

Nachhaltigkeit entlang der ganzen Wertschöpfungskette

Die Remei AG in Rotkreuz ist ein Pionier im Biobaumwollbereich. Die Firma arbeitet seit über 25 Jahren an einer Textilkette, die ökologisch, sozial und ökonomisch vorbildlich ist. Dafür erhielt das Unternehmen mehrere Auszeichnungen, unter anderem auch von der Uno. Wirtschaftlich geht es dem Garn- und Bekleidungsunternehmen gut – es erzielte im vergangenen Jahr einen Umsatz von 28 Millionen Franken.



Patrick Hohmann: «Wir sagen, wie wir unseren Gewinn verwenden.»

Die Remei AG beeindruckt durch ihre umfassende Wahrnehmung von Verantwortung gegenüber Mitarbeitenden, Lieferanten, Partnern, Kunden und Umwelt. Sie hat klar eine Vorreiterrolle im Bereich Biobaumwolle und fairer Handel, die sie seit über zwei Jahrzehnten ausgebaut hat. In einem Selbstporträt sprechen Sie von «Respekt ist das Schlüsselwort: gegenüber den Menschen, den Ressourcen und der Natur». Was ist die Motivation für das aussergewöhnliche Engagement?

Patrick Hohmann, CEO und Verwaltungsratspräsident der Remei AG: Die Motivation kommt beim Tun. Am Anfang war Biobaumwolle eher ein Hobby. Dann sind wir Schritt für Schritt weitergegangen und sind sukzessive auf die verschiedenen nachfolgenden Themen gestossen. Wir arbeiten uns sozusagen von Thema zu Thema vor. Eine der ersten Herausforderungen war das Problem der Verschuldung

der Bauern. Dann kam die kommerzielle Ausrichtung, dann fanden wir den Partner Coop, dann begannen wir ökologische Textilien herzustellen. Später bauten wir ein Inputmanagement auf, zum Beispiel mit dem Ziel, dass in der Färberei keine Giftstoffe verwendet werden, die wir nicht wollen. Spannend ist es, wenn sich Synergien ergeben und Kreise schliessen. Da kann ich ein aktuelles Beispiel geben: Unser Ziel ist, bis in vier Jahren CO₂-neutral zu werden. Diejenigen CO₂-Emissionen, die wir hier nicht durch Prozessoptimierung reduzieren können, werden im Anbaugelände kompensiert. Wir möchten für die dortigen Bauernfamilien rauchfreie Öfen bauen, die den Holzverbrauch um die Hälfte reduzieren. Das ist wichtig, denn die meisten Familien kochen mit traditionellen Holzöfen, was einerseits sehr viel Holz benötigt und andererseits zu Rauchbildung im Haus führt und insbesondere für Frauen und Kinder ein Gesundheitsrisiko ist. Von unseren früheren Aktivitäten her bestand bereits ein Projekt mit Selbsthilfegruppen für arbeitslose Jugendliche. Wir haben sie gefragt, ob sie den Bau der Öfen übernehmen würden. Jetzt bauen 450 Leute 3400 Öfen. Das nenne ich eine echte Win-win-Situation.

Im Vorwort des letzten Geschäftsberichtes schreiben Sie: «Die Welt will, soll und muss sich verändern.» Welches sind Ihre Visionen?

Als ich das geschrieben habe, wurde die Finanzkrise so richtig

sichtbar. Ich bin der Meinung, dass zu wenig Geld in die Arbeit fließt und zu viel ins Administrative und in das Sicherstellen von Gewinnen und Vermögenswerten.

Die Welt muss andere Werte schaffen. Es geht nicht mehr darum, noch grösser und breiter zu werden. Was wir produzieren und erwirtschaften soll den Mitarbeitenden und den Menschen allgemein zugute kommen, und nicht Individualprofiten. Wir in der Remei leben sehr gut mit dieser Idee. Wir wollen unsere Partner stärken, zum Beispiel die Bauern, welche für uns Baumwolle anbauen. So schaffen wir Schritt für Schritt bessere Qualität. Dann fühlen sich die Menschen stolzer und würdevoller. Das könnte doch ein Weg sein.

Sie zeigen fast schon exemplarisch, wie sich die Ansprüche von Umwelt, Gesellschaft und Wirtschaft über die ganze Wertschöpfungskette hinweg in Einklang bringen lassen und wie Nachhaltigkeit als Teil der Businessidee zum Erfolgsfaktor werden kann. Transparenz ist dabei ein Grundsatz des Unternehmens. Weshalb?

Wenn man transparent ist, entscheidet man immer zum Wohle der Gemeinschaft. Damit meine ich nicht, dass man sozialistisch oder kommunistisch werden soll. Wenn ich meine Handlung transparent kommunizieren kann, dann habe ich alles in Betracht gezogen und eine gute Lösung gefunden. Wenn ich eine schlechte Lösung habe, muss ich die Transparenz reduzieren,

sonst werde ich von allen angegriffen. Wenn ich transparent sein kann, dann komme ich in die Nähe der Wahrheit.

Wir versuchen so konsequent wie möglich transparent zu sein. Wir kommunizieren, wie wir unseren Gewinn verwenden. Zuerst werden den Bauern, welche uns Baumwolle liefern, die Prämien bezahlt, und erst in einem nächsten Schritt wird der verbleibende Gewinn auf die Mitarbeitenden, die Dividenden und die Firma verteilt.

Ihr ganzes Geschäftsmodell, die Strategie und die Struktur sind konsequent auf Nachhaltigkeit ausgerichtet; es ist die Basis des unternehmerischen Erfolgs geworden. Und das trotz höherer Preise in einer konkurrenzstarken Branche. Welches sind oder waren die grössten Widerstände oder Probleme, mit denen Sie zu kämpfen haben und hatten?

