



2020
2021

NACHHALTIGKEITS- BERICHT

BRANDS 

INHALT

VORWORT & EINLEITUNG	4	INITIATIVEN & STANDARDS	36	TEAM & STANDORT	70
Über diesen Bericht	5	Ergebnisse der Sozialaudits	36	Kennzahlen	70
Vorwort der Geschäftsleitung	6	Re-Audits Grüner Knopf	38	Arbeitssicherheit &	
Unternehmensprofil	8	Mit Dr. Gerd Müller in Bangladesch	39	Gesundheitsschutz	73
Nachhaltigkeit als		Textilbündnis - Der Review-Prozess	40	Nachhaltigkeitskommunikation	74
integraler Bestandteil	10	Fairtrade Textilstandard	44	Feedbackmanagement	76
Identifikation & Einbindung von		ecovadis: Gold-Status	50	Mobilitätsmanagement	77
Stakeholdern	13	Shirts for Life zieht um	51	3D-Visualisierungen	78
Chancen & Risiken	14			Ressourcenschonung	79
		PARTNER & LIEFERKETTEN	52	Fair Trade Hochschulwettbewerb	80
MATERIAL & PRODUKTE	16	Beschaffungsmärkte	54	Social.Green.Cyclists.	81
Faserauswertungen	18	Green Factory	56	Clean Up Day	81
Fairtrade Prämien	22	Deutscher Nachhaltigkeitspreis	58	Nachhaltigkeitsstudie	
Baumwollverfügbarkeit	24	Beschwerdemechanismen	61	von cum ratione	83
Textilrecycling & Kreislaufwirtschaft	27	Lieferantenbewertungssystem	62		
Unsere Cradle to Cradle		Carbon Footprint Kalkulation	63	MISSION 4 TOMORROW	84
Certified™-Gold	28	Faire Einkaufspraktiken	64	GRI INDEX	88
Interview mit runamics	30	TRACYCLE: Transparente Lieferkette	65		
Reduzierung von Verpackungen	32	Supply Chain Management			
On the way to DETOX	35	in Zeiten von Covid-19	66		
		Statement zum			
		Sorgfaltspflichtengesetz	68		

ÜBER DIESEN BERICHT

Wir berichten alle zwei Jahre ausführlich und öffentlich über unsere Nachhaltigkeitsbemühungen, -aktivitäten sowie -ziele. Um aktuell relevante Kennzahlen zu kommunizieren, veröffentlichen wir diese ergänzend jährlich.

Gegenstand des vorliegenden Nachhaltigkeitsberichtes sind die Entwicklungen des Jahres 2020 und 2021. Teils berücksichtigen wir wesentliche Ereignisse darüber hinaus bis zum Redaktionsschluss im April 2022, um die Aktualität der enthaltenen Informationen sicherzustellen. Veröffentlichung des Berichtes erfolgte im Juni 2022.

Gemeinsam mit unseren Stakeholdern haben wir relevante Themenschwerpunkte identifiziert und diese in vier Handlungsfelder eingeordnet. Dabei ist es unser Anspruch, den Prinzipien Genauigkeit, Ausgewogenheit, Verständlichkeit, Vergleichbarkeit, Zuverlässigkeit sowie Aktualität gerecht zu werden, um die Qualität der Berichterstattung zu gewährleisten.

Berichterstattung nach GRI

Als erster von uns verfasste Bericht orientiert sich dieser am Standard der *Global Reporting Initiative* (GRI). Dabei erheben wir keinen Anspruch auf eine vollständige Übereinstimmung mit den Prinzipien der Berichterstattung. Die intensive Auseinandersetzung mit den Anforderungen und Prinzipien der GRI-Standards dient vielmehr als Vorbereitung für den kommenden Bericht in zwei Jahren. Dieser soll entsprechend der Prinzipien der Berichterstattung zur Bestimmung des Berichtsinhaltes sowie zur Bestimmung der Berichtsqualität nach GRI erstellt und geprüft werden.

Den Themen sind die jeweiligen Indizes zugeordnet, ein Gesamtverzeichnis ist ab Seite 88 zu finden.

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.



Liebe Leserinnen und Leser,

nachhaltiges Handeln bestimmt weiterhin unsere Zeit – umso mehr, da wir im Berichtszeitraum 2020/2021 von einem kleinen, tückischen Virus belagert wurden. Klimawandel sowie Ressourcenknappheit und die soziale Ungerechtigkeit in einer Vielzahl der textilen Lieferländer machen es noch erforderlicher, dass wir uns diesen epochalen Anforderungen beherzt widmen. Denn es gibt auch Erfolge zu feiern, die uns und unsere Zulieferer ermutigen, den Wandel aktiv und mit viel Entschlossenheit anzugehen.

Unser Entwicklungsminister a. D. Dr. Gerd Müller überzeugte sich persönlich in Bangladesch von den positiven Auswirkungen, die das durch ihn initiierte Label *Der Grüne Knopf* für Hersteller haben kann. Er war beeindruckt, wieviel Wirkung bereits durch erstes Handeln erzeugt werden konnte, und motivierte uns, den angefangenen Weg konsequent voranzuschreiten.



Matthias Diestelmann, Geschäftsführender Gesellschafter BRANDS Fashion

Weitere positive Effekte erzielen wir mit dem *Fairtrade Textilstandard*, der die Zahlung von existenzsichernden Löhnen innerhalb eines definierten Zeitraums von maximal sechs Jahren in der gesamten Lieferkette sicherstellt. Und dies zertifiziert und belegbar. Eine Neuerung, die wir als BRANDS Fashion als erstes und einziges Unternehmen weltweit mit unserem Partner SAGS Apparels in Indien implementiert haben und uns ermutigt, zukünftig ähnliche Vorhaben auch in anderen Ländern zu realisieren. Existenzsichernde Löhne sichern mehr als das reine Überleben: Sie gewährleisten darüber hinaus, dass die Arbeiter Ersparnisse für Krankheit und Altersversorgung zurücklegen oder in die Ausbildung ihrer Kinder investieren können.

Zukunftsweisend wird der grundsätzliche Wandel der Industrie von der Fließband- zu einer ressourcenschonenden Kreislaufwirtschaft sein. Als BRANDS Fashion haben wir viel Zeit und Kreativität in die



Silke Rosebrock, Geschäftsführerin BRANDS Fashion

Entwicklung kreislauffähiger Produkte gesteckt und die ersten *Cradle to Cradle Certified™* Gold-zertifizierten Bekleidungsstücke auf den Markt gebracht. Zurücklehnen wollen wir uns damit nicht und arbeiten derzeit zielstrebig an Rücknahmekonzepten im B2B verbunden mit dem Schließen des technischen Kreislaufes. Pilotprojekte haben wir in diesem Bereich bereits gestartet und sind optimistisch, im nächsten Report über die Serienreife dieser Projekte berichten zu können.

Das Wissen um die eigenen Lieferanten, sowohl in den Nähbetrieben als auch in der tieferliegenden Lieferkette, gewinnt in einem schwer planbareren Umfeld immer mehr an Bedeutung. Relevante Informationen permanent abrufen und offenlegen zu können, bedarf einer digitalisierten Anwendung. Die Entwicklung unseres Tracking-Tools TRACYCLE ermöglicht diese Transparenz und darüber hinaus die Darstellung eines produktspezifischen CO₂-Fußabdrucks.

GRI 102-14, 102-16, 102-44, 102-47, 103-1, 103-2, 103-3

Viele unserer Kunden und Lieferanten haben sich zu engen Partnern gewandelt, die mit uns gemeinsam und entschlossen die zahlreichen Vorhaben anpacken wollen, die Herausforderungen als Chancen begreifen und verstehen, dass es Rückschritte geben kann. Es ist für sie allerdings auch unfassbar belohnend, wie der Gewinn des Deutschen Nachhaltigkeitspreises im Segment ‚Globale Partnerschaften‘ mit unserem Partner SAGS Apparels aus Tiruppur verdeutlicht: Ein Award, der mehr ist als eine Trophäe, der uns für all die gemeinsamen Aufwendungen mit massiver Anerkennung entlohnt. Eine Auszeichnung, die auch im globalen Süden bei unserem Partner verdeutlicht, dass die Mühen einen Sinn haben. ***Der Weg in eine faire, ressourcensparende Welt wird ereignisreich und herausfordernd bleiben – es bedarf Mut und Entschlossenheit diesen zu gehen – let's make this move together...***

Die Geschäftsleitung der BRANDS Fashion GmbH



BRANDS FASHION

BRANDS Fashion ist Pionier im Bereich nachhaltige Arbeitsbekleidung und Fashion Merchandise. Wir entwickeln für eine Vielzahl an namhaften Unternehmen in Europa und den USA diverse Produkte in den Bereichen Corporate Workwear, Private Label, Merchandise und Promotion. Für diese bieten wir eine One-Stop-Solution: vom Design und Produktentwicklung bis hin zu Webshop- und Distributionslösungen. Unsere Kunden sind unter anderem Lebensmitteleinzelhändler, Drogerie- und Baumarktketten, Sport- und Fußballvereine sowie Tankstellenkonzerne und Nicht-regierungsorganisationen.

In Fernost verbindet BRANDS Fashion langjährige Geschäftsbeziehungen und zuverlässige Partnerschaften mit Produzenten in Bangladesch, Indien, Indonesien, Pakistan, Sri Lanka und China. Für die Qualitätssicherung sorgen sechs Mitarbeitende, die intensiv mit Prüfinstituten in Deutschland und den Ursprungsländern zusammenarbeiten, darunter Hohenstein, Bureau Veritas, SGS und Hanse Control. Die Schwesterfirma Triton Textiles Ltd. mit Hauptsitz in Hong Kong gewährleistet eine nachhaltige Beschaffung, Qualitätssicherung und Compliance im asiatischen Markt.

Der Grundstein von BRANDS Fashion wurde **1996** mit der Gründung der Textilproduktion BRANDS Polska gelegt. Die Textilstickerei und -druckerei wurde von Henning Brandt und Kersten Kruse gegründet. Die Firma bedient mit ihren aktuell 100 Mitarbeitern den polnischen sowie deutschen Markt.

Die BRANDS Fashion GmbH wurde **2002** als Textilhandels- und Dienstleistungsunternehmen durch Herrn Brandt, Herrn Kruse und dem Textilkaufmann Herr Dr. Hofmann gegründet. Der Sitz unserer europäischen Zentrale ist südlich von Hamburg in Buchholz in der Nordheide. Geschäftsführer sind Silke Rosebrock und Mathias Diestelmann. Herr Diestelmann ist darüber hinaus als Gesellschafter beteiligt.

Die Gründung der Nachhaltigkeitsabteilung erfolgte im Jahr **2012** und wir etablierten den Slogan **Social. Green. Fashion**. Den Grundstein für die stark nachhaltige Ausrichtung der Geschäftstätigkeit von BRANDS Fashion hat Mitbegründer Ulrich Hofmann gelegt und wird von Silke Rosebrock und Mathias Diestelmann weitergetragen.

Ein Jahr später wurde BRANDS Fashion Gesellschafter bei Clothing Network. Das seit 1996 bestehende Unternehmen unter der Leitung von Rupert Gimpl hat seinen Sitz am Chiemsee und ist ein Full-Service Dienstleister für Private Label-Bekleidung.

Seit **2017** ist die Jebesen & Jessen Textil (GmbH & Co) KG unter der Leitung von Michael Schwaegerl strategischer Partner und Mehrheitsgesellschafter der BRANDS Fashion GmbH. Gründer von BRANDS Fashion, Ulrich Hofmann, ist Minderheitsgesellschafter und Beiratsvorsitzender. Unter der Leitung von Hendrik Lohkemper eröffneten wir im gleichen Jahr einen weiteren Standort in Charlotte, North Carolina, USA.

Die GoJungo GmbH, als Tochterfirma von BRANDS Fashion, wurde zwei Jahre später im Mai **2019** gegründet. Das Unternehmen steht unter der Leitung von

Stephan Sommerlik und Andreas Mehr. GoJungo bietet Service-Dienstleistungen im E-Commerce Bereich.

Außerhalb des Berichtszeitraumes, aber bis Redaktionsschluss, erfolgte Anfang **2022** die Ausgründung unseres Logistikbereichs. Das neue Unternehmen trägt den Namen BRANDS Logistics GmbH. Die Firma ist unter der Leitung von Peter Böttcher und Frank Blankertz für die Logistik der BRANDS-Kunden, weiteren Kunden sowie Online-Portalen zuständig.

Wir arbeiten in Europa mit Produktionspartnern in der Türkei, Polen und Portugal zusammen und unterhalten in Deutschland zusätzliche Lagerkapazitäten in Zachow bei Schwerin (seit 2022 die BRANDS Logistics GmbH). Der eigene Standort in Buchholz bei Hamburg ist seit 2009 TÜV ISO 9001, seit 2014 nach dem *Global Organic Textile Standard*, seit 2018 nach dem *Global Recycled Standard* (jeweils CU830374) sowie seit 2019 *Grüner Knopf*-zertifiziert.



Organigramm BRANDS Fashion GmbH, Stand Juni 2022

NACHHALTIGKEIT ALS INTEGRALER BESTANDTEIL

In allen Bereichen unserer vielfältigen Geschäftstätigkeit stehen immer die individuellen Anforderungen unserer Kunden im Mittelpunkt. Dabei ist es unser Anspruch, durchgängig nachhaltige Lieferketten zu gestalten. Wir sehen in unserer stark nachhaltigen Ausrichtung nicht nur einen zukunftsfähigen Markt, das Thema ist auch unsere Herzensangelegenheit.

Rabea Schafrick, Leitung Nachhaltigkeitsabteilung



Die Herausforderungen, denen wir bei der Gestaltung nachhaltiger Lieferkette begegnen, sind umfassend, komplex und divers. Aus diesem Grund setzen wir auf eine holistische Nachhaltigkeitsstrategie: Wir streben einen ganzheitlichen Kreislaufgedanken an: vom Einsatz nachhaltiger Materialien über die Einhaltung hoher Ökologie- und Sozialstandards in unseren Lieferketten bis zu ressourcenschonenden Verpackungen und Konzepten für Textilrecycling.

Zu den Arbeitsbereichen der Nachhaltigkeitsabteilung gehört unter anderem die Schaffung von Transparenz und Einhaltung von Sozial- und Umweltstandards in den Lieferketten, die Arbeit mit verschiedenen Siegeln und Zertifizierungen, Unterstützung beim Umwelt- und Chemikalienmanagement, insbesondere für unsere Färbereien, ein gezieltes Sustainability Controlling sowie eine Stakeholder-zugeschnittene Nachhaltigkeitskommunikation. Rabea Schafrick leitet die Abteilung und berichtet direkt an die Geschäftsleitung.

Um unseren hohen Anforderungen gerecht zu werden, haben wir 2021 eine Teilzeitstelle für den Bereich des Nachhaltigkeitscontrollings geschaffen. Insbesondere bei der Datenabfrage und -pflege der Lieferketten ist der administrative Aufwand immens. Aufgrund der von uns identifizierten hohen Umweltrisiken in den Nassproduktionsstätten fokussieren wir uns im Bereich der Ökologie insbesondere auf das Chemikalienmanagement. Wir freuen uns, dass wir hier einen entsprechenden Experten für das Team gewinnen konnten. Den Bereich der Nachhaltigkeitskommunikation stärken wir innerhalb des Berichtszeitraumes. Wir sind – trotz der herausfordernden Situation der vergangenen zwei Jahre – noch intensiver mit unseren Stakeholdern in den Austausch gegangen.

In allen Abteilungen bei BRANDS Fashion gibt es ein starkes Bewusstsein für das Thema Nachhaltigkeit. Grund dafür ist das eindeutige Engagement der Geschäftsführung hinsichtlich Nachhaltigkeitsbestrebungen. Abteilungsübergreifende Projektarbeiten, z. B. zu Kreislaufwirtschaft, fördern das Verständnis und die Zusammenarbeit zwischen den Abteilungen. Das Nachhaltigkeitsteam greift Themen auf und liefert notwendige Unterstützung.

IDENTIFIKATION & EINBINDUNG VON STAKEHOLDERN

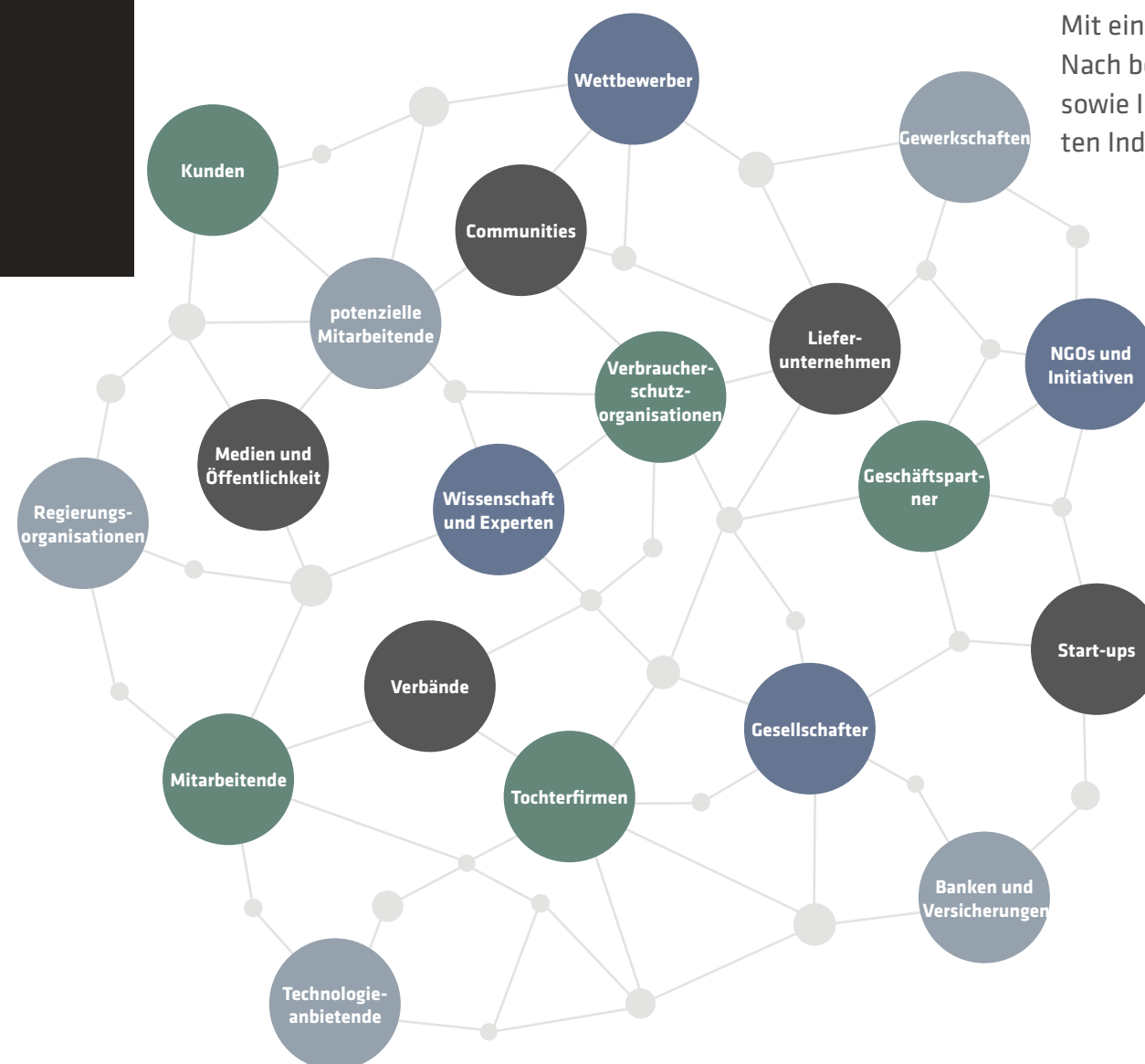
BRANDS Fashion steht im engen und kontinuierlichen Austausch über diverse Kanäle mit sämtlichen Stakeholdern innerhalb und außerhalb des Unternehmens.

Mit einer Vielzahl unserer Anspruchsgruppen stehen wir in routinemäßigem Kontakt. Nach bestem Wissen und Gewissen haben wir deren Erwartungen und Interessen sowie Informationsbedarf bei der Definition der Themenschwerpunkte und berichteten Indizes eingebunden.

Für den Folgebericht in zwei Jahren möchten wir verstärkt systematisch oder allgemein anerkannte Ansätze, Methoden oder Prinzipien, die als Basis zur Einbindung von Stakeholdern dienen, einsetzen.

