

# Status quo der zirkulären und sozial-ökologischen Beschaffung in der deutschen Textilbranche



Eine Initiative von:



## Impressum

**Titel:** Status quo der zirkulären und sozial-ökologischen Beschaffung in der deutschen Textilbranche

**Autorinnen:** Jäger, C., Sweeney, K. W. & Wieczorek, C.

**Bildnachweis:** Titelbilder erstellt mit Canva. Verwendung gemäß den Lizenzbedingungen. Keine Urheberrechte Dritter verletzt.  
Die in diesem Bericht verwendeten Produktbilder wurden mit freundlicher Genehmigung der jeweiligen Geschäftsinhaber zur Verfügung gestellt. Alle Rechte an den Bildern liegen bei den jeweiligen Rechteinhabern. Eine Weiterverwendung oder Vervielfältigung ist ohne ausdrückliche Zustimmung nicht gestattet.

**Herausgeber:** Yunus Environment Hub GmbH, Rheinstraße 109, 65185 Wiesbaden

[www.yunusenvironmenthub.com](http://www.yunusenvironmenthub.com), [cipi@yunuseh.com](mailto:cipi@yunuseh.com)

Diese Publikation wurde im Rahmen der Circular Impact Procurement Initiative (CIPI) im Januar 2026 entwickelt, die im Rahmen des Programms „Nachhaltig wirken“ vom Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWE) und der Europäischen Union über den Europäischen Sozialfonds Plus (ESF Plus) gefördert wird.

CIPI stärkt gemeinwohlorientierte Unternehmen mit zirkulären Lösungen durch Wissensaufbau, Vernetzung und Schulungen. Ziel ist es, nachhaltige B2B-Beschaffung mit Unternehmen und öffentlicher Hand in Deutschland zu fördern.

Das Programm „Nachhaltig wirken – Förderung gemeinwohlorientierter Unternehmen“ mit seinen Projekten wird durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie und die Europäische Union über den Europäischen Sozialfonds Plus (ESF Plus) gefördert.

Mit der Durchführung der Fördermaßnahme beauftragt:

Gefördert durch:



Bundesministerium  
für Wirtschaft  
und Energie



Kofinanziert von der  
Europäischen Union

 **IBYKUS**

aufgrund eines Beschlusses  
des Deutschen Bundestages

Mehr Informationen zu CIPI und Veranstaltungen von Yunus Environment Hub:



## Inhaltsverzeichnis

<b>1. Einleitung: Anspruch und Wirklichkeit zirkulärer Beschaffung</b>	<b>S. 4</b>
<b>2. Der Branchenstand: Nachhaltigkeit im Spannungsfeld von Strategie und Praxis</b>	<b>S. 5</b>
2.1. Überblick	S. 5
2.2. Differenzierung nach Unternehmensprofil	S. 6
2.3. Kriterien-spezifische Trends	S. 7
<b>3. Anspruch trifft Realität: Strukturelle Defizite in der Umsetzung</b>	<b>S. 9</b>
3.1. Strategische Verankerung: Parallelität statt Transformation	S. 9
3.2. Operative Umsetzung: Von Zielen zu Taten	S. 10
3.3. Reporting & Transparenz: Mehr Daten, weniger Vergleichbarkeit	S. 11
<b>4. Identifizierte Handlungsfelder in der nachhaltigen Textilbeschaffung</b>	<b>S. 12</b>
<b>5. Chancen durch gemeinwohlorientierte Unternehmen in der Kreislaufwirtschaft</b>	<b>S. 13</b>

## Abkürzungsverzeichnis

CIPI: Circular Impact Procurement Initiative  
CSRD: Corporate Sustainability Reporting Directive  
DNK: Deutscher Nachhaltigkeitskodex  
ESG: Environmental, Social, Governance  
ESRS: European Sustainability Reporting Standards  
EU: Europäische Union  
F&E: Forschung und Entwicklung  
GRI: Global Reporting Initiative  
GOTS: Global Organic Textile Standard  
ILO: International Labour Organization  
KPI: Key Performance Indicator  
LkSG: Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz  
NGO: Non-Governmental Organization  
Scope 1: Direkte Emissionen (eigene Quellen)  
Scope 2: Indirekte Emissionen aus eingekaufter Energie  
Scope 3: Übrige indirekte Emissionen entlang der Wertschöpfungskette  
UN: United Nations  
ZDHC: Zero Discharge of Hazardous Chemicals



## Einleitung: Anspruch und Wirklichkeit zirkulärer Beschaffung

Die deutsche Textilbranche steht aktuell an einem entscheidenden Wendepunkt. Nachhaltigkeit hat sich von einem Nischenthema zu einem zentralen strategischen Imperativ entwickelt. **Zirkuläre und sozial-ökologische Beschaffung** – also die konsequente Berücksichtigung von Kreislaufwirtschaft, fairen Arbeitsbedingungen und Umweltschutz entlang der gesamten Lieferkette – ist inzwischen **fester Bestandteil** der **Nachhaltigkeitsberichte** nahezu aller großen Modeunternehmen.

