



# NACH HALTIG KEITS BERICHT 2018/2019

**BRANDS**   
SOCIAL. GREEN. FASHION.

**Brands Fashion GmbH**

Müllerstraße 11

21244 Buchholz i.d.N.



Titelseite: Arbeiter\*innen von SAGS Apparels, Tiruppur Indien

## Liebe Leserinnen und Leser,

Nachhaltigkeit unterliegt keinem Trend – vielmehr ist nachhaltiges Agieren eine Einstellung, die sowohl das unternehmerische als auch das private Leben betrifft. Veränderung beginnt bei einem selbst! Aus diesem Grund haben wir uns als Brands Fashion bereits im Jahr 2012 dazu entschlossen, nachhaltiges Handeln als integralen Bestandteil in unserer Firmenphilosophie zu verankern. So fördern wir den Wandel der Textilbranche in eine sozialere, faire und ressourcensparende Industrie.

Acht Jahre später freuen wir uns, dass wir viele unserer Kund\*innen von diesem zukunftsorientierten Weg überzeugen konnten und sind täglich in allen Aufgabenbereichen engagiert, für sämtliche Partner\*innen in der globalen Wertschöpfungskette den wirtschaftlichen und den nachhaltigen Aspekt zu verbinden.

Dafür ist in erster Linie die Wahl unserer Produktionspartner\*innen entscheidend. In unserem Fall bedeutet dies, in den asiatischen Beschaffungsländern nach geeigneten Produzent\*innen zu suchen, diese zu fördern und zu fordern, um gemeinsam abgesteckte Ziele erreichen zu können. Elementar wichtig ist es, nicht nur in den Nähbetrieben, sondern transparent innerhalb der gesamten textilen Wertschöpfungskette nach Verbesserungs-

potenzial zu suchen. Das Wissen um die vorhandenen Stärken und Schwächen seiner Partner\*innen und der gemeinsame Wille, Herausforderungen zu begegnen, sind ausschlaggebend für einen nachhaltigen Erfolg (know your supplier!).

Eine transparente Lieferkette und gemeinsames Engagement für soziale und ökologische Verbesserungen sind Grundvoraussetzung für eine nachhaltigere Textilwirtschaft.

Die Komplexität der Textilproduktion aufgrund ihrer vielschichtigen, sich meist über Ländergrenzen erstreckende Lieferketten, ist bekannt, darf aber nicht als Grund gelten, Veränderungen zu verweigern und den jetzigen Status Quo zu erhalten. Wer Verbesserungen will, muss neue Wege gehen, auch wenn diese aufwendig sind und Erfolge nicht immer sofort sichtbar.

In unserem Nachhaltigkeitsbericht dokumentieren wir die Fortschritte unserer Projekte aus dem Zeitraum 2018/2019. Jedes einzelne Projekt verdeutlicht unser Streben nach Verbesserung, auch wenn nicht alles immer sofort funktioniert. Das Lernen aus den einzelnen Projekten ermutigt und befähigt uns, noch engagierter und überzeugter voranzuschreiten.

Hervorheben möchten wir hier die Initialisierung unseres Cradle to Cradle®-Projektes, welches uns die Produktion kreislauffähiger Textilien

ermöglicht. Ergänzend dazu widmen wir uns einem Recycling-Konzept, das die Rücknahme und Weiterverwertung getragener Textilien umfasst. Die Kreislaufwirtschaft steht bei uns also ganz oben auf der Nachhaltigkeits-To-Do-Liste!

Unser Motiv ist und bleibt es, qualitativ anspruchsvolle und modische Textilien unter höchsten sozialen und ökologischen Standards vornehmlich in Fernost für unsere Kund\*innen in Europa und den USA zu produzieren.

Bleiben Sie uns gewogen und lassen Sie uns diesen Weg gemeinsam weiter beschreiten!

Enjoy the reading!

Silke Rosebrock & Mathias Diestelmann  
(Geschäftsführung Brands Fashion)



## Unternehmensprofil und -struktur der Brands Fashion GmbH

Brands Fashion ist Marktführer für nachhaltige Arbeitskleidung in Europa. Wir entwickeln seit 2002 für namenhafte Unternehmen in Europa und den USA eine Vielzahl von Produkten in den Bereichen Workwear, Corporate Fashion, Private Label-Kollektionen und Merchandise-Artikel; von Hemden und Blusen, Jersey- und Softshell-Artikeln für Frauen, Männer und Kinder, über Textilien für Babys, Taschen, Strumpfwaren bis hin zu Gastronomietextilien und seit 2019 darüber hinaus nicht textile Promotion-Artikel. Zu unseren Kund\*innen gehören große Drogerie- und Lebensmittelmarkketten, Sport- und Umweltschutzvereine sowie Mineralöl- und Tankstellenkonzerne. Das europäische Headquarter ist in Buchholz in der Nordheide in der Nähe von Hamburg; das Headquarter der Vereinigten Staaten befindet sich in Charlotte, North Carolina.

Strategischer Partner und Mehrheitsgesellschafter der Brands Fashion GmbH ist die Jebesen & Jessen Textil KG unter der Leitung von Michael Schwaegerl. Mitbegründer und Minderheitsgesellschafter Dr. Ulrich Hofmann war bis zum Ende des Berichtszeitraumes ebenso in der Funktion als Chief Executive Officer (CEO) für die Bereiche Design, Produktentwicklung, Nachhaltigkeit und Finanzen verantwortlich. Silke Rosebrock ist als Teil der Geschäftsführung zuständig für die Bereiche Sales und Customer

Management, während Mathias Diestelmann die Beschaffung, Logistik, Qualitätssicherung und IT verantwortet. Seit Beginn des Jahres 2020 ist Mathias Diestelmann neuer CEO der Brands Fashion GmbH und übernahm damit auch die Zuständigkeiten von Ulrich Hofmann. Dieser wechselte als Vorsitzender in den Beirat. Geschäftsführer unserer Niederlassung in den Vereinigten Staaten Brands Fashion US Ltd. ist seit der Gründung 2017 Hendrik Lohkemper.

Brands Fashion ist außerdem mehrheitlich an der Clothing Network GmbH beteiligt. Das Textilunternehmen ist spezialisiert auf die Produktentwicklung hochwertiger Sport- und Funktionskleidung mit dem Sitz in Grabenstätt am Chiemsee. Im Jahr 2019 gründete Brands Fashion gemeinsam mit der dänischen Firma Scan-Thor die GoJungo GmbH, dessen Kerngeschäft multiple Service-Dienstleistungen im E-Commerce umfasst.

Wir unterhalten in Deutschland zusätzliche Lagerkapazitäten in Zachow bei Schwerin und arbeiten in Europa mit Produktionspartnern in der Türkei, Polen und Portugal zusammen. Der eigene Standort in Buchholz bei Hamburg ist seit 2009 TÜV ISO 9001, seit 2014 *Global Organic Textile Standard (GOTS)*-, seit 2016 *Forest Stewardship Council® (FSC®)*- und seit 2018 nach dem *Global Recycled Standard (GRS)* sowie dem *Organic Content Standard (OCS)* zertifiziert (CU830374). Im September 2019 haben wir erfolgreich die Unternehmensprüfung zum *Grüner Knopf* durch den TÜV Nord abgelegt.

In Fernost verbindet Brands Fashion langjährige Geschäftsbeziehungen und zuverlässige Partnerschaften mit Produzent\*innen in Bangladesch, Indien, Indonesien, Pakistan und China. Für die Qualitätssicherung sorgen fünf



Organigramm von Brands Fashion

Mitarbeiterinnen am Standort Buchholz, die intensiv mit Prüfinstituten in Deutschland und den Ursprungsländern zusammenarbeiten, darunter Hohenstein, Bureau Veritas, SGS und Hanse Control. Die Schwesterfirma Triton Textile Ltd. mit Hauptsitz in Hong Kong gewährleistet eine nachhaltige Beschaffung, Qualitätssicherung und Compliance im asiatischen Markt.

## Unternehmenshistorie

Brands Fashion hat seine Wurzeln in der Textilproduktion. Der Hamburger Kaufmann Henning Brandt und der Textilspezialist Kersten Kruse gründen **1996** die Textilstickerei und -druckerei Brands Polska sp. z o.o. in Somonino bei Danzig in Polen, um für den deutschen und polnischen Markt zu produzieren. Der

Produktionsbetrieb wird laufend um verschiedene Veredelungstechniken erweitert und baut zudem eine kleine Textilkonfektion auf. Heute wird Brands Polska mit rund 80 Mitarbeiter\*innen von Kersten Kruse geführt.

**1997** kann Brands Fashion den ersten Workwear-Kunden gewinnen, im Jahr **2000** den ersten Full Service Merchandise-Kunden.

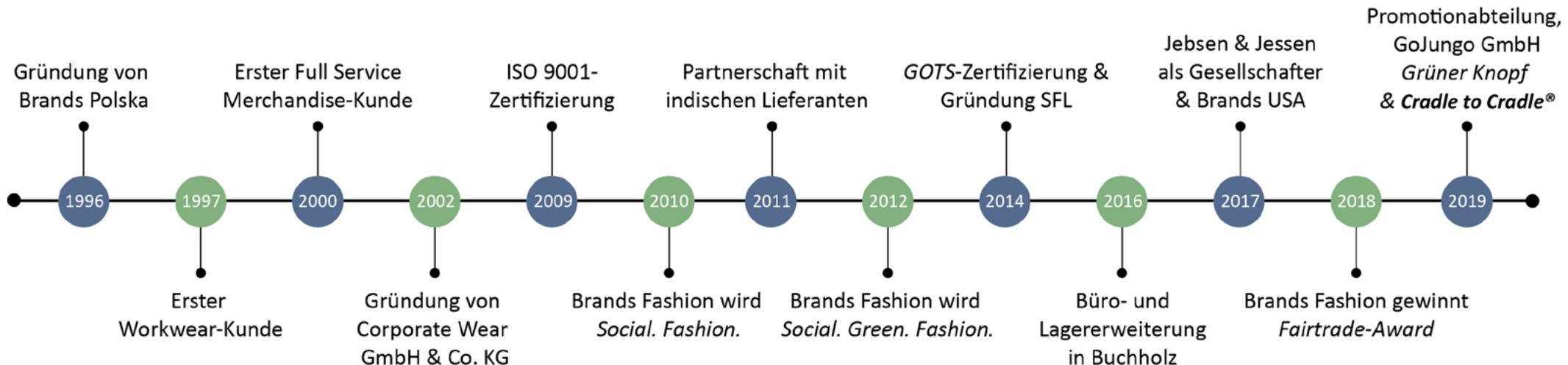
Henning Brandt lernt **2002** den Textilkaufmann Dr. Ulrich Hofmann kennen. Gemeinsam mit Kersten Kruse gründen sie die Brands Corporate Wear GmbH & Co. KG (heute Brands Fashion GmbH) als Textilhandels- und Dienstleistungsunternehmen.

Brands Fashion entwickelt sich immer

stärker auch zu einem Dienstleistungs- und Logistikunternehmen und **2009** erfolgt die ISO 9001-Zertifizierung.

Bereits **2010** tritt Brands Fashion in einer frühen Phase der europäischen *Business Social Compliance Initiative* (BSCI, heute *amfori BSCI*) bei. Die BSCI bietet Unternehmen einen Verhaltenskodex an, der sie in ihren Bemühungen, eine ethische Lieferkette aufzubauen, unterstützt.

In Südkindien lernen **2011** Henning Brandt und Dr. Ulrich Hofmann den Textilunternehmer Ganesh Anantharaman kennen und beschließen, gemeinsam eine *grüne Lieferkette* für T-Shirts, Poloshirts und Sweatshirts aufzubauen. Es werden zahlreiche Vorlieferanten besucht und ausgewählt



sowie Vereinbarungen mit verschiedenen Baumwollkooperationen geschlossen, die sich auf den Anbau biologischer Baumwolle fokussieren. Heute sind diese Lieferketten transparent und können mit dem von Brands Fashion entwickelten Tool *Trace My Shirt* nachvollzogen werden.

Die Nachhaltigkeitsabteilung wird **2012** unter der Leitung von Frau Kerstin Hofmann gegründet. Heute sind vier Mitarbeiterinnen in dieser Abteilung beschäftigt.

Brands Fashion in Deutschland und Brands Polska sind **2014** unter den ersten europäischen Textilunternehmen, die die *GOTS*-Zertifizierung erhalten.

Außerdem wird **2014** das Modelabel *SHIRTS FOR LIFE (SFL)* gegründet. Die Idee besteht darin, mit 1 € beim Kauf jedes SFL-Produktes ein Bildungsprojekt in Asien zu unterstützen. Die Kollektion ist heute überwiegend *Fairtrade*-, *Grüner Knopf* und *GOTS*-zertifiziert. Darüber hinaus können seit 2020 auf Kundenwunsch Teile der Kollektion kreislauffähig produziert werden (*Cradle to Cradle Certified™ Gold*).

Brands Fashion verdoppelt **2016** die Bürofläche auf rund 2.000 Quadratmeter und baut eine

dritte Lagerhalle mit rund 2.000 Quadratmeter Fläche in Buchholz. In der neuen Lagerhalle wird ein mehrgeschossiges, halbautomatisches *pick & pack*-Lager für über 25.000 Artikelpositionen in Betrieb genommen.

In dem Jahr **2017** wird die Jebesen & Jessen-Gruppe Mehrheitsgesellschafter von Brands Fashion und die Niederlassung in den USA wird eröffnet.

Brands Fashion wird **2018** in der Kategorie *Hersteller* zweiter Sieger bei dem *Fairtrade-Award*. Brands Fashion ist der weltweit größte Hersteller von *Fairtrade*-zertifizierter Workwear.

Ein Jahr später wird die neue Abteilung Promotion eingerichtet und das Portfolio wird nun um *Social.Green.Promotion*. ergänzt. Ebenso wird die neue Tochterfirma GoJungo GmbH in diesem Jahr gegründet. Als nachhaltiges Jahreshighlight legt Brands Fashion **2019** als allererstes Unternehmen erfolgreich die Unternehmensprüfung zum ersten staatlichen Textilsiegel der deutschen Bundesregierung *Grüner Knopf* ab. Daneben beginnt Brands Fashion mit der Entwicklung der eigenen *Cradle to Cradle Certified™*-Kollektion.