Wir involvieren unsere Stakeholder, um gemeinsam relevante Themen zu identifizieren und durch geeignete Maßnahmen reagieren zu können. Die Einbindung erfolgt themen- und anlassbezogen im Rahmen passgenau ausgewählter Formate, zum Beispiel über direkten Austausch, Audits, Befragungen, Dialogveranstaltungen, Mitarbeit in Initiativen oder Mailverkehr. Außerdem beobachten wir relevante und insbesondere fachspezifische Medien, führen einen aktiven Dialog mit Wissenschaftlern sowie Kollegen und weiteren Stakeholdern.

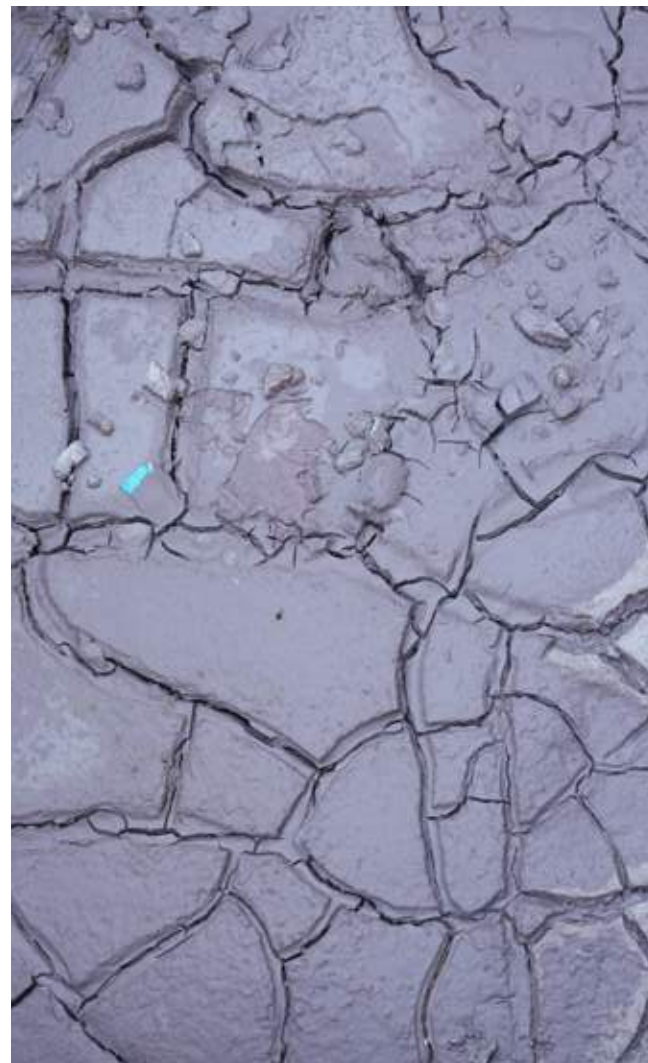
Den Austausch mit unseren Anspruchsgruppen nutzen wir auch, um möglichst frühzeitig Chancen und Risiken zu identifizieren. Dies ermöglicht uns ein proaktives Handeln.



Wir möchten die Erwartungen und Einschätzungen unserer Anspruchsgruppen kennen, ihre Impulse in die Weiterentwicklung der nachhaltigen Geschäftsprozesse aufnehmen und gemeinsam an zukunftsweisenden Lösungen für ökologische, soziale und gesellschaftliche Herausforderungen arbeiten.

CHANCEN & RISIKEN

Als weltweit agierender Textilimporteur sind wir Risiken unterschiedlicher Art ausgesetzt: Umweltereignisse oder Unglücke können Lieferzeiten erschweren und schwankende Rohstoffpreise wirken sich auf unsere Preise aus. Auch politische Ereignisse in den Beschaffungsländern können unsere Zusammenarbeit mit den Lieferanten beeinflussen.



So kann eine geänderte Gesetzgebung das Recht auf Vereinigungsfreiheit einschränken und daraufhin zu einem Streik der Arbeiter führen, was wiederum resultierend für Produktionsausfälle sein kann.

Grundsätzlich birgt die textile Produktion durch ihre weltweite Vernetzung und eine Vielzahl von benötigten Chemikalien in der Produktion hohe menschenrechtliche und soziale, ökologische und Korruptionsrisiken. Viele bedingen und verstärken sich gegenseitig. Daher ist die genaue Beachtung dieser Risiken auf Länder-, Produkt-, Lieferanten- sowie Produktionsstufenebene für uns wesentlich. Um identifizierten Missständen – auch in weiteren Branchen – zu begegnen, sprechen wir uns in einem Statement für das Sorgfaltspflichtengesetz aus.



Unsere strategische Chance sehen wir darin, unsere Pionierstellung im Bereich nachhaltige Corporate Workwear zu stärken und weiter auszubauen, um so unsere Zukunftsfähigkeit zu sichern.

Als glaubwürdiger Partner beraten wir dafür unsere Kunden zu nachhaltigen Produktlösungen und arbeiten in verschiedenen Bündnissen an innovativen Marktlösungen. Durch den Klimawandel und geopolitische Veränderungen unterliegt der Zugang zu Rohstoffen starken Schwankungen. Dem wirken wir entgegen, indem wir enge Partnerschaften in unseren Beschaffungsländern pflegen und uns an Projekten beteiligen, die die Biodiversität stärken und den Anbau von nachhaltigen Materialien fördern. So tragen wir dazu bei, nachhaltige Rohstoffe zu sichern.

MATERIAL & PRODUKTE

Wir verfolgen weiter das Ziel, führender Anbieter von nachhaltiger, ökologisch und fair produzierter Mitarbeiterbekleidung und Fanmerchandise zu sein und verstärkt den europäischen und amerikanischen Markt zu beliefern.

Bei der Materialwahl bezieht BRANDS Fashion, wenn möglich, nachhaltige Gesichtspunkte ein und strebt umweltfreundliche Alternativen an. Dabei betrachten wir zunehmend den gesamten Lebenszyklus der Produkte. Hierbei

Die Umsätze der deutschen Bekleidungsindustrie sanken im Jahr 2020 im Vergleich zum Vorjahr mit insgesamt -19,0 % auf 5,1 Milliarden Euro deutlich. Insbesondere aufgrund der ersten Lockdown-Maßnahmen brachen die Umsätze im Frühjahr sogar teils um -45,0 % ein. Ausgehend von dieser niedrigen Ausgangsbasis zeigen die Umsätze 2021 einen leichten Aufschwung von +3,0 % auf einen Gesamtumsatz von 5,2 Milliarden Euro.

Das Bekleidungssegment Arbeits- und Berufsbekleidung war 2020 mit -2,9 % noch am geringsten vom Umsatzrückgang betroffen. Der Umsatz in diesem Jahr lag bei 500 Millionen Euro. 2021 verzeichnete dieses Segment ein leichtes Umsatzplus von +1,3 %, mit steigender Tendenz. Der Umsatz im Jahr 2021 stieg auf 509 Millionen Euro.

(Quelle: Statistisches Bundesamt)

Baumwolle ist nach wie vor unser wichtigster und der von uns am häufigsten eingesetzte Rohstoff.

berücksichtigen wir bereits in der Konzeptphase entsprechende Anforderungen eines neuen Produktes. Ein Schwerpunkt liegt auch auf den eingesetzten Chemikalien in den Nassprozessen, dem dadurch entstehenden chemischen Abfall sowie dessen Entsorgung. Darüber hinaus möchten wir natürlich den Ansprüchen unserer Kunden hinsichtlich Design, Preis und Qualität gerecht werden. Bestimmte Artikel unterliegen speziellen Vorschriften und Normen, zum Beispiel jene für Kinder oder persönliche Schutzausrüstungen.

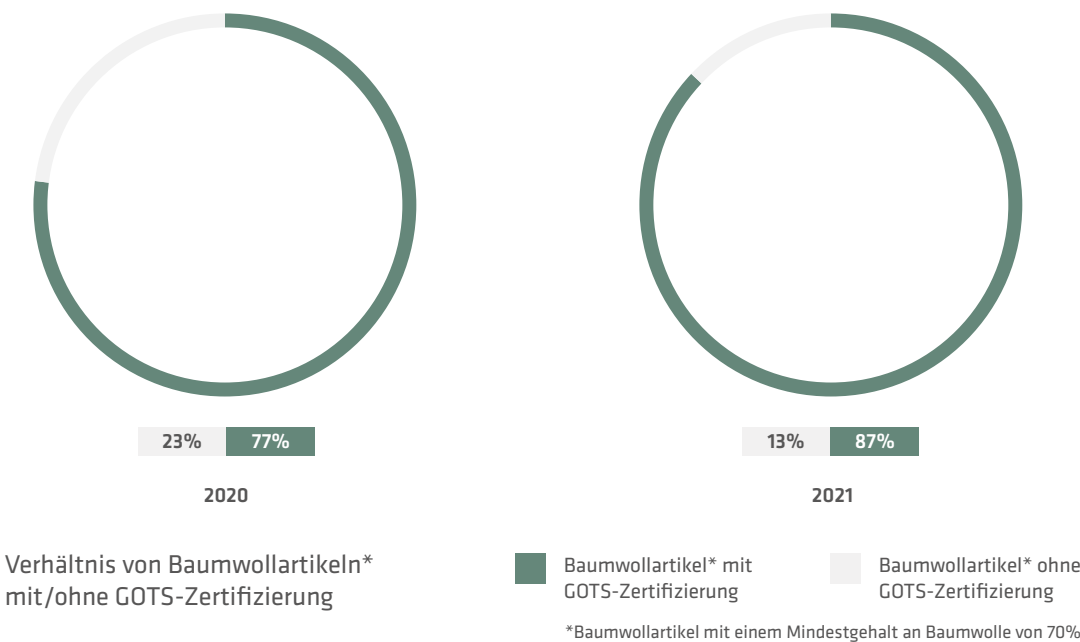
Baumwolle ist nach wie vor unser wichtigster und der von uns am häufigsten eingesetzte Rohstoff. Dies liegt an den Materialeigenschaften, die sich besonders für den Einsatz von Berufsbekleidung und Merchandise-Artikeln eignen. Außerdem ist die Kundennachfrage an Naturfasern,

insbesondere Baumwolle, immer noch sehr hoch. Um unseren ambitionierten Ansprüchen einer fairen und umweltfreundlichen Produktion gerecht zu werden, setzen wir auf einen größtmöglichen Anteil an Bio-Baumwolle sowie fairer Entlohnung der Baumwollbauern und beteiligten Arbeitern. Dabei helfen uns diverse Zertifizierungssysteme und Siegel, zum Beispiel der *Fairtrade* Baumwollstandard. Innerhalb des Berichtszeitraumes haben wir außerdem erfolgreich unsere weltweit erste Lieferkette nach dem ambitionierten *Fairtrade Textilstandard* zertifizieren lassen. Dieser beinhaltet neben der Stärkung von Arbeitnehmerrechten auch die stufenweise Einführung existenzsichernder Löhne.

NACHHALTIGE FASERN & ARTIKEL

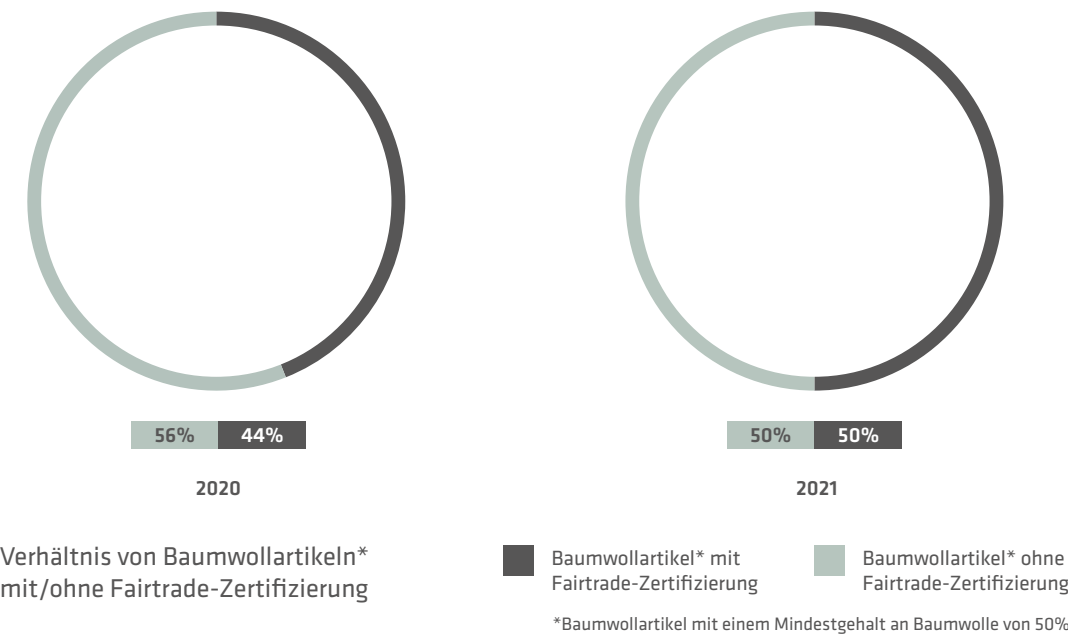
Im Jahr 2021 haben wir über 7.500 t Rohbaumwolle eingekauft. Rund 83 % der eingekauften Baumwolle stammte aus kontrolliert biologischem Anbau (kbA). Damit konnte der Anteil im Vergleich zu den Vorjahren deutlich gesteigert werden (2020: 63 %, 2019: 70 %). Auch den Anteil an Fairtrade-zertifizierter Baumwolle haben wir erhöht: Von 19 % im Jahr 2019 auf rund 50 % 2020 und schließlich 53 % im Jahr 2021.

Global Organic Textile Standard



Den Umfang unseres **Global Organic Textile Standard (GOTS)**-Sortiments haben wir 2021 erneut gesteigert: 87 % aller Baumwollartikel mit einem Mindestgehalt an Baumwolle von 70 % waren im Jahr 2021 GOTS-zertifiziert (2020: 77 %, 2019: 73 %). Die Anzahl der Kunden, die GOTS-zertifizierte Artikel von uns beziehen, konnten wir bis zum Ende des Berichtszeitraumes auf 70 (2020: 65, 2019: 58) erhöhen.

Fairtrade Cotton Standard



Auch den Anteil an **Fairtrade Cotton**-zertifizierter Artikel haben wir gesteigert: Rund 50 % aller Baumwollartikel mit einem Mindestgehalt an Baumwolle von 50 % waren 2021 Fairtrade-zertifiziert (2020: 44 %, 2019: 30 %). Bis zum Ende des Berichtszeitraums zählten wir 49 Fairtrade-Kunden (2020: 47, 2019: 41).



Polyester

Der absolute Einsatz von Polyester (PES) war im Jahr 2021 etwas geringer als im Vorjahr. Dafür haben wir vermehrt recyceltes Polyester eingesetzt: Rund 14 % des verarbeiteten PES stammte aus recyceltem Ursprung, über 70 % davon wurde in GRS-zertifizierten Lieferketten verarbeitet und mit diesem Siegel ausgezeichnet. Diesen Anteil haben wir im Vergleich zu den Vorjahren versiebenfacht (2020: 2 %, 2019: 1,7 %).

NACHHALTIGE FASERN & ARTIKEL

Global Recycled Standard

Der Anteil an **Global Recycled Standard** (GRS)-zertifizierter Artikel vervielfachten wir im Jahr 2021. Während 2020 unter 1 % unserer Artikel mit einem Mindestgehalt von 50 % Polyester mit dem GRS-Siegel ausgezeichnet waren, steigerten wir den Anteil im Jahr 2021 auf 5 %.

Wir arbeiten unter anderem mit folgenden Siegeln & Zertifizierungen:



Alle Produkte mit Fairtrade-zertifizierter Baumwolle sind physisch rückverfolgbar und entsprechend mit dem Fairtrade-Baumwollsiegel gekennzeichnet.
Alle Produkte mit Cradle to Cradle Certified™ auf Gold-Level sind entsprechend gekennzeichnet. Cradle to Cradle Certified™ ist ein lizenzierter Produktstandard des Cradle to Cradle Products Innovation Institute.

Nachhaltige Artikel

Den Anteil der mit einem nachhaltigen Produktsiegel (v. a. GOTS, Global Recycled Standard, Fairtrade Cotton, Made in Green, FSC, Grüner Knopf, Cradle to Cradle Certified™) ausgezeichneten Textilartikel haben wir 2021 auf rund 36 % gesteigert. 2020 traf das auf 35 % aller von uns bezogenen Textilartikel zu. Gemeinsam mit unseren Kunden erreichten wir damit eine leichte Steigerung zum Vorjahr (2019: 34 %).

Auch unser Kunde **ROSSMANN** bezieht nachhaltige Artikel:

“Gemeinsam mit BRANDS Fashion entwickeln wir die Kleidung für unsere Mitarbeitenden im Sinne der Nachhaltigkeit weiter. Dafür setzen wir nicht nur vermehrt nachhaltige Materialien wie Bio-Baumwolle oder recyceltes Polyester ein, sondern verwerten die bestehende Mitarbeiterkollektion, indem gut erhaltene Kleidung der „alten“ Kollektionen mit der neuen kombiniert werden kann.”



FAIRTRADE PRÄMIEN



Innerhalb der letzten fünf Jahre hat BRANDS Fashion bis Ende des Berichtszeitraumes insgesamt über 9.5 Millionen *Fairtrade*-zertifizierte Artikel eingekauft, über 15.000 t Rohbaumwolle verarbeitet und damit über 770.000 Euro *Fairtrade*-Prämie generiert.

Farmer der Kooperative RDFC



Die Bauern haben unter anderem in Bildung, Gesundheitsversorgung, in lokale Infrastrukturen sowie Maßnahmen zur Verbesserung der landwirtschaftlichen Anbaumethoden und Qualitätssicherung investiert.



Farmer der Kooperative RDFC

2021 haben wir 2,4 Millionen *Fairtrade*-zertifizierte Artikel eingekauft und konnten die Summe damit stabil zu 2020 halten (2,4 Mio. Artikel). Im Jahr 2021 generierten wir insgesamt 194.000 Euro *Fairtrade*-Prämie und konnten damit u.a. erneut 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 nord-indischen Gujarat, einem der größten Baumwollanbaugebiete Indiens. Die Prämie wird zusätzlich zum Verkaufspreis an die Kleinbauern-Kooperative gezahlt und sie können eigenständig und gemeinschaftlich über diese entscheiden. Die Bauern haben unter anderem in Bildung, Gesundheitsversorgung, in lokale Infrastrukturen sowie Maßnahmen zur Verbesserung der landwirtschaftlichen Anbaumethoden und Qualitätssicherung investiert.



9,5 Mio
Fairtrade-zertifizierte
Artikel

770.000 €
Fairtrade Prämien

VERFÜGBARKEIT VON BAUMWOLLE & LÖSUNGSANSÄTZE

Bereits Anfang 2021 standen wir oftmals vor der Herausforderung einer geringen Biobaumwollverfügbarkeit sowie hoher Preisaufschläge. Aus Sicht der Produzenten gab es dafür eine Reihe von Faktoren: Anfang 2021 wurde bekannt, dass große Mengen Baumwolle fälschlicherweise als „Bio“ ausgezeichnet wurden. Diese Mengen wurden vom Markt genommen, was zu einem plötzlichen Engpass führte. Verstärkt wurde dieser durch die Entscheidung vieler großer Unternehmen, keine Baumwolle mehr aus der chinesischen Region Xinjiang zu beziehen. Grund dafür waren Hinweise auf Zwangsarbeit. Auch Preisspekulationen mit Baumwolle haben das Preisniveau nach oben getrieben.

Um uns nicht gänzlich auf Berichte Dritter verlassen zu müssen und Maßnahmen zu adressieren, die uns einen gesicherten Zugang zu Biobaumwolle ermöglichen, trafen wir im Herbst 2021 einige unserer Bio- und *Fair-trade*-zertifizierten Baumwollproduzenten in Mumbai. Diese Produzenten waren sich in einer Sache einig: Der Preis für Bio-Baumwolle – insbesondere aus Indien – war lange Zeit zu niedrig und die Preisentwicklung eine überfällige Entwicklung. Vermutlich, so die Prognose unserer Gesprächspartner, werde sich der Preis auf einem etwas höheren Niveau als zuvor einpendeln und stabil bleiben, der Preis für konventionelle Baumwolle werde ebenfalls ansteigen.



Aus den gewonnenen Erkenntnissen definierten wir verschiedene kurz-, mittel- und langfristige Maßnahmen, die uns eine bessere Planungssicherheit gewährleisten und Verfügbarkeiten von Biobaumwolle sicherstellen. Unter anderem initiierten wir gemeinsam mit der Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) und einigen Kunden ein Projekt zur Steigerung von biologisch angebaute Baumwolle. Dafür unterstützen wir 450 Farmer in Gujarat in Westindien bei der Umstellung vom Anbau konventioneller auf biologische Baumwolle. Diese Umstellung der Bauern dauert drei Jahre. In dieser Zeit regenerieren sich die Böden und enthalten schließlich keine Rückstände von synthetischen Düngemitteln mehr. Auch lernen die Bauern in dieser Zeit, wie biologische Kultivierung funktioniert und welche Dünger und Pestizide alternativ eingesetzt werden können.

