



Grußwort

Fünf Jahre hessnatur Stiftung, das bedeutet fünf Jahre angewandte Nachhaltigkeit, aber auch fünf Jahre Nähe und Vertrauen von Unternehmen, Institutionen und weiteren Stakeholdern, die Qualität und Know-how über die textile Wertschöpfungskette im Sinne der Nachhaltigkeit zu schätzen und zu nutzen wissen.

Vor 45 Jahren gründete Heinz Hess hessnatur. Aus Sorge darüber, wie sich die Herstellung von Mode auf die Gesundheit von Menschen und Ökosystemen auswirkt, hat er sie einfach selbst gemacht – mit eigenen, nachhaltigen und fairen Standards – und hat damit aus einer Selbstverständlichkeit heraus FAIR FASHION erfunden. Es folgte 1991 das weltweit erste Bio- Baumwollprojekt, mit dem hessnatur bereits zu einem Zeitpunkt auf Nachhaltigkeit setzte, an dem noch niemand wusste, was Nachhaltigkeit überhaupt ist.

Seitdem hat sich viel getan. Im Jahr 2020 ist Öko-Mode als Fair Fashion im Mainstream angekommen. *Sustainability* ist ein Megatrend. Ökologie und Menschenrechte sollen in der Lieferkette nun gesetzlich verankert werden. Ein großer Schritt in diesem Jahr, gegen den aber auch sehr viel Widerstand laut wurde – auch aus der Textilbranche.

Es gibt noch viel zu tun in der heutigen Welt, die aus dem Gleichgewicht geraten ist, mit immer offensichtlicheren dramatischen Auswirkungen auf Ökosysteme und Menschen. Der Stifter wünscht der hessnatur Stiftung, dass sie weiterhin kraftvollen Impact leistet, um *Sustainability* nachhaltig in der Gesellschaft zu manifestieren.

Der besondere Dank des Stifters geht an Rolf Heimann, das gesamte Team *und an das Kuratorium* der hessnatur Stiftung für ihren maßgeblichen Beitrag, die Gesellschaft und die Textilbranche nachhaltig zu bewegen und zu verändern.



Andrea-Sibylle Ebinger

Editorial

Dieses Jahr war natürlich auch für die hessnatur Stiftung ein Besonderes. So haben wir ab Frühjahr fast komplett auf Homeoffice umgestellt; darauf waren wir aber gut vorbereitet, da wir das auch vorher schon teilweise gehandhabt hatten. Das Jahr 2020 war ein Jahr der Konsolidierung; haben unsere Kräfte gebündelt.

Aber es war auch ein spannendes Jahr: In der Zusammenarbeit mit der MaxTex Vereinigung haben wir uns sehr stark in die neugegründete MaxTex Academy eingebracht. Hier geht es um Capacity Development auf B2B-Ebene im weitgefassten Bereich der Nachhaltigkeit.. Wir werden ab 2021 etliche Seminare, Workshops und Fachgespräche anbieten: Es ist eine wunderbare Plattform, um unseren Stiftungsauftrag nach Verbreiterung angewandter Nachhaltigkeit nachzukommen.

Sehr schöne Highlights waren auch zwei Geburten im Kreis unserer Mitarbeiter:innen (Aurélie und Jonathan). Da haben wir alle mitgefiebert.

Noch eine wirklich gute Nachricht: In diesen Zeiten ist das Thema Nachhaltigkeit mit Schwerpunkten Circular Economy , Offset & Kompensation und Unternehmensverantwortung noch stärker geworden. Wir sind darauf sehr gut vorbereitet und bauen unsere Kompetenz stetig aus. Es gibt hier neue Module zur Unterstützung und Förderung. Schauen Sie mal auf unsere Website.

Und ich freue mich über die Wiederwahl zum Vorstand; ich werde weiterhin mit großer Energie und Leidenschaft für holistische Nachhaltigkeit eintreten.

Wir schauen weiterhin optimistisch und voller Energie ins neue Jahr.

Herzliche Grüße



Ihr Rolf Heimann

Inhaltsverzeichnis

Editorial



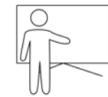
Events

2



Stakeholder Dialog

8



Awareness & Capacity Building

16



Students

22



Projects

30



Inhouse

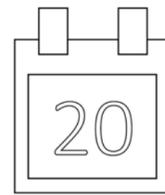
36

hessnatur Stiftung

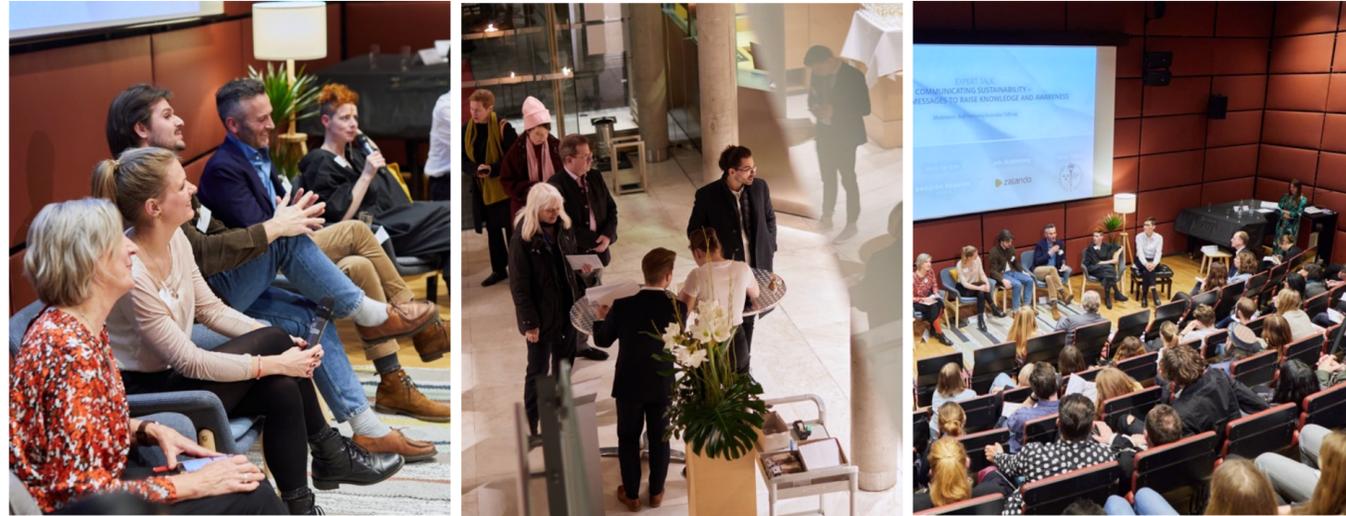
48

Impressum

50



Events



THE FUTURE OF FASHION – SHIFT TOWARDS SUSTAINABLE CONSUMPTION

Im Rahmen der Eventserie THE FUTURE OF FASHION begrüßten die Schwedische Botschaft und die hessnatur Stiftung die mehr als 150 Gäste, um den Beginn der Fashion Week 2020 mit einem gemeinsamen Austausch zum Thema *nachhaltiger Konsum* einzuläuten. Das Seminar SHIFT TOWARDS SUSTAINABLE CONSUMPTION wurde in Kooperation mit dem Swedish Institute, Swedish Fashion Council sowie Borås Stad ausgerichtet. Expert:innen verschiedenster Stakeholder-Gruppen, beispielsweise Vertreter:innen aus Brands, Verbänden und Wissenschaft führten eine inspirierenden Austausch vor und mit dem geladenen Publikum.

Words of Welcome

Die ersten Begrüßungsworte richtete Botschafter Per Thöresson an die Gäste und verdeutlichte in seiner Ansprache, dass die Veranstaltung ein deutliches Statement im Kontext nachhaltiger Konsum setzen soll. Rolf Heimann, CEO der hessnatur Stiftung verwies in seiner Begrüßung auf die Notwendigkeit eines Multi-Stakeholder-Austauschs, um Nachhaltigkeit in der textilen Kette ganzheitlich zu integrieren. Kajsa Guterstam vom Swedish Institute schloss die Begrüßungsrunde mit Ihrer Wahrnehmung einer zunehmenden Nachfrage an nachhaltigen Produkten seitens der Schwedischen Konsument:innen. Sie verdeutlichte, dass sich die Modegleichung für sie über das Thema Recycling lösen lässt und dass Nachhaltigkeit die oberste Priorität hat.

Präsentation

Im Anschluss an den ersten Programmteil von Moderatorin Kajsa Guterstam übergab sie die Bühne an drei Expert:innen aus den Bereichen Wissenschaft und Industrie, die ihr Wissen und ihre Erfahrungen in Form von Präsentationen mit den sehr interessierten Gästen teilen.

