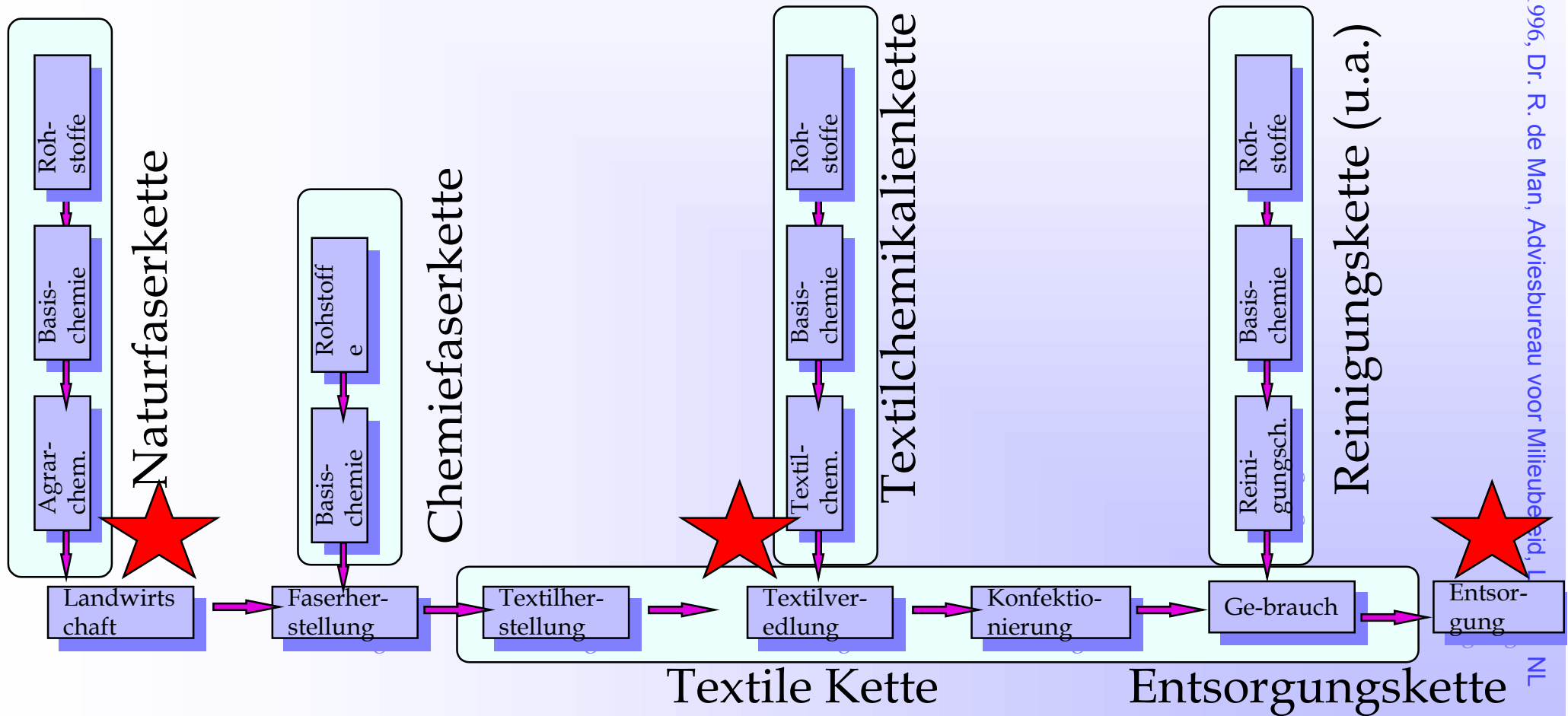

Kooperation und Kommunikation in der Textilen Kette

ökologische und ökonomische Optimierung des
Stoffstrommanagements für Textil und Bekleidung