Innerhalb der Umstellungsperiode erhalten die Produzenten jedoch keine Biobaumwoll-Prämien. Da es durch die Umstellung auf Bio zu Ertragsausfällen von 30-40 % kommen kann, unterstützen wir die Farmer im Rahmen des Projektes finanziell durch Ertragsausfall-Prämien. Um zusätzlich wirtschaftliche und ökologische Anreize für die Bauern zu schaffen, helfen wir bei der Abnahme der sogenannten Übergangs-Baumwolle, im Englischen *Cotton in conversion*. **Damit sichern wir für unsere Kunden die Verfügbarkeit von Biobaumwolle in der Zukunft, bieten Farmern mit dem Anbau von Bioanbau eine langfristige Perspektive und tragen gleichzeitig zur Verbesserung von Biodiversität bei.**

Um inhaltlich immer auf dem neuesten Stand zu sein, führen wir einen regelmäßigen Austausch mit Wissenschaft, Wirtschaft und unabhängigen Organisationen. So können wir kontinuierlich an weiteren kreislauffähigen Produkten und Lösungen arbeiten.



TEXTILRECYCLING & KREISLAUFWIRTSCHAFT

Kreislaufwirtschaft ist das Schlagwort, wenn es um Abfallvermeidung und eine nachhaltige Nutzung von Ressourcen geht. Hier sind wir in den letzten Jahren mit großen Schritten vorangegangen:

Anfang 2020 haben wir das Thema Kreislaufwirtschaft im Textilbündnis verankert und intern die abteilungsübergreifende ‚Task Force Circularity‘ einberufen, um langfristig Textilabfälle zu mindern und wichtige Ressourcen zu schonen.

Hier entwickeln wir ein innovatives Take-Back-System. Ziel ist ein möglichst werterhaltendes Textilrecycling, das auf die individuellen Produkte sowie Bedürfnisse unserer Kunden eingeht. Das erreichen wir, indem die getragenen Artikel passenden Fraktionen, d. h. Materialzusammensetzungen, zugeordnet und entsprechend weiterverarbeitet werden können. Dieses System soll natürlich an unser Fullfillment-Angebot anknüpfen.

Im ersten Schritt haben wir dafür unsere Stoffströme analysiert. So konnten wir entsprechende Partner für Recyclingwege bereits vom Kunden aufgetragener Textilien sowie für zirkuläre Neuentwicklungen identifizieren und Partnerschaften aufbauen. Um auch neu produzierte Textilien zukünftig bestmöglich recyceln zu können, haben wir eine Guideline für zirkuläres Design erstellt. Diese hilft uns dabei, gemeinsam mit unseren Kunden eingesetzte Ressourcen in ihrer bestmöglichen Qualität im Kreislauf zu halten.

CRADLE TO CRADLE™ CERTIFIED

Unsere Cradle to Cradle Certified™ Kollektion auf GOLD-Level

Nach gut zwölf Monaten Vorbereitungs- und Entwicklungszeit erhielten wir im April 2020 unser *Cradle to Cradle Certified™* Gold-Zertifikat. Dieses deckt verschiedene Sweat- und Jersey-Artikel für Damen, Herren, Kinder und Babys aus Biobaumwolle ab, die teilweise Zutaten aus biologisch abbaubarem Elasthan oder Polyester enthalten.

11 mutige Kunden entschlossen sich seitdem, ihre gesamte oder Teile ihrer Kollektion nach dem anspruchsvollen Standard produzieren zu lassen. Dieser fordert eine durchgängige und konsequente Kreislaufwirtschaft in der Herstellung von Produkten ohne Abfall. Alle eingesetzten Materialien unserer zertifizierten Kleidungsstücke können wiederverwertet oder biologisch abgebaut werden. Durch die ausschließliche Verwendung gesundheitsverträglicher Materialien und Chemikalien in der gesamten Produktion ist die Nutzung von hautnahen Produkten absolut unbedenklich für den Träger und die Natur.

Dazu ist die Lieferkette der zertifizierten Kleidungsstücke auf den Einsatz und die Erzeugung von erneuerbarer Energie, Erhalt und Optimierung der Wasserqualität und Förderung sozialer Gerechtigkeit geprüft.



Alle Produkte mit *Cradle to Cradle Certified™* auf Gold-Level sind entsprechend gekennzeichnet. *Cradle to Cradle Certified™* ist ein lizenzierter Produktstandard des Cradle to Cradle Products Innovation Institute.



Der *Cradle to Cradle Certified™* Gold-Standard dient uns als ein potenzielles Szenario, um geschlossene Kreisläufe für unsere Textilien zu bilden, insbesondere im B2C-Bereich, wo Textilien nicht immer über ein Rücknahmesystem zurückgeholt werden können. *Cradle to Cradle Certified™*-Textilien bieten die Möglichkeit der biologischen Abbaubarkeit und der Kunde hat die Option, den Kreislauf selbst wieder zu schließen.

Aktuell arbeiten wir an der Weiterentwicklung unserer *Cradle to Cradle Certified™* Gold-Kollektion, um in Zukunft weitere zertifizierte Zutaten und Accessoires anbieten zu können und das Produktportfolio zu erweitern.



RUNAMICS IM INTERVIEW

Gemeinsam mit unserem Kunden runamics haben wir die erste Cradle to Cradle Certified™-Sportswear Kollektion auf Gold-Level entwickelt. Über unsere Motivation, Partnerschaft und die Entwicklung der Kollektion berichten Steffen Otten, Founder runamics, sowie Julian Schulz, Sales-Team BRANDS Fashion.

@Steffen: Warum habt ihr BRANDS Fashion als Produktionspartner gewählt und was zeichnet die Zusammenarbeit aus?

Steffen: „Der erste Kontakt kam über einen gemeinsamen Geschäftskontakt mit Rabea Schafrick aus der Nachhaltigkeitsabteilung von BRANDS Fashion zustande. Zu dem Zeitpunkt wurden wir uns bei runamics gerade klar darüber, dass wir auf *Cradle to Cradle*™ setzen möchten, wenn wir es ernst meinen, mit „nachhaltiger“ Sportkleidung. Die Sympathie war sofort vorhanden, denn wir sprechen die gleiche Sprache. Zudem waren wir absolut begeistert, einen *Cradle*



Steffen Otten, Gründer von runamics

to Cradle™-Partner in geographisch nächster Nähe zu finden. Als Nordlichter müssen wir zusammenhalten. Die gemeinsame Arbeit zeichnet sich dadurch aus, dass wir uns beide mit den Besonderheiten der *Cradle to Cradle*™-Wertschöpfung auskennen: BRANDS Fashion weiß genau, worauf wir Wert legen. Wir wiederum wissen, was in der Umsetzung realistisch ist und was nicht. Zudem sind alle Prozesse sehr transparent – das gefällt uns.“

@Julian: Was kennzeichnet runamics als Kunden und worin siehst du die Besonderheit der Zusammenarbeit?

Julian: „runamics‘ Ziel, die erste *Cradle to Cradle Certified*™-Sportmarke der Welt zu werden, ist definitiv besonders. So ein Ziel erreicht man nicht in zwei bis drei Jahren, sondern es Bedarf viel Arbeit und Durchhaltevermögen. Bei Steffen Otten und

seinem Team spürt man, dass die Marke runamics eine Herzensangelegenheit ist und dass Umweltaspekte in der Produktion und dem Produkt sehr im Vordergrund stehen. Wir sind sehr froh darüber, das runamics-Team auf ihrem Weg begleiten zu können und schätzen die ehrliche und transparente Partnerschaft.“

@Julian: Welche Produkte entwickeln wir gemeinsam?

Julian: „Wir entwickeln hauptsächlich Produkte aus Bio-Baumwolle, insbesondere produzieren wir *Cradle to Cradle Certified*™ Sweat und Jersey Artikel auf Gold-Level – vom Hoodie über Trackpants bis zum Laufarmband.“

@Steffen: Wie gestaltet sich die gemeinsame Produktentwicklung?

Steffen: „Materialseitig wissen wir mittlerweile genau, welche Komponenten verfügbar und machbar sind. Nach der Idee folgt das Design, welches wir bei runamics anfertigen. Das Design übersetzen wir mit einer Schnittmacherin in einen konkreten Schnitt. Diesen besprechen wir mit BRANDS Fashion im Hinblick auf Machbarkeit, Kosten, Verfügbarkeit, Lieferdauer, Mengen usw. Es folgen meist mehrere Prototypen. Da wir in den *Cradle to Cradle*™-zertifizierten Materialien eingeschränkt sind, müssen wir oft kreativ werden, wenn etwas nicht so läuft wie gewünscht. Eine andere Nähtechnik oder veränderte Beschaffenheiten in Gummizügen seien hier beispielhaft genannt.“



Julian Schulz, Sales-Team BRANDS Fashion

@Julian: Was hat dir bei der Kollektionserstellung für runamics besonders gefallen und was waren Herausforderungen?

Julian: „Vermutlich denken sich viele, dass ganz leicht ein herkömmliches Produkt auf *Cradle to Cradle Certified*™ Gold umgestellt werden kann – doch es steckt sehr viel Arbeit dahinter und es dauert oft deutlich länger ein komplett neues Produkt zu entwickeln, als man am Anfang denkt. Das Durchhaltevermögen in der Produktentwicklung und die lösungsorientierte Arbeitsweise von runamics begeistern mich genauso sehr wie die partnerschaftliche Zusammenarbeit.“

@Steffen: Was sind die Erfolgsfaktoren unserer Partnerschaft?

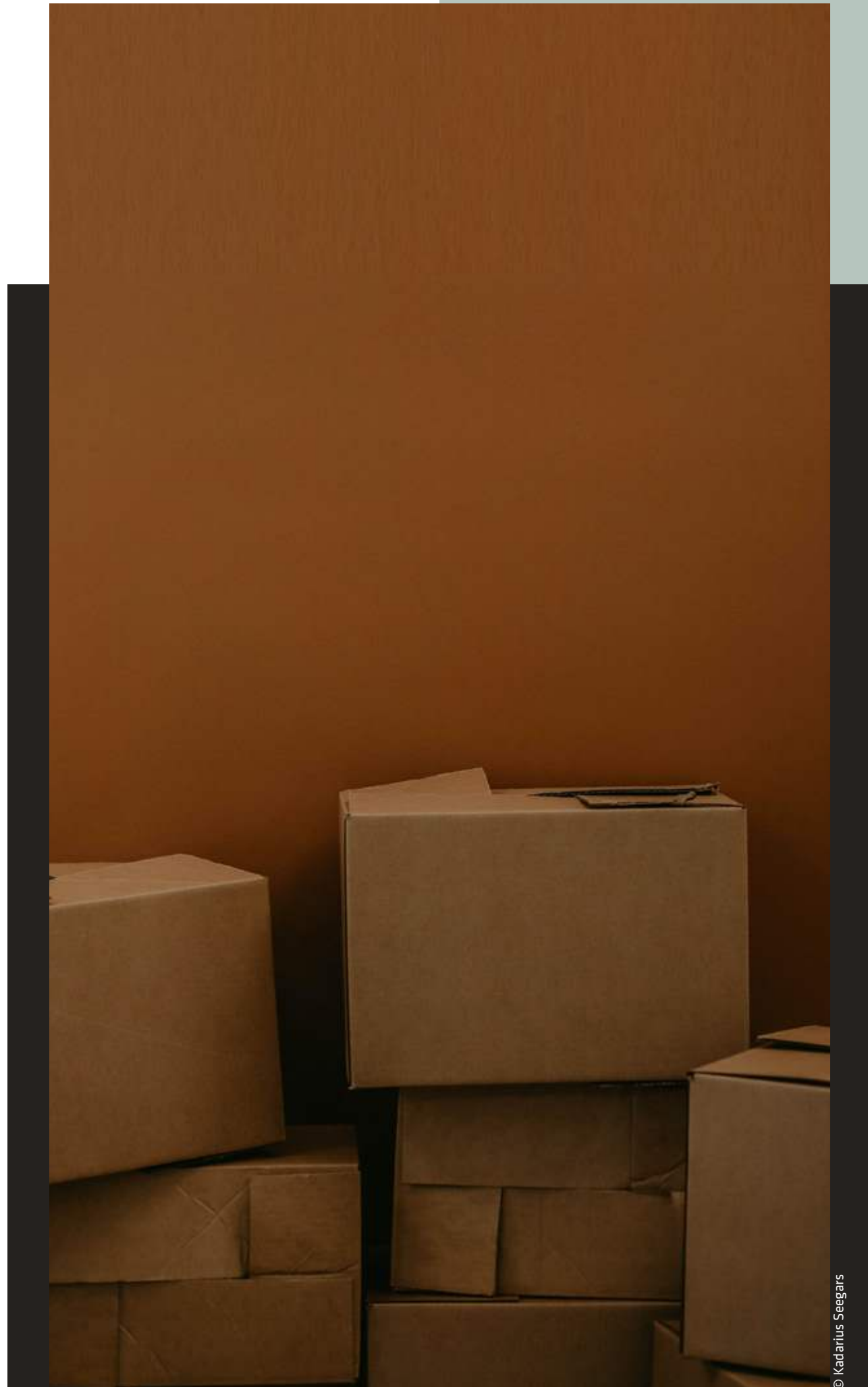
Steffen: „Vertrauen, Transparenz sowie das gleiche Verständnis von Nachhaltigkeit. Ich schätze an BRANDS Fashion zudem sehr die Geduld und die Unterstützung in vielen Bereichen – sei es in der Logistik oder der Entwicklung.“

Herzlichen Dank für eure Offenheit!

REDUZIERUNG VON VERPACKUNGEN

Zur ERP-basierten Erfassung von Produktverpackungen hat BRANDS Fashion ein umfassendes Konzept entwickelt und implementiert. **So können wir sicherstellen, dass wir auch in diesem Bereich dem Verursacherprinzip gerecht werden und die hochwertige Recycling-Infrastruktur Deutschlands unterstützen.** Außerdem reduzieren wir hohe Materialvielfalt (z.B. Verbundmaterialien, Aluminium) in den Produktverpackungen und fokussieren uns auf Papier- und Kunststoffverpackungen aus recycelten Materialien. Diese sind ohne Probleme recycelbar oder für unsere Entsorgungssysteme geeignet.

Produktverpackungen aus Verbundmaterialien haben wir von 2020 auf 2021 um rund 15 % reduziert, indem wir auf Monomaterial umgestellt und auf Sticker verzichtet haben. Den Einsatz von Aluminium reduzierten wir sogar um 91 %. Das gelang durch eine kleine Änderung, die einen großen Effekt hat: Hangtags, die mit einer kleinen Aluminiumnadel am Produkt befestigt wurden, verknoteten wir nun direkt am Produkt. Dieses Beispiel zeigt, dass bereits kleine Änderungen bedeutsame Auswirkungen auf die eigene Umweltbilanz haben können.



© Kadarius Seegars

Durch BRANDS Fashion in den Verkehr gebrachte Verpackungen unterliegen einer akribischen Erfassung und werden beim Dualen System Deutschland (DSD) zum Recycling lizenziert. Das DSD entstand aus Der Grüne Punkt und wurde als zweites Entsorgungssystem zum bestehenden öffentlich-rechtlichen Abfallbeseitigungssystem aufgebaut. Durch die Teilnahme am DSD für die Verwertung von Verkaufsverpackungen verringern wir eindeutig Auswirkungen auf die Umwelt. Im Jahr 2021 sparte BRANDS Fashion über das Duale System insgesamt 61 t CO₂-Äquivalente sowie 20 t Rohöl-Äquivalente ein. Die durch den Beitrag vermiedene Menge an CO₂-Äquivalente entspricht der Menge, die 6 ha Wald in einem Jahr aus der Luft filtern.

Gemeinsam mit unseren Kunden und Lieferanten suchen wir weiterhin nach nachhaltigen Verpackungen, die komplett recyclingfähig oder heimkompostierbar sind. Darüber hinaus entwickelt BRANDS Fashion im Rahmen einer Peer Learning Group vom Textilbündnis eine einheitliche Guideline für nachhaltige Verpackungen.

ON THE WAY TO DETOX

Die ZDHC-MRSL ist eine Liste von umwelt- und gesundheitsschädlichen Chemikalien, die gar nicht oder nur in definierter Konzentration eingesetzt werden dürfen. So bietet der Einsatz von ZDHC-MRSL-konformen Input-Chemikalien und Farbstoffen eine Sicherstellung für die Erfüllung von chemischen und ökologischen Compliance-Anforderungen.

Insbesondere in den Produktionsschritten der sogenannten Nassveredelung – Bleichen, Färben, Imprägnieren – werden eine Vielzahl von Chemikalien eingesetzt, deren Umweltauswirkungen schwerwiegend sein können. Unser Anspruch ist es, diese zu minimieren, einen hohen ökologischen Standard aufrechtzuerhalten und darüber hinaus diesen zu steigern. Dafür nutzen wir das Tool der Initiative Zero Discharge of Hazardous Chemicals (ZDHC), die ZDHC Manufacturing Restricted Substances List (MRSL).

Seit Juli 2020 kooperieren wir mit GoBlu. Wir setzen das von ihnen entwickelte digitale Chemikalienmanagement-Tool BHive ein, um unsere Prozesse zur Überwachung des Chemikalienbestands zu verbessern. Durch den Einsatz dieses Tools ist es möglich, die eingesetzten Chemikalien und ihre ZDHC-MRSL-Konformität zu überwachen.

Darüber hinaus haben unsere Nassproduktionsstätten (NSP) den **ZDHC-Abwasserrichtlinien** zugestimmt. Die Abwasserrichtlinien der ZDHC legen eine einheitliche Qualitätserwartung für das Einleiten von Abwasser in die Umwelt fest, die über die Einhaltung gesetzlicher Vorschriften hinausgeht.

Neben den genannten Initiativen arbeiten wir außerdem an internen Instrumenten zur Bewertung der Produktionsstätten und für die chemische Rückverfolgbarkeit aller vertikal integrierten und zentralen Nassverarbeitungsanlagen. Damit decken die von uns eingesetzten **Chemikalienmanagement-Tools** alle relevanten Aspekte des Umweltmanagements ab; sie unterstützen, Informationen über den Ressourcenverbrauch, zum Beispiel Material, Wasser, Energie und Chemikalien, zu erhalten und analysieren das Risiko sowie die Kapazität von Klär-/Abwasseraufbereitungsanlagen.

INITIATIVEN & STANDARDS

Die Partner in unseren Beschaffungsländern, in denen es aufgrund gegebenenfalls schwächerer Gesetzgebung und Kontrollen über deren Umsetzung, ein erhöhtes Risiko für Verstöße gegen genannte Arbeitnehmerrechte gibt, verpflichten wir zur Einhaltung des amfori BSCI-Verhaltenskodex. Dieser umfasst die ILO-Arbeitsnormen, welche das Recht auf Vereinigungsfreiheit und Tarifverhandlungen, eine angemessene Vergütung, geregelte Arbeitszeiten und Arbeitssicherheit abdeckt. Kinderarbeit, Diskriminierung sowie Zwangs- und Pflichtarbeit werden strengstens untersagt. Unser Verhaltenskodex ist Teil unserer Grundsatzerklärung und wird ergänzt durch spezifische Anforderungen an einzuhaltende Umwelt- und Sozialstandards.

Jeder neue Lieferant mit Fertigung in einem Hochrisikoland nach Definition von amfori BSCI wird von der Nachhaltigkeitsabteilung basierend auf Berichten von Drittparteien auf Einhaltung der Unternehmensstandards überprüft. Es erfolgt eine Einschätzung an die Einkaufsabteilung und gemeinsam wird darüber entschieden, ob eine Geschäftsbeziehung eingegangen wird. Sollte die Einschätzung aufgrund von gravierenden Verstößen des Verhaltenskodex negativ ausfallen, wird von einer Zusammenarbeit abgesehen.

Zu gravierenden Verstößen gehören vor allem Mängel, die in Zusammenhang stehen mit den „Null Toleranz“-Kriterien Kinderarbeit, Zwangsarbeit und unmenschliche Behandlung, Arbeitsschutz sowie unethisches Verhalten. Im Berichtszeitraum wurden keine Verstöße gegen Kinderarbeit und Zwangs- oder Pflichtarbeit bekannt.