## Nachhaltigkeit als integraler Bestandteil

Brands Fashion bietet Fullservice: vom kreativen Design und einer marktorientierten Produktentwicklung bis hin zu weltweiten Logistik- und Webshop-Lösungen. In allen Bereichen stehen stets die individuellen Anforderungen unserer Kund\*innen im Mittelpunkt. Dabei ist es unser Anspruch, durchgängig nachhaltige Lieferketten zu gestalten.

Die Textil- und Bekleidungsindustrie ist in Deutschland eine der wichtigsten Konsumgüterbranchen und Nachhaltigkeit ist insbesondere in dieser Branche ein relevantes und immer weiter an Bedeutung zunehmendes, intensiv diskutiertes Thema. Das liegt zum einen an den Herausforderungen einer für die Branche üblich ausgeprägt globalisierten Lieferkette, zum anderen an dem extrem ressourcenintensiven Rohstoffanbau und weiteren Produktionsprozessen. Traurige Unglücke, wie der Einsturz des Rana Plaza Gebäudes in Bangladesch 2013, führten neben unabhängigen auch verstärkt zu politischen Initiativen, wie dem Bündnis für nachhaltige Textilien der deutschen Bundesregierung. Zusätzlich fordert Initiator Entwicklungsminister Dr. Gerd Müller sogar verbindliche Regelungen zur Einhaltung von

sozialen und ökologischen Mindestanforderungen für Unternehmen im Rahmen eines Lieferkettengesetzes. Die Bedeutsamkeit sozialer Mindeststandards und verantwortungsbewusstes Handeln entlang der gesamten Wertschöpfungskette ist auch insbesondere in der schwierigen Zeit der im Jahr 2020 aufkommenden weltweiten COVID-19-Pandemie deutlich geworden. Viele westliche Textilunternehmen stornierten ihre Aufträge, worunter schlussendlich

die Arbeiter\*innen aufgrund fehlender Lohnfortzahlungen oder Kurzarbeitergeld leiden (Statement der Geschäftsleitung Brands Fashion).

Die Herausforderungen, denen wir mit dem Ziel, die Gestaltung einer nachhaltigeren Lieferkette zu fördern, begegnen, sind folglich umfassend, komplex und divers. Aus diesem Grund setzen wir auch auf eine ebenso allumfassende Nachhaltigkeitsstrategie.

Das Nachhaltigkeitsteam behandelt schwerpunktmäßig Themen wie Ökologie, insbesondere Chemikalienmanagement sowie Kreislaufwirtschaft, Sozialstandards, zertifizierte Lieferketten, nachhaltige Produktentwicklung und Nachhaltigkeitskommunikation unter der Leitung von Frau Rabea Schafrick. 2012 gegründet und bis Dezember 2019 geführt wurde die Abteilung von Frau Kerstin Hofmann.



Das Nachhaltigkeitsteam (v.l.n.r.): Annekatriin Mohr (Zertifizierte Lieferketten), Maret König (Nachhaltigkeitskommunikation), Kalina Magdzinska (Ökologie), Rabea Schafrick (Sozialstandards), nicht im Bild und derzeit in Elternzeit Anna Johannsen (Nachhaltige Produktentwicklung)

**Wir streben einen ganzheitlichen Kreislaufgedanken an: vom Einsatz nachhaltiger Materialien über die Einhaltung von Ökologie- und Sozialstandards in unseren Lieferketten bis hin zu ressourcenschonenden Verpackungen und Konzepten für Textilrecycling. Auch am eigenen Standort setzen wir Maßnahmen um, die zum Umweltschutz beitragen und das Bewusstsein für verantwortungsbewusstes Handeln stärken. Gemeinsam mit unseren Lieferant\*innen und Kund\*innen möchten wir diesen Weg weiterhin gehen, um zu zeigen, dass eine nachhaltige Textilindustrie möglich ist.**

Das gesamte Nachhaltigkeitsteam berichtet direkt an die Geschäftsführung von Brands Fashion und zahlreiche Kund\*innen und Lieferant\*innen konnten bereits von Silke Rosebrock und Mathias Diestelmann vom Einsatz *Fairtrade*- oder *GOTS*-zertifizierter Baumwolle sowie weiteren nachhaltigen Faseralternativen und innovativen Textildesignkonzepten für ihre Arbeits- oder Merchandise-Bekleidung überzeugt werden. Unterstützt werden sie dabei vom Vertriebsteam, das u. a. über die Notwendigkeit der Förderung von Kreislaufwirtschaft im Hinblick auf schwindende Ressourcen und zunehmende Umweltbelastung in der Textilindustrie aufklärt und zum Umdenken motiviert.

Den Grundstein für die stark nachhaltige Ausrichtung der Geschäftstätigkeit von Brands Fashion hat Mitbegründer Ulrich Hofmann gelegt. Er sieht darin nicht nur einen zukunftsfähigen Markt, sondern hat sie als Herzensangelegenheit – insbesondere durch unsere Eigenmarke SFL – vorangetrieben.

Die Aktivitäten der Nachhaltigkeitsabteilung orientieren sich entlang der Wertschöpfungskette des Unternehmens und greifen mit den Prozessen der entsprechenden Abteilungen ineinander. Bereits am Anfang der Produktentwicklung



Bio-Baumwolle einer unserer Kooperativen in Gujarat, Indien

gibt die Nachhaltigkeitsabteilung Input zu nachhaltigen Materialien, Produktionsverfahren und potenziellen Lieferant\*innen.

Im Rahmen des Sourcings neuer Lieferant\*innen werden diese auf die Einhaltung der Unternehmensstandards hin überprüft und eine entsprechende Einschätzung an die Einkaufsabteilung gegeben. Ein großer Teil

der Arbeit liegt in der Unterstützung und Qualifizierung von Lieferant\*innen im Hinblick auf Zertifizierungen und Verbesserungsmaßnahmen.

Auf Artekelebene wird jedes zertifizierte Produkt auf dessen ausgewiesene Nachhaltigkeitskriterien von der Nachhaltigkeitsabteilung im Warenwirtschaftssystem geprüft. Erst nach der Kontrolle, ob die\*der entsprechende Lieferant\*in für das Produkt zertifiziert ist sowie einer lückenlos abgebildeten Lieferkette, wird der Artikel freigegeben und kann mit den jeweiligen Nachhaltigkeitskriterien bestellt werden.

Das eindeutige Engagement der Geschäftsführung hinsichtlich Nachhaltigkeitsbestrebungen sorgt für ein starkes Bewusstsein des Themas in den verschiedenen Abteilungen. Das Nachhaltigkeitsteam greift Themen auf und liefert die notwendige Unterstützung.

Darüber hinaus berichten wir regelmäßig bei Podiumsdiskussionen mit dem Textilbündnis, in Vorlesungen an Universitäten oder an Projekttagen mit Schüler\*innen über unsere Bemühungen und Erfahrungen, mit dem Ziel der Aufklärung und Motivation.

## Gliederung des Berichtes

Wie in den vorangegangenen Berichten gehen wir innerhalb der vier von uns identifizierten Handlungsfelder – Materialien, Initiativen, Lieferketten und Unternehmensstandort – ausführlich auf unsere Nachhaltigkeitsbemühungen und -engagements ein. Abschließend geben wir einen Ausblick auf zukünftig geplante Aktivitäten im Jahr 2020 unter unserer Mission 4 Tomorrow. Da der sogenannte „Label-Dschungel“ oftmals überfordernd ist, geben wir innerhalb dieses Berichts eine übersichtliche Zusammenfassung aller von uns eingesetzten Nachhaltigkeitssiegel und Zertifikate im Handlungsfeld Materialien.

<b>Materialien</b>	<b>12</b>	<b>Lieferketten</b>	<b>52</b>
• <u>Umsatzentwicklung &amp; Faserauswertung</u>	<u>13</u>	• <u>Textile Wertschöpfung</u>	<u>53</u>
• <u>Fairtrade-Award</u>	<u>19</u>	• <u>Trace My Shirt</u>	<u>55</u>
• <u>Recyceltes Polyester</u>	<u>20</u>	• <u>Beschaffungsmärkte</u>	<u>56</u>
• <u>Übersicht Siegel &amp; Standards</u>	<u>22</u>	• <u>Green Factory &amp; Interview</u> <u>Ganesh Anantharaman</u>	<u>58</u>
• <u>Kostenkalkulation eines nachhaltigen</u> <u>T-Shirts</u>	<u>26</u>	• <u>Allgemeine Einkaufsbedingungen</u>	<u>60</u>
• <u>Cradle to Cradle Certified™ Gold-</u> <u>Kollektion</u>	<u>27</u>	• <u>Risikoanalyse</u>	<u>60</u>
• <u>Textilrecycling</u>	<u>28</u>	• <u>Lieferantenbewertungssystem/</u> <u>Supplier Ranking System</u>	<u>62</u>
• <u>Nachhaltiges Verpackungskonzept</u>	<u>29</u>	• <u>Effektive Beschwerdemechanismen</u>	<u>62</u>
<b>Initiativen</b>	<b>30</b>	<b>Unternehmensstandort</b>	<b>64</b>
• <u>Ergebnisse der amfori BSCI-Sozialaudits</u>	<u>31</u>	• <u>Kennzahlen</u>	<u>66</u>
• <u>Sozial-Trainings</u>	<u>32</u>	• <u>Promotion-Abteilung</u>	<u>67</u>
• <u>BEPI &amp; DETOX Workshops</u>	<u>33</u>	• <u>Neue Tochterfirma GoJungo</u>	<u>68</u>
• <u>Fairtrade-Textilstandard</u>	<u>34</u>	• <u>Aufbau Mobilitätsmanagement</u>	<u>69</u>
• <u>Lieferkettengesetz</u>	<u>37</u>	• <u>CO<sub>2</sub>-Emissionsausgleich</u>	<u>70</u>
• <u>Grüner Knopf</u>	<u>38</u>	• <u>Biodiversität &amp; Büro und Umwelt</u>	<u>71</u>
• <u>Bündnis für nachhaltige Textilien</u>	<u>40</u>	• <u>WORKWEAR-Webshop-Release</u>	<u>73</u>
• <u>Bündnisinitiative Chemikalien- und</u> <u>Umweltmanagement</u>	<u>42</u>	• <u>Clean Up Day 2019</u>	<u>73</u>
• <u>Bündnisinitiative Tamil Nadu</u>	<u>43</u>	• <u>Sommerfest mit Sea Shepherd</u>	<u>73</u>
• <u>Brandschutzabkommen Bangladesch</u>	<u>45</u>	• <u>Statements von Brands Fashion Mitarbei-</u> <u>ter*innen zum Thema Nachhaltigkeit</u>	<u>74</u>
• <u>Einblicke von unserem Compliance-Team in</u> <u>Bangladesch</u>	<u>46</u>		
• <u>SHIRTS FOR LIFE</u>	<u>48</u>	<b>Mission 4 Tomorrow</b>	<b>76</b>
• <u>NABU-Projekt Bio-Baumwolle aus Nepal</u>	<u>50</u>		

## Nachhaltigkeitsziele der Vereinten Nationen

Die Sustainable Development Goals (SDGs) wurden 2015 von den Vereinten Nationen verabschiedet und stellen den aktuellen Rahmen für eine nachhaltige Entwicklung der Weltgemeinschaft bis zum Jahr 2030. Die 17 Ziele mit 169 Unterzielen fordern Regierungen, Wirtschaft und Zivilgesellschaft auf, Maßnahmen zur Bewältigung sozialer, ökologischer und wirtschaftlicher Herausforderungen zu ergreifen. Um die SDGs bis 2030 zu erreichen, müssen alle Akteur\*innen ihren Beitrag zur Begegnung globaler Probleme wie Armut, Hunger, Zugang zu Bildung, Ungleichheiten, nicht nachhaltiger Konsum und nicht nachhaltige Produktion sowie Verlust biologischer Vielfalt, leisten. Die jeweiligen Ziele- und Zielvorgaben sind nicht als eigenständige Bestandteile, sondern als untrennbar miteinander verbunden zu betrachten.

Als international agierendes Unternehmen, das in einer ressourcenintensiven Branche tätig ist, sind wir uns unserer Verantwortung bewusst und leisten unseren Beitrag zu den SDGs größtenteils durch unser nachhaltiges Kerngeschäft.

Auf welches Entwicklungsziel unsere Maßnahmen und Projekte der einzelnen

Handlungsfelder einwirken, haben wir auf unserer Unternehmenswebsite veröffentlicht und im folgenden Bericht entsprechend unter den jeweiligen Handlungsfeldern gekennzeichnet. Beispielhaft ist ein SDG innerhalb jeden Handlungsfeldes sowie die darauf einwirkenden Nachhaltigkeitsaktivität detaillierter beleuchtet.



