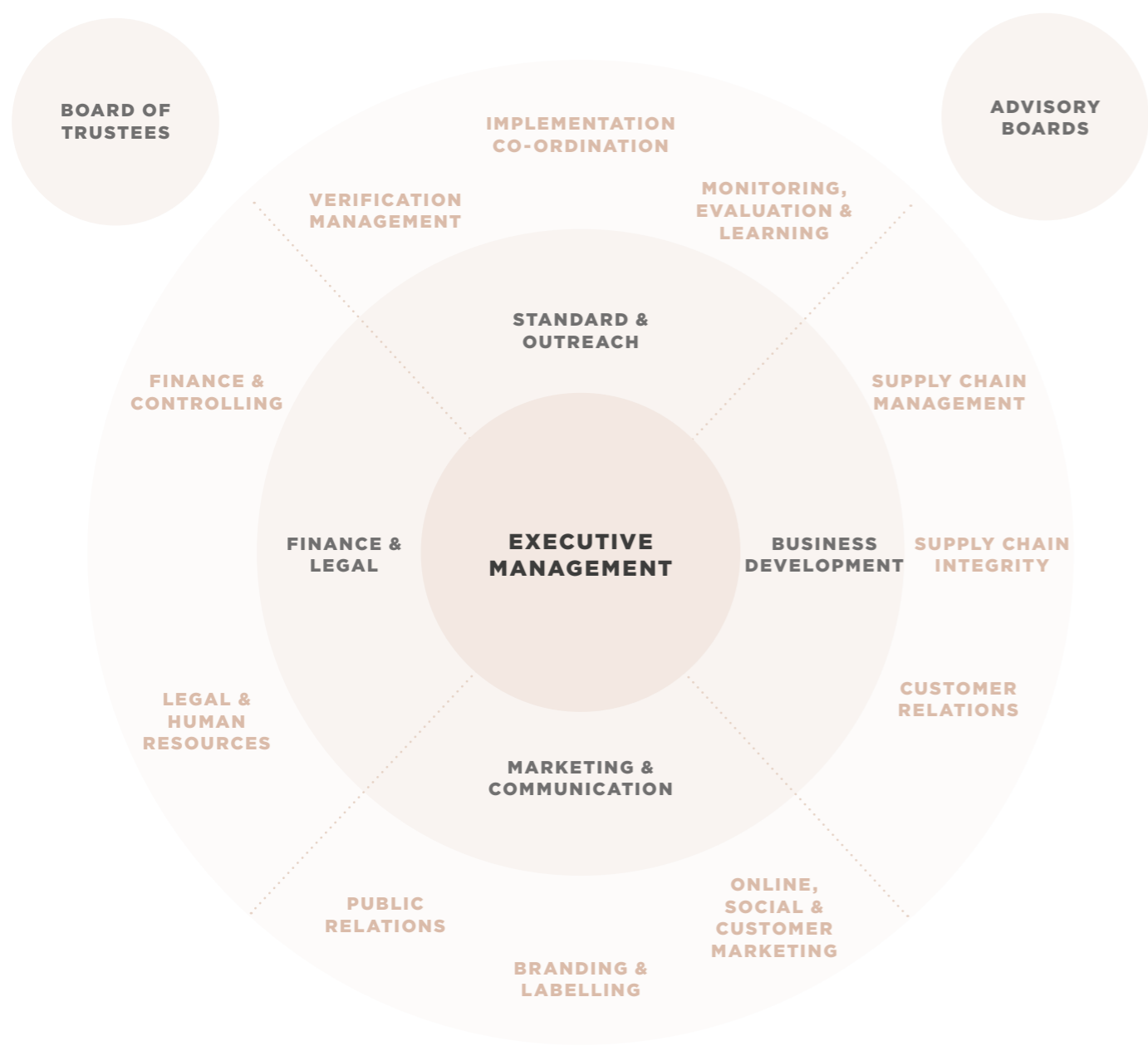
Über den Schutz des Tierwohls hinaus besteht unsere kollektive Herausforderung darin, auch an der Reduzierung des ökologischen Fußabdrucks der Kaschmirproduktion zu arbeiten. Neben der Sicherstellung, dass der The Good Cashmere Standard mit diesem Ziel im Einklang steht, müssen wir die Gelegenheit auch zur Zusammenarbeit mit einigen der vielen im GCS vereinten Marken, Farmen und anderen Interessengruppen nutzen, um die Auswirkungen der GCS-Kaschmirproduktion zu messen und gemeinsame Pilotprojekte in Bereichen wie der regenerativen Landwirtschaft zu initiieren. Wir bei Zadig&Voltaire sind überzeugt, dass die Verringerung der Umweltauswirkungen der Kaschmirproduktion entscheidend ist, um mittel- und langfristig die Nachhaltigkeit dieser Branche sicherzustellen.