Reinier de Man

Tutzing, den 6. März 1996

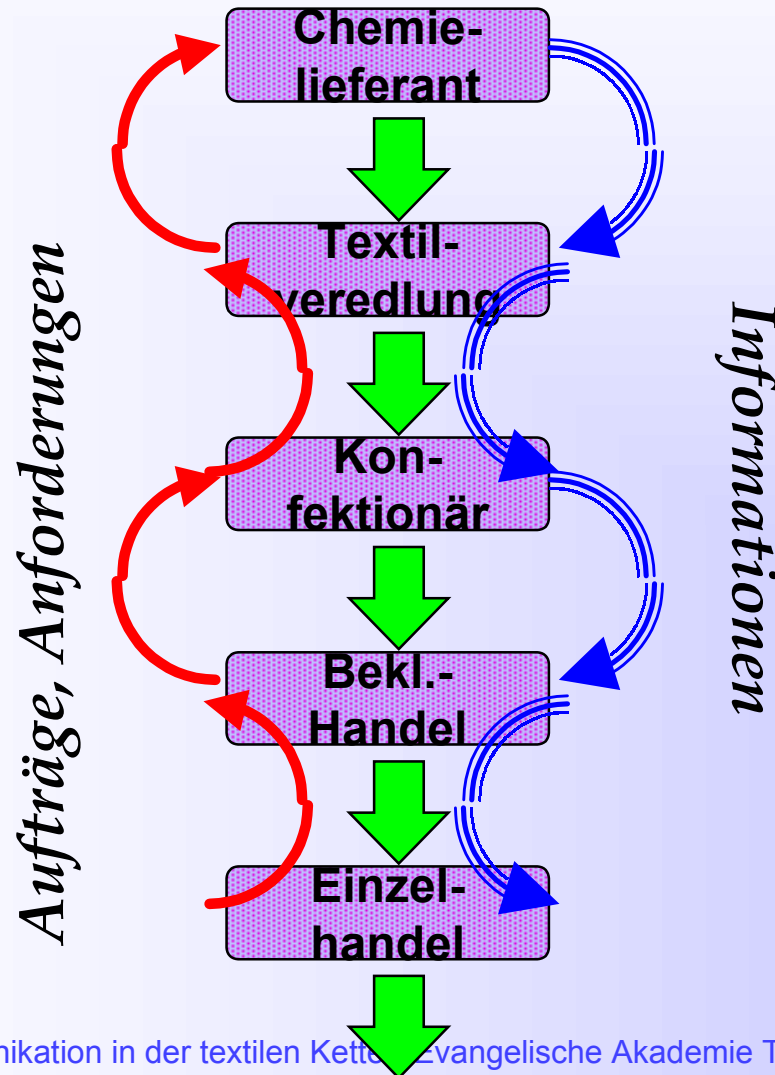
Die textile Kette: Stoffströme



©1996, Dr. R. de Man, Adviesbureau voor Milieubeleid, NL

NL

Die textile Kette: Akteure



(Beispiel, kleiner Teil der Kette)