Armut in all ihren Formen überall beenden



Den Hunger beenden, Ernährungssicherheit und eine bessere Ernährung erreichen und eine nachhaltige Landwirtschaft fördern



Ein gesundes Leben für alle Menschen jeden Alters gewährleisten und ihr Wohlergehen fördern



Inklusive, gleichberechtigte und hochwertige Bildung gewährleisten und Möglichkeiten lebenslangen Lernens für alle fördern



Geschlechtergleichstellung erreichen und alle Frauen und Mädchen zur Selbstbestimmung befähigen



Verfügbarkeit und nachhaltige Bewirtschaftung von Wasser und Sanitärversorgung für alle gewährleisten



Zugang zu bezahlbarer, verlässlicher, nachhaltiger und moderner Energie für alle sichern



Dauerhaftes, breitenwirksames und nachhaltiges Wirtschaftswachstum, produktive Vollbeschäftigung und menschenwürdige Arbeit



Eine widerstandsfähige Infrastruktur aufbauen, breitenwirksame und nachhaltige Industrialisierung fördern



Ungleichheit in und zwischen Ländern verringern



Städte und Siedlungen inklusiv, sicher, widerstandsfähig und nachhaltig gestalten



Nachhaltige Konsum- und Produktionsmuster sicherstellen



Umgehend Maßnahmen zur Bekämpfung des Klimawandels und seiner Auswirkungen ergreifen



Ozeane, Meere und Meeresressourcen im Sinne nachhaltiger Entwicklung erhalten und nachhaltig nutzen



Landökosysteme schützen, wiederherstellen und ihre nachhaltige Nutzung fördern



Friedliche und inklusive Gesellschaften für eine nachhaltige Entwicklung fördern



Umsetzungsmittel stärken und die globale Partnerschaft für nachhaltige Entwicklung mit neuem Leben erfüllen

# MATERIALIEN





## SDG Nummer 12: Nachhaltiger Konsum und Produktion

Bei der Materialwahl bezieht Brands Fashion immer nachhaltige Gesichtspunkte ein und strebt umweltfreundliche Alternativen an. Dabei betrachten wir zunehmend den gesamten Lebenszyklus der Produkte. Ein großer Schwerpunkt liegt hier auf den eingesetzten Chemikalien in den Nassprozessen, dem dadurch entstehenden chemischen Abfall sowie dessen Entsorgung. Bei dem Einsatz von Chemikalien in der Textilproduktion halten wir uns an strenge Grenzwerte, die wir teils durch GOTS oder GRS zertifizieren lassen. Durch diese Praxis unterstützen wir aktiv das SDG Nummer 12 der Agenda 2030, das auf nachhaltigen Konsum und Produktionsmustern abzielt.

Ein effizienteres Ressourcenmanagement spiegelt die Unterziele 12.4 und 12.5 wider. Dafür rücken wir eine ressourcenschonende Produktion immer mehr in den Fokus. Brands Fashion versucht dabei den Einsatz von Wasser bei Färbeprozessen weiter zu minimieren und den Anteil regenerativer Energiequellen in der Produktion zu erhöhen. Mit der Entwicklung unserer Cradle to Cradle Certified™ Gold-Kollektion verfolgen wir die Strategie *Reduce, Recycle & Reuse* und bieten eine komplett kreislauffähige Lösung an.

**SDG 12.4:** Bis 2020 einen umweltverträglichen Umgang mit Chemikalien und allen Abfällen während ihres gesamten Lebenszyklus in Übereinstimmung mit den vereinbarten internationalen Rahmenregelungen erreichen und ihre Freisetzung in Luft, Wasser und Boden erheblich verringern, um ihre nachteiligen Auswirkungen auf die menschliche Gesundheit und die Umwelt auf ein Mindestmaß zu beschränken.

**SDG 12.5:** Bis 2030 das Abfallaufkommen durch Vermeidung, Verminderung, Wiederverwertung und Wiederverwendung deutlich verringern.

## Umsatzentwicklung der Industrie

Die Umsätze der deutschen Bekleidungsindustrie betragen im Jahr 2018 rund 7 Milliarden Euro – ein Minus von 5 % zum Vorjahr. 2019 konnte ein Umsatz von rund 6,8 Milliarden Euro verzeichnet werden, was ein erneutes Minus von 3 % ausmacht.<sup>1</sup> Die Umsätze deutscher Hersteller für Arbeits- und Berufsbekleidung sind in den letzten Jahren jedoch kontinuierlich gestiegen und behaupten sich damit entgegen dieses Trends. Im Jahr 2018 betrug der Umsatz 620,82 Millionen Euro – ein Plus von 5,8 % zum Vorjahr. Den Berichtszeitraum 2019 konnte die Branche mit einem Umsatz von 649,98 Millionen Euro abschließen, was ein erneutes Wachstum von 4,7 % zum Vorjahr darstellt.<sup>2</sup>

## Auswertung nachhaltiger Fasern

Unser Anspruch an eine sozial- und umweltfreundliche Produktion bietet durch die Chance des Alleinstellungsmerkmals eine große Option für die Zukunftsfähigkeit des Unternehmens. Unsere gesamte Nachhaltigkeitsstrategie geht einher mit der Geschäftsstrategie: Wir wollen führender Anbieter von nachhaltiger, grün und fair produzierter Mitarbeiterbekleidung sein und verstärkt den europäischen und amerikanischen Markt beliefern.

<sup>1</sup>2020, Statistisches Bundesamt: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/160277/umfrage/umsatz-der-bekleidungsindustrie-deutschlands-seit-2005/>.

<sup>2</sup>2020, Statistisches Bundesamt: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/291350/umfrage/umsatz-der-deutschen-hersteller-von-arbeits-und-berufsbekleidung/>.

Dabei ist Baumwolle – zumindest noch – nach wie vor unser wichtigster und der von uns am häufigsten eingesetzte Rohstoff. Dies liegt zum einen an den Materialeigenschaften, die sich besonders für den Einsatz von Arbeits- und Berufsbekleidung eignen: Baumwollfasern haben eine hohe Festigkeit – sowohl im trockenen als auch im nassen Zustand; der Scheuerwiderstand ist gut; Dehnbarkeit, Elastizität und Knitterwiderstand sind gering; die Faser hat eine gute Feuchtaufnahme und Hitzeverträglichkeit; sie kann bis zu 95°C gewaschen werden.<sup>3</sup> Zum anderen 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 Baumwollbauer\*innen und beteiligten Arbeiter\*innen. Dabei helfen uns Zertifizierungssysteme wie der Global Organic Textile Standard (GOTS) und der Fairtrade Baumwollstandard – primär die Kombination der beiden Standards. *Fairtrade* hat den größten Wirkungseffekt im Baumwollanbau. *GOTS* setzt ab dem folgenden Schritt, der Entkörnung, an und kontrolliert alle nachfolgenden Schritte bis zur hauseigenen Logistik. Je mehr *GOTS*- und *Fairtrade*-zertifizierte Artikel wir also vertreiben, desto größer ist die Transparenz über die gesamte Lieferkette.

„Durch die Verwendung *Fairtrade*-zertifizierter Bio-Baumwolle tragen wir dazu bei, dass Umwelt und Mensch geschützt und Baumwollbauer\*innen fair entlohnt werden. Zusammen mit unseren Kund\*innen arbeiten wir daran, jedes Produkt möglichst nachhaltig zu gestalten – vom Einsatz nachhaltiger Materialien über schonende Färbetechniken bis hin zu umweltfreundlichen Prints und Accessoires.“ (Anna Johannsen, Abteilung Nachhaltigkeit, derzeit in Elternzeit)

Nach Berechnungen der Non-Profit Organisation Textile Exchange verursacht Bio-Baumwolle im Anbau ungefähr 978 kg CO<sub>2</sub> auf 100 kg Baumwollfasern, während konventionelle Fasern bei gleicher Menge 1.808 kg CO<sub>2</sub> verursachen. Da Bio-Baumwolle zum Großteil durch Regenwasser bewässert wird, beträgt der Bedarf an künstlicher Bewässerung bei Bio-Baumwolle gerade mal 182 l, während er bei konventioneller Baumwolle bei 2.120 l liegt. Insgesamt benötigt Bio-Baumwolle rund 14.000 l Wasser/kg Lintbaumwolle (Baumwolle nach der Entkörnung). Laut Ökobilanz können bei Bio- im Vergleich zu konventioneller Baumwolle bis zu 91 % Wasserverbrauch und 62 % des Energieverbrauchs eingespart werden, bis zu 70 % der Feldemissionen und 26 % der Abgabe von Stickstoff werden reduziert.

Im Vergleich zu den Jahren 2016/2017 konnte laut Textile Exchange die weltweite Produktion von Bio-Baumwolle in den Jahren 2017/2018 um 56 % gesteigert werden, entspricht jedoch immer noch einem geringen Anteil von 0,7 % der gesamten Baumwollförderung.<sup>4</sup>

## **Baumwolle aus kontrolliert biologischem Anbau**

Baumwollartikel oder Artikel mit einem Baumwollanteil machen einen großen Anteil unserer gesamten Produktpalette aus. Im Jahr 2018 hat Brands Fashion insgesamt rund 6.000 t Rohbaumwolle eingekauft und zu Produkten weiterverarbeitet; 2019 waren es über 7.000 t. 2018 stammten rund 47 %, sprich 2.700 t, der eingekauften Baumwolle aus kontrolliert biologischem Anbau (kbA); der von *Fairtrade*-zertifizierter Baumwollanteil lag bei 16 %, was über 900 t entspricht. Im Jahr 2019 konnten wir den Anteil von kbA-Baumwolle auf rund 70 % steigern, was einem Gewicht von 5.200 t entspricht. Der Anteil der *Fairtrade*-zertifizierten Baumwolle lag bei 19 %, ist also im Gesamtgewicht auf 1.400 t gestiegen.

<sup>3</sup>2006, Meyer zur Capellen, Thomas: Lexikon der Gewebe, 3. Auflage.

<sup>4</sup>2019, Textile Exchange: [Organic Cotton Market Report 2019](#).

## Global Organic Textile Standard-zertifizierte Artikel

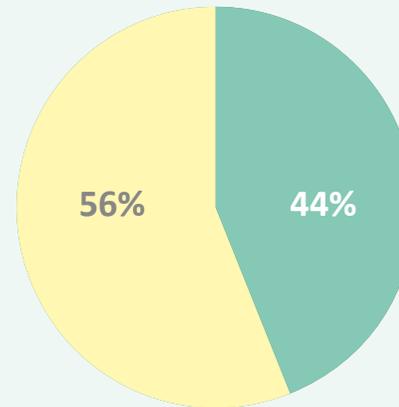
Bei Betrachtung unseres Baumwollsortiments konnte Brands Fashion in den Jahren 2018 und 2019 eine erfreuliche Bilanz ziehen: Rund 44 % aller Baumwollartikel mit einem Mindestgehalt an Baumwolle von 70 % waren im Jahr 2018 *GOTS*-zertifiziert. 2019 konnten wir diesen Anteil sogar auf 73 % steigern. Diese Werte verdeutlichen, wie wichtig uns die Förderung von nachhaltig hergestellten Rohstoffen aus einer umwelt- und sozialverträglichen Fertigung ist.

Zum Ende des Berichtjahres 2018 verzeichnete Brands Fashion insgesamt 33 *GOTS*-Kund\*innen, dies ist eine Steigerung um 9 Kund\*innen zum Vorjahr. Im Jahr 2019 konnten wir den absoluten Anteil sogar um 25 Kund\*innen erhöhen und verzeichneten zum Ende des Jahres stolze 58 Kund\*innen, die von uns *GOTS*-zertifizierte Ware beziehen.

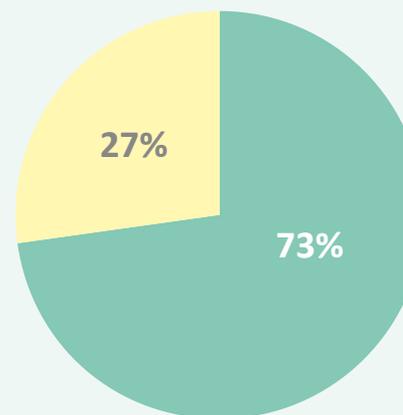
Fast 80 % des Einkaufswertes *GOTS*-zertifizierter Artikel wurden 2019 mit Kund\*innen aus dem Lebensmitteleinzelhandel generiert, knapp 10 % mit Fußballvereinen. Die verbleibenden 10 % sind Kund\*innen aus den Bereichen Drogeriemarktketten, Umweltschutzorganisationen, Private Label, Baumarktketten

### Verhältnis von Baumwollartikeln\* mit/ohne *GOTS*-Zertifizierung

2018



2019



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

\*Baumwollartikel mit einem Mindestgehalt an Baumwolle von 50 %

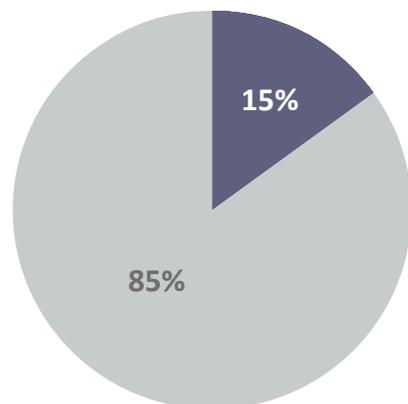
und sonstige Bereiche.

Mit rund 80 % umfasst der größte Anteil von *GOTS*-Artikeln am Einkaufsvolumen unser Geschäftsfeld Mitarbeiterbekleidung & Workwear, 14 % fallen auf Promotion & Merchandise und 6 % auf Handelsware und Private Label.

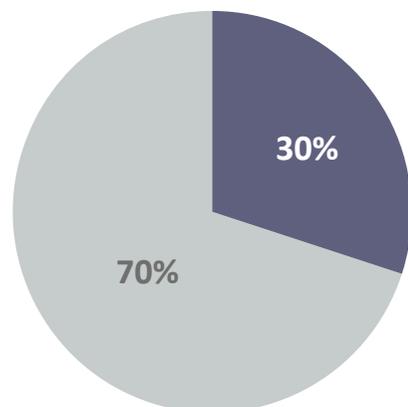


## Verhältnis von Baumwollartikeln\* mit/ohne Fairtrade-Zertifizierung

2018



2019



■ Baumwollartikel\* mit Fairtrade-Zertifizierung

■ Baumwollartikel\* ohne Fairtrade-Zertifizierung

\*Baumwollartikel mit einem Mindestgehalt an Baumwolle von 50 %

## Fairtrade-Baumwollstandard-zertifizierte Artikel

Rund 15 % aller Baumwollartikel mit einem Mindestgehalt an Baumwolle von 50 % waren im Jahr 2018 Fairtrade-zertifiziert. 2019 konnte Brands Fashion auch diesen Anteil auf 30 % erhöhen.

Zum Ende des Berichtjahres 2018 hatten wir insgesamt 23 Fairtrade-Kund\*innen, dies ist eine Steigerung um 7 Kund\*innen zum Vorjahr. Im Jahr 2019 konnten wir den absoluten Anteil um 8 Kund\*innen erhöhen und verzeichneten zum Ende des Jahres 41 Kund\*innen, die von uns Fairtrade-zertifizierte Ware beziehen.

