

# texulting

## Studie

Herausforderungen und Chancen durch  
Corporate Social Responsibility  
für die sächsische Textilindustrie



Studie

**Herausforderungen und Chancen durch**

**Corporate Social Responsibility**

**für die sächsische Textilindustrie**

Erstellt von:

Texulting GmbH

Annaberger Str. 240

09125 Chemnitz

Autoren:

Dr. Franziska Lehmann

Prof. Markus Michael

Anna Dörsam

Volkswirtschaftliche Analyse durchgeführt von:

Intep - Integrale Planung GmbH

Dr. Christian Schmid

Jonathan Graf

SACHSEN



Diese Maßnahme wird mitfinanziert durch

Steuermittel auf Grundlage des vom

Sächsischen Landtag beschlossenen Haushaltes.



1	Einleitung .....	1
2	Überblick über die sächsische Textilindustrie .....	3
3	Definitionen und Begriffserklärungen .....	6
4	CSR in der sächsischen Textilindustrie .....	21
5	Volkswirtschaftliche Analyse .....	42
6	Aktivitäten im Bereich CSR .....	47
7	Empfehlungen .....	64
8	Glossar .....	67
9	Literatur .....	71





## VORWORT

### Sehr geehrte Damen und Herren,

mit großer Freude stellen wir Ihnen die Studie „Herausforderungen und Chancen durch Corporate Social Responsibility (CSR) für die sächsische Textilindustrie“ zur Verfügung. Das Thema der Nachhaltigkeit ist auch durch die Studie in unserer DNA verankert und wir haben sie mit größter Sorgfalt und höchster Motivation erstellt.

In den nächsten Jahren wird die Textilindustrie vor großen Herausforderungen stehen. Neben einem sich ändernden Kundenbewusstsein hinsichtlich ökologischer und nachhaltiger Gestaltung von Produkten, Verfahren und Wertschöpfungsketten werden auch seitens der Legislative weitere Forderungen auf die Unternehmen zukommen.

In Deutschland ist mit dem Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz bereits ein erstes gesetzliches Rahmenwerk wirksam geworden.

Diese Vorgaben werden in den nächsten Jahren durch weitere konkretere und verschärfende EU-Regularien ergänzt. Im Ergebnis werden die Unternehmen der Textilbranche, sowohl aus dem Mode- und Bekleidungssegment wie auch aus dem Bereich der technischen Textilien, aufgefordert sein, hinsichtlich der globalen Ziele für nachhaltige Entwicklung ihre Strategien, Tätigkeiten und Produkte anzupassen und entsprechende Nachweise zu erbringen. Dabei ist damit zu rechnen, dass Kenngrößen wie z. B. der CO<sub>2</sub>-Ausstoß oder soziale Verantwortung ebenso bedeutsam werden, wie der Preis oder technische Parameter.

Die Veröffentlichung der sogenannten CSR - Strategie, relevanter Kennwerte und Ziele wird für Unternehmen verpflichtend und ökonomisch bedeutsam werden.





Grundlage für Unternehmen der Branche muss es sein, die CSR-spezifischen Kernthemen zu verinnerlichen und die internen wie externen Strategien, Ziele und Arbeiten daran auszurichten. Dafür ist der Aufbau eines CSR-Management-Systems notwendig, welches fortlaufend die einzelnen Themen evaluiert, steuert und publiziert. Aufbauend auf einer Ist-Stands-Analyse und der damit verbundenen Bewertung der Interessen der Stakeholder müssen Strategien entwickelt und in konkrete interne Handlungsempfehlungen der Unternehmen überführt werden. Die Ergebnisse sind zu dokumentieren und regelmäßig zu aktualisieren.

Um diesen zukünftigen Anforderungen gerecht zu werden, ist es notwendig, frühzeitig mit den Arbeiten zu den genannten Themenstellungen zu beginnen und entsprechende Strategien und Unterlagen vorzubereiten. Mithilfe der Studie soll der Ist-Stand evaluiert und notwendige Schritte für die Unternehmen der sächsischen Textilindustrie abgeleitet werden.

Prof. Dr.-Ing. Markus Michael





## ZUSAMMENFASSUNG

Die Studie „Herausforderungen und Chancen durch Corporate Social Responsibility für die sächsische Textilindustrie“ untersucht die Nachhaltigkeitsbemühungen der Unternehmen, um zu verstehen, wie Corporate Social Responsibility (CSR) in der sächsischen Bekleidungs- und Textilindustrie derzeit definiert, praktiziert und kommuniziert wird und welche Chancen und Herausforderungen sich daraus ergeben. Vor dem Hintergrund steigender globaler Nachhaltigkeitsanforderungen und regulatorischer Vorgaben wird die Bedeutung von CSR für Unternehmen untersucht und aufgezeigt, welche Handlungsoptionen sich daraus ergeben.

Die Industrielandschaft der sächsischen Bekleidungs- und Textilbranche ist fast ausschließlich durch kleine und mittelständische Unternehmen geprägt, darunter auch Familienunternehmen mit langer Tradition.

Aufgrund der gewachsenen Historie und regionalen Verankerung sowie koordinierter Anstrengungen von Unternehmen, Wirtschaftsverbänden, Forschungseinrichtungen und öffentlicher Hand haben sich insbesondere im Südwesten Sachsens lokale Branchencluster etabliert.

Trotz des Strukturwandels, der Destabilisierung und des Rückgangs der lokalen Produktion hat sich eine hoch spezialisierte Branche mit Innovations- und Wachstumschancen entwickelt. Das Ergebnis ist eine wissensbasierte Textilindustrie mit dem Schwerpunkt auf technischen Textilien, die sich auf die Entwicklung und Herstellung von High-Tech-Produkten spezialisiert hat und mit anderen Industrien kooperiert. In den letzten Jahren hat Nachhaltigkeit auch in dieser Branche an Bedeutung gewonnen. Insgesamt zeigt sich eine steigende Sensibilisierung der Unternehmen für nachhaltiges Wirtschaften und ihre gesellschaftliche Verantwortung.



Während Großunternehmen aufgrund gesetzlicher Vorschriften intensiv in CSR investieren müssen und zur Nachhaltigkeitsberichterstattung angehalten sind, besteht bei KMU durchaus noch deutlich Aufklärungs- und Handlungsbedarf. Zwar ist ein Grundverständnis für die Bedeutung von CSR vorhanden, es fehlt jedoch an konkretem Know-how und Anwendungen für das eigene Unternehmen.

CSR ist ein komplexes Thema, aber die KMU zeigen Engagement und streben nach innovativen und nachhaltigen Produkten. Etwa 25 % der KMU nutzen CSR-Managementsysteme wie ISO 14001 und EMAS, um nachhaltige Praktiken und Umweltschutz zu fördern. Darüber hinaus setzen viele Unternehmen auf Textilizertifikate wie OEKO-TEX und GOTS. Der unübersichtliche Zertifizierungsdschungel und begrenzte Ressourcen erschweren jedoch die Umsetzung für einige kleinere Unternehmen.

Der Untersuchungszeitraum der Studie erstreckte sich von Ende 2022 bis Mitte 2023 und umfasste verschiedene Datenerhebungsmethoden, darunter eine Online-Umfrage, ein Desk-Review sowie Interviews mit VertreterInnen der sächsischen Textilindustrie sowie ExpertInnen rund um das Thema Nachhaltigkeit.

Etwa die Hälfte der befragten Unternehmen verfügen über eine umfassende bzw. Ansätze einer CSR-Strategie und -Praktiken, die soziale, ökologische und wirtschaftliche Nachhaltigkeit in der gesamten Lieferkette berücksichtigt. Sie integrieren CSR bereits in ihre Geschäftspraktiken, insbesondere in den Bereichen Umweltschutz, Ressourceneffizienz und Mitarbeitendenentwicklung, auch wenn sie dies nicht explizit Nachhaltigkeit oder CSR nennen.

Trotz positiver Entwicklungen stehen viele KMU bei der Umsetzung nachhaltiger Maßnahmen vor Herausforderungen. Dies sind unter anderem fehlende finanzielle und personelle Ressourcen, Zeitmangel, bürokratischen Aufwand, unzureichende Datenerfassung von Kennzahlen, uneinheitliche Anforderungen von Großunternehmen sowie fehlende Expertise. Um Nachhaltigkeit erfolgreich zu etablieren, ist ein Bewusstseinswandel und gezieltes Engagement erforderlich.

Nach Einschätzung der KMU ist die Bedeutung von CSR insbesondere für die Wettbewerbsfähigkeit und das langfristige Wachstum. Chancen sehen sie vor allem in den Bereichen Ressourcenmanagement, Innovation, Marktpositionierung, Imageverbesserung und Kundenbindung.

Handlungsfelder umfassen Beteiligung der Mitarbeitenden, nachhaltige Beschaffung, transparente Kommunikation und Partnerschaften/Initiativen. Im Zuge der sich ändernden Anforderungen von KundInnen und StakeholderInnen wird eine transparente Kommunikation, insbesondere in komplexen Lieferketten, als wichtig erachtet. Staatliche Programme und Anreize spielen eine wichtige Rolle bei der Förderung von CSR in diesem Sektor.

Die Verbindung von unternehmerischem Handeln und gesellschaftlicher Verantwortung kann sowohl wirtschaftlichen Erfolg als auch nachhaltige Entwicklung fördern. Die verstärkte Integration von CSR-Aktivitäten in sächsische Unternehmen der Textilindustrie bietet vielfältige ökonomische Potenziale:

- + Betriebliche Effizienz
- + Kosteneinsparungen
- + Markenwert und Kundennachfrage
- + Zugang zu Finanzierung und Unterstützung
- + Innovation und Differenzierung
- + Langfristige Konkurrenzfähigkeit

Die durchgeführte volkswirtschaftliche Analyse zeigt, dass CSR-Maßnahmen nicht nur betriebswirtschaftlich sinnvoll sind, sondern auch erhebliche positive Auswirkungen auf die volkswirtschaftliche Performance Sachsens haben können. Insbesondere dann, wenn Unternehmen über das gesetzliche Minimum hinausgehen und eine aktive CSR-Strategie verfolgen, sind signifikante Effekte auf die Bruttoproduktion, die Bedeutung der Branche und die indirekten wirtschaftlichen Auswirkungen zu erwarten. Dies unterstreicht die Relevanz von CSR in der sächsischen Textilindustrie für langfristiges Wachstum und nachhaltige Entwicklung.



Es wurden drei Szenarien betrachtet: "Realistisch", "Gesetzlich" und "Optimistisch" mit unterschiedlichen Annahmen zur Integration von CSR-Strategien in den Unternehmen. CSR-Maßnahmen könnten die Bruttowertschöpfung in Sachsen bis 2030 je nach Szenario um bis zu 200 Millionen Euro steigern. Insbesondere im "Optimistischen" Szenario könnte die Steigerung signifikant sein. Die Bedeutung der Textilwirtschaft in Sachsen im Jahr 2030 würde je nach Szenario variieren und unterschiedlich stark zunehmen. Im „Optimistischen“ Szenario könnte sie bis zu 11,3 % der gesamten Wertschöpfung Sachsens im "Optimistischen" Szenario gegenüber 9,1 % im "Realistischen" Szenario ausmachen. Die Textilwirtschaft hätte auch indirekte Auswirkungen auf andere Branchen in Sachsen, mit Umsatzsteigerungen von 440 bis 460 Mio. Euro im Jahr 2030 je nach Szenario bei Dienstleistungen und öffentlichen Leistungen.

Neben der aktuellen Situation in Sachsen wurden in der Studie auch die aktuellen rechtlichen Rahmenbedingungen aus Sicht der KMU untersucht und andere Studien zum Thema Nachhaltigkeit in KMU analysiert. Darüber hinaus wurde eine Auswahl von Verbänden und Initiativen vorgestellt, die sich für Nachhaltigkeit engagieren. Um den Einstieg in das Thema Nachhaltigkeit zu erleichtern, enthält die Studie auch eine Liste von Instrumenten, die bei der Datenerhebung und Berichterstattung unterstützen können.

Insgesamt ist die zunehmende Bedeutung externer Einflussfaktoren wie Gesetzgebung, Regulierungsbehörden, Finanzinstitute und Kundenbeziehungen im Kontext der zukünftigen Entwicklung der sächsischen Textilindustrie von großer Bedeutung. Die Herausforderungen durch konjunkturelle Schwankungen und gesetzliche Vorgaben erschweren eine zeitnahe Integration der Anforderungen im Bereich der Nachhaltigkeitsberichterstattung und -dokumentation.

Von den AutorInnen werden als Schlussfolgerung der Studie folgende Empfehlungen an das Land Sachsen gegeben:

- Implementierung spezifischer Schulungsprogramme,
- Schaffung von branchenspezifischen Netzwerken,
- Bereitstellung finanzieller Ressourcen für Nachhaltigkeitsprojekte
- Förderung des internationalen Erfahrungsaustauschs hinsichtlich bewährter Praktiken im Bereich der Nachhaltigkeit.

Darüber hinaus ist die intrinsische Motivation der Unternehmen von zentraler Bedeutung. Unternehmen sollten eigenständige CSR-Initiativen ergreifen, um nicht nur ihre Glaubwürdigkeit und Reputation zu stärken, sondern auch ihren langfristigen wirtschaftlichen Erfolg zu sichern.

Unternehmen sollten:

- bereits bestehende Nachhaltigkeitsmaßnahmen identifizieren und transparent kommunizieren,
- Risiken in ihren Lieferketten identifizieren und begrenzen,
- verfügbare Unterstützungsangebote nutzen,
- Kontroll-, Zertifizierungs- und Auditsysteme etablieren,
- Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen durchführen sowie Nachhaltigkeit umfassend in ihre Managementstrukturen integrieren.

Insgesamt unterstreicht die Studie die herausragende Bedeutung von CSR und Nachhaltigkeit für die zukünftige Entwicklung der sächsischen Textilindustrie und betont die Notwendigkeit koordinierter Maßnahmen auf verschiedenen Ebenen, um diese Ziele zu erreichen.







## EINLEITUNG

Die sächsische Textilindustrie steht vor komplexen Herausforderungen im Kontext der zunehmenden globalen Nachhaltigkeitsdiskussion. Angesichts der wachsenden Bedeutung von Nachhaltigkeit und CSR gewinnt die Frage nach den Auswirkungen und Chancen einer nachhaltigen Unternehmensführung auch in diesem Wirtschaftszweig immer mehr an Bedeutung. Die vorliegende Studie widmet sich genau diesen Fragen und beleuchtet die Herausforderungen und Chancen, die sich durch CSR für die sächsische Textilindustrie ergeben.

In einem sich ständig wandelnden globalen Umfeld und angesichts der Zielsetzungen der Vereinten Nationen in Bezug auf die Nachhaltigkeitsziele (17 SDGs) sehen sich Unternehmen zunehmend mit der Notwendigkeit konfrontiert, ihre Geschäftspraktiken auf Nachhaltigkeit auszurichten.

Um dieser Verantwortung gerecht zu werden, haben viele Länder und Regionen regulatorische Rahmenbedingungen für die Nachhaltigkeitsberichterstattung geschaffen. Die EU-Taxonomie und die Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) sind Beispiele für die steigende Anzahl von Vorschriften, die Unternehmen dazu verpflichten, ihre Nachhaltigkeitsleistungen transparent zu kommunizieren.

Diese Studie beginnt mit einem umfassenden Überblick über die sächsische Textilindustrie. Die historische Bedeutung dieses traditionsreichen Industriezweigs in der Region und die aktuellen Entwicklungen werden detailliert beleuchtet. Die Rolle der Textilindustrie in der sächsischen Wirtschaft sowie ihre Stärken und Herausforderungen werden analysiert.





Dabei wird deutlich, dass die sächsische Textilindustrie einen wichtigen Beitrag zur Wertschöpfung und Beschäftigung in der Region leistet, aber auch mit den zunehmenden globalen Herausforderungen wie Nachhaltigkeit und Wettbewerbsdruck konfrontiert ist.

Im weiteren Verlauf der Studie werden wichtige Begriffe rund um das Thema Nachhaltigkeitsberichterstattung definiert und in Bezug zur Sächsischen Textilindustrie gesetzt. CSR steht dabei im Mittelpunkt, da es eine bedeutende Rolle für die nachhaltige Ausrichtung von Unternehmen spielt. Die Ziele der SDGs werden ebenfalls erläutert, da diese als wichtiger Referenzrahmen für nachhaltiges Handeln dienen. Die EU-Taxonomie und die CSRD sind weitere Schwerpunkte dieser Studie, da sie auf europäischer Ebene eine entscheidende Rolle in Bezug auf die Offenlegung von Nachhaltigkeitsinformationen spielen.

Der Zusammenhang zwischen diesen Nachhaltigkeitsbegriffen und der Sächsischen Textilindustrie wird analysiert, um zu verstehen, wie diese Unternehmen ihre Nachhaltigkeitsbemühungen bewerten und welchen Beitrag sie zur Erreichung der Nachhaltigkeitsziele leisten können.

Der Fokus dieser Studie liegt darauf, wie Unternehmen in der sächsischen Textilindustrie ihre Nachhaltigkeitsleistungen kommunizieren und welche Herausforderungen sie dabei möglicherweise erleben. Es wird untersucht, wie nachhaltig die sächsischen Textilunternehmen tatsächlich handeln und ob sie ihre Bemühungen in der Öffentlichkeit angemessen darstellen. Häufig agieren Unternehmen bereits nachhaltig, doch die Kommunikation dieser Leistungen bleibt zurückhaltend. Um diese Aspekte zu beleuchten, wurden Recherchen, Umfragen und Interviews mit relevanten Akteuren aus der Branche durchgeführt.

Ein zentraler Aspekt der Studie ist die volkswirtschaftliche Analyse, die verdeutlichen soll, dass nachhaltiges Handeln nicht nur gesellschaftlich relevant ist, sondern auch ökonomische Vorteile für die Unternehmen und die gesamte sächsische Wirtschaft mit sich bringt. Die Identifikation von Wertschöpfungspotenzialen und die Berücksichtigung von nachhaltigen Geschäftsmodellen können dazu beitragen, dass die sächsische

Textilindustrie ihre Wettbewerbsfähigkeit stärkt und gleichzeitig einen positiven Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung leistet.

Insgesamt bietet diese Studie einen umfassenden Einblick in die Nachhaltigkeitsbemühungen und -herausforderungen der sächsischen Textilindustrie und zeigt auf, wie Unternehmen in dieser Branche ihren Beitrag zu einer nachhaltigen Zukunft leisten können. Die Ergebnisse und Erkenntnisse dieser Studie können als Grundlage für die Entwicklung von zukünftigen Nachhaltigkeitsstrategien und politischen Maßnahmen dienen, die darauf abzielen, die sächsische Textilindustrie in eine nachhaltige und wettbewerbsfähige Zukunft zu führen.



# 2

## ÜBERBLICK ÜBER DIE SÄCHSISCHE TEXTILINDUSTRIE

Die Textilindustrie in Sachsen blickt auf eine lange historische Entwicklung zurück und ist seit Jahrhunderten ein bedeutender Wirtschaftszweig in der Region. Allgemein gilt die deutsche Textilindustrie als eine der traditionsreichsten Industrien Deutschlands, die nach dem Zweiten Weltkrieg zunächst ein rasantes Wachstum verzeichnete, dann aber mit Deindustrialisierung, Rationalisierung und Globalisierung konfrontiert wurde. Die Folgen dieser Entwicklung waren vor allem ein drastischer Rückgang der Branche, ausgelöst durch globale Produktionsverlagerungen und einen intensiven Kostenwettbewerb. Heute sind Produzenten aus Ost-, Entwicklungs- und Schwellenländern Hauptlieferanten des europäischen Bekleidungsmarktes.

Obwohl Deutschland nach wie vor ein wichtiger Standort für die Textilproduktion in der EU ist und sich einen Restmarkt gesichert hat, müssen sich

die Überlebenden der Branche weiterhin einem starken globalen Wettbewerb stellen, der sie zu ständigen Innovationen und zur Einführung neuer Technologien zwingt, (Fromhold-Eisebith, Marschall, Peters, & Thomes, 2021).

Die Globalisierung hat in der Bekleidungsindustrie dazu geführt, dass die lokale Produktion in Deutschland an Bedeutung verloren hat. Die Wertschöpfungskette der Branche hat sich internationalisiert und die meisten Textilunternehmen sind in ein weltweit agierendes, komplexes Netzwerk von Arbeitsschritten und Prozessen eingebunden.

Die Verkettung der Arbeitsabläufe innerhalb dieses globalen Unternehmensnetzwerkes erfordert ein hohes Maß an Effizienz und Koordination, um den ständigen Anforderungen des internationalen Wettbewerbs gerecht zu werden (Belso-Martínez,





Tomás-Miquel, Expósito- Langa, & Mateu-García, 2020). Es wurden neue Unternehmensfunktionen entwickelt, die im Wesentlichen als Dienstleistungsunternehmen charakterisiert sind und ihre Kompetenzen in den Systemkopffunktionen (Entwicklung, Design, Marketing, Vertrieb, Logistik und Verwaltung) haben. Die arbeitsintensive Konfektionierung wurde meist ausgelagert. Der Globalisierungsprozess hat sich jedoch kaum auf die räumliche Konzentration der Textilaktivitäten ausgewirkt. Diese sind weiterhin in Nordrhein-Westfalen, Baden-Württemberg, Bayern und Sachsen angesiedelt. Die Internationalisierung hat die Wettbewerbsfähigkeit der Textilcluster stark eingeschränkt, aber auch die Innovationsfähigkeit gefördert und zu einer hochspezialisierten Unternehmenslandschaft geführt.

Die Monopolstellung der deutschen Textilindustrie hängt von der Verflechtung mit der deutschen Industrie ab. Insbesondere die Automobil-, Bau- und Maschinenbauindustrie, die Hersteller von Gesundheits- und Umwelttechnik, sowie Verpackungen haben einen Bedarf an technischen Textilien.

Vor dem Hintergrund des Strukturwandels und der Destabilisierung der deutschen Textil- und Bekleidungsindustrie haben sich durch koordinierte Anstrengungen von Unternehmen, Wirtschaftsverbänden, Forschungseinrichtungen und öffentlicher Hand regionale Industrien zu neuen Spezialisierungsklustern entwickelt. Das Ergebnis ist eine wissensbasierte Textilindustrie, die sich auf die Entwicklung und Herstellung von High-tech-Produkten spezialisiert hat. Deutschland ist heute ein bedeutender Standort für die Herstellung so genannter technischer Textilien und "Smart Textiles" für den Weltmarkt (Schwinge, 2015). Durch die regionale Verankerung von Branchenverbänden, zugehörigen Forschungseinrichtungen und die Vernetzung mit Unternehmen verwandter Branchen hat sich die deutsche Textilindustrie zu einer global etablierten und wissensintensiven Branche entwickelt.

Die sächsische Industrielandschaft der Textil- und Bekleidungsunternehmen ist vor allem durch viele kleine und mittelständische Hersteller technischer Produkte geprägt. Die Wettbewerbsfähigkeit dieser Unternehmen beruht insbesondere auf ihrem Know-how, ihrer Spezialisierung und ihrer Innovationskraft.

Vor allem bei High-Tech-Fasern und innovativen Textilien sind sächsische Unternehmen führend. Die Monopolstellung der deutschen Textilindustrie hängt von der Verflechtung mit der deutschen Industrie ab. Insbesondere die Automobil-, Bau- und Maschinenbauindustrie, die Hersteller von Gesundheits- und Umwelttechnik, sowie Verpackungen haben einen Bedarf an technischen Textilien. Die Produktion von technischen Textilien und "Smart Textiles" ist für typische Niedriglohnländer schwer zu imitieren und sichert so einen technologischen Vorsprung (Adler, 2004). Mehr

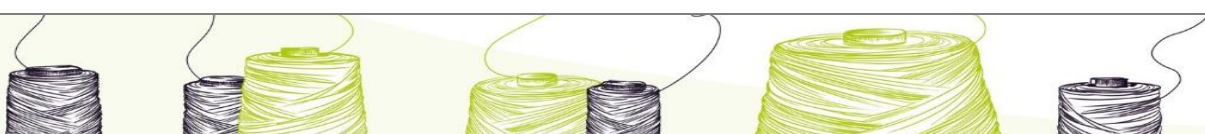
als 50 Prozent der in Deutschland hergestellten Textilien sind technische Textilien, die in verschiedenen Branchen Verwendung finden (Umweltbundesamt, 2019). Die enge Zusammenarbeit zwischen Industrie und Textilunternehmen als Innovations-

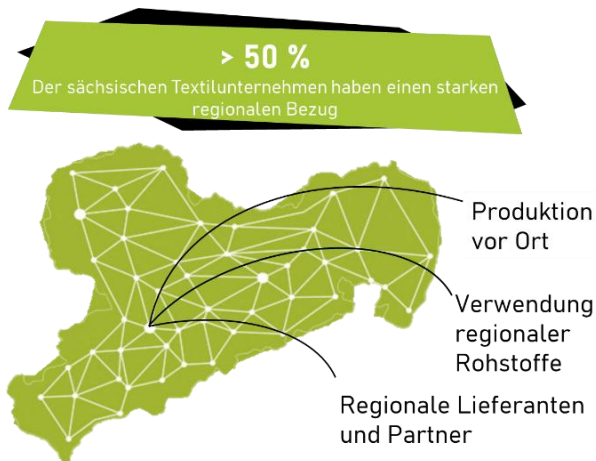
partnerschaft hat sich bei fast allen innovativen Industrieunternehmen, die technische Textilien einsetzen, in allen wichtigen Industrieländern Europas und Nordamerikas bewährt (Adler, 2004).

Die EU, insbesondere Länder wie Deutschland, Italien und Frankreich, sind führend im Textilmaschinenbau und treiben Innovationen voran (McCarthy, 2016).

Die sächsische Textilindustrie ist eng in globale Wertschöpfungsketten eingebunden und unterhält vielfältige internationale Beziehungen. Sie ist gleichzeitig auch stark in ein regionales Unternehmensnetzwerk eingebunden. Die überwiegende Mehrheit der Unternehmen bezieht regionale Rohstoffe und produziert in Sachsen.

Mehr als 50 % der sächsischen Textil- und Bekleidungsunternehmen nutzen regionale Ressourcen und pflegen enge Beziehungen zu anderen regionalen Unternehmen.





Diese regionale Verankerung schafft wertvolle Synergien und fördert Kooperation und Innovation in der sächsischen Textilbranche. Gleichzeitig sind internationale Beziehungen für die Wettbewerbs- und Zukunftsfähigkeit der sächsischen Textilindustrie unverzichtbar, da sie den Zugang zu neuen Märkten, Technologien und Ressourcen ermöglichen. Die Struktur der sächsischen Textilindustrie entspricht dem Gesamtbild in der Europäischen Union.

Der überwiegende Teil der Unternehmen, die sich mit der Herstellung von Textilien und Bekleidung befassen, beschäftigt weniger als 50 Mitarbeitende, was einem Anteil von ca. 95 % entspricht. Von den insgesamt 265 in Sachsen ansässigen Unternehmen sind 252 kleine und mittlere Unternehmen, von denen 72 % im Bereich der Textilien und als 28 % im Wirtschaftszweig Bekleidung und Konfektion tätig sind (Stand Januar 2023).

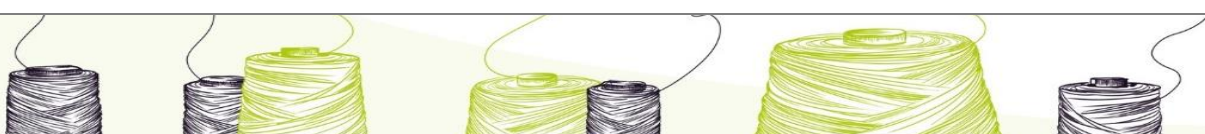
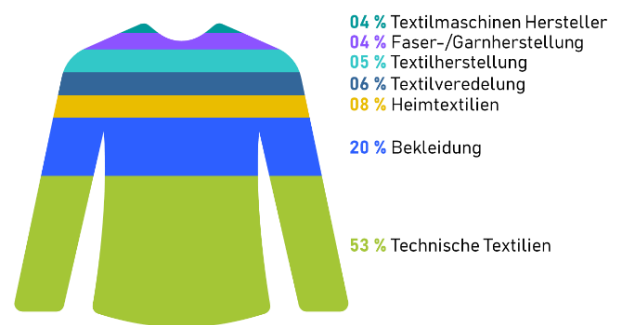
In Sachsen sind alle Stufen der textilen Wertschöpfungskette von der Faseraufbereitung über die Textilproduktion, Veredlung und Konfektionierung bis hin zur Distribution, Verwertung und Entsorgung vertreten.

Darüber hinaus sind Forschungs- und Bildungseinrichtungen sowie Textilmaschinenhersteller in Sachsen ansässig. Die enge Verzahnung dieser Akteure trägt maßgeblich zur Stärkung der sächsischen Textilindustrie bei. Die sächsischen KMU-Produzenten unterscheiden sich vor allem in ihrer Funktion. Spezialisierte Zulieferer produzieren häufig Komponenten für Großunternehmen gezielter Branchen, wie z. B. die Automobilindustrie. Kleine Bekleidungsunternehmen sind dagegen

typische Allrounder, die nahezu alle Wertschöpfungsstufen innerhalb des Betriebs abdecken.

In den letzten Jahren hat das Thema Nachhaltigkeit in der Textil- und Bekleidungsindustrie sichtbar an Bedeutung gewonnen. Die Unternehmen sind zunehmend gefordert, ihre Wertschöpfungsprozesse hinsichtlich ökologischer und sozialer Nachhaltigkeitsstandards zu überprüfen und gegebenenfalls umzugestalten.

Dabei stehen vor allem die Ressourceneffizienz und die Umweltverträglichkeit der Prozesse im Fokus, insbesondere bei rohstoffproduzierenden oder verarbeitenden Unternehmen.





# 3

## DEFINITIONEN UND BEGRIFFSERKLÄRUNGEN

Nachhaltigkeit ist ein komplexes Thema mit vielen Facetten. Daher ist es wichtig, die relevanten Begriffe klar zu definieren, um ein einheitliches Verständnis zu schaffen. Auf dieser Basis ist es möglich, die vielschichtigen Aspekte der Nachhaltigkeit zu erfassen und die CSR-Aktivitäten in der sächsischen Textilindustrie zielgerichtet anzugehen.

### 3.1 Definition Nachhaltigkeit

Die Wiege der Nachhaltigkeit liegt in Sachsen. Erstmals wird der Begriff 1713 durch Hans Carl von Carlowitz in der Forstwirtschaft geprägt. Zu dieser Zeit wird viel Holz zur Weiterverarbeitung sowohl als Baustoff und Energieträger als auch

für den Bergbau im Erzgebirge geschlagen. Neben der zunehmenden Entwaldung führte es zu Holzknappheit. Carlowitz erkannte dieses Problem und verfasste in seinem Werk „Sylvicultural Oeconomica“ die bis heute prägende Überlegung, dass dem Wald nur so viel Holz zu entnehmen ist, wie im selben Zeitraum nachwachsen kann. Darin implementiert er, dass auch nachkommende Generationen die gleichen Bedingungen, wie die gegenwärtige Generation wiederfinden sollen (Aachener Stiftung Kathy Beys, 2015). Im Jahr 1987 greift die Brundtland-Kommission<sup>1</sup> der Vereinten Nationen den von Carlowitz geprägten Gedanken der Nachhaltigkeit im Brundtland-Bericht auf. Sie fordert darin eine Strategie zur nachhaltigen Entwicklung. Aufgrund ökologischer sowie

<sup>1</sup> Die Brundtland-Kommission, auch bekannt als Weltkommission für Umwelt und Entwicklung, wurde 1983 von den Vereinten Nationen ins Leben gerufen. Ihr Bericht "Our Common Future" von 1987 prägte den Begriff "nachhaltige Entwicklung"

und betonte die Notwendigkeit, Umweltschutz und wirtschaftliche Entwicklung in Einklang zu bringen, um den Bedürfnissen der heutigen Generation gerecht zu werden, ohne die Bedürfnisse zukünftiger Generationen zu gefährden.

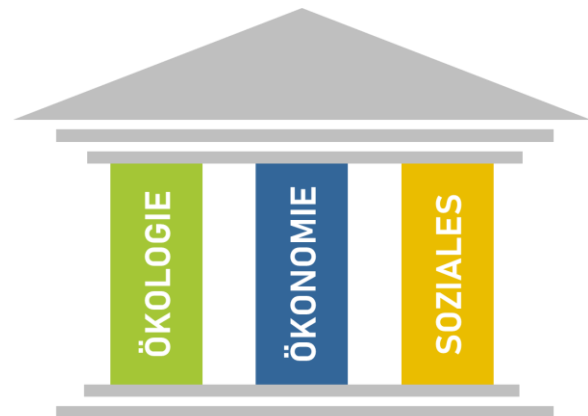




sozialer Probleme, mit welchen die Gesellschaften auf der ganzen Welt konfrontiert sind.

Damit erweitert die Brundtland-Kommission den Begriff der Nachhaltigkeit als ein erforderliches Gleichgewicht zwischen wirtschaftlichen, sozialen sowie ökologischen Zielen und Bedürfnissen.

Ab diesem Moment wird die Nachhaltigkeit als Dreiklang verstanden. Die "Drei Säulen der Nachhaltigkeit" veranschaulichen, dass alle drei Aspekte voneinander abhängig und gleichwertig zu betrachten sind.



Die drei Säulen der Nachhaltigkeit

**Ökologische Nachhaltigkeit** kann durch die Umsetzung umweltfreundlicher Strategien, Praktiken und Technologien erreicht werden, die Abfall und Verschmutzung minimieren, natürliche Ressourcen schonen und die Nutzung erneuerbarer Energien fördern.

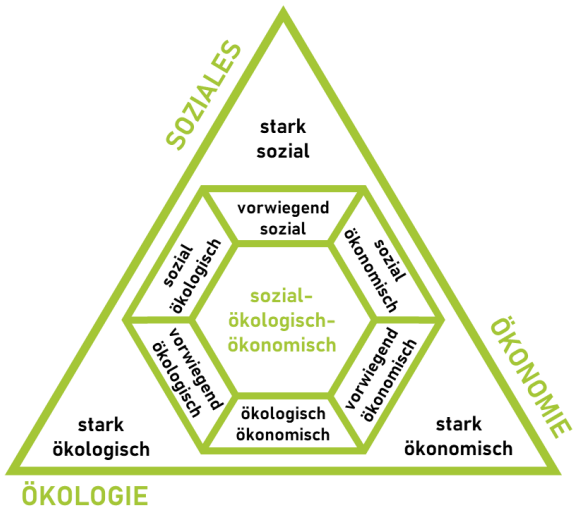
**Wirtschaftliche Nachhaltigkeit** beschreibt die Fähigkeit einer Wirtschaft, langfristig tragfähig zu sein und zu wachsen.

In der Textilindustrie kann das Prozesse und Maßnahmen definieren, die die Auswirkungen der Industrie auf die Umwelt verringern und die Produktionskosten senken. Dazu gehört auch die Unterstützung lokaler Wirtschaft und Gemeinden durch die Beschaffung von Materialien und den Einsatz lokaler Arbeitskräfte.

**Soziale Nachhaltigkeit** in der Textilindustrie bezieht sich auf die faire Behandlung von Arbeitnehmenden und die Förderung der sozialen Verantwortung in der gesamten Lieferkette. Dazu gehören faire Löhne, sichere Arbeitsbedingungen und die Achtung der Rechte der Arbeitnehmenden.

Für eine nachhaltige Entwicklung müssen alle drei Bereiche berücksichtigt und ein Gleichgewicht zwischen ihnen angestrebt werden.





nachhaltiger Produkte und Dienstleistungen umfassen.

Darüber hinaus verbessern CSR-Aktivitäten im Unternehmen das Firmen- und Markenimage, die Gewinnung und Bindung von Mitarbeitenden als auch den Aufbau von Vertrauen bei den Stakeholdern und trägt letztendlich auch zur Erreichung umfassenderer Nachhaltigkeitsziele bei.

Unternehmen sollten sich dabei bewusst sein, dass Nachhaltigkeit als andauernder Prozess zu verstehen ist. Die Erzielung der vollständigen Nachhaltigkeit ist nicht erreichbar. Stattdessen sollte immer der beste Kompromiss zwischen den drei Ausprägungen angestrebt werden.

### 3.2 Definition CSR

Die soziale Verantwortung der Unternehmen (Corporate Social Responsibility, CSR) ist ein Konzept, bei dem Unternehmen soziale und ökologische Aspekte in ihre Geschäftstätigkeit und in die Interaktion mit ihren Stakeholdern integrieren. Unternehmen übernehmen demnach Verantwortung für die Auswirkungen ihrer Aktivitäten auf Kunden, Mitarbeiter, Aktionäre, Gemeinden und die Umwelt in allen Aspekten ihrer Tätigkeit. Dies geht über die Einhaltung von Gesetzen und Vorschriften hinaus und fordert ein ethisches Wertebewusstsein, das beinhaltet, aktive Maßnahmen zur Verbesserung des Wohlergehens der Gesellschaft und der Umwelt zu entwickeln.