Viele Firmen haben umfassende Nachhaltigkeitsprogramme aufgelegt und berichten detailliert über ihre Fortschritte. Doch **wie tief greift dieser Anspruch in der Praxis?** Bestehen Lücken zwischen ambitionierten Zielen, Berichterstattung und tatsächlicher Umsetzung?

Dieser Bericht analysiert diese Fragen anhand eines **Benchmarkings von rund 20 relevanten Unternehmen der deutschen Textil- und Modebranche**. Die Bewertung basiert primär auf den Nachhaltigkeitsberichten 2023/24 und umfasst fünf zentrale Kriterien entlang der Lieferkette: (1) Zirkularität, (2) Soziale Kriterien, (3) Ökologische Kriterien, (4) Transparenz & Governance sowie (5) Innovationsbezug.

Jedes Kriterium wurde auf einer Skala von 0 (ungenügend) bis 5 (Best Practice) bewertet. Die konservative Methodik mit einem klar definierten Scoring-Raster trennt Lippenbekenntnisse von substanziellem Engagement. Die Kriterien orientieren sich an etablierten Nachhaltigkeitsstandards.

- (1) **Zirkularität:** Strategische Verankerung der Kreislaufwirtschaft z.B. durch langlebiges Design, Recyclingmaterialien und Rücknahme- bzw. Wiederverwendungsprogramme.
- (2) **Soziale Kriterien:** Einhaltung von Arbeits- und Menschenrechten in der Lieferkette inklusive fairer Löhne, Arbeitszeitschutz, Verbot von Kinder- und Zwangsarbeit, Audits und Beschwerdemechanismen.
- (3) **Ökologische Kriterien:** Umsetzung von Klimaschutz- und Umweltmaßnahmen wie Emissionsminderung, nachhaltige Materialien oder Wasser- und Abfallmanagement.
- (4) **Transparenz & Governance:** Berichterstattung nach anerkannten Standards, Offenlegung der Lieferkette, klare Verantwortlichkeiten, externe Prüfungen und Stakeholder-Einbindung.
- (5) **Innovationsbezug:** Förderung nachhaltiger Geschäftsmodelle und Technologien durch den Einkauf und Kooperationen mit Start-ups oder Forschung für nachhaltige Lösungen.

**Ziel** der Analyse ist es, **zentrale Trends, Unterschiede und Handlungsbedarfe zu identifizieren**. Der Bericht fasst die Ergebnisse qualitativ zusammen, ohne Einzeldarstellungen oder Score-Tabellen. Im Mittelpunkt stehen übergreifende Muster der Branche – von erfolgreichen Ansätzen bis zu typischen Schwächen. Besonderes Augenmerk gilt strukturellen Defiziten bei Strategie, Reporting und Umsetzung. Also dort, wo ein Unterschied besteht zwischen formulierten Zielen, der tatsächlichen Berichterstattung und konkreten Fortschritten in der Lieferkette.

Abschließend werden **praxisorientierte Empfehlungen** formuliert – einerseits für Beschaffer\*innen in Unternehmen und öffentlichen Vergabestellen, andererseits für gemeinwohlorientierte Anbieter\*innen zirkulärer Textillösungen. Ziel ist es, beiden Gruppen Orientierung und konkrete Handlungshinweise zu geben: Beschaffer\*innen erfahren, an welchen Hebeln sie nachhaltige Beschaffung stärken können; Anbieter\*innen erkennen, wo Bedarf besteht und wie sie ihre Lösungen durch Kooperationen, Pilotprojekte oder die Erfüllung von Beschaffungsstandards skalieren können. Ergänzend werden politische Rahmenbedingungen skizziert, die nachhaltige Beschaffung künftig weiter fördern können.



## Der Branchenstand 2025: Nachhaltigkeit im Spannungsfeld von Strategie und Praxis

### 2.1 Überblick

Nachhaltigkeit ist in nahezu allen untersuchten Textilunternehmen strategisch fest verankert. Die Berichte 2023/24 zeigen durchgängige Bekenntnisse zu klimafreundlichem und fairem Wirtschaften, untermauert durch eigene Programme, Verhaltenskodizes und konkrete Ziele.

Mehrere Unternehmen haben ESG-Strukturen auf Vorstandsebene eingerichtet oder Nachhaltigkeitsbeauftragte direkt an die Geschäftsführung angebunden. Externe Treiber wie Brancheninitiativen sowie gesetzliche Vorgaben (Lieferkettengesetz, EU-Taxonomie, CSRD) beschleunigen diesen Wandel.