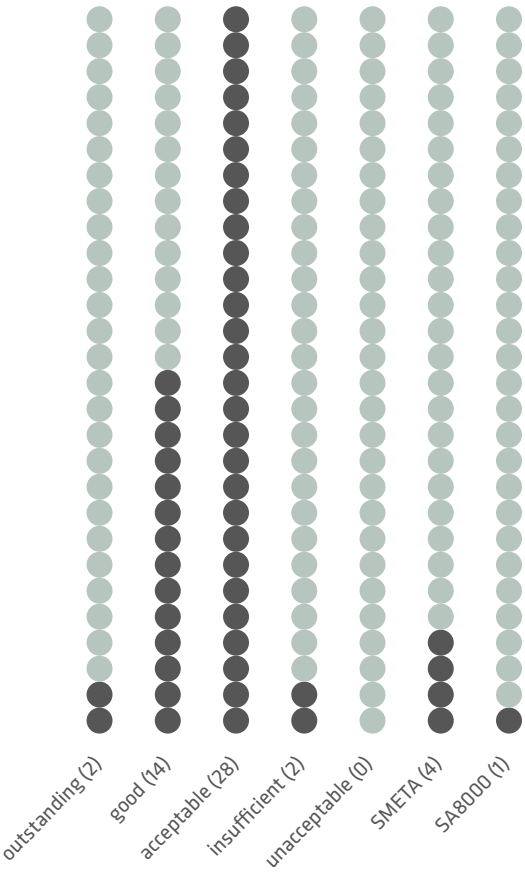
SOZIALAUDITS

2021 fanden insgesamt 62 Sozialaudits (2020: 91, 2019: 87) bei unseren im Zeitraum aktiven Tier 1-Lieferanten, den Konfektionären, für Textilien und Hartwaren statt. Dass weniger Audits als in den Vorjahren stattfanden lag vor allem an der deutlichen Reduktion unseres Lieferantenpools. 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 abermals mit der mittleren Gesamtnote „acceptable“ bewertet. Häufige Mängel wurden, wie bereits in den Vorjahren, in den Bereichen Managementsysteme und Überstunden in den Ländern Türkei und China festgestellt. Im Bereich Arbeitsschutz wurden insgesamt sieben Lieferanten aus China, der Türkei, Indien, Sri Lanka und Pakistan als unzureichend bewertet.

Potenziell negative soziale Auswirkungen bei unseren Lieferanten und Lieferketten werden im Rahmen der Risikoanalyse bewertet. Tatsächliche Auswirkungen ermitteln wir auf Basis von Auditberichten durch externe Drittparteien, Assessments unserer Partner vor Ort oder eigenen Fabrikbesuchen, die durch die Nachhaltigkeitsabteilung, aber auch Mitarbeitern aus der Qualitätsentwicklung oder dem Einkauf durchgeführt werden.

Bei Bestandslieferanten werden bei Verstößen gegen den Verhaltenskodex korrigierende Maßnahmen gefordert und überprüft. Grundsätzlich wird eine Verbesserung der Mängel verlangt, die je nach Schweregrad des Verstoßes umgehend, mittel- oder langfristig erfolgen muss. Bei besonders schweren Verstößen, den oben genannten „Null Toleranz“-Kriterien, kann es zur Beendigung der Geschäftsbeziehung kommen. In einer Subcontracting Policy weisen wir darauf hin, dass die eigenständige Weitergabe von Aufträgen an andere Lieferanten nicht erlaubt ist und zu Geldstrafen sowie der Auflösung der Geschäftsbeziehung führen kann.



Ergebnisse Sozialaudits bei Lieferanten (2021)

DER GRÜNE KNOPF: UNSERE RE-AUDITS

Wir haben bereits zwei Jahre in Folge erfolgreich das Überwachungsaudit des Grünen Knopfes bestanden. Diese Audits bestehen aus einer Unternehmens- und einer Produktprüfung.

Der Auditor hob 2020 bei der Unternehmensprüfung insbesondere die tiefgehende Lieferkettenkontrolle samt Außenkommunikation über TraceMyShirt (jetzt: TRACYCLE), die Risikoanalyse und unsere Covid-19 Maßnahmen in den Lieferketten als sehr positiv hervor. Handlungsbedarf sah er vor allem in der Verbesserung einiger Strukturen sowie in der Ausarbeitung eines konkret definierten Maßnahmenkatalogs für den Umgang mit Verstößen bei Lieferanten. Diesen Maßnahmenkatalog haben wir im Nachhinein entwickelt und dem Auditor im Jahr 2021 vorgelegt. Der Auditor sah daraufhin keinen weiteren Handlungsbedarf.



Im zweiten Jahr hat der Auditor insbesondere die Partnerschaft mit BHive, unser innovatives Pilotprojekt ‚Circularitiy Workwear‘ und die Weiterentwicklung unseres Tracing-Tools TRACYCLE positiv erwähnt. Handlungsbedarf sah der Auditor in der Berichterstattung über eingetragene Beschwerden der Arbeiter in unseren Lieferketten. Diese Kritik haben wir ernst genommen und kommunizieren nun jährlich über eingetragene Beschwerden, unter anderem auf unserer Webseite.

Insgesamt hat der Auditor gelobt, dass die Nachhaltigkeitsaktivitäten nicht nur in einer einzelnen Abteilung stattfinden, sondern abteilungsübergreifend und sich auch in den Unternehmenszielen widerspiegeln. Möglich und erfolgreich kann dies nur durch die feste Verankerung von Nachhaltigkeit im Unternehmen sein. Dies sei bei BRANDS Fashion eindeutig zu sehen, so der Auditor.

Auch nach zwei Jahren erfolgreich bestanden –en Überwachungsaudits des *Grünen Knopfes* lernen wir gerne dazu. Wir sind dankbar für neue Impulse und über Anstöße für unsere Weiterentwicklung.



MIT DR. GERD MÜLLER IN BANGLADESCH

Ein besonderes Highlight im Jahr 2020 war der gemeinsame Besuch einer Textilfabrik in Bangladesch mit dem damaligen Entwicklungsminister Dr. Gerd Müller (Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ)). Die besuchte Fabrik ist einer unserer Zulieferer für Mitarbeiterbekleidung und Jeans. Sie ist nach *GOTS*- und dem *Grünen Knopf* zertifiziert. Nach erfolgreicher Prüfung im August 2019 war BRANDS Fashion eines der Unternehmen, das seit Beginn der Pilotphase mit dem Siegel *Grüner Knopf* arbeitet. Bis Ende 2021 konnten wir über 60 Kunden überzeugen, ihre Kolle-

ktionen mit dem Metasiegel der Bundesregierung auszuzeichnen.

„Der Preisunterschied zwischen nachhaltiger und konventioneller Produktion ist durchaus bezahlbar – es gibt keinen ersichtlichen Grund für andere Unternehmen, nicht nachzuziehen“, erklärte Mathias Diestelmann, CEO von BRANDS Fashion, dem Minister bei der Fabrikbesichtigung. Gerd Müller lobte BRANDS Fashion und die Textilfabrik als Pioniere der ersten Stunde, die gemeinsam zeigen, dass nachhaltige Textilproduktion und die Umsetzung des *Grünen Knopfes* möglich sind.



© cytonn photography

DAS TEXTILBÜNDNIS

Die Multi-Stakeholder-Initiative wurde 2014 vom damaligen Bundesminister für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung, Dr. Gerd Müller, als Reaktion auf den Einsturz des Rana Plaza in Bangladesch initiiert.

Wir beteiligen uns aktiv in diversen Bündnis-initiativen, z. B. für nachhaltige Verpackungen, Bio-Baumwolle und Kreislaufwirtschaft. Die Transparenz der individuellen Arbeit aller Mitglieder im Textilbündnis wird über den sogenannten Review-Prozess sichergestellt. Hier wird der Erfüllungsgrad der vorab gesetzten Ziele anhand von Nachweisen überprüft und anschließend veröffentlicht. Dabei wird zwischen vorgegebenen und freiwilligen Zielen unterschieden. Basis für die Priorisierung und Definition unserer Ziele ist eine vorhergegangene Analyse von Risiken.

Wir sind seit 2015 Mitglied im Bündnis für nachhaltige Textilien – auch Textilbündnis genannt.

Der freiwillige Zusammenschluss von Akteuren aus Wirtschaft, Politik, Zivilgesellschaft, Gewerkschaften und Standardorganisationen hat das Ziel, die Bedingungen der globalen Textillieferketten zu verbessern.



Der Review-Prozess 2021

Der Review-Prozess des Textilbündnisses findet alle zwei Jahre statt und der letzte im Jahr 2021.

Im Jahr 2019 hatten wir uns zwölf ambitionierte Ziele in verschiedenen Bereichen – von der Korruptionsbekämpfung bis zur Reduktion von gefährlichen Chemikalien – gesetzt. Da-von konnten wir sieben vollständig erreichen. An den Zielen, die einen geringeren Erfüllungsgrad hatten, arbeiteten wir anschließend verstärkt. Beispielsweise überarbeiteten wir die abteilungsübergreifenden Kriterien unserer Lieferantenbewertung 2020 und setzten diese schließlich 2021 technisch um. Für 2022 planen wir die konkrete Einbeziehung dieses Tools für Auftragsplatzierungen.

Wir freuen uns sehr darüber, unser Ziel erreicht zu haben, den Abwasserstandard ZDHC an 100 % unserer Produzenten und Geschäftspartner zu kommunizieren. Einen entsprechenden Paragraphen haben wir in die allgemeinen Einkaufsbedingungen aufgenommen und an alle Lieferanten übermittelt. Darin fordern wir alle Lieferanten auf, die Waste Water Guideline der ZDHC an die von ihnen genutzten Färbereien weiterzugeben. Mindestens das Level “foundational” soll dabei eingehalten werden. „Foun-

dational“ ist die Minimumanforderung, es werden gesetzlich lokale Vorgaben erfüllt und eine effektive Kontrolle des Einsatzes von MRSL (Manufacturing Restricted Substances List) konformen Chemikalien ermöglicht.

Um den Zugang zu effektiven Beschwerdemechanismen zu verbessern, haben wir uns 2019 das Ziel gesetzt, eine Maßnahme einzuleiten, die auf die Verbesserung des Zugangs von Beschäftigten zu Beschwerdemechanismen abzielt. Wir haben dafür erfolgreich im Rahmen der Zertifizierung nach dem *Fairtrade* Textilstandard einen Komitee-basierten Beschwerdemechanismus in unserer Lieferkette in Indien eingeführt.

Ein weiteres Ziel setzten wir uns im Bereich der ordnungsgemäßen und umweltgerechten Betriebsführung: die Abfrage des Chemikalieninventars bei all unseren Lieferanten. Die Anzahl der Rückmeldungen war jedoch gering. Deshalb haben wir strategische Anpassungen im Bereich Chemikalien-Inputmanagement vorgenommen: Seit 2019 finden regelmäßige Gespräche sowie erste Tests mit GoBlu zu deren Anwendung mit dem Tool BHive statt. Der Testlauf der App mit chinesischen und bengalischen Lieferanten war erfolgreich. Die Ergebnisse haben wir für diverse Tier 2-Lieferanten genutzt und lassen sie in unsere Strategie zur ordnungsgemäßen und umweltgerechten Betriebsführung in den kommenden Jahren einfließen. Ein weiterer Baustein hierbei ist die Unterstützung von Tier 1- und Tier 2-Lieferanten, sich nach den Standards *GOTS*, *GRS* oder *STeP* zertifizieren zu lassen. Bei diesen Standards ist die ordnungsgemäße und umweltgerechte Betriebsführung (Good housekeeping) berücksichtigt, um den sicheren Umgang mit Chemikalien zu gewährleisten.

Eine detaillierte Ausführung unserer Risiken, Ziele, Maßnahmen sowie Fortschritte können auf der Website textilbuendnis.com eingesehen werden.

Die Produktionsstufen der textilen Wertschöpfung

Tier 1:
Produktherstellung & Konfektion

Tier 2:
Nassprozesse & Materialherstellung

Tier 3:
**Rohstoffaufbereitung,
Garnerzeugnis & Spinnerei**

Tier 4:
Anbau & Rohstoffgewinnung



Der Review-Prozess 2021: Wie definieren wir Ziele?

Um eine möglichst genaue Analyse bestehender Risiken durchführen zu können, haben wir im Rahmen des Review-Prozesses des Textilbündnisses unsere bestehende Risikoanalyse um die vier Produktionsstufen Tier 1 bis 4 erweitert. Als Grundlage diente eine Risiko-Matrix, in der soziale und ökologische Risiken auf Länder-, Produkt-, und Lieferantenebene dargestellt werden.

Die elf Sektorrisiken wurden von der OECD (Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung) festgelegt und definieren die wichtigsten Risiken in der Textilindustrie.

Anhand der Analyse jedes Sektorrisikos mithilfe der Risiko-Matrix haben wir im Sommer 2021 für die kommenden zwei Jahre eigene Ziele und zugehörige Maßnahmen definiert.

Ein Beispiel für ein von uns gesetztes Ziel im Bereich „Lohn und Sozialleistungen, existenzsichernde Löhne“ lautet:

Verbesserung der Transparenz über Lohnstrukturen bei vorab nominiertem Tier 1-Lieferanten in Indien und Bangladesch bis Ende 2023, um Lücken zwischen gezahlten Löhnen und Referenzwerten zu existenzsichernden Löhnen zu definieren. Daraus werden Bedarfe und Ansatzpunkte zur Förderung existenzsichernder Löhne identifiziert.

Für dieses Ziel haben wir als externe Maßnahmen die Nominierung der Lieferanten und die Definition und Implementierung eines Open-Costing-Modells vorgesehen. Intern ist die Sensibilisierung von Vertrieb und Einkauf geplant.

Die Erfüllung der individuell aufgestellten Ziele werden vom Textilbündnis 2023 überprüft und bewertet. Dabei wird der Fortschritt über gesetzte Ziele öffentlich kommuniziert. Diese öffentliche Berichterstattung fördert den Austausch mit der Zivilgesellschaft und bietet die Kontrollmöglichkeit, ob wir uns als Unternehmen den identifizierten Risiken stellen und daran arbeiten, diese zu minimieren.

Insgesamt sind wir mit dem Fortschrittsbericht 2021 sehr zufrieden. Wir freuen uns, bereits viele Maßnahmen für eine bessere Situation in den Lieferketten umgesetzt zu haben. Wir arbeiten weiterhin daran, unsere ambitionierten Ziele zu erreichen und dafür kontinuierlich Risiken zu identifizieren, Missstände aufzudecken und unsere Arbeit entsprechend auszurichten.



FAIRTRADE TEXTILE PRODUCTION

Wir haben uns einer der anspruchsvollsten Zertifizierungen verpflichtet: dem Textilstandard von Fairtrade. Das neue Siegel soll für mehr Fairness und Gerechtigkeit entlang der textilen Wertschöpfungskette sorgen. Ziel ist es, Rechte für Arbeiter zu stärken und existenzsichernde Löhne zu realisieren. Seit 2017 wurden am Produktionsstandort Indien dazu intensive Trainings und Schulungen für die Arbeitnehmer und -geber durchgeführt, die ein Bewusstsein für gerechte Löhne schaffen, sensibilisieren und aufklären. Außerdem wurden demokratisch gewählte Arbeitnehmervertretungen implementiert, die ihrerseits gezielt geschult werden und für ihre Kollegen als Ansprechpartner dienen, wenn es um Arbeits- und Sozialrechte geht. Auch die Einführung von existenzsichernden Löhnen haben wir in konkreten Maßnahmenplänen besprochen und festgelegt.

DER FAIRTRADE TEXTILSTANDARD

Die Standards des *Fairtrade*-Siegels hat BRANDS Fashion im Rahmen eines develoPPP-Entwicklungsprojekts gemeinsam mit der Deutschen Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH umgesetzt. Gefördert wurde das Projekt über das develoPPP-Programm, mit dem das Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) unternehmerische Initiativen mit entwicklungspolitischem Nutzen unterstützt.

2021 gelang es schließlich, alle teilnehmenden Betriebe nach dem anspruchsvollen Standard zu zertifizieren und somit die erste Lieferkette hervorzubringen, die sich im Rahmen des Programms zur Umsetzung von existenzsichernden Löhnen verpflichtet. Die ersten Textilien, die mit dem *Fairtrade* Textilstandard ausgezeichnet wurden, sind seit Oktober 2021 im Handel erhältlich.



„Wir sind stolz mit dem VfB Stuttgart einen ersten Partner gefunden zu haben, der diesen Weg mit uns bestreiten möchte.“

Mathias Diestelmann,
geschäftsführender Gesellschafter der BRANDS Fashion GmbH

Thomas Hitzlsberger, Vorstandsvorsitzende des VfB Stuttgart, hofft, dass auch andere Clubs in der Bundesliga dem guten Beispiel und darüber hinaus folgen: „Wir sind Vorbilder und als solche sollten wir auch mit gutem Beispiel vorangehen.“

Zum Marktstart des neuen Siegels hat *Fairtrade* gemeinsam mit uns und dem VfB Stuttgart ein [Video](#) produziert, das den neuen Standard vorstellt.

EXISTENZSICHERNDE LÖHNE

**in der gesamten textilen Lieferkette.
Ein Erfahrungsbericht zur Einführung des
Fairtrade Textilstandard**

Gemeinsam mit Fairtrade Germany e.V. haben wir einen Erfahrungsbericht über den Zeitraum der Einführung – August 2017 bis Dezember 2021 – des Standards verfasst. Vorliegend ist eine gekürzte Version, die vollständige Fassung ist [hier veröffentlicht](#).

Welche Aktivitäten fanden im Rahmen des Projektes statt?

Seit 2017 wurden Assessments sowie intensive Trainings und Schulungen für die Arbeitnehmer einer nominierten Wertschöpfungskette von BRANDS Fashion inklusive der Prozessschritte Entkörnung, Spinnerei, Strickerei, Färberei, Druckerei, Konfektion durchgeführt. Die Einführung von existenzsichernden Löhnen wurde in konkreten Maßnahmenplänen besprochen und festgelegt. Außerdem wurden demokratisch gewählte Arbeitnehmervertretungen implementiert, die gezielt geschult wurden und für ihre Kollegen als Ansprechperson dienen, wenn es um Arbeits- und Sozialrechte geht. Die teilnehmenden Betriebe müssen neben den fairen Arbeitsbedingungen auch hohe Umweltanforderungen erfüllen.

Im Jahr 2021 gelang es schließlich, alle teilnehmenden Betriebe nach dem anspruchsvollen Standard zu zertifizieren und somit die erste Lieferkette hervorzubringen, die sich im Rahmen des Programms zur Umsetzung von existenzsichernden Löhnen verpflichtet. Kontrolliert und zertifiziert wird dies regelmäßig von Flocert, dem unabhängigen Zertifizierungsinstitut von *Fairtrade*.



Was waren die größten Herausforderungen?

Gerade wenn keine direkte Geschäftsbeziehung zu einer Fabrik besteht, wie bei einer Färberei oder Strickerei, mussten wir viel Überzeugungsarbeit leisten, vor Ort sein und mit dem Management sprechen, um sie vom Mehrwert des Standards zu überzeugen. In der tieferen Lieferkette lasten Marken die beteiligten Fabriken in der Regel – und so auch in unserem Fall – nicht zu 100 % aus. Je tiefer man in die Lieferkette geht, desto kleiner ist der eigene Anteil am Produktionsvolumen. Umso schwieriger ist es folglich, die Lieferunternehmen zu überzeugen.



© Fairtrade Deutschland / Pavi Siva

Wie waren die Reaktionen des Fabrikmanagements und der Beschäftigten?

Viele Lieferunternehmen waren zu Beginn skeptisch. Eine der ersten Fabriken im Projekt war eine Färberei, deren Kundschaft bis dato meist nur wenig Anforderungen an die Einhaltung von Sozialstandards stellte. Dementsprechend hatten sie dort kaum Erfahrung mit dem Thema. Zu Beginn des Projektes hat die Fabrik die Forderung aus Deutschland nicht ernst genommen. Daher leisteten wir viel Überzeugungsarbeit. Nach und nach beobachteten wir aber, dass der gewünschte Bewusstseinswandel stattfand: Es baute sich ein intensiverer Dialog zwischen Beschäftigten und Management auf und die Arbeiter lernten ihre Rechte immer besser kennen. In den Trainings, bei denen wir anwesend waren, beobachten wir, dass die Teilnehmenden selbstbewusster wurden und eigene Anregungen und Ideen einbrachten.

“Allein können wir die Zahlung der existenzsichernden Löhne aller Textilbeschäftigten nicht stemmen. Wir freuen uns darauf, dass sich weitere Unternehmen unserem Weg anschließen, denn: Je mehr mitmachen, desto schneller werden wir die Zahlung fairer Löhne erreichen.”