CSR-Aktivitäten eines Unternehmens können beispielsweise die Einführung umweltfreundlicher Praktiken im Produktionsprozess sowie faire Arbeitspraktiken und Arbeitsbedingungen für die Beschäftigten gehören.

Dies kann sowohl die Unterstützung lokaler Gemeinschaften durch wohltätige Zwecke als auch das Bemühen des Unternehmens um Transparenz bei der Berichterstattung über seine Aktivitäten, Entscheidungsprozesse und die Entwicklung



### 3.3 Sustainable Development Goals

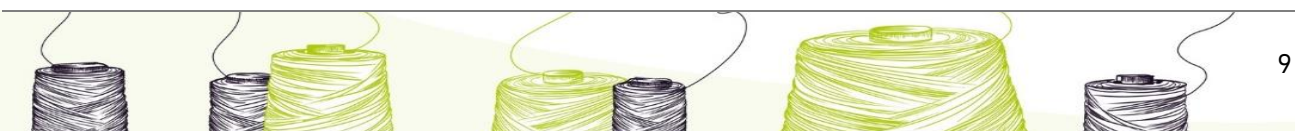
Orientierungshilfe zur Erreichung der Nachhaltigkeitsziele der Unternehmen bieten dabei die Sustainable Development Goals (SDGs), die 2015 von den Vereinten Nationen als Teil der Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung ins Leben gerufen wurden. Die nachhaltigen Entwicklungsziele bestehen aus 17 Oberzielen, die durch 169 Unterziele konkretisiert werden und zielen darauf ab, eine nachhaltige Entwicklung zu fördern und das Wohlergehen der Menschen auf der ganzen Welt zu verbessern. Dazu gehören unter anderem die Bekämpfung von Armut, Ungleichheit, die Schaffung von Bildung, Gesundheit, Frieden und Gerechtigkeit sowie die Verhinderung des Klimawandels.

Die SDGs sind universell, integriert und transformativ angelegt und sollen dazu beitragen, dass die ökonomischen, ökologischen und sozialen Dimensionen gleichermaßen erreicht werden.

Das Konzept kommt allerdings nicht ohne Wechselwirkungen aus, sodass sich die Ziele untereinander sowohl verstärken als auch negativ beeinflussen können.

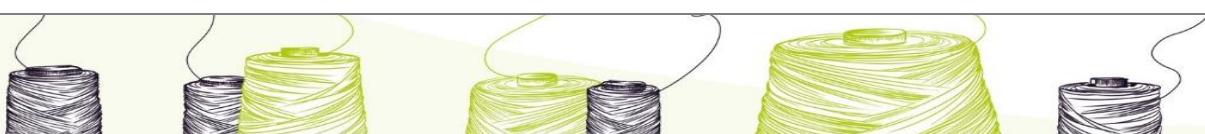
Verschiedene beispielhafte Themen und Maßnahmen, die die sächsische Textilindustrie zu den SDGs beitragen kann, sind auf der nächsten Seite aufgeführt.

## ZIELE FÜR NACHHALTIGE ENTWICKLUNG





<p>1 KEINE ARMUT</p>	<p><b>Faire Löhne entlang der gesamten Lieferkette</b>  <b>Zielsetzung:</b> faires, existenzsicherndes und gleichberechtigtes Lohnniveau entlang der gesamten Textillieferkette erreichen</p>
<p>2 KEIN HUNGER</p>	<p><b>Natürlicher Faseranbau</b>  <b>Zielsetzung:</b> Förderung der Nutzung von natürlichen Fasern aus biologischem Anbau und effizientere Bodenbewirtschaftung, um den Konkurrenzdruck auf Flächen zur Lebensmittelproduktion zu verringern.</p>
<p>3 GESUNDHEIT UND WOHLERGEHEN</p>	<p><b>Förderung der Gesundheit</b>  <b>Zielsetzung:</b> Aufbau eines betrieblichen Gesundheitsmanagement und Schaffung einer gesundheitsfördernden Arbeitsumgebung (z. B. Tageslicht, ergonomische Büromöbel, psychische Präventionsmaßnahmen). Durchführung von Schutzmaßnahmen und Schulungen zum Chemikalienmanagement für Mitarbeitende.</p>
<p>4 HOCHWERTIGE BILDUNG</p>	<p><b>Angebot und Gleichberechtigung bei der Aus- und Weiterbildung im Textilbereich</b>  <b>Zielsetzung:</b> Berufliche und fachliche Bildungschancen durch Partizipation in Bildungsprogrammen, Angebot individueller Weiterbildungsprogramme und den Aufbau einer unternehmensinternen Wissensplattform fördern. Sie müssen dabei inklusiv sowie unabhängig von Herkunft oder Geschlecht ermöglicht werden.</p>
<p>5 GESCHLECHTERGLEICHHEIT</p>	<p><b>Frauen fördern und Diskriminierung beenden</b>  <b>Zielsetzung:</b> Förderung wirksamer Teilhabe von Frauen am Berufsleben etwa durch Schaffung der Möglichkeit Führungsrollen zu übernehmen und der Verringerung des Gender-Pay-Gap. Diskriminierung gegen Frauen beenden und sich für Gleichberechtigung einsetzen.</p>
<p>6 SAUBERES WASSER UND SANITÄRE EINRICHTUNGEN</p>	<p><b>Chemikalien- und Trinkwassermanagement</b>  <b>Zielsetzung:</b> Verbesserung der Trinkwasserqualität durch die Aufbereitung von Abwasser, damit dieses gefahrlos wiederverwendet werden kann. Sparsamerer und bewusster Umgang bei der Verwendung von Trinkwasser beim Anbau natürlicher Fasern sowie bei der Weiterverarbeitung und Veredelung von Textilien.</p>
<p>7 BEZAHLBARE UND SAUBERE ENERGIE</p>	<p><b>Energiemanagement und Erneuerbarer Energien</b>  <b>Zielsetzung:</b> Steigerung der Energieeffizienz durch ein erfolgreiches Energiemanagement und Reduzierung des Energiebedarfs durch Energierückgewinnung. Gleichzeitiger Ausbau erneuerbarer Energien in Form von Photovoltaik, Windkraft oder Wasserstoff und Wechsel zu Lieferanten von erneuerbaren Energien.</p>
<p>8 MENSCHENWÜRDIGE ARBEIT UND WIRTSCHAFTSWACHSTUM</p>	<p><b>Arbeitsplätze und Arbeitsschutz bei gleichzeitiger Produktivitätssteigerung in der Textilindustrie</b>  <b>Zielsetzung:</b> Schaffung einer sicheren sowie menschenwürdigen Arbeitsumgebung durch Arbeitsschutz, Arbeitszeitregelungen und ethischem Arbeitgeberverhalten. Parallele Verbesserung der wirtschaftlichen Produktivität durch Effizienzsteigerungen, Förderung neuer Technologien und einem positiven Geschäftsklima.</p>
<p>9 INDUSTRIE, INNOVATIONEN UND INFRASTRUKTUR</p>	<p><b>Nachhaltige Infrastruktur und Modernisierung der Industrie</b>  <b>Zielsetzung:</b> Aufbau einer modernen, nachhaltigen und widerstandsfähigen Infrastruktur durch Investitionen in moderne Gebäude, Automatisierung, Digitalisierungsprojekte und innovative sowie kreislauffähige Produktentwicklungen.</p>
<p>10 WENIGER UNGLEICHHEITEN</p>	<p><b>Für Gleichberechtigung und gegen Diskriminierung durch Förderung sozial schwach gestellter Menschen</b>  <b>Zielsetzung:</b> Förderung aller Menschen unabhängig von Alter, Rasse, Behinderung, Geschlecht, Herkunft, Religion oder wirtschaftlichem Status mithilfe von Gleichstellungsbeauftragten und der Einführung diskriminierungsfreier sowie chancengerechter Prozesse bei Personalauswahl, -führung und -entwicklung.</p>
<p>11 NACHHALTIGE STÄDTE UND GEMEINDEN</p>	<p><b>Regionale Arbeitgeberverantwortung</b>  <b>Zielsetzung:</b> Bewusste Standortwahl zur Förderung von strukturschwachen oder geschädigten Gebieten treffen sowie Förderung der regional ansässigen Vereine und Institutionen anhand regionaler Produktionsstandorte und Wertschöpfungsketten sowie der Förderung des ortansässigen sozialen Engagements.</p>
<p>12 NACHHALTIGE/R KONSUM UND PRODUKTION</p>	<p><b>Umweltverträglicher Umgang mit Ressourcen und Abfällen durch Kreislaufwirtschaft</b>  <b>Zielsetzung:</b> Aufbau einer Kreislaufwirtschaft, um Ressourcen und Abfälle zu verringern durch das Design langlebiger und recyclingfähiger Produkte, der Weiterverwertung von Produktionsabfällen sowie der Wahrnehmung einer erweiterten Produktverantwortung, damit Kreisläufe geschlossen werden.</p>
<p>13 MASSNAHMEN ZUM KLIMASCHUTZ</p>	<p><b>Klimaschutz und Klimaanpassungskonzepte</b>  <b>Zielsetzung:</b> Erstellung eines Klimaschutz- und Klimaanpassungskonzeptes zur Reduktion der Treibhausgasemissionen anhand des Assessments von Produktlebenszyklen oder Unternehmensprozessen zur Identifizierung und Senkung der THG-Emissionen.</p>
<p>14 LEBEN UNTER WASSER</p>	<p><b>Mikroplastik vermeiden</b>  <b>Zielsetzung:</b> Vermeidung der Plastik- und Mikroplastikverschmutzung durch den Verzicht der Verwendung von erdölbasierten Produktionsmaterialien, damit beim Waschen der Textilien kein Mikroplastik ausgewaschen wird.</p>
<p>15 LEBEN AN LAND</p>	<p><b>Biodiversität und Tierwohl</b>  <b>Zielsetzung:</b> Förderung der Biodiversität durch den Schutz ökologisch wertvoller Lebensräume durch einen reduzierten Eingriff und Unterbindung der Schadstoffeinbringung in die Natur. Förderung des Tierwohls, durch Beziehen von Wolle aus nachhaltiger Zucht und Substitution von Tierleder durch pflanzliche Alternativen.</p>
<p>16 FRIEDEN, GERECHTIGKEIT UND STARKE INSTITUTIONEN</p>	<p><b>Umsetzung von Gesetzen und Einhaltung von internationalen Abkommen</b>  <b>Zielsetzung:</b> Umsetzung der Sorgfaltspflichten (LkSG) entlang der Lieferkette durch verantwortungsvolle Einkaufspraktiken. Einhaltung des Abkommens von Paris und dem EU Green Deal durch Nachhaltigkeitsberichterstattung und Geschäftspraktiken, die zur nachhaltigen Entwicklung beitragen.</p>
<p>17 PARTNERSCHAFTEN ZUR ERREICHUNG DER ZIELE</p>	<p><b>Wissenstransfer zwischen nationalen und internationalen Partnern</b>  <b>Zielsetzung:</b> Förderung des Austauschs zu Technologien und Wissen in Kooperationsnetzwerken, sowie die Zusammenarbeit in der globalen Lieferkette durch Kooperationen zur Förderung der Betriebe und Mitarbeitenden in Entwicklungsländern.</p>



### 3.4 StakeholderInnen

Aktivitäten von Unternehmen haben meist Auswirkungen auf Anspruchsgruppen, welche direkt oder indirekt davon betroffen sind – StakeholderInnen. Sie sind Personen oder Organisationen, die aufgrund der Beeinflussung ein berechtigtes Interesse an den Entscheidungen und Aktivitäten eines Unternehmens haben. Beispiele für StakeholderInnen in der Textilindustrie sind:



Wie in jeder anderen Industrie ist es auch in der Textilindustrie wichtig, bei ihren Entscheidungen und Maßnahmen die Bedürfnisse und Belange aller StakeholderInnen zu berücksichtigen, da dies dazu beitragen kann, die langfristige Nachhaltigkeit und den Erfolg des Unternehmens zu sichern.

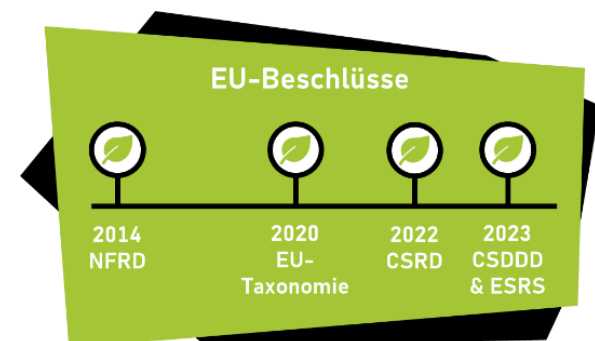
### 3.5 EU-Nachhaltigkeitspflichten

Was passieren kann, wenn einzig wirtschaftliche Interessen überwiegen, zeigte sich während der Finanzkrise.

Daraufhin wurden endlich die Stimmen der StakeholderInnen gehört, die forderten, dass Unternehmen über nichtfinanzielle Themen wie ökologische oder soziale Bestrebungen berichten müssten (RSM GmbH 2022).

Aus dieser Überlegung heraus trat 2014 die **NFRD (Non-Financial Reporting Directive)** in Kraft. Der gewünschte Effekt, dass Unternehmen ihre Geschäftsmodelle entsprechend änderten, blieb jedoch aus. Als Reaktion darauf, wurde der EU Green Deal ins Leben gerufen. Das Ziel: Die Finanzströme in zukünftige Investitionen ausschließlich in nachhaltige Aktivitäten fließen lassen. Bspw. sollen Unternehmen nur dann einen Kredit bekommen, wenn Sie Nachweise über ihre Nachhaltigkeitsbestrebungen vorlegen können.

Damit die Nachhaltigkeitsleistungen messbar werden kann, wurde sich auf die „**EU-Taxonomie VO**“ geeinigt. Ein Klassifizierungssystem, das zugleich Investoren dabei hilft, Investitionsmöglichkeiten anhand ihrer Nachhaltigkeitsperformance auszusuchen. Die NFRD sieht vor, dass zunächst nur Unternehmen mit mehr als 500 Mitarbeitenden sowie Versicherungen und Banken unter die Richtlinie fallen.



Ab 2024 löst die **CSRD** die NFRD ab, wodurch die Berichtspflicht nach und nach für viele weitere Unternehmen verpflichtend wird.



Um die geforderten Nachhaltigkeitsberichte künftig einheitlicher und vergleichbarer zu gestalten, wurde Ende Juli 2023 schließlich die **ESRS** verabschiedet.

Bis Ende 2023 wird zudem an einer Richtlinie zum **EU-Lieferkettengesetz (CSDDD)** gearbeitet, welches ab 2025 das deutsche Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz (LkSG) ablösen soll.

### 3.5.1 EU-Taxonomie

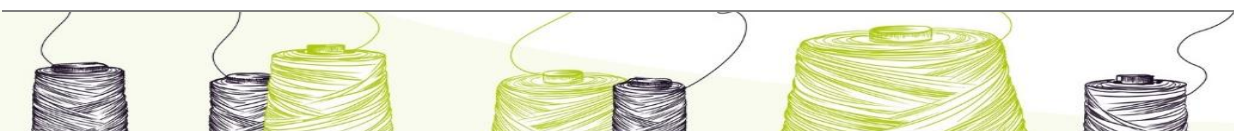
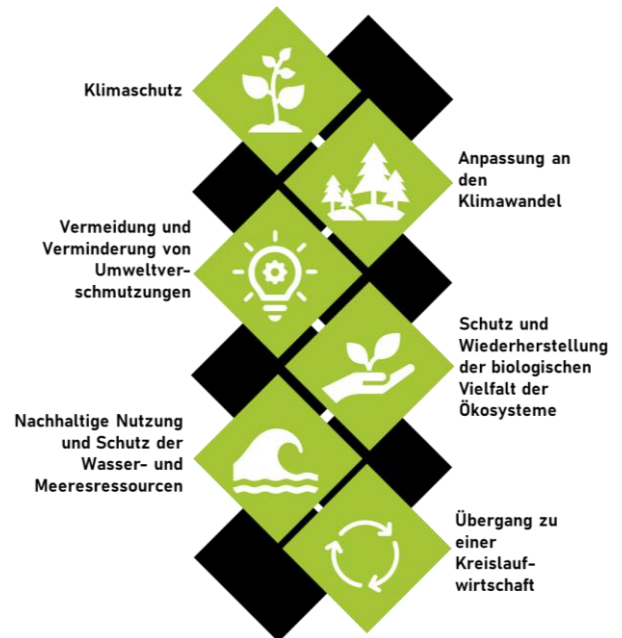
Ziel der EU-Taxonomie ist es, Finanzströme in nachhaltigere Investitionen zu lenken, um den Übergang zu einer treibhausgasneutralen Wirtschaft zu erleichtern. Mit Hilfe der EU-Taxonomie will die Europäische Union ihre Nachhaltigkeitsziele erreichen. Zusätzlich soll sie Unternehmen sowie Kapitalgebern dabei helfen, ökologisch nachhaltige Investitionsentscheidungen zu treffen. Definierte Kriterien und KPI's setzen einen Maßstab, welche Aktivitäten als ökologisch nachhaltig gelten. Je nach Erfüllungsgrad der Kriterien mündet dies in einem Score, anhand dessen Unternehmen, Fonds und andere Investitionen bewertet werden.

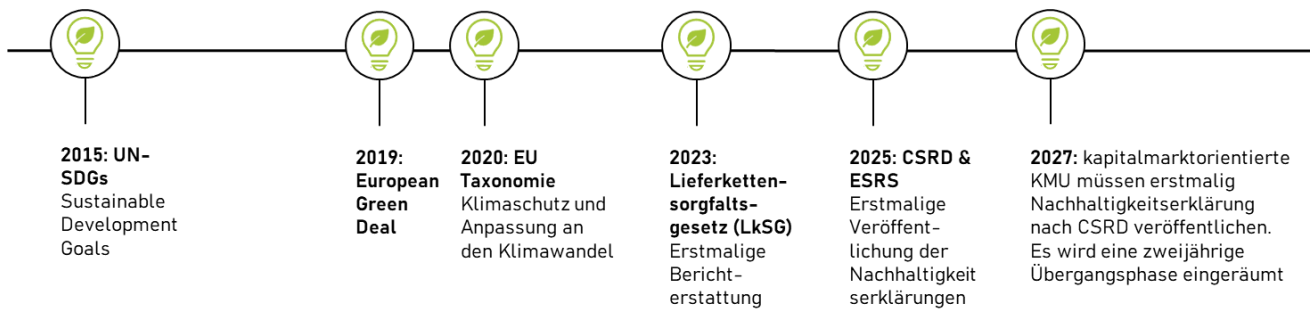
Auf diese Weise bedient die EU-Taxonomie einen Hebel, der viele Teilnehmende auf dem EU-Markt dazu bewegt, seine Wirtschaftstätigkeiten nachhaltiger auszurichten (Official Journal of the European Union 2020). Die Verordnung ist dabei lediglich bindend für Finanzmarktteilnehmer (Banken, Institutionelle Investoren, etc.) und Unternehmen, die laut NFRD ihre Nachhaltigkeitsbestrebungen berichten müssen.

Ob eine Wirtschaftsaktivität ökologisch nachhaltig ist, definiert sich über die Taxonomiekonformität. Die bewusste Wahl des Begriffs „Konformität“ verdeutlicht einen Gruppenzwang, der aufgebaut werden soll und dem sich einzelne Akteure nur schwer entziehen können (Spektrum der Wissenschaft Verlag, 2000).



Die Wirtschaftsaktivität muss zunächst auf mindestens ein Umweltziel einen positiven Beitrag leisten. Die EU hat dafür im Rahmen der EU-Taxonomie sechs Umweltziele definiert, zu welchen die Unternehmen einen Beitrag leisten können.





Gleichzeitig darf die Aktivität aber keine erheblichen negativen Auswirkungen auf die übrigen Umweltziele haben.

Das definiert die EU als zweites Konformitätskriterium, welches als **DNSH-Kriterium (Do No Significant Harm)** beschrieben wird. Dadurch sollen negative Effekte in anderen Bereichen verhindert werden. Damit eine Wirtschaftsaktivität schließlich als taxonomiekonform gewertet werden kann, muss die Organisation gewisse Mindeststandards an die Arbeitssicherheit und Menschenrechte sicherstellen.

Auf die Praxis bezogen müssen Unternehmen in Zukunft anhand eines „Konformitätsscreening“ die Umweltverträglichkeit sämtlicher Aktivitäten sicherstellen. Dabei müssen sowohl die unmittelbaren als auch die langfristigen Auswirkungen auf die Umwelt berücksichtigt und gegebenenfalls Maßnahmen ergriffen werden, um negative Auswirkungen zu minimieren bzw. zu vermeiden.

### 3.5.2 CSRD und ESRS

Wie es im Rahmen des EU Green Deal bereits angekündigt wurde, wird der Kreis der nach EU-Taxonomie berichtenden Unternehmen sukzessive erweitert. Im Januar 2023 wurde mit dem Beschluss der **CSRD (Corporate Sustainability Reporting Directive)** dieses Vorhaben konkretisiert. Ab diesem Zeitpunkt haben die EU-Staaten 18 Monate Zeit, die Richtlinie in nationales Recht zu übersetzen.

Ab 2025 müssen Unternehmen, die bereits laut NFRD berichtspflichtig waren, nun nach CSRD über Ihre Nachhaltigkeitsbestrebungen berichten. Ab 2026 betrifft dies zusätzlich auch große Unternehmen, die groß sind, aber bisher laut NFRD nicht berichten mussten.

Ein großes Unternehmen definiert sich laut Gesetzgeber dadurch, dass es mindestens zwei der folgenden drei Merkmale während des Geschäftsjahres aufweist:

- Bilanzsumme von **mind. 20 Mio. €**
- Nettoumsatz von **mind. 40 Mio. €**
- Durchschn. MA-Anzahl **mind. 250**

In den folgenden Jahren fallen weitere Unternehmen unter die CSRD-Berichtspflicht (Deutscher Nachhaltigkeitskodex, 2022).

<b>NFRD bzw. CSR-RUG (seit 2014)</b>
Haftungsbeschränkte Unternehmen, die sowohl: (1) <b>Groß</b> sind, (2) <b>Kapitalmarktorientiert</b> sind und (3) <b>Mehr als 500 Mitarbeitende</b> Durchschn. im GJ beschäftigen
<b>CSRD 1. Phase ab 2025 für Fiskaljahr 2024</b>
Alle Unternehmen, die bereits nach <b>NFRD-berichtspflichtig</b> sind
<b>CSRD 2. Phase ab 2026 für Fiskaljahr 2025</b>
Große Unternehmen, die <b>bisher nicht berichtspflichtig im Sinne des CSR-RUG</b>
<b>CSRD 3. Phase ab 2027 für Fiskaljahr 2026</b>
<b>Börsennotierte KMU</b> , kleine und nicht komplexe Kreditinstitute sowie firmeneigene (Rück-)-Versicherungsunternehmen
<b>CSRD 4. Phase ab 2029 für Fiskaljahr 2028</b>
<b>Nicht-EU-Unternehmen</b> mit EU-Niederlassungen oder EU-Tochtergesellschaften

Für börsennotierten KMU bestehen folgende Jahresdurchschnitte zum Bilanzstichtag als Schwellenwerte, von welchen mind. zwei von drei Merkmalen erfüllt sein müssen (Deutscher Nachhaltigkeitskodex, 2022):

- Bilanzsumme **mind. 350.001 €**
- Nettoumsatzerlöse **mind. 700.001 €**
- Durchschn. MA-Zahl: **mind. 11**



Begleitet wird die Richtlinie von einem Set an Berichtsstandards. Unternehmen, welche erstmalig ab 2025 für das Wirtschaftsjahr 2024 berichtspflichtig sind, müssen Ihre Nachhaltigkeitsaktivitäten zukünftig in einem gesonderten Abschnitt des Lageberichts veröffentlichen.

Ende Juli 2023 wurden diese Europäischen Standards zur Berichterstattung (ESRS) von der Europäischen Kommission verabschiedet. Nach den **ESRS (European Sustainability Reporting Standards)** müssen Unternehmen Informationen über Umwelt-, Sozial- und Governance-Themen veröffentlichen. Mit den Standards möchte die EU die Transparenz, Vergleichbarkeit sowie Rechenschaftspflicht der Unternehmen vereinheitlichen und kommt mit diesem Vorhaben den Forderungen der StakeholderInnen entgegen.

### 3.6 KMU im Kontext der Nachhaltigkeitsberichterstattung

In Deutschland und der EU werden kleine und mittlere Unternehmen (KMU) definiert als Unternehmen mit weniger als 250 Beschäftigten und einem Jahresumsatz von weniger als 50 Millionen Euro bzw. einer Jahresbilanzsumme von weniger als 43 Millionen Euro. KMU sind ein wichtiger Bestandteil der deutschen Wirtschaft, da sie einen großen Teil der Beschäftigungen und der Wirtschaftstätigkeit im Lande ausmachen. Sie machen 99,3 % der Unternehmen aus, erwirtschafteten jedoch mit 2,32 Billionen Euro knapp 33,7 % des gesamten Umsatzes in Deutschland im Jahr 2020 (Statistisches Bundesamt (Destatis) , 2023; IfM Bonn Institut für Mittelstandsforschung, 2023).

Sie zeichnen sich häufig durch ihre Flexibilität, Innovationsfähigkeit und Anpassungsfähigkeit an sich verändernde Marktbedingungen aus. KMU sind auch wegen ihrer Rolle bei der Unterstützung der lokalen Wirtschaft und des Gemeinwesens wichtig. KMU sind von den Berichtspflichten nicht direkt betroffen, stehen jedoch häufig in Lieferbeziehungen zu großen Unternehmen, so dass die Berichtspflicht über Umwege zu ihnen gelangen kann. In diesem Fall müssten KMU entsprechende Nachweise erbringen, dass sie sich aktiv mit Nachhaltigkeitsthemen im Unternehmen auseinandersetzen.

### 3.7 Zusammenhang zur sächsischen Textilindustrie

Die sächsische Textilindustrie ist durch eine Vielzahl kleiner und mittlerer Unternehmen geprägt, die nicht unmittelbar unter die Berichtspflichten der EU-Taxonomie fallen. Dennoch ergeben sich weiterführende Effekte durch den so genannten "Trickle-Down-Effekt".

Durch die enge Lieferkette zwischen sächsischen und größeren Unternehmen, die der Berichtspflicht unterliegen, fallen die Regelungen auch auf die KMU zurück. Sie sind somit gezwungen, ihre Nachhaltigkeit als Zulieferer nachzuweisen.

Der Trickle-Down-Effekt führt dazu, dass sächsische KMU als Zulieferer nachweisen müssen, dass auch sie die Nachhaltigkeitsanforderungen erfüllen, die sich aus den Berichtspflichten der Großunternehmen ergeben, obwohl sie selbst nicht gesetzlich dazu verpflichtet sind.

Ökologische und soziale Nachhaltigkeit sind für die Textilbranche von großer Bedeutung. Die Herstellung von Textilien hat in der Vergangenheit zu erheblichen Umweltbelastungen geführt und ist mit Risiken für Mensch und Umwelt verbunden (European Parliament, 2023). Daher können Unternehmen der Textilindustrie durch die Umsetzung nachhaltiger Praktiken sowie Investitionen in nachhaltige Technologien ihre ökologischen und sozialen Auswirkungen reduzieren.

Die Umsetzung der EU-Taxonomie und der CSRD bietet der sächsischen Textilindustrie die Chance, die Nachhaltigkeit der Branche zu verbessern und das Vertrauen der VerbraucherInnen und InvestorInnen in die Unternehmen zu stärken. Eine umweltverträgliche und nachhaltige Produktion kann dazu beitragen, die Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen zu steigern und das Image der Branche insgesamt zu verbessern.



Die Umsetzung der EU-Taxonomie und der CSRD ermöglicht es der sächsischen Textilindustrie, durch nachhaltige Produktion das Vertrauen von KundInnen und InvestorInnen zu stärken, die Wettbewerbsfähigkeit zu erhöhen und das Image der Branche zu verbessern.

### 3.8 Nachhaltigkeit transparent darstellen

Im Zuge der Berichtspflichten müssen Unternehmen ihre Nachhaltigkeitsbestrebungen in einem geeigneten Format präsentieren und transparent machen, wie diesem Thema begegnet wird. Die CSR-Berichterstattung, auch als Nachhaltigkeitsberichterstattung bezeichnet, ist der Prozess, durch den Unternehmen Informationen über ihre sozialen und umweltbezogenen Leistungen und Auswirkungen offenlegen. Die Berichterstattung erfolgt in der Regel in Form von Dokumenten, die von den Unternehmen veröffentlicht werden und die sich an verschiedene StakeholderInnen richten, darunter InvestorInnen, KundInnen, Lieferanten, Mitarbeitende und die Öffentlichkeit.

Die CSR-Berichterstattung dient dazu, Transparenz und Verantwortungsbewusstsein zu schaffen und die Nachhaltigkeit von Unternehmen zu fördern. Sie hilft dabei, Informationen über die Auswirkungen des unternehmerischen Handelns auf die Gesellschaft und die Umwelt zu sammeln, zu verstehen und zu bewerten.

#### 3.8.1 Gesetzliche Rahmenwerke und Leitlinien im Bereich CSR



Bei der Erstellung der Berichte wird sich stets an **Internationalen Leitlinien** orientiert. Der **Global Compact** der Vereinten Nationen unterstützt weltweit Unternehmen, ihre Strategien nach 10 Prinzipien auszurichten, darunter Menschenrechte, Arbeitsbedingungen, Umwelt und Anti-Korruption. Jährlich erstellen wir einen Fortschrittsbericht zu diesen Prinzipien.



Der Global Compact empfiehlt, seine Maßnahmen anhand der **17 UN Sustainable Development Goals** zu definieren. Diese geben dafür einen guten Orientierungsrahmen.

Ein Unternehmen kann jedoch nicht alle 17 Ziele gleichermaßen verfolgen. Vielmehr sollen z. B. auf Grundlage des Geschäftsmodells oder der Produkte die relevanten Handlungsfelder identifiziert werden. Darauf aufbauend kann ein Unternehmen definieren, wie es zu ausgewählten Zielen der SDG beitragen kann.



Eine Leitlinie die speziell auf den sozialen Aspekt der Nachhaltigkeit hinweist, sind die **Sozialstandards der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO)**, welche grundlegende

Rechte und Prinzipien für eine faire und gerechte Arbeitswelt definieren. Die Sozialstandards sollen sicherstellen, dass Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer fair behandelt werden, angemessene Arbeitsbedingungen haben und ihre Rechte und Interessen geschützt werden. Unternehmen und Regierungen sind aufgefordert, diese Standards zu unterstützen und zu fördern.



Die **Science Based Targets initiative (SBTi)** unterstützt Unternehmen dabei, wissenschaftsbasierte Ziele zur

Reduzierung von Treibhausgasemissionen im Einklang mit dem Pariser Abkommen zu setzen. Dies fördert Wettbewerbsfähigkeit und den Kampf gegen den Klimawandel. SBTi bietet Rahmen und Instrumente für die Zielsetzung und Überprüfung von Fortschritten.



Zuletzt können sich Unternehmen an einen **NAP (Nationaler Aktionsplan) für Wirtschaft und Menschenrechte** richten, welcher nationale Strategien zur

Förderung und zum Schutz der Menschenrechte im Zusammenhang mit unternehmerischen Aktivitäten definiert.





Unternehmen müssen Wechselwirkungen mit ihrer Umgebung verstehen. Das umfasst interne Einflüsse ihrer Prozesse und Produkte sowie externe Faktoren wie Berichtspflichten und Ansprüche von Interessengruppen. Die Wesentlichkeitsanalyse hilft, wichtige Nachhaltigkeitsthemen zu identifizieren.

### Deutscher Corporate Governance Kodex (DCGK)

Der DCGK ist ein Leitfaden für Corporate Governance von börsennotierten Unternehmen in Deutschland. Er konzentriert sich auf die Unternehmensführung und -kontrolle sowie auf die Beziehung zwischen Unternehmen und Aktionären. Der DCGK enthält Empfehlungen und Anforderungen zur Governance und berücksichtigt auch die Offenlegung von nichtfinanziellen Informationen, einschließlich Nachhaltigkeitsaspekten, im Zusammenhang mit der Corporate Governance. Im Vergleich zum ESRS, welches darauf abzielt die Nachhaltigkeitsberichterstattung in Europa zu standardisieren und zu verbessern, regelt der DCGK die Anforderungen an die Offenlegung von Nachhaltigkeitsaspekten im Zusammenhang mit der Unternehmensführung, wie beispielsweise Themen zu Vorstands- und Aufsichtsratszusammensetzung, Aktionärsrechte, Transparenz in der Finanzberichterstattung und den Schutz der Interessen aller Stakeholder.

### Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz

Das Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz trat am 01. Januar 2023 für Unternehmen mit mindestens 3.000 ArbeitnehmerInnen und LieferantInnen in Kraft. Ab Januar 2024 gilt es für alle Unternehmen mit mindestens 1.000 ArbeitnehmerInnen und LieferantInnen. Grundlage hierfür ist, dass die Unternehmen ihren Hauptsitz in Deutschland haben, (IHK Südlicher Oberrhein, o. D.).

Durch den sogenannten „Trickle-Down-Effekt“ wird dieses Gesetz auch Folgen für KMU haben.

Gemäß dem Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz müssen Unternehmen in Bezug auf menschenrechtliche und bestimmte umweltbezogene Aspekte in ihrer Lieferkette angemessene Sorgfaltspflichten erfüllen. Zu den Sorgfaltspflichten gehören unter anderem die Einrichtung eines

Risikomanagements und die Durchführung einer Risikoanalyse, die Verabschiedung einer Grundsatzerklärung zur Menschenrechtsstrategie des Unternehmens sowie die Verankerung von Präventionsmaßnahmen. Darüber hinaus müssen Unternehmen bei festgestellten Verstößen unverzüglich Abhilfemaßnahmen ergreifen und ein Beschwerdeverfahren einrichten. Die Art der zu erfüllenden Pflichten hängt von den tatsächlichen Einflussmöglichkeiten des Unternehmens auf die eigene Geschäftstätigkeit, die direkten Vertragspartner oder die indirekten Zulieferer ab. Der Grad der Sorgfaltspflicht ist je nach Teil der Lieferkette unterschiedlich. Über die Erfüllung der Sorgfaltspflichten ist zu dokumentieren und zu berichten (Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle, 2023)

### Lieferkettensorgfaltspflicht

#### BEKLEIDUNG

Im Bekleidungssektor rücken die Konsumenten zunehmend in den Fokus. Sie legen immer mehr Wert auf die Wertigkeit der Produkte und die verwendeten Rohstoffe, wodurch die gesamte Lebenszyklusbetrachtung an Bedeutung gewinnt. Trotzdem ist der Druck auf Unternehmen, nachhaltige Maßnahmen zu ergreifen, noch vergleichsweise gering. In diesem Zusammenhang erweist sich das Lieferkettengesetz als wichtiges Instrument zur Regulierung. Durch dieses Gesetz werden Unternehmen dazu verpflichtet, den gesamten Lebenszyklus ihrer Produkte nachzuweisen, was bei vielen Firmen eine gewisse Unsicherheit und Nervosität hervorruft, da sie bisher möglicherweise unzureichende Kenntnisse über ihre eigenen Lieferketten haben.

#### TECHNISCHE TEXTILIEN

Im Gegensatz dazu greift das Lieferkettengesetz nicht im Bereich der technischen Textilien, vermutlich aufgrund der Größe der Unternehmen in diesem Sektor. Hier wird CSR noch eher als Marketingmaßnahme betrachtet und steht noch am Anfang. Ein Beispiel dafür wäre ein Automobilhersteller, der mit der Recyclingfähigkeit seiner Produkte werben möchte. Allerdings wird auch betont, dass die technischen Textilien bereits weiter in ihrem Denken sind als die Bekleidungsindustrie, was darauf hindeutet, dass hier bereits eine stärkere Sensibilisierung und Auseinandersetzung mit Nachhaltigkeitsthemen stattfindet.







Die ISO 26000, ein Leitfaden für soziale Verantwortung, wurde 2010 von der Internationalen Organisation für Standardisierung (ISO) eingeführt. Sie gilt für Unternehmen jeder Art und Größe weltweit und bietet freiwillige Richtlinien, um soziale Verantwortung zu verstehen und umzusetzen.

Die Norm zielt nicht auf Zertifizierung oder Gesetzeskonformität ab, sondern unterstützt Unternehmen dabei, internationale Praktiken für soziale Verantwortung zu integrieren. Sie umfasst sieben Grundsätze (Rechenschaftspflicht, Transparenz, ethisches Verhalten, Interessen der Anspruchsgruppen, Rechtsstaatlichkeit, Verhaltenskodex und Menschenrechte) und sieben Kernthemen (Organisationsführung, Menschenrechte, Arbeitspraktiken, Umwelt, faire Geschäftspraktiken, Konsumentenangelegenheiten und Gemeinschaftsentwicklung).