40 % des Einkaufswertes Fairtrade-zertifizierter Artikel wurden 2019 mit Kund\*innen aus dem Lebensmitteleinzelhandel generiert, 22 % mit Fußballvereinen, 17 % mit Umweltschutzorganisationen, 10 % mit Private Label und die verbleibenden 11 % sind Kund\*innen aus sonstigen Bereichen.

Mit rund 46 % umfasst der größte Anteil an Fairtrade-zertifizierten Artikeln am Einkaufsvolumen unser Geschäftsfeld Mitarbeiterbekleidung & Workwear, 14 % fallen auf Promotion & Merchandise und 40 % auf

Handelsware und Private Label.

Insgesamt hat Brands Fashion seit 2017 4.6 Millionen Fairtrade-zertifizierte Artikel eingekauft, rund 8.300 Tonnen Rohbaumwolle verarbeitet und damit fast 420.000 Euro Fairtrade-Prämie generiert. Mit der allein im Berichtszeitraum generierten Summe von über 100.000 Euro konnten wir u. a. einen Großteil der Ausgaben der Kooperative Rapar und Dhrangadhra Farmers Company (RDFC) übernehmen. Der RDFC gehören 800 Farmer\*innen an, wovon 80 % Kleinproduzent\*innen sind. Die Kooperative ist nach dem Bio- und Fairtrade-Standard zertifiziert und befindet sich im nordindischen Gujarat, einem der größten Baumwollanbauggebiete Indiens.





Zu Gast bei der *Fairtrade*-Baumwollkooperative RDFC: Anna Johannsen (Abteilung Nachhaltigkeit) & Kerstin Hofmann (ehem. Leitung Abteilung Nachhaltigkeit) zusammen mit *Fairtrade*



Impressionen *Fairtrade*-Baumwollplantagen der RDFC in Gujarat, Indien

Thema	Investition	Profitierende	Kosten in €
Geschäftsentwicklung	Verbesserung der administrativen Infrastruktur	Kooperative	47.130,84
Ackerbau	Qualitätssicherung und Selbstversorgung mit Saatgut, eigener Gemüseanbau, Produktentwicklung	Alle 800 Bauer*innen & Arbeiter*innen	475,42
Infrastruktur	Verbesserung von Brücken & Straßen	Alle 800 Bauer*innen & Arbeiter*innen	1.230,88
Wasser	Wassersparmaßnahmen durch Tröpfchenbewässerung	Ca. 13 Landwirt*innen erhielten das Kapital zur Umsetzung	592,02
Trainings	Schulung und Sensibilisierung	Ca. 600 Farmer*innen nahmen an den Schulungen teil	76,13
Schulung	Vertrieb von Baumwollsäcken für Bewusstseinssteigerung	Alle 800 Bauer*innen & Arbeiter*innen	1.942,08
Bildung	Digitales Equipment für die lokale Schule	Mehr als 100 Kinder	2.107,74
Wirtschaftliche Entwicklung	Direkte Ausschüttung der Fairtrade-Prämie und Organisation der Mitgliederversammlung	Alle 800 Bauer*innen & Arbeiter*innen	23.097,73
<b>Gesamtausgaben der Kooperative in 2018/19:</b>			<b>76.652,84</b>

Mit rund **42.000 €** generierter Prämiensumme konnten wir **mehr als die Hälfte der Gesamtausgaben** der Kooperative finanzieren

Kooperative RDFC- Auszug Verwendung Prämiegelder 06/2018- 06/2019



Fairtrade-Baumwolle aus Gujarat, Indien

Für unser Engagement und die Förderung von *Fairtrade*-zertifizierter Baumwolle wurden wir im März 2018 sogar mit einem *Fairtrade*-Award ausgezeichnet:

### ***Fairtrade*-Award 2018 in der Kategorie Hersteller**

Brands Fashion hat sich von Beginn an zum Ziel gesetzt, aktiv einen Beitrag zur Verbesserung der ökologischen und sozialen Standards in der Textilproduktion zu leisten. *Fairtrade* ist bereits eine tolle Erfolgsgeschichte bei Kaffee, Rosen und vielen Nahrungsmitteln.

Die Jury des *Fairtrade* Awards hat Brands Fashion 2018 mit dem zweiten Platz in der Kategorie Hersteller geehrt. Mit der Auszeichnung belohnt der gemeinnützige Verein TransFair e.V. herausragendes Engagement für fairen Handel. Wir waren als einziges Textilunternehmen nominiert und verstehen sie als Motivation, die Umsetzung der ökologischen und sozialen Standards von *Fairtrade* weiter voranzutreiben. Bei der Verleihung des *Fairtrade*-Awards am 21.03.2018 in Berlin nahmen Dr. Ulrich Hofmann und Silke Rosebrock den Preis entgegen. Wir freuen uns über diese Auszeichnung und verstehen sie als Ansporn, den Standard auch im Bereich Textil weiter zu etablieren.



## Recyceltes Polyester

2018 und 2019 haben wir über 600 t Polyester (PES) in unseren Artikeln verarbeitet. Dabei betrug der Anteil an recyceltem PES im Jahr 2018 unter 1 %. Im Jahr 2019 konnten wir diesen Anteil auf rund 2 % steigern. Recyceltes PES steht durchaus in der Kritik und auch wir beschäftigen uns mit den Vor- und Nachteilen. Im Vergleich zum konventionellen, halten wir recyceltes PES aus zertifizierten Lieferketten derzeit dennoch für eine gute Alternative und möchten daher dessen Einsatz weiter steigern.

### Was ist recyceltes Polyester?

Aktuell werden weltweit die meisten Textilien aus PES hergestellt.<sup>5</sup> Die Polyesterfaser ist schnelltrocknend, leicht, strapazierfähig und wenig knitteranfällig.

Trotz vieler vorteilhafter Materialeigenschaften sollte berücksichtigt werden, dass es sich um eine synthetische Faser fossilen Ursprungs handelt. Die Problematik um die Förderung des endenden, nicht nachwachsenden Rohstoffs Erdöl ist allgegenwärtig.

Bei Produkten, bei denen aufgrund der Anforderungen an die Produkteigenschaften keine Naturfaser eingesetzt werden kann, empfehlen

wir deshalb den Einsatz recycelten PES. In Zusammenarbeit von Nachhaltigkeitsabteilung und Vertriebsteam ist es Brands Fashion bereits gelungen, in vielen Projekten konventionelles PES mit dem wiederverwerteten Pendant zu substituieren. Im Laufe des Berichtszeitraumes wurden beispielsweise aus Abfallprodukten hochwertige Jacken und Schlüsselbänder produziert; aus einer Mischung mit Bio-Baumwolle wurden Hoodies gefertigt.

Zu Beginn des Recyclingprozesses wird geeignetes Material gesammelt, gesäubert und sortiert. Anschließend werden Textilabschnitte, PET-Flaschen oder Alttextilien gewaschen, zerkleinert und zu Granulat verarbeitet. Dieses wird im nächsten Schritt geschmolzen und zu neuem Garn versponnen, das wie konventionelles PES weiterverarbeitet werden kann.

Je nach Ursprung wird beim recycelten PES zwischen *Pre-Consumer* und *Post-Consumer* Rezyklat unterschieden. *Pre-Consumer* Rezyklat fällt während des Produktionsverfahrens an, z. B. Verschnitt; *Post-Consumer* Rezyklat wird aus bereits ge- oder verbrauchten Produkten gewonnen, z. B. leere PET-Flaschen oder getragene Kleidung. Es sollte aber immer das Ziel verfolgt werden, Industrieabläufe so zu optimieren, dass

<sup>5</sup>2019, Textile Network: <https://textile-network.de/de/Technische-Textilien/Fasern-Garne/Jahresprognose-weltweite-Faserproduktion-2018>.

möglichst wenig Verschnitt anfällt. Um echte Kreislaufösungen zu fördern, gilt es daher den Anteil an *Post-Consumer* Rezyklaten stets zu erhöhen.

### Vorteile

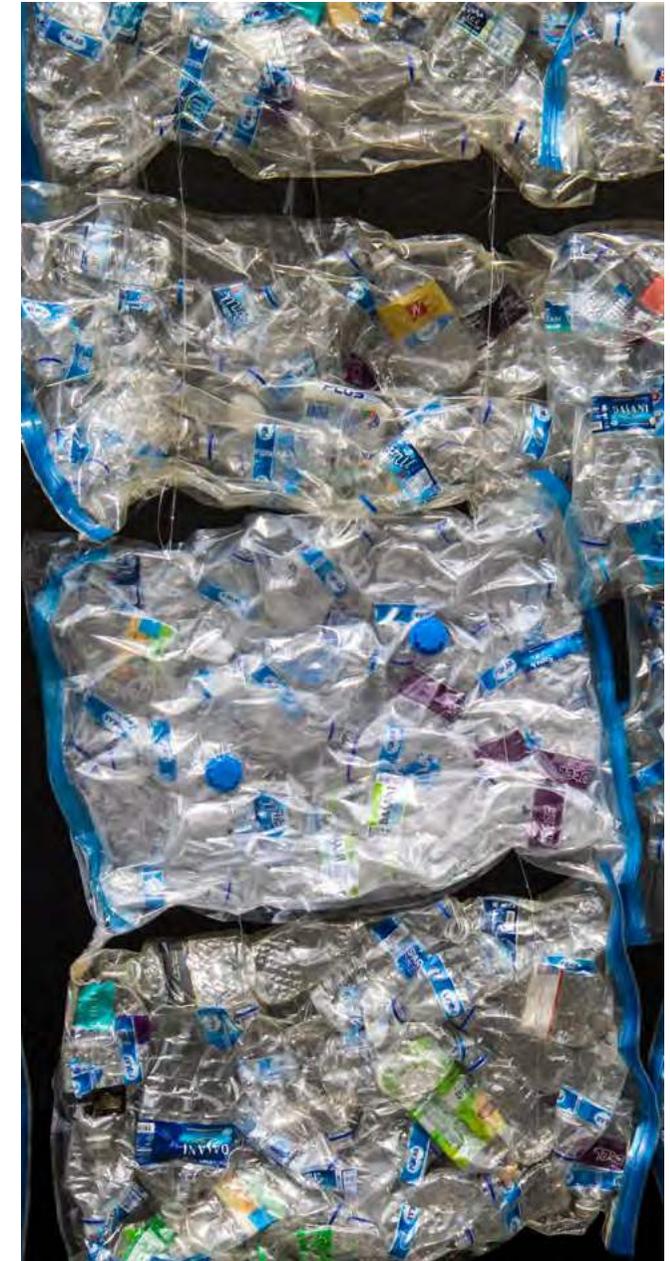
Durch den vermehrten Einsatz recycelten PES gewinnt das produzierende Unternehmen an Unabhängigkeit vom globalen Erdölmarkt. Darüber hinaus wird der Bedarf an Energie und Wasser sowie der Ausstoß schädlicher Treibhausgase gemindert.

Nach unserer Überzeugung geht der alleinige Austausch eines Rohstoffes jedoch nicht weit genug. Arbeitsbedingungen in der Lieferkette sowie der Gebrauch und das Handling von Chemikalien müssen auch beim Einsatz von recyceltem PES unbedingt beurteilt, überwacht und verbessert werden, um eine nachhaltige Alternative zum konventionellen Produkt anbieten zu können. So verbietet *Global Recycled Standard (GRS)* den Einsatz gefährlicher Substanzen, gibt Abwassergrenzwerte vor und verlangt eine stetige Verbesserung des Abwassermanagements. Alle verarbeitenden Unternehmen der Wertschöpfungskette werden jährlich auditiert und besitzen eigenständige Zertifikate.

Durch ein verbindlich standardisiertes System sorgt *Textile Exchange* als Siegelgeber des *GRS* darüber hinaus für Transparenz entlang der Lieferkette, verifiziert den Gehalt an tatsächlich recycelten Fasern und identifiziert die *Pre-* und *Post-Consumer*-Anteile im Endprodukt. Aufgrund dieser robusten Sorgfaltskette wird der *GRS* bei Brands Fashion als Best Practice angesehen und stets präferiert.

### Kritische Bewertung

Berücksichtigen sollte man bei Textilien aus recyceltem Polyester allerdings auch, dass die Qualität zum Teil minderwertige physikalische Eigenschaften aufweisen kann. Dies muss bereits im Design beachtet werden, da z. B. reine Gewebe aus recyceltem PES eher für Fleece und nicht zu helle Farben geeignet sind. Einige Studien kommen auch zu dem Schluss, dass die Qualität nach jedem Recycling-Durchlauf abnimmt.<sup>6</sup> Manche Studien besagen sogar, dass Gewebe aus recyceltem PES kein weiteres Mal recycelt werden kann. Somit birgt sich hier die Gefahr des *Downcyclings*. Nichtsdestotrotz sollte immer bei der Wahl des Gewebes der eindeutige Vorteil, keine fossilen Rohstoffe, sondern Abfall als Rohstoff einzusetzen, einbezogen werden.



<sup>6</sup>2018, Fashion United: <https://fashionunited.de/nachrichten/mode/wie-nachhaltig-ist-recyceltes-polyester-wirklich/2018120330207>.

## Übersicht nachhaltiger Siegel und Initiativen

Einige Nachhaltigkeitsiegel sind im bisherigen Textverlauf bereits genannt worden. Da Brands Fashion mit einer Vielzahl unterschiedlicher Siegel und Zertifikaten arbeitet und die verschiedenen Schwerpunkte der einzelnen Siegel nicht immer leicht auseinander zu halten sind, geben wir im Folgenden einen Überblick mit grundlegenden Informationen. Auch Initiativen, in denen wir Mitglied sind, werden hier vorgestellt.

Grundsätzlich kann bei Siegeln und Initiativen zwischen Umwelt- und Sozialstandards unterschieden werden, wobei es hier auch Mischformen gibt. So beinhaltet der *Fairtrade*-Textilstandard primär soziale Belange, stellt aber zusätzlich ökologische Anforderungen an die Betriebe, die sich zertifizieren lassen möchten. Die Siegel und Initiativen haben wir entsprechend ihrer sozialen und/oder ökologischen Ausrichtung gekennzeichnet.

