



KURZBERICHT ZUR NACHHALTIGKEIT



*Dieser Kurzbericht fasst die relevantesten Daten zusammen, die uns als Indikatoren für unsere nachhaltigen Bemühungen dienen. Der Vergleich zu den Vorjahreszahlen zeigt, wie wir uns in den definierten Kernhandlungsfeldern **Material & Produkte, Initiativen & Standards, Partner & Lieferketten sowie Team & Standort** jeweils entwickelt haben.*

Im letzten Abschnitt finden sich unsere wichtigsten Ziele für das Jahr 2023 wieder, an denen wir gemeinsam mit allen Mitarbeitern, Kunden sowie Geschäftspartnern von BRANDS Fashion fokussiert arbeiten möchten. Außerdem informieren wir über den aktuellen Stand der im vorherigen Bericht gesetzten Ziele.



Liebe Leserinnen und Leser,

wir freuen uns, über unsere Fortschritte im Bereich Nachhaltigkeit und Unternehmensentwicklung für das Jahr 2022 im Folgenden zu berichten. Trotz der immer noch merklichen Folgen der Corona-Maßnahmen sowie der global-politisch instabilen Lage – unser Mitgefühl ist hier bei allen Menschen, die unter aktuellen Kriegsgeschehen leiden! – sind wir dankbar dafür, dass wir auch im vergangenen Jahr ambitionierte Maßnahmen umsetzen und notwendige Veränderungen vornehmen konnten.

Unter anderem haben wir begonnen, unsere Firmengruppe umzubauen und unsere Logistik-Abteilung zu einer eigenen Einheit firmiert. Die BRANDS Logistics GmbH ist seit dem 1. Januar 2022 100 %ige Tochter der BRANDS Fashion GmbH, lebt weiterhin unsere Werte, ist in ihrem Handel eng mit uns vernetzt und gleichzeitig durch die Eigenständigkeit agiler und flexibler geworden.

Wir halten weiterhin daran fest, Produkte mit höchstmöglicher ökologischer und sozialer Wertschöpfung zu produzieren. Dies lässt sich beim Blick auf unsere Nachhaltigkeits-KPIs deutlich erkennen und manifestiert unseren Willen zum Wandel.

Wir sind daher stolz zu berichten, dass wir zusammen mit 9 deutschen Fußballvereinen der ersten und zweiten Bundesliga, dem Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) und der Deutschen Gesellschaft für internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH sowie der Unterstützung durch Fairtrade Deutschland ein *Cotton in conversion*-Projekt in Gujarat, in West-Indien gestartet haben. Dort unterstützen wir 450 Farmer bei der Umstellung von konventioneller, genmanipulierter und pestizidbehafteter Baumwolle auf Bio-Baumwolle – sowohl finanziell als auch inhaltlich. Wir stärken so die ökologische Basis unserer Güter.

Übergeordnetes Ziel ist weiterhin die Transformation der Bekleidungsindustrie in eine zirkuläre Wirtschaft. Nur wer den Input kontrollieren kann, ist am Ende auch in der Lage, möglichst werterhaltende Recycling-Prozesse umzusetzen und damit Rohstoffen mehrere Produktlebenszyklen zu ermöglichen.

Feiern durften wir auch, denn Fairtrade hat uns mit dem renommierten Fairtrade Award im Segment Industrie ausgezeichnet. Wir nehmen diese Auszeichnung als zusätzlichen Ansporn, unsere Produkte und Lieferketten stetig zu verbessern, um unsere Welt täglich ein Stück fairer und lebenswerter zu gestalten.

In diesem Sinne – viel Freude beim Lesen!