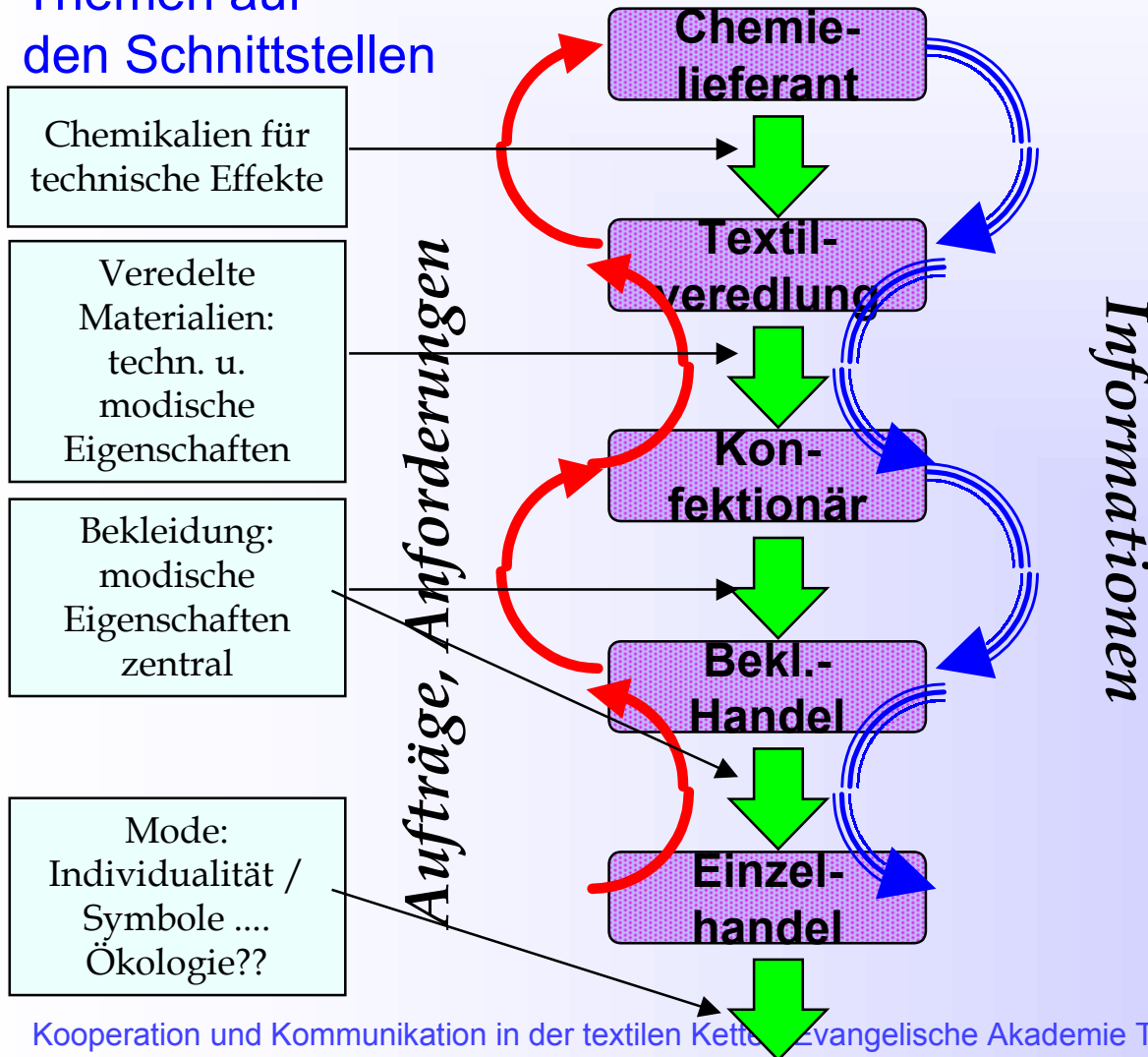
Die Realitäten der Akteurskette

- Heterogenität der Interessen
- Vernetzung der Kette
- Instabilität der Kette
- Internationaler Charakter der Kette

