

Brands Fashion

Kurzbericht zur Nachhaltigkeit 2018



BRANDS 
SOCIAL. GREEN. FASHION.

Vorwort

„BRANDS ist Europas Marktführer für nachhaltige Arbeitskleidung und entwickelt Mode für Marken. Wir stehen für kreatives Design, Achtsamkeit im Umgang mit sozialen und natürlichen Ressourcen sowie digitale Logistikprozesse. Als Kunde bestimmen Sie unser Handeln: Wir entwickeln für Sie maßgeschneiderte Workwear- und Merchandise-Konzepte und bieten Ihnen dabei Transparenz vom Baumwollfeld bis zum Endkunden.



Dr. Uli Hofmann
Geschäftsführer / CEO



Dieser Kurzbericht fasst die wichtigsten Zahlen und Daten zusammen, die uns als Indikatoren für unsere nachhaltigen Bemühungen dienen. Der Vergleich zu den Vorjahreszahlen zeigt, wie wir uns in den definierten Kernhandlungsfeldern **Materialien, Lieferanten, Initiativen und Standort** jeweils entwickelt haben.

Im letzten Kapitel finden sich unsere wichtigsten Ziele für das Jahr 2019 wieder, an denen wir gemeinsam mit allen Mitarbeitern, Kunden und Geschäftspartnern von Brands Fashion arbeiten möchten.

Brands Fashion GmbH
Abteilung Nachhaltigkeit

Inhaltsverzeichnis

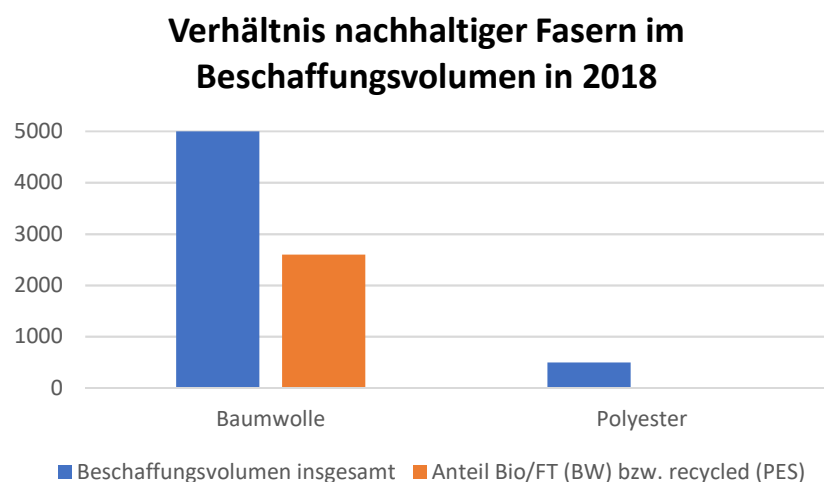
Handlungsfeld 1: Materialien	4
1.1. Faserauswertung	4
1.2. GOTS- und Fairtrade-Artikel	4
1.3. GOTS- und Fairtrade-Kunden	5
Handlungsfeld 2: Lieferanten	6
2.1. Beschaffungsmärkte	6
Handlungsfeld 3: Initiativen	7
3.1. Sozialaudits	7
Handlungsfeld 4: Standort	8
4.1. Mitarbeiter	8
Aussicht und Ziele	10

Handlungsfeld 1: Materialien

1.1. Faserauswertung

Über alle Textilien verteilt haben wir in 2018 rund 5.000 Tonnen Rohbaumwolle eingekauft. Rund 60% der eingekauften Baumwolle stammte aus kontrolliert biologischem Anbau und war Fairtrade-zertifiziert (2017: 76%). Unter 1% der Baumwolle war ausschließlich Fairtrade-zertifiziert (2017: 35%).

Wir haben in 2018 rund 500 Tonnen Polyesterstoff in unseren Artikeln verarbeitet. Rund 2% des eingekauften Polyesters war recycelt (¹).



