

WATERLOVE

Denim Looks mit Nachhaltigkeitsfaktor

VON SANDY STRASSER

Wasser ist für unsere Erde und die Menschen, Tiere und Pflanzen, die sie bewohnen, von größter Bedeutung. Wir wissen, dass es die wertvollste Ressource ist, die wir haben, und dass die nutzbaren Vorkommen unseres Planeten immer knapper werden. Heute hat einer von zehn Menschen weltweit keinen Zugang zu sauberem Wasser. Unsere Gesellschaft greift außerdem weiter in Rekordgeschwindigkeit auf die begrenzten Grundwasservorräte zu – schneller, als sie wieder aufgefüllt werden. Vor allem die Produktion in der Bekleidungsindustrie ist in hohem Maß abhängig von der Wasserverfügbarkeit – das umfasst den Anbau von Baumwolle bis hin zur Konsumentenpflege zu Hause. Seit Jahrzehnten arbeitet die Marke Levi Strauss & Co. bereits daran, die benötigte Menge in diesem Bereich zu reduzieren.

Wir schreiben das Jahr 1853. Der in Bayern geborene Levi Strauss zieht in der Zeit des Goldrausches nach San Francisco und gründet einen Textilwarenhandel. Dort verkauft er Kleidung, Stiefel und andere Waren an die kleinen Einzelhandelsgeschäfte im amerikanischen Westen. 1872 erschafft er dann gemeinsam mit Jacob Davis, ein Schneider aus Reno, erstmals Arbeitskleidung mit Nieten für bessere Haltbarkeit, bestehend aus braunem Baumwollgewebe und echtem blauen Denim. Ein Jahr später folgen die ersten paar Levi's Jeans. Heute darf die Kult-Jeans als Basic Must-have in keinem Kleiderschrank fehlen. Sie werden getragen, geflickt, repariert und nicht selten an jemanden ganz Besonderen vererbt. „Jedes Detail an einer dieser Jeans ist durchdacht, von den Nähten bis zu den Nietenverstärkungen, die bereits seit über einem Jahrhundert verwendet werden. Das ist Kleidung mit Design für eine lange Lebensdauer“, sagt Jill Guenza, Vizepräsidentin Levi's Women Design.

Levi Strauss & Co. ist weltweit eines der größten Textilunternehmen und global führend im Bereich der Jeans. Dementsprechend groß ist die Verantwortung bezüglich umweltfreundlicher Produktionsverfahren. Dessen ist sich die Marke bewusst und hat branchenübliche Standards infrage gestellt bezogen auf den Wasserverbrauch bei der Herstellung und Veredelung von Kleidung aus Denimstoff. Das Ergebnis ist Levi's® Waterless™ und setzt sich aus verschiedenen Innovationen zusammen: von der Zusammenlegung von Produktionsschritten im Veredelungsprozess bis zur Verwendung von Ozon, einem Oxidationsmittel, das Gewebe mit minimalem Wasserverbrauch bleicht. Warum sich das Unternehmen bei seinem Engagement gerade auf diesen Rohstoff fokussiert? Ganz einfach, weil der Pioniergeist, mit dem 1873 mit der ersten Blue Jeans alles begann, bis heute alle Aspekte der Geschäftstätigkeit des Unternehmens durchdringt. Man dürfe schlichtweg nicht ignorieren, dass die Bekleidungsindustrie erhebliche Mengen Wasser verbraucht. Seit Durchführung eines Lifecycle Assessments im Hause Levi's im Jahr 2007 und 2015 weiß man, dass fast 70 Prozent des Wassers,

welches während eines Lebenszyklus für ein Paar Jeans verbraucht wird, ausschließlich für den Baumwollanbau verwendet werden. Vor dem Hintergrund, dass 95 Prozent der LS&Co. Produkte baumwollbasiert sind, bedeutet dies, dass die Nachhaltigkeit der Baumwolllieferkette neu bewertet werden muss. Es müssten außerdem neue Lösungen gefunden werden, um die Auswirkungen dieses Rohmaterials auf die Umwelt zu reduzieren. Hierzu gehören Bewässerungssysteme, der Abfluss von Pestiziden und die Ausbildung von Baumwollfarmern.

In einem weiteren Schritt zur Wasserreduktion führte die Marke bei teilnehmenden Fabriken außerdem ein revolutionäres System zur Wasserrückgewinnung ein, das es ermöglicht, den wertvollen Rohstoff während der Veredelung der Kleidung wieder und wieder zu verwenden. Damit hat Levi's als erstes Unternehmen der Bekleidungsbranche gleichzeitig Richtlinien für recyceltes Wasser festgelegt – und das bei gleichbleibender Qualität der verwendeten Denimstoffe. Verblüffend dabei ist, dass das Wasser, das zur Produktion der meisten Produkte verwendet wird, nach dem Prozess sogar sauberer ist als zuvor.