Carolyn Ermer, Researcher an der HTW University of Applied Sciences, bevorzugt in ihrer Key Note-Präsentation the responsible fashion user den Begriff Verbraucher gegenüber Konsument, um die Herausforderungen einer Transformation hin zum nachhaltigen Konsum anzugehen. Der Verbraucher muss intrinsisch motiviert sein und von außen Unterstützung erhalten. Um die Gebrauchsphase zu verlängern, empfiehlt sie auf verschiedene Ansätze zurückzugreifen: care & connect, share & rent sowie shop & give.

Mit ihrem Beitrag vertiefte Hannah Holden, verantwortlich für die Bereiche Sales und Kommunikation bei atacac, den Themenbereich Digital Design. Anschaulich präsentierte sie dem Publikum das Konzept und die Vorteile von Prototypen, die digital gestaltet werden und erklärte die neue Zusammenarbeit mit Kunden auf Basis eines Kleidungsstücks als Avatar. Hannah Holden beendete ihre Präsentation mit dem Statement, dass nachhaltiger Konsum umsetzbar ist ohne dass die Mode dabei an Kreativität verliert.

Kevin Gelsi, Sustainability Coordinator bei Nudie Jeans, machte in seiner Präsentation deutlich, dass Brands heutzutage eine erweiterte Produktverantwortung haben, die über den Verkauf von textilen Erzeugnissen hinausgeht. Insofern teilte er einen Einblick in die Verantwortung, die Nudie Jeans entlang der gesamten Wertschöpfungskette bis hin zur Kreislaufschließung übernimmt.

Podiumsdiskussion

Im Programm folgte ein geführtes Fachgespräch, an dem vier Expert:innen unter der Moderation von Rolf Heimann teilnahmen. Zum Thema *Communication sustainability – simplified messages to raise knowledge and awareness* wurde ein Deutsch-Schwedischer Austausch zwischen den folgenden Teilnehmer:innen initiiert:

- Anosha Wahidi, Head of Division, Federal Ministry for Economic Cooperation & Development (BMZ)
- Maria Sandow, Director/ Senior Expert, Swedish Trade Federation/ Swedish Fashion Council
- Jade Buddenberg, Senior Corp. Responsibility & Sustainability Manager, Zalando
- Jacob Östberg, Professor of Advertising & PR, Stockholm University

Get-together

Im Anschluss wurden die Gäste und Speaker zu einem Empfang bei schwedischen Delikatessen und Live-Musik eingeladen, um das Programm in angenehmer Atmosphäre in den Räumlichkeiten der Nordischen Botschaften Felleshus ausklingen zu lassen.

Die hessnatur Stiftung bedankt sich insbesondere bei der Schwedischen Botschaft sowie allen Kooperationspartner:innen, die eine Ausrichtung der Konferenz in so angenehmer Atmosphäre unterstützt haben. Zudem richtet sich unser Dank an die teilnehmenden Expert:innen, die an diesem Abend einen sehr wertvollen und dringend benötigten Austausch zwischen verschiedenen Stakeholdern in den Prozess gebracht haben.



THE TODAY FUTURE IN DAILY LIFE – HOW CAN ARTIFICIAL INTELLIGENCE HELP IN CREATING A MORE SUSTAINABLE FUTURE?



Auf Initiative des Unternehmensberaters Frederik Schütz fand Anfang Januar 2020 ein interdisziplinärer Workshop in Berlin statt, der erörtert hat, *welche Rolle künstliche Intelligenz im breiten Spektrum der Nachhaltigkeit einnimmt*. Verbindende Referate von internationalen Expert:innen aus unterschiedlichen Branchen deckten das breite Spektrum an Aspekten ganzheitlich ab.

Gemeinsam mit Frederik Schütz eröffnete Rolf Heimann den Workshop mit einem Keynote Referat zum Thema Sustainable Supply Chain Analysis. Fokussiert wurden der Themenbereich Ökologie und die Anforderungen an Unternehmen ihre Lieferkette nachhaltiger zu gestalten. Daran anschließend teilten weitere Experten u. a. aus den Bereichen Wissenschaft, Beratung, Politik und Smart Water Technologies ihr Wissen und gingen mit den Teilnehmenden in den Austausch.

Der Intention des Organisators folgend, wurden Implementierungsansätze angeregt, um Nachhaltigkeit von einem theoretischen Konzept zu entheben und in das tägliche Leben zu verankern. Insofern wurden Teilnehmende, Redner:innen und Organisator:innen im Rahmen des zweitägigen Workshops miteinander in den Austausch gebracht, um nicht nur entscheidende Themen zu diskutieren, sondern auch Kontakte zu knüpfen und lokale Gemeinschaften entstehen zu lassen.



Weitere Aktivitäten:

Munich Fabric Start

Vortrag "Der Weg zum Grünen Knopf – Wie bereite ich mein Unternehmen auf die Zertifizierung vor?" (Jan 20)

Neonyt

Besuch und Analyse des internationalen Hub für Nachhaltigkeit und Innovation (Jan 20)



Stakeholder Dialog



DER INTERNATIONALE VERBAND DER NATURTEXTILWIRTSCHAFT (IVN): HEIKE HESS IM GESPRÄCH MIT ROLF HEIMANN

IVN Geschäftsstelle:

Herr Heimann, man liest manches über die Auswirkungen der Corona-Krise auf die Nachhaltigkeitsdiskussion. Was denken Sie: Wie wird die Diskussion zum ethical business zukünftig aussehen?

Rolf Heimann:

In Zukunft wird es noch wichtiger sein, nicht zu kurz zu denken. Irritierend finde ich solche Ankündigungen wie die, die Produktionen wieder nach Deutschland zu holen. Dabei ist es unter Nachhaltigkeitsaspekten doch wichtiger wie produziert wird, nicht wo produziert wird. Auch eine bengalische Näherin hat ein Recht auf Arbeit vor allem jetzt in der Krise, da die Situation in den südlichen Ländern verheerend ist, wie wir wissen.

Nachhaltigkeit in globalen Lieferketten ist derzeit natürlich insgesamt eine riesige und komplexe Diskussion. Spannend wird sein, wie breit wir sie führen und wie reflektiert wir mit unseren jetzigen Erfahrungen handeln.

Also wird sich Ihrer Meinung nach der Nachhaltigkeitsbegriff tatsächlich verändern? Um welche Aspekte wird es gehen?

Wir arbeiten im „Think Tower“ der Stiftung mittels einer Matrix kontinuierlich an der Begrifflichkeit für holistische Nachhaltigkeit. Dieser „Holistic Approach“ besteht zur Zeit aus drei Themenfeldern mit Produkt, Unternehmen und Konsumentin; diese Themenfelder verknüpfen wir mit den Säulen Produktentwicklung, nachhaltige Produktion, Arbeitsbedingungen, Fair-Trade Relations, Unternehmenskultur, Geschäftsmodelle und Nachhaltiger Konsum. Innerhalb dieser Säulen gibt es dann etliche Indikatoren, anhand derer man eine „Individuelle Definition von Nachhaltigkeit“ vornehmen kann - es gibt nicht „die“ Nachhaltigkeit. Aspekte wie Transparenz und Partizipation werden sicherlich neben Kreislauffähigkeit an Bedeutung gewinnen. Schauen Sie auf unserer Website, dort ist es anschaulicher erläutert. <http://hessnatur-stiftung.org>

Ist das der Paradigmenwechsel in der textilen Welt, von dem Sie schon seit längerer Zeit sprechen?

Im Grunde genommen: Ja. Der aktuelle Paradigmenwechsel mit Transparenz und Wissen entlang der Wertschöpfungskette wird sich zukünftig um Begriffe wie Partizipation und nachhaltige Resilienz erweitern. An diesen Denkmodellen arbeitet die hessnatur Stiftung. Und dabei ist uns Eines ganz wichtig: Immer anwendungsbezogen zu denken; Konzepte und Modelle müssen umsetzbar sein, müssen messbar und steuerbar sein.

Zum jetzigen Zeitpunkt weiß niemand, wie schnell sich die Branche erholen wird - wir müssen zudem akzeptieren, dass es sich hier um einen Prozess handelt. Und Prozesse

brauchen ihre Zeit. Aber man sollte jetzt ganz bewusst eine unternehmerische Entscheidung für die Nachhaltigkeit der Marke fällen. Die gute Nachricht dazu: Nachhaltigkeit ist ein Wertetreiber!

Wichtig ist natürlich auch, dass sich das Bewusstsein für ganzheitliche Nachhaltigkeit bei den verschiedenen Stakeholdern entwickelt, nicht nur bei den Marken. Ein Indikator für diese Entwicklung könnte übrigens die Entwicklung und Verbreitung des Grünen Knopfes - an den wir glauben- sein.

Das sind deutliche Worte. Wie fließen diese Erkenntnisse in die Arbeit der hessnatur Stiftung ein?