**Fazit: Nachhaltiges Wirtschaften gewinnt in allen untersuchten Unternehmen an Bedeutung.**

## 2.2 Differenzierung nach Unternehmensprofil

Trotz des gemeinsamen Bekenntnisses zur nachhaltigen Beschaffung zeigen sich – wie in der Kriterienbewertung sichtbar wird – deutliche Unterschiede nach Unternehmensgröße und -typ. Die Ergebnisse lassen sich in vier typische Cluster einordnen.

### Spezialisierte Öko-Modelabels

... erfüllen die Nachhaltigkeitskriterien umfassend und **erzielen in fast allen Bereichen Spitzenwerte**. Diese Unternehmen wurden mit einem klaren sozial-ökologischen Leitbild gegründet und dienen als Best-Practice-Beispiele: Ein Label nutzt ausschließlich Bio- und Recyclingmaterialien, veröffentlicht vollständige Lieferantenlisten und erzielt Top-Bewertungen in unabhängigen Rankings. Ein anderes verfügt über jahrzehntelange Erfahrung in ökologischer Produktion mit zwei Dritteln GOTS-zertifizierten Stoffen und jährlichen Fair Wear Foundation-Audits der gesamten Lieferkette. Diese Vorreiter liegen deutlich über dem Branchendurchschnitt.

### Große Marken und Handelsketten

... positionieren sich im oberen Mittelfeld mit **soliden bis guten Leistungen** (3–5 Punkte pro Kriterium). Positive Ausreißer zeigen sich bei Sozialstandards, Klimaschutz und Kreislaufstrategien: Ein internationaler Modefilialist punktet mit Transparenz und offenen Lieferantenlisten (5 Punkte), ein globaler Sportartikelhersteller mit Pfandsystemen und 86% Emissionsreduktion (Scope 1+2 seit 2017). Ein weltweit tätiger Sportmarkenkonzern deckt 99% des Polyesterbedarfs mit Recyclingmaterial ab, ein Premium-Modeunternehmen setzt auf Kreislauffasern und „Zero Emissions“-Ziele. Trotz formaler Strukturen bestehen einzelne Lücken.

### Value- und Discount-Anbieter

... zeigen **überraschende Fortschritte**. Sie sind Fair Wear Foundation-Mitglieder, veröffentlichen transparente Berichte nach etablierten Standards und haben ESG-Strukturen implementiert. Ein Unternehmen erzielt hohe Sozialpunktzahlen durch 585 Audits jährlich und Worker Education Program. Ein anderes professionalisiert das Supply-Chain-Management mit Vorab-Audits und öffentlicher Tier-1-Liste. Bewertungen liegen bei 3–4 Punkten mit Bestnoten in Transparenz/Governance, **Lücken bestehen bei Kreislaufinitiativen**.

### Kleine und mittelständische Hersteller

... zeigen ein **gemischtes Bild**. Ein mittelständischer Outdoorbekleidungshersteller punktet mit Fair Wear-Mitgliedschaft (seit 2011) und NGO-Kooperationen (5 Sozialpunkte), fällt jedoch bei Innovationen zurück (2 Punkte). Ein industrialisierter Bekleidungsproduzent glänzt bei fairen Bedingungen (5 Punkte) und Kreislaufpionierleistungen (kompostierbares T-Shirt seit 2006), hat bei Reporting jedoch noch Potenzial (4 Punkte). Zulieferer erreichen 2–3 Punkte durch Basismaßnahmen (regionale Beschaffung, OEKO-TEX), es **fehlen aber umfassende Strategien**. Unternehmensgröße und Wertschöpfungsstufe bestimmen demnach den Fortschritt.

## 2.3 Kriterien-spezifische Trends

Betrachtet man die fünf Bewertungsbereiche im Schnitt aller Unternehmen, ergeben sich folgende Tendenzen:

### Soziale Kriterien (Arbeitsbedingungen):

Die sozialen Kriterien erzielen die höchsten Bewertungen quer durch alle Unternehmen. Fast alle haben Kernarbeitsnormen nach ILO-Standards etabliert, einschließlich Verhaltenskodizes gegen Kinder- und Zwangsarbeit, regelmäßige Audits sowie Kooperationen mit Initiativen wie der Fair Wear Foundation.

Beispiele sind ein internationaler Modefilialist mit seinem „Human Rights Council“ und umfassendem Beschwerdemanagement sowie ein globaler Sportartikelhersteller mit Pilotprojekten zu Living Wages. Selbst Discounter setzen professionelle Programme um, etwa CSR-Vetorechte bei Lieferantenverstößen und Arbeitsschutzschulungen.

**Fazit: Soziale Mindeststandards sind 2025 branchenweit verankert. Lücken werden aktiv auf Tier-1-Ebene angegangen.**

### Ökologische Kriterien (Klimaschutz, Ressourcen):

Nahezu alle Unternehmen verfolgen ambitionierte Klimaziele, meist wissenschaftlich fundiert (Science Based Targets) mit Emissionssenkungen bis 2030 oder Netto-Null bis 2050. Große Unternehmen melden bereits zweistellige Reduktionen entlang der Lieferkette sowie hohe Recyclinganteile bei Materialien. Eine internationale Modemarke im Mittelpreissegment sticht als Spitzenreiter heraus mit dem Ziel einer CO<sub>2</sub>-Reduktion in der Lieferkette von über 50% bis 2034.

