

## Interview mit Herrn Thorsten Rolfes, C&A-Unternehmenssprecher

### 1. Was hat C&A derzeitig zu der WE C&ARE -Aktion veranlasst?

WE C&ARE ist ein sichtbares Zeichen, dass Klima- und Umweltschutz ein wesentliches Unternehmensziel von C&A darstellt. Dabei haben soziales Engagement und der Schutz der Umwelt ihren Ursprung in den Grundsätzen unserer mittlerweile 167-jährigen Firmengeschichte. Wir haben uns zum Ziel gesetzt, in Europa zu den fünf besten Einzelhandelsunternehmen in folgenden Umweltschutzfragen zu zählen:

- Verpackung und Recycling
- Grüne Energie
- Eco Store Konzept
- Transport und Logistik
- Bio Baumwolle

### 2. Gibt es C&A-Betriebsbereiche, in denen mit WE C&ARE bereits besondere Erfahrungen gesammelt worden sind?

Ja, diese gibt es. Lassen Sie mich beispielhaft einige Erfahrungen nennen. Mit der Eröffnung des Eco Store Mainz ist es uns gelungen, Ökologie und Ökonomie in beeindruckender Weise zusammenzuführen. Mit einer Reihe von Maßnahmen, wie z.B. dem stromsparenden Beleuchtungskonzept, einer intelligenten Lüftungssteuerung und der Photovoltaik-Anlage kann man hier ohne Frage von einem ganzheitlichen Ansatz sprechen. Ein weiteres gutes Beispiel ist unser umfangreiches Engagement für Bio Baumwolle. In 2009 werden wir europaweit rund 20 Mio. Bio Baumwoll Artikel anbieten, was einer Produktion von 12.000 Tonnen entspricht. Durch den Verzicht auf den Einsatz von Pflanzenschutzmitteln und künstlichen Düngemitteln ist dies ein wichtiger Beitrag für Mensch und Umwelt.

### 3. Unternehmen mit Lifestyle-Anspruch vermeiden es eher, öffentlich mit Umweltgedanken in Zusammenhang gebracht zu werden, um kein „Müsli-Image“ nachgesagt zu bekommen.

Wie passt WE C&ARE unter diesem Aspekt in die C&A-Strategie?

Das mag möglicherweise in der Vergangenheit der Fall gewesen sein. Heute machen wir ganz andere Erfahrungen und sehen dabei, wie groß das Interesse unserer Kunden an diesem Thema ist.

### 4. Welchen Nutzen erwartet die C&A-Leitung von WE C&ARE für das Unternehmen, und was haben die C&A-Kunden von dieser Initiative?

Mit WE C&ARE und weiteren Engagements in vielen Bereichen des Unternehmens formulieren wir unseren Anspruch an Qualität, Verantwortung, Klima- und Umweltschutz. Damit setzen wir uns Ziele, verbinden Ökologie und Ökonomie und kommen einem steigenden Anspruch des Konsumenten in Bezug auf nachhaltige Unternehmensführung nach.

### 5. Führt WE C&ARE dazu, dass die C&A-Kunden zukünftig tiefer in die Tasche greifen müssen?

Absolut nicht. Wir haben zum Beispiel die bewusste Entscheidung getroffen, den höheren Rohstoffpreis von Bio Baumwolle nicht an unsere Kunden weiterzugeben. Aber auch bei allen weiteren Engagements betrachten wir Umweltschutz als Investition in das Unternehmen und damit in die Zukunft.

**6. Bio Baumwolle umfasst beim Start nur einen Teil des Sortiments, wird bereits daran gedacht, den WE C&ARE-Anteil weiter zu erhöhen?**

Es ist unser Ziel, den Anteil von Bio Baumwolle am Gesamtsortiment kontinuierlich auszubauen. Beispielsweise konnten wir von 2008 auf 2009 die Gesamtmenge eingesetzter Bio Baumwolle von 8.000 auf 12.000 Tonnen steigern und gehören damit zu den größten Abnehmern von Bio Baumwolle weltweit. Dies ist nur möglich, in dem wir uns auch vor Ort in den Anbauländern im Rahmen von verschiedenen Projekten engagieren.

**7. Nachhaltiger Klimaschutz ist ein wesentliches Unternehmensziel. Welche Bedeutung bekommt dieser durch die B.A.U.M.-Mitgliedschaft für die C&A-Ökobilanz in 2009?**

C&A liegt der Klimaschutz sehr am Herzen und ist damit wesentlicher Bestandteil unseres nachhaltigen Engagements. Auch in anderen Bereichen hat uns die Erfahrung gezeigt, dass die Zusammenarbeit mit kompetenten und erfahrenen Organisationen sehr befruchtend wirkt. Wir sind sicher, dass durch unsere B.A.U.M.-Mitgliedschaft ein reger und konstruktiver Austausch entstehen wird. Immer mit dem Ziel, gemeinsam noch mehr für den Umwelt- und Klimaschutz zu tun.

Stand: 2009-03-10 C&A

## **Interview mit Herrn Prof. Dr. Gege, B.A.U.M. e. V.**

### **1. Was bedeutet es für B.A.U.M. nun C&A als neues Mitglied gewonnen zu haben?**

Mit C&A hat sich ein weiteres, sehr bedeutendes Handelsunternehmen und ein wichtiger Teil der Textilkette mit großem Einfluss auf die Kunden unserem Netzwerk angeschlossen. Gerade das Konsumverhalten der Verbraucher spielt bei der Realisierung einer nachhaltigen Entwicklung eine große Rolle. Die im Unternehmen verankerten Nachhaltigkeitsaktivitäten von C&A sind vorbildlich und werden von uns sehr begrüßt.

