



C A warnt vor Lieferengpässen bei Biobaumwolle

C A warnt vor Lieferengpässen bei Biobaumwolle - Broschüre "Lets take Bio Cotton to everyone every day" Düsseldorf, den 8. April 2014. Die globale Produktion von Biobaumwolle nimmt weiter ab, trotz der steigenden Nachfrage in den internationalen Märkten. Begleitet wird diese Entwicklung von ökologischen, sozialen und ökonomischen Auswirkungen für alle Beteiligten entlang der weltweiten Lieferkette für Biobaumwolle. Gemessen an der weltweiten Baumwollproduktion beträgt der heutige Anteil an Biobaumwolle gerade einmal 1 Prozent. C A Europa, das sich bereits seit 10 Jahren für die Förderung des Anbaus von Biobaumwolle einsetzt, ist es ein besonderes Anliegen, diesem Rückschritt entgegenzuwirken. Thorsten Rolfes, Head of Corporate Communications Europe, erläutert: "Wir befinden uns jetzt an einem kritischen Punkt, an dem die Nachfrage nach Biobaumwolle das Angebot überholt. Die damit verbundene Unsicherheit über die Verfügbarkeit droht langfristige Investitionen in Biobaumwolle zu gefährden." Nachdem die weltweite Produktion von Biobaumwolle noch bis zum Jahr 2011 kontinuierlich anstieg, sind die Ernteerträge in der Folgezeit um 8 Prozent gesunken. Und das ungeachtet der Tatsache, dass gleichzeitig 50 Prozent der produzierenden Länder ihre Biobaumwollproduktion erhöhten. Die Gründe hierfür liegen u. a. in der Unkenntnis über biologische Anbaumethoden und der fehlenden Zusammenarbeit der Gemeinschaften. Um auf diese Problematik aufmerksam zu machen, veröffentlicht C A jetzt die Broschüre "Lets take Bio Cotton to everyone every day". Diese informiert umfassend über den Mehrwert sowie die aktuellen Herausforderungen des Biobaumwollanbaus, und zeigt dabei die Chancen für alle Beteiligten entlang der globalen Lieferkette auf. In einer besonderen Verantwortung sieht C A hier die Textilunternehmen. Markenunternehmen spielen eine Schlüsselrolle in der Entwicklung von Biobaumwolle als nachhaltige Ressource. Obwohl bereits einige Unternehmen aktiv geworden sind, zeigt die Versorgungskrise, dass noch viel mehr getan werden muss. Kooperation ist dabei das zentrale Stichwort - die Zusammenarbeit mit Experten, Gemeinschaften und Regierungen vor Ort leistet einen wichtigen Beitrag, das volle Potenzial von Biobaumwolle auszubilden", so Rolfes. "Aber nicht nur in den Produktionsländern, auch auf den Absatzmärkten können Unternehmen etwas bewirken, indem sie ihre Kunden für das Thema Biobaumwolle sensibilisieren. Unsere Erfahrung zeigt, dass es sehr wohl möglich ist, Bewusstsein zu schaffen, die Nachfrage zu bedienen und gleichzeitig Gewinn zu erzielen." C A ist derzeit der größte Abnehmer von Biobaumwolle und hat im Geschäftsjahr 2013 mehr als 100 Millionen Produkte aus Biobaumwolle verkauft - wiederholt ein deutlicher Anstieg zum Vorjahr. Damit liegt der Biobaumwollanteil an der gesamten Baumwoll-Kollektion bei 38 Prozent. Sämtliche Baumwolle in mit Bio Cotton gekennzeichneten C A Produkten ist zu 100 Prozent zertifizierte Biobaumwolle - nie eine Mischung. Die verarbeitete Biobaumwolle, die ohne den Einsatz von Pestiziden und künstlichen Düngemitteln kultiviert wird, stammt zu 75 Prozent aus von der C A Foundation unterstützten Farmprojekten - davon profitieren rund 60.000 Farmer in Indien. Im Mittelpunkt der Sozial- und Umweltprogramme stehen die Gemeinden in den Anbaugebieten mit dem Ziel, eine Verbesserung der Lebensbedingungen der dort arbeitenden Baumwoll-Farmer zu erreichen. So werden u. a. Projekte zur Tropfenbewässerung und zur Bereitstellung von Biosaatgut realisiert sowie Schulungen für die Farmer und andere wichtige Partner der Biobaumwoll-Lieferkette durchgeführt. In diesem Zeichen steht auch "CottonConnect", ein unabhängiges Unternehmen, das C A in Partnerschaft mit Textile Exchange und der Shell Foundation gegründet hat. Das Ziel von "CottonConnect" ist es, durch die Zusammenarbeit mit 22 Textileinzelhändlern und Modemarken die weltweiten Lieferketten für Baumwolle nachhaltiger zu gestalten. Hierbei werden alle erzielten Gewinne ausschließlich reinvestiert. Das langfristige Unternehmensziel von C A ist es, bis zum Jahr 2020 die gesamte Baumwoll-Kollektion aus nachhaltigem Anbau zu beziehen. Gleichzeitig unterstützt die C A Foundation eine Reihe von Initiativen zur Förderung des Bioanbaus und zur Verbesserung der Lebensbedingungen der Farmer. In Zusammenarbeit mit CottonConnect veranstaltete die Foundation kürzlich den ersten Organic Cotton Roundtable in Indien als "Call to Action", um die beteiligten Interessensvertreter an einen Tisch zu bringen und dem Produktionsrückgang zu begegnen. Weitere Informationen zum Thema Biobaumwolle von C A sowie die Broschüre "Lets take Bio Cotton to everyone every day" finden Sie unter www.cunda.de/biocotton. Über C A Europa: C A Europa gehört mit über 1.575 Filialen in 21 europäischen Ländern und mehr als 37.500 Mitarbeitern zu den führenden Mode-Einzelhandelsunternehmen in Europa. C A Europa ist ein Unternehmen der Cofra Holding AG.

Pressekontakt

C&A Mode GmbH & Co. KG

4021140468 Düsseldorf

lars.boelke@canda.com

Firmenkontakt

C&A Mode GmbH & Co. KG

4021140468 Düsseldorf

lars.boelke@canda.com

Heute gehört C&A in großen Teilen Europas zum Stadtbild. Täglich besuchen rund zwei Millionen Menschen unsere Filialen. Doch viele von ihnen wissen nicht, was sich hinter den beiden Buchstaben für eine Geschichte verbirgt. Diese begann nämlich schon im 17. Jahrhundert, wo die Vorfahren der späteren Unternehmegründer Clemens und August Brenninkmeijer, deren Anfangsbuchstaben noch heute das Firmenlogo bilden, als Warenhändler europaweit mit Textilien handelten. Die beiden Brüder waren 200 Jahre später vorwiegend im deutsch-niederländischen Raum tätig und verkauften in alter Familientradition Stoffe. Sie waren es, die 1841 im friesischen Sneek ihr Unternehmen C&A Brenninkmeijer gründeten. Dies war der Beginn einer bis heute andauernden Erfolgsgeschichte.