Die ISO 26000 befähigt Organisationen, Verantwortung für ihre Auswirkungen auf Gesellschaft und Umwelt zu übernehmen und ethisches Verhalten in allen Bereichen zu integrieren. Sie bietet umfassende Anleitungen zur Implementierung eines wirksamen Nachhaltigkeitsmanagements und dient als Ausgangspunkt für weitere Standards und Zertifizierungen.

In Deutschland haben Unternehmen die Wahl zwischen zwei Berichtsnormen: GRI und DNK. GRI eignet sich für internationale Anwendungen und bietet eine breite Abdeckung, während DNK die Berichterstattung vereinfacht und sich besonders für Unternehmen eignet, die noch wenig Erfahrung in diesem Bereich haben.

Die neugeschaffenen ESRS richten sich nach den gängigen Berichtsnormen aus, um den berichtspflichtigen Unternehmen entgegenzukommen und Informationen aus Nachhaltigkeitsberichten auch im Lagebericht zu verwenden.



Die 1997 gegründete Global Reporting Initiative (GRI) ist eine international unabhängige Organisation, die mit dem Ziel gegründet wurde, weltweit anwendbare Richtlinien für die Berichterstattung über wirtschaftliche, ökologische und soziale Leistungen zu entwickeln. So soll die nachhaltige Entwicklung und die Transparenz von Unternehmen gefördert werden. Die GRI ist die wichtigste Institution im Bereich der Nachhaltigkeitsberichterstattung und weltweit die am häufigsten verwendete Richtlinie (del Mar Alonso-Almeida, Llach, & Marimon, 2014; Toppinen, Li, Tuppura, & Xiong, 2012).

Das GRI-Rahmenwerk bietet klare Leitlinien für Unternehmen, um ihre ökologischen, sozialen und wirtschaftlichen Leistungen transparent darzustellen. Neben den Hauptbereichen deckt es auch Menschenrechte, Arbeitspraktiken und Produktverantwortung ab. Einige Branchen haben sektorale Ergänzungen, um spezifische Nachhaltigkeitsfragen anzugehen.

Dieses Rahmenwerk umfasst Richtlinien, Protokolle, sektorale Ergänzungen und eine umfassende Liste von Leistungskennzahlen. Es gliedert sich in drei Bereiche: 1) Strategie und Profil, 2) Managementansatz und 3) 79 spezifische Leistungsindikatoren. Die Anwendung dieser Richtlinien ermöglicht es Unternehmen, Nachhaltigkeitsberichte zu standardisieren und vergleichbar zu machen. Dies fördert die Kommunikation mit Stakeholdern und die Integration von Nachhaltigkeit in das Unternehmensmanagement.

Insgesamt wurde die Verwendung des GRI-Rahmenwerks mit einer verbesserten Umweltleistung von Unternehmen in Verbindung gebracht. Unternehmen, die mehr Umweltbelastung verursachen, neigen dazu, mehr Umweltinformationen offenzulegen.





Der Deutsche Nachhaltigkeitskodex (DNK) ist ein bedeutendes Instrument für Unternehmen in Deutschland, das entwickelt wurde, um die Förderung von Nachhaltigkeit in der Wirtschaft zu unterstützen. Entwickelt in enger Zusammenarbeit mit Organisationen aus Wirtschaft und Zivilgesellschaft unter der Federführung des Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit, bietet der DNK klare Leitlinien und Standards.

Dieser Kodex stellt einen strukturierten Rahmen dar, der Unternehmen dabei hilft, ihre eigene Nachhaltigkeitsleistung zu bewerten und darüber transparent zu berichten. Ziel ist es, Unternehmen zu ermutigen und zu unterstützen, ihre Nachhaltigkeitsbemühungen kontinuierlich zu verbessern und gleichzeitig Transparenz und Rechenschaftspflicht gegenüber ihren Stakeholdern sicherzustellen.

Der DNK enthält eine Vielzahl von Kriterien, die von Unternehmen auf freiwilliger Basis angewendet werden können. Diese Kriterien decken verschiedene Bereiche ab, darunter Umweltschutz, soziale Verantwortung und wirtschaftliche Nachhaltigkeit. Unternehmen, die den DNK nutzen, können dadurch nicht nur ihre eigene Leistung besser verstehen, sondern auch ihre Position im Kontext der allgemeinen Nachhaltigkeitsbestrebungen in Deutschland und international.

Durch die Anwendung des DNK können Unternehmen nicht nur ihre Nachhaltigkeitsberichte verbessern, sondern auch das Vertrauen ihrer Stakeholder gewinnen, indem sie deutlich machen, dass sie sich aktiv für nachhaltiges Handeln einsetzen. Dies kann nicht nur langfristige Wettbewerbsvorteile schaffen, sondern auch dazu beitragen, die Gesellschaft insgesamt auf einen nachhaltigeren Weg zu führen.

### 3.8.2 Siegel und Zertifikate

Zertifizierungen oder Siegel sind Instrumente, um die Erfüllung bestimmter Standards in Qualität, Sicherheit, Leistung oder Nachhaltigkeit für Unternehmen oder Produkte zu demonstrieren. Sie werden von verschiedenen Organisationen, wie Regierungsbehörden, Branchenverbänden oder unabhängigen Stellen, ausgestellt. Diese Zertifizierungen decken diverse Bereiche ab, von Herstellungsverfahren über Produktsicherheit bis hin zu Umweltauswirkungen. Unternehmen mit Zertifizierungen können regelmäßigen Audits unterliegen, um die Standards zu halten. Zertifizierungen steigern die Vertrauenswürdigkeit und Wettbewerbsfähigkeit.

Nachhaltigkeitsberichtsrichtlinien sind jedoch keine Zertifikate, die Qualität, Vollständigkeit, Aktualität und Richtigkeit der Berichte belegen. Es gibt separate Siegel, die auf Basis solcher Berichte vergeben werden. Die Gemeinwohlökonomie zertifiziert Unternehmen, die ihren Nachhaltigkeitsbericht nach diesem Standard erstellen.

Nachfolgend werden einige der wichtigsten Siegel und Ratings aus dem Bereich Nachhaltigkeit beschrieben.

**ecovadis** Ecovadis ist ein Unternehmen, welches Nachhaltigkeitsratings und -bewertungen für Unternehmen anbietet und zeichnet diese aus. Die verschiedenen Auszeichnungen (Platinum, Gold, Silber, Bronze) basieren auf den Ergebnissen der von ECOVADIS durchgeführten Nachhaltigkeitsbewertungen und -beurteilungen. Bewertet werden die Bereiche Umwelt, Arbeits- und Menschenrechte, Ethik und nachhaltige Beschaffung in einer Vielzahl von Sektoren und Branchen, darunter Fertigung, Einzelhandel und Dienstleistungen. Die ECOVADIS-Auszeichnungen werden an Unternehmen vergeben, die sich besonders für Nachhaltigkeit einsetzen. Damit sollen Unternehmen anerkannt und ermutigt werden, die Maßnahmen zur Verringerung ihrer Umweltauswirkungen, zur Achtung der Arbeitnehmerrechte und zur Einhaltung ethischer Standards zu intensivieren und kontinuierlich zu verbessern.



Dies trägt nicht nur dazu bei, verantwortungsbewusstes Geschäftsverhalten zu fördern, sondern bietet auch einen Wettbewerbsvorteil, da nachhaltig agierende Unternehmen oft besser in der Lage sind, Kunden und Investoren anzuziehen.

Eine Zertifizierung zur **Gemeinwohl-Ökonomie** basiert auf der Idee, dass der Zweck der Wirtschaft darin bestehen sollte, dem Gemeinwohl zu dienen, anstatt ausschließlich der Gewinnmaximierung.

Zertifizierbar sind Wirtschaftsmodelle und -praktiken, die das Wohlergehen aller Beteiligten, der Gemeinschaften sowie der Umwelt, in den Vordergrund stellen. Unternehmen, die sich nach GWÖ zertifizieren lassen, müssen eine Reihe von Grundsätzen für die Messung und Bewertung der gemeinwohlorientierten Auswirkungen anwenden, und ihre Leistungen in Bereichen wie sozialer Gerechtigkeit, Umweltschutz und Tierschutz offenlegen.



**EMAS** (Eco-Management and Audit Scheme) ist ein EU-Umweltmanagementsystem für Unternehmen und Organisationen zur Bewertung und Verbesserung der Umweltleistung. Entwickelt von der Europäischen Kommission, betont es kontinuierliche Verbesserung und Transparenz. Um teilzunehmen, muss ein UMS gemäß EMAS-Verordnung entwickelt und unabhängig geprüft werden. Erfolgreiche Implementierung ermöglicht das EMAS-Logo und öffentliche Umweltleistungsberichte. EMAS+ ist ein neues zertifizierbares Umweltmanagementsystem in Entwicklung, geprüft von Organisationen wie TÜV oder DEKRA.

### 3.8.3 Textilsiegel

In der Textilbranche gibt es über die zuvor genannten Zertifikate und Siegel noch weitere spezifische Zertifizierungsmöglichkeiten, um nachzuweisen, dass ein Produkt oder ein Unternehmen bestimmte Standards oder Kriterien in Bezug auf ökologische, soziale oder andere Aspekte der Nachhaltigkeit erfüllt. Es gibt viele verschiedene Zertifikate und Siegel, die unterschiedliche Kriterien oder Anforderungen haben. Zertifizierungsstandards können ein breites Spektrum an Bereichen abdecken, darunter Bildung, Ausbildung, Erfahrung, Wissen, Fähigkeiten und Leistung.



Das MADE IN GREEN-Label bescheinigt eine umweltfreundliche und sozialverträgliche Herstellung der Textilien.



OEKO-TEX STeP (Sustainable Textile Production) zertifiziert umweltfreundliche und sozialverträgliche Produktionsstätten und Unternehmen.



Der Organic Content Standard (OCS) legt Kriterien für die Verwendung von Bio-Materialien durch Dritte und für den Nachweis der Lieferkette fest.



Der "Grüne Knopf" ist ein Textilsiegel, das Produkte kennzeichnet, die unter Einhaltung strenger sozialer und ökologischer Kriterien hergestellt wurden.



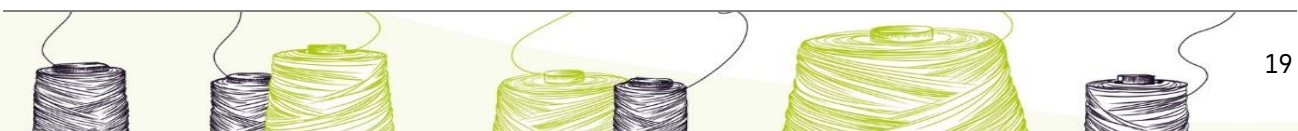
Das Textilsiegel "Fair Trade" kennzeichnet sozial gerecht und fair gehandelte Produkte.



Das Textilsiegel "RWS" kennzeichnet Produkte, bei denen die Wolle aus nachhaltiger und tierschutzfreundlicher Schafhaltung stammt.



Die Kriterien des Blauen Engels für Textilien berücksichtigen Umweltstandards im gesamten Herstellungsprozess.







Die Better Cotton Initiative (BCI) fördert Produktionsgrundsätze und Kriterien für einen sozial, ökologisch und wirtschaftlich nachhaltigeren Baumwollanbau.

Cradle to Cradle Certified® ist der globale Standard für Produkte, die sicher, zirkulär und verantwortungsvoll hergestellt sind.



Das EU-Umweltzeichen kennzeichnet Produkte mit geringen Umweltauswirkungen innerhalb ihres gesamten Lebenszyklus.

Das Siegel der Fair Wear Foundation zertifiziert Marken, die sich aktiv für verbesserte Arbeitsbedingungen in der Bekleidungsindustrie einsetzt.



Der Global Recycled Standard (GRS) ist eine freiwillige Produktnorm für die Nachverfolgung und Überprüfung des Anteils recycelter Materialien in einem Endprodukt.

Worldwide Responsible Accredited Production (WRAP) ist das weltweit größte Zertifizierungsprogramm für ethische Herstellungsprozesse.



Die BSCI ist eine von der Industrie getragene Bewegung, die die Einhaltung von Verhaltenskodizes in Fabriken und landwirtschaftlichen Betrieben überwacht und bewertet.

Ecocert ist eine Zertifizierung für ökologische Textilien aus Naturfasern sowie Fasern aus erneuerbaren oder recycelten Materialien.



Die GOTS-Zertifizierung gilt als weltweit höchster Textilstandard und gewährleistet eine sozial verantwortliche und umweltverträgliche Herstellung von Textilien.

Die STANDARD 100 by OEKO-TEX® Zertifizierung gewährleistet, dass alle Bestandteile des Endprodukts auf Schadstoffe geprüft wurden.





# 4

## CSR IN DER SÄCHSISCHEN TEXTILINDUSTRIE

Im Zuge des wachsenden Bewusstseins für gesellschaftliche und ökologische Herausforderungen gewinnt CSR als Leitprinzip für nachhaltiges und verantwortungsbewusstes Wirtschaften zunehmend an Bedeutung. Gerade in der sächsischen Textilindustrie, die eine reiche Tradition und einen bedeutenden Beitrag zur regionalen Wirtschaft leistet, rücken Fragen rund um Nachhaltigkeit und CSR verstärkt in den Fokus unternehmerischen Handelns. Dieses Kapitel widmet sich eingehend dem Thema CSR in der sächsischen Textilindustrie und richtet den Blick auf die Nachhaltigkeitsbemühungen und -herausforderungen, mit denen die Unternehmen in diesem Wirtschaftszweig konfrontiert sind. Ziel dieser Studie ist es, zu verstehen, wie CSR in der sächsischen Textilindustrie definiert und praktiziert wird, wie die Unternehmen ihre Nachhaltigkeitsleistungen kommunizieren und welche Chancen und Potenziale CSR für die Zukunft dieser Industrie birgt.

Um ein umfassendes Bild der Nachhaltigkeitsbemühungen in der sächsischen Textilindustrie zu zeichnen, werden sowohl quantitative als auch qualitative Methoden angewandt. Recherchen, Umfragen und Interviews mit VertreterInnen aus der Branche ermöglichen Einblicke in die CSR-Strategien und -Aktivitäten der Unternehmen. Dabei werden nicht nur die Maßnahmen betrachtet, die Unternehmen bereits umsetzen, sondern auch die Herausforderungen, die einer verstärkten CSR-Integration entgegenstehen.

Die Ergebnisse dieses Kapitels sollen nicht nur als Grundlage für die weiteren Abschnitte der Studie dienen, sondern auch als Impulsgeber für die Entwicklung gezielter Handlungsempfehlungen und strategischer Ansätze zur Förderung einer nachhaltigen Entwicklung in dieser für Sachsen bedeutenden Branche.



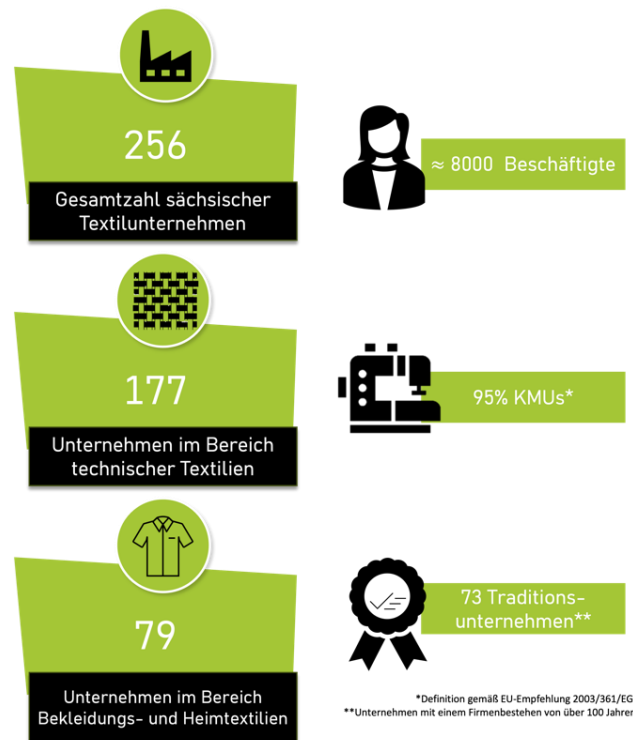
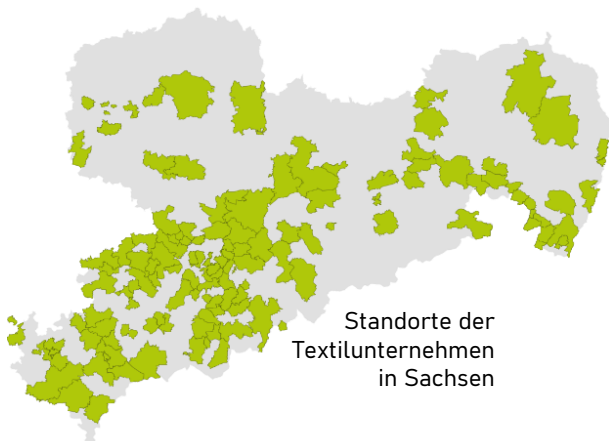


Es geht darum, Wege aufzuzeigen, wie CSR als integraler Bestandteil der Geschäftsstrategie in der sächsischen Textilindustrie verankert und ihre nachhaltige Transformation vorangetrieben werden kann.

#### 4.1 Bestandsanalyse

Die Unternehmenslandschaft der sächsischen Textil- und Bekleidungsindustrie ist nach wie vor durch einen hohen Anteil von Familienunternehmen geprägt, von denen viele nicht börsennotiert sind und ihren Sitz am Gründungsstandort haben. Aktuell werden 256 Textilunternehmen mit rund 8.000 Beschäftigten in Sachsen erfasst (Stand Januar 2023). Davon sind 177 Unternehmen dem Bereich Produktion und Konfektion technischer Textilien und 79 Unternehmen dem Bereich Produktion und Konfektion von Bekleidungs- und Heimtextilien zugeordnet.

Die sächsische Textillandschaft besteht nahezu ausschließlich aus KMU und nur einem sehr geringen Anteil an Großunternehmen mit mehr als 250 Mitarbeitenden. In Betrachtung der Mitarbeiterzahlen in den Unternehmen zeigt sich, trotz schwieriger Datengrundlage, dass eine signifikante Anzahl der Unternehmen, nämlich knapp die Hälfte, Klein- und Kleinstunternehmen mit unter 50 Beschäftigten sind. 73 Unternehmen haben ein über 100-jähriges Bestehen mit einer traditionsreichen Unternehmenshistorie. Aus dieser historischen Verankerung und der Nähe zur lokalen Gemeinschaft erwächst häufig eine besondere Verantwortung für Umwelt und Gesellschaft.



Im Südwesten Sachsens, insbesondere in den Landkreisen Zwickau, Erzgebirge und Vogtland, zeigt sich eine Konzentration traditionell ansässiger Textilindustrie, bestehend aus vielen kleinen, unabhängigen Unternehmen, die sich als Innovator technischer Textilien etabliert haben. Die industriellen Potenziale technischer Textilhersteller sind teilweise in die Automobilwertschöpfungskette eingebunden und bieten darüber hinaus Kapazitäten für weitere Anwendungen. Hier eröffnen sich bedeutende Wachstums- und Innovationschancen, insbesondere im Feld der High-Tech-Textilien.

Das Sächsische Textilforschungsinstitut e.V. (STFI) in Chemnitz agiert seit über 25 Jahren als Innovationspartner und Dienstleister für die Branche. Die Westsächsische Hochschule Zwickau bietet zudem in Zusammenarbeit mit der TU Chemnitz einen spezialisierten Studiengang für Textile Strukturen und Technologien an, um die Entwicklung in dieser Richtung weiter zu fördern (IMU-Institut Berlin GmbH, 2020).

Die Industriedichte innovationsorientierter Textil- und BekleidungsHersteller setzt sich geografisch in der Oberlausitz fort.





Innerhalb der Oberlausitz findet sich ein kompetentes Cluster für Webereien und Bandwebereien, die eine breite Palette innovativer elastischer und unelastischer Bänder und Textilien produzieren. Diese werden in verschiedenen Bereichen eingesetzt, darunter Arbeits- und Schutzkleidung, Bandagen, Fallschirme und Automobilanwendungen.

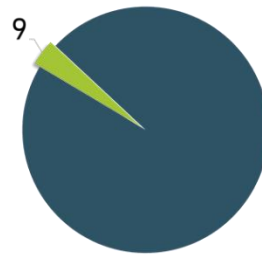
Die Unternehmen der sächsischen Industrie lassen sich in zwei Branchenzweige segmentieren: Faser- und Textilerzeugung mit etwas mehr als zwei Drittel der Unternehmen, sowie Konfektionierung von Bekleidungs- und Heimtextilien, die einen Anteil von 31 % haben. Einen besonders hohen Anteil der Unternehmen ist dem Wirtschaftszweig Herstellung technischer Textilien sowie konfektionierter Textilwaren für technische und industrielle Anwendungen zugehörig. Mit Blick auf die Geschichte der sächsischen Textilindustrie ist der hohe Spezialisierungsgrad der Branche das Ergebnis jahrzehntelanger Innovationen und Investitionen in Forschung und Entwicklung.

Bereits 70 % der sächsischen Textilunternehmen sind im Bereich CSR / Nachhaltigkeit aktiv. Insgesamt 44 Unternehmen unter den sächsischen Textilbetrieben haben auf ihren Webseiten eine dedizierte Rubrik für "Nachhaltigkeit" eingerichtet. Ebenso setzen 64 Unternehmen auf das Label "Made in Germany" oder betonen ihre Produktion in Deutschland, was auf eine regionale Verankerung als auch auf mögliche Qualitäts- und Nachhaltigkeitsaspekte hinweisen könnte. Allerdings haben lediglich 9 von insgesamt 256 Unternehmen einen offiziellen CSR-Bericht veröffentlicht.

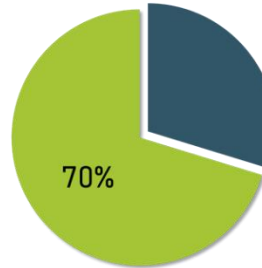
Die Daten zeigen, dass 31 % der sächsischen Textilunternehmen eine oder mehrere ISO-Zertifizierungen besitzen, die in direkter oder indirekter Verbindung mit CSR stehen.

Diese Zahlen zeigen ein gewisses Engagement im Bereich der unternehmerischen Nachhaltigkeit, aber auch ein Potenzial für eine verstärkte Berichterstattung und Zertifizierung.

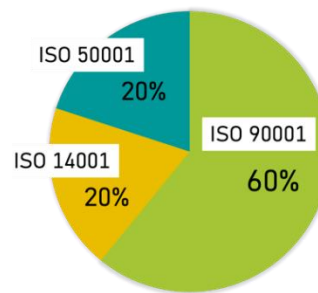
Insgesamt hat die Bedeutung von CSR sowohl als Standard als auch als Wettbewerbsstrategie dazu geführt, dass große deutsche Unternehmen einen proaktiven CSR-Ansatz verfolgen.



**9 der 256** sächsischen Textilunternehmen haben bisher einen CSR-Bericht veröffentlicht



**70%** verfolgen Bemühungen im Bereich CSR und Nachhaltigkeit  
\*anhand veröffentlichter Informationen auf den Unternehmenswebseiten



**31%** sächsischen Textilunternehmen besitzen eine oder mehrere ISO-Zertifizierungen, die in Zusammenhang mit CSR stehen

Eine wichtige Erkenntnis der hier vorgestellten Studie ist, dass Nachhaltigkeitsberichterstattung in den letzten Jahren zu einer bedeutenden strategischen Angelegenheit geworden ist und sich von isolierten zu integrierten Berichterstattungsansätzen entwickelt hat. Aufgrund voranschreitender Regulierung im Bereich Nachhaltigkeit und gesteigener Erwartungen der Stakeholder wird die Unternehmensführung in allen wichtigen Volkswirtschaften erheblich komplexer (Jäger & Münter, 2023).

Um die Förderung von CSR in der sächsischen Textilindustrie voranzutreiben und die CSR-Berichterstattung zu verbessern, ist es von großer Bedeutung, dass die Unternehmen ihre Verantwortung gegenüber Gesellschaft und Umwelt ernst nehmen und sich freiwillig für die Veröffentlichung von CSR-Berichten entscheiden. Darüber hinaus ist eine verstärkte Kommunikation der CSR-Bemühungen notwendig, um die Öffentlichkeit für dieses Thema zu sensibilisieren.



#### 4.1.1 Herausforderungen und Chancen der sächsischen Textilindustrie in Zeiten des strukturellen Wandels

Die Globalisierungsprozesse der Vergangenheit haben zu einer Veränderung der Industriestruktur geführt. Nach den offiziellen Dokumenten der Europäischen Union ist die Textil- und Bekleidungsindustrie [...] „ein vielfältiger und heterogener Industriezweig, der eine große Anzahl von Aktivitäten umfasst, die von der Umwandlung von Rohstoffen in Fasern, Garne und Gewebe reichen, die wiederum in die Produktion von z. B. Hightech-Synthetik-Textilien, Wolle, Bettwäsche, Industrie-Filtern, Geotextilien und Kleidung einfließen und in zahlreichen Anwendungen wie z. B. Bekleidung, Sportausrüstung, Haushalt, Möbel, Bauwesen (Bau, Automobile und Flugzeuge) und medizinischen Textilien verwendet werden.“ (Europäische Kommission, 2011, S. 5)

Die Textilindustrie dient als repräsentatives Beispiel für den modernen Wandel, dem sich Unternehmen unterziehen müssen, um den Anforderungen eines zunehmend intensiven Wettbewerbs und einer stagnierenden Nachfrage gerecht zu werden. In diesem Zusammenhang spielt der Erwerb von neuem Wissen und die Erschließung neuer Netzwerke eine entscheidende Rolle für Innovationen und die Modernisierung der Branche. Unternehmen, die die Bedeutung von Netzwerken für den Wissenstransfer erkannt haben, legen besonderen Wert auf den Aufbau und das Management ihrer Netzwerkstrukturen (Danskin, Englis, & Solomon, 2005).

Europäische Unternehmen haben insbesondere in technischen Nischen eine führende Position eingenommen, wie beispielsweise in der Herstellung von Vliesstoffen und Verbundtextilien, deren Produktion seit dem Jahr 2000 um 75 % respektive 60 % gestiegen ist.

Im Jahr 2015 machten technische Textilien rund 30 % der gesamten Textilindustrie in der EU aus und trugen mit einem Wachstum von 5,3 % erheblich zu den Exporten bei. Dieses positive Wirtschaftsklima setzte sich im Jahr 2016 fort, als die Produktion von Vliesstoffen um 3 % und die anderer technischer Textilien um 4 % zunahm.

Angesichts dieser Entwicklungen ist es von entscheidender Bedeutung, dass Unternehmen in der sächsischen Textilindustrie ihre Bemühungen im Bereich der CSR verstärken, um einen nachhaltigen und zukunftsfähigen Erfolg zu gewährleisten.

Diese positiven Marktentwicklungen haben dazu beigetragen, dass Unternehmen in Sachsen ihre Geschäftstätigkeit ausbauen und neue Marktchancen nutzen konnten. Durch ihre Expertise und innovative Herangehensweise konnten sie sich durch Spezialisierung auf hochwertige Produkte in spezifischen Nischen einen Wettbewerbsvorteil verschaffen und differenzierte Lösungen anbieten.

Sachsens Textilcluster profitiert von Flexibilität und Kundennähe, da maßgeschneiderte Produkte und schnelle Reaktionen auf Kundenwünsche möglich sind. Zudem können die Unternehmen durch nachhaltige Praktiken die steigende Nachfrage nach umweltfreundlichen Produkten bedienen und sich als nachhaltige Produzenten positionieren. Diese Faktoren tragen dazu bei, dass kleine Industriecluster in Sachsen auch zukünftig erfolgreich auf den globalen Märkten agieren.

Zu den Herausforderungen dabei gehören der intensive Wettbewerb mit Unternehmen aus anderen Ländern, der zunehmende Kostendruck, der Bedarf an qualifizierten Arbeitskräften und der Zugang zu neuen Märkten. Um wettbewerbsfähig zu bleiben, erfordert die Produktion technischer Textilien oft spezialisierte Maschinen und Anlagen. Investitionen in modernste Ausrüstung können eine finanzielle Belastung für Unternehmen darstellen. Es ist wichtig, dass die sächsische Textilindustrie Zugang zu angemessener Finanzierung und Unterstützung bei der Modernisierung ihrer Produktionskapazitäten hat. Darüber hinaus ist es von großer Bedeutung, junge Fachkräfte mit den erforderlichen Fähigkeiten und Kenntnissen auszubilden, sowie eine kontinuierliche Weiterbildung, in der bestehende Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter über die neuesten Entwicklungen im Bereich der Nachhaltigkeit informiert werden, um effiziente Ressourcennutzung, umweltfreundliche Produktionsprozesse und soziale Verantwortung zu fördern sowie um mit den neuesten Entwicklungen in der Branche Schritt zu halten.



### 4.1.2 Unterschied Bekleidungstextil und technisches Textil

Im Allgemeinen werden Textilien in konventionelle Bekleidungs- und Heimtextilien und technische Textilien unterschieden. Konventionelle Textilerzeugnisse, die im modischen, künstlerischen oder dekorativen Bereich verwendet werden, erfüllen meist ästhetische Anforderungen. Dazu zählen auch Heimtextilien (Vorhänge, Möbelstoffe, Teppiche, Textiltapeten). Bekleidungs- und Heimtextilien sind charakterisiert durch eine große Produktvielfalt und schnell wechselnde, kurzlebige Trends. Die vertikalisierte und globalisierte Beschaffungsstruktur der Bekleidungsindustrie durch das Wachstum der Fast-Fashion-Industrie hat negative Umweltauswirkungen verursacht und soziale Probleme gefördert. Durch die Einführung von CSR-Strategien sollen Maßnahmen ergriffen werden, um Geschäftsprozesse umzugestalten und eine nachhaltige Entwicklung zu sichern (Perryer, 2019)

Im Gegensatz dazu, besitzen die technischen Textilien technische, funktionale und leistungsfähige Eigenschaften. Im Vordergrund stehen die physikalischen, mechanischen, thermischen und/oder chemischen Materialeigenschaften, um bestimmte technische Funktionen zu erfüllen.

Anwendungsbereiche technischer Textilien werden üblicherweise in zwölf Kategorien eingeteilt. Textilerzeugnisse, die in der Automobil- und Fahrzeugindustrie zum Einsatz kommen, fallen unter die Kategorie Mobiltech. Dazu gehören beispielsweise textile Verkleidungskomponenten für den Fahrzeuginnen- und -außenbereich, Bezugstoffe, Fußmatten oder Faserverbundstoffe. Die Vielfältigkeit an Produkten technischer Textilien, die aus verschiedenen Fasern/Rohstoffen und mit unterschiedlichen Herstellungsverfahren und -anlagen hergestellt werden, macht eine klare Abgrenzung der einzelnen Segmente schwierig. So überschneidet sich z. B. Oekotech mit Indutech (Filtration), Geotech (Erosionsschutz) und Agrotech (Wassereffizienz) (Rasheed, 2019).

Die Begriffe Industrietextilien, Technische Textilien, Funktionstextilien oder Leistungstextilien werden synonym verwendet.

Im Zug der Globalisierungsprozesse haben sich insbesondere in den Industrieländern die Textilunternehmen im Rahmen ihrer Möglichkeiten auf neue Marktnischen mit hohem Potential auf high-Knowledge und high-performance Strategie, wie technische Textilien, ausgerichtet.





#### 4.2 Auswertung Umfrage und Interviews / Workshops

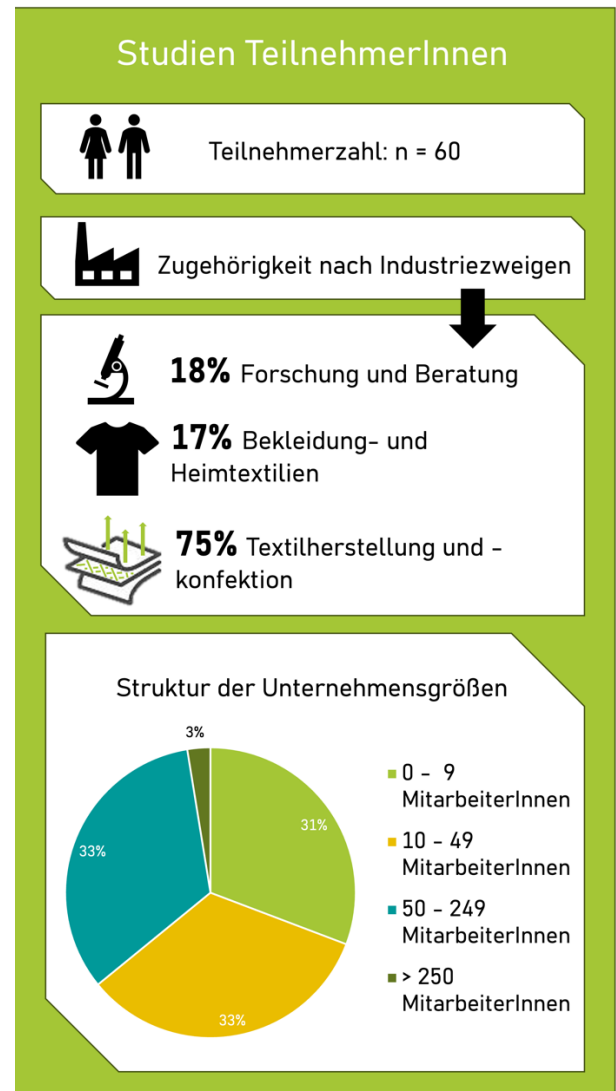
Die vorliegende Studie stellt eine umfangreiche Untersuchung der Herausforderungen und Chancen durch CSR dar, die sich für die Textil- und Bekleidungsindustrie im Freistaat Sachsen ergeben.

Der Untersuchungszeitraum erstreckte sich von Ende 2022 bis Anfang 2023 und umfasste verschiedene Datenerhebungsmethoden, darunter eine Online-Umfrage mit einem umfassenden Fragebogen bestehend aus 56 Fragen. Insgesamt beteiligten sich 25 Personen an dieser Umfrage.

Die Analyse und Auswertung der durchgeführten Umfrage liefert Erkenntnisse zum aktuellen Stand der CSR- und Nachhaltigkeitsbemühungen von KMU in der Textil- und Bekleidungsindustrie in Sachsen und schafft eine zuverlässige Wissensbasis, die den Unternehmen, den politischen Entscheidungsträgern, NGOs und der Wissenschaft dienen soll. Ziel der Umfrage besteht darin, qualitative Daten und relevante Informationen zu generieren, um:

- (1) das Verständnis und die Wahrnehmung von CSR in den Unternehmen zu erfassen,
- (2) den Umsetzungsstand des Konzepts einer nachhaltigen Entwicklung auf Unternehmensebene zu bewerten,
- (3) eine Einschätzung der Unternehmen hinsichtlich Chancen und Herausforderungen durch CSR für KMU vorzunehmen.

Die repräsentative Stichprobe spiegelt die Vielfalt des Textil- und Bekleidungssektors wider. Die Teilnehmenden waren in erster Linie GeschäftsführerInnen, aber auch NachhaltigkeitsmanagerInnen und Textil- und BekleidungsingenieurInnen sowie andere für den Sektor relevante Berufsgruppen aus anderen branchenrelevanten Berufen. Unter den befragten Unternehmen sind drei Viertel dem produzierenden Textilgewerbe zuzuordnen, vorrangig in den Wirtschaftszweigen Herstellung Konfektionierter Waren (13920) und Herstellung Technischer Textilien (13960), die auf dem globalen Markt agieren.



Vertreten waren darüber hinaus auch Forschungsinstitute für nachhaltige und ressourcenschonende Lösungen, Beratungsunternehmen mit Fokus auf Textilinnovationen und Produktstrategien, kleine Modelabels und Start-ups.

Zusätzlich zur quantitativen Umfrage erfolgte eine qualitative Datenerhebung durch Gruppendiskussionen und Interviews. Diese ergänzenden Methoden ermöglichten eine tiefere Analyse und ein besseres Verständnis der CSR-Praktiken. Die Einblicke aus dieser Studie sind von großer Bedeutung, um die Entwicklung und Umsetzung der CSR-Initiativen sowohl auf Unternehmens- als auch auf politischer Ebene in dieser Region zu fördern und zu verbessern. CSR-Verständnis und Wahrnehmung



Es ist deutlich, dass ein gewisses Bewusstsein und Verständnis für CSR vorhanden ist. Über 75 % der KMU gaben an, mit der Bedeutung von CSR vertraut zu sein. Die Mehrheit der Teilnehmenden identifizierte Nachhaltigkeit (88 %), Ressourceneffizienz (83 %) und Umweltschutz (79 %) als zentrale Stichworte im Zusammenhang mit CSR.