Mittelständische Unternehmen setzen zwar Basismaßnahmen um – etwa nachhaltige Materialien und Zertifikate –, verfolgen jedoch oft keine quantitativen Ziele und kein systematisches Lieferkettenmonitoring. Branchenweit wird Chemikalienmanagement ernster genommen: Viele Firmen sind ZDHC-Mitglieder (Zero Discharge of Hazardous Chemicals) oder OEKO-TEX-zertifiziert.

**Fazit: Die strategischen Leitplanken sind klar gesetzt, die Umsetzungstiefe variiert jedoch deutlich. Besonders KMU bieten Potenzial für Fortschritte bei Klimabilanzierung und Lieferantenprogrammen.**

### Zirkularität (Kreislaufwirtschaft):

Die Branche hat die Kreislaufwirtschaft strategisch verankert, geschlossene Kreisläufe fehlen jedoch noch. Viele Unternehmen setzen auf „Design for Recycling“, langlebige Produkte und Circular Materials. Rezyklatanteile steigen deutlich: Ein internationaler Modefilialist erhöht kontinuierlich den Einsatz recycelter Fasern, ein globaler Sportartikelhersteller deckt 75% seines Polyesterbedarfs mit Recyclingmaterial ab.

Pilotprojekte wie Secondhand-Shops oder Alttextilsammlungen zeigen Fortschritte. Die Skalierung hinkt jedoch hinterher: Manche Unternehmen nennen Design-Prinzipien, betreiben aber kein flächendeckendes Rücknahmesystem. Ein Textildiscounter lässt noch ein eigenes Recyclingprogramm vermissen. Maßnahmen beschränken sich meist auf Downcycling (langlebige Basics, recyclingfähige

Materialien) – echte Kreisläufe sind aber Ausnahmen wie bspw. kompostierbare Shirts oder vollständig recycelbare Denim-Jeans einer internationalen Modemarke.

**Fazit: Die Branche erkennt den Bedarf und startet Initiativen. Für den Übergang von Pilotprojekten zum Standard sind jedoch systemische Fortschritte erforderlich.**

### Transparenz & Governance:

Die CSRD-Reportingpflicht wirkt als starker Katalysator. Hier zeigt sich der größte Unterschied zwischen Großkonzernen und KMU. Große Unternehmen veröffentlichen bereits vor der CSRD freiwillig GRI-Berichte mit externer Prüfung. Zwei der untersuchten Firmen erzielen Bestnoten durch vollständige Offenlegung der ersten Lieferantenebene (Tier 1), digitale Rückverfolgbarkeit und klare ESG-Verantwortlichkeiten.

Auch ein Textildiscounter im Niedrigpreissegment hat Transparenz etabliert: Sein Nachhaltigkeitsbericht folgt dem Deutschen Nachhaltigkeitskodex (DNK), die Lieferantengliste ist öffentlich und es besteht eine UN Global Compact-Beteiligung.

KMU erfüllen zwar grundlegende Pflichten, bleiben aber qualitativ hinterher: Ein spezialisierter Textilhersteller liefert nur einen 11-seitigen Bericht ohne GRI-Index mit narrativen Angaben. Ein weiteres Unternehmen berichtet detailliert, erreicht aber nicht die Tiefe und Audits der Großkonzerne. Ein drittes startete erst eine 2024 systematische LkSG-Berichterstattung.

Governance-Strukturen sind also branchenweit vorhanden – Unterschiede bestehen jedoch in Formalisierung und Kommunikation.

**Fazit: Die CSRD treibt Transparenz voran, viele Großunternehmen handeln proaktiv. KMU müssen aufholen, Potenzial besteht bei Vergleichbarkeit und unabhängiger Verifizierung. Transparenz ist kein Tabuthema mehr.**

### Innovationsbezug:

Vorreiter treiben die Entwicklung voran, während andere adaptiv folgen. Innovationen in der Beschaffung umfassen technologische Ansätze wie digitale Lieferkettentools und neue Materialien sowie strategische Konzepte wie zirkuläre Geschäftsmodelle.

Explizite Innovatoren – etwa ein internationales Premium-Modeunternehmen mit „Innovation und Nachhaltigkeit“ als Markenkern und F&E für Hightech-Garne, ein globaler Sportartikelhersteller mit 3D-Druck sowie ein KMU mit Ecodesign-Preis 2023 für Kreislaufprodukte – erzielen Top-Bewertungen.