Silke Rosebrock und Mathias Diestelmann
Geschäftsführerin und geschäftsführender Gesellschafter der BRANDS Fashion GmbH

MATERIAL & PRODUKTE

Faserauswertungen

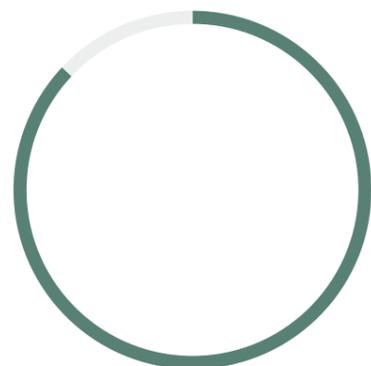
Baumwolle

Für alle textilen Produkte haben wir im Jahr 2022 über 10.000 t Rohbaumwolle (2021: > 7.500 t; 2020: > 8.000 t) eingekauft. Rund 82 % (2021: 83 %; 2020: 63 %) der eingekauften Baumwolle stammte aus kontrolliert biologischem Anbau (kbA).

Polyester

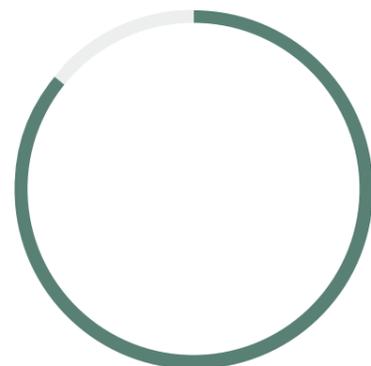
Der absolute Einsatz von Polyester (PES) war im Jahr 2022 etwas höher als im Vorjahr. Rund 12 % des verarbeiteten PES stammte aus recyceltem Ursprung (2021: 14%; 2020: 2 %), über 60 % davon wurde in GRS-zertifizierten Lieferketten verarbeitet und mit diesem Siegel ausgezeichnet (2021: 70%; 2020: 2 %).

Global Organic Textile Standard



13 % 87 %

2021



14 % 86 %

2022

Verhältnis von Baumwollartikeln* mit/ohne GOTS-Zertifizierung

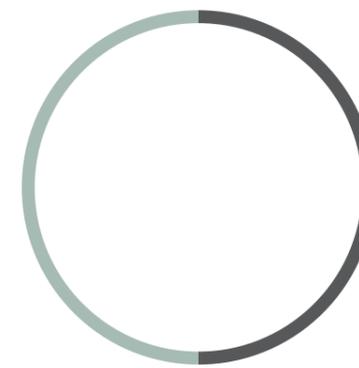
■ Baumwollartikel* mit GOTS-Zertifizierung
 □ Baumwollartikel* ohne GOTS-Zertifizierung

*Baumwollartikel mit einem Mindestgehalt an Baumwolle von 70%

86 % aller Baumwollartikel mit einem Mindestgehalt an Baumwolle von 70 % waren 2022 GOTS-zertifiziert (2021: 87%; 2020: 77 %). Von diesen Baumwollartikeln waren rund 9 % aus dem Zertifizierungsprogramm *GOTS in Umstellung* – auch *GOTS in conversion*. Im Rahmen dieses Programms unterstützen wir Kleinbauern bei der Umstellung auf biologischen Baumwollanbau. Die während dieses dreijährigen Prozesses geerntete Baumwolle wird mit dem Siegel *GOTS in conversion* ausgezeichnet. Mehr zu unserem Umstellungsprojekt in Indien findet ihr in unserer MISSION 4 TOMORROW.

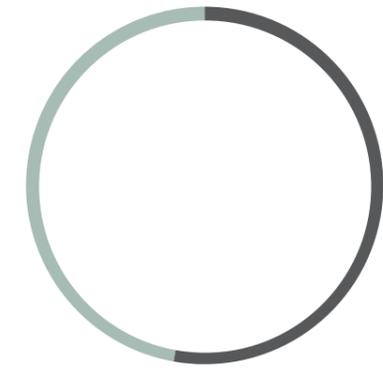
Die Anzahl der Kunden, die GOTS-zertifizierte Artikel von uns beziehen, lag zum Ende des Berichtszeitraumes bei 68 (2021: 70; 2020: 65).

