

DTB

• **Dialog . Trust . Business**
• The fashion and
• textile community

DTB Leitfaden

zur Einhaltung von Sozialstandards
in der Textil- und Bekleidungsindustrie

Inhaltsverzeichnis

| | | |
|---------|--|----|
| 1 | <u>EINFÜHRUNG</u> | 9 |
| 2 | <u>ZIELSETZUNG DER BROSCHÜRE</u> | 10 |
| 3 | <u>WISSENSCHAFTLICHER ANSATZ</u> | 11 |
| 4 | <u>DIE BEDEUTUNG VON CSR IN DER SUPPLY CHAIN</u> | 12 |
| 5 | <u>DARSTELLUNG DER AKTEURE IM BEREICH CSR</u> | 15 |
| 5.1 | STAATLICHE UND ZWISCHENSTAATLICHE ORGANISATIONEN | 15 |
| 5.2 | INITIATIVEN VON INTERESSENGRUPPEN | 15 |
| 5.3 | PRIVATE INITIATIVEN | 20 |
| 6 | <u>TEXTIL- UND BEKLEIDUNGSINDUSTRIE – (WER ARBEITET WIE ?)</u> | 23 |
| 6.1 | BESCHAFFUNGSMÄRKTE | 23 |
| 6.2 | BESCHAFFUNGSRISIKEN | 23 |
| 6.3 | WAS TREIBT UNTERNEHMEN BEIM THEMA SOZIALSTANDARDS AN? | 25 |
| 6.4 | ÖFFENTLICHKEIT UND KUNDEN | 26 |
| 6.5 | SOZIALE UNTERNEHMERISCHE VERANTWORTUNG | 28 |
| 6.6 | INNOVATION, PRODUKTNUTZEN | 32 |
| 6.7 | ÖFFENTLICHES VERGABERECHT | 33 |
| 7 | <u>EINFÜHRUNGSSTRATEGIEN (WAS MÜSSEN WIR TUN?)</u> | 33 |
| 7.1 | BESTANDSAUFNAHME | 33 |
| 7.2 | BEWERTUNG | 38 |
| 7.3 | DEFINITION DER ZIELE/HANDLUNGSFELDER | 38 |
| 7.4 | IM VERTRIEB | 39 |
| 7.5 | IN DER PRODUKTENTWICKLUNG | 39 |
| 7.6 | IM BEREICH BESCHAFFUNG, TECHNIK | 39 |
| 7.7 | IN DEN UNTERNEHMENSINTERNEN ABLÄUFEN | 40 |
| 7.8 | IN DEN REGELUNGEN/VERTRÄGEN MIT EXTERNEN PARTNERN | 40 |
| 7.9 | MODELL DES RELATIVEN NEUBEGINNS (ERSTBESCHÄFTIGUNG MIT DEM THEMA) | 41 |
| 7.10 | ENTWICKLUNG EINES PROZESSMODELLS | 43 |
| 7.11 | NOTWENDIGE DOKUMENTATION | 43 |
| 7.12 | ERPROBTE VORGEHENSWEISE | 44 |
| 8 | <u>SCHRITTE DER UMSETZUNG (WIE SOLLTEN WIR ES TUN?)</u> | 52 |
| 8.1 | IM EIGENEN UNTERNEHMEN | 52 |
| 8.1.1 | VERANKERUNG VON CSR IN DER UNTERNEHMENSFÜHRUNG | 52 |
| 8.1.1.1 | Strategie | 53 |
| 8.1.1.2 | Risiko-Management | 53 |
| 8.1.2 | ZUORDNUNG DER FUNKTION IN DIE HIERARCHIE DER ORGANISATION | 54 |
| 8.1.3 | QUALIFIZIERUNG/QUALIFIZIERUNGSBEDARF | 58 |
| 8.1.4 | ENTWICKLUNG VON „REGELSCHULUNGEN“ | 59 |
| 8.1.5 | CHANGE-MANAGEMENT IM BEREICH DESIGN, BESCHAFFUNG, TECHNIK UND VERTRIEB | 59 |
| 8.1.6 | PROZESSMANAGEMENT | 61 |
| 8.1.7 | FESTLEGUNG DER NOGOS, PROZESSKENNZAHLEN, MESSPUNKTE- UND –INTERVALLE | 62 |
| 8.1.8 | RISIKO-BEWERTUNG | 62 |
| 8.1.8.1 | Länder/Partner | 63 |
| 8.1.8.2 | Produkt/Menge | 64 |
| 8.1.8.3 | Transparenz der Lieferkette | 64 |

