

Presse Information

COTTON COUNCIL INTERNATIONAL



COTTON USA Nachhaltigkeitskonferenz 2009

Düsseldorf, 02. Dezember 2009 – „Sustainability – A Driver for Business Growth“ war das Thema einer europäischen Konferenz, die das Cotton Council International (CCI) Anfang November in Budapest veranstaltete. Teilnehmer und Referenten bescheinigten der Veranstaltung höchste Qualität, Relevanz und Einzigartigkeit in allen Veranstaltungspunkten.

Die europäische COTTON USA-Konferenz in Budapest widmete sich Schlüsselfragen von Industrie, Handel und Verbrauchern zum Thema Nachhaltigkeit unter Berücksichtigung entscheidender ökologischer, sozialer und wirtschaftlicher Aspekte. Eingeladen waren Vertreter des europäischen Bekleidungs- und Heimtextilmarktes.

Internationale Experten aus Wissenschaft, Industrie, Handel und Marketing referierten und diskutierten gemeinsam mit CCI über wesentliche Entwicklungen und Voraussetzungen von der Faser- und Gewebeproduktion bis hin zum Endprodukt - einschließlich, Ausrüstung, Nachweisführung, Zertifizierung, Labeling und Verbrauchermarketing. Im Mittelpunkt stand die praktische Herausforderung an alle Stufen der textilen Kette, Nachhaltigkeit als Unternehmensstrategie zu implementieren. Erste Voraussetzung für eine erfolgreiche und wirtschaftlich erfolgreiche Umsetzung sei, Nachhaltigkeit als gesamtunternehmerisches Ziel zu erklären, Maßnahmen und Erwartungen zu definieren und die Umsetzung durch alle Unternehmensbereiche zu steuern. Dies kann nur von der Unternehmensführung ausgehen.

Spitzenmanager führender europäischer Unternehmen berichteten auf der COTTON USA-Konferenz über eigene Erfahrungen, Probleme und erfolgreiche Konzepte sowie nächste Schritte und Zielsetzungen. Die interaktive Einbindung der Zuhörer sorgte für lebhaften und offenen

Presse Information

COTTON COUNCIL INTERNATIONAL



Meinungsaustausch. Einig war man sich darüber, dass echte Partnerschaften in der Supply Chain zunehmend an großer Bedeutung gewinnen. Nur gemeinsam könne man die gesetzten Ziele erreichen. Wichtig sei, dass man auf allen Stufen versteht, was erreicht werden soll, um somit auf jeder Stufe der Beschaffungskette an einer bestmöglichen nachhaltigen Produktion mitzuarbeiten. Kommunikation und intensiver Austausch seien gefragt. Für Drittländer bedeute dies vor allem auch eine intensive Schulung und Ausbildung der Mitarbeiter. Somit entfielen auch eine kostenintensive nachträgliche Nachweisführung vom Endprodukt rückwärts. Wirtschaftlich ein interessanter Faktor, da somit die oft sehr hohen Kosten für eine nachträgliche Zertifizierung entfielen. Einhellig war man der Meinung, dass der Konsument auf keinen Fall, mehr für ein umweltfreundliches Produkt zahlen will.

Die Nachhaltigkeitskonferenz von Cotton Council International beleuchtete die Thematik in ihren vielfältigen Facetten und zeigte auf, dass das Streben nach Nachhaltigkeit ein immerwährender Prozess ist.

„Nachhaltigkeit ist kein statisches Konzept und kein Begriff mit einer einzigen Definition. Es gibt nicht nur einen Weg zur Nachhaltigkeit und nicht nur eine richtige Lösung“, erklärt Allen A. Terhaar, Executive Director CCI. „Die Kernbotschaft von Nachhaltigkeit (= Erfüllung gegenwärtiger Bedürfnisse, ohne dabei die Bedürfniserfüllung zukünftiger Generation zu beeinträchtigen) und ihrer Umsetzung befindet sich in permanenter Entwicklung und es gibt viele Wege nach Rom. Entscheidend für unsere Welt und die Welt, die wir unseren Kindern hinterlassen ist, dass wir alle unser Bestes versuchen, in allen Lebensbereichen nachhaltige Prinzipien best möglich einzubeziehen – im täglichen Leben und in unserem Business.“

Baumwolle ist die bedeutendste Naturfaser mit knapp 80% Weltmarktanteil. Im globalen Textil- und Bekleidungsmarkt generiert der Baumwollsektor jährliche Hunderte Billionen Dollar Einkünfte für die Weltwirtschaft und steht in Hunderte Millionen von Arbeitsplätzen. Cotton Council International (CCI) ist der Überseemarketingarm des National Cotton Council of America (NCC). 1989 führte CCI das Markenzeichen COTTON USA ein,

Presse Information

COTTON COUNCIL INTERNATIONAL



das die Vorteile der USA-Baumwolle bis hin zum Verbraucher kommuniziert. In Lizenz erteilt CCI die Rechte zur Nutzung des Markenzeichens COTTON USA. Die Lizenz gilt für reine Baumwollprodukte, die zu 50 bis 100 Prozent aus US-amerikanischer Baumwolle bestehen. Weltweit tragen heute mehr als 357 Millionen Textil- und Bekleidungsprodukte das Markenzeichen COTTON USA.