Fairtrade Cotton Standard



50 % 50 %

2021



47 % 53 %

2022

Verhältnis von Baumwollartikeln* mit/ohne Fairtrade-Zertifizierung

■ Baumwollartikel* mit Fairtrade-Zertifizierung
 □ Baumwollartikel* ohne Fairtrade-Zertifizierung

*Baumwollartikel mit einem Mindestgehalt an Baumwolle von 50%

Der Anteil an Fairtrade-zertifizierter Baumwolle erhöhten wir von rund 50 % im Jahr 2020 auf rund 53 % 2021 und schließlich 57 % im Jahr 2022.

Auch den Anteil an Fairtrade Cotton-zertifizierter Artikel konnten wir erneut steigern: Rund 53 % aller Baumwollartikel mit einem Mindestgehalt an Baumwolle von 50 % waren 2022 Fairtrade-zertifiziert (2021: 50 %; 2020: 44%). Bis zum Ende des Berichtszeitraumes zählten wir 46 Fairtrade-Kunden (2021: 49; 2020: 47).

Innerhalb der letzten sechs Jahre hat BRANDS Fashion bis Ende des Berichtszeitraumes insgesamt über 13 Millionen Fairtrade-zertifizierte Artikel eingekauft, über 20.000 t Rohbaumwolle verarbeitet und damit über eine Million Euro Fairtrade-Prämie generiert. Allein 2022 haben wir 3,7 Millionen Fairtrade-zertifizierte Artikel beschafft und somit 313.000 Euro Fairtrade-Prämie zusammengetragen. Mit dieser Summe konnten wir u. a. einen Großteil der Ausgaben der Kooperative Rapar und Dhrangadhra Farmers Company (RDFC) mitfinanzieren. Der RDFC gehören 800 Farmer an, wovon 80 % Kleinproduzenten sind. Die Kooperative ist nach dem Bio- und Fairtrade-Standard zertifiziert und befindet sich im nordindischen Gujarat, einem der größten Baumwollanbauggebiete Indiens.

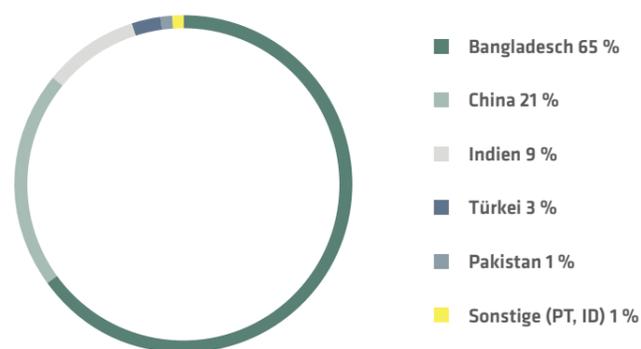
Nachhaltige Artikel

Von rund 14 Millionen eingekauften Textilartikeln 2022 waren gut sieben Millionen Artikel mit nachhaltigen Siegeln (v. a. Global Organic Textile Standard, Organic Content Standard, Global Recycled Standard, Fairtrade, Made in Green, Repreve, FSC, Grüne Knopf, Cradle to Cradle Certified) ausgezeichnet. Das ist eine immense Steigerung im Vergleich zu den Vorjahren und entspricht fast 50 % (2021: 36 %; 2020: 30 %) unseres gesamten Textilsortiments.

PARTNER & LIEFERKETTEN

Unsere Beschaffungsmärkte

Unsere wichtigsten Beschaffungsmärkte nach der Verteilung des Bestellvolumens waren 2022 Bangladesch mit 65 % (2021: 58 %; 2020: 54 %), China mit 21 % (2021: 27 %; 2020: 21 %) sowie Indien mit 9 % (2021: 10 %; 2020: 9 %). Die Platzierungen der drei Hauptbeschaffungsmärkte bleiben demnach konstant. Aus der Türkei stammte 3 % unseres Bestellvolumen und bleibt wie im Vorjahr der viertgrößte Beschaffungsmarkt, gefolgt von Pakistan mit 1 %.