Jedes Kooperationsmodell muß diesen Realitäten Rechnung tragen

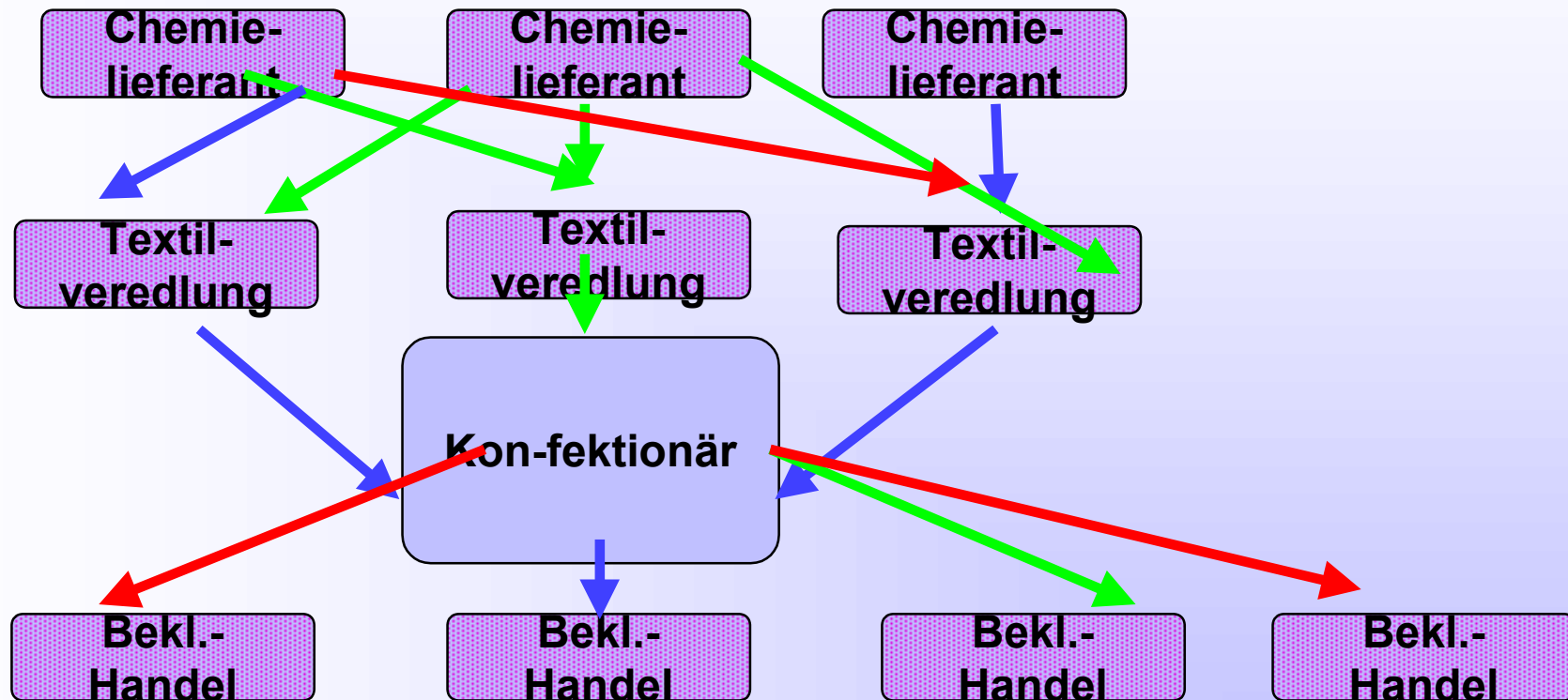
Die textile Kette: Heterogenität