Wir haben ein Tool entwickelt, mit dem wir Brands und Unternehmen zu einem individuellen Nachhaltigkeitskonzept verhelfen. Nach einem Aufnahmeprozess und einem gemeinsamen Workshop erstellen wir ein maßgeschneidertes Nachhaltigkeitskonzept für die Marke. Es berücksichtigt verschiedene Anforderungen, z.B. Erwartungen von Konsumenten, Kompatibilität mit Siegeln wie dem Grüner Knopf, RSL und MRSL Anforderungen etc. Das wird sehr gut angenommen und ist tatsächlich auch in diesen Zeiten sehr erfolgreich, weil es simplifiziert, preiswert ist und sehr praktikabel.

Wir machen die Erfahrung, dass viele Firmen diese Zeit nutzen, um sich im Bereich Nachhaltigkeit besser aufzustellen. Das ist doch eine gute Nachricht!



„ICH BRAUCHE EINE MEILENSTEINKETTE“

Nachhaltigkeits-Experte Rolf Heimann von der Hessnatur Stiftung über Wertewandel, Ansprüche an und Grenzen von Sustainability

Rolf Heimann hatte sich schon der Nachhaltigkeit verschrieben als sie in der Mode nur ein Thema für „Exoten“ war. Auch wenn der Chef der Hessnatur-Stiftung von seinem Tun überzeugt ist, ist er nicht missionarisch unterwegs. Ein Gespräch über die Effekte von Corona, Eco-Kapseln und darüber, dass sich Tempo und Sustainability nicht ausschließen.

TW: Herr Heimann, Sie müssen glücklich sein. Corona hat dem Thema Nachhaltigkeit einen Schub verliehen, oder?
Rolf Heimann: (lacht) Das ist so, aber

das es nun das Lie wird. Das sorgt für frage nach Lösung wollen nicht reagie Das ist ein Untersc

Viele Unternehmen ganz andere Sorge die nackte Existenz
Ja, viele haben es g nutzen jetzt tatsäch sich mit Nachhaltig Das ist bei den Mit wie bei Workwear Anbietern oder gar

Sind Sie sicher, da doch eine Eintagsf
Ist es nicht. Es hat gefunden. Die Unt kann, dass Nachh ist, neben Qualität Nachhaltigkeit ist unser Institut scho

TW (Ulrike Wollenschläger):

Herr Heimann, Sie müssen glücklich sein. Corona hat dem Thema Nachhaltigkeit einen ordentlichen Schub verliehen oder?

Rolf Heimann: (lacht) Das ist so, aber glücklich, im Sinne von den ganzen Tag lachen, bin ich nicht. Denn es gibt auch viele Länder, darunter Indien, Peru und Tadschikistan, in denen wir derzeit gar nicht arbeiten können. Das ist nicht gut. Allerdings sind in der Tat seit der Corona-Pandemie viele Unternehmen deutlich sensibilisierter für das Thema Sustainability. Es sind einige Mittelständler aus der Modebranche dazu gekommen, mit denen ich vorher nicht gerechnet hätte. Aber, dass Corona der einzige Treiber war, würde ich nicht behaupten. Das, was wir gerade erleben, sind die Resultate von vielen Jahren, die Corona und zuvor schon Greta Thunberg sicher beschleunigt haben.

Und dennoch brauchte es offenbar eine Art Initialzündung.

Stimmt, man hat jahrelang gesprochen, viele haben was getan und doch dauert es, bis der Moment reif ist. Dann multipliziert sich das alles. Das sieht man auch daran, dass es nun das Lieferkettengesetz geben wird. Das sorgt für Nervosität und Nachfrage nach Lösungen. Die Unternehmen wollen nicht reagieren sondern agieren. Das ist ein Unterschied.

Viele Unternehmen haben aber aktuell ganz andere Sorgen. Bei ihnen geht es um die nackte Existenz.

Ja, viele haben es gerade schwer. Aber viele nutzen jetzt tatsächlich die Gelegenheit, sich mit Nachhaltigkeit zu beschäftigen. Das ist bei den Mittelständlern genauso wie bei Workwear Companies, Luxusmode-Anbietern oder ganz kleinen Firmen.

Sind Sie sicher, dass Sustainability nicht doch eine Eintagsfliege ist?

Ist es nicht. Es hat ein Wertewandel stattgefunden. Die Unternehmen haben erkannt, dass Nachhaltigkeit ein Wertetreiber ist, neben Qualität und Prozessoptimierung. Nachhaltigkeit ist ein wesentlicher Faktor. Nachhaltigkeit als Wertetreiber proklamiert unser Institut schon länger und nun wird es uns auch zurückgespiegelt.

Reicht einen Wert zu haben wirklich aus, um ein komplettes Business zu verändern?

Sie brauchen eine Transparenz über die komplette Kette und die Kenntnis darüber, sonst lässt sich das Textil-Business nicht mehr betreiben. Das heißt, die Beschaffungsstrategien müssen überarbeitet werden. Dabei ist es wichtig, dass die Nachhaltigkeitsanforderungen gleich integriert werden. Konkret geht es um drei Punkte: Konzept, Strategie,

Struktur.

Was heißt das konkret?

Eine Marke braucht ein individuelles Nachhaltigkeitskonzept. Das muss in eine Strategie umgesetzt und die Strukturen entsprechend angepasst werden. Und das ist für jedes Unternehmen individuell. Die Ansprüche eines Discounters beispielsweise sind andere als bei einem Unternehmen wie Armedangles. Das sage ich ganz wertneutral, denn es muss nicht jeder ein Hessnatur sein.

Wenn man die Nachhaltigkeits-Diskussionen verfolgt, bekommt man aber schon den Eindruck, dass nur ein bisschen „grün“ nicht geht.

Die Ansprüche an Qualität und Quantität sind unterschiedlich. Das kann man nicht über einen Kamm scheren, sondern muss individuell vorgehen. Nachhaltigkeit ist ein breites Thema, das von Materialpolicies, zu Kreislaufwirtschaft bis zu CO2-Bilanzen reicht. Da kann eine Marke doch ganz viele unterschiedliche Geschichten erzählen.

Aber ganz ohne geht nicht.

Nein, ich spüre da wirklich eine Ernsthaftigkeit. Die Diskussionen gehen zum einen von den Verbrauchern aus, soll heißen, die Target Groups spielen das Thema. Und zum anderen von den Mitarbeiter:innen. Für sie spielt neben anderen Faktoren inzwischen auch die Identifikation mit der Marke, für die sie arbeiten eine große Rolle. Dabei wird schon hinterfragt, welche Produkte bzw. Werte sie bietet. Außerdem geht es um Alleinstellungsmerkmale. Das haben ganz viele verschlafen. Eine Monomarkte steht für Qualität, Story Telling und auch für Nachhaltigkeit.

Auf den Nachhaltigkeitszug sind zuletzt viele konventionelle Hersteller aufgesprungen. Oftmals mit einer Kapsel. Reicht das?

Die beste Strategie ist, einen Schritt zurückzugehen und sich zu fragen, „wo stehe ich?“ Dann analysiere ich meine Beschaffungskette. Erst mal nur eine grüne Kapsel anzubieten, bringt nicht so viel, weil die Herausforderungen nicht auf das ganze Unternehmen hochmultipliziert werden.

Was heißt das?

Das Wissen, das ich mir durch die Kapsel angeeignet habe, hat nicht zwangsläufig das ganze Unternehmen. Aber es braucht es. Die Designer:innen und Einkäufer:innen müssen genauso gut Bescheid wissen wie Geschäftsführer:innen.

„ICH BRAUCHE EINE MEILENSTEINKETTE“ – INTERVIEW IN DER TEXTIL WIRTSCHAFT (AUSGABE 40/2020)

Nachhaltigkeits-Experte Rolf Heimann von der hessnatur Stiftung über Wertewandel, Ansprüche an und Grenzen von Sustainability



Die Learnings müssen adaptiert werden; Nachhaltigkeit braucht einen Holistic Approach, wie wir das in unserem Institut formulieren.

Also doch gleich das ganze Programm?

So absolut würde ich das nicht sagen. Ich muss zunächst akzeptieren, dass ich mich nicht an Nachhaltigkeits-Marktführern orientiere, sondern meinen eigenen machbaren Weg gehe. Das ist aber auch nicht schlimm. Was ich brauche, ist eine Meilenstein-Kette, bei der ich einen nachhaltigen Schritt nach dem anderen gehe. Dann ist das, was ich mache, nämlich auch kein Greenwashing. Soll heißen, lieber erst mal weniger machen, das aber grundsollide und ganzheitlich.

Treibt so ein Vorgehen Nachhaltigkeit wirklich voran?

