C A Bio Cotton Siegel als besonders empfehlenswert ausgezeichnet

C
A Bio Cotton Siegel als besonders empfehlenswert ausgezeichnet

Verbraucherinitiative Label-online lobt C
As Biobaumwoll-Kollektion Bio Cotton Düsseldorf, 20. November 2014. Die Verbraucher Initiative e.V. hat das Bio Cotton-Siegel von C
A mit der Bestnote "besonders empfehlenswert" ausgezeichnet. Das Siegel erhielt in den vier Kategorien Anspruch, Unabhängigkeit, Kontrolle und Transparenz jeweils die volle Punktzahl. Damit reiht es sich in die Spitzengruppe der Nachhaltigkeitslabels, zu der auch das bekannte Fairtrade-Siegel zählt, ein. Die Verbraucher Initiative, der Bundesverband kritischer Verbraucherinnen und Verbraucher, würdigt das C
A Bio Cotton-Siegel in seiner Bewertung als "anspruchsvolle Marke, die wesentlich zu ökologischen und sozialen Verbesserungen beim Anbau von Baumwolle und deren Verarbeitung zu Textilien beiträgt und deswegen als Nachhaltigkeitsmarke bezeichnet werden kann."
Thorsten Rolfes, Head of Corporate Communications Europe, freut sich über die Auszeichnung: "C
A setzt sich seit über zehn Jahren für die Förderung des Anbaus von Biobaumwolle ein. Für uns ist die se Auszeichnung ein Beweis, dass wir damit auf dem richtigen Weg sind. Wir sehen die Bestnote aber keinesfalls als Grund uns nun zurückzulehnen, sondern vielmehr als Ansporn weiter zu machen."
Hinter dem Bio Cotton-Siegel, das in der C
A-Marken- und Unternehmenskommunikation verwendet wird, stehen zwei renommierte internationale Labels: Der Organic Content Standard (OCS) sowie der Global Organic Textile Standard (GOTS). OCS stellt dabei sicher, dass C
As Bio Cotton-Produkte aus 100 Prozent biologisch angebauter Baumwolle bestehen - nie eine Mischung . GOTS ist ein Textilverarbeitungsstandard f ü r biologische Fasern, der ökologische und soziale Kriterien - etwa Menschenrechte und Arbeitsbedingungen - beinhaltet und die gesamte Textillieferkette unabhängig zertifiziert. In beiden Fällen wird der Weg der Biobaumwolle durch unabhängige Zertifizierer (z.B. Control Union) nachverfolgt und verifiziert, um die Unabhängigkeit des Siegels sicherzustellen. C
A kann so für alle Bio Cotton-Textilien ein Transaktionszertifikat vorlegen und das C
A Bio Cotton-Siegel für seine Kunden einheitlich und klar ersichtlich auszeichnen.
Das Unternehmensziel von C
A ist es, bis zum Jahr 2020 die gesamte Baumwoll-Kollektion aus nachhaltigem Anbau zu beziehen. Im Geschäftsjahr 2013 verkaufte C
A bereits 110 Millionen Produkte aus Biobaumwolle, dies entsprach 38 Prozent am Gesamtumsatz für Baumwolle. 2014 hat C
A eine Steigerung auf rund 130 Millionen verkauften Biobaumwoll-Produkten geplant.
"Um unsere Kunden für das Thema Biobaumwolle zu sensibilisieren, haben wir ein breites Angebot an Bekleidung für die ganze Familie entwickelt . Die höheren Produktionskosten für Biobaumwolle wurden und werden nicht an unsere Kunden weitergegeben", erklärt Rolfes. "Damit wollen wir unseren Beitrag leisten, Produkte aus Biobaumwolle noch stärker im Bewusstsein unserer Kunden zu verankern und zu beweisen, dass nachhaltig nicht immer mehr kosten muss."
C
As Engagement geht jedoch über den Verkauf hinaus. 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.
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.
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 die Verbraucher Initiative e.V. (Bundesverband):
Die VERBRAUCHER INITIATIVE e.V. ist der 1985 gegründete Bundesverband kritischer Verbraucherinnen und Verbraucher. Der Schwerpunkt der Arbeit liegt auf der ökologischen, sozialen und gesundheitlichen Verbraucherarbeit. Seit 2000 bewertet die VERBRAUCHER INITIATIVE e.V. Label auf www.label-online.de .
Über C
A Deutschland:
Mit mehr als 1.575 Filialen in 21 europäischen Ländern ist C
A eines der führenden Modehandelsunternehmen Europas. C
A begrüßt jeden Tag mehr als zwei Millionen Besucher in seinen Filialen und bietet Mode in guter Qualität zu günstigen Preisen für die ganze Familie. C
A Europa ist ein Unternehmen der Cofra Holding AG. Zusätzlich zu den europäischen Filialen ist C
A auch in Brasilien, Mexiko und China präsent. Für weitere Informationen besuchen Sie unsere Website: www.canda.com .

C
A Mode GmbH
 Co. KG
Wanheimer Straße 70
40468 Düsseldorf
Telefon: +49 (0) 211 9872 2747
Telefax: +49 (0) 211 9872 2748
Mail: Presse@CundA.de
URL: http://www. c-and-a.com
<img src="http://www.pressrelations.de/new/pmcounter.cfm?n_pinr_=581768" width="1" height="1">

Pressekontakt

C&A Mode GmbH & Co. KG

40468 Düsseldorf

c-and-a.com
Presse@CundA.de

Firmenkontakt

C&A Mode GmbH & Co. KG

40468 Düsseldorf

c-and-a.com
Presse@CundA.de

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 Unternehmesgründer 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 friesländischen Sneek ihr Unternehmen C&A Brenninkmeijer gründeten. Dies war der Beginn einer bis heute andauernden Erfolgsgeschichte.