Themen auf
den Schnittstellen



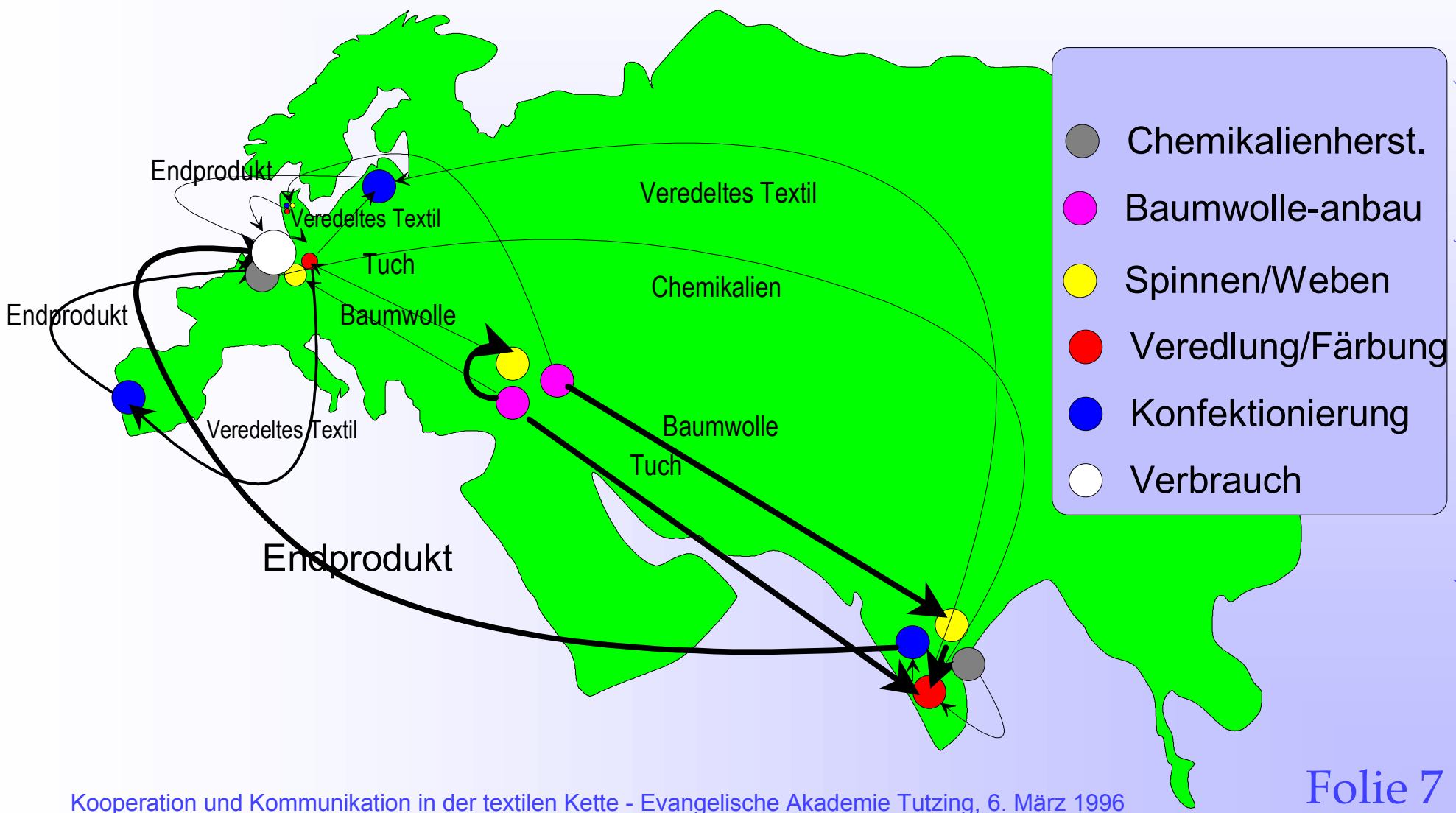
(Beispiel, kleiner
Teil der Kette)