Es geht, wie eingangs schon mal erwähnt, um Qualität und Quantität. Es braucht einerseits die Vorreiter wie Vaude, Armedangles, Hessnatur. Aber es braucht auch Unternehmen wie C&A, die Quantität schaffen. Diese Konzerne gehen dann halt in Schritten vor, starten vielleicht mit Bio-Baumwolle, Arbeitsbedingungen, dann kommt das nachhaltige Färben, und irgendwann die Kreislaufwirtschaft. Wenn man das macht, muss aber die externe Kommunikation wirklich sehr gut sein, sonst landen wir doch wieder beim Greenwashing.

Aber gerade mit der Kommunikation über Sustainability tun sich viele schwer, auch weil sie sich angreifbar machen.

Stimmt. Eine Brand muss sehr gut überlegen, was sie kommuniziert – intern und extern.

Wer nachhaltig produziert, muss lange vorplanen und früh beschaffen. Gerade das ist in Zeiten, wo es mehr denn je um Kurzfristigkeit geht, schwierig.

Ist es nicht. Wenn ich Nachhaltigkeitsrichtlinien habe, ist es nur eine Frage der Aktionsgeschwindigkeit. Mit welchen Lieferanten arbeite ich? Haben sie einen Code of Conduct oder etwas anderes, das mir wichtig ist? Die Unternehmen müssen sich fragen, wo Nachhaltigkeit innerhalb ihrer Beschaffungsstrategie eine Rolle spielt. Wenn sich diese Strategie ändert, beispielsweise, weil Kurzfristigkeit eine größere Rolle spielt, dann ändert sich auch die Gewichtung von Nachhaltigkeit.

Können Sie das bitte genauer erklären?

Bestellmengen ändern sich, Rhythmen ändern sich, die Ambitionen ändern sich. Und der Artikel passt sich schrittweise meinen Nachhaltigkeitsanforderungen an. Wenn ich Nachhaltigkeit in meinem Unternehmen verbindlich mache, dann muss ich akzeptieren, dass es einige Zeit dauert. Vielleicht bin ich in eineinhalb Jahren

erst bei 30% und in fünf Jahren bei 50%. Aber das ist ok. Irgendwann bin ich nämlich bei 100% oder auch nicht.

Aber sollte das nicht das Ziel sein?

Ich habe nicht die Denkweise, dass nur 100% Nachhaltigkeit wirklich gut sind. Man muss sich vielmehr die einzelnen Aspekte ansehen und sich fragen, wo kann ich im Kleinen die Dinge verändern? Wo sind die Brennpunkte in meinen Prozessen? Die optimiere ich dann. Und das geht eben mal in großen Schritten und manchmal auch nur in kleinen. Was für mich allerdings nicht geht, ist die Entscheidung, nichts in Sachen Nachhaltigkeit zu machen. Man kann doch nicht einfach den Kopf in den Sand stecken.

Auch aufgrund der aktuellen wirtschaftlichen Lage drücken viele Unternehmen gerade bei der Beschaffung wieder extrem auf den Preis. Mit Nachhaltigkeit ist das nicht vereinbar.

Kann es durchaus sein. Man muss immer schauen, was vertretbar ist. Bio-Baumwolle ist teurer als konventionelle. Gut, dann führe ich sie halt erst mal schrittweise ein. Wer für sich entschieden hat, dass Sustainability sein Story Teller ist, der wird an anderen Punkten Einsparungen vornehmen. Wer mir sagt: ‚Nachhaltigkeit ist mir zu teuer‘, dem antworte ich immer mit dem Satz: ‚billig kann ich mir nicht leisten‘.

Wo ist die Grenze von Nachhaltigkeit?

Es gibt nicht die eine Grenze. Wir müssen akzeptieren, dass es individuelle Definitionen gibt.

Also kann jeder so machen, wie er denkt?

(lacht). Ok, ok. Es gibt eine Grenze nach unten, die wird von den gesetzlichen Anforderungen gebildet. Die sind derzeit noch niedrig, werden aber höher werden. Allein schon durch das Lieferkettengesetz wird es für alle anspruchsvoller. Eine Grenze nach oben sehe ich nicht. Die wird beispielsweise durch den Klimawandel und die Überbevölkerung gerade wieder ausgeweitet.

 Stakeholder Dialog

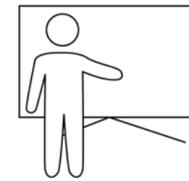
Weitere Aktivitäten:

Servitex Beiratssitzung

Zweite Beiratssitzung zu den Themen Digitalisierung,
Nachhaltigkeit, Human Relations und Hygiene mit Dr.
Alexandra Woithe
(Dez 20)

**INKOTA Veranstaltungsreihe "Immer auf dem Laufenden
sein!"**

Vortrag „Welche Schuhe soll ich kaufen? Möglichkeiten und
Grenzen von Siegeln und Zertifizierungen“ (Nov 20)



Awareness & Capacity Building



Time for a coffee-break?
Time for a MaxTex – Webinar
by hessnatur-Stiftung!



Ein Webinar der



TIME FOR A COFFEE-BREAK – TIME FOR A MAXTEX- WEBINAR



MaxTex ist eine 2014 gegründete internationale Vereinigung von Textilherstellern, Konfektionären, Rohstoff-Produzenten, Textil-Dienstleistern, wissenschaftlicher Institutionen und jungen Start-ups. Sie verbindet das Ziel, nachhaltiges Handeln über die gesamte textile Wertschöpfungskette sicherzustellen.

Die hessnatur Stiftung ist seit März 2016 Mitglied bei MaxTex und unterstützt den intensiven und vertrauensvollen Austausch mit den verschiedenen Stakeholdern, um gemeinsam an nachhaltigen Lösungsansätze zu arbeiten.

Das Jahr 2020 hat einen Wandel in der Durchführung von Veranstaltungen, Workshops und Seminaren hervorgerufen. Die globale Corona-Pandemie hat es erforderlich gemacht, sich nunmehr online zu begegnen, um sich zu den relevanten Themen angewandter Nachhaltigkeit austauschen zu können.

Die internationale Multi-Stakeholder-Vereinigung MaxTex hat unter der Leitung der hessnatur Stiftung daher im Frühjahr 2020 die zweiteilige Webinar-Reihe *Time for a coffee-break - Time for a MaxTex-Webinar* initiiert. Den mehr als 100 interessierten Teilnehmenden aus den Bereichen B2B und B2C wurden in insgesamt sieben Webinaren Nachhaltigkeitsaspekte zu den Themen Basiswissen sowie nachhaltige Fasern vermittelt.

Die erste Webinar-Reihe *Nachhaltige Rohstoffe, Fasern und Materialien* unterstützte die Teilnehmenden dabei, eine unternehmensspezifische Sourcingstrategie für nachhaltige Natur- und Chemiefasern zu entwickeln. Im Vordergrund stand die Frage, wie die konventionelle Fasergewinnung bzw. -herstellung im Vergleich zur nachhaltigen zu bewerten ist.

Die zweite Webinar-Reihe „What makes the difference – Basiswissen Nachhaltigkeit“ fokussierte Nachhaltigkeitsaspekte entlang der gesamten textilen Wertschöpfungskette. Ausgehend von einer Vertiefung des internationalen Paradigmenwechsels in Richtung angewandte Nachhaltigkeit wurden Herausforderungen und Lösungsansätze hinsichtlich aller Stufen, von der Rohstoffgewinnung bis hin zur Kreislaufschließung, diskutiert.

Die Referent:innen waren Dr. Alexandra Woithe und Julian Schütz.

*„Inhalte wie gewohnt von
Maxtex/hessnatur Stiftung professionell
und sehr kompetent präsentiert!“
Rolf Slickers, Geschäftsführer Servitex*

*„Das Seminar war übrigens sehr
gut, mein Team war sehr begeistert“
Isabelle Schmidt, Partner,
WEITBLICK*



WORKSHOP SOZIALE KRITERIEN – ETHIK UND SOZIALAUDITS UND IHRE AUDITIERUNGSSYSTEME

Unter der Leitung unserer SA8000 LEAD Auditorin Petra Katzenberger und Rolf Heimann fand im Juni dieses Jahres ein zweitägiger digitaler Workshop zum Thema Soziale Kriterien statt. Mehr als 20 Teilnehmenden aus Ministerien und Institutionen, die die Gütesicherung und Kennzeichnung im Bereich Umwelt und Sozialstandards in der Textil- und Bekleidungsindustrie verantworten, gingen mit unseren Expert:innen in den Austausch.

Die Ziele des anwendungsorientierten Workshops waren die Vermittlung eines Überblicks von relevanten Sozialstandards/Auditsystemen sowie das Erlangen von Sicherheit seitens der Teilnehmenden bei der Prüfung der sozialen Kriterien.