Die Mehrheit setzt hingegen auf bewährte Best Practices: Frühe Einführung von TENCEL™ oder Recyclingverfahren statt eigener bahnbrechender Entwicklungen. Ein Textildiscounter testet Blockchain-Produktpässe, führt aber keine Mietmodelle ein. Branchenweit dominieren Kooperationen mit Zulieferern und Start-ups, skalierte Miet- oder Wiederverkaufsangebote fehlen aber weitgehend.

**Fazit: Innovationsbereitschaft besteht, ist jedoch oft extern gesteuert. Einkaufsabteilungen agieren meist reaktiv statt disruptiv. Stärkere Vernetzung mit Start-ups und Forschung könnte die gesamte Branche heben.**

Zusammengefasst lässt sich der **Status quo** so charakterisieren:

**Nachhaltige Beschaffung** ist **branchenweit etabliert** – kein relevantes Unternehmen kann soziale und ökologische Anforderungen ignorieren. Erhebliche **Fortschritte** zeigen sich **bei Arbeitsstandards, Klimazielen und Transparenz** mit teils Best-Practice-Niveau. **Strukturelle Lücken zwischen Anspruch und Umsetzung** sowie Heterogenitäten zwischen Akteuren bleiben jedoch bestehen.

Im folgenden Kapitel werden Defizite in strategischer Verankerung, Umsetzungstiefe und Reporting detailliert analysiert.



## Anspruch trifft Realität: Strukturelle Defizite in der Umsetzung

Trotz erheblicher Fortschritte offenbart die Analyse strukturelle Schwächen, bei denen viele Unternehmen hinter ihren eigenen Ansprüchen zurückbleiben. Diese Lücken zwischen ambitionierten Zielen und tatsächlicher Umsetzung lassen sich in drei zentrale Bereiche gliedern: **Strategische Verankerung, Operative Umsetzung und Reporting & Transparenz**.

### 3.1 Strategische Verankerung: Parallelität statt Transformation

Fast alle großen Modeunternehmen haben Nachhaltigkeit strategisch verankert. Doch wie tiefgreifend ist diese Verankerung wirklich? Häufig bleibt nachhaltige Beschaffung ein Nebenziel neben Umsatz-, Marge- und Kostendruck – kein Leitprinzip, das Einkaufsprozesse grundlegend verändert.

Formal gibt es Top-Management-Commitments, doch im Tagesgeschäft überwiegen kurzfristige Kostenprioritäten. In der preissensitiven Textilbranche dominiert (kurzfristiges) Effizienzdenken weiterhin viele Entscheidungen. Nachhaltigkeitsziele laufen parallel zu klassischen KPIs, statt diese zu durchdringen. Unternehmen betonen zwar auch Kooperationen mit innovativen Lieferanten, doch starre Einkaufsrichtlinien begünstigen bewährte, kostengünstige Partner. Kreislaufwirtschaft wird deklariert, aber radikale Modellwechsel (wie bspw. Mietmode, Wiederverkauf) bleiben meist nur Pilotprojekte.

**Fazit: Nachhaltigkeit besteht strategisch auf dem Papier, aber sie ist nicht transformativ. Gewinn- und Nachhaltigkeitsziele werden getrennt behandelt statt verschmolzen. Der Mut fehlt, Nachhaltigkeit als Prämisse über kurzfristige Gewinne zu stellen und den Einkauf enger mit Geschäftsmodellen zu verzahnen.**

## 3.2 Operative Umsetzung: Von Zielen zu Taten

Auf operativer Ebene münden ambitionierte Nachhaltigkeitsziele oft nur teilweise in konkrete Maßnahmen. Typische Schwachstellen aus dem Benchmarking:

### Kreislaufinitiativen als Pilotprojekte

Viele Unternehmen präsentieren stolz kleine Circular-Economy-Piloten – etwa Kapselkollektionen aus Recyclingmaterial oder Rücknahmeaktionen. Diese ändern jedoch selten das Kerngeschäftsmodell: Eine große Modemarke lancierte recycelte Mini-Kollektionen, während über 90% der Produktion linear blieb. Rücknahmeprogramme existieren meist nur für einzelne Produktlinien.

**Fazit: Skalierung von Kreislaufinitiativen in Design, Produktion und Vertrieb fehlt.**

### Audits ohne existenzsichernde Löhne

Lieferantenaudits und Verhaltenskodizes sind Standard, doch existenzsichernde Löhne bleiben die Ausnahme. Berichte heben Mindestlöhne und ILO-Normen hervor, verschweigen aber deren Unzulänglichkeit in Produktionsländern. Selbst Vorreiter erreichen hier nicht Best Practice. Gewerkschaftsfreiheit wird anerkannt, aktiv jedoch selten gefördert.

**Fazit: Fokus auf reiner Compliance statt echter Fair-Wage-Programme.**

### Begrenzte Lieferkettentiefe

Nachhaltigkeitsmaßnahmen enden meist bei direkten Zulieferern (Tier 1). Risikoanalysen für Rohstoffstufen (Baumwollanbau, Färbereien) existieren, konkrete Eingriffe fehlen jedoch. Das LkSG fordert seit 2023 Lieferkettenanalysen, deren Umsetzung hinkt aber hinterher – aus Kapazitäts- oder Transparenzgründen.

