



AID BY TRADE FOUNDATION

2021

JAHRESBERICHT



COTTON
MADE IN
AFRICA



**THE GOOD
CASHMERE
STANDARD**
by AbTF

COTTON MADE IN AFRICA

ab Seite 8



THE GOOD CASHMERE STANDARD

ab Seite 48



INHALT

	Seite
 VORWORT von Prof. Dr. Michael Otto	4
 KONSOLIDIERTES ERGEBNIS CmiA: Das Jahr 2021 in Zahlen	6 8
 CMIA AUF DEM FELD Ziele und Wirkung auf dem Feld Der ökologische Fußabdruck Fallstudie zu Bildungsprojekten CmiA und der Klimawandel Das Standardsystem Partnerschaften und Standardimplementierung Das CmiA Community Kooperationsprogramm	10 14 15 16 20 24 28
 CMIA IN DER KETTE UND IM MARKT Erfolgreicher Wachstumskurs Transparenz und Digitalisierung in der Lieferkette Stimmen von Partnern zu Transparenz, Verlässlichkeit und CmiA Organic	32 34 36
 CMIA IN DEN MEDIEN Veröffentlichungen und Vermarktung Kampagnen und Kooperationen	40 42
 THE GOOD CASHMERE STANDARD GCS: Das Jahr 2021 in Zahlen Ergebnisse der Auditierungen GCS auf dem Markt, in der Kette und in den Medien Stimmen von Partnern zu Tierwohl, Rückverfolgbarkeit und Glaubwürdigkeit	48 50 52 54
 DIE ORGANISATIONSSTRUKTUR AbTF Das AbTF-Kuratorium Der CmiA-Beirat Der GCS-Beirat Unternehmenspartner 2021 Impressum	58 59 60 61 62 63

VORWORT

**PROF. DR.
MICHAEL OTTO**



Die globalen Herausforderungen unserer Zeit sind enorm: Mitten in Europa herrscht Krieg, die Folgen des Klimawandels nehmen zu, und die Corona-Pandemie beeinflusst nach wie vor unser Leben. Welchen wirksamen Beitrag kann die Aid by Trade Foundation in Anbetracht dieser Herausforderungen leisten?

Wir erleben derzeit unmittelbar, wie eng alle Gesellschaften im globalen Dorf miteinander verbunden sind. Der Krieg in der Ukraine wirbelt seit Februar die Weltordnung durcheinander, die Folgen spüren nicht nur die europäischen Nachbarländer. Sie reichen viele tausend Kilometer weiter bis nach Afrika, wo fehlende Getreidelieferungen aus der Ukraine die Menschen besonders hart treffen und sie befürchten müssen, ihre Familien bald nicht mehr ernähren zu können. Der Klimawandel verstärkt diese Problematik, vor allem in den Regionen, die heute schon unter extremer Dürre leiden. Auch er macht vor Grenzen nicht halt, wir erleben Wetterereignisse von ungekanntem Ausmaß und müssen feststellen, dass Klimakrisen nicht nach dem üblichen Verursacherprinzip stattfinden.

Daraus wird klar, wie relevant die Arbeit der Aid by Trade Foundation (AbTF) und ihrer Initiativen Cotton made in Africa® (CmiA) und The Good Cashmere Standard® (GCS) ist: Hilfe zur Selbsthilfe durch – globalen – Handel ist wichtiger als je zuvor. Diesen Handel gerecht zu gestalten und als Hebel für Veränderungen in den Erzeugerländern der Rohstoffe

zu nutzen, ist seit über 15 Jahren Handlungsmaxime der Aid by Trade Foundation. Gerade vor dem Hintergrund der aktuellen Entwicklungen gilt es, unsere Arbeit engagiert fortzuführen und nachhaltige Rohstoffe für die weltweiten textilen Wertschöpfungsketten bereitzustellen. Gemeinsam mit bestehenden und neuen Partnern aus Europa, Afrika und Asien nehmen wir die vor uns liegenden Herausforderungen an, um mit innovativen Impulsen Verbesserungen zu erreichen: für Mensch, Tier und Natur.

Die Ergebnisse unserer jüngsten Impact-Studien in Sambia und Cote d'Ivoire zeigen, welche positive Wirkung die Arbeit von CmiA entfalten konnte. Die aus den Lizenzgebühren finanzierten Schulungen für die Kleinbauern führen nachweislich zu höheren Baumwollerträgen – und damit zu besseren Lebensbedingungen. Gerade mit Blick auf die Auswirkungen des Ukrainekrieges auf die Nahrungssicherheit der ländlichen Bevölkerung in den afrikanischen Projektländern kommt den landwirtschaftlichen Schulungen eine sehr große Bedeutung zu. Die Vermittlung von guten Anbaumethoden trägt beispielsweise dazu bei, dass die Kleinbauern dieses neuerworbene Wissen

auch für die Erzeugung von Grundnahrungsmitteln nutzen und somit bessere Ernteerträge erzielen können. So können die Familien davor bewahrt werden, eine „hungry season“ erleiden zu müssen – also einen Zeitraum, in dem die Nahrungsvorräte aufgebraucht sind und die neue Ernte noch nicht eingeholt wurde. Das macht die Farmerfamilien unabhängiger von den Importen aus Europa und stärkt ihre Resilienz.

Auch mit der Frage, wie wir als Stiftung mit den Folgen des Klimawandels für die Menschen in den Projektregionen umgehen, haben wir uns 2021 intensiv auseinandergesetzt. In Zusammenarbeit mit atmosfair haben wir unsere neue Initiative CmiA Carbon Neutral entwickelt und auf den Markt gebracht. Mit dem Angebot CO₂-neutraler Baumwolle treiben wir die Dekarbonisierung der gesamten Textillieferkette voran. Außerdem erarbeiten wir Strategien, die es den Kleinbauern ermöglichen, den Baumwollanbau an den Klimawandel anpassen zu können.

Mit der Einführung des The Good Cashmere Standards haben wir vor zwei Jahren den weltweit ersten unabhängigen Standard für nachhaltiges Kaschmir ins Leben gerufen. Trotz Reisebeschränkun-

„Hilfe zur Selbsthilfe durch – globalen – Handel ist wichtiger als je zuvor. Diesen Handel gerecht zu gestalten und als Hebel für Veränderungen in den Erzeugerländern der Rohstoffe zu nutzen, ist seit über 15 Jahren Handlungsmaxime der Aid by Trade Foundation.“

gen aufgrund der Corona-Pandemie konnte dank der guten Zusammenarbeit mit den chinesischen Partnern die mittlerweile zweite Auditrunde erfolgreich abgeschlossen werden. Damit ist ein wichtiger Grundstein gelegt, um neue Maßstäbe für mehr Tierwohl sowie ökologische und soziale Nachhaltigkeit in der Kaschmirproduktion zu setzen. Die starke Nachfrage nach Textilien mit dem Label des The Good Cashmere Standards zeigt, dass der Markt erfreulicherweise sehr offen hierfür ist. Dies gilt auch für Cotton made in Africa: Rund 600 Millionen Textilien mit dem CmiA-Label wurden 2021 auf den Markt gebracht. Damit hat sich der Absatz im Vergleich zu 2020 mehr als verdoppelt. Im Zuge dieses Wachstums steigt auch die Bekanntheit unserer Nachhaltigkeitsstandards. Immer mehr Menschen interessieren sich dafür, woher die hier angebotenen Produkte stammen und welche Auswirkungen ihre Erzeugung auf unser Klima und das Leben der Menschen vor Ort haben.

Handel kann also als Hebel wirken, wenn alle Akteure entlang der Wertschöpfungskette Verantwortung übernehmen und einen Beitrag für mehr Nachhaltigkeit in unserer Welt leisten wollen. Und so zeigt der Rückblick auf das Jahr 2021: Zusammen mit den Partnern in den Projektländern, einer wachsenden Zahl an Unternehmen und immer mehr Konsumenten, die sich für Produkte aus nachhaltigen Rohstoffen entscheiden, konnten wir positive Veränderungen bewirken. Zu sehen, dass wir gemeinsam stark sind, motiviert uns einmal mehr, unsere Arbeit mit Herz und Hand fortzusetzen. So wollen wir auch 2022 unserem Anspruch gerecht werden, die kleinbäuerlichen Gemeinschaften in den Anbauregionen zu unterstützen und die Erde für zukünftige Generationen zu bewahren.



KONSOLIDIERTES ERGEBNIS 2021

**Gesamteinnahmen der Stiftung stiegen
um 37 % auf 5,9 Millionen Euro**

Das signifikante Umsatz- und Ergebniswachstum für die Aid by Trade Foundation hat sich 2021 fortgesetzt: Die Gesamteinnahmen stiegen um 37 % auf 5,9 Millionen Euro. Davon wurden 5,2 Millionen Euro über Marktaktivitäten von Cotton made in Africa (CmiA) und The Good Cashmere Standard (GCS) aus dem privaten Sektor generiert. Trotz Corona-bedingter Einschränkungen konnten die Ausgaben für die Programmimplementierung der beiden Nachhaltigkeitsstandards sowie für Kooperationsprojekte um knapp 30 % auf 3,1 Millionen Euro erhöht werden.

2021 IN ZAHLEN

Im Geschäftsjahr 2021 konnte die Aid by Trade Foundation ihre Gesamteinnahmen um 37 % auf 5.937 TEUR steigern. Aus der Vermarktung von Cotton made in Africa Baumwolle sowie des The Good Cashmere Standards wurden Lizenzeneinnahmen von insgesamt 3.879 TEUR erzielt, eine Steigerung um 40 %.

Während aus der Vermarktung der Rechte an der Marke Cotton made in Africa über die ATAKORA Fördergesellschaft GmbH Lizenzeneinnahmen in Höhe von 2.304 TEUR generiert wurden, hat der Absatz von CmiA-verifizierter Baumwolle als BCI-Baumwolle Einnahmen in Höhe von 1.082 TEUR erbracht. Die Lizenzeneinnahmen aus der Vermarktung des The Good Cashmere Standard von Retailern und Brands betragen 2021 insgesamt 493 TEUR und zeigen – nach 100 TEUR im Vorjahr – die 2021 stark gewachsene Nachfrage nach dem nachhaltigen Kaschmirstandard.

Gleichzeitig sind durch die steigende Nachfrage nach den nach AbTF-Standards verifizierten Rohstoffen seitens der Unternehmen der Nachfrageallianzen die globalen Netzwerke in den textilen Wertschöpfungsketten erneut gewachsen. Die Baumwollgesellschaften in Afrika, die kontinuierlich gestiegene Zahl der internationalen Baumwollhändler und Spinnereien sowie erstmals auch weitere verarbeitende Unternehmen in der CmiA-Wertschöpfungskette trugen als Partner von Cotton made in Africa mit ihren Partnerbeiträgen in Höhe von insgesamt 899 TEUR – plus 37 Prozent gegenüber dem Vorjahr – verstärkt zur weiteren Umsetzung der Initiative bei. Für die Partnerschaft mit The Good Cashmere Standard haben die Unternehmenspart-

ner im Geschäftsjahr 2021 Beiträge von insgesamt 425 TEUR 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 wichtige Themenschwerpunkte für eine Umsetzung im Jahr 2022 vorbereitet.

Spendeneinnahmen, die insbesondere für die Kofinanzierung der Kooperationsprojekte mit den CmiA-Baumwollgesellschaften eingesetzt wurden, konnten in Höhe von 666 TEUR erzielt werden (siehe hierzu auch → Seiten 28–30).

Das Verhältnis zwischen den Einnahmen aus Spenden und Fördergeldern (12 %) und den aus dem Wirtschaftsbetrieb generierten Erträgen (88 %) an den Gesamteinnahmen des Jahres 2021 spiegelt erneut die erfolgreiche Umsetzung der Stiftungsdevise wider, über die Aktivierung von Marktkräften ‚Hilfe zur Selbsthilfe‘ zu bewirken.

2021 investierte die AbTF 9 % der Gesamtausgaben über ihre Vermarktungsgesellschaft ATAKORA in die Bereiche Marketing, Kommunikation und Vertrieb und unterstützte damit die Vermarktung von CmiA-Baumwolle und GCS-Kaschmir an neue und bestehende Lizenznehmer.

Die Ausgaben für die Implementierung der CmiA-Programme sowie des The Good Cashmere Standard konnten im Jahr 2021 deutlich auf insgesamt 2.688 TEUR gesteigert werden und lagen damit circa 41 % über dem Vorjahresniveau.

Die ‚Program Service Expense Ratio‘, die aus der Relation der Gesamtausgaben zu den Mitteln, die un-

mittelbar die Stiftungsziele unterstützen, errechnet wird, stieg im Jahr 2021 erneut: von 75 % im Vorjahr auf 78 %. Diese Entwicklung ist besonders erfreulich, da dieser Wert die Effektivität der eingesetzten Mittel beschreibt.

Aufgrund der im Jahr 2021 sehr positiven Einnahmenentwicklung, verbunden mit einer effektiven Mittelverwendung, wurde ein konsolidierter Jahres-

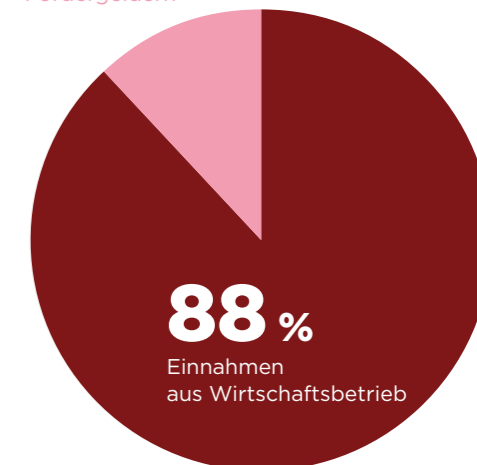
überschuss von 1.947 TEUR vor Steuern erzielt. Dieser gewährleistet, z. B. auch über die Bildung von freien Rücklagen, eine solide Eigenkapitalstruktur und ermöglicht eine deutliche Erweiterung der Maßnahmen sowohl in der Programmimplementierung von Cotton made in Africa in den afrikanischen Partnerländern als auch des The Good Cashmere Standards in der Inneren Mongolei.

EINNAHMEN 2021

	TEUR	in %	2020 TEUR
Lizenzeneinnahmen	3.879	65 %	2.769
Partnerschaftsbeiträge	1.324	22 %	787
Spenden	666	11 %	606
Fördergelder	29	0,5 %	26
Private Zuschüsse	0	0,0 %	32
Sonstige Einnahmen	39	1 %	105
Gesamteinnahmen	5.937	100 %	4.325

	TEUR	2021 in %	2020 in %
Einnahmen aus Wirtschaftsbetrieb	5.242	88 %	85 %
Einnahmen aus Spenden & Fördergeldern	695	12 %	15 %

12 %
Einnahmen
aus Spenden &
Fördergeldern



2021 IN ZAHLEN

AUSGABEN 2021

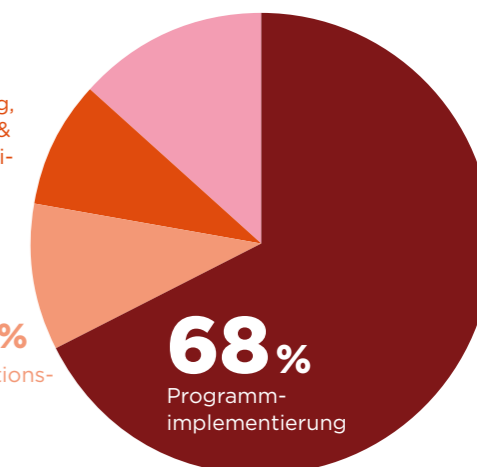
	TEUR	in %	2020 TEUR
Management & Administration	529	13 %	454
Programmimplementierung	2.688	68 %	1.898
Kooperationsprojekte	408	10 %	501
Marketing, Vertrieb & Kommunikation	365	9 %	326
Gesamtausgaben	3.990	100 %	3.179

	in %	2020 in %
Program Service Expense Ratio = Program Service Expenses / Total Expenses	78 %	75 %

13 %
Management &
Administration

9 %
Marketing,
Vertrieb &
Kommuni-
kation

10 %
Kooperations-
projekte





DAS JAHR 2021 IN ZAHLEN

IN DER KETTE UND IM MARKT

2021 IN ZAHLEN

2021 IN ZAHLEN

AUF DEM FELD

22



BAUMWOLL-
GESELLSCHAFTEN

40%

DER AFRIKANISCHEN
BAUMWOLLPRODUKTION
IST CMIA-VERIFIZIERT.



1.705.000

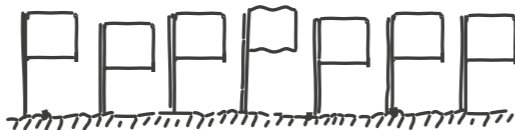
ANBAUFLÄCHE
GESAMT (HA)



1.000.000

CMIA KLEINBÄUERINNEN &
KLEINBAUERN

10



ANBAULÄNDER



690.000

TONNEN
CMIA-BAUMWOLL-
ERLTE GESAMT
(ENTKÖRNT)

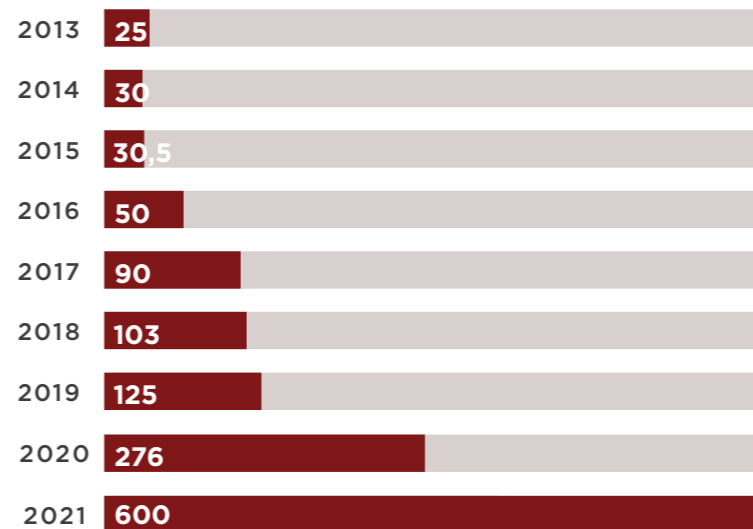


950

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

1,84

DURCHSCHNITTLICHE
ANBAUFLÄCHE PRO
FARMER (HA)



CMIA-GELABELTE TEXTILIEN IM MARKT IN MILLIONEN
Alle Angaben inkl. CmiA und CmiA Organic, Zahlen gerundet



600.000.000

CMIA-GELABELTE
TEXTILIEN IM MARKT



8
TEXTILPRODUKTIONS-
MÄRKTE IN AFRIKA



240

SPINNEREIEN



27

BAUMWOLL-
HÄNDLER

60



60
CMIA-RETAILER UND
BRANDS

51



51
TEXTILPRODUKTIONS-
MÄRKTE WELTWEIT

*Zahlen sind teils gerundet



CMIA AUF DEM FELD



UNTERSUCHEN, ANALYSIEREN, VERBESSERN

Wie umfassend die Cotton made in Africa Initiative den Anspruch erfüllt, die Lebens- und Arbeitsbedingungen afrikanischer Kleinbauern zu verbessern sowie zum Schutz der Umwelt beizutragen, überprüft sie regelmäßig anhand von Studien und Evaluationen.

Zur laufenden Überprüfung der Arbeit von CmiA sind die regelmäßigen Datenerhebungen zur Anzahl der erreichten Kleinbauern und die Menge an verifizierter Baumwolle wichtige Messgrößen. Doch um zu erkennen, welche Wirkung die Arbeit von CmiA konkret auf den Baumwollfeldern, in den Entkörnungsbetrieben, bei den Familien und Dorfgemeinschaften erzielt, braucht es mehr. Deshalb führt die Initiative regelmäßig Evaluierungen und Studien zur Wirkungsmessung durch. Die dabei erhobenen Zahlen und Fakten geben Aufschluss über wichtige Trends, gewähren vertiefte Einblicke in die aktuelle Umsetzung des Standards und liefern Hinweise für zu erwartende Herausforderungen, wie etwa den Einfluss des Klimawandels auf Ökosysteme und Erträge der Kleinbauern oder auch die Entwicklung des Marktumfelds in den jeweiligen Anbauländern. Anhand der gewonnenen Erkenntnisse entwickelt CmiA die Standards sowie Schulungen weiter und engagiert sich mit dem CmiA Community Cooperation Programme (CCCP) für die Dorfgemeinschaften in den Anbauregionen.

2021 hat die AbTF mehrere Beratungsunternehmen damit beauftragt, die Wirkung von Cotton made in Africa zu überprüfen. So wurden die sozialen und ökonomischen Auswirkungen der CmiA-Initiative auf die Lebensbedingungen von Kleinbauern erfasst und die zweite Ökobilanz für CmiA-verifizierte Baumwolle erstellt. Um die Wirkung der CCCP-Projekte besser beurteilen zu können – insbesondere im Bereich Bildung – wurde außerdem eine Fallstudie zu Schulprojekten in Tansania in Auftrag gegeben.

IN ZAHLEN

2 Liter Frischwasser statt 1.563 Liter verbraucht ein Kilogramm CmiA-Baumwolle im Vergleich zum globalen Durchschnitt.

13% weniger Treibhausgase als der globale Durchschnitt stößt CmiA-Baumwolle je Kilogramm aus.

18% mehr Einkommen erwirtschaftete eine Bauernfamilie aus den Verkäufen von CmiA-Baumwolle im Durchschnitt in der Côte d'Ivoire gegenüber Vergleichsdaten aus 2015.

23% höhere Erträge ernteten Kleinbauern, die mindestens drei Trainingseinheiten besuchten, gegenüber einer Vergleichsgruppe ohne Training.

3.318 Tonnen CO₂-neutrale CmiA-Baumwolle wurden im Rahmen der CmiA Carbon Neutral Initiative umgesetzt und entsprechende Zertifikate stillgelegt.