Eine weitere Differenzierung liegt in den Anforderungen der Standards. Kriterien können sich an die Produkte oder das Unternehmen richten. Auch hier gibt es Mischformen, wie z. B. der *Grüne Knopf*. Unabhängige Zertifizierer\*innen prüfen hier sowohl Produkt- als auch Unternehmenskriterien.

## Siegel und Zertifizierungen

### Global Organic Textile Standard (GOTS)

Der *GOTS* gewährleistet eine nachhaltige Herstellung von Textilien, angefangen vom ersten Arbeitsschritt mit biologisch erzeugten, natürlichen Rohstoffen, über eine umwelt- und sozialverantwortliche Fertigung.

Besonders gut finden wir dabei den ganzheitlichen Ansatz von *GOTS*, der eine stetige Verbesserung fordert: so müssen alle zertifizierten Einheiten ein Umweltmanagement aufbauen und zum Beispiel den Verbrauch von Wasser und Energie messen und Ziele setzen diese zu verringern. Bei der Implementierung des Sozialmanagements verlangt *GOTS* in der Version 6.0 die Berechnung der Lücke bis zum existenzsichernden Lohn und fragt nach einer konkreten Umsetzungsstrategie, wie beispielsweise der Konfektionär\*in den *living wage* erreichen kann.



### Organic Content Standard (OCS)

Dieser Standard ermöglicht es Unternehmen den genauen Anteil an ökologischem Material in einer Ware zu erfassen und durch die Produktionskette weiter zu verfolgen.



CU830374

Im Gegensatz zum *GOTS* enthält der *OCS* keine Anforderungen zu den verwendeten chemischen Zusatzstoffen und schließt keine Richtlinien zu Umweltmanagement und sozialer Verantwortung im Unternehmen mit ein. Je nach prozentualem Anteil des Bio-Materials in den zertifizierten Waren wird das Logo des *OCS blended* (mindestens 5 % Bio-Material) oder das *OCS 100* Logo (mindestens 95 % Bio-Material bis 100 % Bio-Material) verwendet. Die Wahl dieses Standards ermöglicht eine breite Zertifizierung von Produkten mit geringem Baumwollanteil und verbietet den Einsatz von genmanipuliertem Saatgut.

### Fairtrade-Baumwollstandard

Das *Fairtrade*-Baumwollsiegel steht für stabile Mindestpreise sowie eine *Fairtrade*-Prämie, um das Leben von Baumwollbauer\*innen nachhaltig zu



\*Alle Produkte mit *Fairtrade*-zertifizierter Baumwolle sind physisch rückverfolgbar und entsprechend mit dem *Fairtrade*-Baumwollsiegel gekennzeichnet.

verbessern. Mit dem Kauf von *Fairtrade*-zertifizierter Baumwolle leisten wir gemeinsam mit unseren Kund\*innen einen Beitrag für faire Preise und gute Arbeitsbedingungen für Produzent\*innen in Ländern des globalen Südens. Uns gefällt daran, dass wir den Kund\*innen genau zeigen können, bei welcher Baumwollkooperative die *Fairtrade*-Prämie für welche Projekte eingesetzt wird. Die *Fairtrade*-Prämien ermöglichen zum Beispiel Trainings für die Bauer\*innen zu umweltschonender Landwirtschaft wie wassersparenden Maßnahmen und den Ausbau von Straßen und Brücken, um Transportwege zu verbessern.

### **Fairtrade-Textilstandard<sup>®</sup>**

Das Siegel *Fairtrade*-Textilstandard zielt darauf ab, die Arbeitsbedingungen der Arbeiter\*innen in der Textilindustrie zu verbessern und schrittweise existenzsichernde Löhne in der gesamten Lieferkette einzuführen. In Vorbereitung auf die bevorstehende Zertifizierung im Sommer 2020, wurden im Laufe des Berichtszeitraumes intensive Trainings und Schulungen für die Arbeitnehmer\*innen entlang unserer gesamten textilen Wertschöpfungskette (Entkörnung, Spinnerei, Strickerei, Färberei, Druckerei,



Konfektion) durchgeführt und die Einführung von existenzsichernden Löhnen in konkreten Maßnahmenplänen besprochen und festgelegt.

### **Grüner Knopf**

Der *Grüne Knopf* ist ein staatliches Siegel für nachhaltig hergestellte Textilien, das verbindliche ökologische und soziale Anforderungen an die Produkte sowie das Unternehmen stellt. Unabhängige Prüfstellen kontrollieren auf Unternehmensebene, dass umfassende Sorgfaltspflichten eingehalten werden. Auf Produktebene müssen ökologische Anforderungen, wie zum Beispiel der Ausschluss von gefährlichen Chemikalien und Weichmachern sowie verbindliche Grenzwerte für Abwasser sichergestellt werden. Im sozialen Bereich wird die Zahlung von Mindestlöhnen, die Einhaltung von Arbeitszeiten und das Verbot von Kinder- und Zwangsarbeit vorausgesetzt.

Der *Grüne Knopf* funktioniert durch die Anerkennung bereits bestehenden Siegeln. Wir nutzen hier das *GOTS*- und *Made in Green*-Siegel und garantieren so die Einhaltung der Sozial- und Umweltstandards entlang der gesamten Lieferkette.

WIR FÜHREN PRODUKTE MIT DEM SIEGEL:



### **Cradle to Cradle Certified™ auf Gold-Level<sup>®</sup>**

Dieses Siegel bestätigt, dass alle Materialien, die an dem zertifizierten Produkt eingesetzt wurden, wiederverwertbar oder vollständig biologisch abbaubar sind. So kann ein Kreislaufsystem ohne Abfall geschaffen werden. Das Siegel wird dabei in fünf unterschiedlichen Stufen vergeben; *Basic* ist die niedrigste Stufe, die höchste *Platin*.

Wir arbeiten damit, weil wir davon überzeugt sind, dass es wichtig ist, die eingesetzten Rohstoffe zu kennen und den Einsatz von schädlichen Substanzen auszuschließen und diese nach der Verwendung zu 100 % recyceln oder wieder an die Natur zurückgegeben zu können.



### **Ökotex Standard 100**

*Ökotex 100* ist eine Produktprüfung für Textilien und Accessoires, die gewisse Chemikalien und Substanzen für Rohmaterial und Fertigwaren verschiedener Produktkategorien ausschließt oder limitiert, um den Schutz der\*s Konsument\*innen zu gewährleisten.



<sup>®</sup>Die Auszeichnung von Artikeln mit dem *Fairtrade*-Textilstandard erfolgt ab 2021.

<sup>®</sup>Alle Produkte mit *Cradle to Cradle Certified™* auf Gold-Level sind entsprechend gekennzeichnet. *Cradle to Cradle Certified™* ist ein lizenziertes Produktstandard des Cradle to Cradle Products Innovation Institute.



*Ökotex Standard 100* ist eine gute Mindestanforderung, die ein gesundheitlich unbedenkliches Endprodukt sicherstellt. In Kombination mit *GOTS* sind während des gesamten Herstellungsprozesses auch die eingesetzten Chemikalien limitiert und so wird der *Ökotex Standard 100* ideal komplementiert.

**MADE IN GREEN by OEKO-TEX®** 

Dieses Label bestätigt, dass ein Produkt aus schadstoffgeprüften Materialien und unter umwelt- und sozialfreundlichen Arbeitsbedingungen hergestellt wurde. Anhand einer Produkt-ID ermöglicht es den Konsument\*innen außerdem die Rückverfolgbarkeit der ersten Stufen in der Lieferkette. Anders als beim *GOTS*, wo die gesamte Lieferkette geprüft wird, liegt hier der Fokus auf dem Konfektionsbetrieb und der Färberei.



**Global Recycled Standard (GRS)** 

Der *GRS* ist ein Produktstandard für die Verfolgung und Überprüfung des Anteils an recycelten Materialien in einem Endprodukt, der strenge Produktionsanforderungen aufweist.



Er beinhaltet Verarbeitung, Herstellung, Verpackung, Kennzeichnung, Handel und Vertrieb aller Produkte, die mit einem Gehalt von mindestens 20 % Recyclingmaterial hergestellt werden. Wir nutzen den *GRS* für Produkte aus recyceltem Polyester und freuen uns, dass wir genau wissen woher und wie viele alte PET-Flaschen dann zum Beispiel zu einer Regenjacke verarbeitet werden.

**Forest Stewardship Council® (FSC®)** 

Das *FSC®* ist ein internationales Zertifizierungssystem für nachhaltigere Waldwirtschaft. Das Holz von Verpackungen oder Ressourcen mit dem *FSC®*-Siegel kommt aus Wäldern, die verantwortungsvoll und nachhaltig bewirtschaftet werden. Immer mehr Kund\*innen entscheiden sich auch bei der Verpackungswahl für eine nachhaltige Alternative und der *FSC* bietet hier eine Lösung recyceltes Material einzusetzen, um so zum Beispiel neue Banderolen für unsere Produkte anbieten zu können.



Von insgesamt 10.406.191 eingekauften Artikeln in 2019 waren 3.490.272 unserer Artikel (rund 34 %) **nachhaltig** (heißt mit mindestens einem nachhaltigen Siegel versehen, das z.B. für Bio-Baumwolle, Fairtrade-Baumwolle, recyceltes PES, zertifizierte Lieferketten steht). In 2018 waren von 9.210.722 eingekauften Artikeln 1.930.173 (rund 21 %) **nachhaltig**.

## Bündnisse und Initiativen

### **Amfori Business Social Compliance Initiative (BSCI)**

Die Mitglieder der *amfori BSCI* verpflichten sich zur Überprüfung ihrer Lieferant\*innen durch externe Prüfunternehmen und die Verbesserung sozialer und arbeitsrechtlicher Rahmenbedingungen der Arbeiter\*innen in den Produktionsländern.  Hierbei wird zum Beispiel Trade with purpose das Recht auf Meinungsfreiheit, Versammlungsfreiheit und ein Diskriminierungsverbot geprüft. Wir sind seit 2010 Mitglied in der Initiative.

### **Amfori Business Environmental Performance Initiative (BEPI)**

Die Initiative *amfori BEPI* hat sich zum Ziel gesetzt hat, die Umweltaforderungen entlang der Lieferketten weltweit zu verbessern, u.a. durch den gezielteren Einsatz von Rohstoffen und der Gestaltung effizienter Produktionsprozesse.

### **Supplier Ethical Data Exchange (SEDEX)**

*Sedex* ist ähnlich der *BSCI* eine Initiative zur Verbesserung von Sozial- und Umweltstandards in Zuliefererbetrieben, die ebenfalls auf unabhängigen Kontrollen durch externe Dritte beruht.



### **Bangladesh Accord on Fire and Building Safety (Accord)**

Innerhalb des Brandschutzabkommen Bangladesch werden umfangreiche Inspektionen in den Bereichen Gebäudesicherheit, Brandschutz und elektrischer Sicherheit in Textilfabriken in Bangladesch durchgeführt und die Lieferant\*innen bei der Umsetzung von Verbesserungsmaßnahmen unterstützt.



### **Bündnis für nachhaltige Textilien**

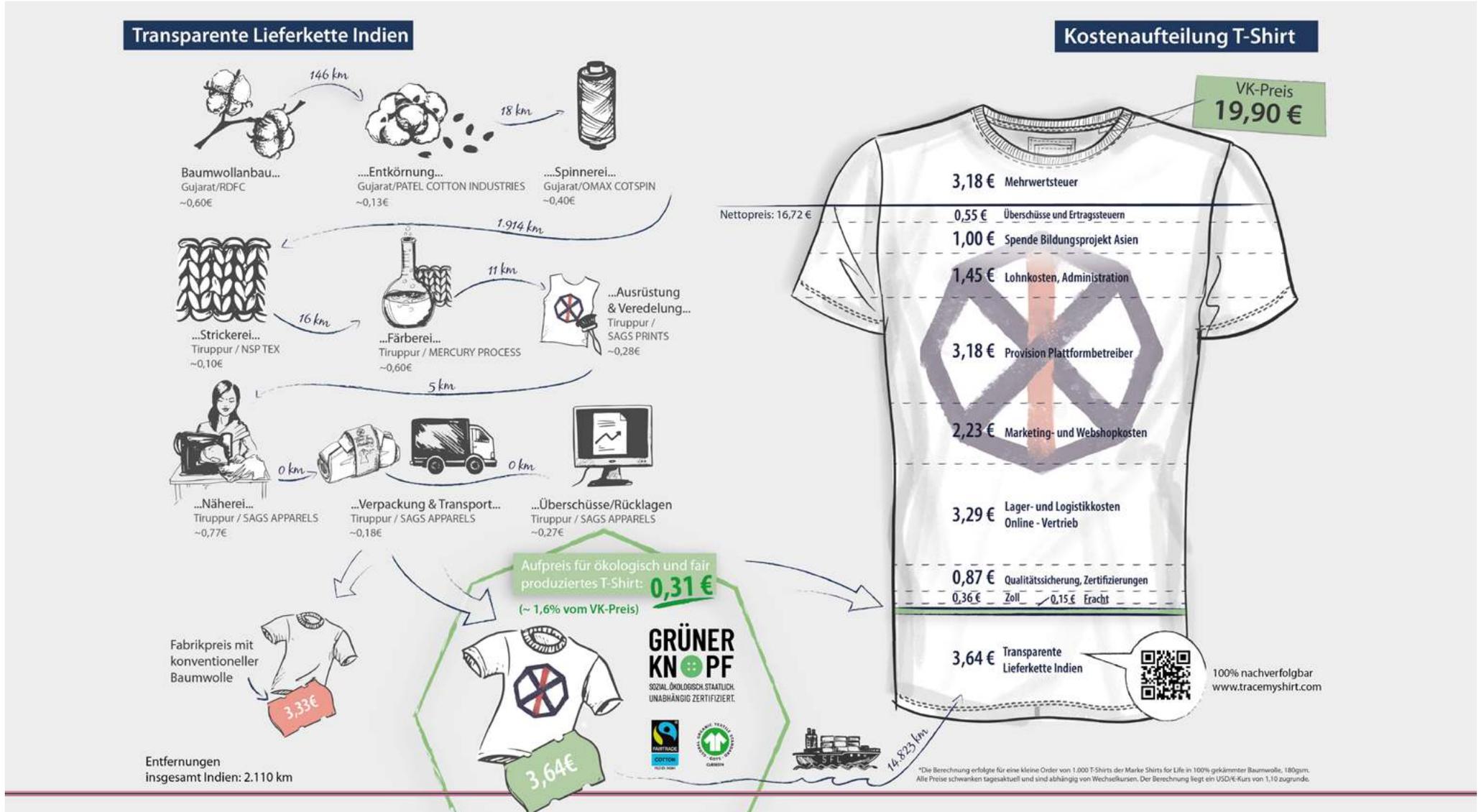
Das deutsche Textilbündnis setzt sich zusammen aus Vertreter\*innen der Wirtschaft, Zivilgesellschaft, Standardorganisationen und Gewerkschaften, die gemeinsam daran arbeiten, die soziale, ökologische und ökonomische Nachhaltigkeit entlang der gesamten  Textilkette kontinuierlich

zu verbessern. Brands Fashion profitiert von dem inhaltlichen Austausch und der Möglichkeit sich mit anderen Akteur\*innen der Branche zu vernetzen und gemeinsam neue Ansätze zu erarbeiten. Hier haben wir uns z. B. im Rahmen einer Arbeitsgruppe intensiv mit Chemikalienmanagement beschäftigt und in einer weiteren Initiative mit Sozialstandards in Spinnereien in der Region Initiative Tamil Nadu, Indien.