Silke Rosebrock, Geschäftsführerin der BRANDS Fashion GmbH



Was ist der Ansatz zur Einführung existenzsichernder Löhne?

Die Einführung existenzsichernder Löhne im Fairtrade Textilstandard ist ein mehrstufiger Prozess. Den Beginn markieren Evaluierungen der verschiedenen Lohnhöhen der Beschäftigten und die Legalität ihrer Arbeitsverhältnisse: Liegen geschriebene Arbeitsverträge für alle Beschäftigten vor und entsprechen diese Verträge den gesetzlichen Bestimmungen? Auch die verschiedenen Lohnbestandteile werden bestimmt und verrechnet. Für die Erstzertifizierung der Fabrik muss eine bestimmte Lohnhöhe für alle Beschäftigten eingehalten werden. Wenn die Entlohnung (Gehälter zuzüglich aller Leistungen) unterhalb des von der Global Living Wage Coalition festgelegten existenzsichernden Lohns liegt, muss das Unternehmen sich mit der Gewerkschafts- bzw. Arbeitervertretung auf einen zeitgebundenen Plan von höchstens sechs Jahren ab der Erstzertifizierung einigen, in dessen Rahmen die Reallöhne erhöht werden, um die Lücke zum existenzsichernden Lohn zu schließen.

Der Ansatz von Fairtrade gilt für alle Beschäftigten in der respektiven Fabrik, also auch für diejenigen, die nicht direkt an der Verarbeitung des Produktes beteiligt sind.



Mindestlohn vs. Existenzsichernder Lohn

Der Mindestlohn wird in der Regel von einem Land für einen Industriezweig gesetzlich festgelegt. Das heißt aber noch nicht, dass der Arbeiter von diesem Lohn auch leben kann. Ein sogenannter existenzsichernder Lohn liegt für Textilarbeiter deutlich über dem Mindestlohn und deckt grundlegende Bedürfnisse von Familien. Er ermöglicht Arbeitern eine angemessene Unterkunft und nährstoffreiche Ernährung sowie Ausgaben für Gesundheitsvorsorge, Bildung, Kleidung, Transport und Rücklagen.



ECOVADIS: 2 JAHRE GOLD IN FOLGE

Wir freuen uns sehr, dass wir es geschafft haben, bereits zwei Jahre in Folge mit der Gesamtbewertung unter den besten 4 % der Unternehmen zu sein, die im Bereich Herstellung von Bekleidung durch ecovadis bewertet wurden. ecovadis ist einer der vertrauenswürdigsten internationalen Anbieter von Nachhaltigkeitsrankings für globale Lieferketten.



Die Onlineplattform bewertet Unternehmen bezüglich ihrer Corporate Social Responsibility (CSR)-Leistung und prüft dafür Maßnahmen in den Bereichen Umwelt, Arbeits- und Menschenrechte, Ethik sowie nachhaltige Beschaffung. In den genannten Bereichen hat ecovadis geprüft, ob wir jeweils eine Richtlinie zur Handhabung haben, inwiefern wir entsprechende Maßnahmen umsetzen und ob sich diese Maßnahmen durch Kennzahlen messen lassen.

Im Bereich Arbeits- und Menschenrechte haben wir beispielsweise mit einem internen Konzept zu Weiterbildungsmöglichkeiten für Mitarbeitende gepunktet. Im Bereich Umwelt haben wir unter anderem unsere veröffentlichte Umweltrichtlinie vorgewiesen und unsere aktive Mitgestaltung in den Initiativen des Textilbündnisses zu Klimaschutz und Kreislaufwirtschaft belegt. Positiv bewertet wurde auch, dass wir den Einsatz von Materialien aus Frischfasern reduzieren und so den Verbrauch von Erdöl basierten Rohstoffen senken. Die Kennzahlen sind in diesem Bericht zu finden.



SHIRTS FOR LIFE ZIEHT UM

Mit unserer Eigenmarke SHIRTS FOR LIFE (SFL) ist es uns gelungen, ein nachhaltiges Konzept zu entwickeln, das Spenden für ökologische und soziale Projekte generiert. Das Ziel, sozial- und umweltverträgliche Mode zu produzieren und gleichzeitig einen Beitrag für die Gesellschaft zu leisten, ohne dabei hochpreisig zu sein, haben wir erreicht. Schweren Herzens verabschieden wir uns dennoch von unserem hauseigenen Fashionlabel. Dieser Schritt ist für uns wichtig, um uns noch besser auf unser Kerngeschäft im B2B fokussieren zu können. Unsere Erfahrungen und Erkenntnisse mit SFL ermöglichen eine zielführende und kompetente Beratung unserer Kunden für nachhaltiges Merchandise und Corporate Workwear. **Wir freuen uns, dass unser Tochterunternehmen Clothing Network zukünftig das eco-Fashionlabel übernimmt und designseitig sowie nachhaltig weiterentwickelt.**

PARTNER & LIEFERKETTEN

Die textile Wertschöpfung

Die textile Lieferkette ist äußerst komplex und verzweigt, teils sogar über mehrere Kontinente verstreut. Umso mehr unterschiedliche Partner in den Produktionsprozess involviert sind, desto größer ist die Herausforderung, diese zu kennen und die Einhaltung von Sozial- und Umweltstandards zu kontrollieren. Dabei betrachten wir es als unsere unternehmerische Pflicht, Verantwortung für unser Handeln zu übernehmen – und zwar entlang der gesamten globalen Wertschöpfungsketten. Weil wir von den Vorteilen der globalisierten, arbeitsteiligen Welt profitieren, sind wir dazu verpflichtet, Verantwortung für die Auswirkungen unserer Geschäftstätigkeit auf Menschen und Umwelt zu tragen. Dieser Thematik begegnen wir seit Jahren mit Freude und großer Motivation und setzen dabei insbesondere auf enge Partnerschaften mit unseren Lieferanten. Denn: Transparenz ist der erste Schritt zu einer nachhaltigen Produktion. Zur Unterstützung arbeiten unter wir unter anderem mit einer Vielzahl von Siegeln und Zertifizierungen sowie Agenten in den Beschaffungsländern, reduzieren unseren Lieferantenpool und setzen unser Lieferkettenmanagement-Tool TRACYCLE ein.



© Fairtrade Deutschland / Pavi Siva

Außerdem definieren wir in unserem betrieblichen Verhaltenskodex (Code of Business Conduct) nicht verhandelbare soziale Mindeststandards für unseren eigenen Standort und alle zum Unternehmen zugehörigen Standorte. Zu diesem müssen sich alle Mitarbeiter und Partner von BRANDS Fashion verpflichten. Neben der Einhaltung von geltender Gesetzgebung beinhaltet er unter anderem die Achtung von Menschen- und Arbeitsrechten, Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz, Datenschutz und die Prinzipien fairen Wettbewerbs.



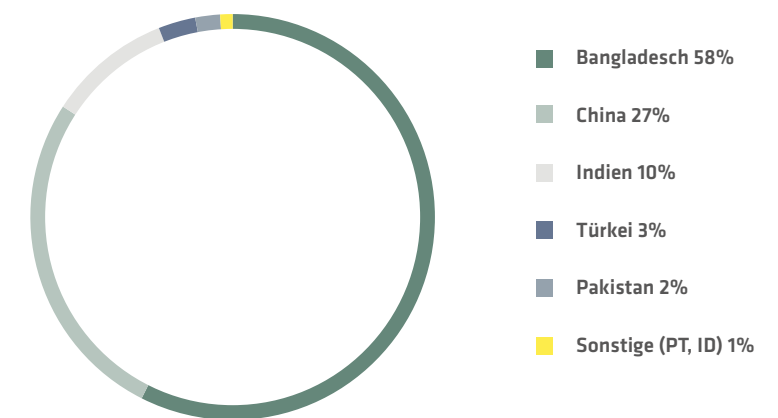
Die Prozessschritte der textilen Wertschöpfung:
Baumwollanbau, Entkörnung, Spinnerei, Strickerei, Färberei, Druckerei, Näherei, Distribution & Handel

UNSERE BESCHAFFUNGSMÄRKTE



Unsere wichtigsten Beschaffungsmärkte nach der Verteilung des Bestellvolumens waren 2021 Bangladesch mit 58 % (2020: 54 %), China mit 27 % (2020: 21 %) sowie Indien mit 10 % (2020: 9 %). Aus der Türkei stammte 3 % unseres Bestellvolumen gefolgt von Pakistan mit 2 %.

Die Platzierungen der zwei Hauptbeschaffungsmärkte blieben demnach konstant. Indien konnten wir erneut stärken und landete auf Platz 3. Pakistan, als Drittplatzierter im Jahr 2020, rutschte auf Platz 5. Dafür nahm das Beschaffungsvolumen in der Türkei zu, sodass es den viertgrößten Markt im Jahr 2021 darstellte.



Beschaffungsmärkte (2021)



Eröffnungsfeier der Green Factory im Januar 2020

DIE GREEN FACTORY

Ausgezeichneter Partner in Indien

*Anfang 2020 feierten wir die Eröffnung der ersten **LEED**-zertifizierten Green Factory, die innerhalb eines Bestandsgebäudes realisiert wurde. Dafür luden wir gemeinsam mit **SAGS Apparels** Kunden, Partner und Politiker ein. Zu der Feier kamen auch Vertreter namhafter Fußballclubs, die über uns einen Großteil ihrer Fankollektion aus dieser Fabrik beziehen.*

60 %

des Energiebedarfs stammt aus erneuerbaren Quellen

-20 t CO₂

im Jahr durch Modernisierungsmaßnahmen

Das LEED- (Leadership in Energy and Environmental Design) Zertifikat gibt es in vier Auszeichnungsstufen – mit Platinum hat unser Partner das höchste Level erreicht. Es ist das erste Mal, dass in Indien ein bestehendes Fabrikgebäude so umgerüstet wurde, dass es diesen Status verliehen bekommt. BRANDS Fashion ist größter Abnehmer der südindischen Textilfabrik, die von den langjährigen Partnern Ganesh und Sankar Anantharaman betrieben wird.

Das Ergebnis des Umbaus: 60 % des Energiebedarfs wird jetzt aus erneuerbaren Quellen gewonnen, LEDs, moderne Maschinen und Technologien sparen Energie und reduzieren somit die CO₂-Emissionen, abfließendes Regenwasser wird gesammelt, Abwasser gereinigt, freie Flächen auf dem Gelände und Dach begrünt, Solarpaneele installiert, und der Umbau wurde zum Großteil durch lokales, natürliches und recycelbares Baumaterial realisiert.



Mathias Diestelmann (geschäftsführender Gesellschafter BRANDS Fashion) & Ganesh Anantharaman (Geschäftsführer SAGS Apparels)

Neben Umweltschutz hat auch die Einhaltung und Verbesserung von Sozialstandards einen hohen Stellenwert. Ziel unserer Kooperation ist eine langfristige Verbesserung sozialer und ökologischer Bedingungen in der Wertschöpfung. Mit unserem Partner gehen wir nun den nächsten Schritt Richtung existenzsichernde Löhne. Mit der Zertifizierung dieser Lieferkette nach dem *Fairtrade* Textilstandard im Jahr 2021 verpflichtet sich SAGS Apparels zur Zahlung fairer Löhne. Im Oktober 2021 haben wir gemeinsam die weltweit erste nach dem *Fairtrade* Textilstandard zertifizierte Kollektion auf den Markt gebracht – ein absolutes Novum.

Belohnt wurden wir für diese langjährige und erfolgreiche Partnerschaft Ende 2020 sogar mit dem Deutschen Nachhaltigkeitspreis.

„Bei der Umsetzung des Projekts hat man an allen Stellschrauben gedreht, die die Nachhaltigkeit fördern“, erklärt Ganesh Anantharaman, Geschäftsführer SAGS Apparels.





© Darius Misztal

DEUTSCHER NACHHALTIG- KEITSPREIS

1. PLATZ & LEAD PARTNERSCHAFT

Mit großer Freude durften wir im Dezember 2020 die Siegertrophäe des Deutschen Nachhaltigkeitspreises (DNP) entgegennehmen. In der Kategorie „Globale Unternehmenspartnerschaften“ empfangen wir gemeinsam mit unserem indischen Lieferanten SAGS Apparels den Ehrenpreis der 13. Preisverleihung virtuell.

Mathias Diestelmann, geschäftsführender Gesellschafter der BRANDS Fashion GmbH:
„Branchenweite Veränderungen finden nur statt, wenn weitere Textilunternehmen mitziehen.“

Der Deutsche Nachhaltigkeitspreis zeichnet wirksame Beiträge in Wirtschaft, Kommunen und Forschung zur Förderung der nachhaltigen Transformation aus.

Laut Jury haben wir im Rahmen dieser Partnerschaft und mit der Eröffnung der Green Factory „einen Meilenstein gelegt“. Besonders schätzte sie unser gemeinschaftliches Streben nach einem ganzheitlichen Kreislaufgedanken. Auch dass wir für den Großteil unserer Artikel „aussagekräftige Zertifizierungen“ wie z. B. *GOTS*, *Fairtrade Cotton Standard*, *Cradle to Cradle Certified™* Produktstandard oder den *Grünen Knopf* vorweisen können, begeisterte die Juroren.

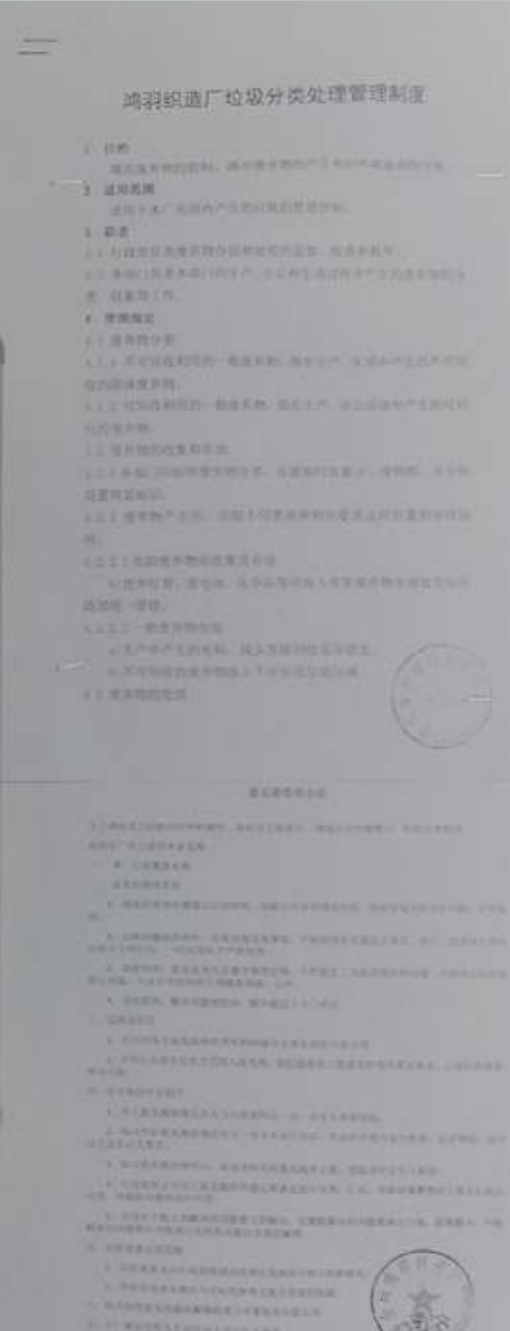
Darüber hinaus fiel der Jury unser Engagement bei Multi Stakeholder-Events positiv auf: Wir wollen Lieferanten zusammenbringen, damit sie sich über die Stärkung von Arbeitnehmerrechten und notwendige Lohnerhöhungen, die einen angemessenen Lebensstand ermöglichen, austauschen können.



Das Bewusstsein für nachhaltiges Handeln zu schärfen, ist eines der wichtigsten Ziele von BRANDS Fashion. Aus diesem Grund unterstützen wir im Folgejahr die Stiftung des Deutschen Nachhaltigkeitspreises aktiv und engagierten uns als offizieller Lead Partner. Dies gab uns die Chance, Unternehmen zu fördern, die Engagement beim Thema Nachhaltigkeit beweisen.

2021 fanden zum 14. Mal die Deutschen Nachhaltigkeitstage sowie Preisverleihung in Düsseldorf statt. Unsere geschäftsführender Gesellschafter Mathias Diestelmann wurde als Repräsentant eines ganzheitlichen Kreislaufgedankens im Rahmen der Veranstaltung zum Thema Lieferkette und Kreislaufwirtschaft interviewt und nahm im Anschluss an einer Podiumsdiskussion zum Thema „*Grüner Knopf* & Lieferkettengesetz“ teil.

Aus unserer Sicht bewerten wir den ACCORD-Beschwerdemechanismus als besonders effektives Tool, um ein direktes Feedback aus unseren Zuliefererbetrieben zu erhalten. Eine Übertragung ähnlicher Modelle auf weitere Produktionsländer begrüßen wir. Langfristig hoffen wir, dass effektive Mechanismen, wie der in Bangladesch, zu einer Verbesserung der Arbeitsverhältnisse und Sicherheitsstandards beitragen und das wiederum zu einer Reduktion von Beschwerden führt.



BESCHWERDE-MECHANISMEN

Als Mitglied von amfori verpflichten wir all unsere Lieferanten in Hochrisikoländern dazu, ein effektives System für Beschwerden und Vorschläge von Beschäftigten zur Verfügung zu stellen. Diese werden im Rahmen von unabhängigen Sozialaudits bei unseren Konfektionären geprüft.

Lieferketten, die nach dem *Global Organic Textile Standard (GOTS)* zertifiziert sind, verpflichten sich per Standard ebenfalls dazu, einen funktionierenden Beschwerde-mechanismus vorzuweisen, der während der jährlichen Audits kontrolliert wird.

Um die Effektivität dieser Systeme zu beurteilen, fragen wir ab, welche Mechanismen bei den Zulieferern implementiert sind und schätzen deren Wirksamkeit auf Basis der erhaltenen Informationen und Dokumentation ein. Dies geschieht auch durch eigene Assessments unserer Partner vor Ort, vor allem aber bei persönlichen Besuchen von Mitarbeitern der Nachhaltigkeitsabteilung in den Produktionsstätten. Dabei werden neben dem Management auch Arbeiter zu dem Umgang mit Beschwerden befragt.

Aus Bangladesch erreichen uns Beschwerden zusätzlich über einen Kanal des ACCORD Brandschutzabkommens. In Zusammenarbeit mit unseren Partnern vor Ort setzen wir uns mit dem jeweiligen Fabrikmanagement und den betroffenen Arbeitenden in Verbindung, um den Sachverhalt zu prüfen und ggf. entsprechende Maßnahmen zu adressieren. Insgesamt wurden uns über den ACCORD-Beschwerdemechanismus 16 Beschwerden in den Jahren 2020 und 2021 gemeldet, wovon bis Dezember 2021 nur eine Beschwerde noch im Untersuchungsprozess war. Die eingegangenen Beschwerden bezogen sich auf insgesamt neun zu dem Zeitpunkt aktiven Lieferanten. Mit einem der betroffenen Lieferanten haben wir im Laufe der beiden Jahre die aktive Geschäftsbeziehung eingestellt. Die Beendigung der Beziehung erfolgte unabhängig von der Beschwerde. Die Beanstandungen bezogen sich vornehmlich auf ausbleibende Zahlungen von Gehältern beim Ausscheiden von Fabrikmitarbeitenden und arbeitsrechtliche Unstimmigkeiten in Zeiten von Covid-19.

LIEFERANTEN- BEWERTUNGSSYSTEM

Im Juli 2021 startete BRANDS Fashion mit der Testphase des neuen Lieferantenbewertungstools zur Beurteilung unserer Lieferanten für Importartikel. Die Leistungsbeschreibung war das Ergebnis der Arbeit einer Studentin, die technische Umsetzung erfolgt durch unser Team aus der IT.

Um in Zukunft die Performance unserer Lieferanten professioneller und objektiver zu gestalten, haben wir für unterschiedlichen Bereiche (Einkauf, Qualitätssicherung, Importlogistik, Nachhaltigkeit) diverse Key Performance Indicators festgelegt und gewichtet. Bewertungskriterien sind zum Beispiel Mindestmengen, Termintreue sowie Qualität der Muster und der gelieferten Ware. Ergänzt wurden diese durch verschiedene Nachhaltigkeitsaspekte, wie Ergebnisse aus durchgeführten Sozialaudits und vorgenommenen Korrekturmaßnahmen, Qualität von Abwassertests von Textilfärbereien sowie die Transparenzbereitschaft der Lieferanten. Auch die Zertifizierung mit nachhaltigen Produktsiegeln wird in dem Ranking berücksichtigt. Außerdem definierten wir Knock-out-Kriterien, die zu einer sofortigen Sperrung der Lieferanten führen. Die Daten für die Bewertung werden entweder aus unserem Warenwirtschaftssystem gezogen oder durch Mitarbeiter manuell gepflegt. Aktuell laufen die letzten Programmierarbeiten des Lieferantenbewertungssystem für eine erste Auswertung.