CmiA stärkt die Resilienz der Kleinbauern durch digitalen Wissenstransfer, neue Partnerschaften und klimafreundliche Landwirtschaft. Die Lebens- und Arbeitsbedingungen der Kleinbauern verbessern und die Natur schützen – das sind die wichtigsten Ziele von Cotton made in Africa. Gemeinsam mit einem starken Netzwerk aus Baumwollgesellschaften, Agrar- und Umweltexperten sowie weiteren in Afrika und international aktiven Stakeholdern arbeitet CmiA an der Umsetzung dieser Ziele – und das auch 2021 mit Erfolg: Rund eine Million Kleinbauern produzierten in zehn Ländern Subsahara-Afrikas etwa 690.000 Tonnen entkörnte Baumwolle nach den Kriterien der CmiA und CmiA Organic Standards.

Treibhausgasemissionen auf den Feldern und in den Entkörnungsbetrieben weiter zu reduzieren. Auch wenn 2021 die Zusammenarbeit mit den Partnern in Afrika erneut durch die Covid-19-Pandemie geprägt war, hat CmiA mit großem Engagement und jeder Menge Flexibilität vieles auf den Weg gebracht: digitalen Wissenstransfer, Aufbau neuer Partnerschaften trotz eingeschränkter Reisemöglichkeiten oder die Einführung von Maßnahmen für eine klimafreundliche Landwirtschaft, beispielsweise die CmiA Carbon Neutral Initiative.

Damit die Kleinbauern auch in Zukunft wirtschaftliche Gewinne aus ihrem Baumwollanbau erzielen können, rückt ein Thema zunehmend in den Fokus der Initiative: die Auswirkungen der Erderwärmung auf den Baumwollanbau. Denn bereits heute spüren die Kleinbauern massiv die Folgen der Klimakrise – verheerende Dürren oder Starkregenereignisse. Hinzu kommen reduzierte Bodenfruchtbarkeit und abnehmende Biodiversität. CmiA setzt daher verstärkt auf innovative Maßnahmen, um die Resilienz der Kleinbauern zu stärken und um



AUF DEM FELD

AUF DEM FELD





NACHGEFRAGT: DIE WIRKUNG DER CMIA-SCHULUNGEN UND -VERIFIZIERUNGEN

Wie wirken sich die Schulungen und der CmiA-Verifizierungsprozess auf die Arbeits- und Lebensbedingungen der Farmer aus? Diese Frage hat CmiA im Rahmen einer Studie intensiv beleuchten lassen.

Um möglichst repräsentative Ergebnisse über die CmiA-Anbauregionen der nördlichen und der südlichen Hemisphäre zu erzielen, wurden Côte d'Ivoire in Westafrika und Sambia im südlichen Afrika für die Untersuchungen ausgewählt. Die Evaluierung erfolgte anhand quantitativer und qualitativer Methoden zwischen Oktober 2019 und Juni 2021.

Das Ergebnis der Studie bestätigt den Erfolg von Cotton made in Africa: CmiA wirkt sich in mehrfacher Hinsicht positiv auf die Lebens- und Arbeitsbedingungen der Baumwollbauern aus. Es hat sich

gezeigt, dass die Schulungen für die Kleinbauern bei regelmäßiger Durchführung nachweislich zu höheren Baumwollerträgen führen – und zusätzlich zu positiven kulturellen Veränderungen in den Dorfgemeinschaften beitragen. So wurde unter den Kleinbauern das Bewusstsein für die Bedeutung von Bildung, die Gleichstellung von Mann und Frau, die Rechte von Kindern sowie der Schutz von Umwelt und Gesundheit geschärft. Darüber hinaus erwies sich der CmiA-Verifizierungsprozess als hilfreich, um die Managementfähigkeiten der Baumwollunternehmen kontinuierlich zu verbessern und so bestimmte Vorgaben, wie z. B. die Arbeitssicherheit, durchzusetzen.

Evaluationsergebnisse in der Côte d'Ivoire und Sambia

Die Evaluationsergebnisse in der Côte d'Ivoire zeigen, dass die Stärken des CmiA-Ansatzes in einem günstigen Marktumfeld besonders gut ausgeschöpft werden können. Im Zuge der Schulungen stieg das durchschnittliche Einkommen einer Bauernfamilie in der Côte d'Ivoire aus CmiA-Baumwollverkäufen um fast 18%. In Sambia stellt sich die Situation dagegen komplizierter da. Die schwierigen externen Marktbedingungen haben zu weniger Rentabilität geführt. Durch die Trainings ist es CmiA jedoch gelungen, eine weitere Verschlechterung der Situation für die Baumwollbauern abzumildern. Kleinbauern, die mindestens drei Trainingseinheiten besuchten, erwirtschafteten um rund 23% höhere Erträge gegenüber solchen, die kein Training absolviert hatten.

Die Studie hat außerdem noch einmal deutlich gemacht: Zu den größten Herausforderungen für Kleinbauern in beiden Ländern gehört der Klimawandel. Die Destabilisierung der Regenmuster, sinkende Bodenfruchtbarkeit im Zuge einer abnehmenden Biodiversität und die Zunahme des Schädlingsvorkommens setzen die Kleinbauern unter Druck. Daher hat sich CmiA zum Ziel gesetzt, die Trainingsstruktur kontinuierlich weiter auszubauen, um die Resilienz der Kleinbauern gegenüber dem Klimawandel zu steigern und in die Förderung klimaintelligenter landwirtschaftlicher Anbaupraktiken zu investieren.

„ES FREUT MICH, WENN KUNDEN WIE CMIA IHRE EIGENE ARBEIT KRITISCH BELEUCHTEN UND LERNPROZESSE ANSTOSSEN WOLLEN“

Die Syspons GmbH unterstützt Organisationen dabei, die Wirksamkeit ihrer Projekte zu überprüfen und zu erhöhen. Für die Aid by Trade Foundation hat das Beratungsunternehmen eine CmiA-Wirkungsstudie durchgeführt. Im Interview mit Motje Seidler, Senior Consultant bei Syspons, sprechen wir über ihre Erfahrungen als Evaluatorin und die Erkenntnisse aus der Studie.



MOTJE SEIDLER
Senior Consultant bei
der Syspons GmbH

Sie führen häufig Evaluationen im Bereich der internationalen Zusammenarbeit und Entwicklung durch. Welche Besonderheiten sind in solchen Kontexten zu beachten?

Bei Projekten in der internationalen Zusammenarbeit ist immer zu bedenken, dass es ein starkes Machtgefälle bzw. Abhängigkeitsverhältnis zwischen den Geldgebern und den Begünstigten gibt. Das kann mitunter das Antwortverhalten einiger Interviewpartner*innen beeinflussen. Auch ich als externe, weiße Evaluatorin aus Deutschland muss mir dabei meine eigene Rolle und mögliche Wirkung auf andere immer wieder bewusst machen.

Welches Ziel verfolgte die CmiA-Wirkungsstudie im Auftrag der Aid by Trade Foundation, und wann wurde sie durchgeführt?

Die Studie sollte untersuchen, welche Wirkungen die Initiative bisher erreicht hat und überprüfen, inwiefern die Wirkungshypothesen des Trainingsansatzes von CmiA zutreffen. Ermittelt wurde auch, welche Elemente der Umsetzung gut funktionieren und welche nicht, um das Programm weiter zu verbessern. Dazu haben wir zwischen Oktober 2019 und September 2021 viele Dokumente aus den letzten Jahren ausgewertet und zahlreiche Interviews geführt. Im Rahmen von zwei Fallstudien in Sambia und der Côte d'Ivoire haben wir außerdem 466 Baumwollbäuerinnen und -bauern zu ihren Erfahrungen befragt.

Wie viele andere internationale Missionen der letzten zwei Jahre auch, wurde die Durchführung der CmiA-Wirkungsstudie durch die Covid-19-Pandemie erschwert. Welchen Herausforderungen mussten Sie sich stellen?

Statt selbst vor Ort zu sein, mussten wir kurzerhand unser Konzept umstellen, da wir nicht, wie geplant, im

April 2020 mit der Datenerhebung in Sambia beginnen konnten. Dennoch konnten unsere Gutachter vor Ort mit lokalen Fachkräften und etwas Verzögerung die Erhebung durchführen. Wir besprachen mit ihnen alle inhaltlichen und logistischen Details, trainierten per Zoom die lokalen Fachkräfte und begleiteten die Mission vom heimischen Schreibtisch aus engmaschig durch regelmäßige Telefonate.

Wie laufen die Auswahl der lokalen Fachkräfte und die Zusammenarbeit vor Ort genau ab?

Wir haben ein Netzwerk von Evaluationsexperten in verschiedenen Ländern aufgebaut, die uns auch weitere Fachkräfte empfehlen können. Bei der Auswahl achten wir besonders auf die Unabhängigkeit der Personen, ihre Fachkenntnisse im jeweiligen Themengebiet und ihre Evaluationserfahrung. Zudem ist es uns wichtig, dass die persönliche Chemie stimmt. In Sambia und der Côte d'Ivoire haben wir glücklicherweise schnell zwei Experten gefunden, die großartige Arbeit geleistet haben.

Welche Erkenntnisse aus der CmiA-Wirkungsstudie sind Ihnen besonders in Erinnerung geblieben?

Es hat sich gezeigt, dass die Kontextbedingungen und Marktstrukturen in den Partnerländern eine zentrale Rolle spielen. CmiA kann mit den Trainings die höchsten Wirkungen erzielen, wenn auch die Preispolitik und die institutionellen Strukturen im Land die Kleinbäuerinnen und -bauern motivieren, Baumwolle anzubauen und dabei nachhaltige Methoden umzusetzen. In der Auswahl und Zusammenarbeit mit den Partnerländern gilt es also auch diese Kontextfaktoren zu berücksichtigen. Es ist immer schön zu sehen, wenn Kunden eine Evaluation mit viel Interesse verfolgen, ihre eigene Arbeit kritisch beleuchten und Lernprozesse anstoßen wollen, wie es bei CmiA der Fall war.





IM FOKUS: BILDUNGSPROJEKTE IN TANSANIA

Wirkung der Community-Projekte auf die Bildungsqualität und -Infrastruktur in den afrikanischen Anbaugeländen

In der ersten Jahreshälfte 2021 hat die AbTF eine Studie in Tansania beauftragt. Im Zentrum stand die Frage: Führen die implementierten Bildungsprojekte im Rahmen des CmiA Community Cooperation Programme (CCCP) zu Veränderungen in der Bildungsqualität und -infrastruktur in den Baumwollanbauregionen? Im Rahmen der Studie wurden mehr als 450 Menschen der Dorfgemeinschaften an insgesamt 15 Standorten im Bezirk Bariadi in Tansania befragt. Zudem ermittelten die Interviewer auch in qualitativen Einzelgesprächen und Fokusgruppensitzungen die Wirkung der von CmiA unterstützten Bildungsprojekte.

Dass die Projekte positive Wirkung entfalten, zeigen die guten Ergebnisse: Die signifikanteste Veränderung hat die Studie in gesunkenen Schul-

abbruchquoten beobachtet. Auch die Anwesenheitsquote an den Schulen mit CmiA-Förderung ist höher als an den Standorten der Kontrollgruppe, und die überwältigende Mehrheit der Befragten ist mit den CmiA-Projekten ‚sehr zufrieden‘ (59,53%) oder ‚zufrieden‘ (36,12%). Doch trotz aller Bemühungen von CmiA und den lokalen Partnerorganisationen bleiben viele Herausforderungen bestehen: Es gibt weiterhin einen grundlegenden Mangel an Schulen, an Lehrkräften oder auch an Wohnungen für Lehrpersonal, den die Projektpartner nur in Teilen auffangen können. Auf Basis der Erkenntnisse treibt die CmiA-Initiative ihre Arbeit weiter voran und will auch zukünftig mit dem Community Cooperation Programme aktiv dazu beitragen, die Bildungsinfrastruktur vor Ort zu verbessern.

UNTER DER LUPE: DER ÖKOLOGISCHE FUSSABDRUCK VON CMIA-BAUMWOLLE

Bereits zum zweiten Mal ließ die Aid by Trade Foundation den ökologischen Fußabdruck von CmiA-Baumwolle berechnen. Dabei war die zentrale Frage: Wie groß sind die ökologischen Spuren, die CmiA hinterlässt?

In einer Lebenszyklusanalyse (LCA) hat die AbTF den Einfluss des Cotton made in Africa Baumwollanbaus bezüglich des ökologischen Fußabdrucks berechnen lassen. Durchgeführt wurde die Studie mit Daten aus der Côte d'Ivoire, aus Kamerun und Sambia.

Das Ergebnis kann sich sehen lassen: CmiA-Baumwolle hat im globalen Vergleich eine sehr gute Ökobilanz. Während bei CmiA-Baumwolle nur 1,24 Tonnen CO₂-Äquivalente pro Tonne geernteter Baumwollfasern freigesetzt werden, sind es im weltweiten Durchschnitt 1,43 Tonnen CO₂-Äquivalente. Das hängt vor allem damit zusammen, dass die CmiA-Kleinbauern vergleichsweise wenig Dünger einsetzen und ausschließlich Regenfeldbau betreiben, ohne jegliche Bewässerung aus Frischwasserquellen. Letzteres schont die Oberflächen- und Grundwasserreserven. Während im globalen Vergleich durchschnittlich 1.563 Liter Wasser je Kilogramm Baumwolle verbraucht werden, sind es bei CmiA lediglich zwei Liter. Außerdem spart der Regenfeldanbau Energie, die sonst bei künstlicher Bewässerung für den Betrieb von Wasserpumpen benötigt wird.

Ein großes Potenzial zur Verbesserung der Umweltbilanz von CmiA-Baumwolle liegt in der Feldberäumung. Besonders viele Emissionen entstehen durch das Abbrennen von Pflanzenresten der vergangenen Saison vor der Aussaat der Baumwolle. Werden diese Pflanzenreste nicht mehr verbrannt, sondern kompostiert und in Form von Humus dem Boden wieder zugeführt, verbessert sich die Ökobilanz deutlich, wodurch die CmiA-Baumwolle beim Aspekt Versauerung im Vergleich deutlich weiter vorne liegt.

Ein weiterer Ansatzpunkt, um den ökologischen Fußabdruck weiter zu verkleinern, ist die Bodenbearbeitung. Denn das Pflügen des Bodens trägt dazu bei, dass Nährstoffe wie Nitrat und Phosphor verstärkt aus dem fruchtbaren Oberboden ausgewaschen werden. Das beeinträchtigt sowohl die Qualität des Grundwassers als auch die Bodenqualität und dadurch die Erntemenge. Es gilt, beide Themen in den Trainings noch stärker und mit praktischen Handlungstipps zu vermitteln.



THERE IS NO PLANET B

Hochwasserkatastrophen, ungewohnte Hitzewellen oder lange Trockenperioden – weltweit sind die Auswirkungen des Klimawandels bereits deutlich spürbar. Die Erderwärmung zu begrenzen und Anpassungsstrategien an das veränderte Klima und seine Folgen zu entwickeln, sind deshalb extrem wichtige Aufgaben unserer Zeit – und ebenso große Herausforderungen. Dies gilt auch für die Baumwoll- und Textilindustrie.

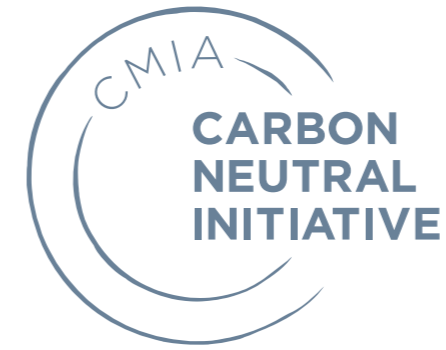
Schätzungen zufolge entfallen auf die Textilindustrie rund sechs Prozent der globalen CO₂-Emissionen. Mit einer neuen Initiative will die AbTF dazu beitragen, diese Emissionen am Ursprung zu reduzieren. Weltweit ist der Baumwollanbau für etwa 0,3 bis ein Prozent der globalen CO₂-Emissionen verantwortlich. Das klingt zunächst wenig, ist tatsächlich aber ein erheblicher Wert. Zum Vergleich: Der Anteil des gesamten Luftverkehrs weltweit liegt bei etwa 1,9% aller Treibhausgasemissionen.

Die gute Nachricht: Der Anbau von CmiA-Baumwolle durch Kleinbauern in Afrika verursacht bereits

heute bis zu 13% weniger schädliche Treibhausgase als der globale Vergleich.¹ Trotzdem sieht die Aid by Trade Foundation noch großes Potenzial darin, den Fußabdruck von CmiA-Baumwolle durch gezielte Maßnahmen weiter zu verkleinern. Genau hier setzt die 2021 von der AbTF initiierte CmiA Carbon Neutral Initiative an: Ihr Ziel ist es, zur Dekarbonisierung der textilen Wertschöpfungskette und zur langfristigen Sicherung des Baumwollanbaus in Afrika beizutragen. Dafür sollen Emissionen des Anbaus, des Transports und der Entkörnung der Baumwolle Schritt für Schritt vermieden, reduziert und kompensiert werden.



¹ Sphera™, Cotton made in Africa: Life Cycle Assessment of Cotton made in Africa, März 2021 (Download unter: https://cottonmadeinafrica.org/wp-content/uploads/CmiA_LCA-Study_2021.pdf)



DIE CmiA CARBON NEUTRAL INITIATIVE

Startpunkt für eine klimafreundlichere Wertschöpfungskette

Gemeinsam mit atmosfair, einer renommierten Non-Profit-Organisation mit langjähriger Erfahrung im Bereich Klimaschutz, bringt die AbTF die Initiative „Cotton made in Africa Carbon Neutral“ auf den Markt, als Basis einer klimafreundlicheren Textillieferkette. Mit der CO₂-neutralen Baumwolle bietet die AbTF Unternehmen einen passenden Hebel bei der Rohstoffwahl, um ihre Klimaziele zu erfüllen. Schließlich hat der Einfluss eines Produktes auf unser Klima einen zunehmend größeren Stellenwert bei Kaufentscheidungen.

Die Strategie der CmiA Carbon Neutral Initiative setzt bei den Emissionen auf ein ganzheitliches Konzept: Im Vordergrund steht, Emissionen zunächst zu vermeiden, dann zu verringern und dort, wo CO₂-Emissionen nicht vermieden werden können, durch geeignete Maßnahmen zu kompensieren. Im Rahmen der ganzheitlichen Strategie achten die Projektpartner dabei speziell auf die Einbindung der CmiA-Farmer und ihrer Familien und eine positive Wirkung der einzelnen Maßnahmen für diese Zielgruppe. Die CmiA Carbon Neutral Initiative geht damit weit über eine reine Kompensationsstrategie hinaus. Zunächst setzt sie dort an, wo der CmiA-Standard unmittelbar Einfluss nehmen kann: bei den Treibhausgasemissionen, die direkt beim Anbau und der Entkörnung von Baumwolle erzeugt werden. Diese entstehen im Wesentlichen durch die Bereitstellung von Düngemitteln, die Feldberäumung, Feldarbeiten mit landwirtschaftlichen Fahrzeugen, den Transport der geernteten Baumwolle und die für die Entkörnung benötigte Stromerzeugung.

Umgesetzt werden die Maßnahmen vor allem in den folgenden Bereichen: Der Energiebedarf in den Entkörnungsanlagen soll unter anderem durch den Bau von Solaranlagen emissionsärmer werden, da sie den herkömmlichen Strommix durch erneuerbare Energien ersetzen oder den zeitweisen Einsatz von Dieselgeneratoren substituieren können. Längerfristig werden auch



geeignete Pyrolyseverfahren betrachtet, bei denen die entstehende Pflanzenkohle den Kohlenstoff in Böden bindet, zusätzlich die Bodenstruktur verbessert und dadurch die Wasserspeicherkapazität erhöht werden kann.

Bei den Feldemissionen sind die Reduktionsmaßnahmen begrenzt. Doch das Verbrennen von Pflanzenresten lässt sich vermeiden, indem sie stattdessen kompostiert und in Form von Humus gewinnbringend dem Boden zurückgeführt werden.

Kompensation unvermeidbarer Emissionen

Erst in den Bereichen, in denen nicht vermieden werden kann, wird die Kompensation der Emissionen angestrebt, die einen zusätzlichen Mehrwert für die Kleinbauern mit sich bringen müssen. Hier werden ausschließlich Aktivitäten mit höchster Effektivität und Glaubwürdigkeit ausgewählt. Gewährleistet wird dies durch eine Registrierung der Kompensationsmaßnahmen unter dem Clean Development Mechanism des UNFCCC und den Gold Standard Zertifizierungssystemen. Aktuell umfassen die Kompensationsprojekte vor allem den Einsatz wesentlich effizienterer Kochstellen, was sowohl Treibhausgasemissionen reduziert als auch das Abholzen von Wäldern für Brennholz verringern und die Gesundheit der Nutzerinnen schützen kann, da weniger Rauch und andere gesundheitsschädliche Gase entstehen.

Nachfragepartner von CmiA können mit der CmiA Carbon Neutral Initiative seit 2021 CO₂-neutrale Baumwolle für ihre Wertschöpfungskette erwerben. Im ersten Schritt wurden bereits 3.318 Tonnen CmiA-verifizierte Baumwolle durch den oben beschriebenen Ansatz CO₂-neutral gestellt und entsprechende Zertifikate durch atmosfair stillgelegt.



„DIE CMIA CARBON NEUTRAL INITIATIVE LEISTET PIONIERARBEIT FÜR DIE DEKARBONISIERUNG DER BAUMWOLLPRODUKTION“

Mit zahlreichen Projekten in vielen Ländern des globalen Südens ist atmosfair eine international führende Klimaschutzorganisation. Im Rahmen der CmiA Carbon Neutral Initiative arbeitet sie zusammen mit der Aid by Trade Foundation daran, die Produktion von Baumwolle in den CmiA-Ländern künftig CO₂-neutral zu gestalten. Mit Hansjörg Zeller, Teamleiter New Technologies, und Nele Erdmann, Senior Projektentwicklerin, bei atmosfair, sprechen wir über die größten Herausforderungen und wichtigsten Maßnahmen auf diesem Weg.