„Durch unabhängige Zertifizierungen werden neben dem Einsatz von nachhaltigen Materialien wie Bio-Baumwolle oder recycelten Fasern auch Umwelt- und Sozialanforderungen entlang der gesamten Lieferkette geprüft. Ich finde die gezielte Auswahl von Siegeln sehr wichtig, da sie uns ermöglichen, Transparenz zu schaffen und hohe Standards für unsere Kund\*innen sicherzustellen.“ (Annekatriin Mohr, Abteilung Nachhaltigkeit)

## Kostenkalkulation eines nachhaltig produzierten T-Shirts

Ist die Produktion nachhaltiger Textilien wirklich viel teurer als die konventioneller? Wir zeigen, dass fair produzierte Mode nur geringfügig mehr kostet. Anhand eines Rechenbeispiels für ein in Indien produziertes T-Shirt verdeutlichen wir den Preisunterschied exemplarisch anhand unserer Eigenmarke SHIRTS FOR LIFE:



## Entwicklung der *Cradle to Cradle Certified™ Gold*-Kollektion

Im Frühjahr 2019 hat Brands Fashion mit der Entwicklung der *Cradle to Cradle Certified™*-Kollektion begonnen. Nach gut zwölf Monaten Vorbereitungs- und Entwicklungszeit erhielten wir im April 2020 unser *Cradle to Cradle Certified™ Gold*-Zertifikat. Der Zeitpunkt liegt außerhalb des offiziellen Berichtszeitraumes des vorliegenden Nachhaltigkeitsberichtes, doch die Vorbereitung und Produktentwicklung fand zuvor statt.



### Was bedeutet *Cradle to Cradle Certified™*?

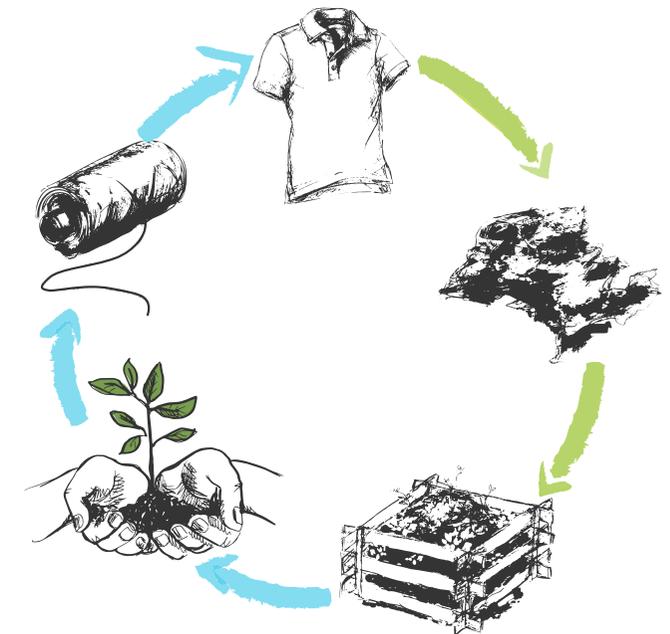
*Cradle to Cradle Certified™* heißt übersetzt von der Wiege zur Wiege und beschreibt eine durchgängige und konsequente Kreislaufwirtschaft in der Herstellung von Produkten ohne Abfall. Dabei können alle eingesetzten Materialien unserer zertifizierten Kleidungsstücke wiederverwertet oder biologisch abgebaut werden. Durch ihre Kompostierfähigkeit können die Materialien am Ende ihrer Nutzung als biologische Nährstoffgrundlage neues organisches Wachstum ermöglichen. Durch die ausschließliche Verwendung gesundheitsverträglicher Materia-

lien und Chemikalien in der gesamten Produktion ist die Nutzung von hautnahen Produkten absolut unbedenklich für die\*den Träger\*in 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.

Zusammen mit unserem Beratungsinstitut EPEA waren wir dafür im Herbst 2019 in Tiruppur, Südindien, und haben gemeinsam die Nassproduktionsstätten, also die Färberei und Druckerei sowie die Konfektion der nominierten Lieferkette besucht und zusammen mit den Lieferant\*innen an der Umsetzung der Anforderungen gearbeitet. Im Bereich *Material Health* konnte Brands Fashion letztlich sogar das höchste Level *Platinum* erreicht, was besagt, dass ausnahmslos alle Komponenten bis auf den kleinsten Inhaltstoff geprüft und für umweltfreundlich befunden wurden.

### Das bedeutet, unsere *Cradle to Cradle Certified™ Gold*-Kollektion ...

- ✓ ist biologisch abbaubar
- ✓ erzeugt Nährstoffe für den Boden
- ✓ schafft einen geschlossenen Kreislauf für Rohstoffe
- ✓ produziert keinen Abfall
- ✓ nutzt 100 % unkritische Substanzen, im Endprodukt und während der Produktion
- ✓ erzeugt keinen Textilfaserabrieb mit negativem Effekt auf die Umwelt
- ✓ ist qualitativ hochwertig



## Textilrecycling

Um Ressourcen zu schonen, sollten so wenige Kleidungsstücke wie möglich vernichtet werden. Vernichtet wird Kleidung üblicherweise nach deren Abnutzung, darüber hinaus auch aufgrund von Produktionsfehlern, Überproduktion oder Kollektionswechseln. Diese Fälle kommen bei uns relativ selten vor, da unsere Berufsbekleidung zwar modisch ist, jedoch nicht den Ansprüchen der saisonalen Trends folgen muss und wir größtenteils auf Bestellung produzieren. Dennoch ist es Brands Fashion ein großes Anliegen, Kund\*innen hinsichtlich des Verbleibs der Textilien zu beraten, wenn sie diese nicht mehr verwenden können. In den Jahren 2018 und 2019 unterhielten wir vermehrt Kontakt zu diversen Recycler\*innen, um unseren Kund\*innen eine passende Alternative zur sogenannten thermischen Verwertung anzubieten. Die Kund\*innen sind jedoch Eigentümer\*in der Ware und entscheiden letztendlich über deren Verbleib. Eine der größten Herausforderungen für eine werterhaltende Verwertung sind Markenschutz, einfache und schnelle Handhabung der thermischen Verbrennung sowie hohe Kosten des *Upcyclings*. Den höchstmöglichen Werterhalt der Textilien kann bei deren Verkauf als Second Hand Ware erzielt werden. Bei Berufsbekleidung ist dies allerdings nur unter bestimmten Voraussetzungen möglich –

so müssen meist aufwendig von Hand alle sich auf der Kleidung befindenden Logos entfernt werden. Kostengünstiger und markenschutzrechtlich sicherer ist ein *Downcycling* der Textilien. Dabei werden sie zu minderwertigeren Produkten als das Ursprungprodukt, z. B. Malervlies oder Putzlappen, weiterverarbeitet. Da der Markt an Alttextilien jedoch übersättigt ist, ist *Downcycling* bei den Recycler\*innen allerdings unbeliebt und selten profitabel.

Als relevanteste Form des werterhaltenden Textilrecyclings kann das Faserrecycling genannt werden. Faserrecycling ist eine Technik, bei der Textilien wieder in ihre ursprüngliche Form gebracht werden, um so als Rohstoff für neue Textilien eingesetzt werden zu können. Der große Vorteil ist dabei, dass wertvolle Ressourcen geschont werden. Da Fasermischungen und ausgefallene Accessoires das Recycling erschweren, schärfen wir in- und extern das Bewusstsein für die Relevanz des Einsatzes von Monomaterialien. Textilien aus 100 % Polyester lassen sich unter gewissen Bedingungen bereits jetzt wieder komplett einschmelzen und zu neuen Garnen verspinnen. Bei unserer am meist verkauften Faserzusammensetzung 100 % Baumwolle sieht es etwas schwieriger aus. Durch das mechanische Verfahren reißen

die Baumwollfasern, die Stapellänge verringert sich und es kommt folglich zu einem erheblichen Qualitätsverlust. Best Practice ist hier das chemische Recycling im Lyocell-Verfahren. Dabei wird aus alter Baumwollkleidung zwar keine neue Baumwollfaser gewonnen, dafür aber eine Viskosefaser, die hochwertig weiterverwendet werden kann.

Für das Recycling von Mischgeweben existieren bisher nur wissenschaftliche Pilotprojekte. Im Bereich der Berufsbekleidung ist jedoch häufig der Einsatz von Mischgeweben notwendig, um den Anforderungen an deren Funktionalität und Langlebigkeit zu erfüllen. Bei diesen Artikeln empfehlen wir deshalb den Einsatz bereits recycelter Fasern. Unsere **Cradle to Cradle Certified™**-Kollektion eignet sich perfekt für das Faserrecycling.

Unser Ziel bei Brands Fashion ist es, die Entwicklungen in diesem Bereich weiter zu verfolgen, zu bewerten und sich zu vernetzen. Auch im Textilbündnis ist dieses Thema bereits platziert, um so gemeinsam mit 50 % der deutschen Textilindustrie die Bedingungen für eine Kreislaufführung von Textilien zu verbessern.

„Wir hoffen, dass die für unser Geschäftsmodell

relevanteste Form des werterhaltenden Recyclings in den nächsten Jahren marktreif wird, um so viele Kund\*innen wie möglich daran anschließen zu können.“ (Kalina Magdzinska, Abteilung Nachhaltigkeit)

## Nachhaltiges Verpackungskonzept

Im Zwischenbericht 2018 haben wir als ein Ziel in dem Handlungsfeld *Materialien* die Entwicklung eines Verpackungskonzeptes definiert. Im Sinne der Reduzierung von Verpackungsmaterial, insbesondere Plastik, hat Brands Fashion ein umweltfreundlicheres Verpackungskonzept entwickelt, das wir unseren Kund\*innen seit 2019 als nachhaltigere Alternative anbieten können.

Grundlage dafür waren abteilungsübergreifende Gespräche, in deren Rahmen die Komplexität des Themas umgehend deutlich wurde. Dennoch verzeichnete Brands Fashion zahlreiche Ergebnisse, darunter Ideen für zertifizierte Papierbänderolen statt Poly-Bags (Polyethylen oder Polypropylen), Mehrwegboxen statt Pappkartons, Paketband aus Papier und Naturkautschuk statt Polypropylen mit Acrylat-Kleber. Problemlos umsetzbare Ideen haben wir direkt umgesetzt. Wo möglich, setzen wir z.B. Master-Poly-Bags statt Single-Poly-Bags ein. Zum Schutz der Kleidung auf dem Transportweg vor Feuchtigkeit und Schmutz wird

somit nur ein großer Plastikbeutel pro Karton statt mehrerer, einzelner Beutel eingesetzt. Da unsere Lager mit moderner Technik ausgestattet sind, können die einzelnen Produkte dennoch ohne Qualitätsverlust gelagert und weiterversendet werden. Konkret kann so pro Karton bis zu 400 g Kunststoff eingespart werden, das sind bis zu 90 %.



Die Umsetzung weiterer Innovationen, insbesondere bei der Produktverpackung unserer diversen Kund\*innen, ist zeitintensiver und bedeutet einen langwierigeren Prozess. Aspekte wie Handhabung beim Kund\*innen, Mülltrennsystem im Zielland oder Auswirkungen einer neuen Verpackung auf die Logistikprozesse müssen genaustens beobachtet und geprüft werden. Nicht zuletzt können sich auch zwei oder mehrere Nachhaltigkeitsziele im Wege stehen. So ist es möglich, dass eine Verpackung aus

pflanzlichen Rohstoffen nicht recyclingfähig ist oder deren Herstellung konkurrierend mit dem Anbau von Lebensmitteln in Ländern des globalen Südens steht.

Da sehr viele Faktoren, z. B. Funktion, Menge, Materialien, Ursprung, Logistikprozesse, Abbaubarkeit, und deren Gewichtung, die Nachhaltigkeitsbewertung einer Verpackung beeinflussen, ist immer eine Einzelfallbetrachtung erforderlich. Aus diesem Grund arbeitet Brands Fashion bei diesem Thema nicht mit Vorgaben, sondern setzt sich Ziele. In den Fokus stellen wir dabei die Minimierung der Summe eingesetzter Verpackungen, die Reduktion der einzeln eingesetzten Komponenten sowie deren jeweiliges Gewicht. Insbesondere die Anzahl unterschiedlicher eingesetzter Komponenten hat Auswirkung auf die Kreislauffähigkeit von Verpackungen. Dieser Aspekt ist vor allem bei Produkten mit einem in der Regel sehr kurzen Produktlebenszyklus ein entscheidender Faktor.