Zusätzlich haben wir in diesem Jahr unseren Lieferantenpool deutlich reduziert. Ziel dieser Konzentration ist die Chance auf intensivere Partnerschaften mit Bestandslieferanten.

Ökologischer Fußabdruck: Vergleich nachhaltiger zu konventioneller Lieferkette

Lieferkette	Fasern Rohstoffe	GHG Emissionen/ Artikel (kg CO ₂ e)*	Abwasser Recycling/ ZLD
Nachhaltige Lieferkette Indien**	100 % Bio Baumwolle	3,13	über 90 %
Konventionelle Lieferkette Bangladesch	100 % Baumwolle	9,08	0 %

*Die „Cradle to Gate“-Berechnung basiert auf einem ca.180 g schweren T-Shirt
**In der Lieferkette werden ca. 50 % erneuerbare Energien genutzt; die Textilfabrik ist nach LEED zertifiziert.

CARBON FOOTPRINT CALCULATION

Bereits im Nachhaltigkeitsbericht 2018/2109 haben wir das Ziel formuliert, den Carbon Footprint eines T-Shirts zu kalkulieren. Wir freuen uns sehr, dass wir innerhalb des Berichtszeitraumes Einsparungspotentiale eines T-Shirts aus Bio-Baumwolle im Vergleich zu einem konventionellen errechnen konnten:

Unsere Green Factory ist Teil unserer nachhaltigen Lieferkette in Indien. Ein Großteil der eingesetzten Energie stammt hier aus regenerativen Quellen. Die Nassproduktion dieser Lieferkette wird der Zero Liquid Discharge (ZLD)-Kategorie zugeordnet. ZLD ist ein Prozess mit dem Ziel, Abwasser zu reduzieren und gleichzeitig sauberes Wasser, das zur Wiederverwertung geeignet ist, zu erzeugen. In dieser Nassproduktionsstätte können mehr als 90 % des Abwassers zur Wiederverwertung aufbereitet werden.

All diese Maßnahmen wirken sich positiv auf die CO₂-Bilanz der in dieser Lieferkette gefertigten Produkte aus. Einen tiefen Einblick in dieses Thema erhielten wir im Rahmen einer Bachelorarbeit über die Kalkulation des ökologischen Fußabdruckes am Beispiel eines T-Shirts. **Durch die Umstellung von konventioneller auf Bio-Baumwolle, ein ressourcenschonendes Chemikalien- und Abwassermanagement sowie den Einsatz regenerativer Energie können etwa 66 % CO₂e-Emissionen je Artikel eingespart werden.** Das entspricht einer Autofahrt von 60 km. Durch die Färbung in der ZLD-Nassproduktion kann der Verbrauch des Frischwassers um etwa 30 l pro T-Shirt reduziert werden.

FAIRE EINKAUFSPRAKTIKEN

Im Jahr 2020 nutzten wir das ACT Purchasing Practices Sourcing Assessment. Dabei haben wir eine Befragung zu aktuellen Beschaffungspraktiken im Headquater in Buchholz sowie unseren Sourcing-Büros in Bangladesch und China durchgeführt. Die Ergebnisse diskutierten wir anschließend im Rahmen eines Workshops mit der Einkaufsabteilung und definierten konkrete Maßnahmen zur Verbesserung der Praktiken.

Darauf aufbauend haben wir 2021 einen internen Workshop zum Thema faire Einkaufspraktiken mit allen Mitarbeitern aus den Abteilungen Vertrieb und Einkauf durchgeführt. Das Ergebnis ist die Ausformulierung und Festlegung von **Zehn goldenen Regeln für verantwortungsvolle Beschaffungspraktiken**. Sie dienen dazu, alle am Prozess beteiligten Personen für ihre Handlungen und deren mögliche Auswirkungen im Produktionsland zu sensibilisieren. Ein Beispiel: Die Verzögerung der Produktion durch vermehrte, nicht eingeplante Musterungen aufgrund unzulänglicher Absprachen kann durch den daraus resultierenden Zeitdruck zu extremen Überstunden im Beschaffungsland führen. Dem wirken wir entgegen, indem wir interne Prozesse verbessern und darüber hinaus unsere Kunden für eine verantwortungsvolle Beschaffung sensibilisieren.

Außerdem ermöglichen von uns erstellte Timelines für Produktionsabläufe sowohl uns als auch den Lieferanten eine Planungssicherheit.



TRANSPARENTE LIEFERKETTE

Aus TraceMyShirt wird TRACYCLE

Wir bieten unseren Kunden die Möglichkeit, die komplette Lieferkette – vom Baumwollfeld bis zur Distribution, mit Auskunft über Namen und Adressen der Produktionsstandorte sowie Fotos und mögliche Sozial- und Umweltzertifikate – einzusehen. Dafür haben wir bereits 2017 das selbst entwickelte Tracking Tool TRACE MY SHIRT implementiert. Diesen digitalen Lösungsansatz zur Erhöhung der Transparenz in der Lieferkette haben wir 2020 komplett überarbeitet. Darunter fallen nicht nur ein neues Design und neuer Name, sondern auch die Möglichkeit zur zukünftigen Darstellung eines CO₂-Fußabdrucks auf Produktebene sowie die Darstellung eines 2nd Lifes. Diese neuen Funktionen spiegeln sich im Namen TRACYCLE wider: TRACE + CYCLE = TRACYCLE. Außerdem können neben Shirts nun weitere Produktgruppen auf TRACYCLE dargestellt werden, wie Schuhe, Heimtextilien und Promotion-Artikel. Durch das neue Webdesign in moderner und zurückhaltender Farbgebung integrieren wir die Farben und Logos unserer Kunden bei Kooperationen noch besser. Intern dient uns TRACYCLE auch als Lieferkettenmanagement-Tool, in dem zukünftig alle relevanten Daten und Unterlagen zur lückenlosen Nachverfolgung eingepflegt und eingesehen werden können.

TRACYCLE

SUPPLY CHAIN MANAGEMENT

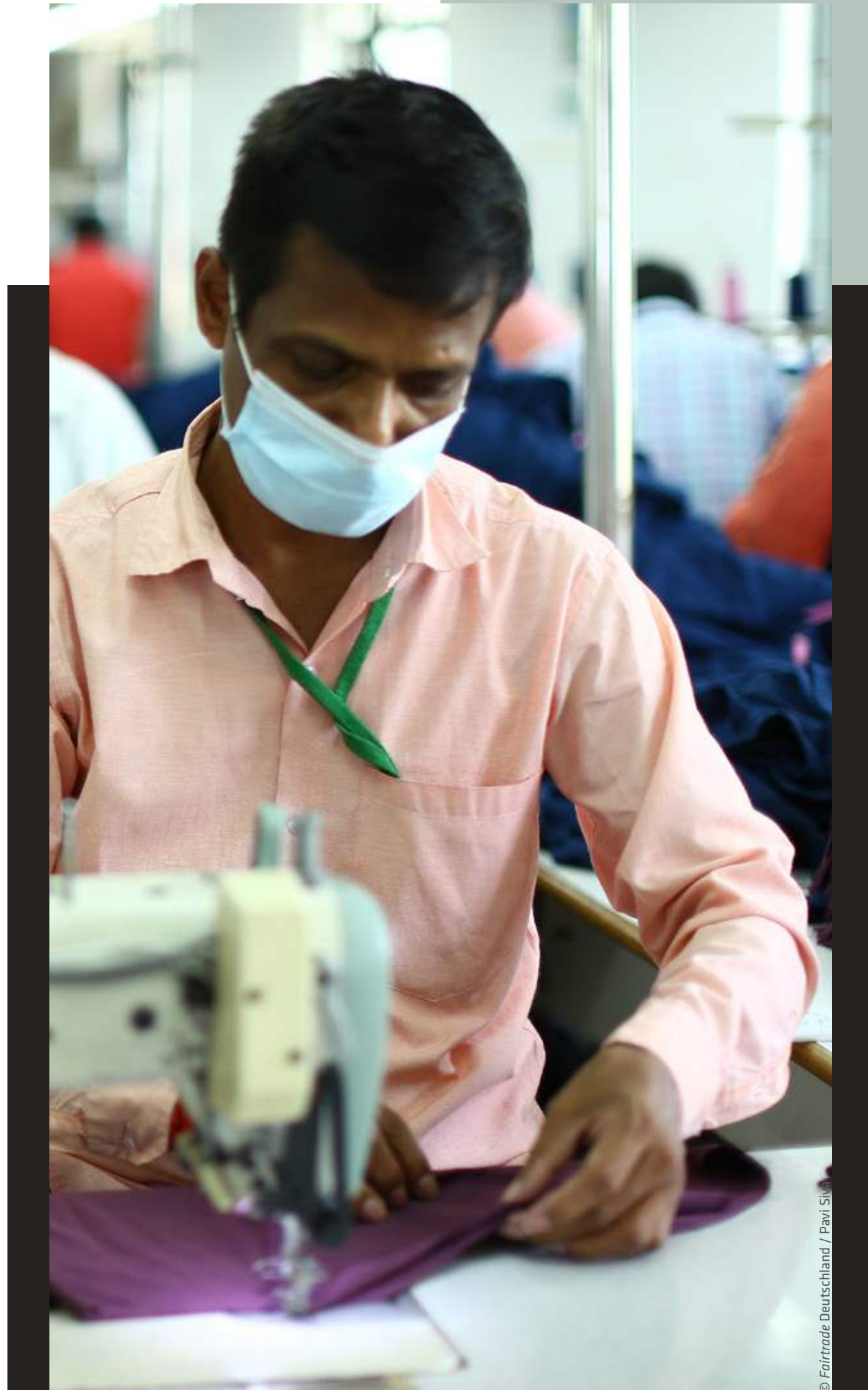
Lieferkettenmanagement in Zeiten von Covid-19

Große Herausforderungen wie Covid-19 gefährden die globalen Lieferketten. In solch schwierigen Zeiten ist eine Partnerschaft wichtiger denn je. Wir glauben, dass langfristige Partnerschaften der Schlüssel zur Stärkung von Geschäftsbeziehungen sind. Deshalb nehmen wir unsere Verantwortung ernst und erwarten das Gleiche von unseren Geschäftspartnern.

Um diesen Herausforderungen zu begegnen, haben wir diverse Maßnahmen ergriffen:

In unseren Allgemeinen Einkaufsbedingungen haben wir eine Klausel aufgenommen, in der wir uns dazu verpflichten, auch in Krisenzeiten so weit wie möglich mit der gebotenen Sorgfalt und verantwortungsvollen Einkaufspraktiken vorzugehen. Dies beinhaltet, dass wir weder Bestellungen stornieren, noch unangebrachte Preisnachlässe fordern.

Darüber hinaus ist es für uns wichtig, regelmäßig mit unseren Geschäftspartnern vor Ort zu kommunizieren, um zu verstehen, welchen Herausforderungen sie gegenüberstehen und wie Lieferketten und Produktion davon betroffen sind.



Leitlinien und Unterstützung

Unseren Zulieferern haben wir verschiedene Richtlinien zur Verfügung gestellt und sie dazu angehalten, die empfohlenen Gesundheits- und Sicherheitsmaßnahmen umzusetzen. Diese Richtlinien wurden von verschiedenen Interessengruppen, wie dem Bangladesh Accord and Building and Fire Safety, Better Work, der Fair Labor Association oder *Fairtrade* International, erstellt. Wir nutzten sie als Grundlage für die Erstellung unserer eigenen Checkliste mit empfohlenen Maßnahmen, die unsere Fabriken ergreifen sollten.

Außerdem haben wir unsere Geschäftspartner über verschiedene Webinare informiert, die sich mit den notwendigen Maßnahmen in Zeiten von Covid-19 befassen, z. B. mit dem Umgang mit Krankheitsmanagementsystemen, Infektionsketten in Fabriken und der Wiedereröffnung von Einrichtungen nach einer Schließung.

Covid-19-Update von unseren Geschäftspartnern

Unsere Lieferanten baten wir um allgemeine Informationen darüber, wie sie mit den Arbeitsschutzvorschriften und dem Schutz der Arbeitnehmer umgegangen sind und ob sie von uns Unterstützung bei der Umsetzung von Maßnahmen benötigten. In Bezug auf unsere eigene Risikoanalyse haben wir abgefragt, ob Risiken aufgrund von Covid-19 entstanden sind oder sich verschlechtert haben. Außerdem untersuchten wir, ob sich die Anzahl und Art der Beschwerden erhöht oder verändert hat. Falls es zu einer Unterbrechung des Auftragsflusses gekommen ist, wollten wir wissen, ob diese durch uns verursacht wurde. So konnten wir sicherzustellen, dass wir die verantwortungsvolle Einkaufspraxis, zu der wir uns verpflichtet haben, beibehalten haben. Falls es zu einer Änderung der Auslastung kam, erwarteten wir weiterhin, dass die Fabriken die Lohnfortzahlung sicherstellten.

STATEMENT ZUM SORGFALTSPFLICHTENGESETZ

Nach langen Verhandlungen präsentierten die Ressorts BMAS, BMWi und BMZ am 12.02.2021 ihren Referentenentwurf eines Sorgfaltspflichtengesetzes. Das Bundeskabinett beschloss den Gesetzentwurf am 3. März.

Das Gesetz gilt zunächst für Unternehmen mit mehr als 3.000 Mitarbeitenden. BRANDS Fashion ist als mittelständisches Unternehmen somit nicht ersten Grades angesprochen, aber natürlich in unserer Rolle als Importeur für eine Vielzahl von Kunden, die durchaus betroffen sind. In jedem Fall begrüßen wir die Einigung sehr, da wir der Meinung sind, dass fairer Handel für jedes Unternehmen Grundvoraussetzung sein muss.

Wir arbeiten bevorzugt mit Siegeln und Zertifikaten, setzen aber vor allem auch auf langjährige, kooperative Geschäftsbeziehungen zu unseren Lieferanten – freiwillig und aus Überzeugung. Wenn sich Freiwilligkeit allerdings nicht durchsetzt und auch nicht für mehr Transparenz und eine Verbesserung der Bedingungen in textilen Lieferketten sorgt, befürworten wir gesetzliche Regelungen, um alle Unternehmen gleichermaßen in die Pflicht zu nehmen und gerechte Wettbewerbsbedingungen – ein sogenanntes level playing field – zu schaffen.

Außerdem sprechen eine demokratische Wertebasis, die Schaffung von Rechtssicherheit für Unternehmen, die Möglichkeit zur Verringerung von Prozess- und Reputationsrisiken sowie der Zugang zu nachhaltiger Finanzierung für eine gesetzliche Regulierung unternehmerischer Sorgfaltspflicht.

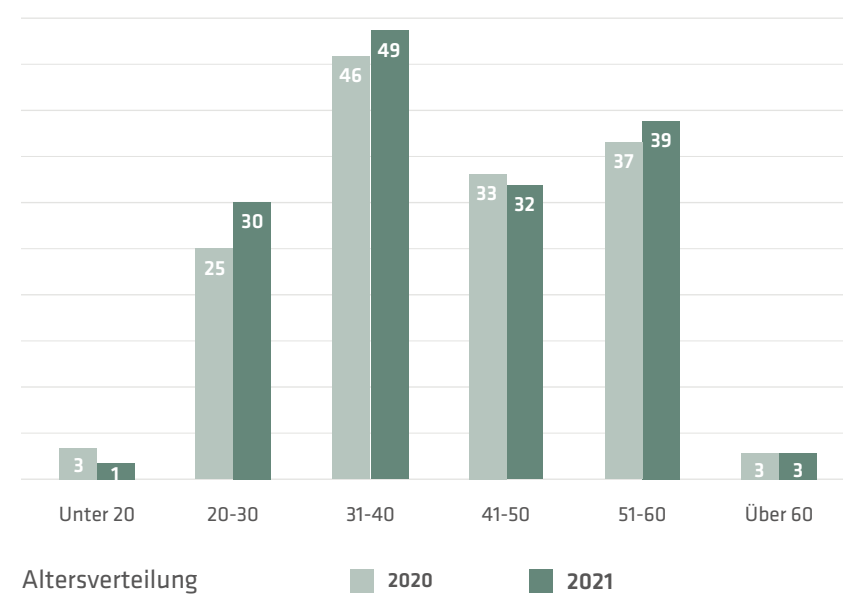
Die per Gesetz geforderten Sorgfaltspflichten orientieren sich an den UN-Leitprinzipien und sollen für den eigenen Geschäftsbereich und mit Wirkung auf die gesamte Lieferkette wahrgenommen werden. Folgende Kernbereiche sollen vom jeweiligen Unternehmen adressiert werden:

- ***Öffentliche Grundsatzerklärung zur Achtung von Menschenrechten***
- ***Verfahren zur Ermittlung tatsächlicher und potenzieller nachteiliger Auswirkungen der eigenen Tätigkeit auf Menschenrechte***
- ***Maßnahmen und Wirksamkeitskontrolle***
- ***Berichterstattung***
- ***Beschwerdemechanismus***

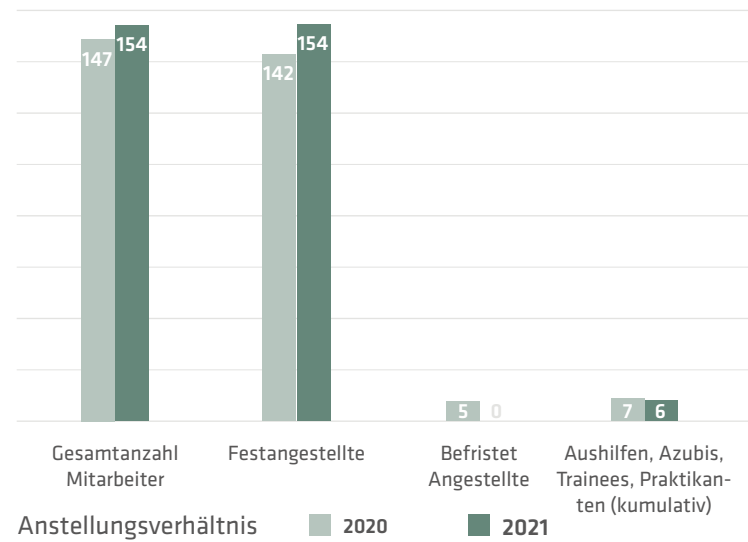
Für eine konsequente Orientierung an UN- und OECD-Standards sprachen wir uns frühzeitig für eine Nachbesserung des Regierungsentwurfs aus. Zu unseren Kernanliegen gehört, dass proaktive, risikobasierte Sorgfaltspflichten über die gesamte Wertschöpfungskette wahrgenommen werden und es stärkere Vorgaben und rechtliche Mechanismen für Abhilfe und Wiedergutmachung gegenüber Betroffenen gibt. Zudem wünschen wir uns die Aufnahme kleinerer Unternehmen in den Geltungsbereich des Gesetzes, denn Verantwortung sollte unabhängig von der Unternehmensgröße stattfinden. Herausforderungen sehen wir weiterhin in der Vergleichbarkeit und Anerkennung von Standards und Mitgliedschaften in Wirtschafts- und Multi-Stakeholder-Initiativen, die – so hieß es in der Vergangenheit – den Unternehmen einen save harbour, also eine automatische Erfüllung einzelner Anforderungen, ermöglichen sollen. Auch zur Sicherstellung einer ausreichend hohen Kontrolldichte zwecks Prüfung der Berichte und zu den dadurch entstehenden Kosten gibt es noch keine genaueren Informationen. Zudem sollte unserer Meinung nach das langfristige Ziel ein Sorgfaltspflichtengesetz auf EU-Ebene sein, um unterschiedliche Anforderungen an Unternehmen und Lieferanten zu vermeiden. Dennoch muss Deutschland mit gutem Beispiel vorangehen und es anderen Ländern, wie Frankreich, den Niederlanden und Großbritannien, die unternehmerische Sorgfaltspflichten bereits gesetzlich regeln, jetzt endlich gleichtun.

TEAM & STANDORT

Unsere Nachhaltigkeitsaktivitäten richten sich nicht ausschließlich auf unsere Wertschöpfungskette. Darüber hinaus beziehen wir den Unternehmenssitz Buchholz sowie Lagerstandort Zachow mit ein. Unser Team ist uns dabei besonders wichtig.