Dies verdeutlicht das ausgeprägte Bewusstsein für die ökologische Verantwortung und die essenzielle Bedeutung ressourcenschonenden Handelns in der Branche. Angesichts der erheblichen Umweltauswirkungen, die mit der Herstellung von Textilien verbunden sind, sehen sich Unternehmen vor der anspruchsvollen Herausforderung, nachhaltigere Praktiken zu implementieren und Umweltbelastungen zu reduzieren.

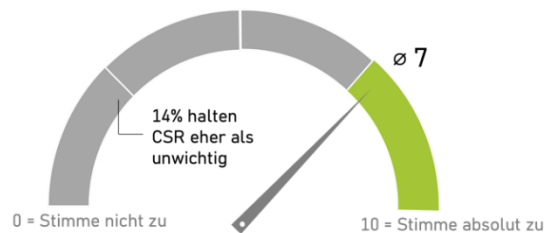
In Sachsen nutzen 25 % der KMU CSR-Management-Systeme, um ihre Umweltauswirkungen zu minimieren. Die beiden am häufigsten implementierten Umweltmanagementsysteme sind die ISO-Norm 14001 und EMAS. Diese Systeme helfen den Unternehmen, ihre Umweltleistung zu verbessern und nachhaltige Praktiken zu etablieren.

Darüber hinaus setzen viele Unternehmen in der Textilindustrie spezifische Textilsiegel-Zertifizierungen ein. Knapp die Hälfte der vergebenen Zertifikate ist OEKO-TEX, ein Zertifikat, das sicherstellt, dass Textilprodukte auf Schadstoffe geprüft und umweltfreundlich hergestellt werden. Gefolgt mit etwa 20 % von GOTS, dass die ökologische und soziale Nachhaltigkeit von Textilien sicherstellt. Weitere genannte Zertifizierungen sind IVN Best, Cradle to Cradle, Grüner Knopf, GRS und RWS, wobei diese jeweils etwa 5 % der vergebenen Zertifikate ausmachen.

Insgesamt ist es wichtig anzuerkennen, dass der Textilsiegeldschungel eine komplexe Herausforderung darstellt, aber auch ein Zeichen dafür ist, dass immer mehr Unternehmen nachhaltigere Entscheidungen treffen möchten. Der Zertifizierungsprozess ist jedoch mit hohen laufenden Kosten verbunden.



Wir halten CSR für wichtig für unser Unternehmen



Die Thematik CSR ist teilweise noch nicht in allen KMU angekommen, möglicherweise aufgrund von Zeitmangel und fehlenden Ressourcen. Ein zentrales Problem ist die Unsicherheit hinsichtlich der gesetzlichen Rahmenbedingungen der CSR-Berichterstattung und CSR-Leitlinien, mit denen nur knapp 20 % der Unternehmen vertraut sind.

Die Unternehmen, die keine CSR-Strategie verfolgen, nannten dafür folgende Gründe und Hindernisse:

- fehlende personelle Ressourcen,
- mangelnde Fachkenntnisse
- fehlende finanzielle Ressourcen,
- rechtliche und bürokratische Anforderungen.



Einige KMU sind nicht ausreichend informiert über die bestehenden CSR-Richtlinien und ob diese auf ihr Unternehmen zutreffen. In einigen Fällen haben laut Umfrageergebnisse KMU auch Schwierigkeiten, die Komplexität der gesetzlichen Vorschriften zu verstehen und damit auch umzusetzen.

Zusätzlich fehlen einheitliche Standards und Methodiken im Bereich CSR, was die Umsetzung und Vergleichbarkeit erschwert. Größere Unternehmen und solche mit internationalen Lieferketten sind in der Regel besser mit den gesetzlichen Anforderungen bewandert.

#### 4.2.1 Stand der Umsetzung des Konzepts einer nachhaltigen Entwicklung auf Unternehmens-ebene

Im Hinblick zur Einführung und Umsetzung der unternehmerischen Verantwortung gaben rund die Hälfte der Unternehmen an, dass sie eine CSR-Strategie verfolgen. CSR-Strategien in der Textilindustrie sind Teil eines umfassenden Ansatzes, der darauf abzielt, die soziale und ökologische Nachhaltigkeit entlang der gesamten Lieferkette sicherzustellen und somit auch die ökonomische Nachhaltigkeit des Unternehmens sichert.

Etwa die Hälfte der Unternehmen hat erst in jüngerer Zeit begonnen CSR in ihre Geschäftspraktiken zu integrieren. Mit der gesteigerten gesellschaftlichen Relevanz und Wahrnehmung, gewinnt die Motivation zur Umsetzung von Nachhaltigkeitspraktiken ebenfalls an Bedeutung.

Für eine erfolgreiche und nachhaltige Umsetzung von CSR, ist es von großer Wichtigkeit, dass sich die Unternehmen auf langfristige CSR-Strategien ausrichten.

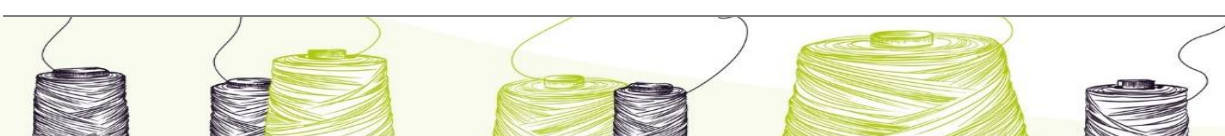
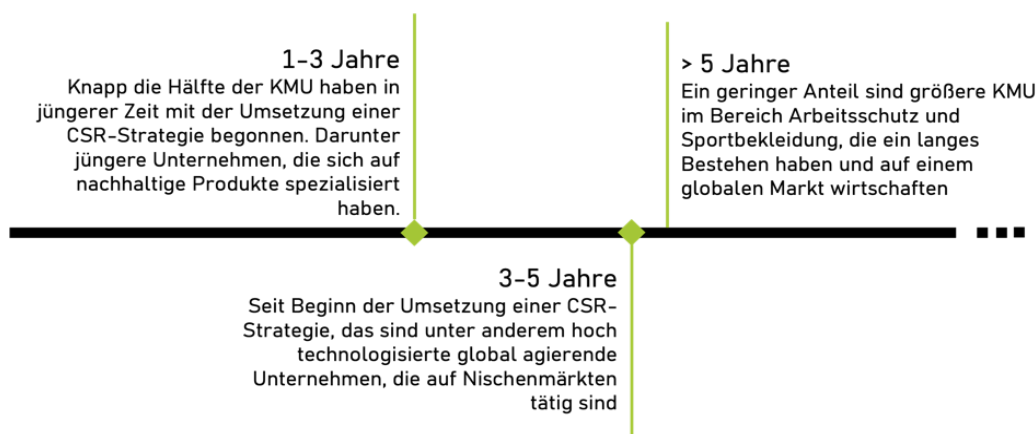
KMU in Sachsen sind möglicherweise durch begrenzte Kapazitäten und Wissen, aber auch durch finanzielle und politische Barrieren daran gehindert, eine umfassende CSR-Strategie zu implementieren.

CSR-Konzepte umfassen verschiedene Maßnahmen und Initiativen, die je nach Unternehmen und den spezifischen Zielen variieren und unterschiedliche Gewichtungen haben. Hauptsächlich werden ökologische und soziale Aspekte wie Umweltschutz, Ressourceneffizienz, Aus- und Weiterbildung der Mitarbeitenden sowie Gleichstellung und Inklusion der Unternehmen in ihren CSR-Strategien berücksichtigt und implementiert.

In den Unternehmen werden verschiedene Themen als besonders relevant eingestuft. Dabei zeigt sich, dass die Energieeffizienz bei fast allen KMU die höchste Priorität in der Nachhaltigkeitsstrategie hat.

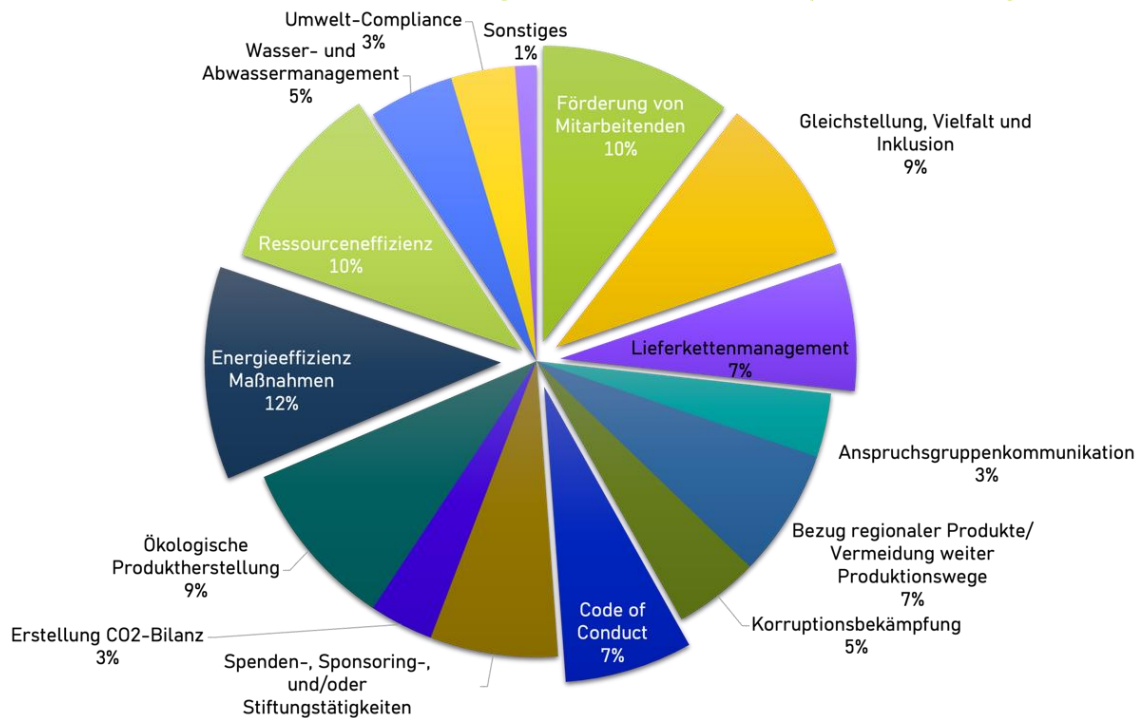
Die Förderung von Mitarbeitenden und Ressourceneffizienz folgen mit jeweils 10 %. An dritter Stelle stehen die Förderung von Vielfalt, Inklusion und Gleichstellung sowie die ökologische Produktherstellung.

#### Zeithorizonte seit Beginn der Umsetzung einer konkreten CSR-Strategie im Unternehmen





### Unternehmerische CSR-Strategien: Bereiche und Implementierung



Andere Aktivitäten wie Korruptionsbekämpfung und Wasser-/Abwassermanagement haben hingegen eine geringere Wichtigkeit für die Unternehmen. Insgesamt zeigt sich, dass ökonomische Aktivitäten eine eher untergeordnete Rolle in den CSR-Strategien der Unternehmen spielen, während ökologische und soziale Aspekte einen höheren Stellenwert einnehmen. Obwohl die CO<sub>2</sub>-Bilanz in CSR-Berichten einer der wichtigsten Bestandteile ist, wird die Erstellung der CO<sub>2</sub>-Bilanz von den Unternehmen kaum als wichtig erachtet.

Grundsätzlich ist sichtbar, dass alle Unternehmen, die eine CSR-Strategie verfolgen, bewusst auf Zertifizierungen als zusätzliche Maßnahmen zur Verdeutlichung ihrer Bemühungen setzen.

Die externe Anerkennung und Validierung der Bemühungen durch Zertifizierungen tragen dazu bei, das Vertrauen von KundInnen, Partnern und anderen Interessengruppen in Bezug auf Nachhaltigkeit und soziale Verantwortung zu stärken.

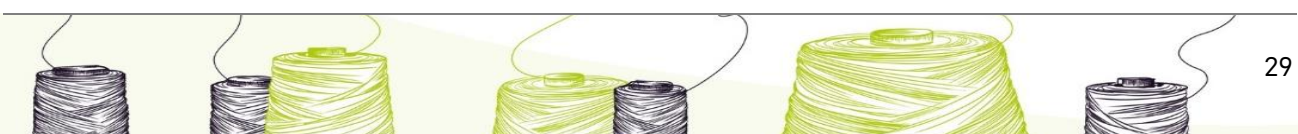
Die aktive Projektteilnahme/-initiierung und Sponsoring/Stiftung werden von jeweils 27 % der Unternehmen als zusätzliche Aktivitäten im CSR-Engagement genannt. Auch interne Maßnahmen wie Kinderbetreuung und CSR-Workshops werden von Unternehmen genutzt, um das

Wohlergehen ihrer Mitarbeitenden zu fördern und ihre CSR-Bemühungen weiterzuentwickeln.

Die Entwicklung und Umsetzung einer CSR-Strategie in KMU werden häufig von einer engagierten Geschäftsleitung vorangetrieben. Über 50 % der Unternehmen geben an, dass die Verantwortung für CSR abteilungsübergreifend geregelt wird, wobei die Geschäftsführung eine zentrale Rolle bei der Implementierung von Maßnahmen spielt. Die Position eines Managers / einer Managerin für CSR oder Nachhaltigkeit ist in der Regel in KMU nicht als eigenständige Position etabliert.

Die meisten der KMU haben keine spezifischen finanziellen Mittel für CSR-Aktivitäten reserviert oder betrachten das vorhandene Budget als unzureichend. Dennoch nehmen 50 % der Unternehmen ihre gesellschaftliche Verantwortung wahr, auch ohne ein großes zweckgebundenes Budget zu haben. Nur etwa ein Viertel der Unternehmen verfügt über ein Budget für CSR-Initiativen, wobei die Beträge variieren.

Die Höhe des Budgets hängt von verschiedenen Faktoren wie Unternehmensgröße, finanzieller Stabilität, Prioritäten und der Wahrnehmung von CSR als strategischem Geschäftsbereich ab.



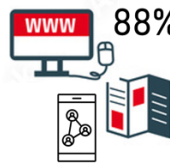
**CSR-Budget**



∅ 10.400€

KMU haben begrenzte finanzielle Mittel. Sie müssen möglicherweise bestimmte CSR-Maßnahmen priorisieren und sich auf diejenigen konzentrieren, die den größten positiven Einfluss haben oder leichter umsetzbar sind.

**Kommunikationsformen der unternehmerischen CSR Bemühungen**



88% Unternehmenshomepage, Soziale Netzwerke, Werbe- und Marketingkonzepte

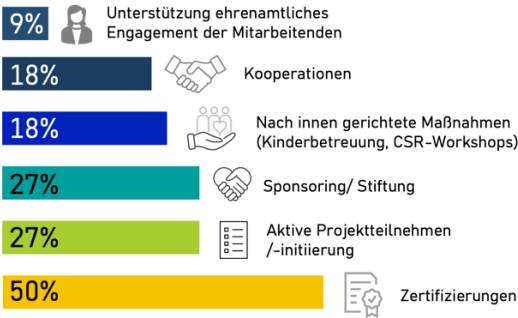
4% CSR-Bericht

8% Es findet keine Kommunikation statt

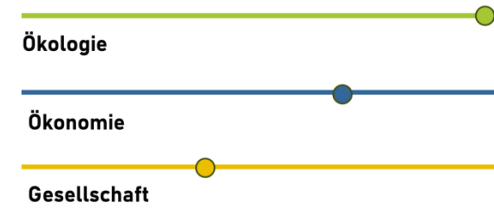
**Mitarbeiterbindung**

90% der KMU gaben an Mitarbeitende bewusst in die Thematik mit einzubeziehen durch Schulungen, Mitsprache bei Entscheidungsfindungen, Sozialbeauftragte(r), Feedback-Tools,...

**Zusätzlich ergriffene CSR-Maßnahmen in den Unternehmen**



**CSR Bereiche mit den größten Potentialen für die Entwicklung der KMU**



Der Durchschnittsbetrag des zur Verfügung stehenden CSR-Budgets beträgt 10.400 €, basierend auf den Angaben der sechs teilnehmenden Unternehmen, die konkrete Budgetinformationen gemacht haben. Zur Kommunikation von CSR-Aktivitäten nutzen die Unternehmen verschiedene Kanäle, Bemühungen nach außen kommunizieren darunter die Unternehmens-Homepage, soziale Netzwerke, Werbemaßnahmen, Geschäftsberichte und verschiedene Formen von Dokumentationen.

Die Unternehmens-Homepage wird häufig als Hauptkommunikationsplattform genutzt. Der Hauptgrund für die Bekanntgabe unternehmerischer Nachhaltigkeit besteht darin, das Marketing zu stärken und den Nachhaltigkeitstrend zu nutzen, um den Umsatz zu steigern. Ein Großteil der KMU (90 %) integriert ihre Mitarbeitenden aktiv in das Themenfeld Nachhaltigkeit und CSR durch verschiedene Maßnahmen wie die Stärkung des Engagements durch Verantwortungsübertragung an Umwelt- oder Sozialbeauftragte, regelmäßige interne Kommunikation, die Möglichkeit zur Mitbestimmung bei Entscheidungen sowie Weiterbildung und Schulungen im Bereich Nachhaltigkeit.

Diese Vorgehensweise zeigt, dass die Unternehmen bestrebt sind, ein Bewusstsein für Nachhaltigkeit und CSR in der gesamten Organisation zu etablieren.

Die Umfrageergebnisse zeigen, dass KMU bereit sind, sich mit CSR zu beschäftigen und entsprechende Maßnahmen umzusetzen. CSR-Praktiken werden in verschiedenen Bereichen der Textil- und Bekleidungsindustrie als relevant erachtet, wobei die Relevanz für jedes Unternehmen von verschiedenen Aspekten und Faktoren abhängt.

**4.2.2 Einschätzung der Unternehmen zu Chancen und Herausforderungen**

Die Einschätzung der KMU zu ihren eigenen Verantwortungen und Strategien im Bereich CSR zeigt ein vielschichtiges Bild von Chancen und Herausforderungen. Einerseits erkennen viele Unternehmen die gesellschaftliche Relevanz von Nachhaltigkeit und sozialer Verantwortung und sehen darin die Möglichkeit, ihre Wettbewerbsfähigkeit zu stärken und langfristiges Wachstum zu ermöglichen. Sie setzen sich aktiv für Umweltschutz, soziale Gleichstellung und Ressourceneffizienz ein, um ökologische und soziale Vorteile zu erzielen. Im Allgemeinen wird aus Sicht der KMU CSR nicht als Chance betrachtet, sondern als zusätzliche Hemmnis bzw. gesetzliche vorgeschriebene Verpflichtung.



### Chancen

Die abgebildete Grafik „Bewertungsfragen zur Relevanz mit CSR in Verbindung stehender Aspekte durch CSR-Engagement für KMU“ veranschaulicht, wo KMU Chancen und eine positive Auswirkung durch CSR für ihr Unternehmen sehen.

Auffällig ist, dass Ressourcenmanagement von jedem zweiten Unternehmen als „hoch“ oder „mittel“ eingestuft wurden. 81 % der KMU bewerten diesen Aspekt von CSR als eine positive Auswirkung für ihr Unternehmen. Damit eng verbunden sind Innovationen (76%), die eine nachhaltige Veränderung Wettbewerbsvorteile bringen könnten.

Eine weitere Begründung für CSR als Chance in Unternehmen ist die Stärkung und Verbesserung der Marktposition. Eine Chance zur Reputationserhöhung oder Imageverbesserung sehen zwei Drittel der Unternehmen. Damit einhergehend wird die Kundenbindung als chancenreich bewertet. Von geringerer Bedeutung ist die Kosten-, Produkt- und Prozessoptimierung, die mit 38% und 33% als nicht relevant oder geringes Chancenpotential eingestuft wurde. Das Streben nach Effizienzsteigerung und Kosteneinsparung könnte finanzielle Vorteile bieten, langfristig zur Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit beitragen, ist jedoch kein ausschlaggebender Treiber zur Implementierung von CSR-Maßnahmen.

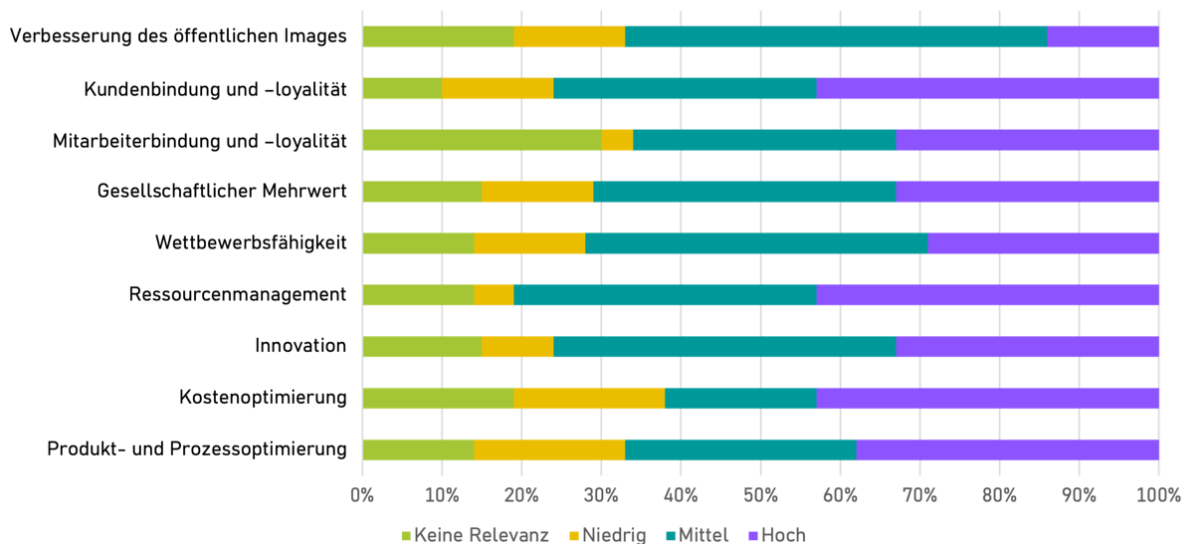
### Herausforderungen

In erster Linie ergeben sich durch CSR jedoch einige Herausforderungen für die KMU, die es zu bewältigen gilt. Die Schwierigkeiten, mit denen KMU in der Textil- und Bekleidungsindustrie in Sachsen bei der Umsetzung von CSR-Strategien konfrontiert werden, sind vielfältig und anspruchsvoll. Es besteht eine allgemeine Angst vor dem Verlust wirtschaftlicher Aktivität durch einen erhöhten administrativen Aufwand.

Einerseits spielt der Zeitmangel eine entscheidende Rolle, da die Auseinandersetzung mit dem Thema CSR Zeit und Engagement erfordert, die in vielen Unternehmen bereits knapp bemessen sind. Die Ableitung von Maßnahmen und die Erstellung von CSR-Berichten erfordern zusätzliche Ressourcen und könnten zu einem erhöhten Kostendruck führen, insbesondere wenn zusätzliches Fachpersonal eingestellt werden muss, um die Aufgaben korrekt zu bearbeiten. Aber nicht nur Personal auch die Implementierung von Maßnahmen, Zertifizierungen und Auditierungen verursachen enorme Zusatzkosten.

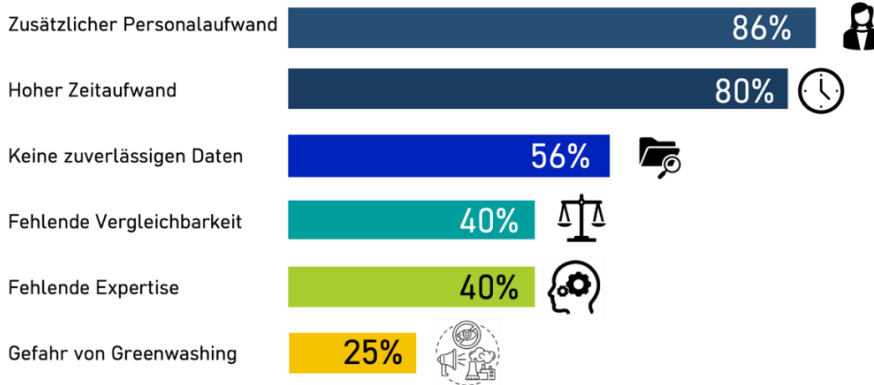
Zudem herrscht eine starke Uneinigkeit hinsichtlich der Forderungen von Großunternehmen an KMU zur Erfüllung von Richtlinien, da jedes Großunternehmen unterschiedliche Standards verlangt. Hierbei muss die Aufgabenstellung an KMU klarer kommuniziert werden, um Missverständnisse zu vermeiden.

**Bewertungsfragen zur Relevanz mit CSR in Verbindung stehender Aspekte durch CSR-Engagement für KMU**





## Herausforderungen von CSR für KMU der TBI in Sachsen



Darüber hinaus kann fehlende Expertise und Betriebsblindheit dazu führen, dass bestimmte CSR-relevante Aspekte vernachlässigt werden. KMU streben durch ihr zukünftiges CSR-Engagement eine strategische Bewältigung bestimmter Herausforderungen an, wie die Sicherung des Unternehmens, die Steigerung der Standortaktivität und die Generierung von Innovationen.

Trotz dieser Herausforderungen gibt es auch positive Ansätze, wie die Bereitschaft der Unternehmen, Weiterbildungsangebote zu nutzen und sich intensiver mit CSR auseinanderzusetzen, um ihre Bemühungen zu verbessern.

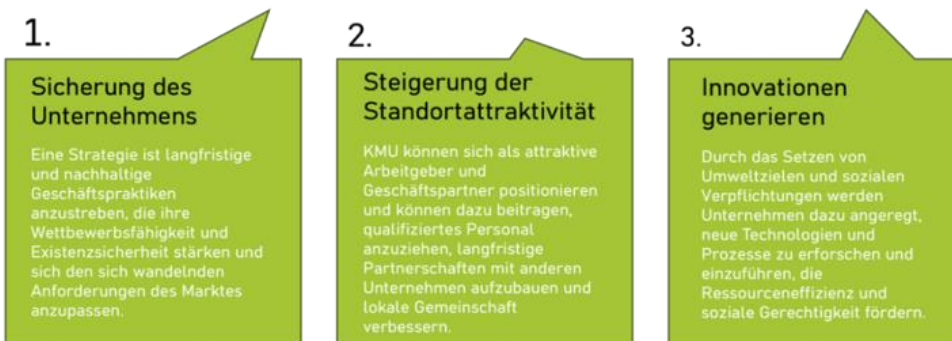
Es besteht auch die Möglichkeit, externe Beratungen hinzuzuziehen, um die Einführung von CSR effizienter zu gestalten und die Einhaltung der geforderten Standards zu erleichtern. Insgesamt zeigt die Auswertung, dass KMU in Sachsen zwar noch vor einigen Hindernissen stehen, aber auch erkannt haben, dass CSR eine Chance für ihre langfristige Wettbewerbsfähigkeit und gesellschaftliche Verantwortung darstellt.

Insgesamt schätzen KMU das größte Potential für ihre eigene Firmenentwicklung im Bereich Ökologie, gefolgt von Ökonomie und Gesellschaft. Umweltschutzmaßnahmen können oft direkt und erkennbar in die CSR-Strategie zur Sicherung des Unternehmens und zur Steigerung der Standortaktivität integrieren werden.

Die Mehrheit der befragten Unternehmen gibt an, dass ihrer hohen Sozial- und Umweltstandards regelmäßig durch interne Auditierungen auf Einhaltung überprüft werde. Ein Fünftel vertraut darauf, dass Lieferanten und Zulieferern und anderen Stakeholdern, die allgemeingültigen Sozial- und Umweltstandards ohne regelmäßige Auditierungen einhalten.

## Strategische Begegnung von Herausforderungen durch CSR

Top 3 der von den KMU genannten Gründe für CSR-Engagement



### 4.3 Auswertung Interviews

#### 4.3.1 VertreterInnen der sächsischen Textilindustrie

Im Rahmen dieser Studie wurden fünf Interviews mit VertreterInnen von KMU aus der Textilindustrie in Sachsen durchgeführt. Ziel der Befragung war es, die Bereitschaft zur Implementierung eines CSR-Managements zu erfassen sowie verschiedene Defizite, Verbesserungsmöglichkeiten und Handlungsfelder zu identifizieren, um einen umfassenden Einblick in die Relevanz und die tatsächliche Umsetzung von CSR zu erhalten und verschiedene Ansatzpunkte aufzuzeigen. Die Auswahl der Unternehmen erfolgte aufgrund ihrer Relevanz für die untersuchte Branche sowie ihrer unterschiedlichen Ausrichtung und Größe. Diese umfassten beispielsweise die Forschung und Entwicklung innovativer Materialien, die traditionelle Textilverarbeitung sowie die Funktionalisierung und Veredelung von Textilien.

Die InterviewpartnerInnen wurden entsprechend ihrer Position und Verantwortung im Unternehmen ausgewählt, um eine vielfältige Perspektive auf Nachhaltigkeit in der Branche zu erhalten.

Insgesamt zeigt sich eine generelle Bereitschaft zur Implementierung eines CSR-Managements. Unabhängig von ihrer Größe oder spezifischen Strategien wird die Bedeutung von CSR für langfristige Nachhaltigkeit erkannt. Es zeigt, dass KMU ein grundlegendes Verständnis und Verpflichtung für die Auswirkungen ihrer Geschäftstätigkeit übernehmen. CSR ist bei den befragten Unternehmen nicht in der Unternehmensstrategie verankert, spiegelt sich dennoch in der Unternehmensidentität aller Firmen wider. Zwei der fünf Unternehmen zeigen ein starkes CSR-Engagement.

Hier wird CSR aktiv und bewusst in allen Bereichen gelebt, einschließlich Audits, Qualitätsmanagement (QM), ÖkoTex-Zertifizierungen und Umweltmanagement (EMSA). „Kunden fragen gezielt nach CSR-Maßnahmen, und das Engagement in diesem Bereich ist ein integraler Bestandteil des Kerngeschäfts. Allerdings führt dies zu einem hohen Maß an Bürokratie“ nach Aussage von Prof. Dr.-Ing. Holger Erth.

Die meisten KMU betrachten CSR vielmehr als eine Art "Nice-to-Have" und nicht als eine strategische Priorität. Betont wurde von den InterviewpartnerInnen, dass CSR nicht als reine Imagepflege angesehen wird, sondern oft als eine reaktive Maßnahme, um bestimmten Erwartungen gerecht zu werden. KMU zeichnen sich durch Flexibilität und Agilität aus. Sie können schneller auf Veränderungen reagieren und haben oft direkteren Kontakt zu ihren MitarbeiterInnen und KundInnen, was die Integration von CSR-Maßnahmen in die Unternehmenskultur erleichtern kann. Dennoch, die Umsetzung eines CSR-Konzeptes erfordert kontinuierliche Anstrengungen, um langfristige positive Auswirkungen zu erzielen.

Das Ziel ist klar definiert: innovative und umweltfreundliche Produkte entwickeln, die sowohl den wirtschaftlichen Erfolg als auch die Nachhaltigkeitsziele des Unternehmens vorantreiben.

- Tenowo GmbH, Moritz Eger Nachhaltigkeitskoordinator

Eine gemeinsame Herausforderung, die in den Interviews identifiziert wurde, ist die unzureichende Integration von CSR in die gesamte Wertschöpfungskette. Oftmals beschränkt sich CSR auf oberflächliche Maßnahmen, ohne dass eine tiefgreifende Verankerung erfolgt. Insbesondere besteht hier die Herausforderung der Zusammenarbeit mit Lieferanten und Partnern, um auch dort einheitliche CSR-Standards durchzusetzen. Ein möglicher Ansatz könnte eine stärkere Einbeziehung der Lieferanten in eine gemeinsame CSR-Strategie sein. Die Zusammenarbeit und Kooperation sind wesentlich, um positive Veränderungen zu bewirken. Ein Mangel an konkreten Kennzahlen und messbaren Zielen wird ebenfalls als Schwachpunkt genannt. Das Fehlen von messbaren Indikatoren erschwert es, den Erfolg und die Wirkung von CSR-Maßnahmen zu bewerten und gegebenenfalls nachzujustieren.



Für produzierende Unternehmen steht die Effizienz im Vordergrund, was primär eine Kostenfrage ist. Jedoch gewinnt die Nachhaltigkeit zunehmend an Bedeutung und rückt neben den rein wirtschaftlichen Aspekten immer stärker in den Fokus.

Als weitere zentrale Herausforderung wurde der hohe bürokratische Aufwand im Zusammenhang mit CSR-Initiativen genannt. Die Implementierung und Umsetzung von CSR erfordert Zeit, Ressourcen und gegebenenfalls auch finanzielle Investitionen, was für KMU oft nicht realisierbar ist. Sie stehen vor vielschichtigen Hürden, um CSR effektiv zu implementieren und positive soziale, ökologische, aber auch wirtschaftliche Auswirkungen zu erzielen.

Die identifizierten Handlungsfelder und Schwerpunkte für CSR je nach Unternehmen variieren stark und spiegeln oft die spezifischen Auswirkungen wider, die das Unternehmen erzielen möchte. Zudem wird die Wahl der CSR-Schwerpunkte aufgrund der engen Zusammenarbeit mit den Stakeholdern beeinflusst. Folgende Handlungsfelder wurden für eine erfolgreiche Umsetzung identifiziert.

### Mitarbeiterbeteiligung

Alle Unternehmen betonen die Bedeutung der Mitarbeiterbeteiligung für eine erfolgreiche CSR-Implementierung. Dies beinhaltet neben Schulungen auch die Sensibilisierung und die Schaffung eines Bewusstseins für nachhaltiges Handeln.

### Nachhaltige Beschaffung

Die Unternehmen erkennen die Bedeutung einer nachhaltigen Beschaffungspolitik. Die Verwendung umweltfreundlicher Materialien und die Zusammenarbeit mit CSR-zertifizierten Lieferanten sind Ansätze, die in den Interviews mehrfach genannt wurden.

### Transparente Kommunikation

Die Notwendigkeit einer transparenten Kommunikation nach innen und außen wird von allen Unternehmen hervorgehoben. CSR-Maßnahmen sollten klar und verständlich kommuniziert werden, um das Vertrauen der Stakeholder zu gewinnen.

### Partnerschaften und Initiativen

Einige Unternehmen sehen Potenzial in der Zusammenarbeit mit externen Partnern, NGOs oder staatlichen Organisationen, um größere soziale und ökologische Auswirkungen zu erzielen. Dies ermöglicht auch den Zugang zu Ressourcen und Know-how.

Die befragten KMU erkennen, dass Nachhaltigkeit einen weitreichenden Einfluss hat und nehmen die Thematik entsprechend ernst. Besonders die wirtschaftlich nachhaltigen Maßnahmen wie der verantwortungsvolle Umgang mit Energie und Ressourcen haben einen bedeutenden Einfluss.

Es wird angestrebt, innovative Produkte zu entwickeln, die möglichst nachhaltig sind. Als Beispiel dafür dient die Verwendung von Abfällen aus der Karbonfaserproduktion im Komposit-Bereich oder die Nutzung von Vlies als Ersatz für PU-Schaum, wobei darauf geachtet wird, dass die verwendeten Materialien in einem Monomaterial-Kreislauf eingesetzt werden können (Tenowo GmbH).

Die Interviewanalyse verdeutlicht die Unterschiede in der Herangehensweise, der Mitarbeitendenbeteiligung, der Budgetierung und Ressourcenallokation und Komplexität der Wertschöpfungskette. CSR ist für KMU insbesondere im produzierenden Bekleidungs- und Textilgewerbe eine vielschichtige Thematik.





### 4.3.2 ExpertInnen in den Bereichen CSR und Nachhaltigkeit

Die Meinungen und Einsichten von NachhaltigkeitsexpertInnen spielen eine entscheidende Rolle bei der Erforschung von Nachhaltigkeitsfragen, da sie über umfangreiches Fachwissen und praktische Erfahrung auf diesem Gebiet verfügen.

Es wurden neun Interviews mit VertreterInnen aus verschiedenen Branchen, darunter Bildungseinrichtungen, Finanzdienstleister, IT-Unternehmen, Lebensmittel-, Textil-, und Verpackungsindustrie als auch Handel und Unternehmensgröße befragt. Alle InterviewpartnerInnen haben einen klaren Fokus auf Nachhaltigkeit und CSR. Ihre Meinungen und Erfahrungen bieten eine breite Palette an Perspektiven und ermöglichen es, wichtige Verbindungen und Gemeinsamkeiten zwischen den einzelnen Bereichen zu identifizieren. Die Interviewdaten wurden kodiert und analysiert, um wiederkehrende Themen und Gemeinsamkeiten zu identifizieren. Insgesamt konnten fünf Themenfelder identifiziert werden.

Relevante Themenfelder für die sächsische Textilindustrie:

- (1) Kenntnisstand und das Engagement im Bereich CSR in Unternehmen variieren
- (2) CSR-Berichterstattung
- (3) CSR-Chancen für KMU
- (4) Mitarbeiterbeteiligung und -motivation für die Implementierung von CSR
- (5) Notwendigkeit eines CSR-Managements

#### (1) Kenntnisstand und das Engagement im Bereich CSR in Unternehmen variieren

Die vorliegenden Aussagen der ExpertInnen verdeutlichen eine interessante Ambivalenz in Bezug auf die Relevanz und Einordnung von CSR in Unternehmen. Einerseits wird betont, dass die drei Säulen von CSR (Ökonomie, Ökologie und Soziales) parallel betrachtet und gleichberechtigt berücksichtigt werden sollten. Ein starkes Engagement für alle Ebenen der Nachhaltigkeit wird angestrebt.

