

Kurzprofil zu Teilprojekt

Harmonisierung von Leder-Standards

1. Herausforderung

Laut internationalen Verträgen ist bereits bis 2020 sicherzustellen, dass chemische Stoffe im gesamten Lebenszyklus sicher verwendet werden (siehe SDG 12.4 der UN „[Agenda 2030](#)“). In Europa trägt hierzu etwa die REACH-Verordnung bei, indem sie die Transparenz zu Stoffen (und deren Eigenschaften) in Produkten erhöht, aber auch Grenzwerte festlegt, z. B. zu problematischen Stoffen in Leder. In Drittstaaten, etwa Staaten im asiatischen Raum mit relevanten Exportanteilen von Leder in die EU, existieren keine flächendeckenden, mit der EU vergleichbar strenge Anforderungen an die Produktion; in der Folge sind die Produktionskosten dort geringer. Zudem sind Vollzugsdefizite hinsichtlich der Vorschriften an Umwelt- und Gesundheitsschutz zu konstatieren, sowohl in den Drittstaaten als auch, in geringerem Maße, den EU-Staaten. Die heterogenen Rahmenbedingungen haben zur Folge, dass je nach Produktionsstandard am Standort erhebliche Unterschiede bestehen können in Hinblick auf die Prozesse (z.B. immissions- und emissionsseitige Vorsorgemaßnahmen, Gesundheitsschutz) und daraus entstehende Produkte (z.B. Nachweis von problematischen Stoffen in kritischen Mengen, aber auch Materialqualität). Dies wirkt sich zugleich auf den Wettbewerb aus, in dem die unter vergleichsweise hohen Kosten entstandenen Produkte konkurrieren mit solchen aus einer vergleichsweise billigen Produktion.

Mit dem Ziel einer Harmonisierung der Produktionsbedingungen über Ländergrenzen hinweg entwickeln Branchen-Initiativen Governance-Strukturen u.a. mit Instrumenten (z. B. Standards) zum Chemikalien-Management in der Lieferkette (u.a. [ZDHC](#)) oder zur Auditierung von Leder (u.a. [LWG](#)). Die Organisationen unternehmen zudem Anstrengungen, um die Instrumente zueinander anschlussfähig zu machen. Dies geschieht weil die Instrumente mit Blick auf unterschiedliche Akteurguppen (z.B. Textile Lieferkette, Gerbereien) entwickelt wurden und zudem unterschiedliche konzeptionelle Designs aufweisen. Nicht zuletzt ist auch zu beobachten, dass solche Initiativen besonders attraktiv sind für gut aufgestellte Vorreiterunternehmen, die damit ihr umweltbewusstes Profil weiter schärfen können. Hingegen fehlt eine Anschlussfähigkeit für die breite Masse an Unternehmen; darunter die eigentlichen „Problemverursacher“.

2. Zielsetzung und Projektbeschreibung

Ziel ist es, ausgehend von einer Analyse der bestehenden rechtlichen und privaten Standards (sowie deren Umsetzung), einen Beitrag dazu zu leisten, dass diese harmonisiert und dabei ggf. optimiert werden. Zentrale Akteure sind dabei die genannten vorwiegend privatwirtschaftlichen Governance-Arrangements sowie multi-stakeholder Organisationen wie das UNIDO [Leder-Panel](#). Gelingt auf dieser Ebene eine Angleichung von Standards und Empfehlungen in Richtung einer international harmonisierten Leder-Produktion, können davon Impulse ausgehen auf die Gesetzgeber. Das Projekt zielt zudem darauf, die gewonnenen Erkenntnisse in angemessener Weise in Gesetzgebungsverfahren einzuspeisen.

Inhaltlich besonders im Fokus stehen der Einsatz und die Bewertung von Chemikalien, Arbeitsbedingungen und Wissenstransfers in der Lieferkette sowie ggü. dem Verbraucher. Dabei verfolgt das Projekt einen holistischen Ansatz, der die Anforderungen aller relevanten Akteure integriert und daraus Qualitätskriterien für die Bewertung unterschiedlicher Ansätze entwickelt. Optimierungen können z.B. darin bestehen, dass sich die Konvergenz bestehender Systeme erhöht (z.B. Anerkennung durch System A von Leistungen eines Unternehmen in System B), ein höheres Niveau der materiellen Anforderungen entsteht, neue Struktur-Elemente entstehen (Gremien, Instrumente etc.) oder sich Rollen ändern. Ein weiterer angestrebter Output sind Empfehlungen an Gesetzgeber und (internationale) Organisationen.

3. Zentrale Fragestellungen

Forschungs- und Transferfragen:

1. Welche Anforderungen bestehen an einen „internationalen Standard für die Lederproduktion“?
2. Welche relevanten rechtlichen und privaten Standards existieren und wie ist jeweils der Umsetzungsstand?
3. Welche Lücken („Delta“) bestehen zwischen 1. und 2. und welche Optionen bestehen, um dieses zu reduzieren?

4. Struktur

Ein Tandem bestehend aus jeweils einer Vertreterin / einem Vertreter (1) der Hochschule Darmstadt sowie (2) aus der Praxis koordiniert das Projekt. Jede/r Interessierte kann an dem Projekt mitwirken.

Die Zusammenarbeit erfolgt über (Online-) Treffen und Workshops.

Panel-Koordination

Für die Hochschule Darmstadt: **Julian Schenten**

Für die Praxis: **#bei Interesse bitte melden**

Wesentliche Projektschritte (teilweise parallel verlaufend)	Format(e)
0. Projektgruppe initiieren	Verständigung auf Kurzprofil; Auftakt-Webinar
1. Gruppe durch relevante Akteure erweitern (u. a. internationale Organisationen wie UNIDO)	Netzwerkanalyse, vorhandene Kontakte nutzen; „Sponsoring“
2. Ziel bestimmen: Relevante Kriterien / Anforderungen des zu entwickelnden Standards identifizieren, räumlicher und persönlicher Anwendungsbereich festlegen etc.	Vorarbeit mittels Befragungen (quantitativ + qualitativ); abschließender (Online-)Workshop
3. Vorhandene Standards analysieren (mit Umsetzungspraxis): - Inwieweit sind vorhandene Standards kongruent / weichen voneinander ab? - Wo bestehen Lücken zur Zielsetzung?	Vorarbeit mittels (Literatur-)Recherche, Experteninterviews; abschließender (Online-)Workshop
4. „Runden Tisch“ / Zentrales (Multi-Stakeholder) Entscheidungsgremium gründen	
5. Strategie entwickeln im Hinblick auf „Harmonisierung von Leder-Standards bis XXX“ (z. B. 2035)	Vorarbeit mittels Befragungen (quantitativ + qualitativ); abschließender (Online-)Workshop
6. Maßnahmen gemäß Strategie umsetzen, u. a.:	
6a. Vorhandene Standards weiterentwickeln	Experteninterviews, Kreativ-Workshop
6b. Geschäftsmodelle für unterschiedliche Akteure entwickeln	(Literatur-)Recherche, Experteninterviews
6c. strategische Partnerschaften aufbauen (z. B. mit Akteuren in Drittstaatendefinieren)	Netzwerkarbeit
6d. Monitoringkonzept für Erfüllung des Standards erarbeiten (Indikatoren etc.)	Befragungen (quantitativ + qualitativ), Kreativ-Workshop
7. Verbreitung sicherstellen	„Werbetour“, Policy Papers erstellen, zentrale Vermittler einbinden