

PRIMA KLIMA? EINE ZUKUNFTSAUFGABE!

Um die Klimaerwärmung zu stoppen und eine Katastrophe abzuwenden, muss der Ausstoss des Treibhausgases CO₂ auf null reduziert werden. Immer mehr Modeunternehmen begeben sich daher auf den Weg zur Klimaneutralität. Wie es geht und wer es macht.

Die Modeindustrie zählt zu den Branchen, die weltweit am meisten CO₂-Emissionen verursachen. Etwa zehn Prozent Anteil werden ihr zugeschrieben. Immer mehr Firmen aus Industrie und Handel machen sich daher auf den Weg zur Klimaneutralität. Als klimaneutral werden Unternehmen zertifiziert, die Prozesse und Produkte, deren Treibhausgas-Emissionen berechnen und durch anerkannte Projekte (z.B. Aufforstung von Wäldern) kompensiert werden. Ein reiner «Ablasshandel» (Kauf von CO₂-Ausgleichszertifikaten) soll es aber ausdrücklich nicht sein. Vermeidung und Verminderung sind die wichtigsten Schritte in puncto Klimaschutz und gerade die geschaffene Transparenz soll Potenziale dafür aufzeigen.

Die beste Ausgangslage haben vermeintlich die Eco-&Fair-Fashion-Protagonisten, eine nachhaltige Ausrichtung macht sich von Beginn an «bezahlt». Das Unternehmen Armedangels beispielsweise bilanzierte zwischen Mai 2018 und April 2019 rund 263 Tonnen CO₂-Äquivalente (Corporate Carbon Footprint, CO₂e). «Das sind weniger Emissionen als bei klassisch arbeitenden Modefirmen», betont Anke Erdt, Senior PR & Communication Manager, und erklärt das Zustandekommen der 263 Tonnen: «Wir haben unsere eigenen direkten Emissionen gemessen. Dafür haben wir echte Daten herangezogen: den Strom-, Wärme- und Wasserverbrauch sowie Papierbedarf und Abfall unserer Zentrale, unsere täglichen Dienstwege, alle Geschäftsflüge und -wagen, den Warentransport von unseren First-Tier-Lieferanten zum Lager und zu den KundInnen, die Bereitstellung unserer B2B- und

B2C-Onlineshops sowie die Emissionen unserer Ausstellungsräume.» Die Gründe für den vergleichsweise niedrigen CO₂-Ausstoss von Armedangels: «Wir nutzen bereits erneuerbare Energie an unserem Firmensitz in Köln, für unsere Lager sowie die Internetinfrastruktur. Und wir haben kurze Lieferwege, denn unsere ProduktionspartnerInnen befinden sich alle in Europa, der Türkei und Tunesien. Auf Luftfracht verzichten wir grundsätzlich.»

IST-ZUSTAND ERMITTELN

Neben dem Corporate Carbon Footprint gibt es den Product Carbon Footprint. Herstellende benötigen – im Gegensatz zum Handel – beide und müssen bei beiden für Ausgleich sorgen, um sich «klimaneutrales Unternehmen» nennen zu dürfen. Es ist aber auch möglich, zunächst nur Teilbereiche klimaneutral zu realisieren und sich schrittweise zu steigern. Am Anfang steht die Erfassung des Ist-Zustands. Die Methodik sollte sich an den Richtlinien des «Greenhouse Gas Protocols» und «ISO 14064» orientieren. Leicht ist die Erfassung überall dort, wo tatsächliche Verbrauchswerte vorliegen oder Wegstrecken umgerechnet werden können. Darüber hinaus können Erfahrungswerte und Daten aus Emissionsdatenbanken herangezogen werden. «Mitunter ist es aber sehr komplex, die Zahlen zu erheben, vor allem, je tiefer man sich in die Lieferkette hineinbegibt», so Nina Bachmann, Mitglied der Geschäftsleitung bei Swiss Textiles, das mit Beratung unterstützt. Sie erklärt: «Bei den globalen



Die Top-3-Gründe, die zum betrieblichen Klimaschutz motivieren.
(Quelle: Unternehmensumfrage Myclimate 2021)