Neben innovativen Verpackungslösungen arbeiten wir seit 2018 – noch intensiver seit 2019 – an einer optimierten Erfassung von Verpackungsarten und -mengen. So sollen Risikofaktoren möglichst frühzeitig erkannt werden.

INN  
TIA  
TIV  
EN





**SDG Nummer 17:**

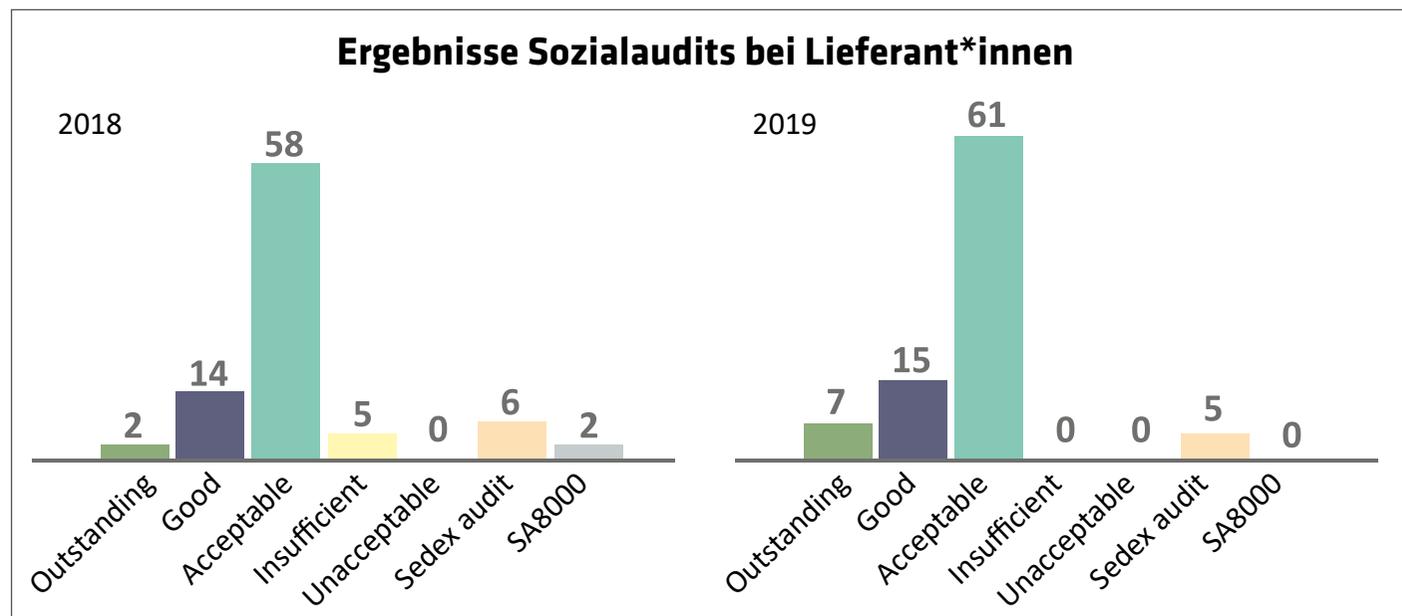
**Partnerschaften zur Erreichung der Ziele**

Um die Erreichung der Agenda 2030 voranzubringen, engagieren wir uns in verschiedenen Initiativen. Als eines der ersten Unternehmen, das den Fairtrade-Textilstandard einführt, investieren wir in die Stärkung der lokalen Infrastruktur und gezielten Kapazitätsaufbau in den teilnehmenden Lieferketten in Indien. Mit diesem Engagement fördern wir die Zielerreichung des SDG 17: Globale Partnerschaft für eine nachhaltige Entwicklung. Außerdem beteiligt sich Brands Fashion aktiv bei Multi-Stakeholder-Initiativen – wir sind z. B. Mitglied

im Bündnis für nachhaltige Textilien. Gemeinsam mit anderen Wirtschaftsunternehmen, NGOs und dem Bündnissekretariat arbeiten wir in diesem Rahmen an unterschiedlichen Projekten mit dem Ziel, die Textilindustrie nachhaltiger zu gestalten. Die Mobilisierung von Wissen, Technologien und finanziellen Ressourcen werden durch den Vergleich der jährlichen Zielsetzungen messbar gemacht und sind für die breite Öffentlichkeit zugänglich. Brands Fashion befürworten hier den Mix aus Kooperationen mit deutschen Unternehmen und internationalen Organisationen in unseren Beschaffungsländern.

**Ergebnisse der Sozialaudits nach der amfori BSCI**

2018 fanden 88, 2019 insgesamt 87 Sozialaudits bei unseren Tier 1-Lieferant\*innen, den Konfektionär\*innen, statt. Die Mehrzahl der Audits basierte auf dem Kodex der amfori Business Social Compliance Initiative (BSCI), bei einer kleineren Anzahl handelte es sich um Sedex Members Ethical Trade oder SA8000-Audits. In den meisten Fällen wurden die Fabriken mit der Gesamtnote *Akzeptabel* bewertet. Während 2018 noch 5 Lieferant\*innen mit *Unzureichend* bewertet wurden, erhielt diese Bewertung 2019 kein\*e Lieferant\*in. Die Anzahl der mit *Ausgezeichnet* bewerteten Lieferant\*innen stieg von 2 im Jahr 2018 auf 7 im Jahr 2019.



Bei den festgestellten Mängeln lassen sich weiterhin ländertypische Abweichungen feststellen. So wird oftmals beobachtet, dass nicht alle Arbeitnehmer\*innen in chinesischen Betrieben einen ausreichenden Versicherungsschutz haben. Der Austausch mit unseren chinesischen Lieferant\*innen und Kolleg\*innen von Triton Textile vor Ort bestätigt immer wieder die Zweifel vieler Arbeiter\*innen. So befürchten sie eingezahlte Leistungen, wie Rentenversicherungsbeiträge, bei späterer Rückreise in ihre Heimat nicht zurückzubekommen. Schwierig festzumachen ist, ob der\*die Arbeitgeber\*in den mangelnden Versicherungsschutz aus Eigeninteresse eher befürwortet oder seine Mitarbeiter\*innen über die Vorteile von Sozialversicherungen aufklärt und diesbezüglich schult. Dies lässt sich nur durch erfahrene Auditor\*innen, im Gespräch mit Arbeitgeber\*innen und -nehmer\*innen und meist über einen längeren Zeitraum beobachten.

In Bangladesch und Pakistan werden immer noch regelmäßig Verstöße gegen Gesundheits- und Sicherheitsvorschriften festgestellt, jedoch fallen diese zunehmend geringer und deutlich weniger schwerwiegend aus. Oftmals handelt es sich um kleinere Mängel, die durch Arbeitnehmer\*innen mitverursacht werden, weil diese ggf. nicht ausreichend geschult wurden.

Neben defizitären Managementsystemen werden in allen Produktionsländern Lücken beim Thema Schulungen für Arbeitnehmer\*innen festgestellt. Besonders in Fabriken mit hoher Fluktuation ist eine ausreichende Schulung von Arbeiter\*innen über ihre Rechte, aber auch Gesundheits- und Hygienevorschriften nicht immer ausreichend gegeben. Neben Aufklärung bei Besuchen von Brands Fashion-Mitarbeiter\*innen aus dem Headquarter, Kolleg\*innen unserer lokalen Partnerbüros Triton Textile oder verlässlichen Agent\*innen, mit denen wir in einigen Ländern zusammenarbeiten, motivieren wir unsere Lieferant\*innen zur Teilnahme an regelmäßigen Schulungen von *amfori BSCI*, in denen Themen rund um den Verhaltenskodex und den Umgang mit Mängeln behandelt werden.

### Sozial-Trainings

Im Jahr 2018 haben 20 unserer Lieferant\*innen, 2019 insgesamt 15 Lieferant\*innen aus Bangladesch, China, Indien, Indonesien, Pakistan und der Türkei an Trainingsprogrammen von *amfori* teilgenommen. Besonders viel Interesse zeigte sich 2018 bei den Themen Managementsysteme zur Einhaltung von Sozialstandards, Gesundheit und Sicherheit, das Erstellen und Arbeiten mit Korrekturplänen zur Beseitigung von Mängeln, Beschwerdemechanismen sowie Bezahlung und

Überstunden.

Im Jahr 2019 gehörten zu den am meisten wahrgenommenen Angeboten die Trainings zu Brandschutz und Gebäudesicherheit, der Umgang mit jungen Arbeitnehmer\*innen, Chemikalienmanagement, Energie- und Abwassermanagement sowie Umweltmanagementsysteme.



Trainerin Sethu Lakshmy

## **BEPI + DETOX Workshops**

Die Business Environmental Performance Initiative (BEPI) ist wie die Business Social Compliance Initiative (BSCI) eine Initiative der *amfori*. Hier steht allerdings das Ziel des Umweltschutzes entlang der Lieferketten in den Produktionsländern im Vordergrund. Dafür beantworten unsere Partner\*innen vor Ort fortlaufend umfassende Self-Assessment Questionnaires (SAQs). Basierend auf deren Ergebnissen können besonders risikoreiche Themenfelder im Bereich Umwelt- und Chemikalienmanagement identifiziert und analysiert werden. So können unter anderem die chemieintensiven Produktionsprozesse hinsichtlich ökologischer, aber darüber hinaus auch bezüglich ökonomischer Aspekte optimiert werden. Durch Eingabe weitreichender Daten erfahren die Produktionsstätten, welche Bereiche bei ihnen zu den kritischsten Environmental Performance Areas (EPA) gehören, die es zu verbessern gilt. In den daraufhin mitgelieferten Handreichungen werden ihnen Maßnahmen und Trainings nahegelegt, die darauf abzielen, die jeweilige EPA zu verbessern. Wenn die Fabrik zum Beispiel im Bereich Umweltsysteme Lücken aufweist, wird sie aufgefordert eine qualifizierte Person zum Umweltmanager\*in zu ernennen und entsprechende Systeme zu etablieren. Erkennt *BEPI* Probleme im Bereich Chemikalienmanagement,

enthält die Handreichung z. B. Tipps, wie durch effektives Lagern der Chemikalien in verschlussdichten Behältern Geld eingespart werden kann.

Bereits im Jahr 2017 hat die *BEPI* ein weiteres Tool, das *BEPI Zero Discharge of Hazardous Chemicals (ZDHC) Chemical Management Audit (CMA)*, entwickelt. Hierbei handelt es sich nicht nur – wie der Name vermuten lässt – um ein Audit, sondern zusätzlich um ein umfangreiches Trainingsprogramm zwecks Verbesserung des Chemikalienmanagements. Dafür sieht sich gemeinsam mit der\*em Fabrikverantwortlichen eine Drittpartei alle eingesetzten Chemikalien sowie die damit verbundenen Prozesse an. Es werden außerdem Themen wie korrekte Auswahl, Kauf, Nutzung und Entsorgung von Chemikalien besprochen. Verbesserungen des Systems zur Einhaltung gesetzlicher und kundenspezifischer Anforderungen und des Monitorings sind auch Inhalt des Programms. Abschließend wird ein Corrective Action Plan erstellt und die Gesamtpformance der Produktionsstätte bewertet. Im März 2018 wurde erstmalig das dreitägige *CMA* bei einem unserer Blusenlieferanten Silver Composite Textile Mills in Bangladesch erfolgreich umgesetzt.

Darüber hinaus hat die Nachhaltigkeitsabteilung von Brands Fashion gemeinsam mit unserem Corporate Social Responsibility (CSR)-Experten Shamim Ahmed aus Bangladesch sowie den Dienstleistern Sustainable Textile Solutions (STS) und *BEPI* im Oktober 2018 einen *DETOX-Day* mit 47 Teilnehmer\*innen veranstaltet. In diesem Rahmen wurde Brands Fashion als Unternehmen sowie unsere neuen Allgemeinen Einkaufsbedingungen vorgestellt. Shamim Ahmed erläuterte die Zusammenhänge zwischen Umweltschutz und wirtschaftlichem Erfolg. STS gab Handlungsempfehlungen zum nachhaltigen Chemikalienmanagement. Nachdem die Teilnehmer\*innen in einer Gruppenarbeit ihr Wissen zur Erstellung von Chemikalieninventaren und Prüfung von Sicherheitsdatenblättern vertiefen konnten, wurde ergänzend die Initiative *amfori BEPI* vorgestellt.

Die Kombination aus Training und Austausch hat sich als sehr erfolgreich herausgestellt, weswegen dieses eigens organisierte Tool in Zukunft häufiger Anwendung finden soll.

## **Fairtrade-Textilstandard – Intensive Trainings in Vorbereitung auf die Zertifizierung 2020**

Brands Fashion ist eines der ersten Unternehmen, das sich dem Textilstandard von *Fairtrade* verpflichtet hat und somit aktiv das *Fairtrade*-Textilprogramm umsetzt. Mit diesem Standard setzen wir uns gemeinsam mit *Fairtrade* seit 2016 dafür ein, Fairness und Gerechtigkeit entlang der textilen Wertschöpfungskette voranzutreiben. Ziel ist es, Rechte für Arbeiter\*innen zu stärken und existenzsichernde Löhne zu realisieren. Darüber hinaus müssen die teilnehmenden Betriebe hohe Umwelanforderungen erfüllen. Subventioniert wird unser Engagement durch das *develoPPP.de*-Projekt *Piloting the Fairtrade Textile Standard in three supply chains in the textile industry in India*. Dieses Entwicklungsprojekt ist vom Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) gefördert, welches wir in Zusammenarbeit mit der Deutschen Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH umsetzen.