Beschaffungsmärkte (2022)

2022 fanden insgesamt 127 Sozialaudits (2021: 62; 2019: 87) bei unseren im Berichtszeitraum aktiven Tier 1-Lieferanten für Textilien und Hartwaren statt. Die Anzahl der Audits ist aus verschiedenen Gründen gestiegen. Zum einen haben wir unseren Lieferantenpool aufgrund zwei neuer Großkunden mit neuen Produktgruppen sowie ergänzenden Lieferantenbeziehungen im Bereich Hartwaren vergrößert.

Zum anderen ließen sich viele Lieferanten nach mehreren Standards (z.B. SEDEX und amfori BSCI) auditieren. Diese Doppelaudits werden in der Auswertung entsprechend mehrfach berücksichtigt.

Die Mehrzahl der Audits basierte auf dem Kodex der amfori Business Social Compliance Initiative (BSCI), bei einer kleineren Anzahl handelt es sich um Sedex Members Ethical Trade (SMETA) oder SA8000-Audits. Überwiegend wurden die Fabriken – wie auch im Vorjahr – mit der Gesamtnote „acceptable“ bewertet.

INITIATIVEN & STANDARDS

Ergebnisse der Sozialaudits

Die niedrigsten Bewertungen gab es neben unzureichender Managementsysteme erneut im Bereich der Arbeitszeiten. Insbesondere in China schneidet der Großteil der Lieferanten hier mit der Bewertung „insufficient“ ab. Ursachen und mögliche Ansätze zur Reduzierung von Überstunden wurden 2022 mit einer Vielzahl von Lieferanten gemeinsam mit unseren Kollegen vor Ort thematisiert.

In Produktionsstätten, deren Kapazität wir nur zu einem geringen Anteil auslasten, haben wir eine bedingte Wirkkraft. Aus diesem Grund gestaltet sich insbesondere dort die Einflussnahme auf eine Minderung der Überstunden als herausfordernd. Wir setzen daher verstärkt darauf, unsere eigenen Beschaffungspraktiken zu beleuchten und evaluieren, ob durch unser Einkaufsmodell Überstunden gefördert werden.

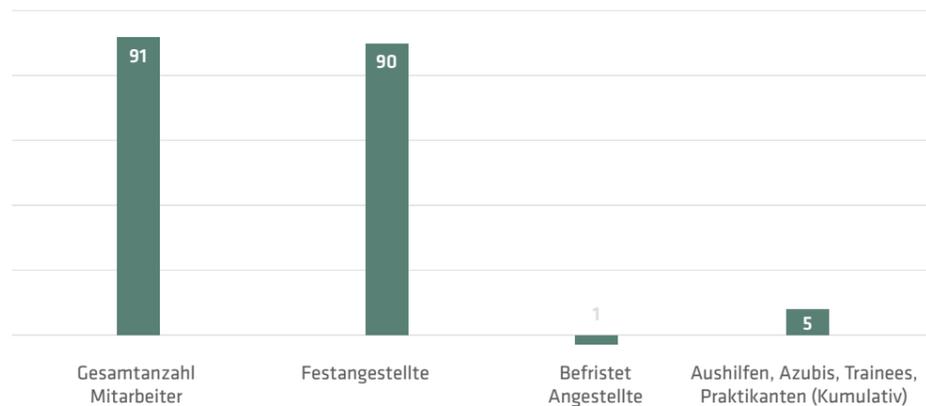
In Bangladesch, Indien und der Türkei lassen sich keine allgemein gültigen Defizite ausmachen. Bereiche des Verhaltenskodex wurden selten als „unzureichend“ bewertet. Betraf dies den Bereich *Gesundheit und Sicherheit* haben wir je nach festgestellten Mängeln die entsprechenden Korrekturmaßnahmen nachverfolgt.

In Pakistan wurden alle Bereiche zwischen „outstanding“ und „acceptable“, also mit „sehr gut“ bis „durchschnittlich“ bewertet.

