

Interview: „Dietenheim zieht an“

Die Go Textile!-Posterin Rebekka Rüth im Gespräch mit Gebrüder Otto-Geschäftsführer Andreas Merkel

Sie führen seit 1998 das Familienunternehmen Gebrüder Otto und sind mittlerweile für Ihr Engagement im Bereich Nachhaltigkeit mit zahlreichen Zertifizierungen belohnt worden. Warum ist Nachhaltigkeit so wichtig für Sie, und wie leben Sie Nachhaltigkeit in Ihrem Unternehmen?

Nachhaltigkeit machen wir nicht erst seit dieser Modebegriff kreiert wurde, sondern der Gedanke ist quasi in der DNA von Familienunternehmen. Unser Ziel ist eben nicht nur kurzfristig Gewinn zu erwirtschaften, sondern wir denken mehr von Generation zu Generation und versuchen anständig und sinnvoll mit unseren Mitarbeitern und Ressourcen umzugehen. Früher hat es keine Zertifikate gegeben, heute sind wir nach allen Regeln der Kunst zertifiziert. Diese „Philosophy of Sustainable Development“ hat es damals zwar offiziell noch nicht gegeben, aber für uns ist das eine Grundphilosophie der Werte die unser Unternehmen prägen, und deswegen ist es auch relativ leicht für uns, in diesem Bereich weiterzuschauen.

Dietenheim ist eine Stadt mit vielen Projekten rund um nachhaltige Textilien. Wie ist die Idee für „Dietenheim zieht an“ bei Ihnen entstanden?

Ich bin jetzt schon recht lange im Bereich Nachhaltigkeit tätig und unser Unternehmen ist ja auch bekannt dafür, dass wir hier führend sind. Dadurch ist es zwangsläufig so, dass viele Bekannte, Freunde, aber auch Kunden und Geschäftspartner mir Fragen zum Bereich Nachhaltigkeit stellen. Dabei waren drei Kernfragen ausschlaggebend für die Idee des Projekts:

/ Was bedeutet eigentlich Nachhaltigkeit bei einem Textil, und ist Nachhaltigkeit nicht nur ein Trend, der irgendwann wieder verschwindet?

/ Warum soll ich eigentlich mehr Geld für ein nachhaltiges Textil bezahlen, welchen Nutzen habe ich davon?



Andreas Merkel (2.v.re.) mit seinen Mitarbeitern auf dem Otto-Stand in Dietenheim.

/ Welchen Marken kann ich denn vertrauen und woran kann ich denn erkennen, dass ein Textil nachhaltig hergestellt worden ist und vor allem: Wo kann ich es dann kaufen?

Unser Ziel war es, den Konsumenten zu erklären, warum ein bestimmtes Textil nachhaltig ist, den Konsumenten die Wertschöpfungskette transparent zu machen, den Mehrwert von Bio-Textilien und nachhaltigen Textilien aufzuzeigen und am Ende des Tages hier die Produkte anzubieten.

Heute waren viele verschiedene Unternehmen hier vor Ort vertreten, und alles dreht sich rund um Nachhaltigkeit. Was erhoffen Sie sich von der Veranstaltung und der Zusammenarbeit mit der Forschung?

Wir haben nur dann eine Überlebenschance, wenn es unsere Kunden auch noch gibt. Durch den Strukturwandel im Einzelhandel brechen unseren Kunden zunehmend die Endkunden weg. Wir versuchen mit dem Projekt einen neuen Distributionskanal für unsere Kunden zu entwickeln. Das heißt einen Direktvertrieb zu den Konsumenten, wobei wir gleichzeitig versuchen, die emotionalen Werte und den Mehrwert eines Textils zu vermitteln.

Die Forschung brauchen wir, um als Firma Otto im Bereich Nachhaltigkeit das führende Unternehmen in der Branche zu sein. In der engen Zusammenarbeit mit der Forschung können wir frühzei-

tig die neuesten Trends sehen und Möglichkeiten diskutieren, in welche Richtung uns das führen kann. Meine Anfangsvision des Projekts ist durch die Forschungsergebnisse teilweise korrigiert worden. Zu Beginn war meine Idee beispielsweise, die leerstehenden Läden in Dietenheim wiederzubeleben, aber die Forschungsergebnisse haben dann gezeigt, dass es neuartige Angebotskonzepte braucht, weil weit verstreute Läden für die Konsumenten einfach nicht mehr attraktiv sind.

In den Podiumsdiskussionen wurde insbesondere das Thema „Made in Germany“ besprochen. Wie sehen Sie die Zukunft der Textilbranche in Deutschland, und welche Rolle spielt das Thema Nachhaltigkeit in diesem Zusammenhang?

Die Textilindustrie hat in Deutschland in den letzten Jahren vor allem den Rückwärtsgang eingelegt, weil die Bekleidungstextilien einfach in anderen Ländern billiger hergestellt werden können. Ergebnisse aus der Forschung zeigen, dass nachhaltige Produkte Interesse wecken und eine gewisse Käuferschicht dafür bereit ist, mehr Geld auszugeben. Ich sehe in der Herstellung nachhaltiger Textilien eine gewisse Nische, die wir bzw. unsere Kunden ausfüllen können und in der wir uns auch behaupten können. Aber, dass wir in Zukunft eine textile Massenproduktion wieder nach Deutschland zurückholen können nur unter der Flagge Nachhaltigkeit, das halte ich nicht für realistisch. Deutschland wird allerdings weiterhin im

Bereich der technischen Textilien eine Chance haben und auch da spielt Nachhaltigkeit immer mehr eine Rolle.

„Dietenheim zieht an“ findet nun bereits zum zweiten Mal in dieser Form statt, was sind Ihre Pläne und Wünsche für die Zukunft?

Wir haben mit beiden Events eine überraschend positive Resonanz von den Konsumenten erhalten. Das Event war beim letzten Mal noch gelinkt mit einer Stadtveranstaltung, sodass man nicht klar differenzieren konnte, wer aufgrund der Textilien gekommen war. Aber trotz meiner Befürchtungen und anderer Veranstaltungen in der Umgebung, haben wir bereits drei Stunden nach Beginn tausend Besucher gezählt. Insofern bin ich positiv überrascht, wie groß das



Rebekka Rüth

Interesse der Leute ist. Was mich auch freut ist, dass neben dem Bereich Textilien auch andere regionale Produkte hier vertreten sind und sehr gut angenommen werden. Die Resonanz und das Interesse der Besucher stimmen mich sehr positiv, und nach abschließender Bewertung könnte ich mir hier vor Ort durchaus die Etablierung eines Direktvertriebes der Hersteller vorstellen. Unser Wunsch wäre dann, dass unsere Kunden und der Ort davon profitieren. Das Projekt ist mit Textilien gestartet, aber wir versuchen auch Nachhaltigkeit in anderen Bereichen zu verankern, zum Beispiel wird unsere Schule demnächst eine Fair Trade Schule sein.

Rebekka Rüth