Workshop Tag 1

Mit Beginn des Workshops stand zunächst der intensive Wissensaufbau im Vordergrund. Unsere Mitarbeiter:innen teilten ihr Expert:innenwissen mit den Teilnehmenden und vermittelten wertvolle Grundlagen zu Ziel und Zweck von Sozialaudits sowie der Marktentwicklungen von Standards, Normen und Richtlinien. Der erste Tag endete mit einem Überblick zu Auditsystemen sowie einer Risikobewertung einzelner Produktionsländer.

Workshop Tag 2

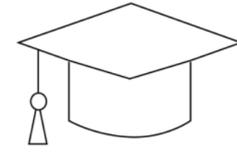
Anschließend an die Inhalte des ersten Tages wurden Audits und Auditprozesse intensiv betrachtet und wertvolle Handlungsempfehlungen vermittelt. Im Vordergrund standen der Austausch zu u. a. Prüfungsschwerpunkten sowie die Methodik, Ergebnisaufbereitung und der Umgang mit Korrekturplänen.

Durch unterschiedliche didaktische Methoden konnte der Workshop die Teilnehmenden interaktiv in die Besprechung und Erarbeitung von Lösungen einbeziehen und so eine optimale anwendungsorientierte Wissensvermittlung garantieren. Die hessnatur Stiftung ist sehr erfreut über das positive Feedback der Teilnehmenden zu unserem ersten mehrtägigen digitalen Workshop.

Die Referent:innen waren Petra Katzenberger und Rolf Heimann.

„[...] Ich denke ich spreche für alle, wenn ich sage, dass wir aufgrund Ihrer informativen und praxisnahen Ausführungen einen großen Schritt vorangekommen sind, das komplexe Themenfeld der Sozialkriterien und Audits besser zu verstehen [...]“

*Grit Körber-Ziegengeist,
Wissenschaftliche Mitarbeiterin,
Umweltbundesamt*



Students



INTERVIEW JESSICA FRENZEL – PRAKTIKANTIN HESSNATUR STIFTUNG

Dein dreimonatiges Praktikum in der hessnatur Stiftung hat im November 2020 begonnen.

Welche Schwerpunkte unserer Stiftungstätigkeit haben Dich zur Bewerbung bewogen?

Zu meiner Bewerbung hat mich der praxisnahe Ansatz und die strategische Beratung der hessnatur Stiftung bewogen. In einer Zeit, in der unternehmerische Sorgfaltspflichten entlang der gesamten Lieferkette immer mehr gefordert werden, ist es besonders wichtig, Nachhaltigkeit für Unternehmen anwendbar zu machen. Des Weiteren war ein zentraler Punkt meiner Bewerbung die Einbindung meiner Masterarbeit in aktuelle, praxisrelevante Problemstellungen durch die Kooperation mit der hessnatur Stiftung und ihrer Expertise in der Branche.

An welche bisherigen beruflichen und persönlichen Leistungen konntest Du mit Beginn des Praktikums anschließen?

Vor meinem Praktikum in der hessnatur Stiftung habe ich mich bisher besonders intensiv mit der Perspektive der deutschen Entwicklungszusammenarbeit auf Produktionsländer und Sozialstandards in der öffentlichen Beschaffung auseinandergesetzt. Im Zuge dessen war ich bereits im Textilbündnis bei der Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) als Praktikantin tätig, wo ich zu der Beratung des Bundesministeriums für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) zu aktuellen Entwicklungen und Fragen der Nachhaltigkeit in Textil-Lieferketten beitragen durfte. Darauf aufbauend habe ich ein Forschungspraktikum bei dem Deutschen Institut für Entwicklungspolitik (DIE) absolviert. Während dieses Praktikums erarbeitete ich eigenständig eine umfassende Hintergrundstudie zu Verifikationssystemen für Nachhaltigkeit in globalen Lieferketten, welche von der öffentlichen Hand in Ausschreibungen angewandt werden können.

Wie hast Du das Stiftungsteam in seiner Beratungstätigkeit und Projektgestaltung bisher unterstützen können?

Das Team der Stiftung durfte ich in allen anfallenden Aufgaben der Unternehmensberatung unterstützen. Dies umfasste unter anderem die Erarbeitung eines Code of Conduct, Beiträge zu Policies und Recherchen zu verschiedenen Materialien, Fasern und Standards. Auch durfte ich an einem digitalen Workshop zur Kreislauffähigkeit mitwirken, indem ich aktuelle politische und rechtliche Vorschriften auf nationaler und europäischer Ebene recherchierte und vorstellte. Ebenso arbeitete ich an Projekten der Öffentlichkeitsarbeit, beispielweise durch Ideen zur Überarbeitung des

Jahresberichtes.

Inwieweit hat sich Dein Nachhaltigkeitsverständnis hinsichtlich der textilen Wertschöpfungskette mit Verlauf Deiner Arbeit in der Stiftung verändert?

Durch mein Praktikum in der Stiftung hat sich mein Verständnis der Nachhaltigkeit in Textil-Lieferketten vor allem hinsichtlich des holistischen Prinzips erweitert, welches im Zentrum der Stiftungsarbeit steht. Weiterhin habe ich mich zuvor schwerpunktmäßig mit Sozialstandards innerhalb der Lieferkette auseinandergesetzt. Besonders spannend war es zu sehen, welchen Einfluss auch ökologische Faktoren für Unternehmen spielen.

Ebenso haben Einblicke in die Produktion von Textilien auf Unternehmensebene, wie Strategien beim Material- und Faserseinsatz, mein Wissen ergänzt.

Wie wird es für Dich nach dem Praktikum bei der hessnatur Stiftung weitergehen?

Nach Beendigung meines Praktikums fange ich an, meine Masterarbeit in Kooperation mit der hessnatur Stiftung zu schreiben. In dieser Arbeit soll beleuchtet werden, inwiefern Unternehmen ganzheitlich ihren Sorgfaltspflichten nachkommen können, wie es beispielsweise der deutsche Aktionsplan Wirtschaft und Menschenrechte oder ein kommendes Lieferkettengesetz fordert. Auch soll dabei herausgestellt werden, welche Herausforderungen es bei der Umsetzung geben kann. Im Rahmen dessen entwickle ich ein Tool, welches es Unternehmen praxisnah ermöglichen soll, die an sie gestellten Anforderungen umzusetzen. Nach Beendigung meines Masterabschlusses plane ich weiterhin, mich beruflich im Themenfeld Nachhaltigkeit in der Textilindustrie weiterzuentwickeln.



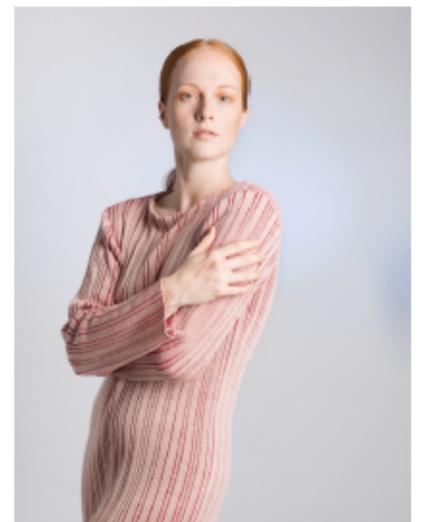
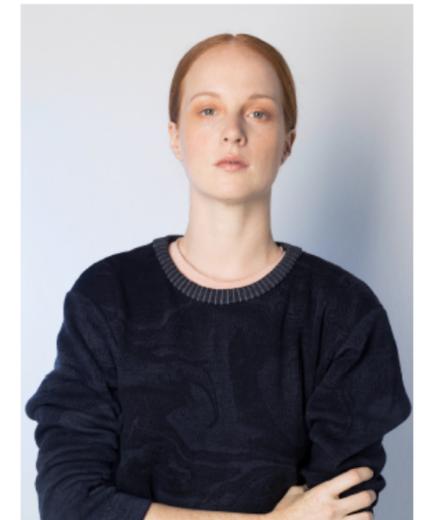
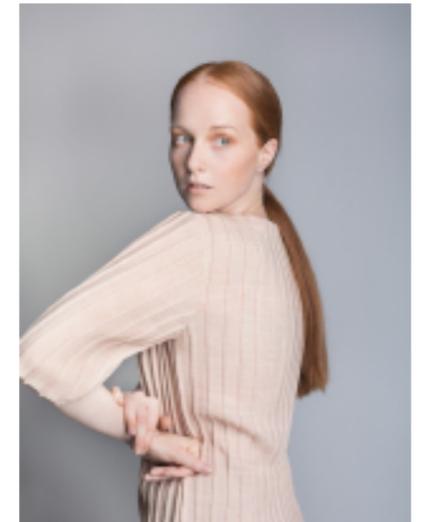
NOMINIERUNG NACHHALTIGKEITS- UND FÖRDERPREIS

In den Jahresberichten 2018 und 2019 wurde ausführlich über die Kooperation und Betreuung der Masterarbeiten von Sarah Maria Schmidt und Lisa Weißmann berichtet. Die hessnatur Stiftung freut sich mitteilen zu können, dass beide Masterprojekte national Beachtung gefunden haben.