Die textile Kette: Vernetzung & Dynamik



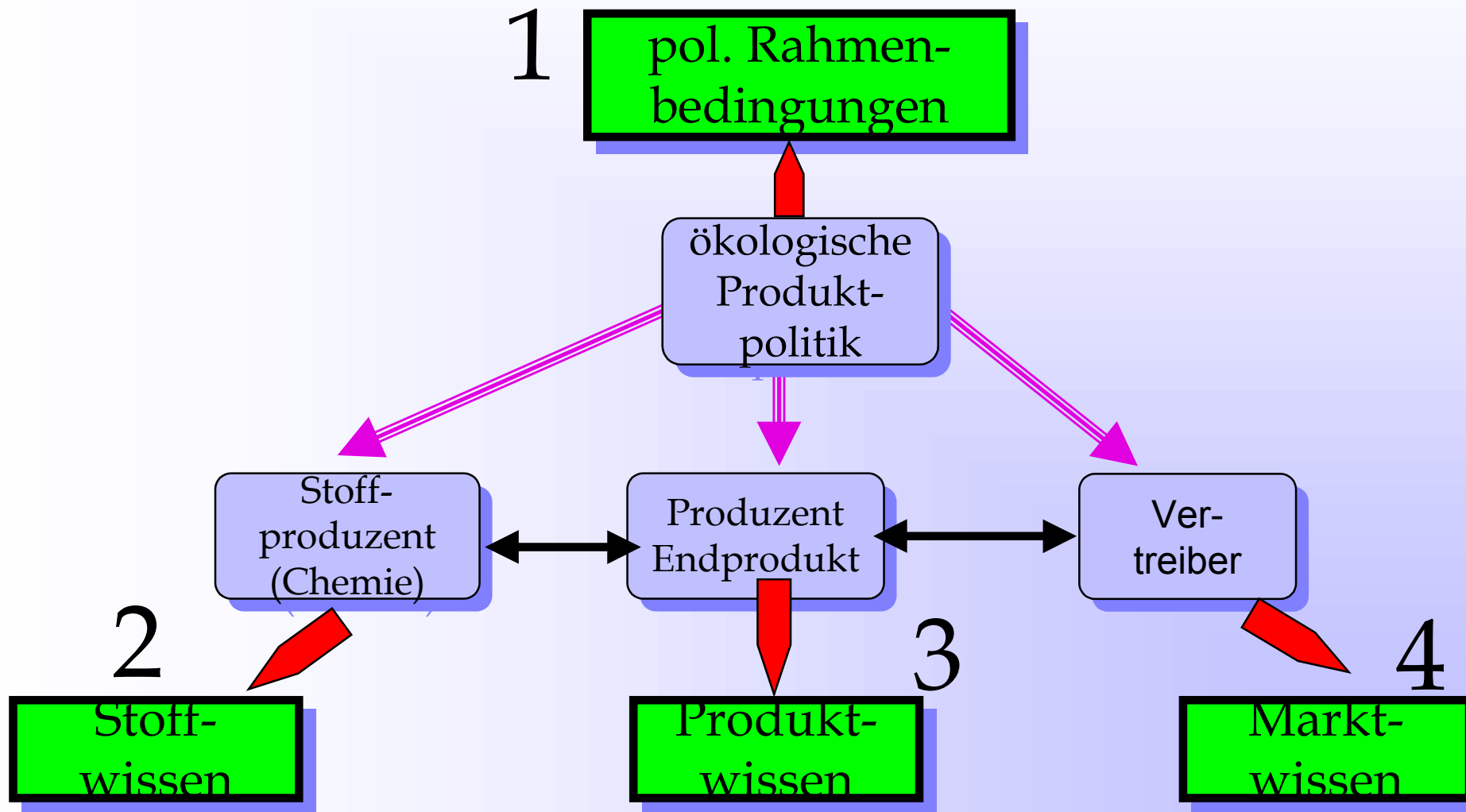
Die Kette = eine Abstraktion

Die textile Kette: Geographie



©1996, Dr. R. de Man, Adviesbureau voor Milieubeleid, Leiden NL

Die vier Komponenten des Stoffstrommanagements



Initiativen von Konfektionären und Handel: Öko-Sortimente

■ Beispiele

- ▶ Steilmann (Britta S.,);
- ▶ Otto Versand ("future collection");
- ▶ Esprit (Ecollection, blue Planet...).