TEAM & STANDORT

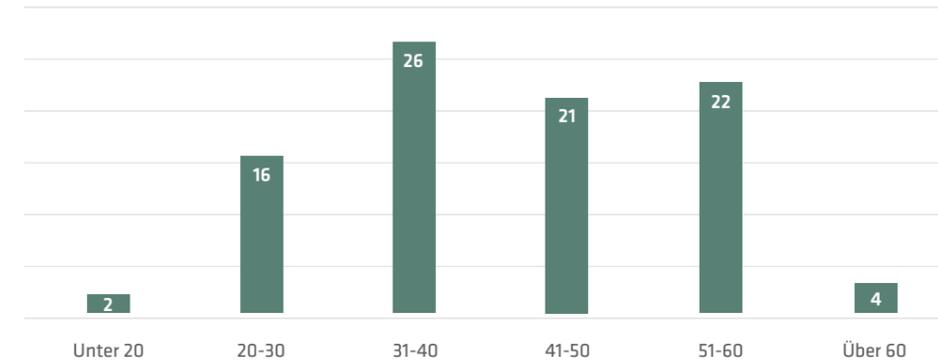
BRANDS Fashion beschäftigte 2022 insgesamt 91 (2021: 154; 2020: 147) Mitarbeiter, 90 waren zum Stichtag 31.12.2022 fest angestellt (2021: 154; 2020: 142).

Die Daten beziehen sich seit 2022 ausschließlich auf die BRANDS Fashion GmbH und sind deshalb nur bedingt vergleichbar. Durch die Gründung des Tochterunternehmens BRANDS Logistics GmbH und der damit verbundenen Übernahme aller in der Distribution Beschäftigten, verringerte sich folglich die Anzahl der Mitarbeiter der BRANDS Fashion GmbH.



Anstellungsverhältnis 2022

Im Jahr 2022 wurden fünf Aushilfen, Azubis, Trainees und Praktikanten ausgebildet (2021: 6; 2020: 7). Wir haben 14 Beschäftigte (2021: 22; 2020: 27) neu eingestellt, 5 haben uns verlassen (2021: 17; 2020: 17). 2022 waren vier Teammitglieder inaktiv (2021: 4; 2020: 7), zum Beispiel in Elternzeit oder Mutterschutz. Das Durchschnittsalter betrug im Jahr 2022 sowie in den zwei Vorjahren 41 Jahre.



Altersverteilung 2022

	2021	2022
Administration		
Frauen	43,02 %	45,44 %
Männer	56,98 %	54,56 %
Leitende Funktion		
Frauen	48,11 %	43,41 %
Männer	51,89 %	56,59 %

Verteilung des Grundgehalts im Verhältnis nach Geschlecht und Funktion

Für die Errechnung des Verhältnisses des Grundgehalts und der Vergütung von Frauen im Vergleich zu Männern, haben wir nach der Ausgliederung der Logistik noch zwei Angestelltenkategorien: Leitende Funktion und Administration. In beiden Kategorien liegen die Gehälter der männlichen leicht über dem Durchschnitt der weiblichen Kollegen.

Zum Ende des Berichtszeitraumes 2022 waren mehr als doppelt so viele weibliche (63; 2021: 95; 2020: 96) wie männliche (28; 2021: 56; 2020: 49) Beschäftigte bei uns tätig. Fünf Frauen arbeiteten in Führungspositionen (2021: 5; 2020: 4). Insgesamt waren sieben Männer in leitender Funktion tätig (2021: 8; 2020: 10).

MISSION 4 TOMORROW

Im Folgenden geben wir abschließend einen Ausblick auf von uns geplante Nachhaltigkeitsmaßnahmen sowie konkrete Zielsetzungen in diesem Bereich.