**Fazit: Globale Verantwortung wird formuliert, Reichweite bleibt jedoch begrenzt.**

### Klimaziele ohne belastbare Daten

„Net Zero bis 2050“-Ziele sind üblich, Scope-3-Daten jedoch oft lückenhaft. Berichte nennen Maßnahmen, liefern aber keine vollständigen CO<sub>2</sub>-Fußabdrücke. Lieferkettenemissionen (bis zu 90% des Fußabdrucks) bleiben unklar.

**Fazit: Ohne transparentes Monitoring riskiert die Branche Greenwashing.**

### Neue Geschäftsmodelle in der Nische

Miet- oder Secondhand-Angebote bleiben Pilotversuche für Nischenkundschaft. Traditionelle Verkaufslogik dominiert trotz Zirkularitätsanspruch.

**Fazit: Hemmnisse durch Nachfrageunsicherheit und Umsatzmodellkonflikte bremsen die Transformation.**

## 3.3 Reporting & Transparenz: Mehr Daten, weniger Vergleichbarkeit

Die Berichterstattung selbst zeigt strukturelle Schwächen. Einerseits veröffentlichen Unternehmen heute deutlich mehr Daten als früher. Andererseits erschweren Intransparenzen und fehlende Standards die Vergleichbarkeit und Glaubwürdigkeit.

### Uneinheitliche Berichtsstandards

Große Konzerne berichten oft nach GRI oder ESRS (CSRD), kleinere nutzen eigene Formate. Ein Familienunternehmen lieferte einen Bericht ohne standardisierte Kennzahlen (GRI-Index, DNK), was die Einordnung erschwert.

**Fazit: Ohne einheitliche Standards bleibt Nachhaltigkeit schwer messbar – die CSRD ab 2025 könnte hier Abhilfe schaffen.**

### Wenig unabhängige Prüfung

Vielen Berichten fehlt eine externe Verifizierung. Nur wenige Firmen lassen Informationen von Wirtschaftsprüfern bestätigen (i.d.R. limited Assurance). Ohne unabhängige Verifikation besteht ein Greenwashing-Risiko: Unternehmen könnten positive Beispiele selektiv darstellen, Misserfolge weglassen. Eine seltene Ausnahme zeigt offene Fehlerkultur durch ein Kapitel zu verfehlten Zielen.

**Fazit: Glaubwürdigkeit erfordert unabhängige Bestätigung und Transparenz über Rückschläge.**

### Unvollständige Lieferkettentransparenz

Viele Berichte nennen nur Länder statt Fabriklisten. Vorreiter veröffentlichen vollständige Tier-1-Daten (Open Apparel Registry) oder nutzen digitale Produktpässe/QR-Codes. Tiefere Stufen (Stoffproduzenten, Rohstoffe) bleiben jedoch lückenhaft – selbst bei ambitionierten Governance-Strukturen.

**Fazit: Der Anspruch globaler Transparenz wird noch nicht erfüllt.**

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass **Nachhaltigkeit parallel zum Kerngeschäft läuft**, statt es zu durchdringen. **Operativ dominieren Pilotprojekte** und Tier-1-Fokus **statt Skalierung** und gesamter Lieferkette. Die **Berichterstattung** liefert mehr Daten, **bleibt** aber uneinheitlich und **unprüfbar**. Diese Defizite erschweren glaubwürdige Vergleiche zwischen Anspruch und Leistung.

Der nächste Abschnitt gibt konkrete Handlungsempfehlungen für Beschaffer und Lösungsanbieter, um diese strukturellen Lücken zu schließen.



## Identifizierte Handlungsfelder in der nachhaltigen Textil- Beschaffung

Trotz Fortschritten in Strategie, Programmen und Berichten ist nachhaltige Beschaffung in der Textilbranche noch nicht vollständig in den operativen Alltag integriert. Die Herausforderungen liegen weniger im Problembewusstsein als in der systematischen Verankerung, Skalierung und messbaren Umsetzung entlang globaler Lieferketten.

