



Fallbeispiel Green Economy and Care: ia io Biobettwäsche

VORSTELLUNG DES UNTERNEHMENS

Branche:	Wohnen und Einrichten
Gründungsjahr:	2011
Anzahl MitarbeiterInnen:	Solounternehmerin, dazu verschiedene Zulieferer, Konfektionsbetriebe und externe BeraterInnen
Standort:	Büro (noch) zu Hause
Besonderheiten:	ia io stellt Bio-Bettwäsche mit höchstmöglichen Ansprüchen an Umweltverträglichkeit, Nachhaltigkeit, Fairness und Langlebigkeit her

Ausrichtung des Unternehmens in Bezug auf Nachhaltigkeit

ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT

Sowohl die Produkte selbst als auch das Unternehmen folgen strengen Kriterien. ia io stellt hochwertige Bettwäsche aus Bio-Baumwolle her, in Zukunft soll auch mit Leinen und Hanf - selbstverständlich aus kontrolliert biologischem Anbau - produziert werden. Die verwendeten Stoffe sind mit den höchstmöglichen Standards für Biotextilien die es derzeit gibt - IVNbest, bzw. GOTS¹ - zertifiziert.

Auch bei der Weiterverarbeitung, der Verpackung und den Transportwegen wird großer Wert auf ökologische Nachhaltigkeit gelegt.

Im Büro gehört **Recyclingpapier** genauso zum Alltag wie **Ökostrom** und die sparsame Verwendung aller Ressourcen.

SOZIALE NACHHALTIGKEIT

Die soziale Nachhaltigkeit hat einen gleich hohen Stellenwert wie die ökologische. Das fängt an bei Anbau und Ernte der Baumwolle in Uganda, wo den Bauern eine **garantierte Abnahmemenge zugesichert** ist, geht weiter beim Weben der Stoffe in Tschechien in IVNbest-zertifizierten Betrieben, bis hin zur Konfektion, die zu einem kleinen Teil ebenfalls in Tschechien und zu einem großen Teil in einem kleinen Betrieb in Thüringen erfolgt.

¹ **Global Organic Textile Standard (GOTS):** Ein international etablierter Standard, der weltweit einen Maßstab für Umwelt- und Sozialverträglichkeit in Sachen Textil setzt. **IVNbest:** Der vor allem im europäischen Raum bekannte Standard ist derzeit der Standard mit den höchsten Ansprüchen und bildet die gesamte textile Produktionskette in ökologischer und sozialverantwortlicher Hinsicht ab.



QUALITÄTSMANAGEMENT

Eine **hochwertige Qualität** ist unabdingbar für die Langlebigkeit der Produkte, was wiederum nachhaltig ist. Die Materialien und die Konfektionsbetriebe sind sorgfältig ausgewählt. Und wenn KundInnen nach langer Zeit und vielen Nächten zu ia io kommen und die Qualität loben, dann ist das die schönste Bestätigung. Trotzdem darf sich nie darauf ausgeruht werden. Neue Produkte werden immer erst ausführlich selbst getestet, gewaschen und viele Nächte probebelegen. Anregungen werden immer gern gehört, Kritik wird als Chance angenommen.

Maßnahmen zur ökologischen Nachhaltigkeit



Für die Produkte bedeutet das: Der **Anbau der verwendeten Baumwolle erfolgt in Fruchtfolge und im Regenfeldbau**, d.h. dass keine künstliche Bewässerung erfolgt, es werden keine Chemikalien oder Pestizide verwendet, auf die Verwendung bedenklicher Farben in der anschließenden Weiterverarbeitung wird komplett verzichtet. Sogar die Knöpfe kommen vom einzigen GOTS-zertifizierten Hersteller Deutschlands.

Ökologische Nachhaltigkeit im Büro bedeutet bei ia io: **Recycling-Papier** und Verwendung unbedruckter Rückseiten als Schmierpapier sind so selbstverständlich wie **Mülltrennung**, **Ökostrom** von Lichtblick, **Bankgeschäfte** mit der GLS-Bank, **gesunde Möbel** (gern auch mal ein gebrauchter Designklassiker oder ein schönes Erbstück), vernünftiges **Stoss-Lüften** für gute Luft, Benutzen des Autos nur, wenn es nicht anders geht (z.B. Transport der Ware zu Messen), **sparsame Verwendung ökologischer Putzmittel** und natürlich: leckeren Bio-Milchkaffee!

Für den CO₂-Ausgleich ist ia io eine **Partnerschaft mit Plant-for-the-Planet** eingegangen, so wird für jede Bestellung im online-shop ein Bäumchen in Malaysia gepflanzt. Außerdem ist ia io **Mitglied bei der Gemeinwohl-Ökonomie**, die es sich zum Ziel gesetzt hat die Rahmenbedingungen unseres Wirtschaftssystems so zu ändern, dass sozial und ökologisch verantwortungsbewusstes Handeln gefördert wird. Dazu ist die ia io-Gründerin Nina Wood engagierte Teilnehmerin im **Netzwerk „Faires Berlin“**, einem Zusammenschluss ökologisch-fairer Unternehmen in Berlin.