AUF DEM FELD

Herr Zeller, ‚Offsetting‘ von CO₂-Emissionen steht im Moment in der Kritik, denn in den Medien werden Stimmen laut, viele Projekte zur Klimaneutralität seien reines Marketing und erzielen nur wenig Wirkung für die Umwelt und die Menschen im globalen Süden. atmosfair selbst bietet ausdrücklich nur dann eine Kompensation an, wenn die Emissionen auch wirklich reduziert werden. Was machen Sie konkret anders als andere Organisationen?

Aus unserer Sicht ist die Kompensation nur die drittbeste Lösung, nach der Vermeidung und Reduktion von Treibhausgasemissionen. Entsprechend fordern wir von unseren Partnern ein klares Bekenntnis zu einem ambitionierten Dekarbonisierungspfad. Die Kompensation ist aus unserer Sicht nur sinnvoll für die aktuell noch unvermeidbaren Restemissionen. Außerdem sollte man transparent kommunizieren, wie die „CO₂-neutral-Behauptung“ zustande kommt.

Frau Erdmann, was ist in Ihren Augen die besondere Herausforderung in der Reduktion von CO₂-Emissionen in der Baumwollproduktion, wie es sich CmiA im Rahmen der CmiA Carbon Neutral Initiative vorgenommen hat?

Die Aid by Trade Foundation hat eine Studie zum ökologischen Fußabdruck von CmiA-Baumwolle erstellen lassen. Das sogenannte Life Cycle Assessment (LCA) zeigt, dass es viele verschiedene Treibhausgasquellen in der Baumwollproduktion gibt. Für die Reduktion mancher dieser Emissionen existieren bewährte Technologien, wie Photovoltaikanlagen für die Stromversorgung der Entkörnungsanlagen mit erneuerbaren Energien. Allerdings lassen sich die Emissionen, die nicht aus der Strombereitstellung stammen, nicht einfach durch den Einsatz einer Technologie lösen. Die Emissionen, die etwa durch den teilweisen Einsatz von chemischem Dünger oder bei der Bodenbearbeitung entstehen, können nur durch langfristige Maßnahmen reduziert werden, die von den Kleinbäuerinnen und -bauern mitgetragen und umgesetzt werden müssen. Genau hier setzt CmiA an.

Herr Zeller, der Baumwollanbau ist weltweit für etwa 0,3 bis 1% der CO₂-Emissionen verantwortlich. Der Anbau eines Kilogramms CmiA-Baumwolle durch Kleinbäuerinnen und -bauern verursacht durchschnittlich bis zu 13% weniger Treibhausgase als der konventionelle Anbau weltweit. In welchen Schritten gehen Sie vor, um auch hier die Emissionen weiter zu reduzieren?

Wir haben uns gemeinsam mit CmiA auf einen transformativen Prozess geeinigt. Das bedeutet: In der ersten Phase werden die anfallenden CO₂-Emissionen durch eines unserer Klimaschutzprojekte kompensiert. In der zweiten Phase beginnen wir die Produktionsemissionen zu verringern, indem wir die Energieversorgung in der Produktionskette auf erneuerbare Energien umstellen. Die Restemissionen werden weiterhin kompensiert. In der dritten Phase planen wir auch die Emissionen im Transport und dem Baumwollanbau zu reduzieren, zum Beispiel durch Pyrolyse, die Nutzung der Erntereste für die Erzeugung von Pflanzenkohle. Statt auf dem Feld verbrannt zu werden, können die Erntereste mit anderen organischen Reststoffen kompostiert und zu leistungsstarkem organischem Dünger verarbeitet werden. Feldemissionen können so weiter reduziert werden. Die sich verringenden Restemissionen werden dann weiterhin kompensiert.

Frau Erdmann, welche Kompensationsmaßnahmen setzen Sie konkret um, und wann rechnen Sie damit, dass erste Reduktionsmaßnahmen greifen?

Kurzfristig werden die Restemissionen über laufende atmosfair-Projekte kompensiert. Gleichzeitig werden wir ein eigenes CmiA-Kompensationsprojekt aufbauen, im Rahmen dessen wir Haushalte in CmiA-Baumwollanbaugebieten, beispielsweise in Nigeria, Kamerun oder Tansania mit effizienten Kochöfen ausstatten. Die Kochöfen sparen rund 80% Feuerholz im Vergleich zu traditionellen Kochstellen, das entspricht drei Tonnen CO₂-Emissionen pro Jahr. Wir rechnen damit, dass die ersten Reduktionsmaßnahmen in der zweiten Jahreshälfte 2023 greifen könnten.

Werden die Kleinbäuerinnen und -bauern konkret in die Maßnahmen eingebunden, sodass auch sie, die am meisten unter den Folgen des Klimawandels leiden, von den Projekten profitieren können?

Im Rahmen des Kompensationsprojektes profitieren die Kleinbäuerinnen und -bauern direkt, da sie bei Nutzung unserer Kochöfen rund 80% Feuerholz im Vergleich zu traditionellen Kochstellen einsparen. Dadurch haben sie weniger Kosten und müssen weniger Zeit aufwenden, um Feuerholz zu sammeln. Auch der Abholzung kann so wirksam entgegengewirkt werden. Außerdem sind gerade Frauen und Mädchen, die traditionell für das Kochen zuständig sind, durch die Ofennutzung beim Kochen wesentlich weniger Rauchemissionen ausgesetzt, was nachweislich die Lungenfunktionen verbessert. Die Kleinbäuerinnen und -bauern bekommen die effizienten Kochöfen zu einem subventionierten Preis, sodass sie sich diese trotz ihrer oftmals prekären finanziellen Lage leisten können.

Durch den Aufbau des Projektes profitiert zudem die gesamte Region, da neue Arbeitsplätze entstehen. In Nigeria wird unser Partner für das Pilotprojekt zum Beispiel die lokale Baumwollvereinigung Arewa Cotton sein, die plant, für den Vertrieb der effizienten Kochöfen zusätzliches Personal einzustellen.

Darüber hinaus prüfen wir, inwiefern die Erntereste der Kleinbäuerinnen und -bauern zur Emissionsminderung genutzt werden können und somit ein zusätzliches kleines Einkommen darstellen können.

Herr Zeller, welche Rolle spielt die CmiA Carbon Neutral Initiative generell für die Entwicklung

des Baumwoll- und Textilssektors in puncto CO₂-Neutralität?

Aufgrund der etablierten und auf langfristige Zusammenarbeit mit den Partnern im Baumwollanbaugebiet ausgelegten Strukturen von CmiA können hier auch perspektivisch angelegte Maßnahmen erprobt und umgesetzt werden, die dann als Beispiel für andere Baumwollanbaugebiete und -produzenten dienen können. Außerdem ist es möglich, über die CmiA Carbon Neutral Initiative sicherzustellen, dass die zusätzlichen Kosten nicht von der lokalen Bevölkerung getragen werden, sondern von uns im globalen Norden, die auch die Hauptverantwortung für die Emissionen tragen.

NELE ERDMANN
Senior
Projektentwicklerin
bei atmosfair



HANSJÖRG ZELLER
Teamleiter
New Technologies
bei atmosfair

AUF DEM FELD



AUF DEM FELD

AUF DEM FELD

DIE BAUSTEINE DES CMIA-STANDARDPROZESSES



PRINZIPIEN, KRITERIEN UND INDIKATOREN



ÜBERPRÜFUNG



MONITORING, EVALUATION UND LERNEN (MEL)



SCHULUNGEN



KONTROLLE DER LIEFERKETTE



KOMMUNIKATIONS- RICHTLINIEN

Transparenz, Glaubwürdigkeit und kontinuierliche Verbesserung – dafür steht das Standardsystem von Cotton made in Africa und Cotton made in Africa Organic.

Entwickelt wurden beide Standards mit dem Ziel, die Lebensbedingungen afrikanischer Kleinbäuerinnen und -bauern sowie die Arbeitsbedingungen in Entkörnungsfabriken zu verbessern und eine umweltfreundlichere Baumwollproduktion zu fördern. Um dieses Ziel

zu erreichen, arbeitet die Aid by Trade Foundation eng mit Baumwollgesellschaften in Subsahara-Afrika zusammen, die über eine oder mehrere Entkörnungsanlagen verfügen und ihre Baumwolle direkt von Kleinbauern beziehen. Die Baumwollgesellschaften erhalten das CmiA-Zertifikat, wenn sie in regelmäßig wiederholten Verifizierungen auf der Ebene des Feldes und der Entkörnungsfabrik nachweisen konnten, dass sie die Anforderungen des CmiA-Standards erfüllen.

DAS STANDARDSYSTEM

Standardanforderungen implementieren und überprüfen

Im Jahr 2021 wurden etwa eine Million Kleinbauern mit einer Produktion von rund 690.000 Tonnen entkörnter Baumwolle auf einer Fläche von ca. 1,7 Millionen Hektar nach den CmiA und CmiA Organic Standards verifiziert. Damit wird bereits mehr als 40% der afrikanischen Baumwollproduktion gemäß Cotton made in Africa Standards nachhaltig angebaut. Cotton made in Africa war im Jahr 2021 in zehn Ländern Subsahara-Afrikas tätig und hat mit insgesamt 22 Baumwollgesell-

schaften partnerschaftlich zusammengearbeitet. 2021 konnte außerdem die Feld-Verifizierung der Baumwollgesellschaft NSCT in Togo erfolgreich abgeschlossen werden. Die Verifizierung der Entkörnungsfabriken ist für das erste Quartal 2022 geplant. Nach erfolgreichem Abschluss beider Verifizierungen wird NSCT in den Kreis der verifizierten Baumwollgesellschaften aufgenommen und Togo als weiteres Land, aus dem CmiA-Baumwolle bezogen werden kann, hinzukommen.



Klare Prinzipien und Kriterien: Die Basis des CmiA-Standardsystems

Die Prinzipien, Kriterien und Indikatoren definieren soziale, ökologische und ökonomische Parameter, die für den afrikanischen Kontext geeignet sind – und gehen Hand in Hand mit Managementanforderungen. Dabei gründet der CmiA-Standard auf vier Säulen: People, Planet, Prosperity und Management. Während die Kernindikatoren darüber entscheiden, ob sogenannte ‚Managing Entities‘ überhaupt an der Initiative teilnehmen können, müssen die Verbesserungsindikatoren nicht von Anfang an erfüllt werden. Insgesamt muss sich ein verifizierter Partner mit der Zeit in der Erfüllung der Standardanforderungen kontinuierlich verbessern. Diese werden unter anderem durch gezielte Schulungen unterstützt.



Regelmäßige Überprüfungen: Kontrolle durch unabhängige Dritte

Die Überprüfung, ob die Anforderungen des Standards eingehalten werden, erfolgt in mehreren Schritten. Die beteiligten Baumwollgesellschaften müssen jedes Jahr Informationen zu CmiA-relevanten Tätigkeiten sowie eine Selbsteinschätzung zur Einhaltung der geltenden Kriterien und Indikatoren übermitteln. Dies dient der AbTF als Grundlage für die externe Überprüfung durch unabhängige Auditoren und für die Überwachung der datenbezogenen Wirkungsindikatoren. Der Schwerpunkt des Überprüfungsprozesses liegt jedes Jahr abwechselnd auf den Baumwollfeldern und den Entkörnungsbetrieben. 2021 wurden 30 Verifizierungseinsätze durchgeführt: 17 zur Verifizierung des Baumwollanbaus und 13 zur Überprüfung von Entkörnungsanlagen. Zur Durchführung der Verifizierungen beauftragte die AbTF erneut die beiden unabhängigen Verifizierungsunternehmen EcoCert und AfriCert. Insgesamt waren 21 afrikanische Auditoren im Jahr 2021 für CmiA-Verifizierungen im Einsatz.

Die Ergebnisse der Überprüfungen zeigen allen Beteiligten, was bereits gut umgesetzt wird und in welchen Bereichen es noch Verbesserungsbedarf gibt. Ziel ist es, dass die Baumwollgesellschaften

ihre Leistungsniveaus in Bezug auf die Kriterien und Indikatoren des CmiA-Standards Stück für Stück erhöhen und schließlich halten. Bei der kontinuierlichen Verbesserung unterstützt die AbTF die Baumwollgesellschaften mit Beratung, hilft bei der Erstellung von verpflichtenden Plänen und der Festlegung konkreter Ziele, die bei der nächsten Überprüfung erreicht werden müssen.

Kontinuierliche Schulungen: Wissensvermittlung auf vielen Ebenen

In Schulungen wird den Kleinbauern vermittelt, wie sie zunehmend nachhaltiger den Baumwollanbau gestalten, ihre Betriebe gewinnorientierter bewirtschaften – und damit auch immer mehr Anforderungen umsetzen können. Die an Cotton made in Africa beteiligten Baumwollgesellschaften führen die land- und betriebswirtschaftlichen Schulungen für beteiligte Kleinbauern durch. Unterstützung erhalten sie beispielsweise in der Ausbildung des eigenen Agrarberaters, bei sogenannten Trainings of Trainers durch ausgewiesene Baumwoll-Experten, die die AbTF beauftragt und finanziert.



Monitoring, Evaluation und Lernen (MEL): Exceltabellen ade

Mit der 2021 umgesetzten flächendeckenden Einführung der CmiA Assurance Platform (CAP) für alle Partner in Afrika hat die AbTF einen weiteren Prozess im CmiA-Standardsystem digitalisiert und dadurch optimiert. CAP speichert den gesamten Prozess der Qualitätssicherung zentral an einem Ort. Die Baumwollgesellschaften pflegen ihre Selbsteinschätzungen auf der Plattform online ein, gleichzeitig geben die Auditoren ihre Bewertung der verifizierten Baumwollgesellschaft – auf Basis der Vor-Ort-Überprüfung – im System ab und laden Nachweise direkt hoch. Indem CAP eine Reihe von automatischen Datenkontrollen durchführt, wird die Datenqualität erhöht und der Arbeitsaufwand bei der Datenanalyse verringert.

Neben Selbsteinschätzungen und Überprüfungen führt die Stiftung in regelmäßigen Abständen vertiefende Wirkungsstudien durch (siehe hierzu auch → Seiten 11-15). Denn nur wenn die AbTF weiß, was die Arbeit der Initiative bewirkt, welche Fortschritte sie macht und in welchen Bereichen noch zusätzliche Unterstützung nötig ist, kann sie den Standard und die Schulungen gezielt weiterentwickeln, z. B. durch die Einführung neuer Trainingsinhalte.

Chain of Custody und Kommunikationsrichtlinien

Abgerundet wird das Standardsystem durch die ‚Chain of Custody‘-Richtlinie. Sie definiert, wie die Lieferung von verifizierter CmiA- und CmiA Organic Baumwolle reibungslos in globale Lieferketten integriert werden kann, um die Nachfrage von Marken und Textilunternehmen zu befriedigen, die speziell an nachhaltiger Baumwolle aus Afrika interessiert sind. Nicht zuletzt gelten für alle Partner einheitliche Kommunikationsrichtlinien. Sie ermöglichen es allen Beteiligten, in präziser und glaubwürdiger Weise über die Standards zu kommunizieren.



WISSEN AUSBAUEN, PARTNERSCHAFTEN STÄRKEN, WIRKUNG ENTFALTEN

Partnerschaften leben vom gemeinsamen Austausch und neuen Impulsen – so auch die Partnerschaften von CmiA mit den verifizierten Baumwollgesellschaften in Afrika.

Aufgrund der anhaltenden Corona-Pandemie konnte CmiA diesen Austausch 2021 jedoch kaum persönlich vor Ort pflegen, sondern überwiegend virtuell über tausende Kilometer hinweg. Die digitalen Möglichkeiten haben sich dabei erneut als echter Gewinn erwiesen. So konnte den afrikanischen Partnern virtuell aktuelles Know-how in verschiedenen Webinaren vermittelt werden: etwa zur Nutzung des neuen CAP-Systems, zur allgemeinen Übersicht über den Standard und seine Implementierung sowie zu den neuen Anforderungen des aktualisierten CmiA-Kriterienkatalogs. Zwei Experten des Helpdesk

Wirtschaft & Menschenrechte der Agentur für Wirtschaft und Entwicklung haben außerdem ein Webinar zum Thema Beschwerdemechanismus veranstaltet.

Im November 2021 konnte das Team der Aid by Trade Foundation gemeinsam mit Experten für nachhaltigen Baumwollanbau wieder vor Ort aktiv werden: Vertreter von Baumwollgesellschaften aus Nigeria, Mosambik, Sambia, Tansania und Uganda kamen auf Einladung der Stiftung zu einem CmiA Regionalworkshop in der Hauptstadt Sambias zusammen. Das Team der AbTF konnte den Teilnehmenden die neuen Anforderungen des CmiA-Standards vermitteln und ihre Rückmeldung auf die neu entwickelten Trainingsmaterialien einholen. Dieses Feedback ist für CmiA enorm wichtig. Es zeigt, ob die Trainingsmaterialien hilfreich und verständlich sind und somit auch einen echten Mehrwert leisten.



durch die Baumwollgesellschaften in den afrikanischen Projektländern von Cotton made in Africa. Koordiniert werden die Maßnahmen von der African Cotton Foundation und umgesetzt von den Baumwollgesellschaften. Insbesondere werden innovative Maßnahmen zum Schutz von Böden oder des integrierten Anbaus gefördert. Sämtliche Maßnahmen zählen auch auf eine erfolgreiche Umsetzung der CmiA-Standardkriterien ein. Bis Ende 2021 konnten insgesamt drei Projekte unter ACF-Koordination starten, weitere folgen 2022.

Das Thema Wasser und dessen Management steht im Zentrum eines ‚Water Stewardship‘-Projekts, an

dem die AbTF seit 2020 mitarbeitet und das von der Schweizer Direktion für Entwicklung und Zusammenarbeit (DEZA) gefördert wird. Ziel des Projekts ist es, die Wasserverschmutzung durch den Textil- und Bekleidungssektor zu minimieren, indem Stakeholdergruppen über die gesamte Wertschöpfungskette hinweg in einen verantwortungsvollen Umgang mit Wasserressourcen eingebunden werden. 2021 war die AbTF an der Fertigstellung der Grundlagenstudie zu Chancen und Herausforderungen im Bereich des Wassermanagements im äthiopischen Baumwollsektor beteiligt. Zudem wurde Trainingsmaterial zum Thema Wassermanagement im Baumwollanbau erstellt und verschiedenen Stakeholdern des äthiopischen Baumwollsektors, darunter auch Vertretern des äthiopischen Landwirtschaftsministeriums, in einem Workshop in Addis Abeba vorgestellt. Die Partnerorganisation Solidaridad hat das Material in Trainings mit Farmern getestet und Feedback eingeholt. Basierend auf den Rückmeldungen der Farmer werden die Materialien überarbeitet und fertiggestellt.

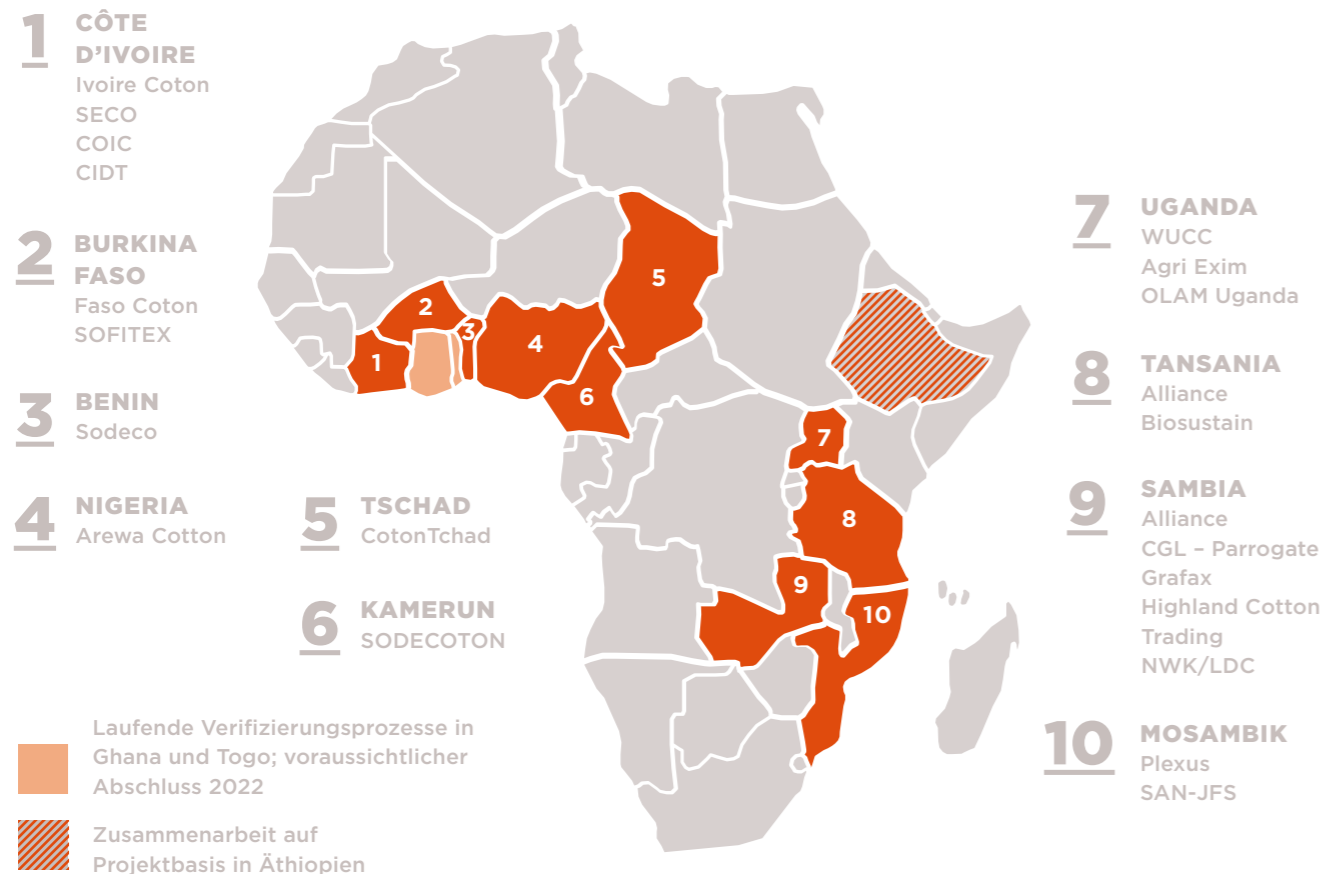
Gemeinsam stark

Eine wichtige Partnerschaft für die Vermittlung der CmiA-Trainingsinhalte wurde 2021 mit der Deutschen Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) International Services geschlossen. GIZ International Services unterstützte insbesondere bei der Durchführung von CmiA Trainings of Trainers in Tansania und entwickelte neue CmiA-Trainingsmaterialien entsprechend den erweiterten Anforderungen des überarbeiteten CmiA-Standards. Durch die eingeschränkten Reisemöglichkeiten hat sich dieses gemeinsame Vorhaben auf die Entwicklung digitaler Trainingsformate konzentriert. So hat die GIZ im Auftrag der Stiftung Konzepte für virtuelle Trainings mit den tansanischen Partnern getestet, die auch für andere CmiA-Anbäuländer einsetzbar sein sollen. Zudem werden noch bis Mitte 2022 Trainingsvideos erarbeitet.