BRANDS Fashion beschäftigte 2021 insgesamt 154 (2020: 147) Mitarbeiter, alle waren zum Stichtag 31.12.2021 fest angestellt (2020: 142). Im gleichen Jahr wurden sechs Aushilfen, Azubis, Trainees und Praktikanten ausgebildet (2020: 7). Wir haben 22 Mitarbeiter (2020: 27) neu eingestellt, 17 haben uns verlassen (2020: 17). 2021 waren vier Teammitglieder inaktiv (2020: 7), zum Beispiel in Elternzeit oder Mutterschutz. Das Durchschnittsalter betrug im Jahr 2020 und 2021 41 Jahre.



	2020	2021
Logistik		
Frauen	45,61 %	46,49 %
Männer	54,39 %	53,51 %
Administration		
Frauen	42,98 %	43,02 %
Männer	57,02 %	56,98 %
Leitende Funktion		
Frauen	47,92 %	48,11 %
Männer	52,08 %	51,89 %

Für die Errechnung des Verhältnisses des Grundgehalts und der Vergütung von Frauen im Vergleich zu Männern, haben wir drei Angestelltenkategorien definiert: Leitende Funktion, Administration & Lager.

Insgesamt beurteilen wir das Verhältnis als relativ ausgeglichen mit einem leichten Verdienstunterschied zum Vorteil der Männer. Die ausgeprägteste Lücke gibt es bei den Angestellten in der Administration. Unsere internen Vergütungsgrundsätze sehen grundsätzlich eine geschlechterunabhängige Bezahlung vor. Unterschiede in der Bezahlung beruhen auf Verantwortungsbereich, Qualifikation, Erfahrung und Leistung.

Zum Ende des Berichtszeitraumes 2021 waren fast doppelt so viele weibliche (95; 2020: 96) wie männliche (56; 2020:49) Mitarbeiter bei uns tätig. Fünf Frauen haben 2021 bei uns in Führungspositionen gearbeitet (2020:4). Insgesamt waren acht Männer in leitender Funktion 2021 tätig (2020:10).

STEUERKONZEPT

BRANDS Fashion erkennt die Verwaltung und das Zahlen von Steuern als wesentlichen Bestandteil der Verantwortung eines jeden Unternehmens für eine funktionierende Gesellschaft an. Wir verpflichten uns zu einem verantwortungsvollen Umgang mit Steuern und allen dazu geltenden Gesetzen und Vorschriften in Bezug auf die steuerlichen Aktivitäten zu erfüllen.

ARBEITSSICHERHEIT & GESUNDHEITSSCHUTZ

Der Arbeits- und Gesundheitsschutz bei BRANDS Fashion erfolgt entsprechend den in Deutschland geltenden gesetzlichen Anforderungen. Einmal im Quartal findet gesetzlich verpflichtend die Arbeitssicherheitsausschusssitzung (ASA) statt. Dieses Gremium setzt sich aus der Geschäftsführung, einer externen Fachkraft für Arbeitssicherheit, der Betriebsärztin sowie der internen Sicherheitsbeauftragten zusammen. Im Rahmen der ASA werden aktuelle gesetzliche Bestimmungen besprochen, konkrete Fragen zum Thema Arbeitsschutz geklärt und ein Kontrollgang auf dem Betriebsgelände durchgeführt. Für alle Arbeitsbereiche im Unternehmen gibt es eine Gefährdungsbeurteilung, die kontinuierlich aktualisiert und durch die Fachkraft für Arbeitssicherheit regelmäßig kontrolliert wird.

Die Prozessbeschreibung zu Regelungen im Gesundheits- und Arbeitsschutz haben wir in Kooperation mit einer externen Fachkraft für Arbeitssicherheit erstellt. Sie legt die grundsätzlichen Aufgaben, Pflichten bzw. Regelungen im Arbeits- und Gesundheitsschutz der BRANDS Fashion GmbH fest. Alle Mitarbeiter sind verpflichtet, sich an diese Regelungen zu halten. Es gibt regelmäßig stattfindende Schulungen zu dem Thema Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz.

Durch das Arbeiten am Bildschirm befürworten wir eine regelmäßige Sehkontrolle. So kann frühzeitig eine Beeinträchtigung der Sehleistung erkannt und ärztlich beurteilt werden. Dafür bieten wir unseren Mitarbeitern in vorgegebenen Zeiträumen eine freiwillige Untersuchung durch unsere Betriebsärztin an. Die Kontaktdaten der Betriebsärztin und der Fachkraft für Arbeitssicherheit sind für alle Mitarbeiter öffentlich einsehbar.

Zur Entlastung des Rückens sind unsere Büros mit höhenverstellbaren Tischen ausgestattet. Zur Gesundheitsförderung bekommen wir zweimal wöchentlich frisches Obst in das Büro geliefert. Auch *Fairtrade*-Kaffee und -Tee sowie vegane Bio-Milchalternativen stehen allen Mitarbeitern im Büro kostenlos zur Verfügung.

2020 haben wir ein umfassendes Gesundheits- und Hygienekonzept für unsere Mitarbeiter aufgrund von Covid-19 erstellt. Das gesamte Team konnte alle Informationen einsehen.



NACHHALTIGKEITS-KOMMUNIKATION

Wir treiben umfassende Nachhaltigkeitsaktivitäten innerhalb sowie außerhalb unseres Kerngeschäfts voran. Um sämtliche Stakeholder diesbezüglich zu informieren und in den **Austausch** zu gehen, aber auch um unserem **Anspruch an Wissenstransfer** gerecht zu werden, haben wir den Bereich der Nachhaltigkeitskommunikation in den Jahren 2020 und 2021 ausgebaut. Ziel ist dabei transparente Informationsvermittlung über den Mehrwert nachhaltig produzierter Textilien sowie ein ehrlicher und motivierender Dialog, um das Bewusstsein für ökologische und soziale Themen zu stärken. Interne Mitarbeiterschulungen zu den Anforderungen und Umsetzung von Menschenrechten gehören dazu. Außerdem haben wir unseren Social Media Auftritt aufgebaut, Pressearbeit verstärkt, vermehrt an Workshops und Diskussionsrunden teilgenommen, Interviews gegeben, (Erklär-)Videos entwickelt und veröffentlicht sowie unsere Corporate Identity für eine einheitliche und unverwechselbare Darstellung, z. B. bei Templates für Kunden- und Informationsunterlagen, gestärkt. Als Basis für die Weiterentwicklung und Definition unserer Corporate Identity diente eine interne Mitarbeiterumfrage.

Innerhalb des Berichtszeitraumes gab es keine Verstöße gegen Vorschriften im Zusammenhang mit Marketing und Kommunikation.



Hier sind ein paar Highlights aus 2020 verknüpft:

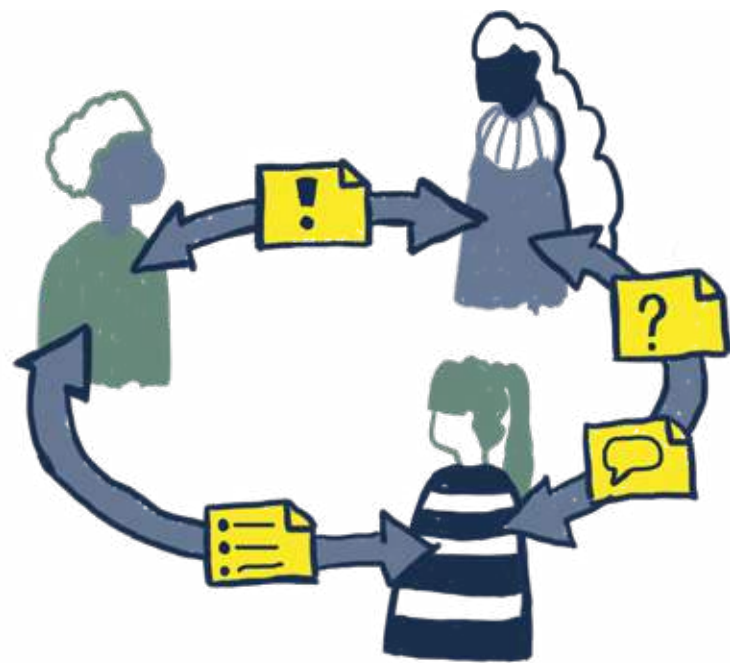
- [Erklärvideo zu unserer Cradle to Cradle®-Kollektion](#)
- [Eröffnung der Green Factory in Indien](#)
- [Besuch mit ehem. Entwicklungsminister Dr. Gerd Müller in Bangladesch](#)
- [BRANDS Fashion als Best Practice in der Cum Ratione Studie \(S. 64f\)](#)
- [Deutscher Nachhaltigkeitspreis 2021](#)

Noch systematischer und konsequenter haben wir 2021 kommuniziert. Hier die Highlights:

- [Branscholl Podcast](#) – How can the textile industry move from an assembly line economy to a circular economy?
- [“Revolution im Kopf” in der Return](#)
- [Erklärvideo über Kreislaufwirtschaft](#)
- [TRACYCLE bei “Volle Kanne”](#)
- [Video über den Fairtrade Textilstandard mit dem VfB Stuttgart und Fairtrade Deutschland sowie Pressemitteilung in der Textilwirtschaft](#)
- [Partnerschaft mit dem Deutschen Nachhaltigkeitspreis](#)
- [Rabea Schafrick über Faire Löhne in der TW 100 – Sonderausgabe der Textilwirtschaft](#)
- Unser Kunde NORMA: [Corporate Workwear aus Fairtrade-Baumwolle](#)
- [BRANDS bei AWErlärt](#)

INTERNES FEEDBACKMANAGEMENT

Unsere Mitarbeiter sehen wir bei BRANDS Fashion als eine der wichtigsten Ressourcen. Sie können maßgeblich dazu beitragen, Arbeits- und Produktqualität, Arbeitsklima und auch Unternehmensprozesse kontinuierlich zu verbessern. Außerdem steigert die mögliche Mitgestaltung die Motivation sowie Identifikation mit dem Unternehmen und stärkt die interne Kommunikation.



Aus diesem Grund haben wir Ende 2021 ein internes Feedbackmanagement-Tool implementiert, über das Mitarbeiter Ideen und Feedback einreichen können. Dabei besteht immer die Option, Nachrichten vertraulich zu übermitteln.

Noch im Berichtszeitraum bis Ende 2021 haben wir eine erste Idee umgesetzt; Maßnahmen zur Sicherheit bei Rutschgefahr auf dem Außengelände des BRANDS Büros.

Bis zum Redaktionsschluss dieses Berichtes wurden weitere Beiträge angestoßen, zum Beispiel die Umstellung unserer Standardsuchmaschine auf die ökologische Suchmaschine Ecosia. Aufgrund einiger eingereichten Ideen erarbeiten wir derzeit im Rahmen einer abteilungsübergreifenden Projektarbeit das Thema „New Work“ bei BRANDS Fashion.



MOBILITÄTSMANAGEMENT

Bereits seit 2018 stärken wir unser betriebliches, umweltbewusstes Mobilitätsmanagement.

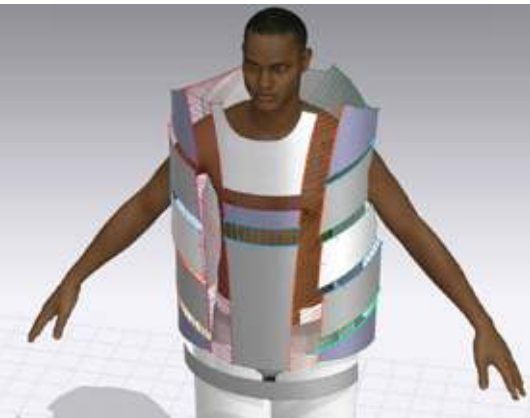
Zwangsläufig hat sich unser Reiseaufkommen aufgrund der Covid-19-Situation verringert. Wir haben schnell reagiert und innerhalb kürzester Zeit ein hybrides Arbeitsmodell für das Team aus dem Büro entwickelt und erfolgreich umgesetzt. Auch zukünftig prüfen wir, ob und wann Reisetätigkeiten notwendig sind oder alternativ virtuelle Treffen zielführend sein können. Für ein Arbeitsmodell, das „remote work“, flexible Arbeitszeiten sowie „Desksharing“ berücksichtigt, definieren wir derzeit eine Guideline. Mit Desk-

sharing ist eine Arbeitsorganisation gemeint, bei der es keinen festgelegten Arbeitsplatz gibt, sondern wir täglich unseren Platz neu auswählen. Zunächst prüfen wir, welche Maßnahmen unseren Arbeitsalltag effektiver gestalten und gleichzeitig die Bedürfnisse der Mitarbeiter einbeziehen.

Eine Berechnung der CO₂-Emissionen der Arbeitswege unserer Mitarbeiter haben wir bis zum Redaktionsschluss durchgeführt, allerdings nicht mehr innerhalb des Berichtszeitraums, weshalb wir im Folgebericht näher auf diese Analyse eingehen werden.

3D-VISUALISIERUNGEN

Seit 2021 haben wir durch Nutzung des Programms CLO die Möglichkeit Designs und Passformen in 3D darzustellen. Durch die originalgetreue Darstellung der Artikel können kunden- und lieferantenseitige Missverständnisse und daraus resultierende vielzählige Musterläufe sowie Fehlproduktionen vermieden werden. Der Einsatz des Programms bietet somit neben ökonomischen Vorteilen, durch die Einsparung von Ressourcen, auch ökologische Vorteile.



Die realistische Artikeldarstellung ermöglicht das Bekleiden sogenannter Avatare. Durch die digitalen Modelle ist es möglich, direkt zu sehen, wie ein Druck oder ein bestimmter Schnitt im angezogenen Zustand aussieht. Auf diese Weise können wir Artwork-Größen und Positionierungen im Vorfeld gezielter setzen. Wir haben somit die Möglichkeit, unseren Kunden zu zeigen, wie der Entwurf getragen aussieht - ohne ein Muster anfertigen lassen zu müssen. Auch die Qualitätsentwicklung profitiert von der Möglichkeit, dass Schnitte digital zusammengenäht und dem Avatar angezogen werden können. So können wir direkt feststellen, ob die Maße passen oder Änderungen notwendig sind. Darüber hinaus stehen Kinder-Avatare oder Avatare in Sondergrößen zur Verfügung. Diese Modelle fehlen in der Praxis oft.

Die 3D-Darstellung in Bildern und Animationen führt zur schnelleren Klärung von Missverständnissen, wodurch zusätzliche Muster vermieden werden können. Kosten-sparende und ressourcenschonende Muster-prozesse tragen einen Teil zur nachhaltigen Entwicklung von BRANDS Fashion bei.

Volumen der energiebedingten Emissionen (Scope 1 & 2)

Standort Buchholz	Emissionsquellen	2020	2021
GHG Scope 1	Fuhrpark (t CO ₂ e)	36,44	38,15
GHG Scope 1	Ökogas* (t CO ₂ e)	50,57	35,50
GHG Scope 2	Ökostrom** (t CO ₂ e)	0	0

TOTAL Scope 1 & 2	87,01	73,65
-------------------	-------	-------

Standort Zachow	Emissionsquellen	2020	2021
GHG Scope 1	Ökogas* (t CO ₂ e)	144,06	136,68
GHG Scope 2	Ökostrom** (t CO ₂ e)	0	0

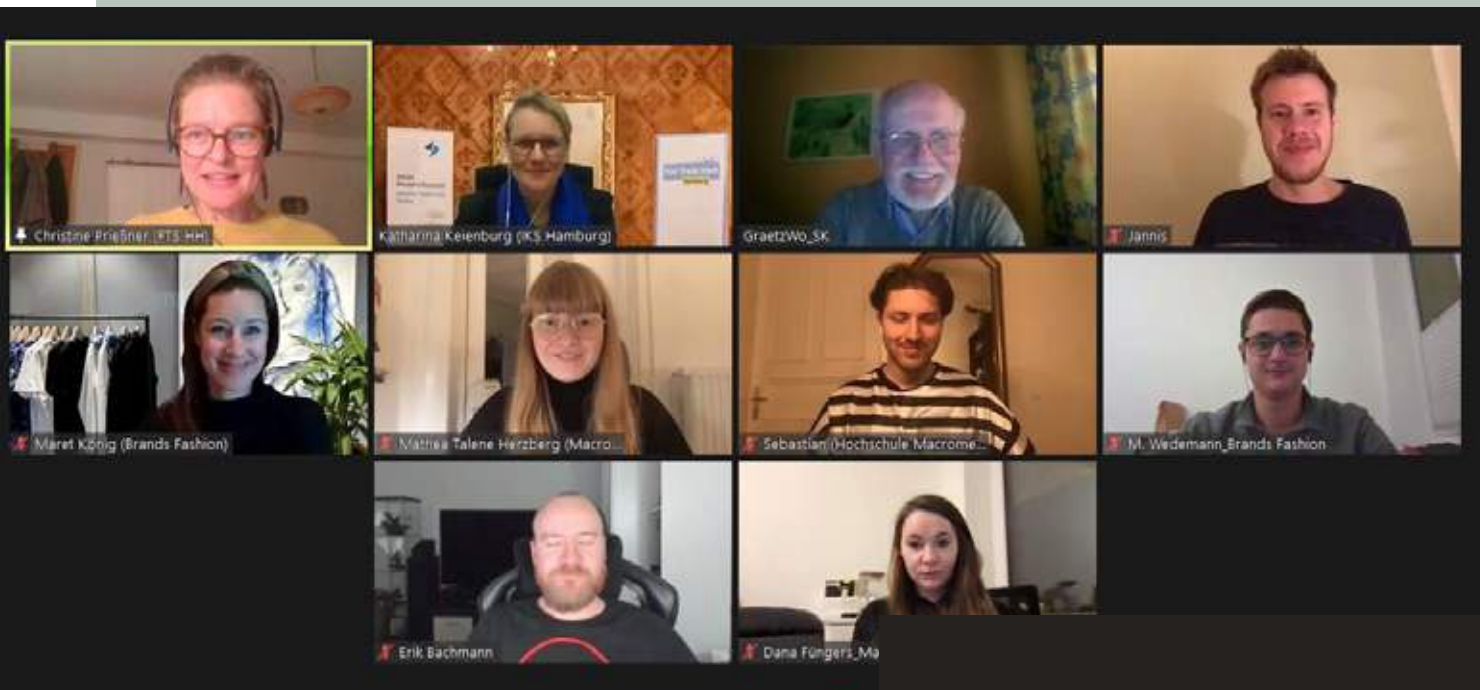
TOTAL Scope 1 & 2	144,06	136,68
-------------------	--------	--------

* klimafreundliches Ökogas von LichtBlick & Emissionen: 0,12 kg CO₂e/KWh
** Ökostrom aus Wasserkraft

RESSOURCENSCHONUNG

Wir stützen die nachhaltige Entwicklung unserer Umwelt weiterhin, indem wir die Biodiversität durch unsere Nistkästen und unser Waldbienen-hotel fördern. Diese entsprechen den NABU- und Vivara-Empfehlungen und sind durch ihre Beschaffenheit und Größe des Eingangsloch für diverse Vogelarten zugänglich. Mauersegler, Rotkehlchen, Fledermäuse und viele weitere Arten finden hier ein Zuhause. Durch die Pflege und Aufrechterhaltung möchten wir einen kleinen Beitrag zum Artenschutz und -erhalt der lokalen Flora und Fauna leisten.

Darüber hinaus beziehen wir an unseren Stand-orten in Buchholz und Zachow 100 % ökolo-gischen Strom und Gas und setzen bei unseren Druckern mit dem Blauen Engel zertifizierte Toner ein. Das Volumen der energiebedingten Emis-sionen (Scope 1 & 2) sind in den obigen Tabellen aufgeführt. Seit Beginn 2020 werden eingehende Fax-e direkt auf dem Server gespeichert und nicht mehr ausgedruckt. Außerdem haben wir eine digitale Lohnabrechnung eingeführt, um Papier einzusparen und weitere Ressourcen zu schonen. Zudem setzen wir auf Fairtrade- und Bio-zer-tifizierten Tee, Kaffee und Softgetränke. Diese Initiativen tragen zu unserem Weg hin zu einem nachhaltigen Büro bei.



FAIR TRADE WETTBEWERB

Gemeinsam für den fairen Handel: Der Fair Trade Hochschulwettbewerb

Im Rahmen des Fair Trade Hochschulwettbewerbs „Hamburg! Handelt! Fair!“ 2020 der Stadt Hamburg haben wir gemeinsam mit der Hochschule Macromedia teilgenommen. Die Projektidee des Wettbewerbs ist es, den Fairen Handel lokal zu stärken und Kooperationen zwischen Hochschulen und Unternehmen zu initiieren. Ins Leben gerufen wurde „Hamburg! Handelt! Fair!“ von der Fair Trade Stadt Hamburg und der Innovations Kontakt Stelle Hamburg.

Das Hochschulteam der Macromedia hat im Rahmen eines Seminars im Wintersemester 2020/21 für uns ein Konzept zur Verbesserung der Kommunikation fairer Waren und zur Steigerung deren Absatzes entwickelt. Konkret: ein Marketing- und Kommunikationskonzept für die Zielgruppe der Drogeriemarktketten als Bestandskunden.