Andererseits zeigt sich eine Tendenz in Richtung einer stärkeren Betonung der ökonomischen Aspekte von CSR. Viele Unternehmen bevorzugen das Zwei-Säulen-Modell der Bundesregierung, bei dem Ökonomie und Ökologie im Vordergrund stehen, während das Soziale als separate Dimension betrachtet wird. Nachhaltigkeit wird hierbei in der Schnittmenge der beiden Hauptaspekte verortet.

Die Aussagen der ExpertInnen zeigen eine Ambivalenz in der Bedeutung von CSR in den Unternehmen: Einerseits wird die Gleichwertigkeit der drei Säulen von CSR betont, andererseits gibt es eine Tendenz zur Überbetonung ökonomischer Aspekte und zur Unterbetonung sozialer und ökologischer Aspekte, auch wenn die Wahrnehmung von Nachhaltigkeit breiter wird, aber oft auf CO<sub>2</sub>-Emissionen fokussiert bleibt.

Eine positive Entwicklung zeigt sich in Bezug auf die Wahrnehmung des Begriffs "Nachhaltigkeit". In der Vergangenheit wurde Nachhaltigkeit oft ausschließlich mit Umweltthemen gleichgesetzt. Doch durch die stärkere Auseinandersetzung mit der Thematik und Einführung eigener Nachhaltigkeitsabteilungen wurde die Sichtweise erweitert, und CSR wird nun breiter aufgestellt. Es wird erkannt, dass Nachhaltigkeit mehr umfasst als nur Umweltbelange und auch soziale Aspekte einschließt. Nichtsdestotrotz besteht aktuell eine Fokussierung auf ökologische Themen, insbesondere CO<sub>2</sub>- und THG-Emissionen. Diese Einseitigkeit wird als problematisch angesehen, da auch andere Themen im Bereich Ökologie, wie Biodiversität, Ökosysteme sowie Wasser- und Bodenschutz, von gleicher Bedeutung sind und daher gleichberechtigt behandelt werden sollten.

#### (2) CSR-Berichterstattung

In Sachsen besteht eindeutig der Bedarf zur Verbesserung in der CSR-Berichterstattung. Aktuell werden diese Berichte von ExpertInnen nicht als besonders verlässlich wahrgenommen. Zwar werden die Berichte eher von ExpertInnen als von Kunden gelesen, dennoch spielen sie eine wichtige Rolle, um Transparenz zu schaffen und als Grundlage für die Unternehmenskommunikation zu dienen.



Besonders KMU stehen vor Herausforderungen in der Berichterstattung, da sie oft mit dem Tagesgeschäft beschäftigt sind und die Ressourcen für die Erstellung von Nachhaltigkeitsberichten begrenzt sind.

Herausforderungen gibt es insbesondere in der Messbarkeit und Datengrundlage, sowie den komplexen Zulieferketten und der Tiefe der Fertigungsstufen. Möglicherweise ist hier die Umsetzung, insbesondere bezogen auf das Lieferkettengesetz (LkSG), für Unternehmen mit regionalen niedrigen Fertigungsstufen einfacher.

Die CSR-Berichterstattung in Sachsen muss dringend verbessert werden, besonders für KMUs, um Transparenz zu schaffen und die Bedeutung von quantitativen Kennzahlen zur Messung von Nachhaltigkeit hervorzuheben, wobei Unterstützung und digitale Technologien helfen können, die Datenlücken zu schließen und die Nachhaltigkeitsleistung zu steigern.

Die Bedeutung von Zahlen als Controlling-Instrument, um Nachhaltigkeit messbar zu machen, wird von den ExpertInnen betont. Durch die Nutzung von quantitativen Kennzahlen können Unternehmen ihre Nachhaltigkeitsbemühungen objektiv bewerten und Fortschritte über die Zeit verfolgen. KMU sind häufig mit einem massiven Datenproblem konfrontiert. Die Erhebung und Auswertung von umfangreichen Nachhaltigkeitsdaten kann eine große Herausforderung darstellen, da ihnen oft die Ressourcen und Expertise fehlen, um komplexe Datenerfassungsprozesse durchzuführen. Um dieses Hindernis zu überwinden, ist es wichtig, dass KMU Unterstützung erhalten, sei es durch staatliche Programme, Beratungsleistungen oder den Austausch bewährter Praktiken mit anderen Unternehmen.

Die Nutzung von digitalen Technologien kann eine umfangreiche Datenerhebung und -verwaltung erleichtern, um die Effizienz und Genauigkeit der Datenerfassung zu erhöhen und dazu beitragen, die Datenlücken zu schließen und die Nachhaltigkeitsleistung von KMU zu verbessern.

Die Implementierung von CSR-Maßnahmen ist mit verschiedenen Schwierigkeiten verbunden und bringt je nach Unternehmensstruktur unterschiedliche Anforderungen mit sich.

### (3) CSR-Chancen für KMU

Die ExpertInnen sind sich einig, dass KMU ein großes Potential haben, nachhaltige Maßnahmen zu ergreifen, was eine strategische Chance für diese Unternehmen darstellt. Die Bedeutung von CSR-Initiativen nimmt immer weiter zu und spielt eine entscheidende Rolle bei der Bewertung von Unternehmensleistungen durch InvestorInnen und GeschäftspartnerInnen. KMU, die ihre Verantwortung gegenüber Umwelt und Gesellschaft ernst nehmen, können dadurch eine erhöhte Attraktivität erlangen.

Die Umsetzung von CSR-Strategien und die Integration von Nachhaltigkeit in die Unternehmensphilosophie können KMU helfen, positive Effekte für ihr Unternehmen zu erzielen und ihre Position am Markt zu stärken. Eine entscheidende Rolle spielt dabei die Vernetzung mit anderen Unternehmen und zivilgesellschaftlichen Organisationen, die als unterstützende Partner bei der Umsetzung von CSR-Maßnahmen fungieren können. Durch gemeinsame Projekte und Kooperationen können nicht nur der unternehmerische Erfolg gefördert, sondern auch Synergien geschaffen und Ressourcen effizient genutzt werden.

Die ExpertInnen sind sich einig, dass KMUs ein beträchtliches Potenzial in der Umsetzung nachhaltiger Maßnahmen haben, was eine strategische Chance darstellt, da CSR-Initiativen an Bedeutung gewinnen und die Vernetzung mit anderen Unternehmen und staatliche Programme dazu beitragen können, die Nachhaltigkeitsbemühungen zu stärken, die Wettbewerbsfähigkeit zu erhöhen und resilientere Lieferketten zu schaffen.

Darüber hinaus können staatliche Programme und Anreize für nachhaltiges Wirtschaften dazu beitragen, das CSR-Engagement von KMU zu stärken.



Diese Programme bieten finanzielle Unterstützung sowie weitere Ressourcen und Know-how, um die Umsetzung nachhaltiger Maßnahmen zu erleichtern.

Im Zusammenhang mit dem CSR-Risikomanagement sehen zwei InterviewpartnerInnen Chancen für Unternehmen, resilientere Lieferketten zu schaffen und ihre Wettbewerbsfähigkeit zu stärken. Unternehmen mit langen Lieferketten stehen bei der Umsetzung jedoch vor größeren Herausforderungen, da der Aufwand und das Compliance-Risiko deutlich höher sind. Ein effektives CSR-Risikomanagement wird daher immer wichtiger, um mögliche Risiken zu minimieren und gleichzeitig Nachhaltigkeitsziele zu erreichen. Durch ein gezieltes und strategisches Vorgehen können Unternehmen nicht nur ihre Lieferketten stabilisieren, sondern auch ihre Position in einem sich verändernden Markt stärken und zukunftsfähig agieren.

#### (4) Mitarbeiterbeteiligung und -motivation für die Implementierung von CSR

Die Einbindung der Mitarbeitenden spielt eine zentrale Rolle bei der erfolgreichen Umsetzung von CSR-Strategien in Unternehmen. Maßnahmen, wie beispielsweise E-Learnings in verschiedenen Sprachen, die für alle Mitarbeitenden verpflichtend sind, können das Bewusstsein für Nachhaltigkeit fördern. Allerdings besteht hier die große Gefahr, dass Informations- und Schulungsangebote genutzt werden, welche jedoch nicht internalisiert werden und somit wirkungslos bleiben. Daher ist es wichtig, auf Nachhaltigkeitstools nicht als isolierte Maßnahmen zu vertrauen, sondern einen ganzheitlichen Ansatz zur Nachhaltigkeit zu verfolgen.

Die Einbindung der Mitarbeitenden ist entscheidend für die erfolgreiche Umsetzung von CSR-Strategien, erfordert jedoch einen ganzheitlichen Ansatz, der Anreize, aktive Einbeziehung, Berücksichtigung der Bedürfnisse und transparente Kommunikation umfasst.

Ein Ansatz kann darin bestehen Anreize für Mitarbeitende zu schaffen, wie finanzielle Aspekte. Eine weitere Möglichkeit ist die aktive Einbeziehung in den Prozess mittels Nachhaltigkeitsbeauftragten aus den Abteilungen. Es ist entscheidend, die Bedürfnisse und Werte der Mitarbeitenden zu ermitteln, um ihre intrinsische Motivation zu fördern. Eine transparente und aufklärende Kommunikation innerhalb des Unternehmens, um alle Mitarbeitenden in der Organisation mitzunehmen und ihnen die Möglichkeit zu geben, an dem CSR-Prozess teilzuhaben. Die positive Beteiligung der Mitarbeitenden kann nicht nur zu einem erfolgreichen CSR-Engagement führen, sondern auch zu einer gesteigerten Motivation, die langfristig das Unternehmen stärkt und seine Nachhaltigkeitsziele vorantreibt.

#### (5) Notwendigkeit eines CSR-Managements

CSR-Management oder eine Person im Unternehmen, die als Ansprechpartner für Nachhaltigkeit fungiert, ist entscheidend für Unternehmen. Ein professionelles und strukturiertes CSR-Management, das in die Unternehmensführung integriert ist und in allen Bereichen mitdenkt, ist unerlässlich, um Nachhaltigkeit erfolgreich umzusetzen, Chancen zu identifizieren, Risiken zu minimieren und langfristig verantwortungsbewusst zu agieren.

Ein professionelles und strukturiertes CSR-Management, das in die Unternehmensführung integriert ist und Nachhaltigkeitsaspekte in die Unternehmenskultur und Geschäftsprozesse einbezieht, ist entscheidend für den erfolgreichen Aufbau und die Umsetzung einer Nachhaltigkeitsstrategie.

Die Entwicklung einer Nachhaltigkeitsstrategie und die Implementierung von Managementsystemen und Controlling Systemen sind dabei besonders wichtig. Eine Mitarbeiterin oder ein Mitarbeiter mit Fachexpertise in Nachhaltigkeit und der entsprechenden Branche ist ideal, um die Umsetzung gezielt zu planen und zu überwachen. Ein gut etabliertes CSR-Management hilft Unternehmen, ihre Nachhaltigkeitsbemühungen effizient zu steuern, Chancen zu erkennen und Risiken zu minimieren, indem Nachhaltigkeitsaspekte in die Unternehmenskultur und Geschäftsprozesse integriert werden.





#### 4.4 Aktueller Stand

Insgesamt ist eine zunehmende Sensibilisierung der Unternehmen für nachhaltiges Wirtschaften und CSR festzustellen. Unternehmen, die über die finanziellen und personellen Ressourcen verfügen, sind durchaus bestrebt, nachhaltige und verantwortungsvolle Praktiken umzusetzen, insbesondere in den Bereichen Prozess- und Produktoptimierung, Ressourceneffizienz und Umweltschutz. Während sich Großunternehmen aufgrund von Gesetzen und Verordnungen intensiv mit der Thematik auseinandersetzen müssen, haben KMU in diesem Bereich noch Nachholbedarf. Ein Grundverständnis für die Bedeutung von CSR ist vorhanden, es fehlt jedoch an Transferleistungen für das eigene Unternehmen und an spezifischem Know-how. Ein erster Schritt ist die Schaffung eines Nachhaltigkeitsbewusstseins auf allen Unternehmensebenen. Die Unternehmensführung sollte nach Meinung der ExpertInnen CSR als strategische Chance erkennen und eine klare Vision für nachhaltiges Wirtschaften entwickeln. Insbesondere die Einbeziehung der Mitarbeitenden durch Weiterbildungsmaßnahmen helfe bei der Umsetzung von CSR-Maßnahmen.

Aus Sicht der KMU werden die Reduzierung der Umweltbelastungen und die Verbesserung des Produktionsstandortes als besonders zielführend angesehen. Hierzu setzen die meisten Unternehmen verschiedene Zertifizierungen und Richtlinien ein. Sozial- und Umweltzeichen für Textil- und Bekleidungsprodukte sind ein geeignetes Instrument zur Kommunikation und Produktdifferenzierung. Die Anforderungen von KundInnen und Stakeholdern befinden sich im Wandel. Die Notwendigkeit einer transparenten Kommunikation nach innen und außen wird von allen Unternehmen betont. Insbesondere im Hinblick auf die Komplexität der Lieferketten und die Tiefe der Produktionsstufen.

Während alle Unternehmen bei der Umsetzung von CSR vor ähnlichen Herausforderungen stehen, können die spezifischen Hindernisse variieren. Größere Unternehmen sind möglicherweise mit komplexeren Lieferketten und der Notwendigkeit konfrontiert, ihre CSR-Richtlinien über verschiedene Regionen oder Länder hinweg zu standardisieren.

Eine engere Zusammenarbeit mit anderen Unternehmen kann KMU dabei unterstützen, nachhaltige Maßnahmen zu ergreifen und Ressourcen gemeinsam zu nutzen. Durch Kooperationen können Synergien geschaffen und das CSR-Engagement gestärkt werden. Gleichzeitig stellt es KMU vor neue Herausforderungen.

Viele KMU stehen bei der Umsetzung nachhaltiger Maßnahmen vor Herausforderungen. Häufig fehlen die Ressourcen, um umfassende CSR-Strategien zu entwickeln und entlang der Lieferkette umzusetzen. Die Datenerhebung zu den Auswirkungen unternehmerischen Handelns ist unzureichend. Die Beschäftigung mit CSR wird als unangenehm empfunden, da mögliche Schwächen und Fehler aufgedeckt werden könnten. Für die erfolgreiche Etablierung nachhaltiger Maßnahmen ist ein Kultur- und Bewusstseinswandel notwendig. Es fehlt derzeit an einheitlichen Standards und Regelungen, die KMU den Zugang zu CSR erleichtern. Um die Glaubwürdigkeit zu erhalten, ist eine bessere Vergleichbarkeit der CSR-Berichte notwendig. Einerseits entsteht dadurch ein zusätzlicher Druck auf die KMU, eine kontinuierliche Verbesserung ihrer Aktivitäten anzustreben. ExpertInnen weisen jedoch darauf hin, dass auch über Nichtfortschritte berichtet werden sollte.

Für KMU kann es entscheidend sein, staatliche Programme und Anreize für nachhaltiges Wirtschaften zu nutzen. Finanzielle Unterstützung und Beratung können KMU bei der Umsetzung ihrer Nachhaltigkeitsziele helfen und die Implementierung von CSR-Maßnahmen erleichtern.

Die sächsischen Bekleidungs- und Textilunternehmen sind auf dem Weg zu einer nachhaltigeren und verantwortungsbewussteren Industrie, aber es gibt noch Raum für Verbesserungen und eine kontinuierliche Weiterentwicklung von CSR-Strategien und -Praktiken.

Kleinere Unternehmen hingegen stehen möglicherweise vor der Herausforderung, ihre Mitarbeitenden von der Bedeutung von CSR zu überzeugen und ihre aktive Beteiligung zu fördern. Begrenzte finanzielle Ressourcen und der Druck, kurzfristige Geschäftsanforderungen zu erfüllen, können ebenfalls Hindernisse darstellen.



#### 4.5 Rolle der KonsumentInnen

Die Rolle der KonsumentInnen ist in den Nachhaltigkeitsbemühungen der Unternehmen (KMU) der sächsischen Textilindustrie von entscheidender Bedeutung für die Umsetzung nachhaltiger Praktiken. In einer Zeit, in der das Bewusstsein für ökologische und soziale Verantwortung stetig wächst, nehmen KonsumentInnen zunehmend Einfluss auf Geschäftsstrategien und -entscheidungen von Unternehmen. Diese Entwicklung hat auch in der sächsischen Textilindustrie einen spürbaren Einfluss auf die Art und Weise, wie Unternehmen nachhaltige Ansätze verfolgen.

Die KonsumentInnen können durch ihre Kaufentscheidungen und ihre Kaufkraft einen starken Anreiz für die KMU der Textilindustrie schaffen, verstärkt nachhaltige Praktiken zu implementieren. Die steigende Nachfrage nach umwelt- und sozialverträglichen Produkten wirkt sich direkt auf das Angebot der Unternehmen aus. Wenn KonsumentInnen Produkte nachfragen, die unter umweltfreundlichen und ethisch vertretbaren Bedingungen hergestellt wurden, werden KMU der sächsischen Textilindustrie ermutigt, in nachhaltige Produktion, Lieferketten und Materialien zu investieren.

Die Verbindung zwischen KonsumentInnen und Unternehmen wird durch Transparenz und Kommunikation gestärkt. Unternehmen, die ihre Nachhaltigkeitsbemühungen offenlegen und die Herkunft ihrer Produkte sowie die verwendeten Materialien und Produktionsprozesse transparent machen, gewinnen das Vertrauen der KonsumentInnen. Informationen über Nachhaltigkeitszertifikate, Sozialstandards und Umweltmaßnahmen ermöglichen es den KonsumentInnen, bewusste Kaufentscheidungen zu treffen.

Auch die KonsumentInnen spielen eine Rolle bei der Förderung der sozialen Verantwortung. Unternehmen, die faire Arbeitsbedingungen und Löhne in ihrer Lieferkette garantieren, können durch den Druck und die Erwartungen der KonsumentInnen motiviert werden, soziale Standards zu verbessern. KonsumentInnen setzen sich zunehmend für eine sozial gerechte Produktion und gegen die Ausbeutung von Arbeitskräften ein, was Unternehmen dazu veranlasst, ihre Lieferketten zu überprüfen und ethische Praktiken sicherzustellen.

Die Herausforderung für die KMU der sächsischen Textilindustrie besteht darin, die Bedürfnisse und Erwartungen der KonsumentInnen zu verstehen und in ihre Geschäftsstrategien zu integrieren.

Dabei geht es nicht nur um die Entwicklung nachhaltiger Produkte, sondern auch um die Kommunikation dieser Bemühungen. Effektive Marketingstrategien, die auf die Nachhaltigkeitsaspekte der Produkte abzielen, können die Attraktivität für bewusste KonsumentInnen erhöhen und den Unternehmenserfolg stärken.

Insgesamt wirken die KonsumentInnen als Katalysator für den Wandel hin zu nachhaltigem Handeln in der sächsischen Textilindustrie. Ihre Präferenzen und Kaufentscheidungen beeinflussen direkt die Produktions- und Geschäftsmodelle der KMU. Indem sie umweltfreundliche und ethisch vertretbare Produkte nachfragen, schaffen KonsumentInnen Anreize für Unternehmen, nachhaltige Praktiken umzusetzen und transparent zu kommunizieren. Dieser Druck der KonsumentInnen unterstützt die sächsische Textilindustrie dabei, sich in eine nachhaltigere Zukunft zu entwickeln und gleichzeitig den Anforderungen einer sich wandelnden Gesellschaft gerecht zu werden.



#### 4.6 Ökonomische Potenziale für die Unternehmen

In einer Zeit, in der soziale Verantwortung und Nachhaltigkeit immer mehr an Bedeutung gewinnen, eröffnet die verstärkte Integration von Corporate Social Responsibility (CSR)-Aktivitäten sowohl ökonomische als auch ökologische Potenziale für sächsische Unternehmen der Textilindustrie. CSR geht über traditionelle Geschäftspraktiken hinaus und fördert ethisches Verhalten, Rücksichtnahme auf die Gesellschaft und Umweltschutz. Die Umsetzung von CSR kann sich nicht nur positiv auf das Unternehmensimage auswirken, sondern auch langfristig die Wettbewerbsfähigkeit stärken und neue Chancen eröffnen.

##### Betriebliche Effizienz und Kosteneinsparungen

Eine verstärkte Integration von CSR in die Unternehmensprozesse ermöglicht es den Unternehmen der sächsischen Textilindustrie, ihre betriebliche Effizienz zu steigern und gleichzeitig Kosten zu senken. Durch den Einsatz nachhaltiger Produktionsmethoden, die Reduzierung des Energie- und Wasserverbrauchs sowie die Minimierung von Abfällen können Unternehmen nicht nur umweltfreundlicher agieren, sondern auch ihre Betriebskosten senken. Dies trägt zu einer verbesserten Wirtschaftlichkeit und Rentabilität bei.

##### Markenwert und Kundennachfrage

Verbraucher legen heute zunehmend Wert auf nachhaltige Produkte und umweltfreundliche Herstellungsverfahren. Unternehmen, die CSR-Praktiken in ihr Geschäftsmodell integrieren, können das Vertrauen ihrer Kunden gewinnen und ihr Markenimage stärken. Eine nachhaltige Ausrichtung kann dazu beitragen, neue Kundensegmente zu erschließen und die Marktnachfrage nach umweltfreundlichen Produkten zu bedienen.

##### Zugang zu Finanzierung und Unterstützung

Ein verstärkter Fokus auf CSR kann den Zugang zu Finanzierungs- und Fördermöglichkeiten erleichtern. Investoren und Finanzinstitutionen zeigen zunehmend Interesse an Unternehmen, die soziale Verantwortung übernehmen und sich für

den Umweltschutz engagieren. Dies kann die finanzielle Stabilität stärken und Unternehmen den Zugang zu Kapital für Wachstum und Innovation ermöglichen.

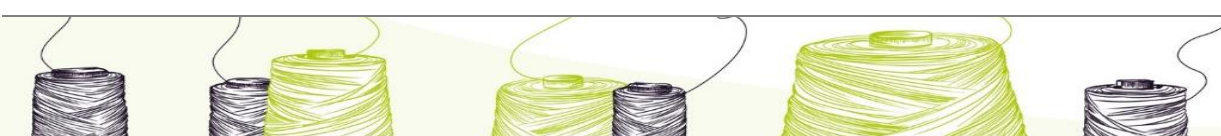
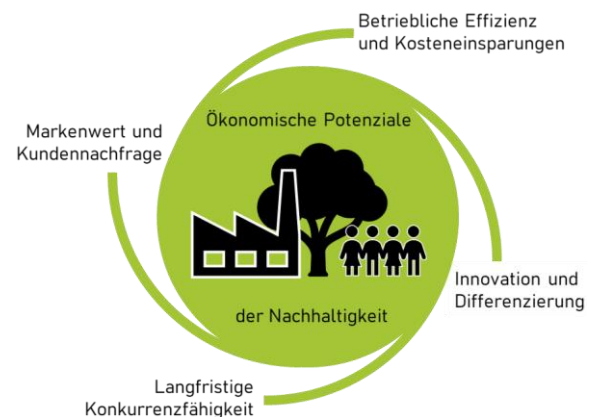
##### Innovation und Differenzierung

Die Integration von CSR in die Geschäftstätigkeit erfordert häufig innovative Ansätze und Lösungen. Diese Innovationen können nicht nur dazu beitragen, die Umweltauswirkungen zu verringern, sondern auch dazu dienen, sich von der Konkurrenz abzuheben. Unternehmen, die sich für umweltfreundliche Technologien und nachhaltige Materialien entscheiden, können ihre Produkte und Dienstleistungen differenzieren und auf neuen Märkten erfolgreich sein.

##### Langfristige Konkurrenzfähigkeit

Unternehmen, die sich heute verstärkt mit CSR-relevanten Aktivitäten beschäftigen, sind für die Herausforderungen der Zukunft besser gerüstet. Die Nachfrage nach nachhaltigen Produkten und Produktionsverfahren wird voraussichtlich weiter steigen und Unternehmen, die frühzeitig handeln, können ihre Wettbewerbsposition stärken und ihren Erfolg langfristig sichern.

Insgesamt bietet die verstärkte Integration von CSR-relevanten Aktivitäten für die sächsischen Unternehmen der Textilindustrie nicht nur ökologische Vorteile, sondern auch eine solide Basis für langfristige wirtschaftliche Stärke und Wettbewerbsfähigkeit. Durch die Verbindung von unternehmerischem Handeln und gesellschaftlicher Verantwortung können diese Unternehmen sowohl wirtschaftlichen Erfolg als auch eine nachhaltige Entwicklung vorantreiben.





4.7 Nationale Beispiele für nachhaltige Textilunternehmen



Die 1997 gegründete Industriegruppe Peppermint Holding GmbH, Berlin entwickelt innovative Gewebe für die Bereiche Mode und Technische Textilien. Das Unternehmen beteiligt sich an verschiedenen Start-ups und wurde 2022 mit EcoVadis Gold ausgezeichnet für die beste Finanz-Kommunikation im Mittelstand.

Der Produzent für Kunststoffprodukte Greiner Perfoam GmbH wurde im Jahr Greiner Packaging hat sich Kreislaufwirtschaft 1994 gegründet verschrieben und will diese auf breiter Basis umsetzen.



Der führende Hersteller von Viskosespezialfaser, Kelheim Fibres GmbH, wurde 2022 als erster Faserproduzent mit EMAS zertifiziert. Das Unternehmen ist im Bereich Nachhaltigkeit besonders aktiv und hat in den letzten Jahren im Rahmen von EcoVadis die besten Nachhaltigkeitsbewertungen für Viskosefaserhersteller erhalten.

ONTEX ist ein führender internationaler Anbieter von Hygieneprodukten. Für seine schlanke interne Klimapolitik, der Verwendung Strom aus erneuerbaren Energien und der Reduzierung seiner CO2-Emissionen zwischen 2021 und 2020, erhielt das Unternehmen die beste Bewertung für Klimaschutz.



Paradies GmbH, das Familiengeführte Traditionsunternehmen produziert nachhaltige Bettwaren „Made in Germany“ für Hotel- und Objektausstattung. Das Unternehmen wurde in der Kategorie Ressourcen für den Deutschen Nachhaltigkeitspreis 2023 nominiert.



Lenzing AG, ein führender Weltmarktanbieter für die globale Textil- und Vlies-Industrie, produziert Cellulosefasern aus dem nachwachsenden Rohstoff Holz. Das Unternehmen zeichnet sich durch konsequente Innovations- und Technologie-fortschritte, sowie CSR-Maßnahmen aus.



Seit 1895 steht das heute weltweit agierende Familienunternehmen FALKE für moderne Bekleidung aus hochwertigen Materialien. In den letzten Jahrzehnten hat das Unternehmen Maßnahmen umgesetzt, um die Nachhaltigkeit der Prozessabläufe zu steigern und soziale und Umwelt Standards zu etablieren.

Adient Zwickau GmbH, ein weltweit führender Anbieter von Automotive-Sitzsystemen, hat den "Deutschen Innovationspreis 2022" in der Kategorie "Informationstechnologien und Funktionssoftware" gewonnen.



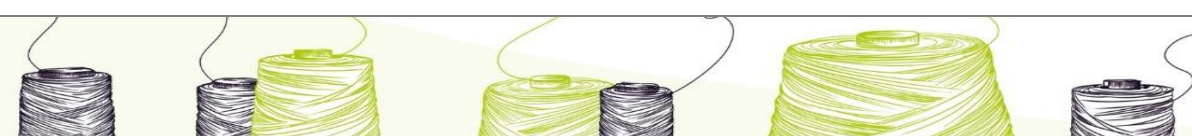
Die IDEAL Automotive Oelsnitz GmbH entwickelt und fertigt Textil- und Kunststoffkomponenten für die Automobilindustrie. Sie informiert alle interessierten Stakeholder seit einigen Jahren in ihrem Nachhaltigkeitsbericht über die eigenen Nachhaltigkeitsleistungen.

Der Spielzeughersteller EFIE - Weidner & Thüngen GbR produziert und vertreibt GOTS zertifizierte Plüschwaren. Das Kleinunternehmen zählte 2019 zu den Finalisten des Deutschen Nachhaltigkeitspreises.



Wildling Shoes GmbH, wurde mit dem Deutschen Nachhaltigkeitspreis 2023 für Unternehmen im Bereich "Supply Chain" - Transformation ausgezeichnet. Das Unternehmen produziert langlebige Barfußschuhe unter Einhaltung fairer Arbeitsbedingungen und höchsten Umweltstandards.

Elis Group Services GmbH, ein internationaler Multidienstleister in den Branchen Textilien, Hygiene und Facility Services. Die Gruppe wurde 2022 die EcoVadis-Platinmedaille verliehen und wurde damit für das langfristige Engagement und den Ehrgeiz für nachhaltige Entwicklung ausgezeichnet.





# 5

## VOLKSWIRTSCHAFTLICHE ANALYSE

### 5.1 Einleitung und Vorgehen

In diesem Abschnitt werden die Auswirkungen einer zunehmenden Anzahl von Unternehmen mit CSR-orientierten Geschäftsmodellen auf die sächsische Textilindustrie analysiert. Diese Analyse erfolgt anhand von Modellrechnungen, die dazu dienen, den ökonomischen Mehrwert einer aktiven Umsetzung des CSR-Managements abzuschätzen.

Zu Beginn dieser Berechnungen wird in einem ersten Schritt die Differenz zwischen den aktuellen wirtschaftlichen Aktivitäten der sächsischen Textilindustrie und den zu erwartenden wirtschaftlichen Aktivitäten in einem Szenario, in dem die Branche eine Vorreiterrolle im Bereich CSR einnimmt, ermittelt. Die ermittelte Differenz, die sich in Umsatzsteigerungen, erhöhter Wertschöpfung und zusätzlicher Beschäftigung zeigt, wird in

einem zweiten Schritt in ein eigens für dieses Projekt entwickeltes Input-Output-Modell integriert. Die Modellrechnungen ermöglichen schließlich eine Quantifizierung der durch ein aktives CSR-Management ausgelösten direkten und indirekten volkswirtschaftlichen Effekte. Diese werden anhand von Größen wie Bruttoproduktion, Bruttowertschöpfung und Beschäftigung gemessen. Darüber hinaus wird analysiert, wie sich diese Effekte auf andere Regionen im In- und Ausland auswirken.

Die Ergebnisse dieser Analyse sollen einen Einblick in die möglichen positiven Auswirkungen eines aktiven CSR-Managements in der sächsischen Textilindustrie geben und als Grundlage für weitere Überlegungen und Entscheidungen dienen.





### 5.2 CSR-Themen und Unternehmensentwicklung

Um die Wirkung von CSR-Maßnahmen auf Unternehmensebene und auf die gesamte Volkswirtschaft zu verstehen, sind Überlegungen zum grundsätzlichen Zusammenhang zwischen CSR und Unternehmensperformance sinnvoll. Aus der Literatur lassen sich insbesondere langfristig mehrheitlich positive Zusammenhänge zwischen CSR-Themen und Nachfrage nach Produkten und Dienstleistungen von Unternehmen, beziehungsweise CSR-Themen und Produktivität von Unternehmen ableiten (Genders, 2020; Saha et al., 2019; Sang et al., 2019; Tazir, 2022). Kurzfristig binden CSR-Maßnahmen insbesondere in den Themen Umweltmanagement, Energie- und Ressourceneffizienz und Unternehmensphilanthropie einige Ressourcen bzw. machen Initialinvestitionen notwendig, was sich negativ auf die Produktivität auswirken kann. Werden Maßnahmen in den CSR-Themen Managementfähigkeit, interne und externe Kommunikation ergriffen, hat dies allerdings sogar kurzfristig positive Effekte auf die Unternehmensperformance.

### 5.3 "Zielbild 2030" - Textilwirtschaft mit gestärktem CSR

Vor diesem Hintergrund können für die Unternehmen der sächsischen Textilwirtschaft zu erwartende Entwicklungen angenommen werden. Wenn heute CSR-Maßnahmen ergriffen werden, können innerhalb der nächsten fünf bis sieben Jahre Effekte auf die Nachfrage und die Produktivität der Unternehmen beobachtet werden. Entsprechend wird für die Modellierung der zu erwartenden Effekte ein Zielbild für das Jahr 2030 entworfen.

#### 5.3.1 CSR-Strategien

Dieses Zielbild ergibt sich aus den Überlegungen zu möglichen Strategien, die die Unternehmen ergreifen können, um CSR-Themen im Unternehmen einzuführen. Anpassungen an gesetzliche Vorgaben werden von allen Unternehmen vorgenommen werden müssen. Vorteilhaft ist es, wenn eine Anpassung bzw. Vorbereitung bereits erfolgt, bevor Gesetze verschärft oder neue Standards eingeführt werden. Diese Strategie wird als „Minimum“ bezeichnet.

CSR-Themen	Performance und Messgröße	Nachfrage		Produktivität	
		Kurzfristig	Langfristig	Kurzfristig	Langfristig
Umweltmanagement	Umwelt Audits, Umweltmanagement Strategien, Langjähriges Umweltmanagement vorhanden und hohe Zielerreichung, ISO14001 Zertifizierung		▲	▼	▲
Energie- und Ressourceneffizienz	Produktdesign/ Verpackungsdesign, (Bessere) Zirkularität von Produkten, Kürzere Transportwege, Kostenreduktion in der Produktion, höhere Investitionen leistungsfähiger Maschinenpark	■	▲	▼	▲
Unternehmensphilanthropie	Corporate Citizenship, Sponsoringaktivitäten, Entscheid für (Vertrieb in) Region, Sponsoringvolumen am Umsatz, Regionale Effekte (Cluster): Zulieferer, Konkurrenten, Abnehmende	■	▲	▼	
Managementfähigkeit	Vorausschauende Planung der Auftragsabwicklung/ Ressourceneinsatz/ Währungsschwankung, MA-Zufriedenheit, Auslastungsgrad der Anlagen/ MA, Geringe Stillstands-/Ausfallrate	▲	▲	▲	▲
Intern: Kommunikation/ Transparenz/ Unternehmenskultur/ Vertrauen	Mitarbeitertreue, MA-Zufriedenheit, Einsatz der MA für Unternehmen, Qualität und Effizienz entspr. Res. Kundenbef., Mittl. Anz. Jahre im Unternehmen, Arbeits-Produktivität, Anz. Krankheitstage			▲	▲
Extern: Kommunikation/ Transparenz/ Unternehmenskultur/ Vertrauen	Imageverbesserung, Kundentreue, Absatzsteigerung Lieferantenbeziehung – langjährig/ stabil, gute Resultate bei Kundenbefragung, Anz. Wiederkäufe Absatz, positive öffentliche Wahrnehmung – Anz. negative Artikel in Öffentlichkeit		▲		▲

Grundsätzlich zu erwartender Zusammenhang zwischen CSR-Themen und ihren entsprechenden Messgrößen und der Veränderung von Nachfrage bzw. Produktivität von Unternehmen. Grün=positiv, orange=negativ, blau=gleichbleibend





Wenn Unternehmen CSR-Maßnahmen ergreifen, die über das gesetzliche Minimum hinausgehen, können sie damit ihre Wettbewerbsfähigkeit stärken und sich Marketingchancen eröffnen. Diese Strategie wird als „Mittel“ bezeichnet.

Jene Unternehmen, die noch weiter gehen und freiwillig Maßnahmen aus Überzeugung ergreifen und in ihrem unternehmerischen Handeln die Prinzipien der Nachhaltigkeit verinnerlicht haben, können so zu „Top Performern der Nachhaltigkeit“ werden. Diese Strategie wird als „Maximum“ bezeichnet.

CSR – Unternehmensstrategie		
Minimum	Mittel	Maximum
Auflagen erfüllen und sonst weiter wie bisher	Weitere Maßnahmen, die über das gesetzliche Minimum hinausgehen	Top Performer der Nachhaltigkeit mit intrinsischer Motivation
Ausrichtung auf CSR nur als Reaktion	Nachhaltigkeit stärkt die Wettbewerbsfähigkeit und eröffnet Marketingmöglichkeiten	Freiwillige Maßnahmen werden aus Überzeugung ergriffen und Nachhaltigkeit ist verinnerlicht

### 5.3.2 Szenarien

Um die Bandbreite der möglichen Entwicklungen der Textilwirtschaft im Zielbild 2030 in Sachsen aufzeigen zu können, werden dafür drei Szenarien entwickelt. Diesen werden folgende Annahmen zugrunde gelegt:

**Szenario 1 „Realistisch“:** In diesem Szenario verhalten sich die meisten Textilunternehmen Sachsens eher zurückhaltend bezüglich der Wahl ihrer CSR-Strategie: die Verteilung auf die verschiedenen CSR-Strategien ist insgesamt gleichmäßig, mit einer leichten Tendenz beim Szenario „Minimum“. Nur bei den Teilbranchen Textilveredelung und Bekleidung sind es mehr als die Hälfte der Unternehmen, welche die Maximalstrategie wählen, also zu Top-Performern der Nachhaltigkeit werden.