Seit März 2021 kooperiert die AbTF außerdem mit der 2018 gegründeten African Cotton Foundation (ACF). Sie hat viele Ziele mit der AbTF gemein, so auch die Verbesserung der Lebensbedingungen afrikanischer Baumwollbauern und den Schutz der Umwelt. Die meisten Mitglieder der ACF sind Partner-Baumwollgesellschaften der AbTF und nach CmiA-Standards verifiziert. Zur Umsetzung ihrer Ziele bildet die ACF ein Afrika-weites Netzwerk von Stakeholdern des Baumwollsektors und bietet Dienstleistungen und Unterstützung für Kleinbauern in Subsahara-Afrika an.

Die Kooperation beinhaltet die Unterstützung von Trainings und weiteren Implementierungsmaßnahmen

DIE CMIA-PARTNERGESELLSCHAFTEN IN SUBSAHARA-AFRIKA





„DIE DRÄNGENDEN PROBLEME GEMEINSAM ANGEHEN: KLIMAWANDEL, QUALITÄT DES BAUMWOLLSAATGUTS SOWIE SCHULUNG FÜR BAUERN“

Die African Cotton Foundation (ACF) ist ein Zusammenschluss von privaten Baumwollgesellschaften und -händlern, die davon überzeugt sind, dass eine Kombination aus vorwettbewerblicher Zusammenarbeit und Multi-Stakeholder-Kooperation der effektivste Weg ist, die Herausforderungen des afrikanischen Baumwollsektors zu bewältigen. In diesem Interview erörtert Belinda Edmonds, Geschäftsführende Direktorin der African Cotton Foundation, die dringendsten Herausforderungen und wie die ACF diese meistern will.



BELINDA EDMONDS
Geschäftsführende
Direktorin der African
Cotton Foundation

Was macht die ACF im Vergleich zu anderen Wirtschaftsverbänden so besonders?

Die ACF ist einzigartig, weil sie Privatunternehmen, die normalerweise stark miteinander konkurrieren, die Möglichkeit gibt, ihr Fachwissen zu teilen und in Projekte zu investieren, die sie mitentwickelt haben. Indem wir die umfangreiche Infrastruktur der Beratungsdienste unserer Mitglieder nutzen, stellen wir sicher, dass die Ressourcen von mehreren Stakeholdern bereitgestellt, koordiniert und mit maximaler Wirkung eingesetzt werden können.

Inwiefern kann eine Zusammenarbeit zwischen ACF und AbTF für den afrikanischen Baumwollsektor von Nutzen sein?

Beide, ACF und AbTF, engagieren sich für ein besseres Leben kleinbäuerlicher Gemeinschaften und den Umweltschutz und untermauern dies mit ihren Investitionen. Unsere Zusammenarbeit stellt ein wichtiges Produzenten-Konsumenten-Forum dar, das zu einem besseren Verständnis von Stakeholdern hinsichtlich der Erwartungen und Herausforderungen in der gesamten Wertschöpfungskette beiträgt. Das Ergebnis ist die gemeinsame Entwicklung konkreter Maßnahmen zur Verbesserung der sozialen, wirtschaftlichen und ökologischen Nachhaltigkeit vom Bauern bis zum Konsumenten. Sie fördert überdies auch unsere Bemühungen, eine Infothek für Best Practices zu werden, damit die Erfahrungen, Materialien und Errungenschaften verschiedenster Entwicklungsprojekte die Grundlage für eine kontinuierliche Verbesserung von Projekten bilden können – hinsichtlich ihrer Umsetzung, Effektivität und Wirkung.

Was sind die drei drängendsten Probleme der afrikanischen Baumwollbranche, und wie unterstützt die ACF ihre Mitglieder bei deren Bewältigung?

In erster Linie wollen wir verstehen, welche potenziellen Auswirkungen der Klimawandel hat und lernen, wie wir diese abschwächen und uns daran anpassen können. Schon jetzt stören Wetterkapriolen den landwirtschaftlichen Kalender in mehreren afrikanischen Ländern. Es wird erwartet, dass die Häufigkeit ungewöhnlicher Wetterereignisse weiter zunehmen wird. Im Rahmen einer öffentlich-privaten Partnerschaft hat die ACF zusammen mit der Universität Wageningen (Wageningen University & Research) Klimarisiken und -chancen für Baumwolle und andere wichtige Nutzpflanzen in Afrika kartiert. Damit verfügen wir über eine Grundlage, um länderspezifische Anpassungs- und Minderungsstrategien entwickeln zu können. Ferner beschäftigen wir uns mit der Bindung von Kohlendioxid. Wir versuchen, praktikable und kosteneffiziente Wege zu finden, diese zu messen und entwickeln ein System zur Monetarisierung von CO₂-Gutschriften. Damit wollen wir die Gehälter der kleinbäuerlichen Familien steigern und die Einkommensquellen diversifizieren. Die Qualität und das genetische Potenzial von Baumwollsaatgut sind weitere wichtige Themen. Nach wie vor sind in vielen afrikanischen Ländern die Ernteerträge wegen der Nutzung von genetisch minderwertigem Saatgut begrenzt, und die schwieriger werdenden Klimabedingungen könnten die Ertragsmengen weiter schmälern. Die ACF arbeitet daher aktiv mit Fachpartnern zusammen, um die afrikanischen Forschungseinrichtungen für Baumwollsaatgut



zu stärken und die Entwicklung ertragreicher, klimangepasster Sorten zu fördern, die Baumwollfasern in einer Qualität hervorbringen, die den Marktanforderungen entspricht. Auch die kontinuierliche Verbesserung und Ausweitung der Schulungen für Bauern zählt zu unseren Schwerpunkten. Es muss dringend sichergestellt werden, dass die Einkommen der Bauern nicht durch stark steigende und schwankende Kosten für Betriebsmittel, insbesondere Düngemittel, gefährdet werden. In Zusammenarbeit mit der AbTF plant die ACF, Schulungsmaßnahmen zu den neuesten regio-

nalen und internationalen Praktiken zur Bodenregeneration und natürlichen Schädlingsregulierung auf den aktuellen Stand zu bringen. Außerdem setzen wir uns für einen besseren Zugang zu Finanzdienstleistungen für Bäuerinnen und Bauern sowie die Einführung umweltfreundlicher mechanischer Lösungen ein. So können die körperlichen Strapazen für die Menschen in der kleinstrukturierten Baumwollerzeugung verringert werden. Beides wird allen kleinbäuerlichen Betrieben in Afrika zugutekommen, insbesondere Frauen und jungen Landwirten.



FORTSCHRITT IN DORFGEMEINSCHAFTEN GANZHEITLICH UNTERSTÜTZEN

Das CmiA Community Kooperationsprogramm

Um die Lebensbedingungen der Kleinbauern, ihrer Familien und Dorfgemeinschaften nachhaltig zu verbessern, geht die Initiative Cotton made in Africa mit ihrem Engagement über den nachhaltigen Baumwollanbau hinaus und bezieht im Rahmen des CmiA Community Kooperationsprogramm (CCCP) auch andere wesentliche Lebensbereiche mit ein.

Gemeinsam mit Partnern aus Wirtschaft und Gesellschaft unterstützt die AbTF lokale Baumwollgesellschaften in den Anbauregionen der CmiA-Baumwolle bei der Umsetzung von Projekten in den Bereichen Gesundheit, Bildung, Frauenförderung sowie Umwelt- und Naturschutz. Die CmiA-Partner entwickeln alle Projekte vor Ort auf Grundlage einer Bedarfsanalyse und zusammen mit den jeweiligen Dorfgemeinschaften. Auch 2021 haben die Projektbeteiligten gemeinsam einen echten Mehrwert in den Baumwollanbauregionen Afrikas geschaffen.

BILDUNGSCHECHEN FÜR KINDER UND ERWACHSENE ERHÖHEN

Bildung ist ein wichtiger Schlüssel für eine nachhaltige Entwicklung und damit für bessere Lebensbedingungen der Baumwollfarmer. Deshalb setzt CmiA gemeinsam mit Partnern Bildungsprojekte in Afrika um. Gerade in den ärmsten Ländern Subsahara-Afrikas mangelt es vielerorts an Schulen und an der nötigen Ausstattung, angefangen bei Möbeln über Bücher und Hefte bis hin zu ausreichend Lehrkräften. Im Rahmen der Bildungsprojekte ermöglichen die Projektpartner

nicht nur Kindern, sondern auch Erwachsenen den Zugang zu Bildung. Denn nur wenn die Kleinbauern ausreichend lesen, schreiben und rechnen können, bringen die landwirtschaftlichen Schulungen ihnen den nötigen Nutzen. 2021 hat die Baumwollgesellschaft Faso Coton in Burkina Faso mit Fördergeldern über das Programm in zwei Dörfern insgesamt 600 Schultische und -bänke für Schulen in den Baumwollanbauregionen angeschafft.

FRAUEN AUF IHREM WEG IN DIE WIRTSCHAFTLICHE UND GESELLSCHAFTLICHE UNABHÄNGIGKEIT FÖRDERN

In Subsahara-Afrika erledigen die Frauen einen großen Teil der Arbeit auf dem Feld, kümmern sich um die Familie und deren Ernährung, holen Trinkwasser und machen den Haushalt. Die Verbesserung der Lebensbedingungen der kleinbäuerlichen Familien hängt demnach unmittelbar mit der Förderung der Frauen zusammen. CmiA unterstützt die Frauen in ihrem Alltag und setzt sich darüber hinaus für ihre Rechte und ihre Position in der Gesellschaft ein. 2021 wurden mehrere Projekte zur Förderung der Frauen umgesetzt. So stand das Thema Ernährungssicherheit im Mittelpunkt eines Projekts in Nigeria, das die Baumwollgesellschaft Arewa Cotton durchgeführt hat. 500 Frauen wurden zum Thema ‚Gesunde Ernährung‘ geschult und haben gelernt, wie sie Gemüsegärten zur Selbstversorgung anlegen können. Dieses Wissen erleichtert den Frauen die Versorgung der Familien. Darüber hinaus wurde ein Frauenzentrum mit Starter-Kits für Schneidereiarbeiten unterstützt, um den Frauen einen ersten Schritt in die wirtschaftliche Unabhängigkeit zu ermöglichen.

Auch in der Côte d'Ivoire stand die Ernährung im Fokus: Drei Frauenclubs wurden bei der Anlage von Gemüsegärten unterstützt, um zu einer besseren Ernährungssicherung der Familien beizutragen.

Seit mehreren Jahren unterstützt die Ana Kwa Ana Foundation, deren Ziel es ist, Frauen in ihren Rechten und in ihrer Selbständigkeit zu fördern, mit einer zweckgebundenen Spende Maßnahmen von Cotton made in Africa zur Frauenförderung in Sambia. Auch 2021 hat die Stiftung bei drei CmiA-verifizierten Baumwollgesellschaften die Stellen von Gleichstellungsbeauftragten kofinanziert. Diese ‚Gender Officer‘ setzen sich sowohl innerhalb der Baumwollgesellschaften als auch im Umgang mit den Vertragsbauern für Frauenrechte ein. Durch die Förderung konnten die Gender Officer 2021 an Fortbildungen, wie beispielsweise zum Thema Monitoring und Evaluierung, teilnehmen. In den Anbaugemeinden haben sie Schulungen durchgeführt und mit den Bäuerinnen und Bauern etwa über die Gleichstellung von Mann und Frau diskutiert. In den Entkörnungsfabriken haben die Gender Officer die Angestellten insbesondere für die Themen Belästigung und Diskriminierung am Arbeitsplatz sensibilisiert.

IN ZAHLEN

Im Rahmen des CmiA Community Kooperationsprogramms wurden seit seinem Beginn bis Ende 2021 folgende Projekte gefördert:

Gesundheit:

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

Bildung:

- 110 Klassenräume
- 67 Schulkantinen
- 54 Schulgärten
- 8 Lehrergebäude
- 9 weitere Projekte, darunter der Bau eines Mädchenschlafsals, ein Erwachsenenalphabetisierungsprojekt, ein Ausbildungszentrum oder ein Designstudio

Frauenförderung:

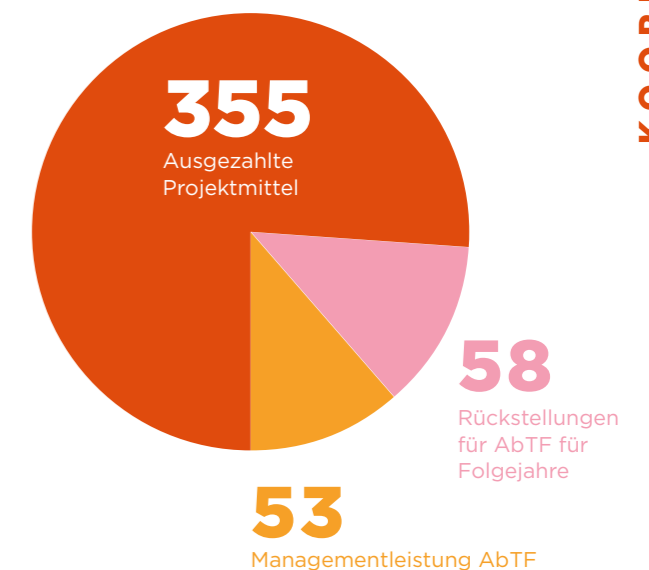
- 82 Frauenclubs
- 5 weitere Frauenprojekte

Umwelt & Naturschutz:

- 23 mit Solarenergie ausgestattete Gebäude
- 3 Projekte zum Recycling alter Pestizidcontainer. Sammlung über 660 Sammelstellen, die bis zu 60.000 Bauern erreichen.

Kooperationsprojekte

im Jahr 2021,
Angaben in TEUR





DIE GESUNDHEIT DER MENSCHEN IN DEN ANBAUGEBIETEN SCHÜTZEN

Wasser ist Leben und eine ausreichende Sanitärversorgung Grundvoraussetzung für hygienische Lebensbedingungen. Doch mehr als ein Drittel der Menschen in Afrika haben keinen gesicherten Zugang zu Wasser, wie ein UN-Bericht zum Weltwassertag 2022 zeigt.¹ Sie müssen oft kilometerweit laufen, um Wasser zu holen. Hinzu kommt: Fehlt es an sauberem Wasser und ausreichender Sanitärversorgung, gefährden mangelnde hygienische Lebensbedingungen die Gesundheit, vor allem von Kindern. Im Rahmen des CmiA Community Kooperationsprogramms fördert die Initiative daher gemeinsam mit Partnern WASH-Projekte. WASH steht für sauberes Trinkwasser, eine ausreichende Sanitärversorgung und Hygiene. Um den Zugang zu sauberem Trinkwasser zu sichern, werden beispielsweise Brunnen gebaut. Davon profitieren nicht nur die Baumwollbauern und ihre Familien, sondern alle Dorfbewohner. So wurde von der Baumwollgesellschaft Faso Coton in Burkina Faso die Trinkwasserversorgung in zwei Dörfern durch den Bau von Brunnen verbessert. In der Côte d'Ivoire wurden von der Baumwollgesellschaft COIC ebenfalls Brunnen in acht verschiedenen Dörfern gebaut. Von der verbesserten Trinkwasserversorgung profitieren mehr als 5.000 Mitglieder der Gemeinden. Und im Rahmen eines Projekts mit der Baumwollgesellschaft Arewa Cotton in Nigeria wurde eine Schule an einen Brunnen angeschlossen, um eine bessere Wasserversorgung zu gewährleisten, was sowohl den Schülern als auch der ganzen Dorfgemeinschaft zugutekommt.

KOSTBARE RESSOURCEN ERHALTEN

Die Bewusstseinsbildung für Umwelt- und Klimaschutz ist elementar, um den Baumwollanbau in Subsahara-Afrika langfristig aufrechterhalten zu können. In den CmiA-Schulungen lernen die Kleinbauern daher umweltschonende Anbaupraktiken und werden im Rahmen des CCCP für Klima- und Umweltschutz sensibilisiert.

2019 startete die Baumwollgesellschaft SAN-JFS in Mosambik ein Pilotprojekt für das Recycling von leeren Pestizidbehältern. An speziell eingerichteten ‚Eco-Points‘ (Sammelstellen) können Kleinbauern leere Container abgeben. Darin ausgebildete Frauen betreuen die Stationen und erhalten wie die Bauern eine Prämie je abgegebenem Behälter. Die Pestizidbehälter wurden nach dem Gebrauch recycelt und zu neuen Gebrauchsgegenständen verarbeitet. Damit kann ein doppelter Effekt erzielt werden: Die Behälter belasten nicht die Natur und generieren zusätzliche Einnahmen für die Dorfgemeinschaften. 2021 schloss sich ein Folgeprojekt an, in dessen Rahmen mehr als 240.000 Pestizidbehälter gesammelt und rund 40.000 Kleinbauern erreicht wurden. Mit 100.000 Euro wird das Projekt von der Deutschen Postcode Lotterie für eine weitere Projektphase bis Mitte 2022 unterstützt.

„DIE ENTWICKLUNG AGRARÖKOLOGISCHER PRAKTIKEN SICHERT DIE ZUKUNFT DES BAUMWOLLANBAUS“



VASSIRIKI KONE
Leiter der Abteilung Studien und Projekte bei Ivoire Coton

Das Unternehmen IVOIRE COTON fördert in Côte d'Ivoire die Entwicklung kleinbäuerlicher Betriebe im Baumwollanbau – und trägt damit oftmals zu besseren Lebensbedingungen in der ganzen Region bei. Als Leiter der Abteilung Studien und Projekte gibt Vassiriki Kone im Interview Einblick in die Zusammenarbeit mit CmiA, spricht über Projekterfolge und Zukunftsaussichten.

Brunnen haben alle Zugang zu sauberem Trinkwasser – unabhängig davon, ob sie Baumwolle anbauen oder nicht.

Was hat sich konkret für die Kleinbauern und ihre Familien verändert, seitdem Sie mit CmiA zusammenarbeiten und sich für das CmiA Community Cooperation Program einsetzen?

Die Baumwollbauern entsorgen leere Pestizidverpackungen sicherer und schützen sich während des Auftragens von Pestiziden. Mit Hydraulikpumpen konnten wir zudem in einigen Dörfern die Trinkwasserbeschaffung verbessern und damit die Arbeitsbelastung insbesondere von Frauen reduzieren, die traditionell für diese Aufgabe zuständig sind. Außerdem können wir einige Krankheiten verhindern, die auf verunreinigtes Wasser zurückzuführen sind.

Welchen Folgen des Klimawandels müssen sich Kleinbauern in der Côte d'Ivoire zunehmend stellen?

Eine große Herausforderung sind die veränderten Regenmuster. Starkregen oder Dürreperioden mitten in der Regenzeit sind keine Seltenheit mehr. Eigentlich startet die Regenzeit zwischen Mai und Juni, wenn auch die Aussaat stattfindet. Doch der Regen fällt inzwischen sehr viel unregelmäßiger, was sich negativ auf die Pflanzendichte in den Parzellen und damit den Ertrag auswirkt. Auch am Ende der Saison schwanken die Regenfälle. Auch wenn sie zu früh enden oder zu lange anhalten, leiden Qualität und Ertrag.

Der Baumwollanbau befindet sich weltweit im Umbruch. Welche Chancen sehen Sie für die Zukunft nachhaltiger Baumwolle in Afrika?

Trotz der aktuellen globalen Veränderungen wird der Baumwollanbau in Subsahara-Afrika noch lange das Geschäft kleiner Familienbetriebe bleiben. Deshalb ist es notwendig, die Produktionsmittel an ihre Bedürfnisse anzupassen. Aber auch und vor allem die Entwicklung agrarökologischer Praktiken durch die Produzenten, wie die minimale Bodenbearbeitung vor der Aussaat durch Techniken wie Zero Tillage oder die Verwendung von organischem Dünger auf der Basis von Kompost, ist ein wichtiger Schritt in Richtung Zukunft. Nur dadurch kann die schwere körperliche Arbeit verringert, das Einkommen verbessert und die Zukunft des Baumwollanbaus auch für nachfolgende Generationen gesichert werden.

Sie sind langjähriger Partner von Cotton made in Africa in Westafrika. Warum haben Sie sich der Initiative angeschlossen, und wie hat sich die Kooperation seither entwickelt?