Im Anbau der Baumwolle hatten wir immer wieder Schwierigkeiten. Man muss sehr streng sein und auch immer wieder einen Bauern ausschliessen. Wir müssen ständig fordern und Grenzen setzen. Bio darf in der Qualität nicht schlechter sein. Letztes Jahr ergab ein Test der Zeitschrift «K-Tipp», dass die Qualität unserer T-Shirts die beste der Schweiz ist. Darauf sind wir natürlich stolz. Es ist uns gelungen, die ganze Kette nachhaltig zu gestalten und gleichzeitig das beste T-Shirt zu machen. Man muss ständig das ganze Netzwerk prüfen, das ist sehr komplex.

Eine weitere Herausforderung



Die Bauern in Tansania und Indien haben im letzten Jahr für die Remei über 4300 Tonnen Biobaumwolle produziert.

ist, dass der Ertrag der Ernte sehr unterschiedlich ausfällt. Wir verstehen uns als Dienstleister für die Bauern und bieten ihnen eine Abnahmegarantie. Um die Schwankungen der Ernte auszugleichen, haben wir einen «Ausgleichstopf» eingerichtet. Dieses Jahr hatten wir in Tansania eine riesige Ernte und wir haben mehr Baumwolle gekauft, als wir verkaufen konnten. Diese zusätzliche Ware wurde aus dem genannten «Topf» bezahlt. Wir wollen für unsere Partner verbindliche Ketten schaffen. Das war und ist nicht immer einfach, aber es zahlt sich letztlich aus.

Welche Rahmenbedingungen würden Sie gerne verändern?

Bei unseren Aktivitäten in Afrika stellen wir fest, dass es sehr schwierig ist, Kapital zu bilden. In der Schweiz konnten wir über die Jahre Kapital bilden. In Tansania zum Beispiel versucht der

Staat, da er bankrott ist, den Gewinn abzuschöpfen, noch bevor wir ihn realisiert haben. So gelingt es nicht, Kapital zu bilden und eine gesunde Infrastruktur aufzubauen. Ich wünsche mir auch dort eine firmenfreundliche Politik – und bezahlbare Zinsen.

Zum Schluss noch eine ganz persönliche Frage: Was bedeutet für Sie Lebensqualität?

Von oben bis unten in Biobaumwolle eingekleidet zu sein! (lacht) Für mich ist Lebensqualität, wenn ich auf dieser Welt etwas gestalten kann, das vielen zum Wohl gereicht. Ich habe in Indien einmal Rajeev Baruah, einem Partner von uns, ein Buch geschenkt und hineingeschrieben: «May our friendship be of benefit to others – möge unsere Freundschaft anderen zum Wohl gereichen.»

Interview: Sabina Döbeli und Daniel Straub

Garn- und Bekleidungsunternehmen

Die Remei AG ist ein Garn- und Bekleidungsunternehmen, welches vor 25 Jahren gegründet wurde. Das Unternehmen verkauft Garne und stellt modische Kleidung aus Biobaumwolle her. Als Netzwerkmanager koordiniert und kontrolliert die Firma die gesamte Textilkette, vom Anbau der Biobaumwolle in den BioRe-Projekten in Indien und Tansania bis zum fertigen Produkt. Die Textilien werden nach klar definierten sozialen Kriterien und unter umweltschonenden Bedingungen (z.B. Färbung ohne toxische Schwermetalle) hergestellt.

Im vergangenen Jahr hat das Unternehmen 4320 Tonnen Biobaumwolle produziert. Die Produkte (Fasern, Garne, Gewebe und Bekleidung) werden ausschliesslich aus Biobaumwolle hergestellt. Für die inzwischen über 11000 Produzenten in Indien und Tansania bringt der Bioanbau und die langfristige Integration in die Textilkette grosse Vorteile wie die Verbesserung der Bodenfruchtbarkeit und geringere Produktionskosten. Produziert wird nach der Europäischen Verordnung über den biologischen Anbau (EU 834/2007). Die Zertifizierung wird durch die Schweizer

Firma Bio-Inspecta durchgeführt. Im letzten Jahr hat die BioRe Tansania erstmals die Richtlinien des amerikanischen Biostandards NOP erfüllt; sie verfügt nun über die NOP-Zertifizierung für den amerikanischen Markt. Zur Förderung des Bioanbaus und zur Unterstützung bedürftiger Kleinproduzenten hat die Remei die BioRe-Stiftung gegründet: Sie fördert die biologische bzw. die biodynamische Landwirtschaft, insbesondere betreffend Baumwolle als nachhaltige Lebensgrundlage. Zudem werden in diesem Bereich bedürftige Bauernfamilien in Indien und Tansania unterstützt. Schwerpunkte der Stiftung sind:

- Infrastrukturaufbau in den Bereichen Bildung, Gesundheit, Ernährung und Landwirtschaft

- Organisationsaufbau und Kapitalbildung

Die Stiftung unterstützt diverse soziale Projekte. 10264 BioRe-Bauern werden durch individuelle Unterstützung gestärkt, und durch Gemeinschaftsprojekte werden die Lebensbedingungen für die lokale Bevölkerung verbessert. Die Stiftung wird durch 20 Prozent des Gewinns der Remei sowie freiwillige Kundenbeiträge finanziert.



Die BioRe-Stiftung fördert auch den Bereich Bildung.

Öbu – Netzwerk für nachhaltiges Wirtschaften, Uraniastrasse 20, 8001 Zürich, Tel. 044 364 37 38, Fax 044 364 37 11, info@oebu.ch, www.oebu.ch