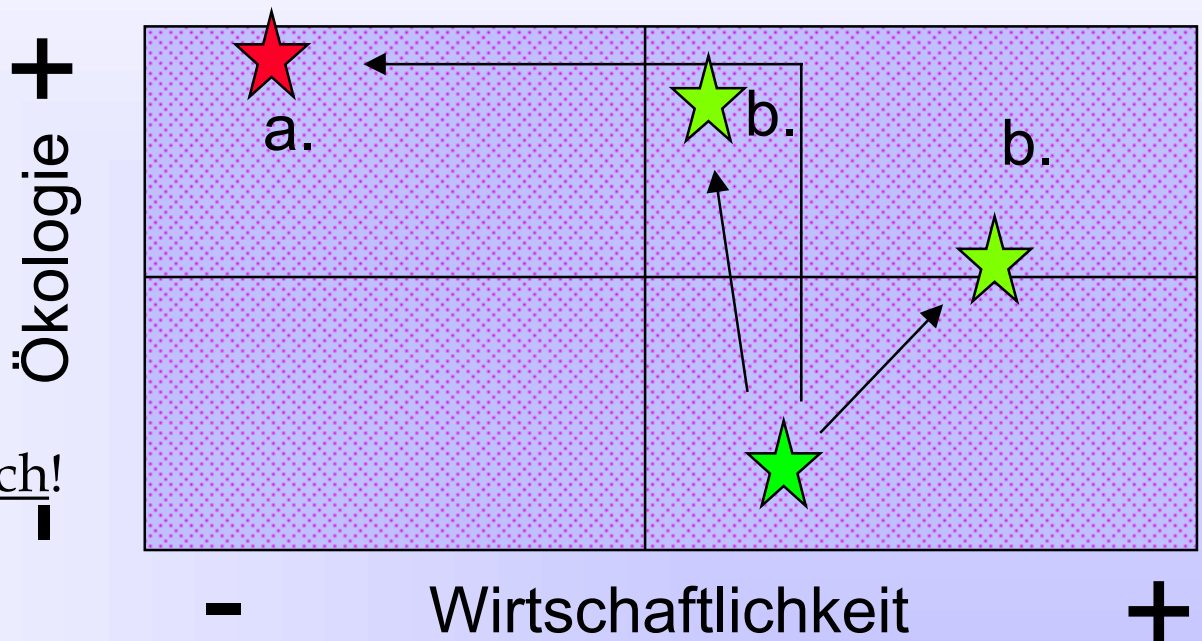
■ Probleme

- ▶ öko-zentrisch;
- ▶ Wettbewerb auf der falschen Ebene;
- ▶ Subjektivität des Marktes;
- ▶ Illusion der Freiwilligkeit.

ökozentrisch

■ ökozentrisch: siehe Diagramm

- ▶ Ergebnis: suboptimale Organisation der ökologischen Produktion;
- ▶ hohe Kosten;
- ▶ hohe Preise;
- ▶ niedrige Marktanteile
- ▶ im Ergebnis: unökologisch!



■ notwendig:

- ▶ business process redesign mit ökonomischen und ökologischen Design-Kriterien

Konkurrenz auf der falschen Ebene

- Konkurrenz auf der falschen Ebene:
 - Die Vielzahl der konkurrierenden Öko-Anforderungen ist wenig durchschaubar für den Verbraucher;
 - Sie ist auch wenig durchschaubar für Produzenten und Zulieferanten;
 - Ergebnis: der Markt entwickelt sich suboptimal.
- Notwendig:
 - klare ökologische Ziele;
 - "de-labelling": eine begrenzte Zahl allgemein anerkannter ökologischer Qualitätsstandards;
 - Eur. Industriestandard über Ökotex-100 notwendig.

Subjektivität des Marktes

■ Subjektivität des Marktes:

- Ökomärkte reagieren auf den “Schadstoff des Monats”;
- Ängste vor Stoffen oft wichtiger als objektive ökologische Risiken;
- Ergebnis: oberflächliches Öko-Marketing statt ökologisch orientierte Innovation von Produkten, Produktionsprozessen und Stoffen.

■ Notwendig:

- ökologisches Design von Textil/Bekleidung durch Koordination von Stoffwissen, Produktwissen und Marktwissen;
- Eine proaktive Rolle der chemischen Industrie: aktiv Lösungen entwickeln und anbieten.

Illusion der Freiwilligkeit

■ Illusion der Freiwilligkeit:

- Verbrauchervünsche + freier Markt sind z.Z. kein effektiver Motor für das Stoffstrommanagement in der textilen Kette;
- freiwillige Maßnahmen der Bekleidungsindustrie und des Bekleidungshandels können die Sachzwänge im internationale Handel nicht aufheben.

■ Notwendig:

- eine umweltpolitische Stoff- und Produktpolitik: Import von Chemikalien im Produkt besser regeln;
- vernünftiger Reform der internationalen Handelsabsprachen zum Schutz der Umwelt, ohne unerwünschte Handelsbarrieren aufzuwerfen.

Vision Massenmärkte für Öko-Textilien

- Unternehmen: ökologische Produktion in wichtigen Importmärkten
 - ▶ Aufbau der notwendigen Produktions- und Prüfungsstrukturen vorort;
 - ▶ Kooperationen mit integrierten Textilunternehmen;
 - ▶ Aktive Kooperation mit chemischen Unternehmen.
- Gemeinsam: Erstellung von Industriestandards für Öko-Textilien,
 - ▶ pragmatische und dynamische Standards für Produkt und Produktion;
 - ▶ ökologische Produktionsstandards auf der Basis von Öko-Audit.