DTB-Leitfaden zur Einhaltung von Sozialstandards in der Textil- und Bekleidungsindustrie

| | | |
|-----------|--|------------|
| 8.1.8.4 | Prozesse und Zeitspannen für Veränderung | 65 |
| 8.1.8.5 | Systemanbieter (Nachweisformen und Zertifikate) | 66 |
| 8.1.9 | PRÜFUNG DER VORHANDENEN DOKUMENTATION/FESTLEGUNG DES NOTWENDIGEN DOKUMENTATIONSAUFWANDES | 67 |
| 8.1.10 | GESCHÄFTSLEITUNGSBERICHT | 67 |
| 8.1.11 | GL-BEWERTUNG UND MAßNAHMEN | 67 |
| 8.2 | IN DER BESCHAFFUNGSKETTE | 68 |
| 8.2.1 | EINFÜHRUNG IN DIE THEMATIK | 68 |
| 8.2.2 | AUDIT DURCH DEN AUFTRAGGEBER | 68 |
| 8.2.2.1 | Qualifikation | 69 |
| 8.2.2.1.1 | Schulungen zur „awareness“ für Management | 69 |
| 8.2.2.1.2 | Schulungen für Kader | 69 |
| 8.2.2.2 | Kostenbewertung | 69 |
| 8.2.3 | BEWERTUNG UND MAßNAHMEN | 70 |
| 8.2.4 | STRATEGIEN FÜR EIN FOLLOW-UP | 70 |
| 8.2.5 | PROZESSANPASSUNG IN DIVERSEN BEREICHEN | 72 |
| 8.2.6 | GRUNDSÄTZLICHE „LESSONS LEARNED“ IN DER ZUSAMMENARBEIT MIT PARTNERBETRIEBEN | 72 |
| <u>9</u> | <u>PLAN, DO, CHECK, ACT (WER MACHT WAS BIS WANN?)</u> | <u>74</u> |
| 9.1 | VERFÜGBARKEIT DER SYSTEMDIENSTLEISTER IM JEWEILIGEN LAND | 74 |
| 9.2 | ANGEBOTSPHASE | 75 |
| 9.3 | AUDITIERUNGSPROZESS | 75 |
| 9.3.1 | VORBEREITUNG | 75 |
| 9.3.2 | SCHULUNG | 75 |
| 9.3.3 | INTERNES AUDIT | 76 |
| 9.3.4 | NACHWEISAUDIT | 76 |
| 9.3.5 | CORRECTIVE ACTION PLAN (CAP) | 77 |
| 9.3.6 | KVP-PROZESS | 81 |
| <u>10</u> | <u>KOMMUNIKATION</u> | <u>82</u> |
| 10.1 | INTERN | 82 |
| 10.2 | EXTERN | 83 |
| 10.2.1 | MARKT/MEDIEN/KUNDEN | 84 |
| 10.2.2 | NGOS | 85 |
| 10.2.3 | RATINGAGENTUREN/STAKEHOLDER | 85 |
| 10.2.4 | LIEFERANTEN/AGENTUREN | 86 |
| <u>11</u> | <u>CSR-NACHWEISFORMEN</u> | <u>86</u> |
| 11.1 | MODELLE UND VORGEHENSWEISEN DER INTERESSENGEMEINSCHAFTEN | 86 |
| 11.2 | ANBIETER FÜR AUDITIERUNGEN UND VORGEHENSWEISE | 94 |
| 11.3 | PRÜFUNG DER NOTWENDIGKEIT | 101 |
| <u>12</u> | <u>BEST PRACTICE/NOGO'S AUS DEN DTB-MITGLIEDFIRMEN</u> | <u>101</u> |
| 12.1 | BEST PRACTICE-BEISPIELE VON MITGLIEDSFIRMEN | 101 |
| 12.2 | NoGo's AUS DER PRAXIS VON MITGLIEDSFIRMEN | 108 |
| <u>13</u> | <u>NETZWERKE / LINKS UND HINWEISE AUF QUELLEN UND ANBIETER</u> | <u>109</u> |
| <u>14</u> | <u>BEISPIELE AUS DER PRAXIS ANDERER INDUSTRIEBEREICHE</u> | <u>112</u> |
| <u>15</u> | <u>ANHANG</u> | <u>113</u> |
| 15.1 | PRESSEMITTEILUNG DES GESAMTVERBANDES TEXTIL & MODE, BERLIN 2014 | 113 |
| 15.2 | CODE OF CONDUCT FÜR DIE TEXTIL- UND BEKLEIDUNGSINDUSTRIE | 115 |

DTB-Leitfaden zur Einhaltung von Sozialstandards in der Textil- und Bekleidungsindustrie

| | | |
|--------|---|-----|
| 15.3 | VERPFLICHTUNGSERKLÄRUNG TVGG-NRW ZUR BEACHTUNG DER ILO KERNARBEITSNORMEN 118 | |
| 15.4 | BEISPIEL EINER CSR-SCHULUNGSUNTERLAGE | 121 |
| 15.5 | VORGEHENSWEISE NACH DEN PRINZIPIEN DES PROJEKTMANAGEMENTS | 147 |
| 15.5.1 | WARUM ÜBERHAUPT PROJEKTMANAGEMENT? | 147 |
| 15.5.2 | PLANUNG | 149 |
| 15.5.3 | RESSOURCEN | 149 |
| 15.5.4 | QUALIFIKATION | 149 |
| 15.5.5 | ZEITMANAGEMENT | 149 |
| 15.5.6 | FOLLOW-UP-TERMINE UND AKTIONEN | 150 |
| 16 | DANKSAGUNG | 151 |
