

Werteträger: Damit Nachhaltigkeit passt

Im Gespräch mit Hans-Peter Beck, Geschäftsführer der GREIFF Mode GmbH & Co. KG, Bamberg

Berufsbekleidung aus FairTrade-Baumwolle und Geweben aus recycelten PET-Flaschen oder Wolle mit recycelten Polyesterfasern. Wollen unsere Kund/innen das? Ja, sagt Hans-Peter Beck. Der Bedarf an nachhaltiger Berufsbekleidung wächst. Mit diesem Megatrend sollten sich auch textile Dienstleister beschäftigen. Wenn nicht jetzt, wann dann?

Die Zusammenarbeit von Herstellern nachhaltiger Berufsmode und textilen Dienstleistern könne nicht nur besser werden, sie müsse es sogar, sagt der GREIFF-Geschäftsführer, der nachhaltiges Leben so definiert: „Nicht nur den eigenen Vorteil im Blick haben, sondern Entscheidungen so zu treffen, dass es dem gesamten Umfeld dabei gut geht.“ Diese Haltung lebt Hans-Peter Beck ebenso authentisch wie konsequent. Ein Unternehmen, das seit fast 220 Jahren erfolgreich am Markt sei, agiere per se nachhaltig; seit 2014 lege GREIFF bewusst den Fokus auf eine nachhaltige Lieferkette. „Wir sind auf einem guten Weg, aber noch lange nicht am Ziel“, so der gelernte Banker und Diplom-Kaufmann, der nach 13 Berufsjahren im Bekleidungseinzelhandel seine Karriere im Jahr 2005 bei GREIFF fortsetzte. Seit 2006 teilt er sich die Verantwortung für die GREIFF-Geschäftsführung mit Jens Möller. Die Zuständigkeiten sind klar getrennt: „Jens Möller verantwortet die Bereiche Personal, Finanzen, EDV, Logistik und die GREIFF-Immobilie, ich alles, was mit der Ware zu tun hat.“ Hans-Peter Beck ist verbindlich, auch in seiner Funktion als Vorstandsvorsitzender der Vereinigung MaxTex, die am 27. März den ‚Preis für Unternehmensethik 2018‘ des Deutschen Netzwerks Wirtschaftsethik – EBEN Deutschland e.V. erhielt. GREIFF gehört zu den Gründungsmitgliedern der Vereinigung, hinter dessen Auftrag er mit aller Entschlossenheit steht. Uns interessiert, neben seiner persönlichen Überzeugung:

R+WTextilservice: Herr Beck, warum ist es so wichtig, dass Textilhersteller und Dienstleister in Sachen Nachhaltigkeit näher zusammenrücken?

Hans-Peter Beck: Die Zusammenarbeit wird bereits intensiver. Es ist gerade bei der Beschaffung von nachhaltig produzierter Bekleidung wichtig, zusammen gute wirtschaftliche Lösungen zu finden. Eine gute Plattform dafür ist MaxTex, das Nachhaltigkeitsnetzwerk im B2B-Bereich, das GREIFF 2014 mitgegründet hat. Wir sind sehr stolz darauf, dass unsere Vereinigung in diesem Jahr den Preis für Unternehmensethik erhält. Er wird vom Deutschen Netzwerk Wirtschaftsethik alle zwei Jahre an beispielgebende Initiativen und Unternehmen vergeben, die sich für eine praktische und prozessorientierte Ausgestaltung von Unternehmensethik engagieren.

Für global agierende Unternehmen ist es wichtig, sich mit ihrer Lieferkette und den Auswirkungen auseinanderzusetzen. Auch für unsere Kunden wird es zunehmend wichtiger, ihre Mitarbeiter mit sozial verträglicher und ökologisch unbedenklicher Bekleidung auszustatten.

Die GREIFF-Geschichte beginnt mit der Herstellung von Leinen und Leinendruckern, wie kam es zur Spezialisierung auf Berufsbekleidung?

Richtig, GREIFF wurde 1802 im schlesischen Greiffenberg gegründet; unser Logo verweist heute noch auf unsere Wurzeln. Seit 1946 haben wir unseren Sitz in Bamberg und fühlen uns

sehr wohl hier. Begonnen hat GREIFF mit der Herstellung von Leinen und Leinendruckern; nach dem Krieg haben wir uns als Marke für Herrenmode europaweit durchgesetzt. Schon damals standen Berufs- und Freizeitkleidung auf dem Programm. Im Jahr 2004 haben wir uns schließlich auf Berufsbekleidung für die Bereiche Dienstleistungen, Hotel und Gastronomie spezialisiert.

Den Anstoß dazu gaben mehrere größere Ausstattungen von Unternehmen mit Anzügen und Kostümen. Wir haben uns dann stärker mit Corporate Wear beschäftigt und uns letztendlich für das Segment entschieden, mit dem wir heute sehr erfolgreich sind. GREIFF gehört zu den Marktführern mit dem größten Lagerprogramm an Corporate Wear sowie Gastronomiebekleidung europaweit und mehr als 1.800 Vertriebspartnern weltweit.

Sie nehmen Ihren nachhaltigen Auftrag sehr ernst. Woran erkennen das Ihre Kund/innen?

An den zahlreichen Maßnahmen, die wir seit 2015 ergriffen haben und die wir dokumentieren. Wir sind der unabhängigen, niederländischen Fair Wear Foundation (FWF) beigetreten, mit dem Ziel, die Arbeitsbedingungen in der Bekleidungs- und Textilindustrie zu verbessern. Mit Hilfe der FWF haben wir unsere Lohnkonfektionäre auditiert und bieten diesen Hilfestellungen bei der Verbesserung der Sozial- und Arbeitsbedingungen für die Mitarbeitenden in den Betrieben. Im letzten Jahr haben wir eine Nachhaltigkeitsrichtlinie erarbeitet und diese an all unsere Partner in der Lieferkette kommuniziert. Seit 2015 veröffentlichen wir einen Social Report auf unserer Internetseite www.greiff.de.