Lisa Weißmann konnte mit ihrer Masterarbeit zum Thema biobasierte Kunststoffe überzeugen und wurde von der HTW Berlin für den Förderpreis der Wilhelm-Lorch Stiftung 2021 vorgeschlagen. Ziel ist es, den qualifizierten Branchennachwuchs der Textil- und Bekleidungsbranche zu fördern und die Weiterbildung zu unterstützen. Über die Vergabe der Förderpreise entscheidet ein Kuratorium Anfang 2021.

Darüber hinaus erhielt die SeaCell™ Strickkollektion "Raw Lines", die Schwerpunkt der Masterarbeit von Sarah Maria Schmidt war, eine Nominierung für den Deutschen Nachhaltigkeitspreis Design 2021. Diese erstmalig ausgelobte Kategorie fokussiert Produkte und Dienstleistungen, die einen Beitrag zur Transformation leisten und dem Konsumenten eine nachhaltige Alternative bieten.

Die hessnatur Stiftung wünscht den Nominierten viel Erfolg für die Preisvergabe und alles Gute für die weitere Umsetzung der Projektarbeiten.





INTERVIEW OLIVIA FISCHER – SCHÜLERPRAKTIKANTIN HESSNATUR STIFTUNG

Wie bist du mit dem Thema Nachhaltigkeit in der Textil- und Bekleidungsindustrie in Berührung gekommen?

Während meines Praktikums bei der hessnatur Stiftung habe ich mich zum ersten Mal mit Nachhaltigkeit in der Textil- und Bekleidungsindustrie beschäftigt und überraschend viel in der kurzen Zeit von 3 Wochen mitnehmen können. Bei dem Gedanken Nachhaltigkeit, habe ich offen gestanden nie groß darüber nachgedacht, dass auch die Art und Weise der Textilproduktion hier eine große Rolle spielt. Doch schnell habe ich spannende und komplexe Vorgänge rund um das Thema Nachhaltigkeit in der Textil- und Bekleidungsindustrie erklärt und veranschaulicht bekommen. Da ich zum Einstieg erstmal selbst erarbeitete Vorgänge zur textilen Kette und Nachhaltigkeit mithilfe einer Power Point mit dem Büro teilen konnte, hatte ich für die restliche Zeit eine gute Grundlage und konnte somit ein wenig einfacher verstehen, warum und wie genau die hessnatur Stiftung so arbeitet.

Welche Informationen zum Thema Nachhaltigkeit hat dir die Schule bisher vermittelt?

In meiner Schule gibt es den sogenannten *Naturschutzdienst*, dem eine gewisse Anzahl an Schülern beitreten muss. Dort wird sich meistens darum gekümmert, Vogelhäuser zu bauen oder Frösche von den Straßen einzusammeln.

Ansonsten wird bei uns auch immer wieder darauf hingewiesen, beim Einkaufen auf Plastiktüten zu verzichten und eigene Tüten von zu Hause mitzunehmen. Auch das Thema Recycling ist bei uns sehr wichtig. Umgesetzt wird dies, indem es auf dem Gelände verteilt Eimer gibt, in die wir unsere Plastikflaschen mit Pfand hineinwerfen können. Diese werden dann eingelöst und das gewonnene Geld dient der Schülerschaft. Somit gibt es auch einen gewissen Reiz für die Schüler, ihre wiederverwertbaren Flaschen abzugeben.

Trotzdem denke ich, dass es erstrebenswert ist, der Schülerschaft weiterhin vermehrte Alternativen zu einem nachhaltigerem Lebensstil zu ermöglichen.

Welche neuen Erkenntnisse zum Thema Nachhaltigkeit konntest du im Rahmen des Schülerpraktikums für dich gewinnen?

Im Laufe meines Schülerpraktikums habe ich eine Menge an neuem Wissen zum Thema Nachhaltigkeit mitnehmen können, da ich durch die ständige Begleitung von Frau Klipper und Frau Woithe immer die nötige Unterstützung erhalten habe.

Für mich wichtig ist gewesen, zu verstehen, was genau eine Textilie nachhaltig macht und ob sie sich schon im Grundbaustein zu konventionellen Materialien unterscheidet oder ob es dann letztendlich nur auf die Verarbeitung ankommt.

Ich habe verstanden, dass wenn es um Nachhaltigkeit geht, es nur ganz selten Dinge gibt, bei denen man sagen kann, dass sie hundertprozentig nachhaltig sind, aber man sich eben für die ganz wichtigen und wesentlichen Faktoren entscheiden muss. Die hessnatur Stiftung sowie die Hess Natur-Textilien GmbH sind stetig dabei neue und bessere Alternativen zu finden, um bestmöglich nachhaltig zu produzieren und an andere Unternehmen vermitteln zu können.

Inwieweit möchtest du das Thema Nachhaltigkeit nach Beendigung des Schülerpraktikums weiterverfolgen?

Da es für mich erst einmal wieder zurück in die Schule geht, habe ich leider nicht wirklich die Möglichkeit mich weiter durch Erfahrungen mit dem Thema auseinander zu setzen, aber dennoch möchte ich auch an meiner Schule weitergeben, was ich hier mitnehmen durfte, da ich denke, dass es noch viel zu wenige Leute gibt, die von nachhaltiger Mode wissen. Gerade in meinem Alter wird ausschließlich auf das Design der Klamotten geachtet und deshalb finde ich es wichtig mit Markenbeispielen zu zeigen, dass Mode nachhaltig und auch schön sein kann. Denn die jüngere Generation über Nachhaltigkeit zu informieren, ist die einzige Möglichkeit sicher zu stellen, dass sich auch in der Zukunft etwas tun wird und mehr Menschen bewusster ihre Kleidung auswählen.



Weitere Aktivitäten:

Student-Talk Austausch mit Studenten der Artevelde University in Ghent (Belgien)
Thema: Holistic Sustainability (Jan 20)

Teilnahme an Kolloquium der Masterabsolventin Lisa Weißmann, HTW Berlin
Funktion des Zweitgutachters zum Thema "Analyse biobasierter Kunststoffe und Entwicklung einer Nachhaltigkeitsbewertung für die Textil- und Bekleidungsbranche" (Feb 20)

Experteninterview mit Bachelorabsolventin Emilia Stadler, HTW Berlin
Nachhaltigkeitsbewertung Regeneratfasern und Marktentwicklung innovative Lösungsansätze (Jul 20)

Experteninterview mit Bachelorabsolventin Tanja Janko, Hochschule Reutlingen
Bachor-Thesis zum Thema "Von einem bestehenden Geschäftsmodell lernen- Das Geschäftsmodell der Weltläden zur Adaption auf die Modebranche mit dem Fokus auf die Kundenakzeptanz" (Jun 20)

Experteninterview mit Masterabsolventin Anna Kleihues, HTW Berlin Masterthesis
Thema: "Transparenz in der Textil- und Bekleidungsindustrie mit Hilfe von Blockketten"



Projects



HESSEN-LEINEN – REGIONALES ANBAUPROJEKT

Zu Beginn des Jahres fand in Butzbach das jährliche Verbundtreffen statt, an dem sowohl die Bio-Bauern, hessnatur als auch die Projektleitung, hessnatur Stiftung, teilgenommen haben. Bereits seit 15 Jahren wird infolge dieses von hessnatur initiierten Projektes in Hessen Bio-Faserleinen angebaut. Anfang 2020 konnten mit den Bio-Landwirten erneut die Anbauflächen für eine weitere Saison vereinbart werden.

Zur Optimierung der Ernteprozesse hat hessnatur, nicht nur Projektpartner:innen sondern auch Abnehmer:innen des Bio-Leinens, die Landwirte in 2020 mit dem Kauf einer neuen Ernte-/ Wickelmaschine aus Belgien unterstützt. Im August konnte das Leinen nach erfolgtem Rotteprozesse somit besser aufgenommen und aufgerollt werden.

In Deutschland gibt es bereits seit vielen Jahren keine Leinenspinnerei mehr; die bisherige Spinnerei in Ungarn wurde leider auch geschlossen. Die hessnatur Stiftung hat daraufhin nach intensiver Recherche einen neuen Kooperationspartner finden können, eine Langfaser-Nassspinnerei an der Masurischen Seenplatte, in der die Garne bis NM24 ausgesponnen werden können. In ganz Europa ist dieses Unternehmen wohl eine der letzten Langfaser Leinenspinnereien.