Lobende Worte gab es auch von Katharina Fegebank, Schirmherrin des Wettbewerbs und Zweite Bürgermeisterin Hamburgs: „Dass der Wettbewerb jetzt bereits zum sechsten Mal stattfinden kann, freut mich sehr. Hamburg hat viele zukunftsfähige Firmen, hochengagierte Studierende und bereits eine hohe Sensibilität für nachhaltige Themen und den Fairen Handel. Dies wollen und müssen wir weiter ausbauen. Der Fair Trade Hochschulwettbewerb trägt hierzu einen entscheidenden Teil bei. Ich gratuliere den Preisträgern herzlich.“

Dafür sollte DOB und HAKA Wellness-/ Yoga-Bekleidung und dazugehörige Wäsche als Handelsware im B2B gefördert werden. Ziel war es, den Anteil an Fairtrade-Baumwolle in dieser Produktgruppe zu steigern.

Bei der Abschlussveranstaltung im Januar 2021 haben Studenten ihre kreativen und spannenden Ergebnisse präsentiert. In einem Kopf-an-Kopf-Rennen mit der Hochschule Fresenius - Kooperationspartner Edeka Niemerszei - konnten wir einen großartigen 2. Platz erzielen.

SOCIAL. GREEN. CYCLISTS.

In der Neuauflage vom „Stadtradeln – Radeln für ein gutes Klima“ sind vom 07.-27.06.2020 insgesamt 20 Radler für das BRANDS-Team ordentlich in die Pedale getreten – im Urlaub an der Ostsee, auf dem Weg zur Eisdielen oder einfach nur auf dem Weg ins Büro.

Den Befürchtungen zum Trotz, dass Covid-19 die Lust am Radeln mindert, haben wir stattliche 3505(!) km gesammelt und damit den 18. Platz (von 117) in der Kommune belegt. Auch das Stadtradeln 2021 war trotz aller Widrigkeiten ein voller Erfolg. Für unser Team „BRANDS - Social. Green. Cyclists.“ nahmen 13 aktive Radler teil und legten insgesamt 2076 km zurück. Am Ende strampelten wir uns gemeinsam auf Platz 33 im Gesamtranking. Durch die Nutzung des Fahrrads konnten wir rund 320 kg CO₂ vermeiden, die im Vergleich bei einer PKW-Nutzung entstanden wären.



GRI 304-3



CLEAN UP DAY

Im Rahmen der jährlich stattfindenden „International Coastal Clean Up Days“ haben wir 2021 bereits zum zweiten Mal (erstes Mal 2019) einen eigenen Umweltaktionstag am 17. September veranstaltet. Mit dem Team unseres Mutterkonzerns Jebesen & Jessen haben wir in Hamburg rund um die Alster, in Jesteburg auf der Seeve per Kanu und in Buchholz an unserem Hauptstandort Müll gesammelt. Ziel dabei war es, den herumliegenden Müll zu reduzieren, die Umwelt zu schützen und so zum Erhalt der Biodiversität beizutragen. Und gemeinsam hatten wir dabei auch noch wahnsinnig viel Spaß! Insgesamt sammelten wir 70 kg Müll, der von der Buchholzer Stadtreinigung entsorgt wurde.

NACHHALTIGKEITSSTUDIE IM FUSSBALL

Unsere Kunden belegen die ersten Plätze



„Wir freuen uns besonders, dass wir mit nachhaltigem Fanmerchandise unsere Fußballkunden unterstützt haben, die oberen Platzierungen in der Studie zu erzielen: die vorderen Plätze sind allesamt von unseren Kunden belegt.“

Silke Rosebrock,
Geschäftsführerin der BRANDS Fashion GmbH

2020 wurde die Nachhaltigkeitsstudie „Vereine im Ranking – So fair sind ihre Shops!“ von der Cum Ratione gGmbH veröffentlicht, 2021 eine Neuauflage.

Ziel der Erhebung war es, die Online-Fanshops und dahinterliegenden Lieferketten sowie Kommunikation aller Bundesliga- und dreier Zweitligisten zu untersuchen und zu bewerten. Cum Ratione möchte so das Bewusstsein für die Bedeutung von fairer Sportbekleidung im Fußball schärfen und Ideen für mehr Nachhaltigkeit im Bereich Fanbekleidung entwickeln.

Außerdem wird in einem doppelseitigen Artikel über BRANDS in der ersten Studie allen Vereinen mit niedrigeren Platzierungen geschildert, wie wir sie auf dem Weg zu einem faireren Fanshop unterstützen können.

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

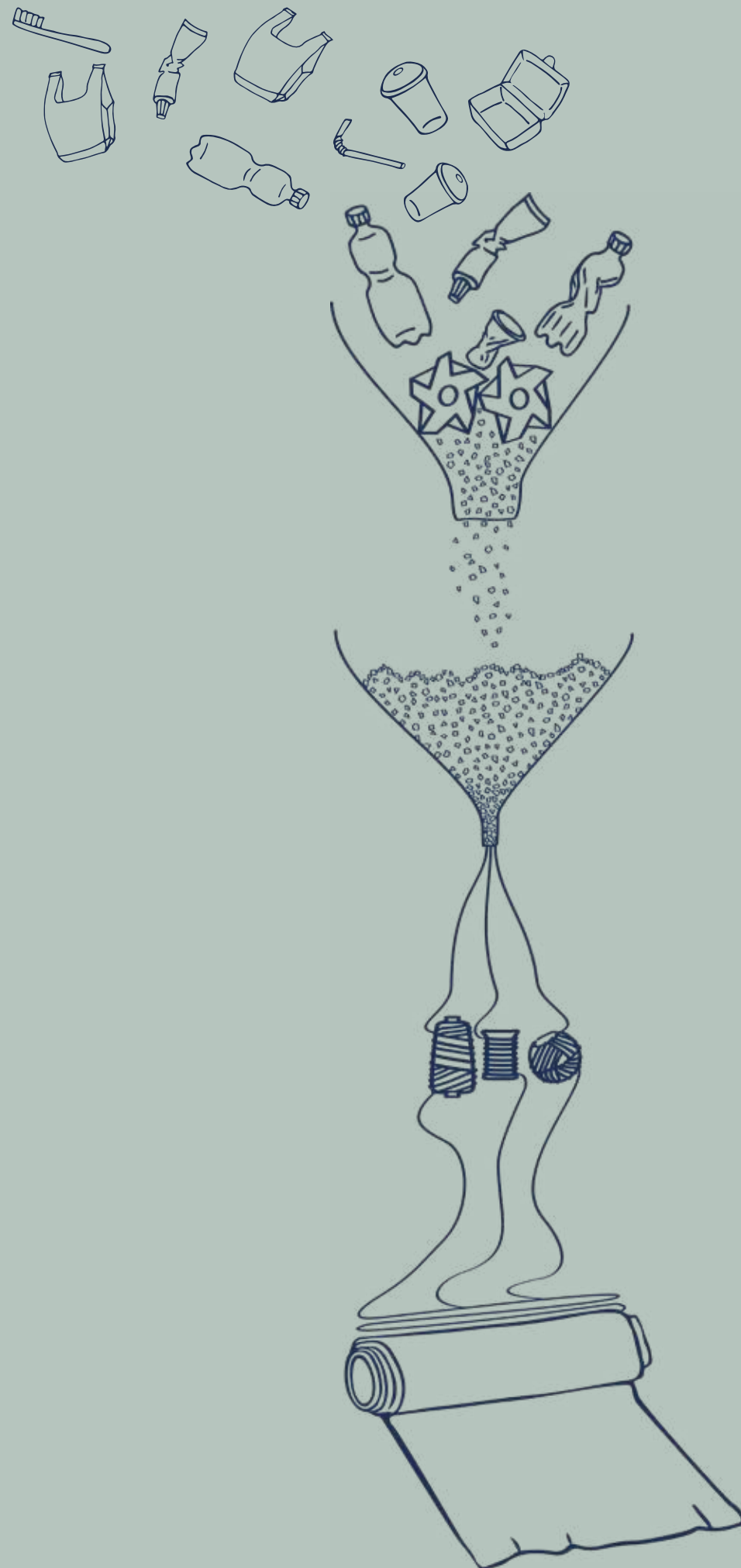
Wir streben kontinuierlich die Förderung nachhaltiger Materialalternativen sowie den Einsatz zertifizierter Fasern und Produkte an. Daher setzen wir uns zum Ziel, den Anteil biologischer Baumwolle erneut auf 70 % zu steigern und unser Portfolio an Produkten mit recyceltem Synthetik- oder Baumwollinput zu erweitern.

Kreislaufwirtschaft & Textilrecycling

Ziel ist es, Jahr für Jahr den Anteil an kreislauffähigen Textilien zu erhöhen. Dazu gehört auch die Weiterentwicklung unserer biologisch abbaubaren *Cradle to Cradle Certified™*-Kollektion auf Gold-Level. Im Rahmen unserer Projektgruppe Circularity erarbeiten wir derzeit insbesondere Rücknahme- und Recyclingkonzepte für unsere Kunden als Alternative zur thermischen Verwertung.

Cotton in conversion

Im gemeinsam mit der GIZ initiierten Projekt zur Steigerung von biologisch angebauter Baumwolle, unterstützen wir weiterhin mit einigen Kunden 450 Farmer in Gujarat, Indien. Ziel ist es, den Farmern bei der Umstellung von konventioneller auf biologische Baumwolle zu helfen. Für die Abnahme der Übergangs-Baumwolle möchten wir weitere Kunden gewin-



nen, um so auch langfristig nachhaltige Rohstoffe zu sichern sowie Perspektiven für die Bauern zu ermöglichen und zur Verbesserung von Biodiversität beizutragen.

Chemikalienmanagement

Durch die Kooperation mit BHive und den von uns verwendeten Chemikalienmanagement-Tools können wir die Überprüfung sowie Konformität der Input-Chemikalien auf die Produktebene ausweiten. Bis Ende 2022 wird dieses interne Programm in den wichtigsten Tier 2-Nassprozessfabriken, d. h. mindestens 20 % des Pools an Nassproduktionsstätten, unserer wichtigsten Produktionsländer umgesetzt.

Nachhaltige Verpackungen

Wir aktualisieren stetig unsere Verpackungsrichtlinie. Für 2022 ist eine Ergänzung um Best Practice-Beispiele und entsprechende Lieferantenempfehlungen geplant. Alle *GOTS*-Artikel werden zudem mit nachhaltigen bzw. recycelten Verpackungen ausgestattet.

Initiativen & Standards

Fairtrade Textilstandard

Wir freuen uns sehr, dass wir bereits Anfang Juni 2022 den *Fairtrade* Award in der Kategorie „Industrie“ entgegennehmen durften und damit für unser Engagement und die erste *Fairtrade* Textilstandard-zertifizierte Lieferkette ausgezeichnet wurden. Darüber werden wir im Folgebericht ausführlich Auskunft geben. Unser aktuelles Ziel ist es, die Löhne der Arbeitnehmer sukzessive zu erhöhen, um ein existenzsicherndes Lohnniveau zu erreichen. Um das umsetzen zu können, möchten wir in den kommenden Monaten und Jahren möglichst viele unserer Kunden von der Nutzung des Standards begeistern.



MISSION 4 TOMORROW

Partner & Lieferketten

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 werden wir die Methoden zur Berechnung des ökologischen Fußabdrucks ausweiten. In Kooperation mit einem Partner möchten wir bis Ende 2022 die CO₂-Emissionen aus mindestens zehn weiteren Lieferketten und Produkten erfassen und kommunizieren.

Lieferantenbewertungssystem

Die Ergebnisse unseres implementierten Lieferantenbewertungssystem werden wir weiterhin dazu nutzen, unsere Lieferantenbeziehungen weiter zu verbessern und unseren Lieferantenpool zu reduzieren. Ziel dabei ist, die nach unseren KPIs gut bewerteten Lieferanten mit mehr Aufträgen zu belohnen und die Performance der weniger guten zu verbessern oder die Geschäftsbeziehung zu redundanten Lieferanten zu beenden. Den Lieferantenpool konnten wir bereits deutlich verschlanken. Diese Konzentration birgt für uns die Chance auf eine intensiviertere Partnerschaft mit Bestandslieferanten sowie eine stärkere Verhandlungsposition von BRANDS Fashion.

Lieferkettenmanagement: TRACYCLE

Wir möchten das Backend unseres digitales Tool TRACYCLE weiterentwickeln, um dieses intern noch besser für ein abteilungsübergreifendes Lieferkettenmanagement nutzen zu können. Auf Basis eines detaillierten Anforderungskataloges soll im Jahr 2022 die technische Umsetzung erfolgen.

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 erfüllen wird. Eine strategische und kontinuierliche Kommunikation nach außen stärken wir weiterhin. 2022 werden wir unsere Website komplett überarbeiten. Ziel dabei ist, dass Kunden und weitere Stakeholder sich optimal und übersichtlich über unser Angebot – auch im Bereich nachhaltige Lösungen – informieren können und wir die persönliche Austauschmöglichkeit individueller Anfragen verbessern.

Mitarbeitermobilität

Eine Mitarbeiterumfrage hinsichtlich der Arbeitswege erfolgte bereits Anfang 2022 außerhalb des Berichtszeitraumes. Wir werten diese im Laufe des Jahres aus und entwickeln basierend darauf verschiedene Maßnahmen zur Förderung von Mitarbeitermobilität, wie beispielsweise die Erstellung von Informationsmaterial mit gezielten Angeboten, um Mobilitätsemissionen weiter verringern zu können.

„Das Bewusstsein für nachhaltiges Handeln zu schärfen ist eines unserer wichtigsten Ziele. Wir freuen uns darauf, gemeinsam mit unseren Partnern neue, innovative Projekte voranzutreiben und insbesondere den Weg von einer linearen zu einer zirkulären Textilwirtschaft zu ebnen.“

Silke Rosebrock, Geschäftsführerin der BRANDS Fashion GmbH

GRI INDEX

Allgemeine Angaben		
Indikator	Titel	Seite
102-1	Name der Organisation	8
102-2	Aktivitäten, Marken, Produkte & Dienstleistungen	8
102-3	Ort des Hauptsitzes	8
102-4	Betriebsstätten	8
102-5	Eigentum und Rechtsform	8
102-6	Bediente Märkte	8
102-7	Größenordnung der Organisation	8
102-8	Informationen über Angestellte und andere Mitarbeiter	70
102-9	Lieferkette	8, 54
102-10	Signifikante Änderungen in der Organisation und ihrer Lieferkette	54
102-11	Vorsorgeprinzip oder Vorsichtsmaßnahmen	52
102-12	Externe Initiativen	18, 20, 22, 28, 34, 36, 38, 40, 44, 56, 58, 60, 68, 80
102-13	Mitgliedschaft in Verbänden	36
102-14	Aussagen der Führungskräfte	6, 10, 74
102-15	Wichtige Auswirkungen, Risiken und Chancen	14, 24, 26, 40, 52
102-16	Werte, Richtlinien, Standards & Verhaltensnormen	6, 8, 10, 44, 52, 68
102-18	Führungsstruktur	8, 10
102-21	Dialog mit Stakeholdern zu ökonomischen, ökologischen und sozialen Themen	74
102-40	Liste der Stakeholder-Gruppen	12
102-42	Ermittlung und Auswahl der Stakeholder	12
102-43	Ansatz für die Einbindung von Stakeholdern	12, 26, 39, 50, 58, 68, 74, 76, 80, 82
102-44	Wichtige Themen und hervorgebrachte Anliegen	5, 6
102-46	Vorgehen zur Bestimmung des Berichtsinhalts und der Abgrenzung der Themen	5
102-47	Liste der wesentlichen Themen	6
102-49	Änderungen bei der Berichterstattung	5
102-50	Berichtszeitraum	5

Allgemeine Angaben		
Indikator	Titel	Seite
102-51	Datum des letzten Berichts	5
102-52	Berichtszyklus	5
102-53	Ansprechpartner bei Fragen zum Bericht	90
102-55	GRI-Inhaltsindex	88
103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	6, 8, 10
103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	6, 8, 10
103-3	Beurteilung des Managementansatzes	6, 8, 10
Ökonomische Angaben		
Indikator	Titel	Seite
203-1	Infrastrukturinvestitionen und geförderte Dienstleistungen	22, 24, 40, 44, 56
203-2	Erhebliche indirekte ökonomische Auswirkungen	22, 24, 40, 44, 56
205-1	Betriebsstätten, die auf Korruptionsrisiken geprüft werden	36, 40, 44
205-2	Kommunikation und Schulungen zu Richtlinien und Verfahren zur Korruptionsbekämpfung	36, 40, 44
205-3	Bestätigte Korruptionsvorfälle und ergriffene Maßnahmen	36, 40, 44
207-1	Steuerkonzept	72

GRI INDEX

Ökologische Angaben		
Indikator	Titel	Seite
301-1	Eingesetzte Materialien nach Gewicht oder Volumen	18, 20
301-2	Eingesetzte recycelte Ausgangsstoffe	18, 20
301-3	Wiederverwertete Produkte und ihre Verpackungsmaterialien	18, 20
302-1	Energieverbrauch innerhalb der Organisation	79
302-4	Verringerung des Energieverbrauchs	18, 20, 24, 26, 32, 40, 56, 63, 77, 79
303-1	Wasser als gemeinsam genutzte Ressource	18, 20, 24, 34, 40, 56, 63
303-2	Umgang mit den Auswirkungen der Wasserrückführung	18, 20, 24, 34, 40, 56, 63
304-2	Erhebliche Auswirkungen von Aktivitäten, Produkten und Dienstleistungen auf die Biodiversität	14, 24, 34, 40, 52
304-3	Geschützte oder renaturierte Lebensräume	24, 40, 56, 79, 81
305-1	Direkte THG-Emissionen (Scope 1)	32, 63, 79
305-2	Indirekte energiebedingte THG-Emissionen (Scope 2)	63, 79
308-1	Neue Lieferanten, die anhand von Umweltkriterien überprüft wurden	24, 34
308-2	Negative Umweltauswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Maßnahmen	24, 34

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

Soziale Angaben		
Indikator	Titel	Seite
401-1	Neue Angestellte und Angestelltenfluktuation	70
401-3	Elternzeit	70
403-1	Management für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	72
403-2	Gefahrenidentifizierung, Risikobewertung und Untersuchung von Vorfällen	72
403-3	Arbeitsmedizinische Dienste	72
403-4	Mitarbeiterbeteiligung, Konsultation und Kommunikation zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	72
403-5	Mitarbeiterschulungen zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	72
403-6	Förderung der Gesundheit der Mitarbeiter	72
403-7	Vermeidung und Abmilderung von direkt mit Geschäftsbeziehungen verbundene Auswirkungen auf die Arbeitssicherheit und den Gesundheitsschutz	18, 20, 22, 24, 28, 34, 36, 38, 40, 44, 56, 60, 62, 64, 66, 68, 72
405-2	Verhältnis Grundgehalts und der Vergütung von Frauen zum Grundgehalt und zur Vergütung von Männern	70
406-1	Diskriminierungsvorfälle und ergriffene Abhilfemaßnahmen	76
407-1	Geschäftsstandorte und Lieferanten, bei denen das Recht auf Vereinigungsfreiheit und Tarifverhandlungen bedroht sein könnnte	36, 52
408-1	Betriebsstätten und Lieferanten mit einem erheblichen Risiko für Vorfälle von Kinderarbeit	18, 20, 24, 36, 38, 40, 44, 52
409-1	Betriebsstätten und Lieferanten mit einem erheblichen Risiko für Vorfälle von Zwangs- oder Pflichtarbeit	18, 20, 24, 36, 38, 40, 44, 52
412-2	Schulungen für Angestellte zu Menschenrechtspolitik und -verfahren	74
412-3	Erhebliche Investitionsvereinbarungen und -verträge, die Menschenrechtsklauseln entahlten oder auf Menschenrechtsaspekte geprüft werden	40, 44
414-1	Neue Lieferanten, die anhand von sozialen Kriterien überprüft wurden	36
414-2	Negative soziale Auswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Maßnahmen	36
416-1	Beurteilung der Auswirkungen verschiedener Produkt- und Dienstleistungskategorien auf die Gesundheit und Sicherheit	14, 16, 18, 20, 24, 28, 34, 36, 40, 62
416-2	Verstöße im Zusammenhang mit den Auswirkungen von Produkten und Dienstleistungen auf die Gesundheit und Sicherheit	14, 16, 18, 20, 24, 28, 34, 36, 40, 62
417-3	Verstöße im Zusammenhang mit Marketing und Kommunikation	74

Danke für's Lesen!

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