1.2. GOTS- und Fairtrade-Artikel

Der Anteil eingekaufter GOTS-Artikel ist im Jahr 2018 leicht zurückgegangen. Das Verhältnis im Verkaufsvolumen ist dennoch erfreulicherweise konstant geblieben. Damit handelte es sich in 2018 bei 35% der verkauften Artikel um GOTS-zertifizierte Waren (identisch zu 2017).

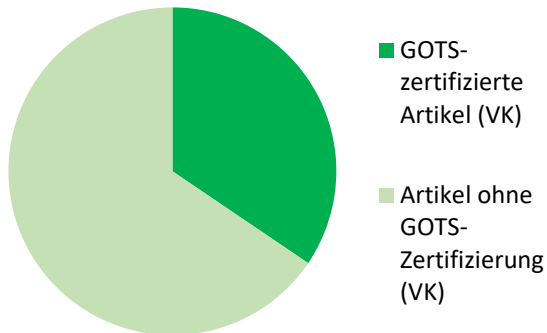
Der Anteil Fairtrade-zertifizierter Artikel lag in 2018 bei ganzen 11%, gemessen am gesamten Verkaufsvolumen (2017: 6%) und hat sich damit fast verdoppelt im Vergleich zum Vorjahr.

	2016	2017	2018
Eingekaufte GOTS-zertifizierte Artikel [%]	42,11	37,56	24,17
Eingekaufte Artikel ohne GOTS-Zertifizierung [%]	57,89	62,44	75,83
EK-Wert total (gesamt) [%]	100	100	100

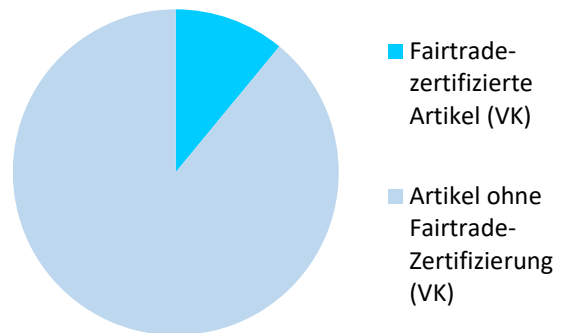
¹ Kein Vorjahreswert vorhanden, da in 2017 hierzu noch keine Datenerfassung erfolgte.

	2016	2017	2018
Verkaufte GOTS-zertifizierte Artikel [%]	25,18	34,89	34,48
Verkaufte Artikel ohne GOTS-Zertifizierung [%]	74,82	65,11	65,52
VK-Wert total (gesamt) [%]	100	100	100

GOTS-Artikel in 2018



Fairtrade-Artikel in 2018



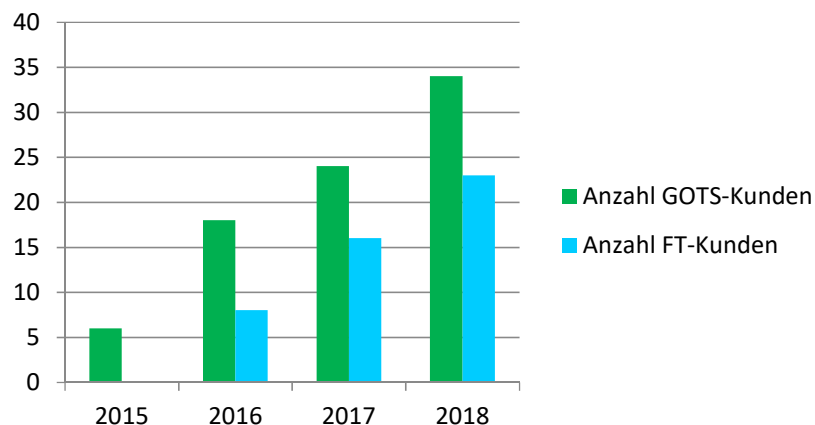
1.3. GOTS- und Fairtrade-Kunden

In 2018 hatten wir insgesamt 34 Kunden, die GOTS-Waren von uns bezogen haben (2017: 31) und konnten damit eine leichte Steigerung verbuchen.