Da es ebenfalls unser Anspruch ist, alles aus einer Hand zu bieten, haben wir alle Bereiche in Bamberg zentriert, bis auf unsere Produktion, die überwiegend in Osteuropa und Nordafrika stattfindet. Durch die Bündelung der Kompetenzen überblicken wir alle notwendigen Schritte: von der Entwicklung bis zur Auslieferung. So versuchen wir, mit den eingesetzten Mitteln ökologisch und wirtschaftlich sinnvoll umzugehen. Mit unserem „My GREIFF-Code“, der in jedem unserer Produkte angebracht ist, können unsere Kunden die gesamte Lieferkette nachverfolgen. Dieser Code ist in unseren Katalogen sowie in unserer GREIFF App oder unserer Homepage ausführlich beschrieben.

Wie nachhaltig ist Ihre brandneue Kollektion?

Wir haben vor kurzem unsere beiden neuen Kataloge "Corporate Wear" und "Gastro Moda" gelauncht. Darin finden unsere Kunden noch mehr nachhaltig produzierte Produkte als in unseren letzten Katalogen. Überall dort, wo ein nachhaltiges Gewebe unseren Ansprüchen an Haltbarkeit, Waschbarkeit und Tragekomfort entspricht, setzen wir dieses ein. So sind unsere Kochjacken in unseren Linien Exquisit und Premium überwiegend aus FairTrade-Baumwolle, ebenso wie ein Großteil unserer Schürzen. In einer neuen Schürzenkollektion setzen wir neben FairTrade-Baumwolle erstmals auch Fasern aus recycelten PET-Flaschen ein. Ganz neu in unserem Outdoorprogramm ist ein Mantel aus Wolle mit recyceltem Polyester und T-Shirts aus Biobaumwolle.

Das Interesse an nachhaltiger Berufsbekleidung wächst. Zwar spielt oftmals der Preis noch eine wesentliche Rolle im Entscheidungsprozess, gleichzeitig wird in Ausschreibungen aber immer häufiger nach nachhaltigen Produkten gefragt. Abgesehen von der Nachhaltigkeit achten wir auf die modischen und funktionellen Anforderungen, bei Hemden und Blusen oder unseren topaktuellen Joggpants. Ein großer Fokus liegt auf lässigen, unkomplizierten Hosen, Sakkos und Blazern, die sich individuell kombinieren lassen.

Erreichen Sie mit dieser Vielfalt mehr ‚nachhaltig lebende‘ Kund/innen – in Deutschland oder gar weltweit?

Das Bewusstsein für nachhaltig produzierte Bekleidung ist in den letzten Jahren gestiegen; dieser Trend wird sich fortsetzen. Dies liegt zum Teil auch darin begründet, dass die Mitarbeitenden eines Unternehmens auch hinsichtlich dieser Thematik sensibler werden und dies auch in ihrer Bekleidung umgesetzt haben wollen.

Valide aktuelle Daten gibt es dafür nicht. Eine Befragung von Endkunden im Bereich Fashion in der ‚TextilWirtschaft‘ ist jedoch aufschlussreich: Danach sind 66 % der Menschen in Deutschland um einen nachhaltigen, umweltbewussten und verantwortungsvollen Lebensstil bemüht. Für 53 % ist es besonders wichtig, dass Bekleidung fair oder ökologisch hergestellt wird. 48 % würden für nachhaltig produzierte Kleidung mehr Geld ausgeben. Dabei ist 65 % bewusst, dass schlechte Arbeitsbedingungen ein großes Problem in der Massenproduktion von Kleidung sind und 31 % sorgen sich um gesundheitsschädliche Substanzen in der Bekleidung. Auf die Frage, welche Gründe es dafür gibt, keine fair produzierte Bekleidung zu erwerben, antworteten 59 %, das liege an der Verfügbarkeit und 47 %, dass faire Bekleidung zu teuer sei. 42 % wüssten nicht, woran sie faire Bekleidung erkennen.

Was bedeutet das für textile Dienstleister? Müssen sich Wäschereien und Leasingbetriebe darauf einstellen?

Ja, denn die Kunden werden nach nachhaltiger Berufsbekleidung fragen. Es gibt bereits gute Beispiele für nachhaltige Kollektionen bei den Textilleasern. So haben wir schon bei einigen Betrieben Kochjacken mit Fairtradegewebe platzieren können. Unsere Kunden können darauf vertrauen, dass sie von uns Produkte erhalten, die aus einer nachhaltigen textilen Lieferkette hervorgehen. Somit können sie dem Endkunden wiederum ein hochwertiges und langlebiges Produkt anbieten, das den steigenden Ansprüchen an ökologische und soziale Standards gerecht wird. Diese Entwicklung wird sich in den kommenden Jahren fortsetzen. Ich wünsche mir, dass sich alle Beteiligten am Markt, ob Verbraucher, Hersteller, oder Dienstleister ihrer Verantwortung in der textilen Lieferkette bewusst werden und dass diese Haltung ihre Entscheidungen positiv und nachhaltig beeinflusst. Ebenso, dass der Preis nicht mehr das alles entscheidende Kriterium ist, sondern die Einflüsse auf Mensch und Umwelt."

*Text: Gabriele Rejschek-Wehmeyer, wort + !dee
Das Interview wurde am 13. März 2019 geführt.*