Aus den identifizierten Defiziten ergeben sich **fünf zentrale Handlungsfelder**, die für eine wirkungsvolle Transformation der Beschaffungspraxis entscheidend sind:

Handlungsfeld	Status Quo	Zielsetzung
<b>Verbindliche Integration in Einkaufsprozesse</b>	Soziale, ökologische und zirkuläre Kriterien sind nicht gleichwertig zu Kosten, Geschwindigkeit und Verfügbarkeit.	Nachhaltigkeit verbindlich verankern durch Nachhaltigkeits-Gewichtungen in Ausschreibungen, KPI-gestützte Einkaufsboni oder Lieferantenauswahlkriterien jenseits reiner Kostenvorteile.
<b>Skalierung zirkulärer Beschaffung</b>	Zirkuläre Kriterien sind nicht standardisiert/ verbindlich verankert.	Zirkuläre Prinzipien skalieren. Bspw. durch festgelegte Recyclinganteile in Ausschreibungen, modulare Produktdesign-Anforderungen oder langfristige Kooperationen mit zirkulären Anbietern.
<b>Transparenz entlang der gesamten Lieferkette</b>	Tier-1-Audits vorhanden, Tier-2/3 (Faser/Spinnerei) bleiben unkontrolliert.	Verbesserte Rückverfolgbarkeit durch klare Erwartungen an Tier-2/3-Lieferanten, digitale Tools oder gemeinsame Plattformen und kooperative Lieferantenprogramme.
<b>Belastbare Nachhaltigkeitsdaten</b>	Scope-3-Daten lückenhaft. Fehlende Kennzahlen (insb. Wasser, CO <sub>2</sub> , Chemikalien) für nachhaltige Einkaufsentscheidungen.	Belastbare Steuerungsdaten durch standardisierte Produkt-Fußabdrücke (CO <sub>2</sub> , Wasser), Lieferanten-Scorecards mit Nachhaltigkeits-KPIs und digitale Cockpits für Sourcing-Entscheidungen.
<b>Branchenweite Standardisierung</b>	Eigene Nachhaltigkeitsstandards erhöhen Lieferanten-Komplexität und mindern die Vergleichbarkeit.	Einheitliche Standards durch branchenweite Mindestkriterien/Kennzahlen, strukturierte Lieferantendialoge oder kooperativer Umsetzung statt isolierter Abfragen.



## Chancen durch gemeinwohlorientierte Unternehmen in der Kreislaufwirtschaft

Die Handlungsfelder der Branche ergeben für Gemeinwohlorientierte Unternehmen in der Kreislaufwirtschaft **strategische Chancen**. Diese gehen über klassische „Nachhaltigkeitslieferanten“-Positionierungen hinaus und setzen dort an, wo Einkaufspraxis, Skalierungsfähigkeit und Nachweislogiken noch nicht optimal zusammenfinden. Der eigentliche Mehrwert entsteht nicht allein durch „grünere“ Produkte, sondern durch die Entlastung der Beschaffung, Risikominimierung und Integration der Nachhaltigkeit in den Regelbetrieb.

### Strategische Hebel für messbare Dekarbonisierung

Gemeinwohlorientierte Zulieferer leisten einen **zentralen Beitrag zur Reduktion von Treibhausgasemissionen** entlang der Wertschöpfungskette. Durch die Entwicklung neuer Materialien aus Reststoffen oder agrarischen Nebenprodukten ermöglichen sie Marken, ihre **Scope-3-Emissionen präzise zu erfassen und zu mindern**. Verlässliche Datensätze und nachvollziehbare Nachweise schaffen dabei die Grundlage für glaubwürdiges, CSRD-konformes Nachhaltigkeitsreporting. Zugleich wandelt sich die Rolle dieser Zulieferer – von punktuellen Innovationspartnern hin zu strategischen Akteuren, die Dekarbonisierung operativ und messbar voranbringen.



*Beispiel:* OceanSafe entwickelt **biologisch abbaubare und schadstofffreie Fasern**. Diese werden über Lizenzmodelle in industrielle Anwendungen integriert. Das Ziel besteht darin, textile Wertschöpfungsketten nach Cradle-to-Cradle-Prinzipien umzugestalten, sodass Materialien in biologischen oder technischen Kreisläufen verbleiben, Mikroplastik und Schadstoffe vermieden werden und Marken verlässliche Lösungen für Klima-, Ressourcen- und Gesundheitseffekte erhalten.

Durch die Verbindung von Materialinnovation und quantifizierbarer Umweltwirkung eignet sich OceanSafe ideal für diesen Ansatz. Das Unternehmen liefert konkrete, produktspezifische Einsparungen bei CO<sub>2</sub>-Emissionen und Ressourcen, die nahtlos in Scope-3-Reduktionsstrategien und -Reporting von Einkaufsorganisationen integriert werden können.

## Kreislaufwirtschaft als skalierbare Infrastruktur

Während viele Unternehmen Kreislaufkonzepte bislang nur in Pilotprojekten umsetzen, entwickeln gemeinwohlorientierte Anbieter **ganzheitliche, skalierbare Lösungen**. Sie schließen Material- und Nutzungskreisläufe durch Rücknahmeprogramme, Wiederverwertungsprozesse und digitale Produktpässe, die Rückverfolgbarkeit und Ressourceneffizienz fördern. Damit entstehen Systeme, die über einzelne Produktlinien hinauswirken und eine **systematische Kreislaufführung im industriellen Maßstab ermöglichen**. Der entscheidende Fortschritt liegt in der Entwicklung von Kreislaufwirtschaft als dauerhafte Infrastruktur statt als isoliertes Nachhaltigkeitsprojekt.