**Szenario 2 „Gesetzlich“:** In diesem Szenario wählen die Textil-Unternehmen mehrheitlich die minimale CSR-Strategie – bei den Technischen Textilien, der Textilherstellung und der Faseraufbereitung/Garnherstellung sind es über 80% der Unternehmen.

**Szenario 3 „Optimistisch“:** In diesem Szenario wird ein optimistisches Bild bezüglich der Entwicklung der Textilwirtschaft in Sachsen gezeichnet und die Verteilung der Unternehmensanteile zugunsten der mittleren und der maximalen CSR-Strategie verschoben.

Teilbranchen / Strategien	Szenario 1: Realistisch			Szenario 2: Gesetzlich			Szenario 3: Optimistisch		
	Min	Mittel	Max	Min	Mittel	Max	Min	Mittel	Max
Technische Textilien	65 %	20 %	15 %	90 %	3 %	8 %	33 %	45 %	23 %
Textilherstellung	60 %	30 %	10 %	90 %	5 %	5 %	30 %	55 %	15 %
Teilmaschinenhersteller	50 %	20 %	30 %	75 %	10 %	15 %	25 %	55 %	45 %
Textilveredelung	20 %	20 %	60 %	30 %	40 %	30 %	10 %	0 %	90 %
Bekleidung	10 %	30 %	60 %	15 %	55 %	30 %	5 %	5 %	90 %
Faseraufbereitung/ Garnherstellung	60 %	15 %	25 %	85 %	3 %	13 %	30 %	33 %	38 %
Heimtextilien	25 %	25 %	50 %	38 %	38 %	25 %	13 %	13 %	75 %
Andere, nicht zugeordnet	41 %	23 %	36 %	62 %	20 %	18 %	21 %	26 %	54 %

Verteilung der Unternehmen nach Strategien für die Szenarien 1 bis 3. Lesebeispiel: 15 % der Unternehmen der Teilbranche „Technische Textilien“ wählen im Szenario 1 „Realistisch“ die maximale Unternehmensstrategie, im Szenario 3 sind es hingegen 23 % der Unternehmen, die diese Strategie wählen.



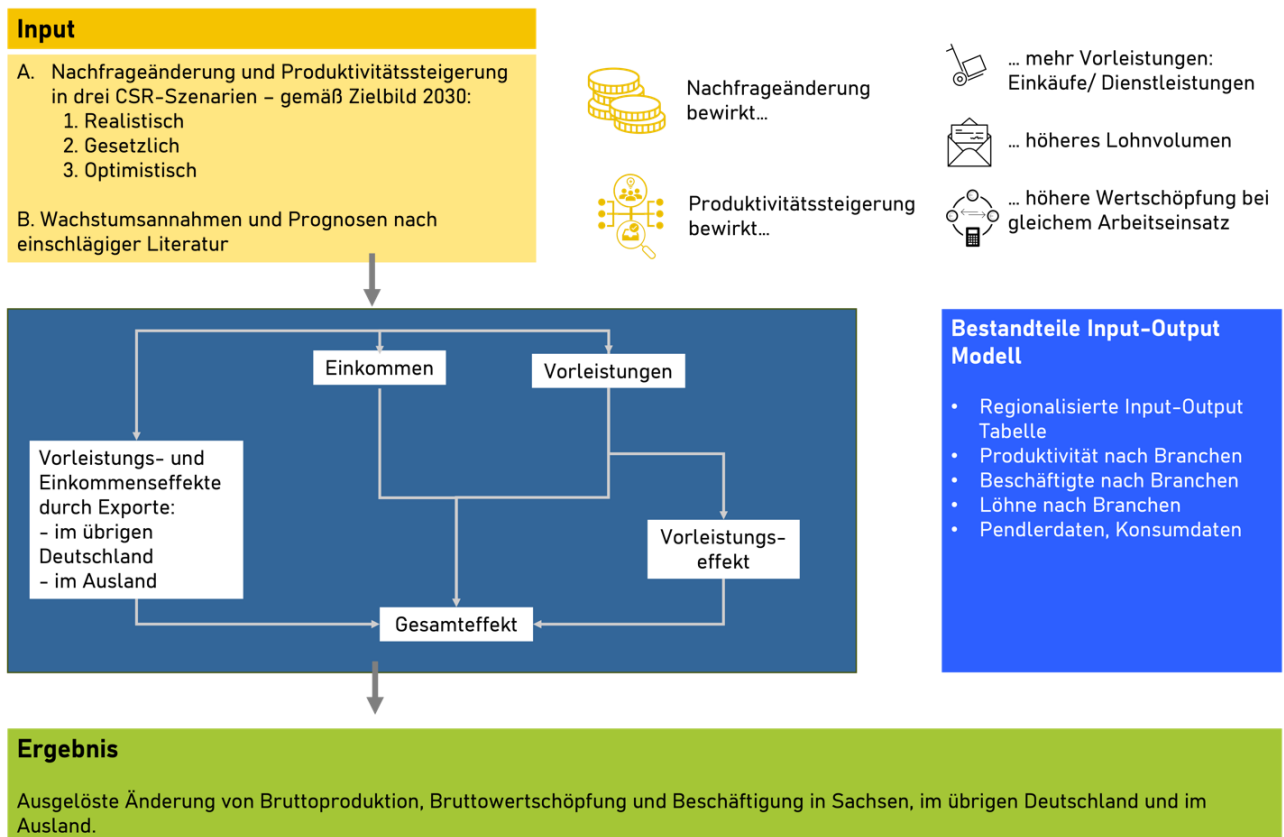
### 5.4 Modellierung volkswirtschaftlicher Effekte

Um die Entwicklung der Textilwirtschaft bis 2030 gemäß den Szenarien 1 bis 3 (Abschnitt 5.3) zu modellieren und ihre Effekte auf die sächsische Volkswirtschaft zu ermitteln, wird ein so genanntes Input-Output-Modell (IOM) erstellt. Damit können die jährlichen volkswirtschaftliche Effekte im Freistaat Sachsen, bestehend aus direkten und indirekten Effekten ermittelt werden. Die direkten Effekte sind die von den Unternehmen selbst generierte Wertschöpfung und Beschäftigung, die indirekten Effekte bestehen aus Vorleistungseffekten plus Einkommenseffekten entlang der Wertschöpfungskette. Durch eine spezifische Modellerweiterung können auch Effekte einbezogen werden, welche durch Exporte der Textilwirtschaft im übrigen Deutschland und im Ausland entstehen.

Kern des IOM ist die auf Sachsen angepasste (regionalisierte) Input-Output-Tabelle Deutschlands. Weitere Bestandteile des Modells sind verschiedene Kennzahlen für die sächsischen Branchen wie Arbeitsproduktivität, Beschäftigtenzahlen, Löhne und Pendler- sowie Konsumdaten.

Um die Volkswirtschaft Sachsens im Jahr 2030 vereinfacht darzustellen, werden auf Basis von bestehenden Prognosen Wachstumsannahmen zugrunde gelegt.

Als Input ins Modell fließen nun die geschätzte Nachfrage- und Produktivitätsänderungen in den Textilunternehmen Sachsens, welche durch die angenommenen im Zieljahr 2030 umgesetzten CSR-Maßnahmen verursacht werden. Zusätzlich wird eine Basis-Entwicklung zugrunde gelegt, die auch ohne CSR-Maßnahmen passieren würde. Diese Entwicklung basiert auf bestehenden Prognosen sowie der Fortschreibung der Entwicklung von Sachsens Textilunternehmen als Durchschnitt der letzten zehn Jahre.



### 5.5 Wirtschaftliche Bedeutung der Textilwirtschaft in Sachsen und der Einfluss von CSR

Im Jahr 2020 generierte die Textilwirtschaft Sachsens eine Bruttoproduktion<sup>2</sup> von rund 1,6 Mrd. Euro, eine Bruttowertschöpfung<sup>3</sup> von über 430 Mio. Euro und eine Beschäftigungswirkung von rund 10.800 Beschäftigten im Bundesland.

CSR-Maßnahmen in der Textilwirtschaft vermögen gemäß dieser Modellierung und mit den entsprechenden Annahmen direkt und indirekt über die Wertschöpfungskette ausgelöst die Bruttoproduktion, um bis zu 200 Mio. Euro zu steigern.

Erwartungsgemäß steigt die Bedeutung der Textilwirtschaft im Jahr 2030 im Szenario 3 (Optimistisch) mit 11,3 % der Wertschöpfung am stärksten und im Szenario 2 (Gesetzlich) mit 7,1 % der Wertschöpfung am wenigsten stark.

Die Textilwirtschaft generiert indirekt – also über die gesamte Wertschöpfungskette Sachsens – auch in anderen Branchen – bedeutende Umsätze. Für das Jahr 2030 liegt die ausgelöste indirekte Bruttoproduktion im dritten Sektor (Dienstleistungen, staatliche Leistungen etc.) je nach Szenario zwischen rund 440 und 460 Mio. Euro, im ersten und übrigen zweiten Sektor bei rund 11 Mill. Euro.

Szenario 1 Realistisch 2030	Bruttoproduktion Mill. EUR
<b>In Sachsen</b>	<b>1.728</b>
Textilwirtschaft, direkt und indirekt	1.266
1. und übriger 2. Sektor, indirekt	11
3. Sektor, indirekt	451

Szenario 2 Gesetzlich 2030	Bruttoproduktion Mill. EUR
<b>In Sachsen</b>	<b>1.695</b>
Textilwirtschaft, direkt und indirekt	1.242
1. und übriger 2. Sektor, indirekt	10
3. Sektor, indirekt	443

Szenario 3 Optimistisch 2030	Bruttoproduktion Mill. EUR
<b>In Sachsen</b>	<b>1.762</b>
Textilwirtschaft, direkt und indirekt	1.291
1. und übriger 2. Sektor, indirekt	11
3. Sektor, indirekt	460

Übersicht über volkswirtschaftliche Effekte von CSR in Sachsen im Jahr 2030 in drei Szenarien, nach Sektoren.

**Die Modellierung der wirtschaftlichen Effekte, welche durch die Textilwirtschaft mit verschiedenen CSR-Maßnahmen ausgelöst werden, zeigt, dass Maßnahmen im Bereich CSR nicht nur betriebswirtschaftlich Sinn machen, sondern einen zusätzlichen Beitrag zur volkswirtschaftlichen Performance des Bundeslandes Sachsens leisten.** Werden Maßnahmen getätigt, die über das gesetzlich zu erwartende Minimum hinausgehen (Szenarien "Realistisch" und "Optimistisch"), können sogar noch höhere betriebs- und volkswirtschaftliche Effekte erwartet werden.

		Szenario 0 Status 2020	Szenario 1 Realistisch 2030	Szenario 2 Gesetzlich 2030	Szenario 3 Optimistisch 2030
Bruttoproduktion	Mio. EUR	1.581	1.728	1.695	1.762
Bruttowertschöpfung	Mio. EUR	432	471	462	480
Beschäftigung	Anzahl Beschäftigte	10.784	11.757	11.535	11.986
Veränderung Bruttowertschöpfung im Vergleich zu 2020			9,1%	7,1%	11,3%

Übersicht über volkswirtschaftliche Effekte von CSR in Sachsen im Jahr 2030 in drei Szenarien.

<sup>2</sup> Die Bruttoproduktion entspricht annähernd dem Umsatz aller Unternehmen einer Volkswirtschaft.

<sup>3</sup> Die Bruttowertschöpfung beziffert den von einer Volkswirtschaft geschaffenen Wertzuwachs innerhalb eines Jahres und zeigt gleichzeitig den Beitrag zum gesamtwirtschaftlichen BIP.







# 6

## AKTIVITÄTEN IM BEREICH CSR

Dieses Kapitel widmet sich den Aktivitäten im Bereich Corporate Social Responsibility (CSR), insbesondere in Bezug auf kleine und mittelständische Unternehmen (KMU). Es behandelt bestehende Initiativen und Programme, die darauf abzielen, CSR in KMU zu fördern. Dabei werden nationale Programme beleuchtet, die Unternehmen bei der erfolgreichen Integration von CSR-Prinzipien in ihre Geschäftspraktiken unterstützen.

Des Weiteren werden in diesem Kapitel aktuelle Studien analysiert, die sich speziell mit dem Thema CSR in KMU befassen. Diese Studien bieten Einblicke in die Herausforderungen, denen sich KMU bei der Implementierung nachhaltiger Praktiken gegenübersehen. Es werden die wichtigsten Erkenntnisse und Trends aus diesen Studien herausgearbeitet, um KMU bei der Umsetzung von CSR zu helfen.

Ein weiterer Schwerpunkt liegt auf den Tools und Instrumenten, die KMU nutzen können, um Nachhaltigkeit in ihr Unternehmen zu integrieren. Hierzu gehören Nachhaltigkeitsberichte, Umweltmanagementsysteme und CSR-Software. Diese Ressourcen werden ausführlich vorgestellt, ihre Anwendungsmöglichkeiten erläutert und ihr Beitrag zur effektiven Umsetzung von CSR in KMU diskutiert.

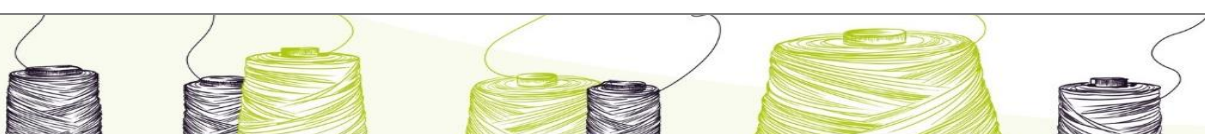
Insgesamt bietet dieses Kapitel eine sachliche Übersicht über die Vielfalt der Aktivitäten und Ressourcen im Bereich CSR, die für kleine und mittelständische Unternehmen relevant sind. Es zeigt auf, wie KMU von bestehenden Initiativen, Erkenntnissen aus Studien und praktischen Tools profitieren können, um CSR erfolgreich in ihre Geschäftspraktiken zu integrieren und einen positiven Beitrag zur Gesellschaft und Umwelt zu leisten.



## 6.1 Verbände Nachhaltigkeit

Es gibt in Deutschland eine Vielzahl nationaler Branchenverbände zum Thema Nachhaltigkeit und Corporate Social Responsibility (CSR).

Verband		Ebene	Link
Bundesverband Nachhaltige Wirtschaft (BNW)	Plattform für den Austausch von Erfahrungen und Best Practices im Bereich der Nachhaltigkeit	National, international	<a href="https://www.bnw-bundesverband.de/nachhaltigkeitsreporting">https://www.bnw-bundesverband.de/nachhaltigkeitsreporting</a>
Rat für nachhaltige Entwicklung	Der RNE berät die Bundesregierung in Fragen der Nachhaltigkeit, erarbeitet Empfehlungen und Handlungsempfehlungen und fördert den gesellschaftlichen Dialog und die Bewusstseinsbildung für das Thema Nachhaltigkeit	national	<a href="https://www.nachhaltigkeitsrat.de/">https://www.nachhaltigkeitsrat.de/</a>
Regionale Netzstellen Nachhaltigkeitsstrategien	Die regionalen Netzstellen arbeiten dabei eng mit unterschiedlichen Partnern zusammen, um in den Regionen konkrete Projekte und Maßnahmen zur Umsetzung der Nachhaltigkeitsstrategie zu initiieren und zu koordinieren.	regional	<a href="https://www.renn-netzwerk.de/">https://www.renn-netzwerk.de/</a>
Deutscher Industrie- und Handelskammertag (DIHK)	Informationen, Schulungen und Veranstaltungen rund um das Thema Nachhaltigkeit und CSR an und fördert den Austausch und die Zusammenarbeit zwischen Unternehmen	national	
Bundesverband der Deutschen Industrie (BDI)	Der BDI setzt sich dafür ein, dass Unternehmen ihre Verantwortung für Umwelt, Gesellschaft und Mitarbeiter wahrnehmen und in ihre Geschäftsstrategie integrieren	National, international	<a href="https://bdi.eu">https://bdi.eu</a>
Verband der Chemischen Industrie e.V. (VCI)	Der VCI engagiert sich für eine nachhaltige Entwicklung der Branche und arbeitet eng mit seinen Mitgliedsunternehmen zusammen, um Standards und Leitlinien für eine verantwortungsvolle Unternehmensführung zu entwickeln	national	<a href="https://www.vci.de/themen/nachhaltigkeit/uebersicht.jsp">https://www.vci.de/themen/nachhaltigkeit/uebersicht.jsp</a>
Bundesverband der Energie- und Wasserwirtschaft e.V. (BDEW)	BDEW arbeitet insbesondere für den Klimaschutz, die Förderung erneuerbarer Energien sowie für eine effiziente und ressourcenschonende Energieversorgung	national	<a href="https://www.bdew.de">https://www.bdew.de</a>
Verband Deutscher Maschinen- und Anlagenbau e.V. (VDMA)	Umsetzung von Nachhaltigkeitsstrategien und bietet ein breites Spektrum an Informationen, Veranstaltungen und Netzwerkmöglichkeiten zu diesem Thema an	National, international	<a href="https://www.vdma.org/nachhaltigkeit-energie">https://www.vdma.org/nachhaltigkeit-energie</a>
Bundesverband Großhandel, Außenhandel, Dienstleistungen e.V. (BGA)	CSR-Initiative "CSR-Kompetenzzentrum für den Mittelstand" zur Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit von KMU und gleichzeitig einen Beitrag zu einer nachhaltigeren Wirtschaftsweise	National	<a href="https://bga.de">https://bga.de</a>
Germanwatch e.V.	für globale Gerechtigkeit und den Schutz der Umwelt, dabei konzentriert sich der Verein auf Themen wie Klimapolitik, nachhaltige Entwicklung, Handel und Investitionen sowie die Auswirkungen des Klimawandels auf die ärmsten Länder und Gemeinden der Welt.	National, international	<a href="https://www.germanwatch.org/de">https://www.germanwatch.org/de</a>



Transparency International Deutschland e.V.	Reduzierung von Korruption und Förderung transparenter und rechenschaftspflichtiger Strukturen in der öffentlichen Verwaltung und der Wirtschaft; Entwickelt gemeinsam mit Unternehmen praxisnahe Instrumente zur Umsetzung von Integrität und Nachhaltigkeit	National, international	<a href="https://www.transparency.de">https://www.transparency.de</a>
Forum Nachhaltige Geldanlagen e.V. (FNG)	Beratung von Investoren, Finanzdienstleister, Unternehmen und politische Entscheidungsträger zu nachhaltigen Investitionen und Finanzprodukten	National	<a href="https://www.forum-ng.org/de/">https://www.forum-ng.org/de/</a>
Greenpeace e.V.	Zusammenarbeitet mit Unternehmen, um Nachhaltigkeit und Umweltschutz in deren Geschäftspraktiken und Produkten zu fördern	international	<a href="https://www.greenpeace.de">https://www.greenpeace.de</a>
Deutsches CleanTech Institut (DCTI)	Institut unterstützt Unternehmen und öffentliche Einrichtungen bei der Umsetzung von Nachhaltigkeitsstrategien und der Entwicklung von klimafreundlichen Technologien. Zudem führt das DCTI Studien und Analysen zu Themen wie Energiewende, Mobilität und Kreislaufwirtschaft durch und gibt Empfehlungen für politische Entscheidungen im Bereich Nachhaltigkeit.	National	<a href="https://dcti.de">https://dcti.de</a>
Naturschutzbund Deutschland (NABU) e.V.	setzt sich dafür ein, dass Unternehmen ihre Verantwortung für Umwelt und Gesellschaft wahrnehmen und dabei ökologische, soziale und ökonomische Aspekte gleichermaßen berücksichtigen.	National	<a href="https://www.nabu.de">https://www.nabu.de</a>
Textil und Mode	Ressourcenschonende Textil- und Modeindustrie in Deutschland, Förderung nachhaltiger Produktion, die Unterstützung von Umwelt- und Sozialstandards entlang der gesamten Wertschöpfungskette und die Förderung von Bildungsangeboten	National	<a href="https://textil-mode.de/de/">https://textil-mode.de/de/</a>
Verband Entwicklungspolitik und Humanitäre Hilfe deutscher Nichtregierungsorganisationen (VENRO)	Der Verband setzt sich für eine gerechte und nachhaltige Welt ein und engagiert sich für die Umsetzung der Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung	National, international	<a href="https://venro.org/start">https://venro.org/start</a>





## 6.2 Initiativen Nachhaltigkeit und CSR

Die Maßnahmen soziale und ökologische Verantwortung zu übernehmen und die Unternehmenspraktiken im Einklang mit ethischen, gesellschaftlichen und ökologischen Standards kann durch Nachhaltigkeits- oder CSR-Initiativen unterstützt bzw. gefördert werden.

Für eine größtmögliche Wirksamkeit setzen die meisten Initiativen auf eine partnerschaftliche Zusammenarbeit zwischen Unternehmen, Regierungsbehörden, Nichtregierungsorganisationen (NGOs) oder Branchenverbänden und anderen relevanten Stakeholdern. Initiativen sind oft sektor- oder themenbezogen und finden auf nationaler oder internationaler Ebene statt. Ihre Ziele sind dabei breit gefächert und reichen von der Reduzierung von Umweltauswirkungen und dem Schutz von Biodiversität bis hin zur Verbesserung von sozialen Bedingungen, Wirtschaftswachstum und Nachhaltigkeit zu vereinbaren oder Unternehmen bei der Umsetzung von Nachhaltigkeitsprinzipien zu unterstützen.

Beispiele für nationale Nachhaltigkeitsinitiativen sind Branchenvereinbarungen wie das Nachhaltigkeitsabkommen Textil, Initiativen wie der Deutsche Nachhaltigkeitskodex oder der CSR-Preis der Bundesregierung in Deutschland. Diese Initiativen haben das Ziel, Unternehmen zu ermutigen, ihre Nachhaltigkeitsleistung zu verbessern und transparent über ihre Fortschritte zu berichten.

Die Weiterverwendung von Material unterstützt das Konzept einer zukunftsfähigen Kreislaufwirtschaft. Die große Herausforderung dabei ist, verschiedene Unternehmen, die bspw. Materialreste, die diese nicht selbst verwerten können mit Unternehmen zusammenzubringen, die diese Materialien benötigen. Genau zu diesem Zweck haben sich deutschland- und europaweit verschiedene Materialinitiativen regional gegründet. Einige haben sich zur Erhöhung der Reichweite unter IfM – Initiativen für Materialkreisläufe zusammenschlossen.

„Es gibt so viel tolles Material, das nur darauf wartet, wiederverwendet zu werden! Und eine ganze Karte voll toller Initiativen, die dieses Material retten, damit Du Neues daraus erschaffen kannst!“ (HMV Hanseatische Materialverwaltung gGmbH o.D.).

Darüber hinaus gibt es aber weitere Bestrebungen solche Initiativen im Bereich Textil voranzutreiben. Dabei entstehen bei Unternehmen in der Textilbranche nicht nur textile Reststoffe, sondern auch Stoffe, wie Verpackungsmaterialien, Holz oder Metall, die für die Textilproduktion benötigt werden.

In Folgenden sind verschiedenste Initiativen dargestellt, die in Sachsen als auch deutschlandweit versuchen, Material als Wertstoff zu erhalten und weiterzugeben. Auf drei Initiativen soll an dieser Stelle als besonders relevant für die sächsische Textilindustrie hingewiesen werden. Dies sind zum einen die beiden sächsischen Initiativen Zündstoffe (Dresden) und Materialbuffet (Leipzig). Bei diesen ist es möglich sämtliche Muster, Fehlproduktionen oder Produktionsüberschüsse sowie Baumaterial, das begleitend zur Textilproduktion anfällt, abzugeben. Damit werden diese Wertstoffe einer weiteren Verwendung zugeführt und müssen nicht als Abfall entsorgt werden.

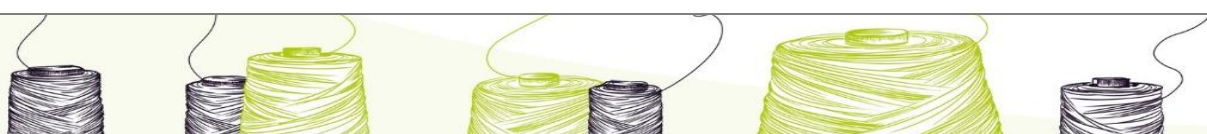
Für die Wiederverwendung für Textilien hat die AFBW e.V. die Wertstoffbörse ins Leben gerufen. Bei der Wertstoffbörse handelt es sich um eine Plattform, die nach dem einfachen Prinzip «Biete/Suche» funktioniert und nicht mehr benötigte Wertstoffe vermittelt.

Im Folgenden sind die wichtigsten nationalen Initiativen für Nachhaltigkeit sowie Materialinitiativen zusammengefasst.



## Nationale Initiativen Nachhaltigkeit

Initiative	Region	Schwerpunkt	Link
Deutscher Nachhaltigkeitspreis	Bundesweit	Förderung von Nachhaltigkeitskonzepten	<a href="https://www.nachhaltigkeitspreis.de/">https://www.nachhaltigkeitspreis.de/</a>
Bündnis für nachhaltige Textilien	Bundesweit	Nachhaltigkeit und faire Arbeitsbedingungen in der Textilindustrie	<a href="https://www.textilbuendnis.com/">https://www.textilbuendnis.com/</a>
Circular Saxony	Sachsen	Kreislaufwirtschaft Kooperationsaufbau und Wissenstransfer	<a href="https://www.circular-saxony.de/">https://www.circular-saxony.de/</a>
Allianz Faserbasierte Werkstoffe B-W. e.V. (AFBW)	Bade-Württemberg	Recycling	<a href="https://www.afbw.eu/angebote/wertstoffboerse/">https://www.afbw.eu/angebote/wertstoffboerse/</a>
Cluster Dekarbonisierung der Industrie aus der Lausitz	Region Lausitz	Transformationsprozess Dekarbonisierung	<a href="https://www.cluster-dekarbonisierung.de/de/">https://www.cluster-dekarbonisierung.de/de/</a>
Deutsche Global Compact Netzwerk (DGCN)	Bundesweit	Umsetzung der Sustainable Development Goals (SDGs)	<a href="https://www.globalcompact.de">https://www.globalcompact.de</a>
CSR-Preis der Bundesregierung	Bundesweit	Förderung von CSR im Unternehmen	<a href="https://www.csr-in-deutschland.de/DE/CSR-Preis/csr-preis.html">https://www.csr-in-deutschland.de/DE/CSR-Preis/csr-preis.html</a>
Netzwerk Natur Sachsen	Sachsen	Umweltschutz	<a href="https://umweltbildung-sachsen.de">https://umweltbildung-sachsen.de</a>
Klimanetzwerk Sachsen	Dresden	Umweltschutz	<a href="https://www.klima.sachsen.de/klimanetzwerk-sachsen-klines-13774.html">https://www.klima.sachsen.de/klimanetzwerk-sachsen-klines-13774.html</a>
CSR-Kompetenzzentrum	Ostwestfalen-Lippe	CSR-Kompetenzzentrum	<a href="https://www.csr-kompetenz.de">https://www.csr-kompetenz.de</a>
Energieeffizienz- und Klimaschutz-Netzwerke Sachsen	Bundesweit	Energieeffizienz	<a href="https://www.effizienznetzwerke.org">https://www.effizienznetzwerke.org</a>
B.A.U.M. e.V. - Ein bundesweiter Verein für Umweltmanagement	Bundesweit	Netzwerk für nachhaltiges Wirtschaften	<a href="https://www.baumev.de">https://www.baumev.de</a>
HDE Handelsverband Deutschland	Bundesweit	Interessensvertretung	<a href="https://cr-einzelhandel.de">https://cr-einzelhandel.de</a>
Chemie <sup>3</sup>	Bundesweit	Nachhaltigkeitsinitiative der deutschen Chemieindustrie	<a href="https://www.chemiehoch3.de">https://www.chemiehoch3.de</a>
Stiftung Allianz für Entwicklung und Klima	Bundesweit	Umweltschutz	<a href="https://allianz-entwicklung-klima.de">https://allianz-entwicklung-klima.de</a>
Vti - Verband der Nordwestdeutschen Textil- und Bekleidungsindustrie	Neue Bundesländer	Interessensvertretung der Textil- und Bekleidungsindustrie	<a href="https://www.vti-online.de">https://www.vti-online.de</a>
Lokaltexsil	Dresden	Textil- und Bekleidungsindustrie	<a href="https://www.lokaltextil.de">https://www.lokaltextil.de</a>
Sachsen!Textil	Leipzig	Lokale Textilproduktion	<a href="https://www.sachsen-textil.de">https://www.sachsen-textil.de</a>
Sachsen kauft fair	Sachsen	Nachhaltige Beschaffung für öffentliche Institutionen und staatliche Unternehmen	<a href="https://sachsen-kauft-fair.de/faq/">https://sachsen-kauft-fair.de/faq/</a>
Clean Clothes Campaign	Bundesweit	CSR Bekleidungsindustrie	<a href="https://saubere-kleidung.de">https://saubere-kleidung.de</a>



Initiative Lieferkettengesetz	Bundesweit	Lieferkettengesetz	<a href="https://lieferkettengesetz.de">https://lieferkettengesetz.de</a>
Servicestelle Kommune in der Einen Welt (SKEW)	Bundesweit	Kommunale Entwicklungspolitik und Nachhaltigkeit	<a href="https://skew.engagement-global.de">https://skew.engagement-global.de</a>
Seana – Sächsische Energieagentur	Sachsen	Energieeffizienz	<a href="https://www.saena.de/landes-initiative-energie-effizienz.html">https://www.saena.de/landes-initiative-energie-effizienz.html</a>
Partnerschaften 2030	Bundesweit	Umsetzung der Agenda 2030	<a href="https://www.partnerschaften2030.de">https://www.partnerschaften2030.de</a>
Fashion Revolution	Bundesweit	Transparenz in der Lieferkette	<a href="https://www.fashionrevolution.org">https://www.fashionrevolution.org</a>

### Materialinitiativen

Initiative	Ort	Material	Link
Nytt Materialdepot	Dresden	Requisiten	<a href="http://www.nytt-materialdepot.de/">http://www.nytt-materialdepot.de/</a>
Zündstoffe – Materialvermittlung	Dresden	Muster, Fehlproduktionen, Produktionsüberschüsse	<a href="https://materialvermittlung.org/">https://materialvermittlung.org/</a>
Materialbuffet	Leipzig	Baumaterial	<a href="https://materialbuffet.de/">https://materialbuffet.de/</a>
Trash Galore	Leipzig	Veranstaltungsmaterial	<a href="https://www.trashgalore.de/">https://www.trashgalore.de/</a>
KunZstoffe	Leipzig	Handarbeitsmaterialien	<a href="https://kunzstoffe.de/">https://kunzstoffe.de/</a>
Restlos	Leipzig	Handarbeitsmaterialien	<a href="https://www.muetterzentrum-leipzig.de/projekt/restlos">https://www.muetterzentrum-leipzig.de/projekt/restlos</a>
KrimZKrams	Halle (Saale)	Handarbeitsmaterialien	<a href="https://krimzkrams-halle.de/">https://krimzkrams-halle.de/</a>
Kostüm Kollektiv	Berlin	Textil	<a href="https://kostuemkollektiv.de/start/">https://kostuemkollektiv.de/start/</a>
Kunst-Stoffe	Berlin	Kunststoffe	<a href="https://kunst-stoffe-berlin.de/">https://kunst-stoffe-berlin.de/</a>
MaterialMafia	Berlin	Metalle, Kunststoffe, Holz, Papier, Textil	<a href="https://www.material-mafia.net/">https://www.material-mafia.net/</a>
Gebrauchtkaufhaus Nochmall	Berlin	Möbel, Haushaltswaren	<a href="https://www.nochmall.de/">https://www.nochmall.de/</a>
IHK-Recyclingbörse	Berlin	Recyclingbörse	<a href="https://www.ihk-recyclingboerse.de/">https://www.ihk-recyclingboerse.de/</a>
Materialdatenbank Zentrum Ressourceneffizienz	VDI Berlin	Informationsplattform	<a href="https://www.ressource-deutschland.de/">https://www.ressource-deutschland.de/</a>
Faircado Verkaufsassistent für 2nd Hand	Berlin	Online-Tool für gebrauchte Alternativen	<a href="https://faircado.de/">https://faircado.de/</a>
Hanseatische Materialverwaltung HMV	Hamburg	Requisiten	<a href="https://www.hanseatische-materialverwaltung.de/">https://www.hanseatische-materialverwaltung.de/</a>
Gebrauchtkaufhaus Stilbruch	Hamburg	Möbel, Haushaltswaren	<a href="https://www.stilbruch.de/">https://www.stilbruch.de/</a>
Gebrauchtkaufhaus	Elmenhorst	Möbel, Haushaltswaren	<a href="https://www.awsh.de/engagement/noch-zu-gebrauchen/">https://www.awsh.de/engagement/noch-zu-gebrauchen/</a>
Wertstoffbox	Kiel	Metalle, Kunststoffe, Holz, Papier	<a href="https://wertstoffbox-kiel.de/">https://wertstoffbox-kiel.de/</a>
Verschenkmarkt	Oldenburg	Möbel, Haushaltswaren	<a href="https://www.oldenburg.de/startseite/leben-umwelt/nachhaltigkeit/agenda21/oldenburger-verschenkmarkt.html">https://www.oldenburg.de/startseite/leben-umwelt/nachhaltigkeit/agenda21/oldenburger-verschenkmarkt.html</a>
Bauteilbörse	Bremen	Bauteile	<a href="https://www.bauteilboerse-bremen.de/">https://www.bauteilboerse-bremen.de/</a>





Klimawerkstadt	Bremen	Handarbeitsmaterialien	<a href="https://klimawerkstadt-bremen.de/">https://klimawerkstadt-bremen.de/</a>
Bauteilbörse	Hannover	Baumaterial	<a href="http://bauteilboerse-hannover.de/">http://bauteilboerse-hannover.de/</a>
Zirkuläres Handwerkszentrum	Hannover	Baumaterial	<a href="https://www.ecovillage-hannover.de/ideas/material-alkreislaeufer-zirkulaeres-handwerkszentrum">https://www.ecovillage-hannover.de/ideas/material-alkreislaeufer-zirkulaeres-handwerkszentrum</a>
FairKauf	Hannover	Möbel, Haushaltswaren, Bekleidung	<a href="https://fairkauf-hannover.de/">https://fairkauf-hannover.de/</a>
Materialverteilung	Kassel	Handarbeitsmaterialien	<a href="https://wachstumswende.de/project/materialverteilung-kassel/">https://wachstumswende.de/project/materialverteilung-kassel/</a>
ÖMMESÖNZ Laden	Eschweiler	Haushaltswaren	<a href="https://www.awo-aachen-land.de/oemmesoenz-laden/">https://www.awo-aachen-land.de/oemmesoenz-laden/</a>
Material für Alle	Frankfurt	Baumaterial	<a href="https://www.materialforall.org/">https://www.materialforall.org/</a>
Plattform für Baumaterial	Stuttgart	Mineralische Abfälle	<a href="https://mineral-minds.de/">https://mineral-minds.de/</a>
Baustoffmarkt Restado	Stuttgart	Baumaterial	<a href="https://restado.de/">https://restado.de/</a>
Gebrauchte Baumaterialien	Stuttgart	Baumaterial	<a href="https://shop.concular.de/">https://shop.concular.de/</a>
AFBW Wertstoffbörse	Stuttgart	Textil	<a href="https://www.afbw.eu/wertstoffboerse/">https://www.afbw.eu/wertstoffboerse/</a>
treibgut	München	Metalle, Kunststoffe, Holz, Papier, Textil	<a href="http://treibgut-lager.de/">http://treibgut-lager.de/</a>
Gebrauchtkaufhaus Halle 2	München	Möbel, Haushaltswaren	<a href="https://www.awm-muenchen.de/vermeiden/halle-2">https://www.awm-muenchen.de/vermeiden/halle-2</a>
Wertstoffbörse Fürstfeldbruck	Fürstfeldbruck	Möbel, Haushaltswaren, Bekleidung	<a href="https://www.awb-ffb.de/wertstoffhoefer/wertstoffboerse/">https://www.awb-ffb.de/wertstoffhoefer/wertstoffboerse/</a>
Verschenmarkt	Dachau	Möbel, Haushaltswaren	<a href="https://www.verschenmarkt-dachau.de/">https://www.verschenmarkt-dachau.de/</a>
Verschenmarkt	Augsburg	Möbel, Haushaltswaren	<a href="https://augsburg-lk.verschenmarkt.info/">https://augsburg-lk.verschenmarkt.info/</a>
Gebrauchtkaufhaus ZAK	Kempten	Möbel, Haushaltswaren	<a href="https://www.zak-kempten.de/vermeiden/reuse/zak-kaufhaeuser/">https://www.zak-kempten.de/vermeiden/reuse/zak-kaufhaeuser/</a>
WeiterGebenOrg	Hof	Möbel	<a href="https://weitergeben.org/">https://weitergeben.org/</a>
Reycling-Kosmos	Wien (A)	Handarbeitsmaterialien	<a href="https://www.recyclingkosmos.at/">https://www.recyclingkosmos.at/</a>
Re:store	Wien (A)	Baumaterial	<a href="https://www.restore.or.at/">https://www.restore.or.at/</a>
Syphon Bauteile	Biel (CH)	Baumaterial	<a href="https://www.syphon.ch/de/">https://www.syphon.ch/de/</a>
OFFCUT	Basel (CH)	Handarbeitsmaterialien	<a href="https://www.offcut.ch/ch/de.html">https://www.offcut.ch/ch/de.html</a>
Bauteilbörse OVERALL	Münchenstein (CH)	Baumaterial	<a href="https://www.overall.ch/betriebe/bauteilboerse/bauteilboerse-powered-by-overall">https://www.overall.ch/betriebe/bauteilboerse/bauteilboerse-powered-by-overall</a>
use again	Biberist (CH)	Möbel, Baumaterial	<a href="https://www.useagain.ch/de/">https://www.useagain.ch/de/</a>
Salza Bauteile	Zürich (CH)	Baumaterial	<a href="https://salza.ch/">https://salza.ch/</a>
Re-Use Stahl Projekt	Zürich (CH)	Stahl	<a href="https://www.oebu.ch/de/services/angebote/kreislaufwirtschaftsprojekt-re-use-of-steel-sections-6549.html">https://www.oebu.ch/de/services/angebote/kreislaufwirtschaftsprojekt-re-use-of-steel-sections-6549.html</a>
Wiederverwerkle	Winterthur (CH)	Holz, Metall, Upcycling-Produkte	<a href="https://www.wiederverwerkle.ch/">https://www.wiederverwerkle.ch/</a>
Bauteilladen	Winterthur (CH)	Möbel, Baumaterial	<a href="https://bauteilladen.ch/">https://bauteilladen.ch/</a>
Mapping industrielle Reststoffströme	Hasselt (Belgien)	Plattform für Restströme	<a href="https://www.wanderful.stream/de/mapping/">https://www.wanderful.stream/de/mapping/</a>
Cyrkl	Prag (CZ)	Industrieabfälle, Nebenprodukte, Sekundärrohstoffe	<a href="https://cyrkl.com/de">https://cyrkl.com/de</a>



## 6.3 Vergleichbare Studien

### 6.3.1 Übersicht über relevante Studien

#### Deutscher Nachhaltigkeitsalmanach 2017

Die Studie „Deutscher Nachhaltigkeitsalmanach 2017“ des Rates für Nachhaltige Entwicklung befasst sich mit der Umsetzung der Nachhaltigkeitsstrategie der Bundesregierung in den verschiedenen Politikfeldern (Rat für Nachhaltige Entwicklung, 2017). Untersucht werden Fortschritte, aber auch Herausforderungen und Handlungsbedarfe in den Bereichen Wirtschaft, Umwelt, Gesellschaft und internationale Verantwortung.