Viel kann mit Informationen erreicht werden. **Gespräche mit KundInnen** über Materialien und Herstellung gehören ebenso dazu wie **Vorträge**, denn oft fehlt es nur an Zeit zur Beschaffung von fundierten Hintergrundinformationen.

SCHWIERIGKEITEN, WIDERSTÄNDE, HÜRDEN

Die geeigneten Stoffe zu finden war schwieriger als gedacht. ia io wurde nicht aus der Textilbranche geboren, denn ich bin eigentlich Architektin. In München auf der MunichFabricStart, eine der großen internationalen Stoffmessen, wurde mir deutlich, wie gering das Angebot an ökologischen Stoffen noch immer ist, denn nur ein Prozent der weltweit angebauten Baumwolle wird biologisch angebaut.

Außer den Einschränkungen bezüglich Bioqualität haben Stoffe für Bettwäsche allgemein andere Anforderungen zu erfüllen als für Kleidung. Der Stoff muss mindestens 140 cm breit sein, er sollte gewebt und nicht gestrickt sein, dazu eine sehr angenehme Haptik besitzen und eine 60°C-Wäsche überstehen. Außerdem ist es für mich wichtig, den Stofflieferanten absolut vertrauen zu können, da es mir zeitlich und finanziell momentan gar nicht möglich ist, z.B. nach Indien zu fahren und dort vor Ort die Produktion selbst zu überprüfen.

ia io hat sich mit der Kollektion auf diese Situation eingestellt. Gerade die geringe Auswahl hat zu neuen Ideen geführt. Die Stoffe werden von einer deutschen Weberei bezogen. Schlichtes Design ist wieder im Kommen, das kommt dem Konzept von ia io entgegen. Auf einigen Modellen finden sich kleine Stickereien, die nach eigenen Zeichnungen angefertigt werden.

Unterstützung holen bedeutet im Punkt Ökologie vor allem, Informationen einholen. Dazu ist das Internet ein wunderbarer Ideenpool. Unerlässlich ist natürlich der regelmäßige Besuch von Fachmessen, das Lesen von Literatur zum Thema und natürlich Fragen zu stellen, wo immer möglich. Fundiertes Hintergrundwissen ist ganz wichtig. Nur so lernt man zu erkennen, was wahr ist und wo nur Greenwashing betrieben wird.

Maßnahmen zur sozialen Nachhaltigkeit

Die soziale Nachhaltigkeit bzw. Fairness, gegenseitiger Respekt und Empathie sind für ia io eine Grundvoraussetzung der Unternehmensphilosophie. Da es sich bei ia io um ein Solounternehmen handelt, betrifft das die **Zuliefer- und Konfektionsbetriebe**. Bereits die Bauern in Uganda bearbeiten ihre Felder **nachweislich unter sozial fairen Bedingungen**, mit **garantierten Mindestabnahmemengen** und die **Schulbildung ihrer Kinder ist garantiert**. Dasselbe gilt für die Weiterverarbeitung der Baumwolle. Da die Weberei direkten Kontakt nach Uganda hat und selbst **zertifiziert überwacht** wird, kann die Unternehmerin sich auf die lückenlose Kontrolle verlassen, was ihr sehr wichtig ist. Gesundheit ist ein hohes Gut, weswegen konsequent auf den Einsatz gesundheitsschädlicher Spritz- und Düngemittel, bzw. Arbeitsweisen verzichtet wird. Alle Zulieferer und am Herstellungsprozess Beteiligten sollen unter fairen Bedingungen arbeiten. Die Näherei in Thüringen ist übrigens auch ein von Frauen geführtes Unternehmen. Flexible Arbeitszeiten und bei Bedarf Heimarbeit sind dort möglich.

SCHWIERIGKEITEN, WIDERSTÄNDE, HÜRDEN

Das Privatleben hat immer Einfluss auf das Berufsleben. In unserer Gesellschaft wird das als Nachteil gewertet. In Wahrheit ist es positiv, es schult die Fähigkeit der Empathie. Das ist eine hervorragende Eigenschaft auch im Umgang mit MitarbeiterInnen und KundInnen und ist somit langfristig gut für ein Unternehmen. Unterstützung durch die Familie muss, besonders wenn Kinder da sind, angemeldet werden. Zeit ist ein schwieriges Thema, es scheint immer zuwenig davon vorhanden zu sein. Hier hilft nur, regelmäßig die Organisationsabläufe zu überarbeiten.

Unterstützung kommt nicht von allein, darum muss man sich aktiv kümmern. Vor der Unternehmensgründung war für mich beispielsweise ein Coaching sehr nützlich. Netzwerke aufzubauen ist ebenfalls enorm wichtig. Ein gesunder Egoismus und ein bisschen „Säbelrasseln“ ist auch hilfreich, denn was nützt das beste Produkt oder die beste Dienstleistung, wenn niemand davon weiß.

Allerdings: An der sozialen Nachhaltigkeit in Bezug auf sich persönlich arbeite ich noch...

