



Dritte Tchibo Stakeholder Diskussion Nachhaltigkeit „Über Fairness in unfairen Zeiten“

Das Ende der Nachhaltigkeit?

- **Tchibo fordert klares Bekenntnis von Industrie und Regierungen zur Initiative „ACT on Living Wages“ (existenzsichernde Löhne in der Textilindustrie)**
- **Staatliche Regelungen zu Sorgfaltspflichten der Industrie müssen europaweit und für alle Marktteilnehmer gelten**

Hamburg / Berlin, 3. April 2019 – Das Hamburger Familienunternehmen Tchibo fordert von der Bundesregierung und der europäischen Textilbranche ein klares Bekenntnis zu ACT, einem Bündnis internationaler Textilproduzenten und -händler zur Erreichung flächendeckender existenzsichernder Löhne in der Textilindustrie. Im Rahmen der 3. Tchibo Stakeholder Diskussion Nachhaltigkeit, die heute in Berlin unter dem Motto „Über Fairness in unfairen Zeiten“ stattfand, wurde außerdem die Notwendigkeit von staatlichen Regulierungen zu Sorgfaltspflichten der Industrie betont. Tchibo CEO Thomas Linemayr machte deutlich, dass diese Pflichten „europaweit und für alle Marktteilnehmer gelten müssen“. Sollte ACT keine ausreichende Unterstützung bekommen, würden existenzsichernde Löhne flächendeckend kaum zu erreichen sein.

Seit 13 Jahren verfolgt Tchibo das strategische Ziel, ein zu 100 % nachhaltig arbeitendes Unternehmen zu werden. Seitdem wurde viel in die Lieferketten und Produkte investiert. Es hat sich gezeigt, dass auch mittelständische Unternehmen wie Tchibo in den internationalen Lieferketten etwas bewirken können. „Wir wollen und wir werden weiter in Nachhaltigkeit investieren, aber wir stehen heute an einer Schwelle, an der wir unsere Investments nicht mehr nennenswert steigern können, ohne unsere Wettbewerbsfähigkeit zu gefährden«, sagte Nanda Bergstein, Direktorin für Nachhaltigkeit (Unternehmensverantwortung) bei Tchibo. „Es zeigt sich immer deutlicher, dass die globalen und sehr komplexen Probleme nur von allen Beteiligten, also Industrie, Gewerkschaften, NGOs und Regierungen, gemeinsam gelöst werden könnten“, so Bergstein. Heute basiert dieses gemeinsame Handeln auf freiwilligen Initiativen einzelner Marktteilnehmer. Auch wenn sich nicht alle engagieren wollen oder können, müssen für alle die gleichen Bedingungen gelten – in Deutschland und in Europa. Hier sind staatliche Regelungen gefordert.



Ein vielversprechendes Beispiel für solche freiwilligen Programme ist die Initiative „ACT on Living Wages“. ACT ist derzeit weltweit die einzige Initiative mit dem Potenzial, das Thema existenzsichernde Löhne in der Textilindustrie langfristig und nachhaltig anzugehen. „Wir drohen aber daran zu scheitern, dass nicht genügend Partner aus der Textilindustrie mitmachen“, beklagt Bergstein. Derzeit verhandeln in Kambodscha 21 Textilmarken mit der Regierung und Arbeitgebern über die Einführung von flächendeckenden Tarifverhandlungen mit dem Ziel, die Löhne auf ein existenzsicherndes Niveau anzuheben. Die beteiligten Unternehmen stehen für rund 50 % der kambodschanischen Textilproduktion. Die Regierung ist jedoch besorgt, dass die andere Hälfte bei höheren Löhnen aus dem Markt abwandert und so die Wettbewerbsfähigkeit Kambodschas geschwächt werde.

Dieses Beispiel zeigt, wie wichtig die öffentliche und unmissverständliche Unterstützung durch die jeweiligen Regierungen der Vertriebsmärkte ist. Sie müssen auf die Regierungen der Produktionsländer und die dort einkaufenden Unternehmen einwirken, ACT zu unterstützen. Bezogen auf Deutschland fordert Tchibo eine Verpflichtung aller textilen Marktteilnehmer, sich an ACT zu beteiligen.

Nanda Bergstein: „Eine Regulierung, die für alle Marktakteure in Europa gleiche Bedingung schafft, ist dringend notwendig. Denn mit freiwilligen Initiativen einzelner Firmen allein werden wir nicht schnell genug vorankommen und ‘fair fashion’ wird eine Illusion bleiben.“

Weitere Informationen für Journalisten:

Sandra Coy, Tchibo GmbH, Corporate Communications

Tel: +49 40 63 87 - 2818, Fax: +49 40 63 87 - 5 2818

E-Mail: sandra.coy@tchibo.de

Über Tchibo:

Tchibo steht für ein einzigartiges Geschäftsmodell. In acht Ländern betreibt Tchibo mehr als 1.000 Filialen, über 21.200 Depots im Einzelhandel sowie nationale Online-Shops. Über dieses Multichannel-Vertriebssystem bietet das Unternehmen neben Kaffee und den Einzelportionssystemen Cafissimo und Qbo die wöchentlich wechselnden Non Food Sortimente und Dienstleistungen, wie Reisen oder Mobilfunk, an. Tchibo erzielte 2017 mit international rund 12.100 Mitarbeitern 3,2 Milliarden Euro Umsatz. Tchibo ist Röstkaffee-Marktführer in Deutschland, Österreich, Tschechien und Ungarn und gehört zu den führenden E-Commerce-Firmen in Europa. Für seine nachhaltige Geschäftspolitik wurde das 1949 in Hamburg gegründete Familienunternehmen mehrfach ausgezeichnet: 2012 mit dem Preis für Unternehmensethik und dem Umweltpreis Logistik sowie 2013 mit den CSR-Preisen der Bundesregierung und der EU. 2016 wurde Tchibo als nachhaltigstes Großunternehmen Deutschlands ausgezeichnet.