Wir wollen die Lebens- und Arbeitsbedingungen unserer Mitarbeiter und Produzenten verbessern. Deshalb haben wir uns auch als erstes Unternehmen in Westafrika Cotton made in Africa angeschlossen. Die Zusammenarbeit mit CmiA hat es ermöglicht, unsere Baumwollproduktion gemäß eines Nachhaltigkeitsstandards zu zertifizieren und verschiedene Projekte mit technischer und finanzieller Unterstützung der Aid by Trade Foundation und weiteren Förderern umzusetzen.

Die Ergebnisse der CmiA-Wirkungsstudie zeigen, dass das durchschnittliche Einkommen aus dem Baumwollanbau im Vergleich zu 2015 gestiegen ist. Haben sich dadurch auch die Lebensbedingungen der beteiligten Produzenten verbessert?

Wir sehen in der Tat, dass sich ein höheres Einkommen positiv auf die Lebensbedingungen der Produzenten auswirkt. Ihre Häuser werden immer moderner, und sie können inzwischen andere Transportmittel nutzen als die früher von IVOIRE COTON bereitgestellten Viehkarren. Die Bauern konnten außerdem ihre durchschnittliche Anbaufläche für Baumwolle im Rahmen der Fruchtfolge vergrößern.

Ihr Unternehmen engagiert sich im Rahmen des CmiA Community Cooperation Programmes für Projekte, die weit über den nachhaltigen Baumwollanbau hinausgehen. Auf welches Projekt sind Sie dabei besonders stolz?

Besonders stolz sind wir auf unser Projekt, mit dem wir den Zugang zu Trinkwasser verbessern. Seit mehr als zwei Baumwollsaisons tragen wir dadurch unmittelbar dazu bei, die Gesundheit der ganzen Dorfgemeinschaft zu schützen. Denn durch den Bau eines



CMIA IN DER KETTE UND IM MARKT

2021 stand bei Cotton made in Africa ganz im Zeichen des Wachstums. CmiA-Partner entlang der globalen Wertschöpfungskette verfolgten ihre Nachhaltigkeitsziele konzentriert und engagiert – trotz anhaltender globaler Herausforderungen in Folge der Corona-Pandemie. Die Nachfrage nach CmiA-verifizierter Baumwolle ist auf Rekordhöhe geklettert. Gleichzeitig hat die Initiative den Ausbau digitaler Monitoring-Prozesse vorangetrieben, um die Transparenz über die Verarbeitung von CmiA-Baumwolle in den weltweit vernetzten Lieferketten noch weiter zu erhöhen. So liefert CmiA konkrete Antworten für Unternehmen, die zunehmend mehr über die Produktionsprozesse ihrer Ware informieren, und für Endkonsumenten, die bewusste Kaufentscheidungen treffen wollen.

2021 FEIERTE CMIA REKORDE UND BEGEGNETE HERAUSFORDERUNGEN MIT INNOVATION

2021 konnte Cotton made in Africa seinen Wachstumskurs des vergangenen Jahres fortschreiben und einen neuen Absatzrekord erzielen. Rund 600 Millionen Textilien mit dem CmiA-Label wurden 2021 auf den Markt gebracht – damit hat sich die Nachfrage nach CmiA-Baumwolle im Vergleich zu 2020 mehr als verdoppelt. Und nicht nur das: 2021 gewann CmiA weitere, vor allem internationale Partner aus Deutschland, Polen, Südkorea und den Niederlanden. Die neuen Abnehmer nehmen insgesamt rund 110.000 Tonnen CmiA-Baumwolle pro Jahr ab. Insgesamt wuchs das Partnernetzwerk aus Retailern und Brands, die CmiA-Baumwolle nachfragen, innerhalb von 2018 bis 2021 um rund 30%. Und auch in der textilen Wertschöpfungskette expandierte CmiA in den vergangenen Jahren deutlich. Das Netzwerk der registrierten Partner stieg 2021 global auf 240 Spinnereien und ist damit so groß wie nie. Am stärksten vertre-

ten sind die Spinnereien in den Märkten Bangladesch, Pakistan und Indien. Darüber hinaus sind auch zunehmend Produktionsbetriebe für Fertigware und Stoff- sowie Garnhändler Teil der Wertschöpfungsketten bei CmiA. In insgesamt 51 Textilproduktionsmärkten wurden CmiA-gelabelte Endprodukte primär für den Fashion- und Heimtextil-Bereich produziert.

Erweitertes Produktportfolio

Seit 2021 hat die Initiative ihr Produktportfolio – neben CmiA Inside (Produkte, die gemäß Hard Identity Preserved verarbeitet sind) und CmiA Supporter (das Label für Produkte, die gemäß Massenbilanzierung produziert sind) – erfolgreich weiter ausgebaut. Mit BESTSELLER hat das erste Handelsunternehmen den Einsatz von CmiA Organic umgesetzt und Produkte aus biologischer CmiA-Baumwolle auf den Markt gebracht. Und die Nachfrage seitens weiterer Retailer und Brands nach organischer Baumwolle aus Afrika steigt weiter an. Darüber hinaus hat Cotton made in Africa in Zusammenarbeit mit atmosfair die CmiA Carbon Neutral Initiative gelauncht, um als Erweiterung seiner Produkte Baumwolle CO₂-neutral für Bestands- und Neukunden anbieten zu können (siehe hierzu auch → Seiten 16–19).

Sämtliche Wachstumswahlen unterstreichen den großen Bedarf an nachhaltiger Baumwolle und gehen mit neuen Herausforderungen einher, denen sich CmiA 2021 intensiv gewidmet hat: Es gilt in den Wertschöpfungsketten immer mehr Beteiligte zu integrieren, Baumwolllieferungen und die nachhaltigen Qualitäten zu gewährleisten und für Transparenz in den Lieferketten zu sorgen. CmiA baut vor diesem Hintergrund konsequent digitale Kontrollsysteme und Services für alle Beteiligten aus.

IN ZAHLEN

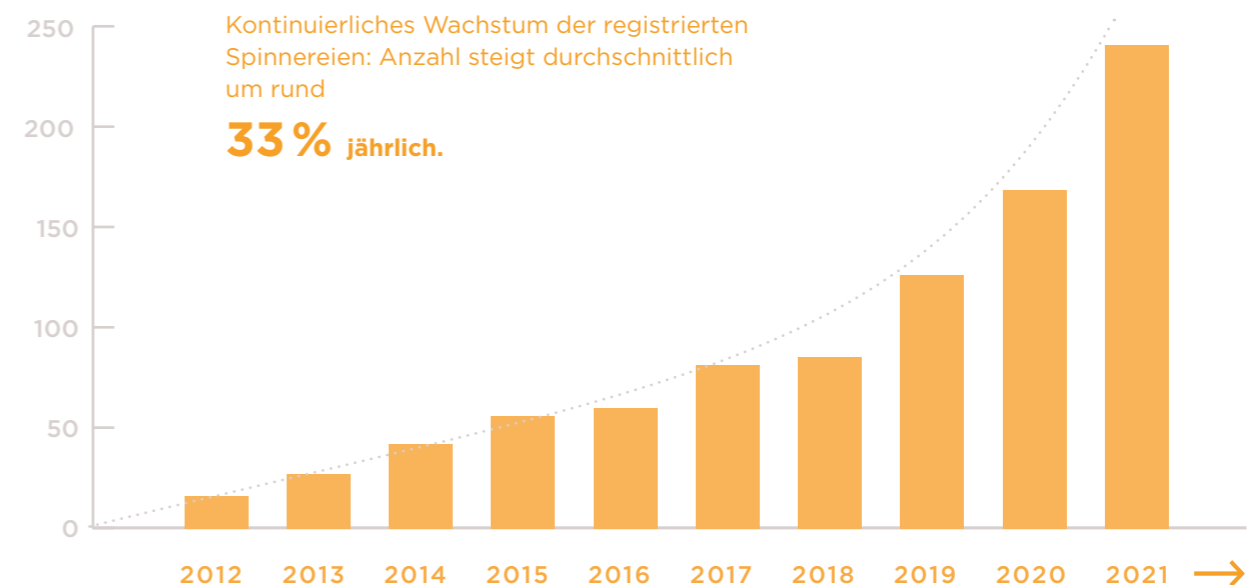
30 % mehr Retailpartner schlossen sich CmiA von 2018 bis 2021 an.

154.000 Tonnen CmiA-Baumwolle nahmen CmiA Retailpartner 2021 ab. Ein Plus von 185% im Vergleich zum Vorjahr.

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

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

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





CMIA INVESTIERT IN DIGITALISIERUNG UND TRANSPARENZ IN DER LIEFERKETTE

Verbraucher wollen immer öfter wissen, woher die Rohstoffe für Textilien kommen, wer sie verarbeitet und wie hoch der ökologische Fußabdruck eines Kleidungsstückes ist.

Studien zeigen, dass Nachhaltigkeit für fast 80% der Verbraucher wichtig ist.¹ Entsprechend entscheidend ist es für Marken und Handelsunternehmen mehr Transparenz in ihren Wertschöpfungsketten herzustellen – und dadurch Vertrauen bei den Kunden zu schaffen und für Authentizität und Glaubwürdigkeit ihres Unternehmens zu sorgen.

Als Antwort auf diese Anforderungen hat Cotton made in Africa das Tracking System SCOT (Sustainable Cotton Tracker) entwickelt, das 2021 online gegangen ist. SCOT ermöglicht es, die Aufträge von Handelsunternehmen mit der Menge an entkörnter Baumwolle direkt zu verbinden. Dafür sind alle Partner der textilen Kette dem System angeschlossen. Von den Aufträgen der Lizenzpartner ausgehend, wird auf jedem Produktionslevel der jeweilige Baumwollanteil erfasst, so dass sich am Ende

für jeden Auftrag die entsprechend nachgefragte CmiA-Baumwollmenge ermitteln lässt.

2021 wurden über SCOT über 70.000 Aufträge, mehr als 2.000 Unternehmen der gesamten textilen Kette und mehrere Millionen CmiA-Produkte abgewickelt. Damit ist SCOT eines der führenden Systeme zur Rückverfolgung von Rohstoffen gemäß Massenbilanzierung.

Für 2022 plant CmiA bereits den weiteren Ausbau von SCOT: ein automatisches Registrierungsverfahren für die gesamte Lieferkette und die Integration der Stoffhändler als Zwischenstufe im System.

Um die korrekte CmiA-Implementierung und Nutzung des Systems sicherzustellen, bietet die Initiative regelmäßig Webinare an, an denen 2021 allein 1.500 Mitarbeiter von Partnern entlang der Wertschöpfungskette teilgenommen haben. Verbesserte FAQs und Dokumente über SCOT sowie ein englischsprachiges Helpdesk-Team unterstützen die Partner darüber hinaus in der Umsetzung ihrer nachhaltigen Beschaffungsziele.

¹ Quelle: Konsumentenreport der Initiative Digitale Handelskommunikation (IDH) 2021, u. a. hier: <https://www.horizont.net/marketing/nachrichten/idh-konsumentenreport-81-prozent-der-deutschen-wollen-dass-handel-und-marken-nachhaltiger-werden-195250>

IN ZAHLEN

1.220
Textilproduzenten in **51** Ländern

48
vertikal integrierte Produzenten in **11** Ländern

560
Stoffproduzenten in **24** Ländern

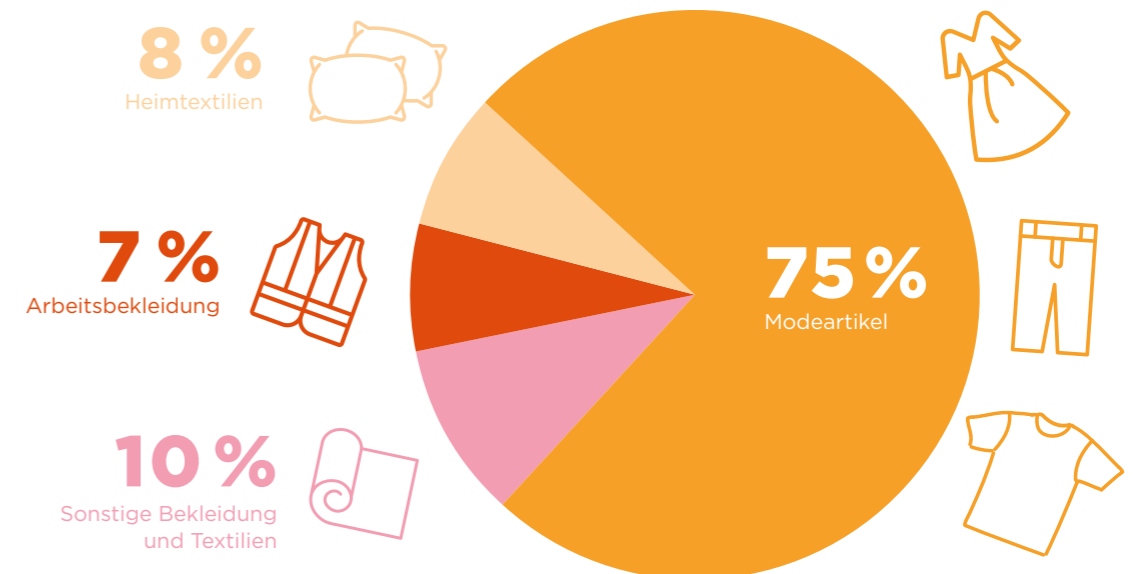
43
Garnhändler in **11** Ländern

50
Stoffhändler in **7** Ländern

27
Baumwollhändler aus **10** Ländern



Rund **600 Millionen** Textilien mit dem CmiA-Label wurden 2021 auf den Markt gebracht.





„TRANSPARENZ IST DIE ZUKUNFT DER TEXTILLIEFERKETTE“

Die Ahmed Group, langjähriger Partner von CmiA, ist ein wichtiger Zulieferer von Strickgarnen für die großen Retailer in aller Welt. Im Interview mit uns spricht Sajid Israq, einer der Direktoren der Textilsparte des Konzerns, über die Forderung nach Transparenz in der Lieferkette, den Nutzen des Sustainable Cotton Trackers (SCOT) sowie seine Erfahrungen mit Aufpreisen für Baumwolle und Garne mit CmiA-Label.



SAJID ISRAQ
Direktor bei der
Ahmed Group

Herr Israq, wie wichtig ist Nachhaltigkeit für Ihr Unternehmen als langjähriger Partner von CmiA?

Nachhaltigkeit und Humankapital sind untrennbare Bestandteile unserer Branche. Gemäß unserer Philosophie „Ohne Qualität kein Erfolg“ sind wir davon überzeugt, dass Investitionen in Aus- und Weiterbildung wichtig sind, um Fähigkeiten und Kapazitäten aufzubauen und auf diese Weise ein nachhaltiges Humankapital sicherzustellen. Ohne eine nachhaltige Entwicklung unserer Beschäftigten und unserer Umwelt wäre unsere Profitabilität nicht gewährleistet. Was unsere Produkte anbelangt, so stellen wir recycelte Garne her und sind ein OEKO-TEX-zertifiziertes Unternehmen. Darüber hinaus produzieren wir Biobaumwollprodukte nicht nur gemäß dem CmiA-Standard, sondern auch nach GOTS (Global Organic Textile Standard).

Die Forderungen nach mehr Transparenz in den Textillieferketten werden immer lauter. Trotzdem gibt es einige Produzenten und Unternehmen, für die das immer noch eine riesige Hürde zu sein scheint. Was würden Sie diesen Menschen sagen?

Ich denke, Transparenz ist die Zukunft der Textillieferkette, und sie wird durch CmiA umgesetzt. Auch in Bezug auf unsere Geschäftspolitik und unsere Arbeitsbedingungen achten wir auf Transparenz. Diese Offenheit schafft bei unseren Kunden Vertrauen. Wer heute Angst vor Transparenz hat, wird auf lange Sicht Schwierigkeiten haben. Die zunehmende Technologisierung wird den gesamten Textilverarbeitungsprozess transparenter machen. Um uns heute und in Zukunft von anderen abzuheben, müssen wir die neuen Technologien jetzt einführen.

Mit dem neu eingeführten Sustainable Cotton Tracker kann die gemäß Massenbilanzsystem verarbeitete CmiA-Baumwolle über die gesamte textile Lieferkette zurückverfolgt werden. Wie erfüllt dieses System die Transparenzanforderungen?

Der neu eingeführte Sustainable Cotton Tracker (SCOT) macht es sowohl für Verkäufer als auch für Kunden sehr einfach, die Massenbilanz sicherzustellen. Meiner Meinung nach ist es eines der transparentesten Transaktionssysteme innerhalb der gesamten textilen Produktionskette. Wir arbeiten mit zahlreichen Kunden zusammen, die CmiA-Garne verwenden. Insofern profitiert unser Unternehmen vom SCOT.

CmiA-Baumwolle wird zu Marktpreisen gehandelt, weil Retailer und Brands für die Nutzung des Labels eine Lizenzgebühr direkt an die Stiftung zahlen. Welche Erfahrungen haben Sie mit Aufpreisen beim Kauf von CmiA-Baumwolle und beim Verkauf von CmiA-Garnen gemacht?

Wir sind einer der größten Hersteller von CmiA-Garnen in Bangladesch und zahlen direkt an die Stiftung einen geringen Mitgliedsbeitrag, um CmiA-gelabelte Garne verkaufen zu dürfen. Weder wir noch unsere Zulieferer verlangen Aufschläge für Rohbaumwolle oder Garne mit dem CmiA-Siegel, denn es ist unsere Pflicht, der Gesellschaft etwas zurückzugeben. CmiA setzt sich für die Verbesserung der Lebens- und Arbeitsbedingungen von Kleinbauern in Afrika und für den Schutz unserer Umwelt ein. Wir freuen uns, hier zusammen mit vielen Retailern und Brands unseren Teil beizutragen.

Was sind die größten Veränderungen, denen sich Textilproduzenten wie Ihre Unternehmensgruppe in den kommenden Jahren stellen müssen?

Aufgrund der Corona-Pandemie müssen sich Textilproduzenten wie wir an die sich rasant verändernden Systembedingungen in der textilen Lieferkette anpassen. In den kommenden Jahren werden hohe Frachtkosten, steigende Baumwollpreise und die Verfügbarkeit von Baumwolle zu den größten Herausforderungen gehören. Davon werden auch wir nicht verschont bleiben.

„GERADE IN DIESEN VOLATILEN UND HERAUSFORDERNDEN ZEITEN HAT CMIA EIN HOHES MASS AN ZUVERLÄSSIGKEIT UND VERFÜGBARKEIT FÜR UNS BEWIESEN“

Ernsting's family will bis 2026 nur noch nachhaltige Baumwolle einsetzen. Um dieses Ziel zu erreichen, spielt die Partnerschaft mit CmiA eine wichtige Rolle für das Textilunternehmen, sagt Anna Rensing, Bereichsleiterin Qualitätsentwicklung und verantwortlich für die Produktnachhaltigkeit bei Ernsting's family, im Interview.



ANNA RENSING
Bereichsleiterin
Qualitätsentwicklung
bei der Ernsting's
family GmbH & Co. KG

Welche Bedeutung hat Nachhaltigkeit für Ernsting's family?

Als aktiver Teil der Gesellschaft ist es unsere Pflicht, uns mit dem größtmöglichen Engagement und der nötigen Demut einzubringen – wohlwissend, dass wir die Welt allein nicht retten können. Gemeinsam mit rund 12.000 Mitarbeiter*innen in Deutschland und Österreich sowie unseren Handelspartnern überall auf der Welt sind wir aber sicher, einen relevanten Beitrag leisten zu können. Wir sehen nachhaltiges Wirtschaften im Rahmen der Markenführung als gesamtunternehmerische Aufgabe und zugleich als Thema eines jeden Einzelnen im Unternehmen: von der Unternehmensführung bis zur Verkäuferin in der Filiale.

Ernsting's family hat sich zum Ziel gesetzt, bis 2026 die Nachfrage nach Baumwolle zu 100 % aus nachhaltigen Quellen zu bedienen. Welche Rolle spielt dabei Ihre Partnerschaft mit CmiA?

CmiA ist seit 2010 ein starker und verlässlicher Partner an unserer Seite und wird auch künftig eine wichtige Rolle spielen, um unser ehrgeiziges Ziel der vollständigen Produktzertifizierung unserer Artikel im Naturfaserbereich zu erreichen. Dies zeigt sich u. a. in den steigenden Anteiligkeiten von CmiA, die wir vom Kalenderjahr 2020 auf 2021 um fast 487% steigern konnten.

Welchen Mehrwert sehen Sie darin, CmiA-Baumwolle nachzufragen und entsprechend am Produkt auszuloben?

Das Besondere bei CmiA ist, dass wir Hilfe zur Selbsthilfe leisten und über die Teilnahme am Handel mit nachhaltig angebaute Baumwolle zur Existenzsicherung der Baumwollbäuerinnen und -bauern in Subsahara-Afrika beitragen. Über die laufenden Schulungen wird zudem nachhaltig an den Perspektiven der Menschen gearbeitet und nicht nur mittels einer Spende ein einmaliger Impuls gesetzt.

Sie haben Ihre Nachfrage nach Cotton made in Africa Baumwolle 2021 noch einmal erheblich gesteigert. Welche Gründe führten zu diesem positiven Aufwärtstrend?

Wir haben uns zum Ziel gesetzt, unsere gesamte Baumwolle von konventionell auf nachhaltig umzustellen. In diesem Zuge sind wir im letzten Jahr kraftvoll vorangeschritten und haben weitere Teile unseres Sortiments umgestellt. CmiA ist nicht nur ein langjähriger Partner, sondern hat gerade in diesen volatilen und herausfordernden Zeiten ein hohes Maß an Zuverlässigkeit und Verfügbarkeit bewiesen, was wir sehr schätzen.

Welche Resonanz bezüglich Cotton made in Africa erhalten Sie im Markt, bei Kunden und im Unternehmen?

In unserer Nachhaltigkeitskommunikation wollen wir stets so konkret wie möglich sein. Im Falle von CmiA zeigen wir einzelne Bäuerinnen und Bauern mit einer kompakten Aussage und weisen darauf hin, wie im Einzelfall geholfen werden kann. Dies hat sich als deutlich nachvollziehbarer als die Angabe von Quantitäten oder Gesamtsummen erwiesen.