Für die Marke zählt jeder Tropfen, deshalb haben auch die Designer neue, innovative Möglichkeiten gefunden, um Denim in unterschiedlichsten Looks herzustellen, aber mit weniger Wasserverbrauch. So hat man bereits über eine Milliarde Liter sparen und 30 Millionen Liter recyceln können. „Unsere Designer haben sich selbst die Aufgabe gestellt, die bei unseren Kunden so beliebten Finishes mit wesentlich weniger Wasser zu ermöglichen. Levi's® Waterless™ reduziert den Verbrauch im Veredelungsprozess um bis zu 96 Prozent“, so Michael Kobori, Vizepräsident Nachhaltigkeit. Das Unternehmen hat erkannt, dass es nicht reicht, nur ein verantwortungsvolles Management für diese wichtigste Ressource der Erde zu betreiben. Es möchte auch ein Katalysator für den Wandel »





OSUDIO UND LEVI'S

Osudio verfügt über einen beeindruckenden Footprint in den Bereichen Produktion von Modelabeln und E-Business-Modervertrieb. Durch die Zusammenarbeit mit Unternehmen wie zum Beispiel Levi's, adidas, Jeans Centre, Garcia Jeans, Tommy Hilfiger und anderen führenden Modemarken kennt Osudio die Dos und Don'ts für Unternehmen, die mit ihrem Fashion Business über alle Kanäle hinweg erfolgreich sein wollen.

sein – innerhalb der Branche und darüber hinaus. Diesen Change-Prozess kann es global gesehen zwar nicht alleine leisten, aber indem man innovative Maßnahmen in die Wege leitet und Partnerschaften mit anderen Unternehmen eingeht, kann man zumindest in gewissem Rahmen dazu beitragen, diesen Wandel zu forcieren und die Auswirkungen auf die Umwelt zu reduzieren. Durch den Einsatz dieser Innovationen sollen in der gesamten Bekleidungsindustrie bis zum Jahr 2020 mindestens 50 Milliarden Liter Wasser eingespart werden können. Das persönliche Ziel von Levi Strauss & Co. ist es, den Prozentsatz der eigenen, mithilfe der Waterless-Verfahren hergestellten Produkte bis zum Jahr 2020 auf 80 Prozent zu steigern.

www.levi.com

DIGITALE TRANSFORMATION

Kurzporträt Osudio

Technologie verändert die Art, wie wir Produkte kaufen und verkaufen. Osudio verhilft Unternehmen zu Erfolg in der Welt des E-Business, die ständigen Veränderungen unterworfen ist. Wir sind Unternehmer im Herzen und übersetzen die komplexen Anforderungen des E-Business in leicht zu nutzende Online-Lernumgebungen. Aufgrund unserer Erfahrung im E-Business seit den Neunzigerjahren wissen wir, was funktioniert, was nicht funktioniert und was Wachstum bewirkt. Mithilfe von Osudio erreichen Sie B2B-Kunden ebenso wie B2C-Kunden mit einem nahtlosen Service auf jedem Kanal, auf dem diese aktiv sind. Unsere Aufgabe sind die Menschen und deren Umgang mit Technologie. Deshalb legen wir auch besonderen Wert auf Kenntnisse in UX und digitaler Kommunikation. Wir suchen laufend den richtigen Mittelweg zwischen innovativer Anwenderfreundlichkeit und robuster Technologie. Osudio hilft dem Kunden, anwenderfreundliche Umgebungen zu entwickeln, welche die Käufer leicht zu digitalen Transaktionen oder dem herkömmlichen Handel leiten. Wir bieten ein umfassendes Angebot an Dienstleistungen wie digitale Strategie und Beratung, User Experience Design, Tätigkeiten in E-Business und IT Dienstleistungen. So unterstützte Osudio in den vergangenen 20 Jahren die größten Unternehmen in Europa bei der Entwicklung ihres Geschäftsmodells, um ihnen einen Platz in der ersten Reihe zu sichern. Stillstand ist für unsere Kunden keine Option. Unsere Aufgabe ist es, ihr Vertrauen zu gewinnen, eine haltbare Partnerschaft aufzubauen und ihnen zu helfen, voranzuschreiten. Um dieses wahr werden zu lassen, müssen wir eine Atmosphäre schaffen, in der Erfolg möglich ist. Eine Atmosphäre, in der wir gradlinig, offen und ehrlich miteinander umgehen. Eine Atmosphäre, in der Leidenschaft, Kreativität und Innovation Bestand haben. Genau das können Sie bei Osudio erwarten.

www.osudio.com

BERTSCH INNOVATION
smart product information

smart product information.

WE TAKE CARE OF THE MOST VALUABLE DATA YOU HAVE.

500+
Installationen

500.000+
Produkte im System

750.000+
Medien im System

20.000+
Benutzer im System

Hosted & made in
**BADEN-
WÜRTTEMBERG**

mediacockpit ist die moderne Standardsoftware und Integrationsplattform für die Verwaltung und Distribution von Produktinformationen (PIM) und digitalen Medien (DAM). Führen Sie Produktdaten und Medienobjekte nahtlos zusammen und veröffentlichen Sie Publikationen in Print, Online und Mobile in kürzester Zeit – automatisiert und individualisiert.

Mehr als 500 Kunden – darunter namhafte Marken und internationale Unternehmen wie Deichmann, Duravit, Kindernothilfe, Krones, MAHLE, Mercedes-Benz, Ravensburger, Schaeffler und Schneider Electric – setzen bereits auf die smarten Software-Lösungen der Bertsch Innovation.

e-proCAT ist die etablierte Standard-Software für die Erstellung digitaler Kataloge im BMEcat und GS1-XML Format sowie die Klassifizierung von Daten nach internationalen Standards (eCl@ss, ETIM, proficl@ss, UNSPSC und IDEA).

Spielen Sie Ihre Daten in einfachen Schritten ein und erstellen Sie im Handumdrehen elektronische Kataloge.

Als Mitbegründer des BMEcat-Standards, GS1-Solution Provider, autorisierter eCl@ss Service-Dienstleister, Mitglied im proficl@ss-Verein sowie als exklusiver Lieferant der ETIM-Zertifizierungssoftware stehen wir Ihnen als starker Partner für die Standardisierung Ihrer Geschäftsabläufe zur Seite.

Marken der Bertsch Innovation GmbH:

e-pro[®]CAT

mediacockpit



ETIM

eClass[®]
CLASSIFICATION AND PRODUCT SPECIFICATION

proficl@ss
All you need is a standard.