Im Bereich Wirtschaft wird die Bedeutung von Nachhaltigkeit in der Unternehmensführung und -kommunikation hervorgehoben. Allerdings gibt es nach wie vor große Unterschiede zwischen den Unternehmen hinsichtlich ihrer Nachhaltigkeitsstrategien und -berichterstattung. Darüber hinaus wird die Bedeutung nachhaltiger Beschaffungsprozesse hervorgehoben. Im Umweltbereich werden positive Entwicklungen in der Energie- und Klimapolitik sowie im Naturschutz gesehen. Insbesondere im Verkehrssektor und in der Kreislaufwirtschaft besteht jedoch weiterhin Handlungsbedarf.

Im Bereich Gesellschaft wird die Bedeutung von sozialer Gerechtigkeit und Chancengleichheit hervorgehoben. Hier bestehen jedoch noch Herausforderungen in der Umsetzung, insbesondere bei der Integration von Geflüchteten. Im Bereich der internationalen Verantwortung wird die Bedeutung der entwicklungspolitischen Zusammenarbeit und der Einhaltung der Menschenrechte hervorgehoben. Hier wird aufgezeigt, dass Deutschland noch einen größeren Beitrag zur globalen Nachhaltigkeit leisten muss.

Insgesamt zeigt die Studie, dass in vielen Bereichen Fortschritte erzielt wurden, aber auch noch viel Handlungsbedarf besteht, um eine nachhaltige Entwicklung in Deutschland zu erreichen.

#### Deutscher Nachhaltigkeitsalmanach 2018

Der „Deutsche Nachhaltigkeitsalmanach 2018“ nimmt eine umfassendere Bewertung der Nachhaltigkeitsstrategie der Bundesregierung vor als die zuvor beschriebene Studie (Rat für Nachhaltige Entwicklung, 2018). Während die Vorgängerstudie die Fortschritte und Herausforderungen in den verschiedenen Politikfeldern zusammenfasste, bewertet die neue Studie gezielt einzelne Indikatoren und gibt konkrete Empfehlungen zur weiteren Umsetzung der Nachhaltigkeitsziele.

Für den Bereich Wirtschaft bedeutet das konkret:

#### Indikatoren:

- Anteil Unternehmen mit Nachhaltigkeitsstrategie
- Ressourcenproduktivität je Erwerbstätigen
- Anteil erneuerbarer Energien am Bruttoendenergieverbrauch der Wirtschaft
- Treibhausgasemissionen der Wirtschaft
- Anteil der Kreislaufwirtschaft an der Wirtschaftsleistung

#### Empfehlungen:

- Stärkung nachhaltiger Wirtschaftsmodelle wie Kreislaufwirtschaft und Sharing Economy
- Steigerung der Ressourcenproduktivität durch effizientere Produktionsprozesse und den Einsatz erneuerbarer Energien
- Förderung nachhaltiger Geschäftsmodelle durch Anreizsysteme und Finanzierungsmöglichkeiten
- Stärkere Berücksichtigung von Nachhaltigkeitskriterien bei Investitions- und Finanzierungsentscheidungen von Unternehmen und Banken
- Entwicklung von Qualitätsstandards und Zertifizierungen für nachhaltige Produkte und Dienstleistungen zur Sensibilisierung der Verbraucherinnen und Verbraucher



### Corporate Social Responsibility und Nachhaltigkeit im Mittelstand

Die Studie „Corporate Social Responsibility und Nachhaltigkeit im Mittelstand“ der Bertelsmann Stiftung<sup>4</sup> untersucht die Umsetzung von Corporate Social Responsibility (CSR) und Nachhaltigkeit in kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) in Deutschland. Die Studie basiert auf einer Online-Befragung von 1.251 KMU und 30 Tiefeninterviews mit KMU-VertreterInnen und ExpertInnen.

Die Studie zeigt, dass immer mehr KMU in Deutschland Nachhaltigkeit als Teil ihrer Geschäftsstrategie betrachten. 83 % der befragten Unternehmen gaben an, dass Nachhaltigkeit für sie wichtig oder sehr wichtig ist. Eine besondere Rolle spielt dabei der Klimaschutz. 73 % der Unternehmen haben bereits Maßnahmen zur Reduzierung ihres CO<sub>2</sub>-Ausstoßes ergriffen und 77 % planen weitere Maßnahmen in diesem Bereich.

Allerdings gibt es auch Herausforderungen bei der Umsetzung von Nachhaltigkeitsmaßnahmen in KMU. Einige Unternehmen berichten von begrenzten Ressourcen und fehlendem Wissen zu Nachhaltigkeitsthemen. 44 % der Unternehmen gaben an, dass sie Schwierigkeiten haben, die Bedeutung von Nachhaltigkeit in ihrem Unternehmen zu kommunizieren. Auch zwischen den Branchen gibt es Unterschiede bei der Umsetzung von Nachhaltigkeit. Insbesondere Unternehmen aus den Bereichen Dienstleistung, Handel und Logistik haben Schwierigkeiten, Nachhaltigkeit in ihr Geschäftsmodell zu integrieren.

Die Studie zeigt auch, dass die Zusammenarbeit zwischen KMU und anderen Akteuren wie Regierungen, NGOs und Universitäten wichtig ist, um Nachhaltigkeitsziele zu erreichen. Dabei sollten die verschiedenen Akteure auch die unterschiedlichen Bedürfnisse und Herausforderungen von KMU berücksichtigen. Sie benötigen Unterstützung bei der Entwicklung und Umsetzung von Nachhaltigkeitsstrategien, insbesondere bei der Umsetzung konkreter Maßnahmen und der Identifizierung von Einsparpotenzialen.

Darüber hinaus empfiehlt die Studie, Nachhaltigkeitsthemen bereits in die Ausbildung zukünftiger Führungskräfte zu integrieren. Hier könnten auch Fachhochschulen und Universitäten eine größere Rolle spielen. Die Studie zeigt, dass viele KMU in der Ausbildung von NachhaltigkeitsexpertInnen einen wichtigen Hebel zur Umsetzung von Nachhaltigkeit sehen.

### Corporate Sustainability in Deutschland: Status quo und Perspektiven

Die Studie "Corporate Sustainability in Deutschland: Status quo und Perspektiven" der Deutschen Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH untersucht den aktuellen Stand der Nachhaltigkeitspraxis von Unternehmen in Deutschland und zeigt Perspektiven für eine zukünftige nachhaltige Unternehmensführung auf. Die Ergebnisse basieren auf einer Befragung deutscher Unternehmen und Interviews von ExpertInnen.

Die Studie zeigt, dass sich viele Unternehmen in Deutschland bereits mit Nachhaltigkeit beschäftigen. Allerdings reichen die Anstrengungen noch nicht aus, um die Nachhaltigkeitsziele der Vereinten Nationen zu erreichen. Die meisten Unternehmen konzentrieren sich auf ökologische Nachhaltigkeit, während soziale und ökonomische Aspekte vernachlässigt werden. Die Studie zeigt auch, dass die Nachhaltigkeitspraxis der Unternehmen in Deutschland im internationalen Vergleich hinterherhinkt.

Ein zentrales Hemmnis für nachhaltiges Wirtschaften sind fehlende finanzielle Anreize. Viele Unternehmen betrachten Nachhaltigkeit als zusätzliche Kosten und nicht als Investition in die Zukunft. Die Studie zeigt jedoch, dass nachhaltiges Wirtschaften langfristig profitabler sein kann als konventionelles Wirtschaften.

Die Studie identifiziert auch eine Reihe von Best Practices und Erfolgsfaktoren für eine erfolgreiche Nachhaltigkeitsstrategie.

<sup>4</sup> "Corporate Social Responsibility und Nachhaltigkeit im Mittelstand" von der Bertelsmann Stiftung (2021)





Dazu gehört die Einbindung aller Mitarbeitenden, eine klare Kommunikation der Nachhaltigkeitsziele und -maßnahmen, eine umfassende Datenerhebung und -analyse sowie die Zusammenarbeit mit anderen Unternehmen und Stakeholdern.

Die Studie zeigt auch, dass die Bedeutung von Nachhaltigkeit für Unternehmen in Zukunft weiter zunehmen wird. Die Umsetzung einer nachhaltigen Unternehmensstrategie kann nicht nur zum Schutz der Umwelt und zur Bekämpfung sozialer Ungerechtigkeiten beitragen, sondern auch das Unternehmenswachstum und die Innovationsfähigkeit fördern.

Zu den Empfehlungen der Studie gehört die Schaffung von Anreizen und Rahmenbedingungen für nachhaltiges Wirtschaften, einschließlich finanzieller Anreize und Steuervergünstigungen. Außerdem wird empfohlen, den Dialog und die Zusammenarbeit zwischen Unternehmen, Regierungen, der Zivilgesellschaft und anderen Stakeholdern zu fördern.

#### Nachhaltigkeitsmanagement in deutschen Unternehmen: Eine empirische Analyse

Die Studie "Nachhaltigkeitsmanagement in deutschen Unternehmen: Eine empirische Analyse" der Universität Augsburg aus dem Jahr 2019 untersucht den Stand des Nachhaltigkeitsmanagements in deutschen Unternehmen. Die Studie basiert auf einer Befragung von 228 Unternehmen unterschiedlicher Branchen und Größenklassen. Die Ergebnisse zeigen, dass der Fokus auf Nachhaltigkeit in Unternehmen in den letzten Jahren deutlich zugenommen hat und mittlerweile von den meisten Unternehmen als wichtiger Aspekt für den Unternehmenserfolg angesehen wird.

Ein wichtiges Ergebnis der Studie ist, dass es einen starken Zusammenhang zwischen Unternehmensgröße und Nachhaltigkeitsengagement gibt. Große Unternehmen haben in der Regel einen höheren Nachhaltigkeitsanspruch und setzen mehr Maßnahmen um als kleine Unternehmen. Auch die Branche spielt eine Rolle: Unternehmen aus Branchen wie Energieversorgung und Lebensmittelproduktion haben in der Regel einen höheren Nachhaltigkeitsanspruch als Unternehmen aus der IT-Branche.

Die Studie zeigt auch, dass der wichtigste Treiber für ein Nachhaltigkeitsengagement die Kundenanforderungen ist. Fast 90 Prozent der befragten Unternehmen gaben an, dass sie aufgrund von Kundenanforderungen Nachhaltigkeitsmaßnahmen ergriffen haben. Staatliche Vorgaben und die Erwartungen der Mitarbeiter spielen ebenfalls eine wichtige Rolle.

Die Umsetzung von Nachhaltigkeitsmaßnahmen erfolgt vor allem durch interne Umstrukturierungen und Veränderungen der Unternehmenskultur. So gaben fast alle Unternehmen an, dass sie ihre Prozesse und Produkte überprüfen und gegebenenfalls anpassen, um nachhaltiger zu werden. Auch die Einbindung der Mitarbeiter in die Nachhaltigkeitsstrategie wird als wichtig erachtet. Allerdings wird auch darauf hingewiesen, dass die Umsetzung von Nachhaltigkeitsmaßnahmen oft mit hohen Kosten verbunden ist und Unternehmen sich häufig zwischen kurzfristigem Erfolg und langfristiger Nachhaltigkeit entscheiden müssen.

Die Studie betont auch die Bedeutung von Nachhaltigkeitsberichten, die von den meisten Unternehmen erstellt werden. Diese dienen nicht nur der Kommunikation der Nachhaltigkeitsmaßnahmen nach außen, sondern auch der internen Steuerung der Nachhaltigkeitsstrategie. Ein weiteres wichtiges Ergebnis ist, dass Nachhaltigkeit in der Unternehmenskultur verankert werden sollte, um langfristige Erfolge zu erzielen.

#### Nachhaltigkeit im Fokus: Eine empirische Analyse zur Integration von Nachhaltigkeitsaspekten in die Geschäftsstrategie von Unternehmen

Die Studie "Nachhaltigkeit im Fokus: Eine empirische Analyse zur Integration von Nachhaltigkeitsaspekten in die Geschäftsstrategie von Unternehmen" von der Universität Münster (2018) untersucht, inwieweit Nachhaltigkeitsaspekte in die Geschäftsstrategie von Unternehmen integriert sind. Dazu wurden 101 Unternehmen aus unterschiedlichen Branchen befragt.

Die Ergebnisse zeigen, dass Nachhaltigkeit für die meisten Unternehmen eine wichtige Rolle spielt. Der Grad der Integration in die Geschäftsstrategie ist jedoch sehr unterschiedlich. Insgesamt zeichnet sich ein Trend zu einer stärkeren Integration



ab. So geben 61 % der Unternehmen an, dass Nachhaltigkeit ein fester Bestandteil ihrer Geschäftsstrategie ist, bei 24 % ist es zumindest ein wichtiger Aspekt. Allerdings gibt es auch Unternehmen, bei denen Nachhaltigkeit noch kaum eine Rolle spielt.

Die Studie zeigt auch, dass die Art der Integration in die Geschäftsstrategie von der Branche abhängt. So sind Unternehmen aus den Bereichen Erneuerbare Energien oder Bio-Lebensmittel stärker auf Nachhaltigkeit ausgerichtet als beispielsweise Unternehmen aus der Automobil- oder Elektronikbranche.

Darüber hinaus wurden die Treiber für die Integration von Nachhaltigkeit untersucht. Hier zeigt sich, dass insbesondere die Reputation und das Image der Unternehmen eine wichtige Rolle spielen. Auch regulatorische Anforderungen und der Druck von KundInnen und InvestorInnen werden als wichtige Treiber genannt.

Die Studie zeigt auch, dass die meisten Unternehmen zwar Nachhaltigkeitsziele haben, diese aber in vielen Fällen nicht konkret definiert oder messbar sind. Nur 27 % der Unternehmen haben konkrete Nachhaltigkeitsziele, die regelmäßig überprüft werden.

Ein weiteres Ergebnis der Studie ist, dass die Mitarbeiter der Unternehmen eine wichtige Rolle bei der Integration von Nachhaltigkeit in die Unternehmensstrategie spielen. Unternehmen, die Nachhaltigkeit in ihrer Unternehmenskultur verankert haben und ihre Mitarbeitenden entsprechend schulen, sind erfolgreicher bei der Integration von Nachhaltigkeit in die Geschäftsstrategie.

### 6.3.2 Kernaussagen aus den Studien

Folgende 10 Kernaussagen können aus den vergleichbaren Studien zusammengefasst werden:

#### 10 Kernaussagen aus den ausgewerteten Studien

- 1) Unternehmen haben erkannt, dass Nachhaltigkeit eine wichtige Rolle in ihrem Geschäft spielt, und integrieren diese zunehmend in ihre Strategien und Prozesse.
- 2) Es gibt eine wachsende Erwartungshaltung von KundInnen, InvestorInnen und der Gesellschaft an Unternehmen, nachhaltig zu handeln und darüber zu berichten.
- 3) Die Umsetzung von Nachhaltigkeit in Unternehmen ist eine komplexe Herausforderung, die eine systematische und umfassende Strategie erfordert.
- 4) Die Nachhaltigkeitsberichterstattung spielt eine wichtige Rolle bei der Kommunikation der Nachhaltigkeitsleistungen und -herausforderungen von Unternehmen.
- 5) Der Mittelstand hat eine hohe Relevanz für die Umsetzung von Nachhaltigkeit in der Wirtschaft und zeigt zunehmend ein wachsendes Engagement in diesem Bereich.
- 6) Die Integration von Nachhaltigkeit in Unternehmen führt langfristig zu wirtschaftlichem Erfolg, Risikominimierung und einem positiven Beitrag zur Gesellschaft und Umwelt.
- 7) Eine Kultur der Nachhaltigkeit im Unternehmen, die vom Management vorgelebt wird, ist entscheidend für den Erfolg der Umsetzung von Nachhaltigkeit.
- 8) Die Zusammenarbeit entlang der Wertschöpfungskette und die Integration von Nachhaltigkeit in das Lieferkettenmanagement gewinnen zunehmend an Bedeutung.
- 9) Eine transparente und effektive Kommunikation der Nachhaltigkeitsleistungen von Unternehmen ist wichtig, um das Vertrauen der Stakeholder zu stärken.
- 10) Unternehmen müssen ihre Nachhaltigkeitsstrategien kontinuierlich überprüfen und weiterentwickeln, um den steigenden Anforderungen und Herausforderungen gerecht zu werden und langfristige Erfolge zu erzielen.



## 6.4 Tools

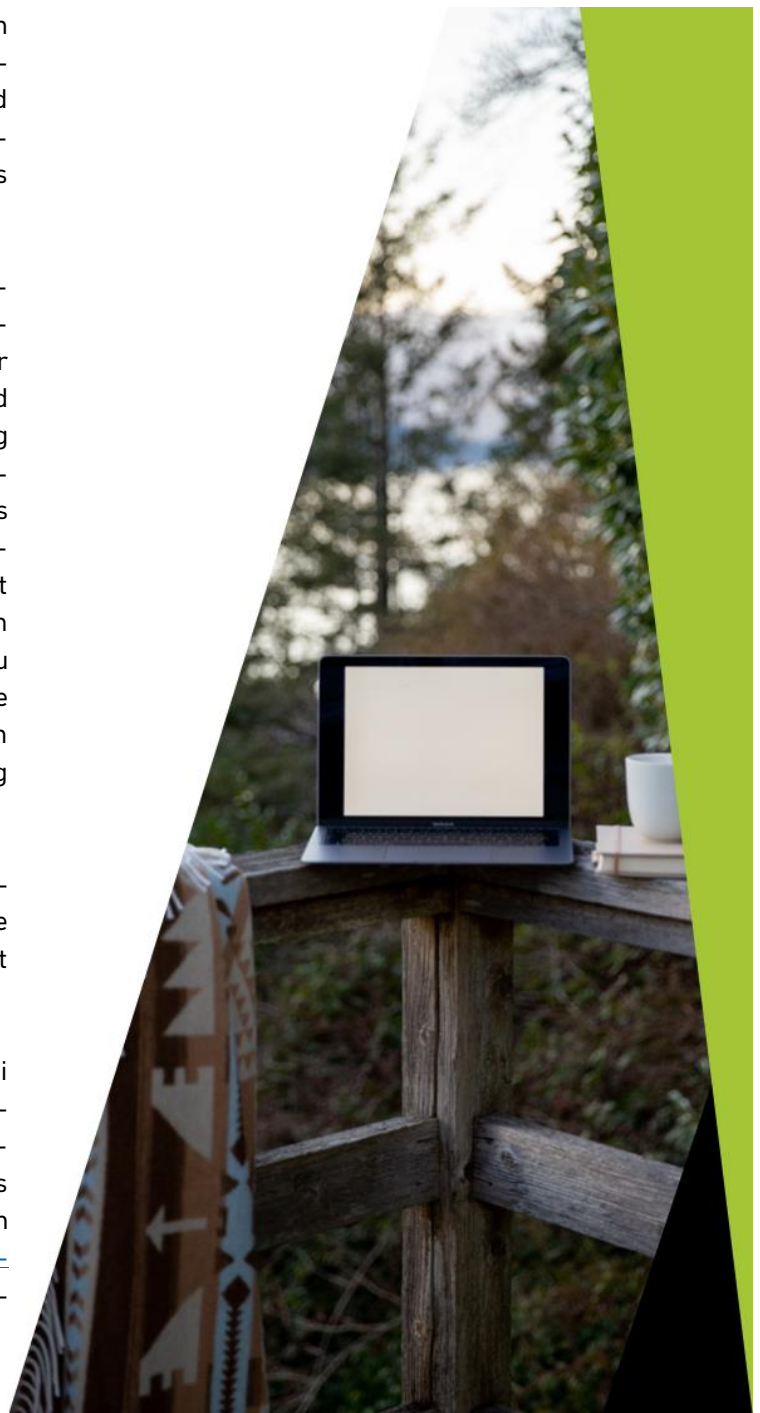
Die soziale Verantwortung eines Unternehmens setzt sich aus vielen verschiedenen Faktoren zusammen, die im CSR-Report berücksichtigt und erörtert werden. Unter anderem der Umgang mit Ressourcen und Abfallprodukten, ökologische Auswirkungen des Produkts oder der Dienstleistung, Ermittlung CO<sub>2</sub>-Fußabdruck, Arbeitsbedingungen in den Fabriken und Umgang mit Mitarbeitern des Unternehmens, Inklusion, Transparenz und Geschäftsbeziehungen zu Stakeholdern, sowie lokales und regionales Engagement des Unternehmens. Um die nachhaltige Entwicklung in wissenschaftliche Analyse- und Entscheidungsprozesse einzubeziehen, müssen ihre Inhalte und Anforderungen in konkrete Ziele übersetzt werden und Bewertungssysteme zur Ermittlung des Zielerreichungsgrades vorhanden sein.

Bei der Nachhaltigkeitsbewertung kommen verschiedene Methoden und Instrumente zum Einsatz, die Unternehmen bei der Umsetzung ihrer CSR-Strategien und Projekten unterstützen und helfen können diese zu verwalten. Die Nutzung von Softwaresystemen mit integrierten Datensätzen reduziert den Arbeitsaufwand. Einige Tools kalkulieren und verfolgen die Kohlenstoffemissionen und Wasserverbrauch und erstatten Bericht darüber. Andere können eingesetzt werden, um das ehrenamtliche und soziale Engagement zu verwalten. Und wieder andere können für Cause Marketing verwendet werden. Im nachfolgenden sind einige Softwarelösungen für die Verwaltung von CSR-Initiativen gelistet.

In der nachfolgenden Tabelle werden Nachhaltigkeits-Management-Softwaretools gelistet, die speziell für KMU in der Textilindustrie geeignet sein könnten.

Weitere Softwarelösungen, die Unternehmen bei der Umsetzung von Umwelt- und Nachhaltigkeitsmanagement unterstützen können, hat die Geschäftsstelle des Umweltgutachterausschusses (UGA) mit Unterstützung des UBA in einer neuen Online-Datenbank „[Softwarelösungen für Ihr Umwelt- und Nachhaltigkeitsmanagement](#)“ veröffentlicht (EMAS o.D.).

Die vorgestellten Lösungen sind speziell auf KMU ausgerichtet und bieten unterschiedliche Funktionen und Leistungsmerkmale. Das [Dokument](#) des Umweltbundesamtes gibt darüber hinaus Hilfestellung und Hinweise zur Auswahl und Implementierung von Softwarelösungen gegeben sowie mögliche Hemmnisse und Risiken bei der Nutzung solcher Tools aufgezeigt (Umweltbundesamt, 2020). Insgesamt soll das Dokument Unternehmen dabei unterstützen, geeignete Softwarelösungen für ihre Umwelt- und Nachhaltigkeitsziele zu finden und diese effektiv einzusetzen.





Tool	Bereich	Ziel	Link
ecovadis	Ökobilanz, Nachhaltigkeitsberichterstattung	Ecovadis bietet Nachhaltigkeitsratings an, mit denen Unternehmen ihre eigene Nachhaltigkeit bewerten können, um Abfallreduzierung und Kosteneinsparungen zu fördern. Diese Bewertungen können auch potenziellen Geschäftspartnern gezeigt und intern mit umweltbewussten Mitarbeitern geteilt werden, um die Mitarbeiterbindung und die Akzeptanz verschiedener Initiativen zu verbessern.	<a href="https://ecovadis.com/de/">https://ecovadis.com/de/</a>
TextileGenesis	Lieferkettenmanagement, Ressourcenmanagement	TextileGenesis hilft Textilunternehmen bei der Verfolgung und Rückverfolgung textiler Produkte von Rohstoffen bis zur fertigen Ware zu realisieren und schafft Transparenz der Lieferkette. Die Plattform ist für die Nutzung durch Unternehmen in der gesamten textilen Lieferkette konzipiert, einschließlich Faserproduzenten, Garnspinnereien, Stofffabriken und Bekleidungsherstellern. Sie kann verwendet werden, um eine breite Palette von Nachhaltigkeits- und Compliance-Themen zu verfolgen und zu verwalten, einschließlich sozialer und ökologischer Risiken, Arbeitsstandards und Tierschutz.	<a href="https://textilegenesis.com">https://textilegenesis.com</a>
FibreTrace	Lieferkettenmanagement, Ressourcenmanagement	FibreTrace® MAPPED ist ein kostenloses Softwaresystem, um die Transparenz und Rückverfolgbarkeit der Lieferkette sicherzustellen. Mithilfe der Software können Unternehmen nachweisen, dass die in ihren Produkten verwendeten Materialien aus nachhaltiger Beschaffung und ethischer Produktion stammen. Zudem hilft es dabei geistiges Eigentum zu schützen. Darüber hinaus kann FibreTrace bei der Erfassung und Berichterstattung über Nachhaltigkeits- und ESG-bezogene Kennzahlen wie CO2-Fußabdruck, Wasserverbrauch und Abfallmanagement helfen.	<a href="https://www.fibretrace.io">https://www.fibretrace.io</a>
<b>KMU Kompass</b>	Lieferkettenmanagement	<p>Der KMU-Kompass ist ein Portal mit zwei Tools – Standards-Kompass und Sorgfalts-Kompass, die KMU eine Schritt-für-Schritt-Anleitung bietet, wie sie ihre Lieferketten nachhaltiger gestalten können. Die Tools sind insbesondere für Unternehmen geeignet, die bisher wenig Erfahrung im Bereich Nachhaltigkeit und Lieferkettenmanagement haben und nach einer praxisnahen Orientierungshilfe suchen. Das Tool ist kostenlos und kann online genutzt werden.</p> <p>Der Standards-Kompass enthält eine Sammlung von relevanten Standards und Initiativen, die von Unternehmen in ihren Lieferketten berücksichtigt werden sollten. Die Sammlung umfasst dabei Standards und Initiativen aus verschiedenen Bereichen wie Arbeits- und Menschenrechte, Umweltschutz, Anti-Korruption, Gesundheit und Sicherheit. Unternehmen können den Standards-Kompass nutzen, um sich einen Überblick über die relevanten Standards und Initiativen in ihrem Geschäftsfeld zu verschaffen und ihre Lieferketten entsprechend auszurichten.</p> <p>Der Sorgfalts-Kompass hilft bei der Umsetzung des Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz, um menschenrechtliche Risiken und Chancen zu identifizieren, Maßnahmen zu planen und umzusetzen, die Wirksamkeit zu überprüfen, Berichterstattung zu leisten und Beschwerdemechanismen zu schaffen, um ihre menschenrechtlichen Sorgfaltspflichten zu erfüllen und negative Auswirkungen auf die Menschenrechte zu vermeiden.</p>	<a href="https://kompass.wirtschaft-entwicklung.de">https://kompass.wirtschaft-entwicklung.de</a>
<b>CR-Kompass</b>	Nachhaltigkeitsberichterstattung	<p>Der CR-Kompass bietet KMU Unterstützung beim Aufbau ihres CR-Managements und kann bei der Erstellung von Nachhaltigkeitsberichten in mehrfacher Hinsicht helfen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Maßgeschneiderte Berichterstattung</li> <li>• umfassende Datenerfassungs- und Analysefunktionen</li> <li>• Einhaltung lokaler und internationaler Vorschriften zu verfolgen, um sicherzustellen, dass ihr CSR-Bericht korrekt und konform ist</li> <li>• Einbindung von Stakeholdern</li> <li>• Benchmarking-Funktionen</li> </ul>	<a href="https://www.crkompas.de">https://www.crkompas.de</a>



	<p>Ökobilanz, Ressourcenmanagement</p>	<p>Der OEKO-TEX® Impact Calculator ist ein kostenloses Online-Tool, das Unternehmen bei der Bewertung der Umweltauswirkungen ihrer Textilprodukte unterstützt. Das Tool bietet eine umfassende Analyse des Produktlebenszyklus, von der Rohstoffgewinnung bis zur Entsorgung, und berechnet den ökologischen Fußabdruck anhand verschiedener Indikatoren wie Energieverbrauch, Wasserverbrauch und Treibhausgasemissionen. Diese Daten können genutzt werden, um Nachhaltigkeitsziele festzulegen und den Fortschritt im Laufe der Zeit zu verfolgen und um das Engagement des Unternehmens für die Umwelt zu demonstrieren. Darüber hinaus können mit Hilfe des Tools Verbesserungspotenziale in der Lieferkette und Produktionsprozessen identifiziert werden.</p>	<p><a href="https://www.oeko-tex.com/en/our-standards/oeko-tex-step/impact-calculator">https://www.oeko-tex.com/en/our-standards/oeko-tex-step/impact-calculator</a></p>
	<p>Ökobilanz</p>	<p>EcoChain Mobius und EcoChain Helix sind beides von EcoChain entwickelte Software für das Nachhaltigkeitsmanagement. Die Tools ermöglichen Unternehmen, ökologische und soziale Auswirkungen zu verfolgen und zu analysieren, einschließlich Wasserverbrauch, Energieverbrauch, Kohlenstoffemissionen und Arbeitsstandards. Darüber hinaus bieten sie auch Funktionen für Audits und Zertifizierungen sowie für die Rückverfolgbarkeit und Transparenz in der gesamten Lieferkette.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• EcoChain Mobius kann Lebenszyklusanalysen (LCAs) einzelner Produkte erstellen - und die Ergebnisse der Umweltdaten nutzen, um das Design der Produkte zu verbessern und zu vergleichen.</li> <li>• EcoChain Helix kann Lebenszyklusanalysen (LCAs) für das gesamte Produktportfolio und Produktionsstandorte ermitteln und abbilden, um die um die Primärdaten der Prozesse mehrerer Produktstufen und des Transports zwischen den Lieferanten zu erfassen.</li> </ul> <p>Die Software-Funktionen zur Berichterstellung über Nachhaltigkeitsleistungen, sowie die Ermittlung von Verbesserungsmöglichkeiten und zum Benchmarking mit anderen Unternehmen. EcoChain kann auf die spezifischen Bedürfnisse von Textilunternehmen zugeschnitten werden.</p>	<p><a href="https://ecochain.com">https://ecochain.com</a></p>
	<p>CO2-Bilanz</p>	<p>Myclimate ist ein webbasiertes Tool für KMU als auch für große internationale Unternehmen, das bei der Ermittlung des CO2-Fußabdrucks der Betriebsabläufe und der Lieferkette des Unternehmens hilft. Dazu gehören Emissionen aus Energieverbrauch, Transport, Abfallentsorgung und anderen Aktivitäten. Eine gemeinnützige Schweizer Stiftung, die den Klimaschutz auf drei Ebenen fördert - Prävention, Reduktion und Kompensation.</p>	<p><a href="https://www.myclimate.org">https://www.myclimate.org</a></p>
	<p>ESG, Nachhaltigkeitsbewertung</p>	<p>Datamaran ist eine KI-gestützte Software, die Unternehmen bei ihrem Nachhaltigkeitsmanagement unterstützt, um ESG-relevante Themen, Vorschriften und Stakeholder-Erwartungen zu analysieren und zu verfolgen. Sie hilft Unternehmen dabei, ihre Nachhaltigkeitsinitiativen zu identifizieren und zu priorisieren und effektiver über ihre ESG-Leistung zu berichten. Dies kann helfen, Verbesserungspotenziale zu erkennen und konkrete Ziele der Nachhaltigkeitsstrategie festzulegen.</p>	<p><a href="https://www.datamaran.com">https://www.datamaran.com</a></p>
	<p>Ökobilanz, Ressourcenmanagement</p>	<p>Der Higg-Index ist ein modulares, webbasiertes Instrument zur Messung der ökologischen und sozialen Auswirkungen über die gesamte Wertschöpfungskette von Bekleidungs- und Schuhprodukten, um deren Nachhaltigkeit zu bewerten. Mithilfe des Tools können Unternehmen ihre ESG-Fortschritte nachvollziehen, Verbesserungsmöglichkeiten aufzeigen und ihre Leistungen Jahr für Jahr mit denen ähnlicher Unternehmen in der Branche vergleichen.</p>	<p><a href="https://apparelcoalition.org/the-higg-index/">https://apparelcoalition.org/the-higg-index/</a></p>
<p>CDP</p>	<p>Nachhaltigkeitsberichterstattung</p>	<p>CDP ist eine international gemeinnützige Organisation, die das weltweite Umweltinformationssystem für Unternehmen, Städte, Staaten und Regionen betreibt. CDP bietet maßgeschneiderte Unterstützung, verbesserten Datenzugang und innovative Lösungen für die Berichterstattung und das Management von Umweltrisiken.</p>	<p><a href="https://www.cdp.net/en">https://www.cdp.net/en</a></p>