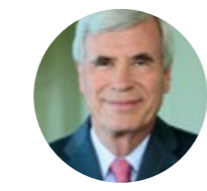
DIE AID BY TRADE FOUNDATION

ORGANISATIONSSTRUKTUR



DAS KURATORIUM DER AID BY TRADE FOUNDATION

Das Kuratorium der Aid by Trade Foundation ist mit führenden Persönlichkeiten aus Nichtregierungsorganisationen, der öffentlichen Hand und der Wirtschaft international besetzt. Es trägt dafür Sorge, dass die übergeordneten Ziele der Stiftung umgesetzt werden und besteht aus mindestens sechs und höchstens zwölf Mitgliedern. Dem Kuratorium gehörten zum 31. Dezember 2022 folgende Personen an:



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



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



OLAF GIESELER
Geschäftsführer der CURATAX Treuhand GmbH Steuerberatungsgesellschaft



PROF. DR. JOHANNES MERCK
Stiftungsvorstand bei der Umweltstiftung Michael Otto



MATHIAS MOGGE
Generalsekretär und Vorstandsvorsitzender Welthungerhilfe



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



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



MUNIR ZAVERI
Vorstandsvorsitzender Alliance Ginneries Ltd.

ORGANISATIONSSTRUKTUR

Im Laufe des Jahres 2022 ist Eberhard Brandes (WWF Deutschland) aus dem Kuratorium ausgeschieden.



DER CMIA-BEIRAT

Der Beirat von Cotton made in Africa ist mit namhaften Vertretern verschiedener Interessensgruppen international besetzt. Mit ihrer vielseitig gelagerten Expertise sind die Beiratsmitglieder wichtige Diskussionspartner*innen und Beratende der Geschäftsführung. Dem Beirat gehörten zum 31. Dezember 2022 folgende Personen an:



MARCO BÄNNIGER
Head Trader
Hand Picked Cotton
Paul Reinhart AG



DR. ALEXANDER DAVID
Bereichsleiter
Einkauf International / CSR
Lidl Stiftung & Co. KG



FRITZ GROBIEN
Vizepräsident Bremer
Baumwollbörse
Geschäftsführender Gesellschafter
Albrecht, Müller-Pearse & Co. Trade
(GmbH & Co.) KG



DR. FLORIAN REIL
Teamleiter
Projektentwicklung und -begleitung,
Initiative für nachhaltige
Agrarlieferketten (INA)
GIZ GmbH



MAJA-CATRIN RIECHER
Projektmanagerin
Nachhaltige Agrarrohstoffe
WWF Deutschland



DR. RAFAEL SCHNEIDER
Stv. Leitung Politik und
Außenbeziehungen
Leitung Food Security Standard (FSS)
Welthungerhilfe



FABIAN SCHOLZ
Senior Vice President
Miles GmbH



TORSTEN STAU
Geschäftsleitung Ware Non Food /
Indirect Spend,
REWE Group



JOHANNA VON STECHOW
Leiterin
Abteilung Umweltschutz
Tchibo GmbH



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



JÖRN OTTO
Vizepräsident
Sourcing und Supply Chain
bonprix Handelsgesellschaft mbH

DER GCS-BEIRAT

Der Beirat von The Good Cashmere Standard ist mit namhaften Vertretern verschiedener Interessensgruppen international besetzt. Mit ihrer vielseitig gelagerten Expertise sind die Beiratsmitglieder wichtige Diskussionspartner*innen und Beratende der Geschäftsführung. Dem Beirat gehörten zum 31. Dezember 2022 folgende Personen an:



ALVA CHEUNG
General Manager Marketing
Erdos Sheng Lin Ltd



MADELENE ERICSSON RYMAN
Environmental Sustainability
Business Expert
H&M Group



ANNA HEATON
Fiber and Materials Strategy Lead
Animal Materials
Textile Exchange



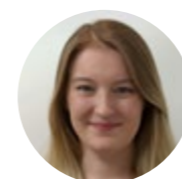
HEIKE HILLEBRECHT
Bereichsleiterin Einkauf
Peter Hahn GmbH



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



DR. MARLENE K. KIRCHNER
Lead Expert
Farm Animals & Nutrition
VIER PFOTEN International