MATERIAL & PRODUKTE

Nachhaltige Fasern

Wir streben kontinuierlich die Förderung nachhaltiger Materialalternativen sowie den Einsatz zertifizierter Fasern und Produkte an. Das Vorjahresziel, den Anteil an biologischer Baumwolle bei mindestens 70 % zu halten, konnten wir mit 82 % sogar übertreffen. Unsere Baumwollstrategie umfasst nicht mehr nur den vermehrten Einsatz von Bio-Baumwolle, sondern darüber hinaus die Förderung von *Cotton in conversion* sowie zukünftig den Einsatz recycelter Baumwolle.

Kreislaufwirtschaft & Textilrecycling

Unsere Projektgruppe *Circularity* arbeitet weiterhin am Ziel Rücknahme- und Recyclingkonzepte für unsere Kunden als Alternative zur thermischen Verwertung anzubieten und hat im Jahr 2022 bereits erste Kundenprojekte umgesetzt. Unser Netzwerk erweiterten wir um entsprechende Partner und Recycler. Ziel für das Jahr 2023 ist die Entwicklung einer kreislauffähigen Kollektion im Sinne des technischen Kreislaufs gemeinsam mit einem Kunden. Die Weiterentwicklung unserer *Cradle to Cradle Certified™*-Kollektion auf Gold-Level war ebenfalls erfolgreich. Bisher kauften 14 Kunden rund 57.500 dieser schadstofffreien Artikel.

Nachhaltige Verpackungen

Wir haben uns im Vorjahr das Ziel gesetzt, unsere Verpackungsrichtlinie um ein Best Practice und entsprechende Lieferantenempfehlungen zu ergänzen sowie sämtliche GOTS-zertifizierte Artikel mit nachhaltigen bzw. recycelten Verpackungen auszustatten. Diese Ziele erreichten wir im Jahr 2022 vollständig. Ergänzend erstellten wir ein Factsheet mit relevanten Informationen für in- und externe Stakeholder, um unsere Kunden von dem Einsatz nachhaltiger Verpackungen zu begeistern.

An weiteren Lösungen arbeiten wir auch extern im Rahmen der *Peer Learning Group nachhaltige Verpackungen* des Textilbündnis.



Teilnehmende der Initiative *Vom Feld in den Fanshop* ©SV Werder Bremen

Cotton in conversion

Im Rahmen der Initiative *Vom Feld in den Fanshop* fördern wir die Umstellung auf Bio-Baumwolle – während dieser Phase ausgezeichnet mit *Cotton in conversion*. Die GIZ setzt das Projekt im Auftrag des BMZ und gemeinsam mit verschiedenen Partnern – unter anderem Fairtrade Deutschland – in Indien um. Gemeinsam unterstützen wir 450 Kleinbauern in der Gemeinde Gujarat. Bisher begeisterten wir neun Fußballclubs der ersten und zweiten Bundesliga, sich zusammen für Nachhaltigkeit im Bereich Fanartikel zu engagieren. Mit dem 1. FC Union Berlin, Arminia Bielefeld, Eintracht Frankfurt, dem Hamburger SV, SV Werder Bremen, VfB Stuttgart und VfL Wolfsburg, Borussia Dortmund und dem FC St. Pauli haben wir uns verpflichtet, die Baumwolle für die Produktion ihrer Merchandise-Artikel abzunehmen. Bereits Anfang 2023 reisten wir gemeinsam zum Auftakt nach Indien, im Spätsommer werden die ersten Artikel auf den Markt kommen.

Chemikalienmanagement

Wir haben uns entschieden, die Kooperation mit BHive auch nach den zunächst vereinbarten drei Jahren weiterzuführen. Bisher konnten wir unsere Kernfärbereien hinsichtlich ihrer Input-Chemikalien sowie deren Konformität mit Hilfe der von uns eingesetzten Chemikalienmanagement-Tools prüfen. In weiteren, für uns besonders relevanten Nassproduktionen, läuft die Implementierung dieses internen Programms. Da wir nur eine begrenzte Kapazität dieser Färbereien ausschöpfen, dauert der Prozess länger als ursprünglich von uns erhofft.