	<p>Ökobilanz</p>	<p>Ecoinvent das weltweit führende in der Schweiz ansässige Datenbank- und Softwaresystemunternehmen, das Lebenszyklusinventardaten (LCI) zu den Umweltauswirkungen der Produktion von Waren und Dienstleistungen liefert. Die Datenbanken helfen Unternehmen bei der Herstellung umweltfreundlicherer Produkte, politischen Entscheidungsträgern bei der Umsetzung neuer Maßnahmen und Verbrauchern bei der Einführung umweltfreundlicherer Verhaltensweisen. Ecoinvent kann in der Textilindustrie für Ökobilanzen und Umweltverträglichkeitsprüfungen (UVP) von Textilprodukten eingesetzt werden. Es liefert Daten über die Umweltauswirkungen von textilen Materialien wie Baumwolle, Polyester und Nylon sowie Informationen über die Herstellungsprozesse, die zur Produktion dieser Materialien führen. Diese Daten können verwendet werden, um die Umweltauswirkungen von Textilprodukten in verschiedenen Phasen ihres Lebenszyklus zu bewerten, von der Rohstoffgewinnung bis zur Entsorgung am Ende des Lebenszyklus.</p>	<p><a href="https://ecoinvent.org">https://ecoinvent.org</a></p>
	<p>CO2-Bilanz</p>	<p>Das Berichterstattungstool des SME Climate Hub wird als kostenlose Ressource zur Verfügung gestellt, mit der KMU einen Klimabericht erstellen können, der ihre jährlichen CO2 Emissionen zusammenfasst, einschließlich der Maßnahmen, die sie ergreifen, und der Auswirkungen ihrer Bemühungen zur Emissionsreduzierung. Durch die Nutzung der Plattform können KMU ihre Emissionen verfolgen, Reduktionsziele festlegen und auf Leitlinien und Ressourcen zugreifen, die ihnen helfen, ihre Nachhaltigkeitsziele zu erreichen.</p>	<p><a href="https://smeclimatehub.org">https://smeclimatehub.org</a></p>
<p>GreenDELTA</p>	<p>CO2-Bilanz</p>	<p>GreenDelta ist ein Software- und Beratungsunternehmen, das Lösungen für nachhaltiges Produktdesign und Ökobilanzierung (LCA) anbietet. Die Software Umberto kann zur Modellierung und Analyse der Umweltauswirkungen von Produkten und Prozessen verwendet werden und hilft Unternehmen, Verbesserungsmöglichkeiten zu erkennen und ihren CO2-Fußabdruck zu verringern.</p>	<p><a href="https://www.green-delta.com/software/">https://www.green-delta.com/software/</a></p>
	<p>Ökobilanz</p>	<p>Sustainabil zielt darauf ab, die Transparenz und Verantwortlichkeit in den Lieferketten zu verbessern, indem es den Unternehmen Werkzeuge zur Verfügung stellt. Das Tool sammelt Daten zu einer Vielzahl von Nachhaltigkeitsindikatoren, wie z. B. Treibhausgasemissionen, Wasserverbrauch sowie Sozial- und Arbeitsstandards. Mit Sustainabil können die Leistungen der Zulieferer überwacht und analysiert, Verbesserungspotenziale ermittelt und Strategien zur Verringerung ökologischer und sozialer Risiken in der Lieferkette entwickelt werden. Die Cloud basierte Plattform umfasst auch Funktionen für die Erstellung von Berichten und die Kommunikation der Nachhaltigkeitsleistung an Stakeholder.</p>	<p><a href="https://sustainabil.de">https://sustainabil.de</a></p>
	<p>Nachhaltigkeitsmanagement</p>	<p>Pelt8 bietet eine Plattform für Unternehmen zur Analyse, Verwaltung und Berichterstattung von Nachhaltigkeitsdaten. Das Tool bietet Workflows für die Datenerfassung, mehrere Berichtsstandards, einen Prüfpfad und Nachweise zur Unterstützung der Rückverfolgbarkeit, flexible Berichtsfunktionen und mehr. Das Unternehmen wurde im Jahr 2021 gegründet und hat seinen Sitz in Zürich, Schweiz.</p>	<p><a href="https://www.pelt8.com">https://www.pelt8.com</a></p>
	<p>Nachhaltigkeitsmanagement</p>	<p>CSR Manager ist ein webbasiertes Tool, das Unternehmen bei der Erstellung des CSR-Berichts hilft, indem es eine Plattform für die Erfassung, Analyse und Berichterstattung von Nachhaltigkeitsdaten bietet. Allgemein kann CSR Manager den Prozess der Berichterstellung optimieren, die Qualität und Genauigkeit der Daten verbessern und somit die Nachhaltigkeitsleistung des Unternehmens steigern.</p>	<p><a href="https://www.csr-manager.org/features-2/?lang=en">https://www.csr-manager.org/features-2/?lang=en</a></p>
<p>engageability</p>	<p>Soziales Engagement</p>	<p>engageability bietet Selbstbewertungstools für Unternehmen, um die Bereitschaft und Business Nachhaltigkeitstypologie einzustufen und unterstützt bei der Entwicklung von Nachhaltigkeitsstrategien im Bereich Stakeholder Management, Entwicklung von Partnerschaften, Co-Creation, Wissensaufbau und strategischer Zusammenarbeit.</p>	<p><a href="https://engageability.ch/de/">https://engageability.ch/de/</a></p>





	<p>Ökobilanz</p>	<p>SimaPro ist ein Software-Tool zur Ökobilanzierung, mit dem Unternehmen die Umweltauswirkungen ihrer Produkte und Prozesse messen können. Es bietet Funktionen zur Verfolgung der Kohlenstoffemissionen, des Energieverbrauchs und des Materialverbrauchs sowie Werkzeuge zur Datenanalyse und Berichterstellung.</p>	<p><a href="https://simapro.com">https://simapro.com</a></p>
	<p>Ökobilanz, Nachhaltigkeitsmanagement</p>	<p>bAwear-score ist ein cloudbasiertes Tool, das auf Sekundärdaten basiert und die Umweltverträglichkeit von Textilprodukten bewertet und vergleicht. Mit bAwear-score, das auf SimaPro basiert, können Unternehmen die Umweltauswirkungen von mehr als 80 Produkten und 30 verschiedenen Materialien berechnen, validieren und kommunizieren. Das Spektrum reicht von Mode und Berufsbekleidung bis hin zu Heim- und Innentextilien. Der Online-Service bringt Transparenz in die textile Lieferkette und bietet Einblicke, die eine fundierte Entscheidungsfindung unterstützen.</p>	<p><a href="https://bawear-score.com">https://bawear-score.com</a></p>
	<p>Akkreditierung</p>	<p>Eines der von GUTcert angebotenen Tool ist der Nachhaltigkeitscheck, um den Status Quo der nachhaltigen Unternehmensleitungen zu ermitteln und der umfassenden Erstellung eines CSR-Berichts. Dieses Tool bietet eine Anleitung für den Berichterstattungsprozess und hilft Unternehmen, die wichtigsten Nachhaltigkeitsthemen zu identifizieren, die in ihren Bericht aufgenommen werden sollten. Ein weiteres von GUTcert angebotenes Tool ist EcoStep, ein Managementsystem, zugeschnitten auf die Bedürfnisse von KMU zur Prozessstrukturierung, -steuerung und -optimierung.</p>	<p><a href="https://www.gut-cert.de/home">https://www.gut-cert.de/home</a></p>
	<p>Nachhaltigkeitsmanagement</p>	<p>Intact Systems ist ein Softwaretool, das Lösungen für das Nachhaltigkeitsmanagement und Zertifizierungen bietet. Das Tool wurde entwickelt, um Unternehmen bei der Verwaltung und Optimierung ihrer Nachhaltigkeitsdaten und -berichte zu unterstützen und den Zertifizierungsprozess für verschiedene Nachhaltigkeitsstandards zu erleichtern. Das Tool bietet eine Reihe von Funktionen zur Unterstützung, einschließlich der Verfolgung von Nachhaltigkeitsdaten, der Verwaltung von Nachhaltigkeitsaudits und -zertifizierungen, der Verwaltung der Nachhaltigkeit in der Lieferkette und der Erstellung von Nachhaltigkeitsberichten.</p>	<p><a href="https://intact-systems.com">https://intact-systems.com</a></p>
	<p>Mitarbeiterengagement</p>	<p>Staffbase ist eine online Plattform für die Mitarbeiter, die es Unternehmen ermöglicht, mit ihren Mitarbeitern auf effektivere und ansprechendere Weise in Kontakt zu treten. Die Plattform bietet eine Reihe von Funktionen, darunter die Verfolgung des Mitarbeiterengagements, Pulsumfragen, Stimmungsanalysen und Social Sharing. Das Tool hilft Unternehmen, ihre CSR-Leistung zu verbessern, indem es eine effektivere Kommunikation ermöglicht, das Engagement der Mitarbeiter dokumentiert und eine Kultur der Nachhaltigkeit und soziale Verantwortung fördert.</p>	<p><a href="https://staffbase.com/de/">https://staffbase.com/de/</a></p>
	<p>Mitarbeiterengagement</p>	<p>Echometer ist eine Plattform für Team-Feedback und Engagement, die es Unternehmen ermöglicht, Feedback von ihren Mitarbeitern einzuholen und die Teamdynamik zu verbessern. Echometer unterstützt zwar nicht direkt CSR-Initiativen, kann aber auf verschiedene Weise indirekt zu CSR-Bemühungen beitragen, u.a. Mitarbeiterengagement, Organisationskultur und eine positive Unternehmenskultur fördern.</p>	<p><a href="https://echometerapp.com/de/?ref=header-logo">https://echometerapp.com/de/?ref=header-logo</a></p>
	<p>Nachhaltigkeitsmanagement</p>	<p>Quentic ist ein ganzheitliches modular aufgebautes Software-System, das Unternehmen bei der Verwaltung der HSEQ und ESG- Compliance Management und Nachhaltigkeitsberichterstattung unterstützt. Die Plattform ermöglicht es Unternehmen, Nachhaltigkeitsdaten aus allen Bereichen ihrer Geschäftstätigkeit zu sammeln und zu analysieren, wodurch es einfacher wird, verbesserungswürdige Bereiche zu identifizieren und Fortschritte im Zeitverlauf zu verfolgen. Die Plattform ermöglicht es Unternehmen, ihre Umweltauswirkungen zu verfolgen, ihr soziales Engagement zu messen und ihre Einhaltung von Industriestandards und -vorschriften zu überwachen. Quentic bietet auch Funktionen für die Nachhaltigkeitsberichterstattung, mit denen Unternehmen Berichte über ihre Nachhaltigkeitsleistung erstellen können, die den internationalen Berichtsstandards wie GRI und CDP entsprechen.</p>	<p><a href="https://www.quentic.com">https://www.quentic.com</a></p>



	<p>Nachhaltigkeit, Compliance-Management</p>	<p>IntegrityNext ist eine cloudbasierte Softwarelösung, die Unternehmen bei der Einhaltung von Vorschriften und bei Nachhaltigkeitsinitiativen ihrer Lieferanten unterstützt. Die Plattform bietet eine Reihe von Tools zur Lieferantenbewertung, Risikobewertung und Leistungsüberwachung, mit denen Unternehmen potenzielle Compliance-Probleme und Nachhaltigkeitsrisiken in ihrer Lieferkette identifizieren können. Darüber hinaus bietet es auch Funktionen für die Nachhaltigkeitsberichterstattung, die internationalen Berichtsstandards wie GRI und CDP entsprechen.</p>	<p><a href="https://www.integrity-next.com/de/">https://www.integrity-next.com/de/</a></p>
	<p>Soziales Engagement</p>	<p>Regional-engagiert.de ist eine Plattform zur Förderung der sozialen Verantwortung von Unternehmen (CSR) und von Nachhaltigkeitsinitiativen auf regionaler Ebene in Deutschland. Die Plattform wird vom Bundesministerium für Wirtschaft und Energie betrieben und bietet Unternehmen eine Reihe von Instrumenten und Ressourcen. Auf regional-engagiert.de können Unternehmen ein Profil erstellen und nach CSR-Projekten und Partnerschaften in ihrer Region suchen. Die Plattform bietet auch Informationen und Ressourcen zu CSR-Best-Practice-Beispielen, einschließlich Anleitungen zum Stakeholder-Engagement, zur Nachhaltigkeitsberichterstattung und zur Messung der Auswirkungen von CSR-Initiativen. Darüber hinaus bietet regional-engagiert.de eine Reihe von Veranstaltungen und Workshops an, bei denen Unternehmen lernen und sich mit anderen CSR-Experten vernetzen können.</p>	<p><a href="https://regional-engagiert.de/index.html">https://regional-engagiert.de/index.html</a></p>
	<p>Lieferkettenmanagement</p>	<p>Sedex Plattform (Supplier Ethical Data Exchange) ist ein online Tool, welches es Unternehmen ermöglicht, Daten zur ethischen und sozialen Verantwortung ihrer Lieferanten auszutauschen und zu verwalten, einschließlich Audits und Bewertungen, Korrekturmaßnahmen und Schulungsprogrammen. Darüber hinaus bietet sie den Unternehmen die Möglichkeit, ihr Engagement für eine verantwortungsvolle Beschaffung und Nachhaltigkeit gegenüber Interessengruppen wie Kunden, Investoren und Nichtregierungsorganisationen zu demonstrieren. Sedex arbeitet sowohl mit Einkäufern als auch mit Herstellern in der Bekleidungs- und Textilindustrie zusammen, um die Transparenz der Lieferkette zu verbessern und verantwortungsvolle Geschäftspraktiken zu fördern.</p>	<p><a href="https://www.sedex.com/solutions/sedex-platform/">https://www.sedex.com/solutions/sedex-platform/</a></p>
	<p>CO2-Bilanz</p>	<p>Climatehero ist eine Software zur Messung und Analyse des Kohlenstoff-Fußabdrucks primär für Dienstleistungsunternehmen. Mit Hilfe des Tools können Reduktionsziele festgelegt und Fortschritte bei der Erreichung dieser Ziele verfolgt werden. Climatehero bietet auch Nachhaltigkeitsberatungsdienste an und unterstützt die Umsetzung von Maßnahmen zur Kohlenstoffreduzierung durch Partnerschaften mit Anbietern erneuerbarer Energien und Projekten zum Kohlenstoffausgleich.</p>	<p><a href="https://climate-hero.me/de/">https://climate-hero.me/de/</a></p>
	<p>Lieferkettenmanagement</p>	<p>Ecratum ist eine Cloud-basierte Software, die Unternehmen dabei unterstützt, ihre Lieferantenkommunikation und Datenverwaltung zu verbessern. Das Tool ermöglicht es Unternehmen, Produkt- und Lieferanteninformationen in einer zentralen Datenbank zu speichern, um die Effizienz und Genauigkeit der Lieferantenkommunikation zu erhöhen und Compliance-Risiken zu minimieren.</p>	<p><a href="https://www.ecratum.com/de/">https://www.ecratum.com/de/</a></p>





# 7

## EMPFEHLUNGEN

Die Ergebnisse dieser Studie verdeutlichen, dass die zukünftige Entwicklung der sächsischen Textilindustrie maßgeblich von einer Vielzahl externer Faktoren beeinflusst wird. Diese externen Einflüsse gehen insbesondere von Gesetzgebern, Regulierungsbehörden, Finanzinstituten und Kunden aus. Gleichzeitig sieht sich die Branche mit anhaltenden wirtschaftlichen Herausforderungen konfrontiert, wie z. B. den Schwankungen der Energie- und Rohstoffpreise sowie des Mindestlohns.

In diesem komplexen Umfeld erweist sich die zeitnahe Integration von Berichts- und Dokumentationsanforderungen als äußerst anspruchsvoll. Es bedarf einer effektiven und flexiblen Anpassungsfähigkeit der Unternehmen, um auf sich ändernde gesetzliche Vorgaben und Kundenerwartungen reagieren zu können. Diese Herausforderungen unterstreichen die Notwendigkeit einer engen Zusammenarbeit aller Akteure.

Der öffentlichen Hand kommt dabei eine entscheidende Rolle zu, da sie in der Lage ist, geeignete Förderprogramme und Anreizsysteme zu entwickeln und umzusetzen. Diese Programme können dazu beitragen, die nachhaltige Entwicklung in der Textilindustrie zu beschleunigen, indem sie den Unternehmen finanzielle Unterstützung und Beratung bieten. Solche Maßnahmen können Unternehmen ermutigen, mehr in nachhaltige Praktiken zu investieren.

Die öffentliche Hand kann nachhaltige Geschäftsmodelle unterstützen und die Wettbewerbsfähigkeit der sächsischen Textilindustrie stärken. Eine enge Zusammenarbeit zwischen Unternehmen und öffentlicher Hand ist entscheidend für die Entwicklung einer nachhaltigeren Branche in Sachsen.





In Anbetracht dessen sollte der **Freistaat Sachsen** folgende Maßnahmen in Betracht ziehen:



#### Implementierung von Schulungsprogrammen für kleine Unternehmen

Es ist empfehlenswert, spezifische Schulungsprogramme zu entwickeln, die darauf abzielen, kleine Unternehmen über die grundlegenden Konzepte, Terminologien und Anforderungen im Bereich der Nachhaltigkeit, wie SDGs (Sustainable Development Goals) und CSR (Corporate Social Responsibility), aufzuklären. Diese Programme könnten durch interaktive Webinare, praxisorientierte Workshops und Informationsveranstaltungen realisiert werden. Dieser Schritt wird dazu beitragen, Wissenslücken zu schließen und das Bewusstsein für nachhaltige Praktiken zu stärken.



#### Bereitstellung von Fördermitteln für Nachhaltigkeitsprojekte

Die Einführung gezielter Förderprogramme durch die öffentliche Hand ist von großer Bedeutung, um Unternehmen bei der Umsetzung von nachhaltigen Maßnahmen zu unterstützen. Diese finanzielle Unterstützung kann sich auf vielfältige Bereiche erstrecken, wie beispielsweise die Einführung von ressourceneffizienten Technologien, die Implementierung umweltfreundlicher Produktionsprozesse oder die Förderung CSR-konformer Berichterstattung. Die Fördermittel erleichtern die Umsetzung von Nachhaltigkeitsinitiativen und beschleunigen den Übergang zu einer ressourcenschonenden Wirtschaft.



#### Etablierung von Branchennetzwerken

Die Schaffung von Plattformen, auf denen Unternehmen, Fachexperten und staatliche Institutionen zusammenkommen können, ist essenziell. Diese Netzwerke könnten den Austausch bewährter Praktiken, die Diskussion gemeinsamer Herausforderungen sowie die Entwicklung innovativer Lösungen im Bereich der Nachhaltigkeit ermöglichen. Die Vernetzung der Akteure fördert nicht nur die Zusammenarbeit, sondern stärkt auch die kollektive Nachhaltigkeitsbemühung.



#### Förderung des internationalen Austauschs bewährter Praktiken

Eine Plattform für den internationalen Austausch bewährter Praktiken im Bereich der Nachhaltigkeit sollte etabliert werden. Diese Plattform könnte Konferenzen, Workshops oder virtuelle Treffen umfassen, die den Erfahrungsaustausch zwischen sächsischen Unternehmen und internationalen Partnern ermöglichen. Durch diesen Austausch können wertvolle Erkenntnisse gewonnen und innovative Ansätze aus anderen Ländern in die sächsische Textilindustrie integriert werden.



Neben dem Freistaat Sachsen sind auch die **Unternehmen** selbst gefordert, CSR-Aktivitäten intrinsisch voranzutreiben. Dies bedeutet, dass Unternehmen nicht nur aufgrund gesetzlicher Vorgaben oder externem Druck, sondern aus eigener Überzeugung und Verantwortung Maßnahmen zur Förderung der Nachhaltigkeit ergreifen sollten. Durch die intrinsische Motivation, CSR-Aktivitäten voranzutreiben, können Unternehmen ihre Glaubwürdigkeit und Reputation verbessern, das Vertrauen von Kunden und Geschäftspartnern stärken und ihren wirtschaftlichen Erfolg langfristig sichern.



**Unterstützungsangebote nutzen**

Es gibt spezielle Unterstützungsangebote für KMU, die einen Einstieg in das komplexe Thema unternehmerische Sorgfaltspflichten ermöglichen und aufzeigen, welche konkreten Schritte für ein erfolgreiches Lieferkettenmanagement notwendig sind. Dazu gehören der KMU-Kompass, der Deutsche Nachhaltigkeitskodex (DNK) als Orientierungs- und Berichtsinstrument, der Helpdesk Wirtschaft und Menschenrechte sowie Leitfäden zur Umsetzung menschenrechtlicher Sorgfaltspflichten.



**Bereits bestehende Nachhaltigkeitsmaßnahmen identifizieren und benennen**

Dies kann durch eine systematische Überprüfung der aktuellen Geschäftspraktiken und -prozesse erreicht werden, um fest-zustellen, welche Maßnahmen zur Förderung der Nachhaltigkeit bereits ergriffen wurden. Durch die Identifizierung und Benennung dieser Maßnahmen können die sächsischen Unternehmen ihre CSR-Aktivitäten besser kommunizieren und ihre Fortschritte im Bereich Nachhaltigkeit transparenter machen. Dies kann auch dazu beitragen, das Bewusstsein für Nachhaltigkeit im Unternehmen zu stärken und die Mitarbeiter zu motivieren, sich aktiv an CSR-Aktivitäten zu beteiligen.



**Kontroll-, Zertifizierungs- und Auditsysteme einführen**

Viele westliche Einkäufer haben Kontroll-, Zertifizierungs- und Auditierungssysteme eingeführt, um ihre Lieferanten zu überprüfen und die Einhaltung von Sozial- und Umweltstandards zu fördern.



**Schulungen und Trainings durchführen**

Viele Unternehmen führen Schulungen und Trainings mit ihren Zulieferern und Mitarbeitern durch, die das Bewusstsein und das Wissen über Nachhaltigkeit erhöhen und zu deutlichen Verbesserungen führen.



**Risiken entlang der Lieferkette verstehen**

Die Aufgabe, Risiken entlang der gesamten Lieferkette zu verstehen und zu begrenzen, stellt insbesondere kleine und mittlere Unternehmen vor besondere Herausforderungen.



**Nachhaltigkeit zur Managementaufgabe machen**

Nachhaltigkeit ist eine Managementaufgabe und muss programmatisch und systematisch in die Unternehmensprozesse integriert werden, um diese im Hinblick auf Umwelt- und Arbeitsschutz kontinuierlich zu verbessern.







# 8

## GLOSSAR

### A

**Arbeitsproduktivität:** Das Verhältnis zwischen der Menge an produzierten Gütern oder Dienstleistungen und der Menge an Arbeitsstunden, die dafür benötigt wurden.

### B

**Biodiversität:** Die Vielfalt an Lebensformen in einem Ökosystem.

**Brundtland-Kommission:** Die Weltkommission für Umwelt und Entwicklung, bekannt für den Begriff "nachhaltige Entwicklung".

**Bruttoendenergieverbrauch:** Die Gesamtmenge an Energie, die in einem Land oder einer Region verbraucht wird, bevor Verluste durch Umwandlung, Übertragung und Verteilung berücksichtigt werden.

**Bruttoproduktion:** Gesamte Produktion eines Unternehmens oder einer Volkswirtschaft.

**Bruttowertschöpfung:** Gesamtwert, den ein Unternehmen der Wirtschaft hinzufügt.

**Bürokratischer Aufwand:** Die Zeit, Ressourcen und Prozesse, die erforderlich sind, um administrative Aufgaben oder Anforderungen zu erfüllen.





## C

**CO<sub>2</sub>- und THG-Emissionen:** Freisetzung von Kohlendioxid und Treibhausgasen in die Atmosphäre.

**CSR - Corporate Social Responsibility:** Die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen für soziale, ökologische und ökonomische Auswirkungen.

**CSRD- Corporate Sustainability Reporting Directive:** EU-Vorschlag für einheitliche Nachhaltigkeitsberichterstattung.

**CSR-Engagement:** Die Beteiligung eines Unternehmens an Corporate Social Responsibility-Aktivitäten und -Initiativen.

**CSR-Implementierung:** Die Umsetzung von CSR-Maßnahmen und -Strategien in einem Unternehmen.

**CSR-Konzept:** Die Gesamtheit der Ideen, Pläne und Maßnahmen, die ein Unternehmen im Bereich Corporate Social Responsibility umsetzen möchte.

**CSR-Preis der Bundesregierung:** Ein Preis, der von der Bundesregierung in Deutschland vergeben wird, um Unternehmen für ihre vorbildlichen CSR-Initiativen auszuzeichnen.

**CSR-Risikomanagement:** Die Identifizierung, Bewertung und das Management von Risiken, die aus nicht nachhaltigen Praktiken und Aktivitäten eines Unternehmens resultieren können.

**CSR-Strategien:** Langfristige Pläne und Ansätze, um CSR in die Geschäftspraktiken eines Unternehmens zu integrieren.

## D

**DNSH-Kriterien (Do Not Significant Harm):** Anforderungen für ökologische Nachhaltigkeit.

**Deutscher Nachhaltigkeitskodex:** Ein Leitfaden für Unternehmen in Deutschland, um ihre Nachhaltigkeitsleistung zu bewerten, zu berichten und zu verbessern.

## E

**Ecovadis:** Unternehmen für Nachhaltigkeitsbewertungen.

**EMAS:** Eco-Management and Audit Scheme, Umweltmanagementsystem der EU.

**EU-Taxonomie:** Klassifizierungssystem für ökologisch nachhaltige Wirtschaftstätigkeiten.

**European Green Deal:** EU-Plan für Klimaneutralität bis 2050.

**ESRS - European Sustainability Reporting Standards:** Die ESRS-Standards sind einheitliche europäische Nachhaltigkeitsberichterstattungsstandards und Bestandteil der CSRD.

## F

**Fast-Fashion:** Ein Geschäftsmodell in der Bekleidungsindustrie, bei dem Mode schnell und kostengünstig produziert wird, um den neuesten Trends zu entsprechen.

**Flustix-Zertifizierungssystem:** Zertifikat für kunststofffreie oder teilweise kunststofffreie Produkte.

## G

**GWÖ- Gemeinwohlökonomie:** Wirtschaftsmodell, das dem Gemeinwohl dient.

**Global Compact:** UN-Initiative zur Förderung nachhaltigen Wirtschaftens.

**GRI- Global Reporting Initiative:** Organisation für Nachhaltigkeitsberichterstattungsstandards.

**Governance:** Regelungs- und Koordinationssystem in Organisationen.

## H

**High-Knowledge und High-Performance Strategie:** Eine Strategie, die auf Wissen und hoher Leistungsfähigkeit basiert, um hochwertige Produkte oder Dienstleistungen anzubieten.



## I

**IfM – Initiativen für Materialkreisläufe:** Maßnahmen für effiziente Ressourcennutzung.

**IOM- Input-Output-Modell:** Modell zur Messung volkswirtschaftlicher Effekte von CSR.

## K

**Kreislaufwirtschaft:** Ansatz zur Wiederverwendung, Recycling und Rückführung von Ressourcen und Produkten.

**KMU:** Klein- und mittlere Unternehmen.

## L

**LkSG- Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz:** Regelung zur Verantwortung von Unternehmen entlang ihrer Lieferketten.

**Lieferkettenmanagement:** Die Planung, Überwachung und Steuerung von Lieferkettenaktivitäten, um die Lieferung von Rohstoffen oder Produkten sicherzustellen.

## M

**Monomaterial-Kreislauf:** Ein Ansatz, bei dem Produkte aus nur einem Material bestehen und nach ihrer Lebensdauer leicht recycelt oder wiederverwendet werden können.

## N

**Netzwerke:** Verbindungen und Kontakte, die Unternehmen nutzen, um Wissen, Ressourcen und Chancen auszutauschen.

**Nachhaltigkeitsbericht:** Bericht über Nachhaltigkeitsleistungen von Unternehmen.

**Nachhaltigkeitsdreieck:** Berücksichtigt soziale, ökologische und ökonomische Aspekte.

**NAP (Nationaler Aktionsplan) für Wirtschaft und Menschenrechte:** Nationale Strategie zum Schutz der Menschenrechte im Zusammenhang mit unternehmerischen Aktivitäten.

**NGOs (Nichtregierungsorganisationen):** Unabhängige Organisationen, die sich für soziale, ökologische oder humanitäre Anliegen einsetzen.

**Nice-to-Have:** Nicht essenzielle, aber wünschenswerte Aspekte

## P

**Produktionsmodelle:** Die Struktur und Prozesse, die ein Unternehmen verwendet, um Produkte herzustellen und auf den Markt zu bringen.

## R

**Ressourcenallokation:** Die Zuweisung von finanziellen Mitteln und anderen Ressourcen für bestimmte Aktivitäten oder Projekte.

**Ressourceneffizienz:** Nutzen im Verhältnis zum Ressourceneinsatz.

**Ressourcenproduktivität:** Verhältnis zwischen produzierten Gütern/Dienstleistungen und verwendeten Ressourcen.

## S

**Science Based Targets initiative (SbTi):** Initiative für klimaneutrale Ziele.

**SDGs – Social Development Goals:** Ziele für nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen.

**Smart Textiles:** Kleidung mit eingebetteter Elektronik.

**Stakeholder:** Gruppen, die von unternehmerischen Aktivitäten betroffen sind.

**Standards für die CSR-Berichterstattung:** Leitlinien für Nachhaltigkeitsberichte.

**Struktureller Wandel:** Große Veränderungen in der Industriestruktur aufgrund von Technologie oder globalen Trends.

**Sozialstandards der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO):** Richtlinien für faire Arbeitsbedingungen.



## T

**Taxonomiekonformität:** Erfüllung von Anforderungen für ökologische Nachhaltigkeit.

**Technische Textilien:** Textilien mit besonderen Eigenschaften.

**Textilcluster:** Region mit hoher Konzentration von Textilunternehmen und -institutionen.

**Trickle Down Effekt:** Wohlstandseffekt von oben nach unten.

## U

**Umweltverträglichkeit:** Auswirkungen von Veränderungen auf die Umwelt.

## W

**Wertschöpfungskette Textil:** Alle Produktionsstufen in der Textilindustrie.

**Wertstoffbörse:** Plattform für den Austausch von nicht mehr benötigten Wertstoffen.

**Workshops:** Interaktive Treffen, bei denen Teilnehmer Meinungen, Ideen und Informationen austauschen und diskutieren.







# 9

## LITERATUR

Aachener Stiftung Kathy Beys. (03. November 2015). *Lexikon der Nachhaltigkeit*. Abgerufen am 2023 von [https://www.nachhaltigkeit.info/artikel/hans\\_carl\\_von\\_carlowitz\\_1713\\_1393.htm](https://www.nachhaltigkeit.info/artikel/hans_carl_von_carlowitz_1713_1393.htm)

Adler, U. (2004). Structural change The dominant feature in the economic development of the German textile and clothing industries. *Journal of Fashion Marketing and Management*, S. 300-319.

Belso-Martínez, J.-A., Tomás-Miquel, J.-V., Expósito- Langa, M., & Mateu-García, R. (2020). Delving into the technical textile phenomenon: networking strategies and innovation in mature clusters. *The Journal of The Textile Institute*, S. 260-272.

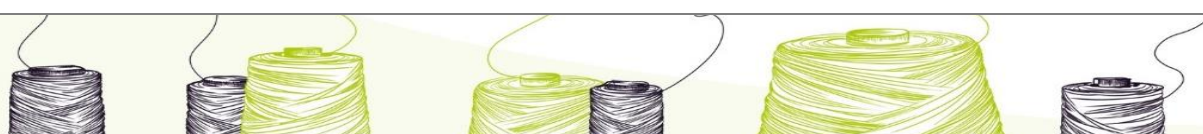
Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle. (2023). *Lieferketten*. Abgerufen am 2023 von [https://www.bafa.de/DE/Lieferketten/Ueberblick/ueberblick\\_node.html](https://www.bafa.de/DE/Lieferketten/Ueberblick/ueberblick_node.html)

Büro Deutscher Nachhaltigkeitskodex. (o.D.). *Deutscher Nachhaltigkeitskodex*. Abgerufen am 2023 von <https://www.deutscher-nachhaltigkeitskodex.de/de-DE/Home/Berichtspflichten/CSRD>

Danskin , P., Englis, B., & Solomon , M. (2005). Knowledge management as competitive advantage: Lessons from the textile and apparel value chain. *Journal of Knowledge Management* , S. 91-102.



- del Mar Alonso-Almeida, M., Llach, J., & Marimon, F. (2014). A Closer Look at the 'Global Reporting Initiative' Sustainability Reporting as a Tool to Implement Environmental and Social Policies: A Worldwide Sector Analysis. *Corp. Soc. Responsib. Environ. Mgmt.*, S. 318–335.
- European Parliament. (05. Juni 2023). *The impact of textile production and waste on the environment (infographics)*. Abgerufen am 2023 von <https://www.europarl.europa.eu/news/en/headlines/society/20201208ST093327/the-impact-of-textile-production-and-waste-on-the-environment-infographics>
- Fromhold-Eisebith, M., Marschall, P., Peters, R., & Thomes, P. (2021). Torn between digitized future and context dependent past – How implementing 'Industry 4.0' production technologies could transform the German textile industry. *Technological Forecasting & Social Change*.
- <https://material-initiativen.org/>. (kein Datum).
- IfM Bonn Institut für Mittelstandsforschung. (2023). *Mittelstand im Überblick*. Abgerufen am 2023 von <https://www.ifm-bonn.org/statistiken/mittelstand-im-ueberblick/volkswirtschaftliche-bedeutung-der-kmu/deutschland>
- IHK Südlicher Oberrhein . (o. D.). *Das deutsche Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz (LKSG)*. Abgerufen am 2023 von <https://www.ihk.de/freiburg/international/weltweite-geschaefte/internationales-recht/das-lieferkettensorgfaltspflichtengesetz-lksg--5207738>
- IMU-Institut Berlin GmbH. (2020). *Strategien zur integrierten, beschäftigungsorientierten Gestaltung des Strukturwandels in der Region Südwestsachsen*. Studie.
- Jager, M., & Münter, M. (Januar 2023). Sustainability reporting of German firms – where do we really stand? Research Gate.
- McCarthy, B. (2016). An overview of the technical textiles sector. In *Handbook of Technical Textiles* (S. 1–20). Woodhead Publishing Series in Textiles.
- Perryer, S. (12. April 2019). *European CSR: Fashion industry seeks to shake bad reputation with CSR initiatives*. Abgerufen am 2023 von <https://www.europeanceo.com/business-and-management/fashion-industry-seeks-to-shake-bad-reputation-with-csr-initiatives/>
- Rasheed, A. (2019). *Fibres for Technical Textiles*. Springer.
- Rat für Nachhaltige Entwicklung. (2017). *Deutscher Nachhaltigkeitsalmanach Initiativen und Eindrücke zur gesellschaftlichen Realität der Nachhaltigkeit 2017*. Studie, [https://www.nachhaltigkeitsrat.de/wp-content/uploads/migration/documents/Deutscher\\_Nachhaltigkeitsalmanach\\_texte\\_Nr\\_52\\_Maerz\\_2017.pdf](https://www.nachhaltigkeitsrat.de/wp-content/uploads/migration/documents/Deutscher_Nachhaltigkeitsalmanach_texte_Nr_52_Maerz_2017.pdf).
- Rat für Nachhaltige Entwicklung. (2018). *Nachhaltigkeitsalmanach 2018: THESEN UND TATEN. TRANSFORMATION!* Studie, [https://www.nachhaltigkeitsrat.de/wp-content/uploads/2018/10/Nachhaltigkeitsalmanach\\_2018.pdf](https://www.nachhaltigkeitsrat.de/wp-content/uploads/2018/10/Nachhaltigkeitsalmanach_2018.pdf).
- Schwinge, I. (2015). *The Paradox of Knowledge-Intensive Entrepreneurship in Low-Tech Industries*. Wiesbaden: Springer VS.



Statistisches Bundesamt (Destatis) . (2023). *Kleine und mittlere Unternehmen*. Abgerufen am 2023 von [https://www.destatis.de/DE/Themen/Branchen-Unternehmen/Unternehmen/Kleine-Unternehmen-Mittlere-Unternehmen/\\_inhalt.html](https://www.destatis.de/DE/Themen/Branchen-Unternehmen/Unternehmen/Kleine-Unternehmen-Mittlere-Unternehmen/_inhalt.html), Juli 2023

Toppinen, A., Li, N., Tuppura, A., & Xiong, Y. (2012). Corporate Responsibility and Strategic Groups in the Forest-based Industry: Exploratory Analysis based on the Global Reporting Initiative (GRI) Framework. *Corp. Soc. Responsib. Environ. Mgmt.*, S. 191-205.

Umweltbundesamt. (23. Mai 2019). *Die Textilindustrie in Deutschland*. Abgerufen am 2023 von <https://www.umweltbundesamt.de/themen/wirtschaft-konsum/industriebranchen/textilindustrie>

Umweltbundesamt. (2020). *Softwarelösungen für das Umwelt- und Nachhaltigkeitsmanagement*. Policy Paper, [https://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/479/publikationen/texte\\_152-2022\\_softwareloesungen\\_fuer\\_das\\_umwelt-\\_und\\_nachhaltigkeitsmanagement.pdf](https://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/479/publikationen/texte_152-2022_softwareloesungen_fuer_das_umwelt-_und_nachhaltigkeitsmanagement.pdf).

## Bildnachweise

Wir möchten darauf hinweisen, dass wir Bilder von [www.pexels.com](http://www.pexels.com) verwendet haben und äußerst dankbar für die hochwertigen Ressourcen sind, die dort zur Verfügung stehen. Pexels hat es uns ermöglicht, visuell ansprechende Inhalte zu erstellen und unsere Studie zu bereichern. Wir schätzen die großzügige Arbeit und den Beitrag der FotografInnen und Kreativen, die ihre Werke auf Pexels teilen, und möchten unseren aufrichtigen Dank für diese wertvolle Ressource aussprechen.

Wir haben Bilder der folgenden KünstlerInnen verwendet:

- Karolina Grabowska
- CottonBro Studio
- Jill Burrow
- Mariam Atadze
- Bychlo
- Google Deepmind
- David Lock
- Quang Nguyen Vinh
- Ahmed
- Dusan Cvetanovic
- Canva Studio
- Teona Swift
- Chris F
- Pixabay
- Kristina Paukshtite
- Magda Ehlers
- Ksenia Chernaya
- Rajesh Kumar Verma
- Jay Turner
- Surene Palvie
- Tom Fisk
- Markus Spiske
- Darren Tagao
- Tatiana Syrikova