

Thurgauer Zeitung vom Donnerstag, 5. Februar 2009, Ressort Wirtschaft

*Urheberrecht: Die Übernahme dieses Textes bzw. der Fotografie ist verboten. Jede Weiterverwendung des Inhalts dieser Site bedarf der Einwilligung der Redaktion.*

© Thurgauer Zeitung

### Otto fordert nachhaltige Standards

**Nur wer auf ökologische Produktion und sichere Sozialstandards setze, werde gut durch Krisenzeiten kommen. Diese Ansicht vertritt Michael Otto, Vorsitzender der deutschen Otto-Gruppe.**

**Ermatingen** – Mit dem Chef der Otto-Gruppe, Michael Otto, hatte das Wolfsberg-Podium am Dienstagabend einen hochkarätigen Gast geladen. Der 65-Jährige baute den väterlichen «Werner Otto Versandhandel», gegründet 1949 in Hamburg, zum global erfolgreichen Versandhaus und zum weltweit zweitgrössten Internethandel (hinter Amazon) aus. Die Otto-Gruppe zählt rund 55 000 Mitarbeitende auf drei Kontinenten.

Vor mehreren Hundert Zuhörern sprach Michael Otto zum Thema «Versand- und Einzelhandel: Führt die Globalisierung zu Umwelt- und Sozialdumping?» Er beantwortete die Frage mit einem klaren Nein, «sofern man es richtig anpackt». Denn Wirtschaftswachstum um jeden Preis könne nicht die Lösung der aktuellen Probleme sein. Die momentan darübende Weltwirtschaft könne nur dann nachhaltig gesunden, wenn das Wirtschaftswachstum dem Menschen diene und zugleich der Umwelt nicht schade.

Um das zu erreichen, müsse man zuerst in den (armen) Ländern verbindliche Sozial- und Umweltstandards etablieren. Als Unternehmer in einem Drittweltland gelte es, die benötigten Rohstoffe, etwa Baumwolle, ökologisch zu produzieren, und zwar unter Bedingungen, die es einem Mann, einer Frau erlaubten, eine vierköpfige Familie zu ernähren und die Kinder zur Schule zu schicken. Dann kann gemäss Otto eine Win-win-Situation entstehen: «In Afrika verbessern sich die Lebensbedingungen, und wir erhalten bessere Produkte.» Denn ökologisch produzierte Kleider seien auch besser für die Haut und somit für die Gesundheit.

### Neugierige Konsumenten

Solche Standards würden nicht nur eine gerechtere Welt schaffen, sondern sich auch wirtschaftlich rechnen, wie Michael Otto weiter sagte. Wie das? «Immer mehr Konsumenten wollen wissen, unter welchen Bedingungen ihr T-Shirt oder ihre Turnschuhe hergestellt wurden.» Wenn publik werde, dass ein Unternehmen Kinderarbeit dulde oder gar fördere, dann sei ein hart erarbeitetes Image schnell einmal dahin, und zwar ebenfalls nachhaltig. «Was danach kommt, kann sich jeder selbst ausrechnen: Dann bricht der Firma auf einmal der Verkauf weg, und es geht ihr schlechter als zuvor.» Es ist laut Otto eine unbestreitbare Tatsache, dass der Druck der Konsumenten heute um ein Vielfaches grösser ist als noch vor 20 Jahren, «und das ist gut so».

### Nicht Perfektion verlangen

Damit die firmeninternen Umwelt- und Sozialstandards eingehalten werden, besuchen Mitarbeiter der Otto-Gruppe regelmässig und unangemeldet nicht nur die direkten Lieferanten, sondern auch der Sub-Unternehmer. «Um Erfolge zu erreichen, darf man von afrikanischen Lieferanten jedoch nicht von Anfang an Perfektion erwarten, wohl aber die Bereitschaft voraussetzen, die Dinge nachhaltig innert einer nützlichen Frist zu ändern», erklärte Otto. «Wenn wir bei der Nichteinhaltung der einen oder anderen Vorgabe sofort die Verträge kündigen würden, gäbe es keinen Handel mehr mit den Entwicklungsländern, und das will niemand.» Aber die Zielvorgaben würden mit Nachdruck verfolgt. Trotzdem räumte Otto ein, in dieser Beziehung manchmal auf einem schmalen Grat zu wandern. ICHRISTOF LAMPART

 FENSTER SCHLIESSEN

© Thurgauer Zeitung