### **2. Welche Bedingungen stellt B.A.U.M. an seine Mitglieder und Aktionen wie WE C&ARE?**

Bedingung für die Aufnahme als Mitglied bei B.A.U.M. ist es, sich als Unternehmen konkrete, glaubwürdige und erreichbare Nachhaltigkeits-/Umweltziele zu setzen und diese aktiv umzusetzen. Ebenso sollte der B.A.U.M.-Ehrenkodex eingehalten werden. Das Thema Glaubwürdigkeit trifft genauso auf Aktionen wie „WE C&ARE“ zu.

### **3. Welchem Bereich von WE C&ARE - Produktsicherheit, Bio Baumwolle, Tragetaschen, Verpackung und Recycling, erneuerbare Energien, Eco-Store sowie Logistik und Transport - messen Sie die größte Bedeutung zu?**

Insgesamt gilt es, das Thema Nachhaltigkeit in der gesamten Wertschöpfungskette mit allen Akteuren der Kette erfolgreich umzusetzen. Derzeit besonders im Focus stehen, bezogen auf C&A, natürlich die Themen Energie/Klimaschutz und Bio Baumwolle. Das Energieeffizienzkonzept für die Eco-Stores, die Ausweitung des Einsatzes erneuerbarer Energien in den Filialen und der Ausbau der Bio-Cotton Kollektion zeigen sehr deutlich das große Engagement von C&A. Ein Beweis mehr, dass sich Nachhaltigkeit wirtschaftlich rechnet und einen wichtigen Klimaschutzbeitrag leistet.

### **4. Kann B.A.U.M. die C&A-Initiative WE C&ARE ergänzend unterstützen?**

Ja, B.A.U.M. wird die Aktivitäten von C&A, genauso wie auch die hervorragenden Aktivitäten anderer Mitgliedsunternehmen, im Rahmen seiner Möglichkeiten kommunizieren und unterstützen. Einbeziehung in Veranstaltungen, Aufnahme von redaktionellen Beiträgen in den B.A.U.M.-Medien (Newsletter, Website, Magazine „forum – Nachhaltig Wirtschaften“ und „forum CSR international“, Jahrbuch) oder auch Kommunikation im Rahmen von Konsumentenansprachen wie z.B. in Klimawettbewerben für Privathaushalte sind nur einige Beispiele für unsere Unterstützungsmaßnahmen.

### **5. Wie stehen Sie zu dem von Öko-Kritikern gern erhobenen Vorwurf, solche Initiativen würden eher die Konsumenten täuschen und dienen nur der Verbesserung des Firmen-Images? Die Rede ist vom sogenannten „Greenwashing“?**

Sicherlich gibt es das sogenannte „Greenwashing“. Aber das bereits langjährige hervorragende Umwelt- und Nachhaltigkeitsengagement von C&A besteht erfolgreich. Das Konzept ist durchgängig, glaubhaft, transparent und hat bereits viele Erfolge vorzuweisen. Die umfassende Nachhaltigkeitsstrategie entlang der Wertschöpfungskette ist für uns sehr überzeugend und C&A hat ja in den kommenden Jahren noch einiges vor.

## **6. Wie überwacht B.A.U.M. die Einhaltung der selbstauferlegten Verpflichtungen von seinen Mitgliedsfirmen?**

Dies geschieht z.B. durch persönliche Gespräche, Analyse der Unterlagen wie Pressemeldungen und Nachhaltigkeitsberichte. Zudem findet natürlich eine „externe Überwachung“ durch die Öffentlichkeit (Kunden, Medien etc.) statt. Vertrauen und Glaubwürdigkeit sind oberstes Gebot.

## **7. Welche Vorteile hat ein Unternehmen durch eine B.A.U.M. Mitgliedschaft?**

Das Unternehmen hat durch seine Mitgliedschaft zahlreiche Möglichkeiten. Hierzu gehören u.a.: Informations- und Erfahrungsaustausch mit anderen Mitgliedern, Kommunikation über die B.A.U.M.-Medien, Kontakte zu Politik und Verbänden, Mitwirkung oder Unterstützung von Projekten u.v.m. Darüber hinaus kann das Mitglied von dem positiven Image von B.A.U.M. (z.B. führende Position im Ranking Deutsche Standards) profitieren. Durch die Mitwirkung in verschiedenen Beiräten und Juries kann B.A.U.M. herausragende Mitglieder auch für Umweltpreise vorschlagen bzw. mit dem B.A.U.M.-Umweltpreis auszeichnen.

## **8. Welche Bedeutung hat es für die Textil-Branche, wenn sich ein Riese wie C&A nun B.A.U.M. anschließt und eine Aktion wie WE C&ARE startet?**

Die B.A.U.M.-Mitgliedschaft ist ein Beweis dafür, dass C&A der Nachhaltigkeitsstrategie und deren Umsetzung eine große Bedeutung für den Geschäftserfolg beimisst. Die Bedeutung des Themas Nachhaltigkeit und insbesondere die Bereiche Klimaschutz, Biodiversität, Energie, Ressourcenschutz und der Bereich Soziales, z.B. Verbesserung der Lebenssituation von 30.000 indischen Farmern nehmen zu und insofern ist es auch ein positives Signal für die gesamte Branche.