Gesellschaftliche Verantwortung

Ein Unternehmen zu gründen bzw. zu führen bedeutet, die Verantwortung für die Produkte, das Unternehmen und die VerbraucherInnen zu tragen. Bezogen auf ia io heißt das: **Informieren, aufklären und eine Alternative anbieten**.



Das heißt, die Verantwortung liegt bei den HerstellerInnen. Für die VerbraucherInnen ist es sehr zeitaufwändig und schwierig, beim Kauf jedes einzelnen Produktes sämtliche ökologischen und sozialen Hintergründe zu erfragen. Meist ist das gar nicht möglich und oft mangelt es an Alternativen.

ia io stellt sich dieser Verantwortung durch die **strenge Auswahl der Materialien**, die Nutzung möglichst **lokaler Dienstleistungsunternehmen** und **kurzer Wege**. Die KundInnen werden ausführlich informiert, Fragen werden offen, ehrlich und nachvollziehbar beantwortet. Produktwerbung wird eher als Information denn als reines Marketing gehandhabt.

SCHWIERIGKEITEN, WIDERSTÄNDE, HÜRDEN

Bettwäsche wird meistens nicht nach gesundheitlichen Aspekten ausgewählt, es sei denn, jemand leidet z.B. an Neurodermitis. Auch an die Herstellungsbedingungen denken die meisten Menschen beim Kauf eher nicht. Kaufentscheidend sind oftmals das Design und der Preis. Design ist eine Geschmacksfrage, dahinter stecken auch Emotionen und Assoziationen. Der Preis mancher Produkte sollte allerdings schon zu denken geben. Wenn Bettwäsche für € 20 angeboten wird, sollte doch die Frage aufkommen, wie das möglich ist. Das geht nur mit viel Chemie auf den Feldern und in der Farbe, minderer Qualität und menschenunwürdig bezahlten Arbeitsplätzen. Nachhaltige, langlebige Produkte sind langfristig gesehen nicht teurer. Im Gegenteil: sie schonen die Umwelt und das Portemonnaie. Diese Hürde im Bewusstsein der VerbraucherInnen kann nur mit regelmäßiger Aufklärung und Information genommen werden.

Unterstützung geben sich die in Nachhaltigkeit investierenden Unternehmen gegenseitig. Netzwerke wie das „Netzwerk faires Berlin“, Messen wie z.B. der „Helldenmarkt“, ökologische online-Marktplätze, viele „grüne“ Blogs etc. sind sehr aktiv. Es gibt inzwischen auch sehr fundierte Reportagen im Fernsehen. Je mehr Aufklärung und Information es gibt, umso stärker gerät das Thema in das Bewusstsein der VerbraucherInnen.

Ökonomischer Erfolg durch Nachhaltigkeit

Über Design lässt sich streiten, über Gesundheit nicht. ia io gehört zu den Unternehmen, die eine große Chance in zukünftigen nachhaltigen Märkten sieht. Das Bewusstsein dafür steigt, es ist in der Mitte der Gesellschaft angekommen. Dadurch ergeben sich neue Chancen für die „fast vom Aussterben bedrohte Gattung“ der verantwortungsbewussten Unternehmen. KundInnen hinterfragen mehr und stellen immer höhere Ansprüche. Nachhaltige Produkte stimulieren heutzutage alle Sinne, das wird die Freude daran weiter steigern.

ÜBERTRAGBARKEIT

ia io ist ein noch junges und kleines Unternehmen. Mit der Zeit und dem Wachstum des Unternehmens werden weitere Erfahrungen dazukommen.

Wichtig ist es, Ohren und Augen immer offen zu halten, Anregungen und Informationen aufzunehmen und sich auszutauschen. Man darf sich nicht entmutigen lassen, wenn mal etwas schief geht, egal wie schlimm es scheint. Fehler sind nicht peinlich, alle machen sie. Es gibt immer etwas Positives zu sehen und Neues daraus zu entwickeln.

Auch bei sehr viel Arbeit ist stets darauf zu achten, dass das Wesentliche nicht aus den Augen verloren wird. „Lieber mal einen Schritt zurücktreten, alles mit Abstand betrachten und nicht vom eigenen Weg abkommen“, empfiehlt die Solounternehmerin Nina Wood.

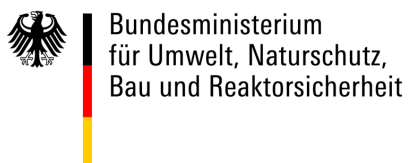


IMPRESSUM

genanet – Leitstelle Gender, Umwelt, Nachhaltigkeit
LIFE e.V.
Rheinstr. 45–46
12161 Berlin
Tel. 030.308798–35
Email: roehr@life-online.de
www.genanet.de

Berlin, Mai 2014

Das Projekt FrauenUNTERNEHMEN Green Economy wird gefördert von:



Bundesministerium
für Umwelt, Naturschutz,
Bau und Reaktorsicherheit



Die Verantwortung für den Inhalt dieser Veröffentlichung liegt bei den AutorInnen.