Mit welchen Herausforderungen werden sich Textilunternehmen zukünftig beschäftigen müssen, um ihre Prozesse und ihr Sortiment noch nachhaltiger zu gestalten?

Rohstoffe werden immer knapper. Wir merken es gerade deutlich an Lieferschwierigkeiten bei vielen Faserarten. So gilt es aus meiner Sicht, mit den Rohstoffen verantwortungsvoll umzugehen, auf Recycling und Rückgewinnung zu setzen und vor allem nach nachhaltigen Optionen für alle Faserarten zu suchen. Aus unserer Sicht ist und bleibt es zudem ein wesentlicher Schlüssel, Produkte so zu konzipieren, dass sie langlebig sind, um Ressourcen zu sparen und die Umwelt zu schonen.



„DIE NACHFRAGE NACH BIOBAUMWOLLE NIMMT IMMER WEITER ZU“

Für den Bremer Baumwollhändler Otto Stadtlander steht ökologisch nachhaltiges Handeln in keinem Widerspruch zur Wirtschaftlichkeit. Als strategischer Partner von Cotton made in Africa ist das Unternehmen international aktiv. Im Interview erläutert Maximilian Daebel, Prokurist bei Otto Stadtlander, die aktuellen Entwicklungen auf dem Biobaumwollmarkt.

Herr Daebel, Sie verfügen über einen tiefen Einblick in den Baumwollmarkt. Wie entwickelt sich derzeit die Nachfrage nach Biobaumwolle weltweit?

Seit rund zwei Jahren übersteigt die Nachfrage das produzierte Angebot um ein Vielfaches, und wir rechnen mit einer weiterhin konstant zunehmenden Nachfrage. Doch bisher entspricht lediglich 1% der weltweit produzierten Baumwolle biologischen Anbaukriterien. Ein Grund dafür dürfte sein, dass zertifizierte Biobaumwolle lange als ‚selbstverständlich‘ in die Lieferketten aufgenommen wurde und die Prämien im Vergleich zu konventioneller Baumwolle minimal waren. Dadurch gab es für die Bauern keinen Anreiz, Biobaumwolle anzubauen. Mit dem deutlichen Nachfragezuwachs innerhalb der letzten vier Jahre hat sich das Preisniveau jedoch verändert, und infolgedessen ist auch die Motivation der Bauern gestiegen, den Schritt in Richtung zertifizierte Biobaumwolle zu wagen.

Welchen Mehrwert bietet speziell CmiA Organic Baumwolle?

Mit dem Kauf eines CmiA Organic Produkts können sich Konsumenten sicher sein, dass sie sowohl die ökologische Landwirtschaft als auch die sozialen Aspekte des CmiA-Standards unterstützen.

Insbesondere im Biobaumwollmarkt sind die Bauern häufig mit grundlegend neuen Risiken und Agrarmethoden konfrontiert. Gemeinsam mit den lokalen Partnern in den afrikanischen Anbaugebieten vermittelt CmiA in Trainings notwendiges Wissen und bringt den Kleinbauern Agrarmethoden näher, um die Risiken zu reduzieren.

Sie handeln weltweit mit afrikanischer Baumwolle. In welchen Märkten wird CmiA Organic Baumwolle besonders stark nachgefragt?

Aktuell ist die Nachfrage in Bangladesch, Pakistan und Portugal am größten. Denn europäische Marken haben in diesen Ländern bereits Textilproduktionsketten etabliert, und die Expertise im Umgang mit Biobaumwolle ist dort sehr ausgeprägt.

Was kann getan werden, um das Angebot an Biobaumwolle zu erhöhen?

Die Angebotslücke kann man nicht über Nacht schließen, denn der Übergang von der Produktion

von konventioneller zu Biobaumwolle bedarf meist einer zwei- bis dreijährigen Transitionsphase, die man ‚in conversion‘ nennt. In dieser Zeit benötigen Bauern langfristige Abnahmegarantien seitens der Textilindustrie, denn sinkende Erträge werden in dieser Phase nicht vollumfänglich kompensiert. Wir arbeiten hier aktiv mit der Industrie zusammen, um maßgeschneiderte Lösungen zur Zufriedenheit aller Beteiligten zu konzipieren.

Inwiefern können die Kleinbauern von der gestiegenen Nachfrage nach Biobaumwolle profitieren?

Mit der zunehmenden Nachfrage sind auch die Preise gestiegen. Da jedoch Baumwolle häufig im Voraus gehandelt wird, können die gestiegenen Preise erst mit den nachfolgenden Ernten materialisiert werden. Ähnlich wichtig wie das Preisgefüge für die Bauern ist aber auch die Abnahmesicherheit durch eine robuste Nachfrage. Diese Verlässlichkeit hilft den Bauern sich auf dem richtigen Weg bestätigt zu fühlen und weiterhin Biobaumwolle zu produzieren.

Welche Entwicklungen erwarten Sie für CmiA-Biobaumwolle in Zukunft – sowohl was Nachfrage als auch Anbau betrifft?

Wir würden es sehr begrüßen, wenn die CmiA Organic Produktion auch in andere CmiA-Länder expandiert. Insbesondere westafrikanische Anbauländer bieten das Potenzial, ein erhebliches Volumen an hoch qualitativer Biobaumwolle zu produzieren. Dies könnte den ökologischen Fußabdruck von Baumwolle und das Angebotsdefizit an organisch zertifizierter Baumwolle reduzieren.



MAXIMILIAN DAEBEL
Vice-President bei der Otto Stadtlander GmbH





CMIA IN DEN MEDIEN

Gutes bewirken und glaubhaft darüber berichten – dafür steht Cotton made in Africa in der Öffentlichkeit. Mit Erfolg konnte die Initiative 2021 die emotionale Bindung ihrer Zielgruppen an das Label erhöhen und gezielt den Mehrwert von CmiA für Mensch und Umwelt transportieren.



IN ZAHLEN

1.100
Medienberichte

176
Millionen Kontakte

Steigerung der
Medienreichweite um

34 %

IN DEN MEDIEN

IN DEN MEDIEN

CmiA zum Lesen, Schauen und Hören

2021 gab es für Cotton made in Africa einige Highlights zu verkünden: Weitere internationale Unternehmen haben sich dem Partnernetzwerk angeschlossen. CmiA Organic Baumwolle hat mit BESTSELLER einen engagierten Großabnehmer gefunden, und die Carbon Neutral Initiative für CO₂-neutrale Baumwolle wurde 2021 auf den Markt gebracht. Entsprechend standen diese Erfolgsmeldungen im Zentrum der Medienarbeit.

Insgesamt erreichte Cotton made in Africa mit 1.100 Medienberichten eine Reichweite von 176 Millionen Kontakten. Im Vergleich zum Vorjahr bedeuten diese Zahlen eine Steigerung der Reichweite um stolze 34%. Dabei reichte das Spektrum der berichtenden Medien von der Fachpublikation *Textilwirtschaft* über Tages- und Wochenzeitungen, wie etwa die *Frankfurter Rundschau*, bis zu Publikumszeitschriften wie *Brigitte* und *Bild der Frau*.

Fernsehbeitrag über die Arbeit und Wirkung von CmiA in Afrika

Auch im Medium Fernsehen konnte CmiA erfolgreich platziert werden. Die Sendung Planet Wissen auf ARD-alpha strahlte erneut einen ausführlichen Beitrag über den Baumwollanbau in Afrika und die Arbeit von Cotton made in Africa am Beispiel von Uganda aus. Thematisiert wurden vielfältige Aspekte: Wie wird die nach dem CmiA-Standard verifizierte Baumwolle angebaut? Was lernen die Kleinbauern in den Schulungen? Und welche Verbesserungen resultieren daraus für das Leben der Kleinbauern? Der Beitrag macht klar: Cotton made in Africa ist ein glaubhaftes, wirksames Siegel für nachhaltige, in Afrika produzierte Baumwolle.

FRISCHER ANSTRICH FÜR DEN MARKENAUFTRITT

2021 hat die AbTF den Markenauftritt von Cotton made in Africa kritisch unter die Lupe genommen und dem Label einen frischen Anstrich verordnet. Einbezogen wurden in diesen Prozess auch das Feedback der Kunden sowie die gestiegenen Anforderungen an die Produktkommunikation eines Nachhaltigkeitslabels.

Im Zusammenspiel von weiterentwickeltem Logo, neuer Typo, angepasster Farbwelt und emotionaler Bildsprache steht der Markenauftritt dafür, was Cotton made in Africa seit über 15 Jahren an- und vorantreibt: eine wirkungsvolle und messbare positive Entwicklung für Mensch und Umwelt auf dem afrikanischen Kontinent.

Mit Hangtags im neuen Design ermöglicht CmiA seinen Unternehmenspartnern, den Mehrwert ihrer nachhaltigen Produkte den Kunden gegenüber in zeitgemäßem Look zu präsentieren. Durch klare Farbuweisungen und prägnante Wortmarken sind die verschiedenen Produkte der Initiative Cotton made in Africa auf einen Blick bestens erkennbar. Zudem wurde ein wiedererkennbares Design für das neueste Produkt von Cotton made in Africa – die CmiA Carbon Neutral Initiative – geschaffen und inklusive Visual, Branding und Labelling auf den Markt gebracht. Ausgerollt wird das neue Branding 2022.

Mit CmiA hinter den Kulissen der Baumwollproduktion

Die Cotton made in Africa Farmer Storys leben von den authentischen Gesichtern und individuellen Geschichten der Menschen, die Baumwolle gemäß Cotton made in Africa – oder Cotton made in Africa Organic Standard – anbauen und aus ihrem Alltag als Kleinbauern berichten. 2021 hat der tansanische Fotograf Malicky Boaz im Auftrag von CmiA die Farmer und Mitarbeiter der lokal ansässigen Baumwollgesellschaft portraitiert. Im Zusammenspiel aus Bild und Wort sind sehr persönliche Berichte entstanden, die es der Öffentlichkeit ermöglichen, hautnahe Einblicke in die Lebenswelten der Kleinbauern zu gewinnen.



**COTTON
MADE IN
AFRICA**





„UNSER OBERSTES ZIEL IST ES, MODE KLIMAPOSITIV, FAIR UND KREISLAUFFÄHIG ZU MACHEN“

BESTSELLER ist ein internationales, familiengeführtes Modeunternehmen mit einem Portfolio von mehr als 20 individuellen Modemarken. Es ist außerdem der erste Modekonzern, der Baumwolle verwendet, die gemäß Cotton made in Africa Organic zertifiziert ist. Im folgenden Interview erklärt Danique Lodewijks, Senior Project Specialist bei BESTSELLER, wie das Unternehmen zunehmend von der traditionellen, linearen Beschaffungsmethode abrückt und welche Rolle CmiA Organic dabei spielt.



DANIQUE LODEWIJKS
Leitende Projektspezialistin
bei der BESTSELLER Group

Frau Lodewijks, was sind die wichtigsten Nachhaltigkeitsziele der BESTSELLER-Gruppe?

Wir bei BESTSELLER wollen den eingeschlagenen Weg der Modebranche in Richtung nachhaltige Realität beschleunigen und Nachhaltigkeit zu unserer Geschäftsphilosophie machen. Unser oberstes Ziel ist es, Mode klimapositiv, fair für alle und kreislauffähig zu machen.

BESTSELLER ist das erste Textilunternehmen, das CmiA Organic Baumwolle einsetzt. Was macht die CmiA Organic Produktlinie für Sie in Bezug auf Design und Nachhaltigkeit so besonders?

CmiA Organic geht über die Umweltvorteile von Biobaumwolle hinaus, weil der Standard zusätzlich soziale und wirtschaftliche Verbesserungen für die Bauern schafft. Außerdem können wir sicher sein, dass die Baumwolle aus Afrika zu 100% gentechnikfrei ist. Auch die Tatsache, dass wir volle Transparenz über alle Lieferkettenpartner haben, macht CmiA Organic für uns zu einer attraktiven Option.

Sie informieren Ihre Kunden auf vielfältige Weise über CmiA Organic. Wie sieht dies konkret aus, und welche Reaktionen gab es bisher?

Alle CmiA Organic Produkte tragen speziell gestaltete Hangtags, die den Mehrwert der CmiA Organic Baumwolle erklären. Das Hangtag ist zudem mit einem QR-Code versehen, der zu weiteren Informationen auf unserer Website führt. Das Feedback der Kunden war äußerst positiv. Angesichts der aktuellen Diskussionen rund um Biobaumwolle freuen sie sich über authentische und verifizierte Informationen.

BESTSELLER kombiniert erfolgreich schnell wechselnde Modetrends mit nachhaltigen Beschaffungsstrategien. Können Sie uns ein paar der damit verbundenen Chancen und Herausforderungen nennen?

Dank unseres breiten Markenportfolios können wir stets schnell reagieren und unseren Kunden ein breites, nachhaltiges Produktsortiment anbieten. Ein Resultat unserer Fokussierung auf den Produktlebenszyklus ist ein vor kurzem eingeführter Leitfaden für kreislauffähiges Design. Dieses Tool hilft uns, diesbezüglich die richtigen Entscheidungen zu treffen. Darüber hinaus investieren wir in die Materialien der Zukunft, indem wir mit Organisationen wie Infinited Fiber zusammenarbeiten. Um nachhaltige Initiativen erfolgreich umsetzen zu können, müssen wir sicherstellen, dass alle Partner der Wertschöpfungskette an einem Strang ziehen und gemeinsam voranschreiten. Das Abrücken von der traditionellen, linearen Beschaffungsmethode ist eine Herausforderung, aber wir gehen diesen Weg Schritt für Schritt weiter.

Planen Sie, Ihre CmiA Organic Kollektion auf andere Marken innerhalb der BESTSELLER-Gruppe auszuweiten?

Ja, neben NAME IT und SELECTED werden auch JACK & JONES und VERO MODA in ihren 2022er-Kollektionen Styles aus CmiA Organic Baumwolle anbieten. Die Beziehungen zu unseren Zulieferbetrieben wollen wir intensivieren, um die Bezugsmengen in der nächsten Erntesaison weiter zu erhöhen.



↑ Produktbilder aus der BESTSELLER CmiA Organic Kollektion →

AUFMERKSAMKEITSSTARKE KAMPAGNEN VON BESTSELLER UND HUGO BOSS

BESTSELLER, das größte Modeunternehmens Dänemarks, ist der erste CmiA-Partner, der nach dem Cotton made in Africa Organic Standard verifizierte Baumwolle verarbeiten lässt und am Produkt auslobt. Um den Kunden diese Biobaumwolle ebenso informativ wie emotional nahezubringen, hat BESTSELLER eine groß angelegte Kampagne gestartet und darin das Marketingmaterial von CmiA vielfältig zum Einsatz gebracht. Zu den Kampagnenelementen zählen zahlreiche Social-Media-Stories sowie Postings, eigens kreierte Hangtags für die Produktkommunikation sowie eine Landingpage mit ausführlichen weiterführenden Informationen zu Cotton made in Africa. Auf der Landingpage fallen besonders die Fotos und Zitate der Baumwollfarmer ins Auge, die zum Ausdruck bringen, welche positiven Veränderungen der Anbau von CmiA Organic Baumwolle für sie mitbringt. Gerade die Kombination von Umweltschutz und sozialen Aspekten des Standards, die dazu beitragen, die Lebens- und Arbeitsbedingungen der kleinbäuerlichen Familien und Arbeiter in den Entkörnungsanlagen der Baumwolle zu verbessern, zeichnet CmiA Organic für BESTSELLER besonders aus. Insgesamt ist es der Kampagne gelungen, den Mehrwert der CmiA Organic Textilien zu vermitteln und bei den Kunden Begeisterung für den nachhaltigen Rohstoff hervorzurufen.

Die im Jahr 2020 erfolgreich lancierte 360°-Kommunikation des Modeunternehmens Hugo Boss, mit der die Kapselkollektion ihres Testimonials Liam Payne beworben wurde, wurde bis Anfang 2021 insbesondere auf Social Media kommunikativ verlängert.



Mit dem WWF gemeinsam für nachhaltige Baumwolle

„Baumwolle ist uns hautnah. Wie können wir sicher sein, dass sie sozial und ökologisch nachhaltig produziert wird?“ Mit diesem Aufmacher hat der WWF als langjähriger Partner von CmiA ausführlich über die Arbeit und Wirkung von Cotton made in Africa auf seiner Website und in seinem Newsletter berichtet. Er stellt die Wichtigkeit der Initiative für den Baumwollanbau und damit für die Verbesserung der Lebensbedingungen von Kleinbauern in Afrika deutlich heraus. Abgerundet wird der Beitrag auf der Website durch einen ausführlichen Fragen-Antworten-Katalog zum CmiA-Standard. Zusätzlich wird erläutert, wie der WWF die Initiative unterstützt.





„WÄHREND DES SHOOTINGS KONNTEN WIR DIE HARTE ARBEIT DER BAUMWOLLBAUERN, IHRE PERSÖNLICHKEITEN UND LEBENSGESCHICHTEN EINFANGEN“

Malicky Boaz, ein junger Fotograf aus Tansania, fotografiert leidenschaftlich gern die Natur, Wildtiere, Landschaften wie auch Lebensstile. Vor fünf Jahren beschloss er, die Fotografie zu seinem Beruf zu machen, um eine völlig neue Perspektive des Alltagslebens festzuhalten. Im Interview nimmt er uns mit auf eine Reise nach Tansania, wo er Aufnahmen zu Cotton made in Africa Organic gemacht hat, und stellt uns die virtuelle Kunstszene seiner ostafrikanischen Heimat vor.



MALICKY BOAZ
Fotograf & Grafikdesigner

Im Auftrag von CmiA haben Sie Kleinbauern, Mitarbeiter der Baumwollentkörnungsfabrik und Beschäftigte von Alliance, einer CmiA-zertifizierten Baumwollgesellschaft, porträtiert und damit der Öffentlichkeit einen Blick hinter die Kulissen von Cotton made in Africa und der dazugehörigen Biobaumwollproduktion gewährt. Wie haben Sie sich Ihren Protagonisten genähert, die zuvor kaum oder noch nie vor einer Kamera gestanden hatten?

Ich bin sehr kommunikationsfreudig und komme dadurch mit den Porträtierten schnell ins Gespräch. Ich mache ein paar Witze und schaffe auf diese Weise bereits vor den Aufnahmen eine freundliche Atmosphäre. Das hilft den Menschen, sich vor der Kamera wohler zu fühlen, vor allem, wenn sie zuvor noch nie fotografiert wurden.

Sind Ihnen bestimmte Erlebnisse oder Begegnungen bei den Fotosessions besonders in Erinnerung geblieben?

Der Einblick in die Welt der Baumwollbauern war wirklich hochinteressant. Aufgrund ihrer unverstellten Persönlichkeit waren sie zunächst etwas zurückhaltend, und ich bemerkte, dass den meisten von ihnen etwas unwohl vor der Kamera war. Manche meinten, sie seien nicht fotogen und nicht wert, fotografiert zu werden. Als wir aber partnerschaftlich zusammenarbeiteten und die Ergebnisse sahen, war das Eis schnell gebrochen, und ich konnte ihre harte Arbeit, ihre Persönlichkeiten und gewisse Aspekte ihrer Lebensgeschichten einfangen. Bei den Fotoshootings hat mich jeder noch so kleine Fortschritt inspiriert.

Jeder Fotograf hat seine ganz eigene Bildsprache. Wie würden Sie Ihre eigene mit Blick auf die Arbeit für Cotton made in Africa beschreiben?

Die Farben in meinen Fotos erzählen eine Geschichte. Vor allem warme und kräftige Farben ziehen die Aufmerksamkeit auf sich und machen die Bilder interessanter und visuell beeindruckender. Deswegen sind dunkle und stimmungsvolle Farben ein wichtiger Aspekt der Kampagne.

Sie sind Teil einer sehr lebendigen Kunst- und Kulturszene in Tansania. Was zeichnet diese Szene Ihrer Meinung nach aus, und wie entwickelt sie sich derzeit?

Tansania ist ein lebendiges Land, das sich rapide entwickelt. Während der Pandemie habe ich viele inspirierende und kreative Initiativen gesehen. Die junge Generation des Landes ist vor allem in den Bereichen Musik und Digitale Kunst aktiv. Die Fotografie als Kunstform steht hingegen noch ganz am Anfang, und ich sehe es als meine Pflicht an, diese Kunstform mit Leidenschaft weiterzuentwickeln. In Daressalam gibt es mehrere privat organisierte Kunstinitiativen, zum Beispiel den Nafasi Art Space. An diesem Ort können Gleichgesinnte gemeinsam lernen und kreativ tätig sein. Diese Initiativen sind es wert, gesehen und unterstützt zu werden.



Sie haben die Menschen getroffen, die die Baumwolle für unsere Kleidung herstellen und einen Einblick in ihr Alltagsleben bekommen. Was ist Ihre persönliche Botschaft an die Verbraucher auf der ganzen Welt, die täglich Baumwollkleidung tragen?

Baumwollkleidung ist nicht nur etwas zum Anziehen, denn sie besitzt eine Geschichte und besondere Eigenschaften. Daher können die Kunden sie mit Stolz tragen. Angesichts meiner Erfahrungen mit den Baumwollbauern und dessen, was sie mir von ihren Leben erzählt haben, möchte ich alle Verbraucher auf der ganzen Welt dazu beglückwünschen, dass sie sich für nachhaltige Kleidung entscheiden und ihnen sagen: „Ihr tragt nicht einfach nur Kleidung aus Baumwolle, sondern ihr tragt auch zu einem besseren Leben der Menschen bei!“





„CMIA-GELABELTE TEXTILIEN ERMÖGLICHEN VERBRAUCHERN WERTEBASIERTEN KONSUM“

Das südkoreanische Einzelhandelsunternehmen Shinsegae International und eine seiner Lifestyle-Marken JAJU sind die ersten Partner von Cotton made in Africa in Asien. Lee Seock-koo, Co-CEO von Shinsegae International und Geschäftsführer von JAJU, ist davon überzeugt, dass sie mit dieser Zusammenarbeit zu den führenden Unternehmen zählen, die auf einen wachsenden Trend reagieren. Einen Trend, der vor allem bei der jüngeren Generation zu beobachten ist: Kleidung mit sozialem und ökologischem Mehrwert zu kaufen.