62%



Marktchancen verbessern

59%



Employer Branding verbessern

54%



Gesetzliche Rahmenbedingungen einhalten

Datenbankdaten handelt es sich um Durchschnittswerte. Nehmen wir als Beispiel die Produktion in China, wo der noch immer stark eingesetzte Kohlestrom negativ zu Buche schlägt. Haben Betriebe bereits Solaranlagen auf dem Dach, werden ihnen die Durchschnittswerte nicht gerecht. Es müsste individuell und somit aufwendiger bilanziert werden.» Auch Adrian Knezovic, Mitglied der Geschäftsführung von FTC, weiss um die Komplexität: «Beim Bügeln beispielsweise wird die Menge des Wasserdampfs gemessen, die dann in Wärme umgerechnet wird, woraus wiederum die ausgestossenen Treibhausgase (Kilogramm CO₂e) abgeleitet werden.» Es gibt einige DienstleisterInnen, die bei der Bilanzierung, Kompensation und Entwicklung einer langfristigen Reduktionsstrategie unterstützen: z. B. ClimatePartner (Referenzen u.a. Armedangels, Bleed, C&A, FTC, Lanius, Marc O'Polo, Olymp), First Climate, Myclimate (u. a. Eterna, Mammut, Odlo, Vaude), KlimAktiv und South Pole (u. a. Fachseminare mit Swiss Textiles). Das Zertifizierungssystem «Step by Oeko-Tex» lanciert gerade ein «Carbon & Water Footprint Tool», über das es ab Ende des Jahres einfach und digital möglich sein soll, den Wasser- und CO₂-Fussabdruck zu berechnen, wahlweise je Produktionsstätte, Prozessschritt, jährlicher Produktion oder je Kilogramm Material.

ENTSCHEIDEND: DER ANFANG

Das nachhaltige Womenswear-Unternehmen Lanius ermittelte zunächst zusammen mit ClimatePartner die CO₂-Emissionen der Geschäftsaktivitäten. Auf Produktebene startete man dann mit der Entwicklung des klimaneutralen Statement-Shirts «no time to waste» als Pilotprojekt, bevor zum Frühjahr/Sommer 2021 die gesamte Kollektion analysiert und neutralisiert wurde. «Bis heute haben wir 531 574 Kilogramm CO₂ ausgeglichen und damit aktiv zum Schutz des Regenwaldes in Pará, Brasilien, beigetragen», freut sich Lanius-COO Annabelle Homann. Die Remei AG stärkt mit der CO₂-Kompensation sogar direkt die eigene Lieferkette. Remei produziert bereits seit 2013 CO₂-neutrale Textilien. Die Kompensation fliesst u. a. in die Finanzierung des Baus von Biogasanlagen in Indien sowie effiziente Öfen in Tansania für die Bauernfamilien in den Anbaugebieten des Rohstoffs. Die Erkenntnis: 300 effiziente Öfen sparen in etwa so viel CO₂ ein, wie bei der Produktion von 100 000 T-Shirts entstehen. Zu besonders hohen Emissionen tragen laut Remei-Erhebungen übrigens das Spinnen und Färben bei, gefolgt vom Entkernen der Baumwolle, der Konfektionierung und Logistik.

Der Bergsport-Ausrüster Mammut zählt zu den Partnern von Remei und generell den Klimaschutz-Pionieren der Branche. Auch hier bemerkte man, dass 95 Prozent der Treibhausgas-Emissionen bei den Prozessen anfallen, die dem eigenen Firmenstandort vor- und nachgelagert sind. Weiteres Learning: Kreislaufwirtschaft ist ein vielversprechender Ansatz. Das «Close the Loop»-T-Shirt von Mammut spare im Vergleich zu herkömmlich produzierten 67 Prozent der CO₂-Emissionen ein.

Es bleibt also zu sagen, Klimaneutralität für ein Unternehmen zu erreichen ist kein Prozess, der von heute auf morgen geschehen kann, es braucht viel Fachwissen und noch mehr Wille. Aber wo ein Wille ist, ist eben auch ein Weg.



Ganzheitlich: Die Showrooms- und Shop-Konzepte von Armedangels werden gerade nach und nach auf klimaneutralen Ladenbau umgestellt.

ClimatePartner betreut ein ganzes Portfolio an Klimaschutzprojekten, über die der CO₂-Ausgleich stattfinden kann, darunter den Waldschutz in Peru.