Die Anzahl der Fairtrade-Kunden stieg sogar noch deutlicher an, nämlich auf insgesamt 23 (2017: 16).

	2015	2016	2017	2018
Anzahl GOTS-Kunden	6	18	24	34
Anzahl FT-Kunden	0	8	16	23

Anzahl GOTS- und FT-Kunden

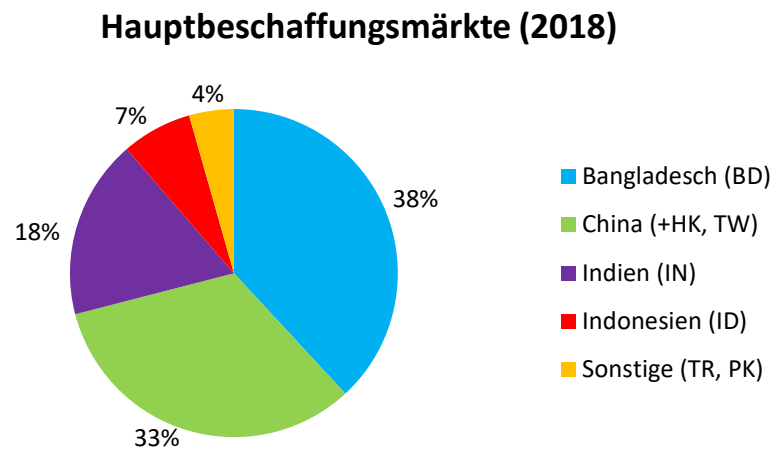


Handlungsfeld 2: Lieferanten

2.1. Beschaffungsmärkte

Unsere größten Beschaffungsmärkte in 2018 waren Bangladesch und China, gefolgt von Indien und Indonesien. Türkei und Pakistan gehörten, wie in den Vorjahren, zu den kleineren Märkten.

Im Vergleich zu 2017 haben wir in 2018 weniger aus Bangladesch beschafft (2017: 51%), während China (2017: 31%) und Indien (2017: 8%) als Beschaffungsmärkte im Verhältnis leicht gewachsen sind.

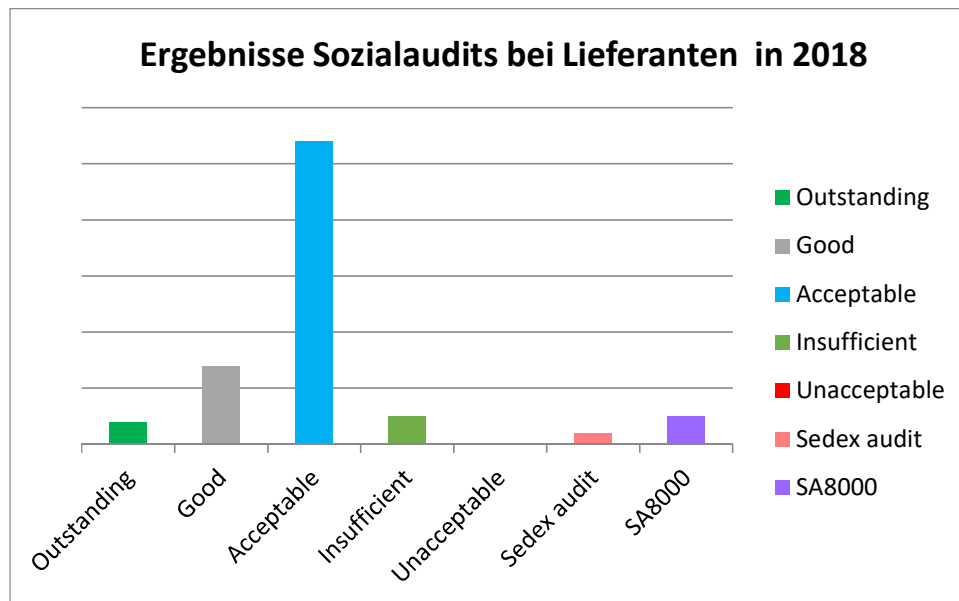


Handlungsfeld 3: Initiativen

3.1. Sozialaudits

Die Mehrheit unserer Lieferanten wurde, wie in 2017, mit „acceptable“ bewertet.