LEE SEOCK-KOO
Co-CEO von Shinsegae International

Als südkoreanischer Marktführer für Mode und Lifestyle vertreiben Sie nicht nur internationale Modemarken, sondern auch Eigenprodukte. Wie wichtig ist Nachhaltigkeit für Ihr Unternehmen?

Für die Shinsegae Group haben Wertschöpfung und nachhaltige Entwicklung einen hohen Stellenwert. Dementsprechend betreiben wir proaktiv ein Nachhaltigkeitsmanagement und haben als erstes koreanisches Unternehmen ein wertorientiertes Management eingeführt. Nachhaltigkeit ist zudem ein wichtiger Markenwert für die Marke JAJU, die eine nachhaltige Herstellung ihrer Produkte anstrebt.

Immer mehr Unternehmen produzieren ihre Ware nachhaltig und werben damit. Wie verbreitet ist das Thema Nachhaltigkeit in Südkorea, und wie wichtig ist es Ihren Endkunden?

In Korea ist Nachhaltigkeit zu einem wichtigen Faktor bei Konsumenten wie auch in Führungsetagen geworden. Die Verbraucher machen sich zunehmend Gedanken darüber, welche Auswirkungen die Produkte und Dienstleistungen, die sie heute kaufen, in Zukunft auf die Gesellschaft und die Umwelt haben werden. Deshalb hoffen wir, dass der Trend zum Kauf nachhaltig produzierter Produkte in Zukunft weiter zunehmen wird. Vor allem bei der jüngeren Generation, zwischen 1990 und Anfang der 2000er-Jahre geboren, nimmt das Bewusstsein für einen wertebasierten Konsum zu. Sie stehen an der Spitze der Bewegung für umweltbewussten Konsum und werden daher als ‚grüne Verbraucher‘ bezeichnet.

Sie sind seit 2021 Partner von Cotton made in Africa. Warum haben Sie sich entschieden, Ihre Nachhaltigkeitsziele mit CmiA zu erreichen?

Als Lifestylemarke, die ein gutes Lebensgefühl vermittelt, baut JAJU das Sortiment seit 2020 stetig mit

umweltfreundlichen Produkten aus. Uns haben die nachhaltigen Werte von CmiA überzeugt, denn wir berücksichtigen nicht nur die Umweltauswirkungen, sondern auch die sozialen und wirtschaftlichen Aspekte unserer Aktivitäten. Durch die Zusammenarbeit mit CmiA möchten wir die koreanischen Verbraucher über nachhaltig produzierte Produkte informieren und die umfassendere Bedeutung eines wertebasierten Konsums publik machen.

Welche Möglichkeiten sehen Sie für Shinsegae auf dem südkoreanischen Markt durch den Verkauf von CmiA-gelabelten Textilien?

JAJU ist der erste CmiA-Partner und die erste Marke, die Produkte mit CmiA-Label in Asien verkauft. CmiA-gelabelte Textilien ermöglichen Verbrauchern wertebasierten Konsum und heben uns von anderen Marken ab. Außerdem denke ich, dass wir damit eindrucksvoll unterstreichen, wie wir bei JAJU und Shinsegae International nachhaltiges Management in die Praxis umsetzen.

Wie bewerben und vermarkten Sie Cotton made in Africa bei Ihren Kunden?

Um die Öffentlichkeit über unsere Zusammenarbeit mit Cotton made in Africa zu informieren, werden wir eine Pressemitteilung über unseren neuesten Partner und unser Engagement verschicken. Darüber hinaus wollen wir eine großangelegte Werbeaktion für CmiA-Produkte starten und CmiA in Stores und unserer eigenen Online-Mall umfassend bewerben. Außerdem planen wir eine Verkaufskampagne in Verbindung mit einem zukünftigen Projekt zugunsten von CmiA-Anbaugemeinschaften. Durch die Finanzierung dieses Projekts können wir die Gemeinschaften, von denen wir unsere CmiA-Baumwolle beziehen, zusätzlich unterstützen.



REPORTAGE AUF DEN SPUREN EINER KLEINBÄUERIN IN SAMBIA

Ganze sechs Seiten widmete das erstmals erschienene Nachhaltigkeitsmagazin NOW einer Reportage über die Arbeit einer Baumwollbäuerin von Cotton made in Africa aus Sambia. „Wenn Afrika aufblüht“ – unter diesem Titel erzählt der Reporter die Geschichte von Vainess Chamyolo, genannt Wisdom (Weisheit), verbunden mit der Geschichte von Cotton made in Africa. Die Leser begleiten Wisdom durch einen Tag in ihrem Leben als Kleinbäuerin. Sie erfahren, was sie durch die CmiA-Schulungen gelernt hat, beispielsweise wie sie Biopestizide herstellt, und was sich für sie im Rahmen der Verifizierung verbessert hat. Herausgeber des Magazins NOW ist die Otto Group in Kooperation mit dem Magazin GEO von Gruner + Jahr. Die Auflage der ersten Ausgabe lag bei 100.000 Exemplaren in deutscher und englischer Sprache. Im Fokus des Magazins stehen Beiträge, Reportagen und Interviews über die Herausforderungen, denen sich Unternehmen bei der Übernahme von Verantwortung im gesellschaftspolitischen Kontext stellen müssen.



In Szene gesetzt mit Motsi Mabuse

Als Cotton made in Africa Botschafterin hat die bekannte Tänzerin und TV-Ikone Motsi Mabuse erneut eine Pro-bono-Aktion gestartet. Im Juni 2021 hat sie das „Let’s Dance“-Finale in einem Kleid von Vlisco eingeläutet, einem Nachfragepartner von CmiA. Hand in Hand mit ihrem Auftritt hat die TV-Jurorin auf Social Media das Kleid in Szene und Cotton made in Africa modisch ins Rampenlicht gesetzt.



Credit: Instagram Motsi Mabuse @motsimabuse



THE GOOD CASHMERE STANDARD® SETZT MASSSTÄBE FÜR NACHHALTIGKEIT IN DER KASCHMIR- PRODUKTION

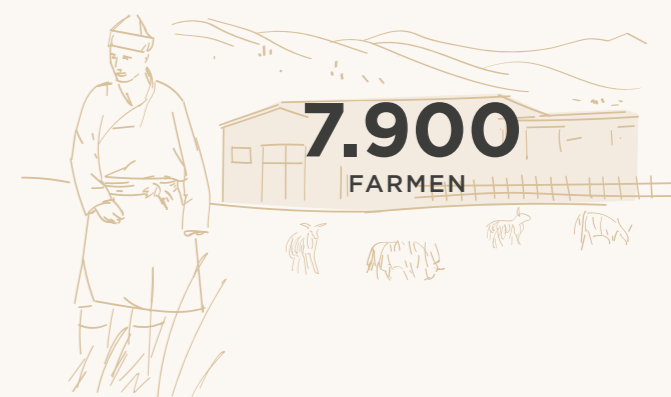


Im Jahr 2020 hat die Aid by Trade Foundation (AbTF) den The Good Cashmere Standard (GCS) als weltweit ersten unabhängigen Standard für nachhaltigen Kaschmir ins Leben gerufen – mit dem Ziel, die Haltung der Kaschmirziegen und die Arbeitsbedingungen der Farmer zu verbessern sowie die Natur zu schützen. Seit ihrer Gründung hat die Aid by Trade Foundation dazu beigetragen, dass erstmals die artgerechte Haltung der Kaschmirziegen in der Inneren Mongolei, einem der globalen Hauptproduzenten für Kaschmir, in den Vordergrund rückt und an konkreten Verbesserungen für das Tierwohl gearbeitet. Innerhalb von nur zwei Jahren hat sich der Standard rasant entwickelt, sowohl im Hinblick auf die Nachfrage als auch auf Produktionsseite. Nahezu doppelt so viel Kaschmir wie im Vorjahr wurde 2021 gemäß The Good Cashmere Standard zertifiziert und zu Textilien verarbeitet. Das ist ein echter Meilenstein für den The Good Cashmere Standard und ein wichtiger Schritt für den Textilsektor, um einen positiven Wandel anzustoßen.

DAS JAHR 2021 IN ZAHLEN

3,3 Mio.

ZIEGEN



1.300

TONNEN
GCS-ZERTIFIZIERTES
KASCHMIR



127

SPINNEREIEN &
TEXTILPRODU-
ZENTEN



6.000.000

GCS-GELABELTE
TEXTILIEN IM MARKT



30

GCS-HANDELSPARTNER



13

TEXTILPRODUKTIONS-
MÄRKTE WELTWEIT



IN ZAHLEN

7.900 Bauern

schlossen sich 2021 dem The Good Cashmere Standard an.

3,3 Millionen Ziegen waren

2021 Teil des The Good Cashmere Standards.

1.300 Tonnen Kaschmirwolle

wurden gemäß The Good Cashmere Standard zertifiziert.

30 internationale Retailpartner

aus 7 Ländern setzten den nachhaltig zertifizierten Rohstoff für ihre Produkte ein.

6 Millionen Produkte wurden mit The Good Cashmere Standard zertifizierter Kaschmirwolle produziert.

292 Medienberichte

thematisierten den The Good Cashmere Standard.

378,5 Millionen Kontakte

erreichte The Good Cashmere Standard durch die Medien.

Zweite Auditierungrunde erfolgreich abgeschlossen

Nachdem die AbTF mit The Good Cashmere Standard 2020 den Grundstein für eine nachhaltige Kaschmirproduktion gelegt hat, stand 2021 die zweite Auditierungrunde an. Durch die jährlichen Auditierungen auf Farmebene sowie auf Ebene der Buying und Dehairing Stations stellt die AbTF sicher, dass die Anforderungen des Standards an das Tierwohl der Ziegen, soziale Aspekte für die Menschen der Farm sowie Maßnahmen zum Naturschutz eingehalten werden.

In kürzester Zeit hat der The Good Cashmere Standard erstaunliche Fortschritte erzielt. Knapp 8.000 Bauern, rund drei Millionen Ziegen sowie 1.300 Tonnen Kaschmirwolle wurden 2021 erfolgreich gemäß The Good Cashmere Standard zertifiziert.

Unterstützt wird die Aid by Trade Foundation in ihrer Arbeit von lokalen Verifizierern aus China, die als unabhängige Dritte die Einhaltung des Standards überprüfen. Sie kennen die Gegebenheiten vor Ort und haben, auch aus sprachlichen und logistischen Gründen, einen guten Zugang zu den Farmern sowie zu den Buying und Dehairing Stations.

Der Auditierungsprozess besteht aus zwei Schritten: Im ersten Schritt geben die den Buying oder Dehairing Stations zugeordneten Farmer eine Selbstauskunft ab, im System auch Self Assessment Questionnaires genannt (SAQ). Darin müssen sie selbst bewerten, inwieweit sie die Kriterien des Standards erfüllt haben. Die Auswertung der Selbstauskünfte nimmt das unabhängige Auditunternehmen Elevate vor. Anschließend erfolgt auf Basis einer Risikobewertung von Elevate die Auswahl der Kaschmirfarmen für eine Überprüfung vor Ort. Dafür besuchen die lokalen Verifizierer die Farmer auf ihren Höfen sowie die an GCS beteiligten Buying und Dehairing Stations. Ziel der AbTF ist es, stichprobenartig jedes Jahr rund 10% der Farmen zu überprüfen. Bei den Buying und Dehairing Stations wird keine Auswahl getroffen, sie werden alle jedes Jahr auditiert.

Wirksame Nachbesserungen bei der Umsetzung des Standards auf den Farmen

Um sich als Farmer bzw. Buying Station/Dehairing Station gemäß The Good Cashmere Standard zertifizieren zu lassen, müssen die im Standard definierten Kriterien Core, Major und Basic erfüllt werden. Werden Verstöße gegen grundlegende Standardprinzipien, die sogenannten „Core Criteria“ festgestellt, werden die Farmen von einer Teilnahme am The Good Cashmere Standard ausgeschlossen. Bei Verstößen anderer Kriterienkategorien werden sogenannte Corrective Actions definiert. Bei Verstößen gegen Kriterien der Kategorie Major muss der Mangel direkt beseitigt werden. Bei Kriterien der Kategorie Basic muss ein definierter Fahrplan zur Beseitigung des Mangels abgearbeitet werden. Erst wenn dieser Prozess erfolgreich abgeschlossen ist, erhalten die Buying Stations für die mit ihnen verbundenen Farmen ein The Good Cashmere Standard Zertifikat, das ein Jahr gültig ist.

Die Corrective Actions sind damit ein zentrales Tool, um die Einhaltung der Standardvorgaben und somit die Qualität des The Good Cashmere Standards kurz- und langfristig abzusichern. Gleichzeitig ermöglichen

sie den Farmern, die Kaschmirproduktion sukzessive zu verbessern und dies in den folgenden Auditierungrunden zu beweisen.

Bei einem noch jungen Standard wie dem The Good Cashmere Standard gibt es gerade zu Beginn einen erhöhten Bedarf, die Farmer beim Lernen zu unterstützen und ihre Arbeitsweise positiv zu beeinflussen. Um langfristige Veränderungen zu bewirken, investiert die AbTF daher viel Energie und Zeit in die Sensibilisierungs- und Aufklärungsarbeit und wird dabei von Experten, insbesondere im Bereich Tierwohl, unterstützt und beraten. 2021 lag deshalb im Rahmen der Auditierung ein großes Augenmerk auf der Überprüfung der Korrekturmaßnahmen, der Corrective Actions. In Zusammenarbeit mit der Aid by Trade Foundation stellt ein lokaler Tierwohlexperte des Verifizierungsunternehmens Elevate sicher, dass das Management der Corrective Action Plans (CAP) mit maximaler Sachkenntnis und Expertise durchgeführt wird.

Große Nachfrage nach nachhaltig zertifizierten Tierfasern

Als erster Standard für nachhaltige Kaschmirwolle erlebt The Good Cashmere Standard eine Nachfrageexplosion.

Sowohl namhafte Retailer und Fashion Brands aus Europa als auch aus Amerika und Australien beziehen inzwischen GCS-verifizierte Kaschmir. So lautet 2021 die stolze Bilanz im zweiten Jahr seit Gründung: Über 30 internationale Lizenzpartner aus sieben Ländern, die rund 6 Millionen Produkte mit dem Label des The Good Cashmere Standards in den Handel gebracht haben.

Die Nachfrage nach Kaschmir ist in den letzten Jahren stark gestiegen. Woher der Kaschmir stammt und unter welchen Bedingungen das feine Garn produziert wurde, ist bisher kaum bekannt. Deshalb ist der Bedarf an einer nachhaltigen, zertifizierten Alternative zu herkömmlichem Kaschmir enorm – nicht zuletzt hervorgerufen durch Tierschutzorganisationen und ein verändertes Verbraucherverhalten. Immer mehr Menschen achten auf tierfreundlich produzierte Kleidung, wie auch eine aktuelle Studie der Tierschutzorganisation VIER PFOTEN belegt. Demnach sucht ein knappes Drittel der Befragten bewusst nach Kleidung, die Tierschutzstandards berücksichtigt.

Systematische Nachverfolgung schafft erstmals Transparenz über die Verarbeitung von Kaschmirwolle in der Lieferkette

Mit dem Cashmere Tracking System, kurz CATS, hat die Aid by Trade Foundation ein digitales Tracking System entwickelt, das die gesamte Menge an zertifizierter Kaschmirwolle sowie alle Aufträge für Produkte, die mit dem The Good Cashmere Standard gelabelt sind, erfasst.

Allein im Jahr 2021 waren knapp 200 Partner entlang der textilen Wertschöpfungskette vom Produzenten über die Spinnereien bis hin zum Retailer im System verzeichnet, und es konnten rund 6 Millionen Produkte von den Handelspartnern über das System nachverfolgt werden. Der The Good Cashmere Standard bietet damit aktuell ein auf dem Markt einzigartiges Online-Portal, das für dieses Maß an Transparenz und Rückverfolgbarkeit in der Kaschmirindustrie sorgt. Nach einer Weiterentwicklung von CATS 2021 wird das System auch weiterhin laufend auf seine Funktionalität hin überprüft und verbessert.

Immer mehr Menschen achten auf tierfreundlich produzierte Kleidung, wie auch eine aktuelle Studie der Tierschutzorganisation VIER PFOTEN belegt.

Wachsende Aufmerksamkeit für The Good Cashmere Standard in der Öffentlichkeit

Gemeinsam mit dem Design von Cotton made in Africa wurde auch das Design des The Good Cashmere Standards 2021 weiterentwickelt. Warm und nahbar, gleichzeitig klar und modern – so präsentiert sich das Logo, ob auf der Website, in Artikeln oder auf den Hangtags am Produkt. Den Handelspartnern bietet das modernisierte Design ideale Möglichkeiten, die Vorteile nachhaltiger Kaschmirwolle ansprechend am Produkt, am POS oder auch online darzustellen.

Der Zeitpunkt dafür ist genau richtig: Denn zunehmend mehr Unternehmenspartner setzen verstärkt auf den kommunikativen Mehrwert von The Good Cashmere Standard, sowohl in der Produkt- als auch in der Unternehmenskommunikation. Ob H&M, Peek & Cloppenburg (P&C) oder Boden, die Lifestyle-Brand aus UK, alle haben 2021 intensiv die Werbetrommel für nachhaltigen Kaschmir mit dem Label gerührt. P&C hat in seinen Stores mit Aufstellern und Werbetafeln auf den Standard aufmerksam gemacht. Die Marke Boden, deren Kleidung per Katalog oder online erworben werden kann, platzierte den The Good Cashmere Standard prominent im Onlineshop.

Auch in den Medien hat The Good Cashmere Standard die Aufmerksamkeit auf sich gezogen: 2021 stand das nachhaltige Label im Zentrum von



2022

Schulungen zum Tierwohl

Für das Jahr 2022 hat sich die AbTF vorgenommen, dass die Schulungen und die weitere Sensibilisierung der Farmer für die Themen des Tierwohls eine besondere Rolle spielen werden. Dafür wurden 2021 ein Schulungskonzept und weitere Maßnahmen zusammen mit Experten aus dem Tierwohlbereich und von Tierschutzorganisationen erarbeitet. Durch virtuelle sowie Präsenz-Schulungen, z. B. bei Themen zur Tiergesundheit sowie beim Scheren bzw. Kämmen der Kaschmirziegen, sollen die Hirten gezielt unterstützt werden.

292 Medienberichten und erzielte damit eine Reichweite von insgesamt 378,5 Millionen Kontakten. Im Vergleich zum Vorjahr ist das eine Steigerung um mehr als 147 Prozent. Sowohl Fachpublikationen wie die *Textilwirtschaft* oder das Wirtschaftsmagazin *Forbes* als auch Tageszeitungen wie das *Handelsblatt* sowie Publikumsmedien wie *Bunte* oder *Elle* haben über The Good Cashmere Standard berichtet.

Zweimal fand The Good Cashmere Standard Erwähnung im Fernsehen. Während im publikumswirksamen Format *Galileo* des Senders ProSieben ein Beitrag über das Markierungssystem von Haelixa am Beispiel von Produkten mit dem The Good Cashmere Standard ausgestrahlt wurde, drehte sich der zweite Bericht bei WISO im ZDF um das Thema Betrug in der Kaschmirindustrie. Bestnote erhielt ein Pullover von H&M, The Good Cashmere Standard-Partner der ersten Stunde.





„DIE NUTZUNG EINES HOCHWERTIGEN TIERWOHL-SIEGELS WIE DES THE GOOD CASHMERE STANDARDS IST EIN GUTER ANFANG“



Nur ein kleiner Anteil der in der Textilindustrie verwendeten Tierfasern verfügt derzeit über ein Tierwohlsiegel. Wir sprachen mit Dr. Marlene Kirchner, Tierärztin und führende Expertin für Nutztiere und Ernährung bei VIER PFOTEN, und Jessica Medcalf, Global Corporate Engagement Managerin der Organisation, über das sensible Thema Tierwohl in der Modeindustrie.



DR. MARLENE KIRCHNER

Tierärztin und führende Expertin für Nutztiere und Ernährung bei VIER PFOTEN

VIER PFOTEN setzt sich leidenschaftlich für das Thema Tierwohl in der Textilindustrie ein und sensibilisiert die Verbraucher für tierfreundliche Mode. Was genau wollen Sie erreichen?

Unsere Vision bei VIER PFOTEN ist eine Welt, in der tierfreundliche Mode die einzige Art von Mode ist. Um dies zu erreichen, ermutigen wir Modemarken, transparent und verantwortungsbewusst zu sein. Wir wissen, dass dies zu einem positiven Wandel führen wird. Wir sitzen „mit am Tisch“, bieten Mehrwert und Unterstützung und sind ein kritischer Freund der Modebranche. Wir glauben, dass das Aufzeigen guter und schlechter Praktiken, das Fördern der Entwicklung seriöser Zertifizierungsinitiativen und die Mobilisierung der Verbraucher wichtige Komponenten sind, um einen Wandel herbeizuführen.

Wie verbreitet ist das Problem des Tierleids in der Modeindustrie?

Ja, Tierleid gibt es in allen Tierfaserindustrien, aber derzeit bieten nur ganz wenige Unternehmen ein gewisses Maß an Transparenz hinsichtlich ihrer Tierwohlstandards. Dies genau versuchen wir zu ändern, sodass unzureichende Standards nicht länger verborgen bleiben. Auch die Gesetzgebung kann dazu beitragen, die Rahmenbedingungen und den Tierschutz zu verbessern. Gleichwohl müssen Unternehmen abscheuliche Haltungsmethoden und Mindestanforderungen, die Tierquälerei nicht verhindern, schnellstmöglich abstellen.

Welche Probleme bringt speziell die Kaschmirproduktion mit sich?

