

Interview mit Stefan Dierks (SD), Leiter Produkte & Strategien Unternehmensverantwortung von Tchibo, am 11.06.2018 in Hamburg

Die Fragen wurden von Bea (B) und Niklas (N) gestellt.

Thema: Umdenken

Zeit

00:11 B: Welches Ereignis hat denn zum Umdenken bei Tchibo geführt?

00:16 SD: Bei Tchibo hat zum Umdenken geführt, in der Tat eine Kampagne, die hauptsächlich betrieben wurde von der **Clean Clothes Campaign** oder der Kampagne für Saubere Kleidung. Das ist eine global agierende Nichtregierungsorganisation oder ein Zusammenschluss derselben, die sich insbesondere um die Rechte von Arbeitnehmerinnen in der globalen Textilindustrie kümmert. Es gab dort Beschwerden über die Arbeitsbedingungen bei einem unserer Textilproduzenten in Bangladesch. Man hatte insgesamt aus Sicht der Clean Clothes Campaign Tchibo als nicht so intensiv engagiert gesehen, wie sich die **Nichtregierungsorganisationen** das gewünscht haben. Daraufhin hat man eine Kampagne gegen Tchibo gefahren, insbesondere in Deutschland. Sehr medienwirksam, mit Demonstrationen auch vor Filialen, mit einer Reise von betroffenen Näherinnen aus Bangladesch hier nach Deutschland, mit Medienberichten, Podiumsdiskussionen und so weiter. Und das war der Punkt, wo unsere Geschäftsführung gesagt hat: „Okay, da müssen wir mehr tun. Wir müssen dieses ganze Thema Nachhaltigkeit strategisch verankern, als Stabsstelle, direkt an den **CEO** berichtend, und noch mal ganz neu das ganze Thema denken und strategisch planen“. Das war dann 2005, beziehungsweise die Einrichtung der Stabsstelle dann Mitte 2006.