Durch das Festigen dieser Strukturen sind wir sehr optimistisch, dass dieses Projekt auch weiterhin fortgeführt wird. Wir sind ein bisschen stolz, mitteilen zu können, dass es sich um das letzte deutsche Langfaser-Leinen-Anbauprojekt handelt. Auch unsere Partner, die Bio-Landwirte, zeigen ein hohes Maß an Idealismus, damit wertvolles Wissen um Faserleinen in Deutschland nicht endgültig verloren geht.

- Biolandhof Caspersch
www.caspersch-hof.de
- Demeter Hof Schwalmtal
<https://www.demeterhof-schwalmtal.de>
- Demeter-Hof Haberlach





PROJEKTUNTERSTÜTZUNG START-UP – NON-WOVEN

Eine intensive Auseinandersetzung mit dem Thema Recycling von textilen Produktionsabfällen wurde von der Textildesignerin Anne Richter in ihrer Masterarbeit an der Burg Giebichenstein Halle durchgeführt. Die Materialstudie untersucht, wie industrielle Pflanzen-Naturfaser-Abfälle zu einer neuen Stoffqualität verarbeitet werden können.

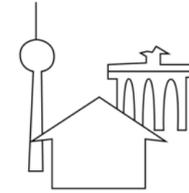
Diese Arbeit wurde für den Bundespreis Ecodesign 2020 in der Kategorie Nachwuchs nominiert. In Zusammenarbeit mit Kristin Nebauer (Künstlerische Mitarbeiterin der Burg Giebichenstein) soll in einem Forschungsprojekt ein Textil entwickelt werden, welches zu 100% aus Recycling-Naturfasern besteht. Die hessnatur Stiftung berät und unterstützt dabei das Vorhaben, eine umweltbewusste und ressourcenschonende Lösung für die textile Kreislaufwirtschaft zu entwickeln.



Weitere Aktivitäten:

Delegation Tadschikistan

Besuch der Multi-Segment-Messe ISPO Munich und Begleitung einer Delegation aus Tadschikistan, mit der bereits 2019 im Rahmen der Machbarkeitsstudie (Exportleistungsfähigkeit des tadschikischen Baumwollsektors) zusammengearbeitet wurde. Zusätzlich gab es einen Store-Check bei Green-Fashion Retailern.
(Jan 20)



Inhouse



NEUEINSTELLUNGEN – ERWEITERUNG UNSERES STIFTUNGSTEAMS

Wir freuen uns sehr, dass wir im Jahr 2020 gleich mehrere neue Mitarbeitende in unserem Team begrüßen durften. Mit ihren unterschiedlichen Qualifikationen und Praxiserfahrungen bringt jeder einzelne von ihnen ein wertvolles Expert:innenwissen mit und ergänzt unser bisheriges Stiftungsteam. Unserem größer werdenden Team ist es auch in Zeiten von Home-Office sehr schnell gelungen zusammenzuwachsen und wir blicken den neuen, spannenden Projekten gemeinsam entgegen.

Julian Schütz, Head of Business Development

Julian ergänzt seit Frühjahr 2020 das Leitungsteam der Hessnatur Stiftung. Als studierter Betriebswirt der Fachhochschule Münster mit Schwerpunkt auf internationalem Management und Controlling sammelte er in seinem bisherigen Werdegang mehrjährige Erfahrungen auf unterschiedlichen Stufen der Textilindustrie. Durch Tätigkeiten in der Textilentwicklung, im Bereich der nachhaltigen Polymer- und Spinnstoffherstellung sowie Weben und Konfektion greift Julian auf einen fundierten, interdisziplinären Hintergrund in der globalen Textilindustrie zurück. Vor seiner Tätigkeit bei der Hessnatur Stiftung verantwortete er Projekte im Bereich der nachhaltigen, kreislauffähigen Textilbeschaffung im privaten und öffentlichen Sektor.

Paula Dingel, Junior Consultant

Nach erfolgreichem Abschluss ihres Bachelorstudiums in Mode- und Designmanagement an der AMD Akademie Mode & Design, unterstützt Paula unser Team als Junior Sustainability Consultant. Schon während des Studiums vertiefte sie ihr Wissen im Bereich Nachhaltigkeit in der textilen Wertschöpfung und kann somit mit einem ganzheitlichen Blick die Beratungstätigkeiten unserer Stiftung ausführen.

Stefanie Lin, Expertin für nachhaltiges Leder/ Schuhe

Nach ihrem Bachelor-Abschluss an der ISIA/Polimoda in Florenz (Fashion Art Direction) absolvierte Stefanie den Master-Studiengang „Sustainability in Fashion“ an der Esmod Modeschule in Berlin. Für einen namhaften österreichischen Schuhhersteller entwickelte sie ab 2012 eine Wissens- und Innovations-Plattform für eine ganzheitlich-nachhaltige Schuhherstellung. In ihrer Funktion war sie verantwortlich für die Entwicklung innovativer sowie nachhaltiger Materialien und entwickelte die Neuauflagen der EU Eco Flower und des österreichische Umweltzeichen jeweils für Schuhe mit. ihre Arbeiten wurden u. a. mit dem TRIGOS Best Newcomer und World Star Packaging Award ausgezeichnet.

Petra Katzenberger, Expertin für Sozialstandards

Die Betriebswirtin war mehr als 20 Jahre in nationalen sowie internationalen Handelsunternehmen in verschiedenen Stabs- und Führungspositionen tätig. Nach jahrelanger Tätigkeit als Einkäuferin für Textilsortimente, verlagerte sie ihren Schwerpunkt 2007 auf das Thema Nachhaltigkeit, Social Compliance und Managementsysteme. Petra ist ausgebildeter SA 8000 Lead Auditor SAI, Umweltmanagement-Beauftragte DIN EN ISO 14001, zertifizierter systemischer Coach sowie Trainerin und verfügt über große Auslandserfahrung in Asien.



UNSER STIFTUNGSKURATORIUM

Nach Ende der fünfjährigen Amtszeit stand im Jahr 2020 eine Neuwahl unseres Stiftungskuratoriums an. Silvia Kadolsky, Marc Sommer und Patrick Hohmann haben sich aus persönlichen Gründen entschieden, sich verstärkt anderen Projekten zu widmen und sind daher aus dem Kuratorium ausgeschieden. Wir bedanken uns an dieser Stelle nochmals ganz herzlich für ihre langjährige Unterstützung!

Begrüßen durften wir in diesem Jahr daher neue Kuratoriumsmitglieder, die als Vertreter:innen von u. a. Wissenschaft und Wirtschaft verschiedenste Themenbereiche interdisziplinär abdecken. Wir freuen uns auf die gemeinsame Zusammenarbeit und den wertvollen Austausch mit den folgenden neuen Kompetenzträger:innen, die die bestehenden Mitglieder Andrea Sybille Ebinger und Prof. Dr. Bernhard Bleyer unterstützen werden:

Prof. Dr. Julia Schwarzkopf, tätig an der HTW Berlin im Fachgebiet Nachhaltigkeit. Schwerpunkte ihrer wissenschaftlichen Arbeit sind u. a. Sustainable Supply Chain Management, Brancheninitiativen, CSR-Audits, Corporate Social Responsibility sowie Nachhaltigkeitsberichterstattung.

Corinna Umbach, Marken- und Retailexpertin von CU Brand Spirit. Sie führt ein Beratungsunternehmen, das auf Markenkernelanalyse und Nachhaltigkeitskommunikation spezialisiert ist.

Ralf Hellmann, Geschäftsführer von Dibella, einem Anbieter von Objekttextilien, der führend im Bereich Innovation und Nachhaltigkeit ist. Als Pionier im Bereich nachhaltige Hoteltextilien verfügt Ralf Hellmann über langjährige Erfahrungen und initiiert bzw. unterstützt Projekte nicht nur in Baumwollanbaugebieten, sondern auch im Bereich Kreislaufwirtschaft.

Durch unser geschätztes Kuratorium stehen der hessnatur Stiftung zusätzlich zu unseren eigenen Expert:innen weitere Kompetenzen zur Verfügung. Zukünftig werden die Kuratoriumsmitglieder entsprechend ihrer Exzellenz- und Fachgebiete, stärker und aktiver in das Stiftungsgeschehen eingebunden. Insofern agieren die einzelnen Mitglieder entsprechend ihrer Vertretungsrolle, beispielsweise aus Wirtschaft oder Wissenschaft:

- Andrea Sybille Ebinger – Kuratoriumsvorsitzende, Vertreterin der Stifterin, Weitere Unterstützung und „Sparring“ des Vorstandes in unternehmerischen Themen

- Prof. Dr. Julia Schwarzkopf – als Vertreterin der Wissenschaft, Weiterentwicklung KPI-Tools & Holistisches Prinzip aus akademisch-wissenschaftlicher Betrachtung
- Corinna Umbach – stellvertretende Kuratoriumsvorsitzende als Vertreterin der Wirtschaft / Marketing & Kommunikation Unterstützung bei der Markenkernbetrachtung und Artikulation, Sparringspartnerin in Kommunikationsthemen
- Prof. Dr. Bernhard Bleyer – als Vertreter der Wissenschaft Tools, Kriterienkataloge, spezielle Aufmerksamkeit auf GRI-Kompatibilität/Harmonisierung
- Ralf Hellmann – als Vertreter der Wirtschaft / Zielgruppe „Unterstützung bei der vertrieblichen Umsetzung, kritisches Auge und Sparringspartner für Vertriebskonzepte aus Unternehmer - / Zielgruppensicht

Bereits im Sommer und Winter 2020 kam das Stiftungskuratorium in dieser Neubesetzung zu gelungenen Meetings mit unseren Stiftungsmitarbeitenden zusammen. Wir freuen auf die gemeinsame Zusammenarbeit uns den wertvollen Expert:inneninput.