Häufige Mängel wurden erneut in den Bereichen Managementsysteme, Überstunden und Arbeitsschutz festgestellt.

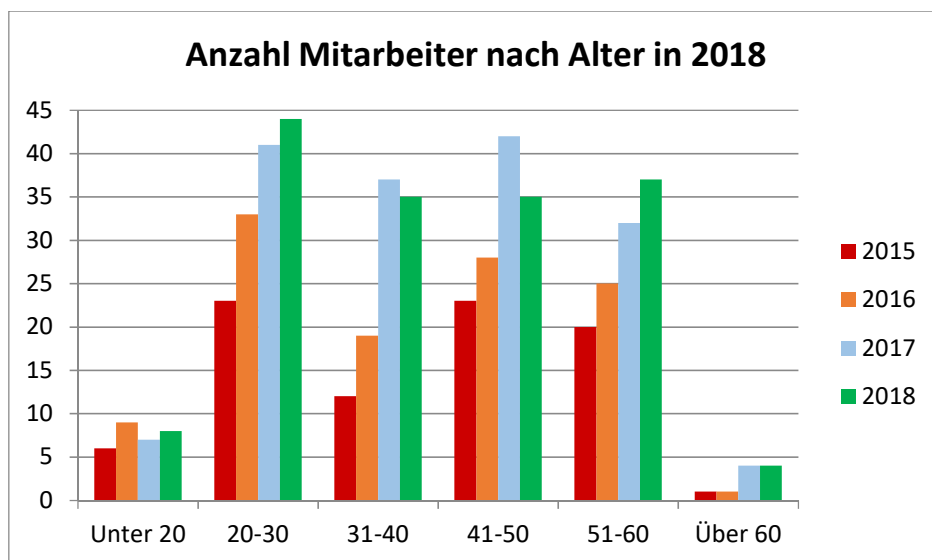
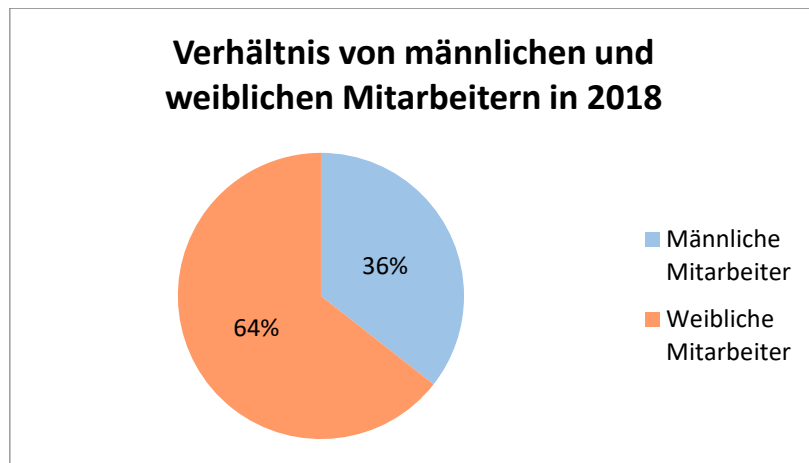