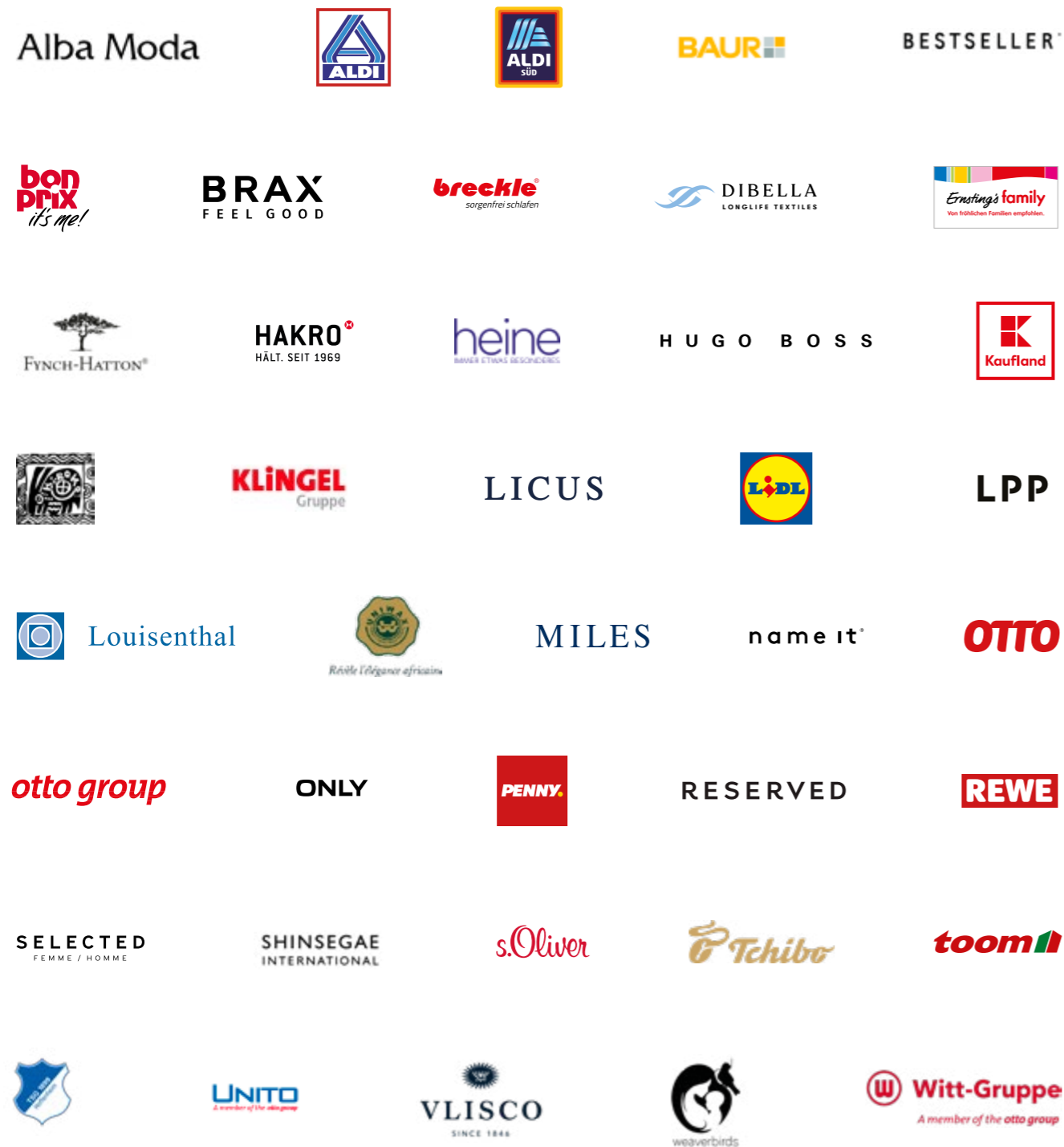
SOPHIE PRATER
Scientific Officer Ruminants
Royal Society for the Prevention of
Cruelty to Animals (RSPCA)



BRIAN YU
General Manager
Artwell Holdings Limited



EINE AUSWAHL DER PARTNERUNTERNEHMEN VON CMIA 2022



ORGANISATIONSSTRUKTUR

EINE AUSWAHL DER PARTNERUNTERNEHMEN VON GCS 2022



ORGANISATIONSSTRUKTUR

IMPRESSUM

Herausgeber

Aid by Trade Foundation
Gurlittstraße 14
20099 Hamburg

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

info@abt-foundation.org

www.cottonmadeinafrica.org
www.thegoodcashmerestandard.org

Verantwortlich

Tina Stridde

Redaktion

Isabelle Großkopf

Text

Dörthe Hiddemann

Gestaltung

Katrin Grimm,
studioblend.de

Druck

Wir machen Druck.de

Lektorat

Verena Gaupp

Fotografien

Annegret Hultsch
Malicky S. Boaz
Martin J. Kielmann
Michaela Kuhn
René Zieger
Werner Bartsch
B+D Communications, Köln

Hinweis zur Auszeichnung: Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird in Fließtexten auf die Kennzeichnung von Cotton made in Africa und The Good Cashmere Standard als offiziell registrierte Marken mit dem Hinweis * verzichtet.

Hinweis zu Kennzahlen: Für eine vereinfachte Darstellung sind die Zahlen in diesem Bericht teils gerundet.

Dieser Bericht ist auch in englischer Sprache erhältlich und steht zum Download unter https://cottonmadeinafrica.org/mediathek/#annualreport_digital zur Verfügung.



AID BY TRADE FOUNDATION

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

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

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



Aid by Trade Foundation

Gurlittstraße 14 · 20099 Hamburg

Telefon: +49 40 25 76 75 50

E-Mail: info@abt-foundation.org

www.cottonmadeinafrica.org

www.thegoodcashmerestandard.org

Cotton made in Africa



The Good Cashmere Standard