KREATIVES TEAMEVENT DURCH KUNST

Unter der Anleitung von Künstlerin Lucia Schautz fand im Herbst 2020 ein visueller Kreativworkshop, individuell abgestimmt auf die Stiftungsarbeit, statt.

Durch Farben, Maltechniken und Motive wurden Kernbotschaften und Prozesse rund um angewandte Nachhaltigkeit visuell auf drei Bildern verankert, die verbunden ein Gesamtkunstwerk ergeben.

Im Verlauf des mehrstündigen Workshops setzte das Stiftungsteam mit Hilfe der bereitgestellten Kunstmaterialien gemeinsam die Aufgabe um. Eine zunächst von allen Teammitgliedern gezeichnete Grundlinie, die nicht nur den Paradigmenwechsel in der Textilindustrie, sondern auch die Entwicklung der hessnatur Stiftung repräsentierte, verband die drei Bilder. Die anschließende Malaktion zur Gestaltung der gemeinsamen Kunstwerke war ein voller Erfolg. Die verschiedenen Vorgehensweisen, von Gruppenwechsel bis Änderung der Maltechnik, gaben dem abstraktem Gesamtkunstwerk den Feinschliff.

Mit dem gemeinsam gewählten Titel „Aufgetaucht | surfaced“ kommt die Entwicklung des kreativ gestalteten Paradigmenwechsels in der Textilbranche zum Ausdruck. Zudem wird mit diesem Titel die Neugestaltung des Teams in 2020 sichtbar. Von allen Teammitgliedern unterzeichnet, hängt das Gesamtkunstwerk nun als schöne Erinnerung für uns sowie als Anregung für unsere Kund:innen in den Räumlichkeiten unserer Stiftung.





THINK TOWER – APPLIED SUSTAINABILITY

Die Hessnatur Stiftung basiert auf einem Zwei-Säulen-Modell: Zum einen die operative Stiftungsaktivität, unsere Beratungsleistung, sowie zum anderen der ideelle Bereich. Dieser beinhaltet das vorausschauende Weiterdenken und die Umsetzung von innovativen Nachhaltigkeitsprojekten. Unsere Expert:innen unterstützen beide Bereiche gleichermaßen und können die jeweiligen Ergebnisse und Projekte direkt miteinander harmonisieren.

In 2020 hat die Hessnatur Stiftung den sogenannten Think Tower gegründet und zu einer in-house Institution ausgearbeitet. Es wurden teaminterne Arbeitsgruppen gebildet, die relevante Themen im Bereich der angewandten Nachhaltigkeit kontinuierlich vorantreiben und stärken.

In Anlehnung an das marktbekannte Konzept Think Tank wurden Prinzipien einer Denkfabrik adaptiert, jedoch an das stiftungsinterne Verständnis – den holistischen Ansatz zur Definition von Nachhaltigkeit – angepasst. Die Bezeichnung Tower repräsentiert den Denkansatz, Nachhaltigkeit von oben zu betrachten. In Anlehnung an einen Leuchtturm werden Ideen mit notwendigem Abstand und unter Einbeziehung vielseitig relevanter Aspekte ausgeleuchtet.

Im Tower bildet sich dann ein Gedankenraum, um entsprechende Pilotprojekte ausgestalten zu können. Intention ist es, aktuelle Nachhaltigkeitstrends zu analysieren und zu evaluieren. Zudem werden Stoßrichtungen und Innovationen sowie deren Anwendbarkeit und Lösungsorientierung hinsichtlich der Nöte der Zielgruppen bewertet. Ziel ist insofern, Impulse zu geben, um Trends mitzugestalten und Entwicklungen zu diskutieren.

Die Hessnatur Stiftung hat den holistischen Ansatz über die Jahre auf 7 Säulen weiterentwickelt und gelernt, dass immer neue Sichtweisen und Aspekte am Markt hinzukommen. Nachhaltigkeit hört nicht bei Kreislaufwirtschaft auf. Zukünftig werden wir auch Aspekte von Business Ethics – Gedanken von Nachhaltigkeitsresilienzen – und unser Konzept der Life Cycle Optimization an Bedeutung gewinnen.



WIEDERWAHL VORSTAND – ROLF HEIMANN

Im Sommer 2020 wurde unser Vorstand Rolf Heimann vom Stiftungskuratorium nach einer Amtsdauer von 5 Jahren bestätigt und somit wiedergewählt. Die Wiederwahl stand turnusgemäß auf der Agenda des ersten Kuratoriumsmeetings in diesem Jahr. Das gesamte Stiftungsteam gratuliert Rolf und freut sich auf die gemeinsame Ausgestaltung der Stiftungsprojekte und Weiterentwicklung unseres Portfolios.

„Das Thema Nachhaltigkeit hat sich in den fünf Jahren des Stiftungsbestehens weiterentwickelt. In den Säulen Ökologie und Sozialstandards wird sich nun mit den Themen der Governance Anforderungen auseinandergesetzt. Auch unser Holistisches Prinzip beinhaltet mittlerweile sieben Säulen. (Link) Entsprechend hat die hessnatur Stiftung agiert. Zum einen haben wir unsere Beratungsmodule stetig angepasst und erweitert. Das Thema Unternehmensverantwortung hat zunehmende Wichtigkeit bekommen. Aber auch unserem Anspruch als First Mover im Bereich ganzheitlicher Nachhaltigkeit sind wir zur Genüge gekommen und haben unseren Think Tower (verweis) strukturell weiterentwickelt. Auf dieser Plattform werden neue Anforderungen wie Transparenz, Unternehmensverantwortung, Nachhaltigkeitsresilienz durchleuchtet, diskutiert und weiterentwickelt. Den Anspruch an eine holistische Nachhaltigkeit möchte ich auch in Zukunft intensiv vorantreiben. Dazu haben wir in der Stiftung mit unserem guten personellen Know-how die richtige Basis. Das ist mir besonders wichtig, um einen Generationswechsel einleiten zu können. Ich bin sehr glücklich und dankbar für das tolle Team; und es macht Spaß mit treuen beständigen Industriepartnern zu arbeiten und das Thema angewandte Nachhaltigkeit am Markt zu implementieren.“

Rolf Heimann, CEO hessnatur Stiftung

Das Team



Rolf Heimann,
CEO



Carolin Klipper,
Head of Consulting



Alexandra Woithe,
Senior Consultant



Julian Schütz,
Head of Business
Development



Paula Dingel,
Junior Consultant



Petra Katzenberger,
Projektmitarbeiterin



Stefanie Lin,
Projektmitarbeiterin



Denise Rudolph,
Office Managerin

Das Kuratorium



Andrea Sibylle
Ebinger,
Kuratoriumsvorsitzende



Corinna Umbach,
stellv.
Kuratoriumsvorsitzende



Prof. Dr. Julia
Schwarzkopf



Prof. Dr.
Bernhard Bleyer



Ralf Hellmann

Unsere Partner und Mitgliedschaften



Impressum

Herausgeber

hessnatur Stiftung
Rechtsfähige Stiftung bürgerlichen Rechts
Vorstand: Rolf Heimann

Redaktion

Dr. Alexandra Woithe

Stand

Februar 2021

Gestaltung

Jessica Frenzel
Paula Dingel

Bildnachweise

Bernhard Ludewig (S. 2, 3, 4)
Frederik Schütz (S. 5, 6)
Caroline Wimmer (S. 25, 26)
Hessnatur, Jonas Becker (S. 31, 32)
Lucia Schautz/ ImpArt (S. 41, 42)
unsplash.com (8, 16, 19, 22, 30, 36, 43)

Kontakt

Hessnatur Stiftung	Standort Berlin:
Marie-Curie-Straße 7	Görlitzer Straße 51
35510 Butzbach	10997 Berlin

Ust-IDNr: DE301247376
info@hessnatur-stiftung.org
Te.: 030/69 56 50 79
www.hessnatur-stiftung.org

hessnatur
stiftung

Institute for applied sustainability.