Es kann vorkommen, dass viele Grundbedürfnisse der Ziegen nicht ausreichend befriedigt werden, wie zum Beispiel der Zugang zu angemessenem Futter, das Weiden und der Auslauf; außerdem ein unbegrenz-

JESSICA MEDCALF
Global Corporate Engagement Managerin bei VIER PFOTEN



ter Zugang zu Wasser und tierärztlicher Versorgung sowie die Möglichkeit, natürliche und soziale Verhaltensweisen auszuüben und positive mentale Zustände zu erleben. Ziegen sind oftmals auch grausamen Praktiken ausgesetzt, beispielsweise schmerzhaften Verstümmelungen, die ohne angemessene Betäubung und Schmerzminderung durchgeführt werden. Sie werden bisweilen unter unerträglichen Bedingungen über lange Strecken transportiert und häufig ohne vorherige Betäubung geschlachtet. Während ihres gesamten Lebens leiden sie unter den Schmerzen und dem Stress während der regelmäßigen Haarentfernung, bei der ihnen zudem die Beine zusammengebunden werden. Überdies kann das Scheren und Kämmen die Haut der Ziegen verletzen und zu Schmerzen und Infektionen führen. Das gewaltsame Festhalten oder Anbinden in einer liegenden Position für die Dauer der Haarentfernung ist für die Tiere, insbesondere für trächtige Ziegen, unglaublich stressig und kann sowohl beim Muttertier als auch beim ungeborenen Zicklein Verletzungen verursachen. Wenn Ziegen bei kaltem Wetter geschoren werden, versterben manche von ihnen aufgrund der plötzlichen Temperaturbelastung durch das Entfernen der Unterwolle, da sie kein gleichmäßig verteiltes Körperfett haben.



2020 hat die Aid by Trade Foundation den The Good Cashmere Standard eingeführt – den weltweit ersten Standard für nachhaltig produzierten Kaschmir aus der Inneren Mongolei. Was sind die wichtigsten Aspekte des Standards aus Tierwohlsicht?

VIER PFOTEN ermutigt die Herausgeber von Standards, dem Five-Domains-Modell für Tierwohl zu folgen. Es berücksichtigt, wie sich die Umwelt, in der die Tiere leben, die Ernährungsqualität, der Gesundheitszustand und die Verhaltensinteraktionen, einschließlich derjenigen mit Menschen, auf den mentalen Zustand der Tiere auswirken. Das Hauptziel ist die Gewährleistung eines guten psychischen Zustands der Tiere, und um dies zu verwirklichen, muss ein ganzheitlicher Ansatz verfolgt werden. Dementsprechend müssen die Standards sicherstellen, dass die Grundbedürfnisse der Tiere befriedigt, artspezifische Ressourcen zur Verfügung gestellt und grausame Haltungsmethoden, die Schmerzen, Qualen und Angst verursachen, unterlassen werden.

Was können Textilunternehmen und Modemarken tun, um das Tierwohl bei der Gewinnung von tierischen Fasern zu fördern?

Leider haben Modemarken und Textilunternehmen keine Tierwohlwissenschaftler in ihren Teams, und während manche den direkten Kontakt zu ihren Lieferanten suchen, verlassen sich die meisten Mar-

ken auf Tierwohlsiegel. Die Nutzung eines hochwertigen Tierwohlsiegels wie des The Good Cashmere Standards ist ein guter Anfang! Die meisten anderen Siegel, die es heute für die verschiedenen tierischen Fasern gibt, garantieren leider kein angemessenes Tierwohlniveau. Deswegen würden wir es begrüßen, wenn Modemarken nicht nur die verfügbaren Tierwohlsiegel nutzen, sondern auch mit deren Herausgebern zusammenarbeiten und diese unterstützen, um das Niveau anzuheben.

Welche Maßnahmen ergreift VIER PFOTEN, um das Tierwohl in der Modeindustrie zu steigern, insbesondere um Verbrauchern zu helfen, informierte Entscheidungen zu treffen?

Mit „Wear it Kind“ haben wir eine Rahmenkampagne gestartet, die Verantwortungsbewusstsein sowie Mitgefühl wecken und fördern soll. Damit wollen wir erreichen, dass die Tiere, deren Erzeugnisse für alle wichtigen textilen Lieferketten genutzt werden, auf ein ausgezeichnetes Tierwohlniveau kommen. Im Rahmen dieses Programms wenden wir uns vor allem an Modemarken, Textilunternehmen und Verbraucher und klären sie auf. Wir beteiligen uns aber ebenso an der Entwicklung von Standards und engagieren uns auf allen Ebenen der Branche. Darüber hinaus ist VIER PFOTEN beratend für Gruppen wie die OECD oder das IMVO-Bündnis für nachhaltige Textilien der niederländischen Regierung tätig.



„EIN DIGITALER FINGERABDRUCK SICHERT DIE RÜCKVERFOLGBARKEIT UND ECHTHEIT VON KASCHMIR“

Als Technologiepartner entwickelt und realisiert das Unternehmen Tailorlux einen optischen Fingerabdruck für vielfältige Materialien und Produkte und schafft damit Transparenz und Materialauthenzität. Seit 2021 kooperiert das Unternehmen mit dem The Good Cashmere Standard by AbTF. Welche Chancen daraus für die textile Kette entstehen, erläutert Tobias Herzog, Geschäftsführer von Tailorlux, im Interview.

The Good Cashmere Standard ermöglicht mit dem von Tailorlux entwickelten System IntegriTEX Transparenz und Rückverfolgbarkeit in der textilen Kette. Wie funktioniert das System konkret?

Die Technologie basiert auf Licht emittierenden Materialien, sogenannten Lumineszenzpigmenten. Die anorganischen Pigmente, wir nennen sie auch Marker, werden individuell hergestellt. Sie sind deutlich kleiner als die zu markierenden Fasern und tragen einen unverwechselbaren Fingerabdruck. Um Kaschmirwolle zu markieren, wird sie mit den Pigmenten angereichert. Sie werden so zum festen Bestandteil der Fasern und machen den Rohstoff physikalisch rückverfolgbar.

Wie wird die Markierung überprüft?

Die Markierung kann mit einem Handsensor schnell und unkompliziert gescannt und ausgelesen werden. Dabei prüft ein Algorithmus im Hintergrund, ob das aufgenommene Lichtspektrum mit dem spektralen Fingerabdruck der hinterlegten Referenzprobe übereinstimmt.

Warum ist die Sicherstellung der Transparenz gerade in der Verarbeitung von Kaschmir so wichtig?

Kaschmirfasern sind hochwertige Rohstoffe und aufgrund der Marge der erhöhten Gefahr von Produktfälschung ausgesetzt. Der Echtheitsnachweis von Kaschmirwolle liefert Unternehmen und Marken Sicherheit darüber, dass wirklich Kaschmirwolle im Produkt eingesetzt wurde. Zudem wünschen sich immer mehr Verbraucher nachweislich nachhaltige Produkte. Gerade das Tierwohl spielt für viele eine entscheidende Rolle bei der Kaufentscheidung. Der Echtheitsnachweis in Verbindung mit den Auflagen des The Good Cashmere Standard bietet eine optimale Kombination für eine bewusste Entscheidung.

Das Verfahren ist relativ aufwendig. Ist es dennoch geeignet, in der Textilbranche und hier insbesondere im Massenmarkt weiter ausgerollt zu werden?

Unsere Erfahrung zeigt, dass nur solche Markierungsverfahren akzeptiert werden, die keinen Einfluss

auf den Produktionsprozess haben. Da jede Naturfaser, egal ob Baumwolle oder Kaschmir, vor der Verspinnung homogen vermischt wird, nutzen wir einen schon bestehenden Prozess, um die Markierung einzubringen. Der Hersteller kann also in gleicher Geschwindigkeit weiter produzieren.

Der Ansatz der Markierung ist für die Textilbranche noch neu und stößt in eine Nische. Welche Chancen ergeben sich daraus für Retailer?

Wir machen Fasern im Prozess des Verspinnens, Strickens oder in der Weberei maschinenlesbar. Die Textilbranche hat damit die Chance, erstmals echte Produktionsdaten über ihre Bezugsquellen zu erhalten. Mit unserem physischen Echtheitsmerkmal geht der The Good Cashmere Standard einen neuen und innovativen Weg.

Was ist Ihre Vision für die Zukunft der Textilbranche mit Blick auf das Thema Transparenz in der textilen Wertschöpfungskette?

Durch die Digitalisierung könnte die textile Wertschöpfung einfacher kontrolliert werden. Wir haben schon 2021 gezeigt, wie es mit nur einem Sensor pro Kardenlinie möglich ist, die Mischung kompletter Baumwollpartien zu überwachen. Diese Überwachung anhand von Livedaten aus der Produktion ist auch am laufenden Meter des Flächentextils möglich. Der ‚Content Claim‘ auf dem Label des Endprodukts wäre mit echten Daten hinterlegt und vorherige Transaktionen auf Basis der Materialauthentifizierung komplett digital abrufbar.



TOBIAS HERZOG
Geschäftsführer bei der Tailorlux GmbH

„DER THE GOOD CASHMERE STANDARD® FÜLLT EINE WICHTIGE LÜCKE FÜR DAS TIERWOHL IN DER TEXTILKETTE“

Madelene Ericsson Ryman gehört zum Team für Resource Use & Circular Impact in der Abteilung für Globale Nachhaltigkeit der H&M-Gruppe und repräsentiert das Unternehmen im Beirat von The Good Cashmere Standard. Warum sie den Schlüssel für Tierwohl in der Zusammenarbeit mit den Menschen sieht, die tagtäglich mit Kaschmirziegen arbeiten – das erläutert sie im Interview. Sie spricht auch darüber, welche Anstrengungen die H&M-Gruppe unternimmt, um nachhaltiger zu werden.

H&M steht für Fast Fashion. Kann Fast Fashion jemals nachhaltig werden?

Wir verstehen uns als ein Unternehmen, das Menschen auf der ganzen Welt hilft, sich durch erschwingliche Mode und Designs auszudrücken. Das sollte nicht als etwas Schlechtes angesehen werden. Das eigentliche Problem ist das zugrunde liegende System, das geändert werden muss. Unser Unternehmen möchte Teil dieses Veränderungsprozesses und dieser Entwicklung sein. Wir möchten daher das fortsetzen, was wir jetzt tun, und uns gleichzeitig unabhängiger vom Ressourcenverbrauch machen. Deshalb bemühen wir uns sehr darum, sowohl bei unserer Arbeitsweise als auch bei der Beschaffung unserer Materialien kreislauffähiger zu arbeiten.

Als einer der größten Einzelhändler der Welt möchte die H&M-Gruppe ihre Textilien auf eine nachhaltigere Art und Weise produzieren, bei der Menschen, Tiere und die Natur respektvoll behandelt werden. Wie wichtig ist das Tierwohl in diesem Zusammenhang für Ihre Kunden?

Tierwohl ist ein Thema, das unseren Kollegen und Kunden sehr am Herzen liegt. Wir haben seit 2014 eine Tierwohrichtlinie aber bereits seit den frühen 2000er Jahren arbeiten wir daran, Materialien zu verbieten, die nicht mit unseren Werten übereinstimmen. Unser Ziel ist es, dass 100 Prozent unserer Materialien bis zum Jahr 2030 entweder recycelt oder auf eine nachhaltigere Weise beschafft werden. Bis 2025 sollen 30 Prozent unserer Materialien recycelt werden und bis Ende 2025 sollen alle tierischen Fasern von Farmen stammen, die nach glaubwürdigen Tierwohlstandards zertifiziert sind.



MADELENE ERICSSON RYMAN
Wirtschaftsexpertin für ökologische Nachhaltigkeit bei der H&M Group

Welche Schritte haben Sie bereits unternommen, um auf den wachsenden Wunsch der Verbraucher nach nachhaltig produzierten Textilien zu reagieren, die das Tierwohl nicht beeinträchtigen?

Wir als Marke benötigen glaubwürdige Tierwohlstandards, auf die wir uns verlassen können. Aus diesem Grund haben wir uns mit Tierwohlorganisationen sowie mit anderen Marken und Akteuren in unserer Lieferkette zusammengetan, um Lösungen zu finden, die für die gesamte Branche funktionieren. Wir können uns jedoch nicht nur auf die Anforderungen an das Tierwohl konzentrieren, sondern müssen auch die Umwelt und die Menschen, die in den Betrieben arbeiten, berücksichtigen. Es ist wichtig, die Landwirte zu belohnen, die die Extrameile gehen, um Verbesserungen für die Tiere zu erreichen, und deutlich zu machen, dass Investitionen in die Tiere dazu beitragen können, die Betriebe langfristig widerstandsfähiger zu machen. Der Schlüssel zum langfristigen Tierwohl liegt also in der Zusammenarbeit mit den Menschen, die täglich mit den Tieren arbeiten. Das ist es, was die Aid by Trade Foundation unserer Meinung nach so gut macht: auch die Perspektive der Landwirte im Auge zu behalten.

Die H&M Gruppe ist Partner von The Good Cashmere Standard und verwendet zertifiziertes Kaschmir für ihre Produkte. Wann sind Sie beigetreten und warum?

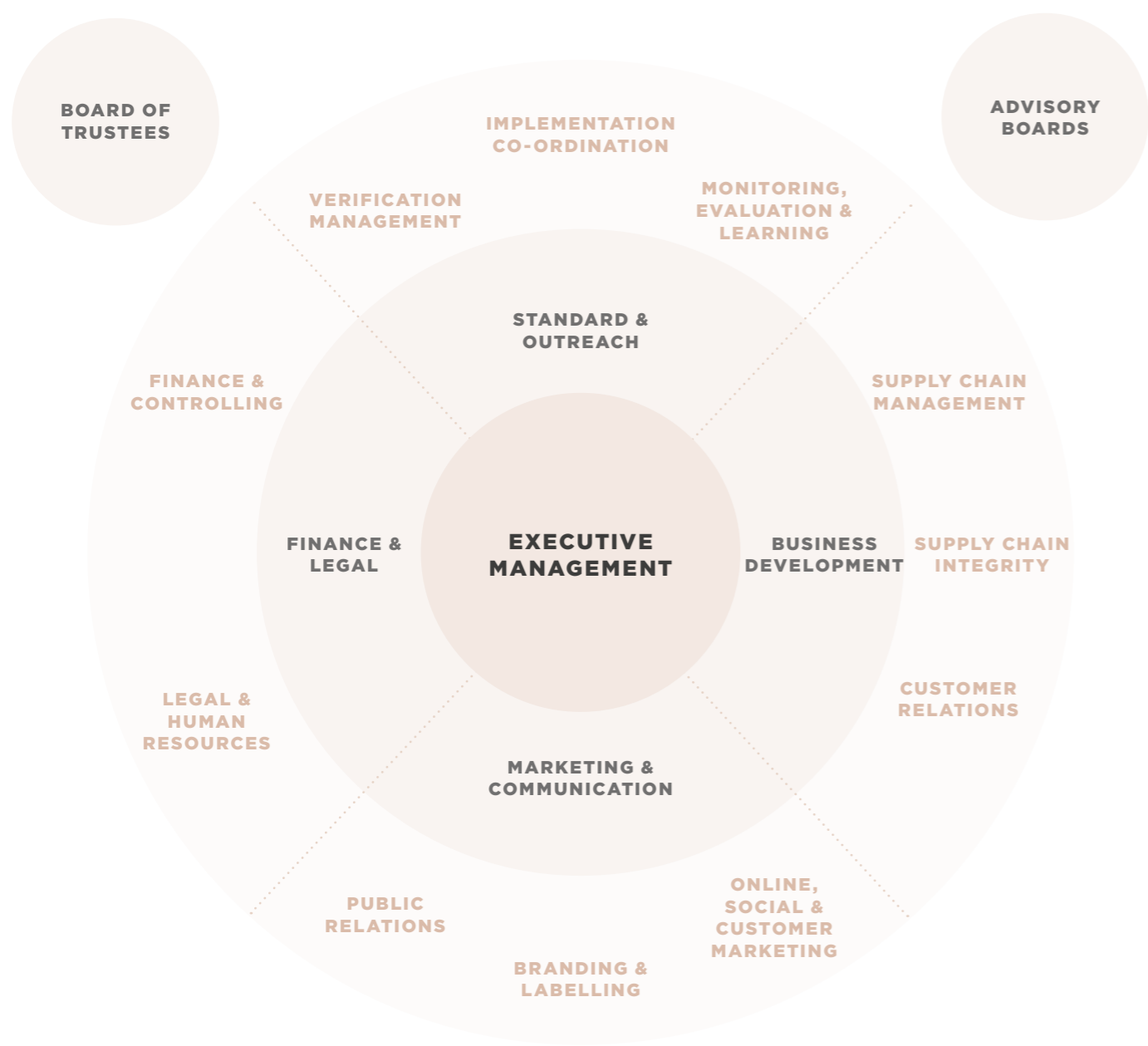
Wir sind dem Standard gleich nach seiner Gründung beigetreten und gehörten zu den ersten Unternehmen, die die zertifizierten Fasern bezogen haben. In unseren Augen füllt der The Good Cashmere Standard eine wichtige Lücke, denn bevor er ins Leben gerufen wurde, gab es schlichtweg keine guten Kaschmirstandards, die Tierwohl, Umwelt und soziale Belange berücksichtigten. Für uns als Marke ist das langfristige Engagement der Aid by Trade Foundation mit dem The Good Cashmere Standard auch deshalb wichtig, weil sich die Landwirte darauf verlassen können, dass es einen Markt für ihren Kaschmir gibt, wenn sie ihn nachhaltiger produzieren.





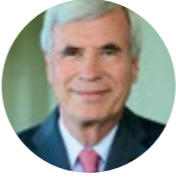









DIE AID BY TRADE FOUNDATION

ORGANISATIONSSTRUKTUR



DAS AID BY TRADE FOUNDATION KURATORIUM

Das Kuratorium der Aid by Trade Foundation ist mit führenden Persönlichkeiten aus Nichtregierungsorganisationen, der öffentlichen Hand und der Wirtschaft international besetzt. Es trägt dafür Sorge, dass die übergeordneten Ziele der Stiftung umgesetzt werden und besteht aus mindestens sechs und höchstens zwölf Mitgliedern. Dem Kuratorium gehörten zum 31. Dezember 2021 folgende Personen an:

- | | | | |
|---|--|---|---|
|  | PROF. DR. MICHAEL OTTO
Stifter und Vorsitzender des Kuratoriums / Aufsichtsratsvorsitzender der Otto Group |  | DR. WOLFGANG JAMANN
Stellvertretender Vorsitzender des Kuratoriums / Generaldirektor International Civil Society Centre |
|  | EBERHARD BRANDES
Geschäftsführender Vorstand des WWF Deutschland |  | DR. MARIA FLACHSBARTH
Parlamentarische Staatssekretärin beim Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung |
|  | OLAF GIESELER
Geschäftsführer der CURATAX Treuhand GmbH Steuerberatungsgesellschaft |  | PROF. DR. JOHANNES MERCK
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



DER CMIA-BEIRAT

Der Beirat von Cotton made in Africa ist mit namhaften Vertretern verschiedener Interessensgruppen international besetzt. Mit ihrer verschiedenen gelagerten Expertise sind die Beiräte wichtige Diskussionspartner und Berater der Geschäftsführung. Dem Beirat gehörten zum 31. Dezember 2021 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
Member of Executive Board
REWE Group Buying GmbH
Chairman of the Board &
Non-Executive Director
REWE Far East Limited



JOHANNA VON STECHOW
Leiterin
Abteilung Umweltschutz
Tchibo GmbH



OLAF TSCHIMPKE
Vorsitzender
NABU International Naturschutz-
stiftung 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 verschiedenen gelagerten Expertise sind die Beiräte wichtige Diskussionspartner und Berater der Geschäftsführung. Dem Beirat gehörten zum 31. Dezember 2021 folgende Personen an:



ALVA CHEUNG
General Manager Marketing
Erdos Sheng Lin Ltd



MADELENE RYMAN ERICSSON
Environmental Sustainability
Business Expert
H&M Group



ANNA HEATON
Fiber and Materials Strategy Lead
Animal Materials
Textile Exchange



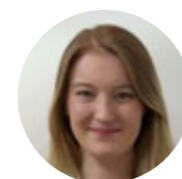
HEIKE HILLEBRECHT
Bereichsleiterin Einkauf
Peter Hahn GmbH



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 UNTERNEHMENSPARTNER VON CMIA 2021



ORGANISATIONSSTRUKTUR

EINE AUSWAHL DER UNTERNEHMENSPARTNER VON GCS 2021



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
Christina Ben Bella
Isabelle Großkopf

Text
Dörthe Hiddemann

Gestaltung
Katrin Grimm, studioblend.de

Fotografien
Malicky S. Boaz
Martin J. Kielmann
Michaela Kuhn
Otto Group
Erdos Cashmere Group

Druck
WirmachenDruck.de

Lektorat
Verena Gaupp

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.

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

Dieser Bericht ist auch in englischer Sprache erhältlich und steht zum Download unter https://cottonmadeinafrica.org/wp-content/uploads/CmiA_Annual-Report_2021.pdf 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 Kleinbauern und Handelsunternehmen sowie Modemarken entlang der globalen textilen Wertschöpfungskette. Das Ziel der Initiative ist, durch Handel Hilfe zur Selbsthilfe zu leisten und so die Lebensbedingungen von rund einer Million Baumwollbauern und deren Familien in Subsahara-Afrika zu verbessern sowie die Umwelt zu schützen. Die Kleinbauern profitieren von Schulungen und besseren Arbeitsbedingungen, zusätzliche soziale Projekte ermöglichen ihren Kindern den Schulbesuch und Kleinbäuerinnen werden in ihrer beruflichen und gesellschaftlichen Unabhängigkeit gestärkt.

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

Aid by Trade Foundation

Gurlittstraße 14 · 20099 Hamburg

Telefon: +49 40 25 76 75 50

E-Mail: info@abt-foundation.org

www.cottonmadeinafrica.org

www.thegoodcashmerestandard.org