MISSION 4 TOMORROW

INITIATIVEN & STANDARDS

Fairtrade Textilstandard

Wir freuen uns sehr, dass wir 2022 den Fairtrade Award in der Kategorie Industrie entgegennehmen durften und damit für unser Engagement und die erste Fairtrade Textilstandard-zertifizierte Lieferkette ausgezeichnet wurden. Bisher begeisterten wir elf Kunden für diesen ambitionierten Standard, in dessen Rahmen wir uns neben der Stärkung von Arbeitnehmerrechten unter anderem dazu verpflichten, die Löhne der Arbeitnehmer sukzessive zu erhöhen, um ein existenzsicherndes Lohnniveau zu erreichen.



PARTNER & LIEFERKETTEN

Beschwerdemechanismen

Als Mitglied von amfori verpflichten wir all unsere Lieferanten in Hochrisikoländern, ein effektives System für Beschwerden und Vorschläge von Beschäftigten zur Verfügung zu stellen. Dieses wird im Rahmen von unabhängigen Sozial- und Zertifizierungsaudits, eigenen Assessments unserer Partner vor Ort, vor allem aber auch bei persönlichen Besuchen von Mitarbeiterinnen der Nachhaltigkeitsabteilung bei unseren Konfektionären geprüft. 2023 werden wir die Effektivität der in- und externen Mechanismen beurteilen und die Teilnahme an einem Back-Up Mechanismus adressieren.

Carbon Footprint Calculation

Um den Herausforderungen einer nachhaltigen Produktion zu begegnen, fördern wir den Wandel von konventionellen zu sozial und ökologisch verträglichen Systemen. Aus diesem Grund weiten wir die Methoden zur Berechnung des ökologischen Fußabdrucks aus. In Kooperation erfassten wir bis Ende 2022 die CO₂-Emissionen aus insgesamt sechs Lieferketten und Produkten. Bis Ende 2023 möchten wir zehn Carbon Footprints aus unterschiedlichen Lieferketten erfasst und kommuniziert haben.

Lieferkettenmanagement: TRACYCLE

Wir entwickeln das Backend unseres digitalen Tools TRACYCLE weiter, um es intern noch besser für ein abteilungsübergreifendes Lieferkettenmanagement nutzen zu können. Durch den Einbezug unserer Geschäftspartner soll eine fristgerechte und reibungslose Bereitstellung von Informationen ermöglicht werden. Derzeit arbeiten wir an der technischen Umsetzung und Implementierung im Unternehmen. Basis dafür ist ein von uns erstellter und unserem Ansatz zum Lieferkettenmanagement entsprechender Anforderungskatalog.

TEAM & STANDORT

Kommunikation

Wir streben an, dass der folgende ausführliche Nachhaltigkeitsbericht über die Jahre 2022 und 2023 mit Veröffentlichung im Jahr 2024 alle Prinzipien des GRI-Standards hinsichtlich Qualität sowie Inhalt erfüllt. Eine strategische und kontinuierliche Kommunikation nach außen stärken wir weiterhin. Derzeit überarbeiten wir unsere Website komplett, die noch im Sommer 2023 veröffentlicht wird. Eine Analyse und Identifikation vom Potential unseres Intranets sowie die Umsetzung erster Maßnahmen zur Stärkung der internen Kommunikation ist ebenfalls Ziel für das Jahr 2023.



Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird in diesem Bericht auf die geschlechterspezifische Differenzierung wie z. B. Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter oder Arbeiterinnen und Arbeiter verzichtet. Sämtliche Rollenbezeichnungen gelten im Sinne der Gleichbehandlung (AGG) grundsätzlich für alle Geschlechter.

Bei Fragen zum Bericht kontaktiert gerne Margaret König aus der Nachhaltigkeitsabteilung:
sustainability@brands-fashion.com

BRANDS Fashion GmbH
Buchholz in der Nordheide
0049 4181 9422 0
www.brands-fashion.com