*Beispiel:* manaomea stellt aus gemischten Textilabfällen in Kombination mit einem biobasierten Harz einen innovativen Werkstoff her. Dieser kann Holz und Kunststoffe in Anwendungen wie Schreibwaren, Möbeln oder Interior-Elementen ersetzen. Der Ansatz wertet Textilabfälle – insbesondere aus Regionen des Globalen Südens – zu einer nutzbaren Ressource auf und schafft gleichzeitig faire Arbeitsplätze sowie lokale Wertschöpfung. Zudem etabliert manaomea ein **kreislauffähiges Materialsystem mit Rücknahme und Wiederverwendung, das Textilreste in langlebige Produkte umwandelt**. Das Unternehmen passt hervorragend zu diesem Ansatz, da es Kreislaufprozesse über herkömmliche Faser-zu-Faser-Methoden hinaus erweitert und so systemische Materialkreisläufe jenseits einzelner Produktlinien ermöglicht.

## Soziale und marktorientierte Wertschöpfungspartnerschaften

Wirkungsorientierte Zulieferer schaffen in Produktionsregionen faire Arbeitsbedingungen, lokale Wertschöpfung und Wissenstransfer. Dadurch eröffnen sie Marken die Möglichkeit, **soziale Verantwortung und wirtschaftliche Leistungsfähigkeit zu verbinden**. In Kombination mit Co-Innovation und Co-Branding entstehen neue Wertschöpfungsketten und Produktkategorien, die ökologische, soziale und marktwirtschaftliche Ziele integrieren. So tragen diese Partnerschaften dazu bei, Lieferketten zu diversifizieren, Risiken zu reduzieren und zugleich nachhaltige Wettbewerbsfähigkeit aufzubauen.



*Beispiel:* Re-Root-TEX erschließt ungenutzte Ananasblätter als landwirtschaftlichen Reststoff und gewinnt daraus Fasern für Textilien. Der Ansatz steigert die Ressourceneffizienz und lokale Wertschöpfung, indem er **agrarische Nebenprodukte in Einkommensquellen für ländliche Gemeinschaften umwandelt** – ohne zusätzliche Anbauflächen zu beanspruchen. Marken erhalten so eine Materialalternative mit geringerem Ressourcen- und Emissionsfußabdruck. Re-Root-TEX eignet sich besonders für diesen Hebel, da es ökologische Innovation mit sozialer Wirkung in der Lieferkette verknüpft. Das Unternehmen wirkt als Impact-Anker für diversifizierte, resiliente und verantwortungsvolle Beschaffungsstrukturen.

---

## Fazit

---

Die deutsche Textilbranche hat Nachhaltigkeit strategisch etabliert – doch zwischen Anspruch und Umsetzung klafft noch eine Lücke. **ESG-Strukturen sind Standard, aber oft ohne echte Transformation, Skalierung oder Vergleichbarkeit.** Entscheidend wird nun, soziale, ökologische und zirkuläre Kriterien verbindlich in Beschaffung und Steuerung zu integrieren. Die **größte Chance liegt in der strategischen Partnerschaft mit kreislauforientierten Pionieren**, die nachhaltige Wertschöpfung messbar machen.

### CIPI - Ihr Partner für die zirkuläre Transformation

Genau an dieser Stelle setzt die *Circular Impact Procurement Initiative (CIPI)* des Yunus Environment Hub an. Unser Ziel ist es, Lieferketten langfristig resilienter zu gestalten und die Erreichung von Nachhaltigkeitszielen messbar zu fördern.

CIPI macht nachhaltige Beschaffung greifbar und umsetzbar. Wir unterstützen Unternehmen in Deutschland dabei, zirkuläre Ansätze systematisch in ihre Einkaufsstrategien und -prozesse zu integrieren. Durch praxisnahe Schulungen, Workshops und individuelle Beratung stärken wir interne Kompetenzen, schaffen Orientierung und begleiten Unternehmen bei der konkreten Umsetzung. Über unser Netzwerk an gemeinwohlorientierten Unternehmen erhalten Beschaffer Zugang zu zirkulären Lösungen, die Wirtschaftlichkeit, Resilienz und Nachhaltigkeit verbinden.

Ganz gleich, ob Sie am Anfang stehen oder bestehende Ansätze vertiefen möchten – CIPI begleitet Sie auf dem Weg zu einer zukunftsfähigen Beschaffung.

#### Ihre Ansprechpartnerin

Wenn Sie Fragen haben oder Unterstützung bei der Umsetzung zirkulärer Beschaffung wünschen, wenden Sie sich direkt an Claudia. Sie begleitet Sie mit Rat und Tat und hilft Ihnen, Ihre Beschaffungs-Ziele zu erreichen.



**Claudia Wiczorek**  
claudia.wiczorek@yunuseh.com