Handlungsfeld 4: Standort

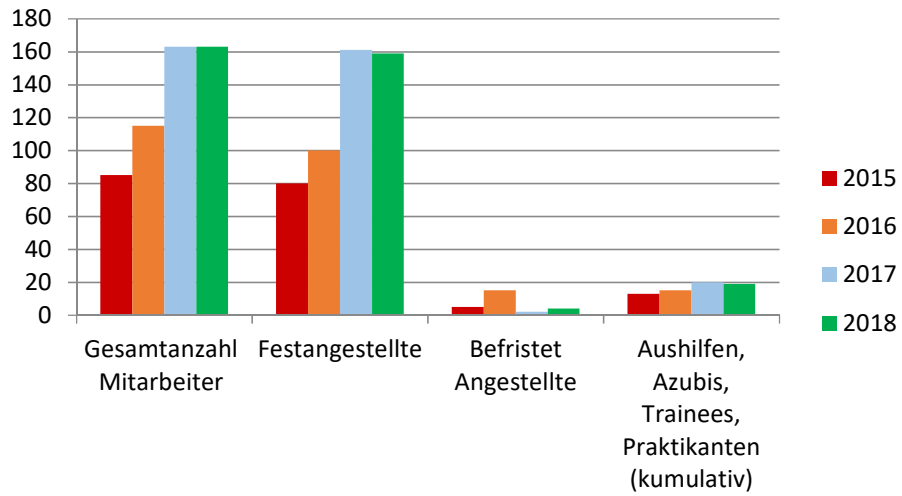
4.1. Mitarbeiter

Das Durchschnittsalter bei Brands Fashion lag in 2018, wie in 2017, bei 39 Jahren. Ebenso in der Verteilung des Anstellungsverhältnis gab es keine signifikanten Veränderungen.

Das Verhältnis von Männern zu Frauen hat sich leicht auf Seiten der Mitarbeiterinnen erhöht (61% zu 39% in 2017).



Anzahl Mitarbeiter nach Anstellungsverhältnis in 2018



Aussicht und Ziele

Folgende Unternehmensziele zur Förderung unserer nachhaltigen Ausrichtung haben wir uns für das Geschäftsjahr 2019 gesetzt:

HANDLUNGSFELD LIEFERANTEN

Ziel 1: **Einführung und Implementierung eines Lieferantenbewertungssystems**

Die Ergebnisse aus einer in 2018 entwickelten Lieferantenbewertung sollen in 2019 als Grundlage dienen, um Kernlieferanten zu definieren und Lieferanten bei Auftragsvergabe, neben ökonomischen Kriterien, entsprechend ihrer Erfüllung von sozialen und ökologischen Anforderungen auszuwählen.

Ziel 2: **On the way to DETOX: Erfassung von Chemikaliendaten**

Als weiteren Schritt auf dem Weg zu einer DETOX-konformen Produktion werden wir in 2019 eine Status Quo Abfrage der Chemikalieninventare sowie der Abwasser- und Schlammtests bei 100% unserer Lieferanten durchführen. Darüber hinaus kommunizieren wir den Abwasserstandard der ZDHC in 2019 an alle neuen Lieferanten und Geschäftspartner und fordern und kontrollieren die Umsetzung Schritt für Schritt.

HANDLUNGSFELD INITIATIVEN

Ziel 2: **Untersuchung zu faire Einkaufspraktiken**

In dem wir unsere eigenen Beschaffungsprozesse analysieren, möchten wir damit verbundene potenzielle negative Auswirkungen auf unsere Lieferketten ermitteln, insbesondere im Hinblick auf die Ermöglichung von existenzsichernden Löhnen. Die schrittweise Erhöhung der Löhne auf den sogenannten „living wage“ wird ebenfalls weiterhin innerhalb des Pilotprojektes zur Einführung des Fairtrade Textilstandards adressiert.

HANDLUNGSFELD MATERIALIEN

Ziel 3: **Einführung Verpackungskonzept**

Im Sinne einer Reduzierung von Verpackungsmaterial und insbesondere Plastik, entwickeln wir in 2019 ein umweltfreundliches Verpackungskonzept, das wir all unseren Kunden als grüne Alternative anbieten möchten.

Ziel 4: **Förderung von nachhaltigen Fasern**

Den Anteil nachhaltiger Fasern wie Baumwolle aus kontrolliert biologischem Anbau und recycelte synthetische Chemiefasern möchten wir weiterhin steigern, in dem wir möglichst viele unserer Kunden für den Einsatz begeistern. Hierfür werden wir in 2019 noch stärker mit bewusstseinsbildenden Maßnahmen, wie internen Schulungen und detaillierten Informationen für Kunden, arbeiten.



©Brands Fashion GmbH
Müllerstr. 11
21244 Buchholz

Telefon: +49 (0) 4181 -9422-0
Fax: +49 (0) 4181 -9422-500

www.brands-fashion.com