



B.A.U.M. UMWELTPREIS 2003

HARALD HEIGL (49)

LEITER UMWELTKOORDINATION TRIUMPH INTERNATIONAL AG

Harald Heigl ist seit neunzehn Jahren im Unternehmen Triumph International AG beschäftigt und seit acht Jahren als Leiter für den Bereich Umweltkoordination innerhalb des Direktionsbereiches Marketing in vielfältiger Weise engagiert. In seiner Funktion hat er erheblich dazu beigetragen, Ziele und Maßnahmen des Umweltschutzes konzeptionell sowie praktisch im Unternehmen zu etablieren. Zusammen mit verschiedenen Fachabteilungen werden kooperativ und zielorientiert produkt- und standortbezogene Aufgaben und Projekte konzipiert bzw. durchgeführt.

Triumph ist heute ein Vorreiter in der Entwicklung körperverträglicher Unterbekleidung, Hausbekleidung, Freizeit- und Bademoden mit ökologischer Verantwortung und modischem Profil. Seit Ende der 80er Jahre sind die verschiedenen Bereiche des Unternehmens involviert, umweltrelevante Themen und Prozesse zu diskutieren und gegebenenfalls zu optimieren, immer unter der Prämisse der Balance zwischen Ökologie und Ökonomie. Die Bereitschaft zum aktiven und kundenorientierten Umweltschutz zeigt sich besonders in der Entscheidung des Unternehmens, an Zertifizierungsverfahren der gesundheits- und ökologisch-verträglichen Textilherstellung teilzunehmen. So erfüllen alle Triumph Produkte den humanökologischen Standard *Öko Tex Standard 100*. Darüber hinaus wird von allen Lieferanten die Einhaltung von Triumph spezifischen produktökologischen Anforderungen verlangt, unter anderem chlorfreie Bleiche, formaldehydfreie Ausrüstung und nickelfreie Metallteile. Bestimmte hautsensible Produktsegmente werden auch einem medizinischem Test unterzogen. Nach erfolgreichem Testverlauf erhalten sie das Label MEDIZINISCH GETESTET.

Diese und ähnlich produktbezogene Umweltmaßnahmen, wie die Durchführung von Produkt-Ökobilanzen, werden im Unternehmen ebenso praktiziert wie die Sicherung des Wohlergehens der Mitarbeiter/ innen am Arbeitsplatz.

Die Einführung eines Sozialkodex, der u.a. auf der „Charta der europäischen Sozialpartner des Textil- und Bekleidungssektors“ basiert, verdeutlicht, dass bei Triumph nicht nur ökologische und ökonomische Ziele zur Unternehmenspolitik gehören, sondern auch soziale Verantwortung für das Betriebspersonal im Sinne nachhaltigen Unternehmertums. Das Recycling von Abfällen, die Einrichtung eines Recycling-Centers, die Reduktion von Verpackungsmaterialien und des Energieverbrauchs, der innerbetriebliche Transport mit Mehrwegcontainern, eine Rückführlogistik und das anschließende Recycling der Triumph-Präsentationsbügel aus dem Handel sind weitere Beispiele des Engagements von Triumph.

Zu diesem Spektrum an umweltbezogenen Maßnahmen zählt auch die Beteiligung an den Pilotprojekten „Umweltmanagement in der Textil- und Bekleidungsindustrie“ sowie „Ökologische Bewertungssysteme für Stoffströme, Produkte und Abfälle im Textilbereich“. Besonders in Sachen Stoffstrommanagement zeigt sich Triumph vorbildlich und engagiert sich, als Bekleidungshersteller, Umweltauswirkungen auch vor und hinter den eigenen Werkstoren zu analysieren und wenn möglich zu optimieren.

Darüber hinaus beteiligt sich Triumph International gemeinsam mit Kooperationspartnern, dem Ministerium für Umwelt- und Verkehr Baden-Württemberg sowie dem Institut für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW), an einem Pilotprojekt zur integrierten Produktpolitik (IPP) am Beispiel von Textilien. Dabei handelt es sich um einen neuen umweltpolitischen

Ansatz, der die Umwelteigenschaften von Produkten und Dienstleistungen über ihren gesamten Lebenszyklus sowie aller Umweltmedien hinweg optimiert.

Harald Heigl sieht jedoch nicht nur in Projektmaßnahmen umweltbezogene Chancen und Entwicklungspotentiale für Triumph. Wichtig und sehr erfolgsversprechend für Ihn ist auch die Kommunikation innerhalb der textilen Kette und der Aufbau und die Pflege von Netzwerken zum Thema Umweltschutz. So ist Triumph als Gründungsmitglied der ‚Fördergemeinschaft körperverträglicher Textilien e.V. Denkendorf‘ zentral mit den Themen Produktökologie, Hautverträglichkeit und Herstellungsprozesse verbunden.

Weitere Plattformen für Kommunikation sind die Mitgliedschaft im B.A.U.M e.V., im Arbeitskreis „Dialog Textil Bekleidung München“ sowie im Ausschuss Umwelt und Verpackung des Markenverbandes Wiesbaden.

Damit die vielseitigen Maßnahmen des Unternehmens nicht nur in ihrer Umsetzung korrekt verlaufen, sondern auch extern und im Sinne des Stakeholder-Dialoges dokumentiert werden, setzt sich Heigl für die regelmäßige Herausgabe von Umwelt-Infos bzw. eines Umweltreportes sowie weiterer Dokumentationen (z.B. „Produkte und Stoffströme in Unternehmen“, verbraucherorientierte Infos zur Hautverträglichkeit von Produkten für den Handel etc.) ein .

Für die Zukunft plant Triumph eine noch stärker verbraucherorientierte Entwicklungs- und Forschungsarbeit für körperverträgliche Textilien Also aktiven Verbraucherschutz. Weitere Schwerpunkte sind, verkehrsbedingte Umweltbelastung z.B. durch Verbrauchsreduzierung zu minimieren.

Kommunikation und zielführender Informationsaustausch mit den Akteuren in der Branche aber natürlich auch darüber hinaus ist für Heigl ein weiterer wesentlicher Arbeitsschwerpunkt.