Offizieller Projektstart war der 15. August 2017. Seitdem finden fortlaufend Kontrollen in den Textilbetrieben sowie Schulungen und Trainings für die Angestellten und Vorgesetzten statt. Konkret läuft dies folgendermaßen ab:

Im Rahmen von sogenannten Pre-Assessments überprüfen unabhängige Expert\*innen vor Ort den Betrieb hinsichtlich der Einhaltung der Standardanforderungen. *Fairtrade*-Trainer\*innen vom Produzentennetzwerk für Asien und den Pazifikraum (NAPP) führen regelmäßig Schulungen durch, die so oft wie möglich von uns begleitet werden; seit Projektbeginn ist es uns gelungen, in insgesamt 6 Produktionsstufen unserer Lieferkette Pre-Assessments und Trainings durchführen zu lassen. Die Zertifizierung der gesamten Lieferkette soll bis Anfang 2021 erfolgen.

In sogenannten Pre-Assessments ermitteln *Fairtrade* und dessen lokale Partner\*innen zunächst den Status quo. In Workshops und Trainings werden dann gemeinsam mit Arbeiter\*innen und Management konkrete Fragen bearbeitet. Etwa: Welche Wünsche haben die Beschäftigten an das Management? Was macht eine gute Arbeitssituation aus? Es geht darum, ein Bewusstsein für gerechte Löhne zu schaffen und die Arbeiter\*innen zu sensibilisieren und aufzuklären. Es werden außerdem Vertretungen der Arbeitnehmer\*innen implementiert, die dann weiterhin gezielte Trainings erhalten und für ihre Kollegen\*innen als Ansprechpartner\*innen dienen, wenn es um ihre Arbeits- und Sozialrechte geht. Darüber hinaus wird ein Plan festgelegt,

wie die Löhne der Arbeiter\*innen schrittweise erhöht werden können, um letztlich einen existenzsichernden Lohn zu erreichen. Dafür sieht *Fairtrade* einen maximalen Zeitraum von sechs Jahren vor bis die sogenannten *living wages* gezahlt werden sollen. Wir gehen aber davon aus, dass wir das in unserer Lieferkette früher schaffen werden.

Der Standard bezieht dabei die gesamte Textillieferkette ein – von den Entkörnungsbetrieben, Spinnereien, Webereien über Färberein bis zu den Konfektionierungsbetrieben. Darin liegt auch die große Herausforderung: Konfektionierungsbetriebe haben bereits häufig Erfahrung mit Sozialaudits, die vorgelagerten Betriebe sind es bisher weniger gewohnt, Sozialstandards einzuhalten und für Arbeitssicherheit und das Wohlergehen ihrer Angestellten zu sorgen.

Wir freuen uns beobachten zu können, dass der gewünschte Bewusstseinswandel tatsächlich nach und nach in den Fabriken passiert. Dafür findet ein intensiver Dialog zwischen Beschäftigten und Management statt, die Arbeiter\*innen wissen mehr über die eigenen Rechte – und nicht zuletzt hat dieser Prozess oft auch positive Auswirkungen auf den wirtschaftlichen Erfolg des Unternehmens.

In den Trainings, bei denen wir anwesend waren, konnten wir sehen, wie die Teilnehmenden zunehmend selbstbewusster wurden und eigene Anregungen und Ideen einbrachten. Diese weichen Faktoren können als ein Indiz für den Fortschritt des Textilprogramms gewertet werden.

### Unsere Ziele:

- Zertifizierung unserer gesamten Lieferkette (Entkörnung, Spinnerei, Strickerei, Färberei, Druckerei, Konfektion) bis Anfang 2021
- Bewusstsein schaffen bei allen teilnehmenden Fabriken
- Aufbau von Komitees der Arbeiter\*innen
- schrittweise Einführung von existenzsichernden Löhnen in allen Fabriken für alle Arbeiter\*innen

### Status Quo (31.12.2019, aufgrund von COVID-19 aktualisiert im Juli 2020):

- erste Fabrik unseres Partners ist zertifiziert
- ein Großteil unserer Lieferkette (Konfektion, Druckerei, Färberei, Strickerei) wird im Anfang 2021 zertifiziert
- Entkörnung und Spinnerei werden Anfang 2021 zertifiziert
- erste mit *Fairtrade*-Textilstandard ausgezeichnete Textilien ab 2021 im Handel
- Vertretung der Arbeitnehmer\*innen in allen Fabriken etabliert und von NAPP geschult
- Erreichung der existenzsichernden Löhne in der Konfektion bis 2021; tiefere Lieferkette folgt



Arbeiter\*innen-Training bei SAGS Apparels Tiruppur, Indien

**„Wir legen einen zentralen Fokus auf die Stärkung der Rechte von Arbeitnehmer\*innen. Wir wollen dabei unterstützen, in den Fabriken demokratisch gewählte Komitees der Arbeiter\*innen zu etablieren. Denn diese können sich für Lohnerhöhungen einsetzen. Beide Themen sind eng miteinander verzahnt.“ (Rabea Schafrick, Abteilung Nachhaltigkeit)**



Arbeiter\*innen-Training mit Sethu Lakshmy bei SAGS Apparels und Mercury Dyeing, Tiruppur Indien

## Was bedeutet existenzsichernder Lohn?

Die Einführung von existenzsichernden Löhnen ist eine schwierige, aber wichtige Herausforderung, die es bedacht anzugehen gilt. Hierbei sollten vor allem gewachsene kulturelle und gesellschaftliche Strukturen in den Produktionsländern berücksichtigt werden sowie die fehlende Erfahrung vieler Lieferant\*innen, eine Umsetzung finanziell und organisatorisch zu leisten. Mindestlöhne sind gesetzlich festgelegt und gelten landes- und industrieweit. Die Höhe der existenzsichernden Löhne liegt bewusst darüber. Um mögliche negative Auswirkungen, z. B. Korruption oder Missgunst, zu vermeiden, sollte diese Abweichung sorgfältig angegangen werden. Zudem gibt es bisher noch unterschiedliche Definitionen von existenzsichernden Löhnen. Diese andauernde Diskussion zeigt, dass wir uns mit dem Thema auf Neuland bewegen, es aber auch eine wichtige Maßnahme ist, um soziale Nachhaltigkeit zu fördern. Der festgelegte Lohn für Indien wurde von *Fairtrade* nach intensiven Gesprächen mit verschiedenen Stakeholdern und unter Berücksichtigung diverser Tools, z.B. Anker Methode, auf zunächst 14.250 Indische Rupien (170 €) festgelegt (Der Mindestlohn in Indien beträgt 5.000 Rupien). Wie erwähnt, ist die Höhe der Summe streitbar, stellt aber zunächst eine Grundlage dar, um darauf aufbauend die Löhne

schrittweise zu erhöhen.

Ein existenzsichernder Lohn deckt mindestens die folgenden Kostenfaktoren ab:

- Nahrhafte Lebensmittel
- Angemessene Unterkunft
- Kosten für z.B. Gesundheitsvorsorge, Bildung, Kleidung, Transport und Rücklagen für unvorhergesehen Ereignisse

## Das Lieferkettengesetz – gesetzliche Regularien unternehmerischer Sorgfaltspflicht

Das Bündnis für nachhaltige Textilien, der Grüne Knopf und andere Siegel basieren alle auf dem Prinzip der Freiwilligkeit. Wenn mit diesem Ansatz kein längerfristiger Erfolg in Bezug auf eine größere Beteiligung von Textilunternehmen vernommen wird, behält sich Entwicklungsminister Dr. Gerd Müller (CSU) vor, ein Lieferkettengesetz für unternehmerische Sorgfaltspflicht zu verabschieden. So soll sichergestellt werden, dass aus Ländern des globalen Südens keine Waren mehr importiert werden, die „mit ausbeuterischer Kinderarbeit oder Sklavenlöhnen hergestellt wurden.“<sup>10</sup> Neben Müller drängen auch Peter Altmaier (CDU) und Heiko Maas

(SPD) deutsche Firmen zur Einhaltung von Mindeststandards. Während in Deutschland noch um die Verabschiedung des Lieferkettengesetzes diskutiert wird, gibt es in anderen europäischen Ländern wie den Niederlanden, Frankreich oder Großbritannien bereits gesetzlich verpflichtende Regularien zur Einhaltung von Menschenrechts- und Umweltstandards in der globalen Lieferkette.

## Wie steht Brands Fashion zu einem Lieferkettengesetz?

Wir finden, dass fairer Handel für jedes Unternehmen Grundvoraussetzung sein sollte. Wir arbeiten bevorzugt mit Siegeln und Zertifikaten, setzen aber vor allem auch auf langjährige, kooperative Geschäftsbeziehungen zu unseren Lieferant\*innen. Freiwillig und aus Überzeugung. Wenn sich Freiwilligkeit aber 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 zu schaffen.

<sup>10</sup>2019, Handelsblatt: <https://www.handelsblatt.com/unternehmen/handel-konsumgueter/neues-guetesiegel-der-gruene-knopf-stoesst-in-der-textilbranche-auf-skepsis/23877934.html?ticket=ST-1002173-ngKcjANLiXDLeV23HBi-ap5#:~:text=Wenn%20deutsche%20Firmen%20nicht%20freiwillig,hergestellt%20wurden%E2%80%9C%2C%20so%20M%C3%BCller>.

## Der *Grüne Knopf* – staatliches Siegel für faire Textilien

Der *Grüne Knopf* wurde auf Initiative des Bundesministeriums für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ), insbesondere vorangetrieben durch Entwicklungsminister Dr. Gerd Müller, entwickelt. Ziel ist die Entwicklung eines glaubwürdigen Verbraucherhinweises für nachhaltige Textilien am Produkt, einem sogenannten Metasiegel. Dieses soll Konsument\*innen als Instrument zur Orientierung beim Kauf nachhaltiger Textilien dienen.

Im August 2019 durchlief Brands Fashion die Unternehmensprüfung und erfolgreiche Zertifizierung als erstes Unternehmen von 27 Vorreiter\*innen der Textilbranche. Seit dem offiziellen Launch des staatlichen Textilsiegels konnten wir bereits innerhalb des



Berichtszeitraumes bis Ende 2019 insgesamt 23 Kund\*innen davon überzeugen, ihre Artikel mit dem *Grünen Knopf* auszuzeichnen. Neben zehn Fußballvereinen, die ihr Fanmerchandise aus Bio- und *Fairtrade*-Baumwolle jetzt mit dem neuen staatlichen Textilsiegel labeln, zeichnen sieben unserer Corporate-Kund\*innen ihre Mitarbeiterbekleidung mit dem *Grünen Knopf* aus. Dazu kommen sechs Kund\*innen aus dem Bereich Fashion und Merchandise, die den *Grünen Knopf* direkt an den Endverbraucher\*innen bringen.

### Wie funktioniert der *Grüne Knopf*?

Wie auch einige bereits existierende Siegel setzt der *Grüne Knopf* dabei auf das Abdecken von Sozial- und Umweltstandards entlang der Lieferkette. Einzigartig ist, dass der *Grüne Knopf* auch die produktverantwortlichen Handels- und Importunternehmen in die Pflicht nimmt und sie im Rahmen von unabhängigen Prüfungen auf die Einhaltung ihrer Sorgfaltspflicht prüft. Dies erfolgt durch ein externes Prüfinstitut, das ein Audit im Unternehmen durchführt. Anhand von 20 Kriterien muss die Erfüllung der menschenrechtlichen, sozialen und ökologischen Verantwortung nachgewiesen werden:

- eigene Unternehmenspolitik auf Menschenrechte und Umweltschutz ausrichten
- Risiken und Auswirkungen in der Lieferkette analysieren
- effektive Maßnahmen ergreifen
- transparent und öffentlich berichten
- Beschwerden berücksichtigen

Bei der Produktzertifizierung erkennt der *Grüne Knopf* renommierte Textilsiegel an. In der Einführungsphase gilt dies für die Arbeitsschritte *Zuschneiden und Nähen* sowie *Bleichen und Färben*. Unternehmen legen dafür anerkannte, glaubwürdige Siegel vor; in unserem Fall arbeiten wir mit dem *GOTS*- oder *Made in Green*-Siegel, je nach angestrebtem Produkt und ausgewählter Lieferkette. Zukünftig werden wir mit der ersten zertifizierten Lieferkette auch das Siegel des *Fairtrade-Textilstandards* als Grundlage für den *Grünen Knopf* nutzen können.

**GRÜNER  
KNOPF**  
SOZIAL. ÖKOLOGISCH. STAATLICH.  
UNABHÄNGIG ZERTIFIZIERT.



### Kritische Betrachtung

In der Einführungsphase deckt der *Grüne Knopf* nur einen Teil, allerdings die wichtigsten Produktionsstufen *Zuschneiden und Nähen* (Konfektionierung) sowie *Bleichen und Färben* (Nassprozesse) ab. In den nächsten Jahren wird er mit Hilfe eines unabhängigen Beirats weiterentwickelt und auf weitere Produktionsstufen ausgeweitet werden. Ziel ist es, langfristig die gesamte Lieferkette abzudecken. *GOTS* zertifiziert bereits die gesamte Lieferkette und stellt damit die Einhaltung von Standards bis zur Entkörnung sicher. Um auch das Baumwollfeld miteinzubeziehen, setzen wir auf eine Kombination von *GOTS*- und *Fairtrade*-zertifizierter Baumwolle.

Kein Siegel, kein Standard, kein Unternehmen ist perfekt. Wir sehen den *Grünen Knopf* als Schritt in die richtige Richtung. Es geht darum, sich auf den Weg zu machen, auch wenn der *Grüne Knopf* nicht die Universallösung sein wird und ohne Zweifel noch weiterentwickelt werden muss. Einzigartig ist, dass der *Grüne Knopf* als erstes staatliches Siegel Anforderungen an ein Produkt in Verbindung mit Anforderungen an das gesamte importierende Unternehmen und seine Beschaffungspolitik stellt.



Mathias Diestelmann (Geschäftsführung Brands Fashion)

Mathias Diestelmann über den *Grünen Knopf*:

**„Wir bieten eine Auszeichnung mit dem *Grünen Knopf* für all unsere Produkte, die zurzeit das *GOTS*- oder *Made in Green*-Siegel tragen, an. Die Produktpalette umfasst ein umfangreiches Textilsortiment – darunter v.a. *GOTS*-zertifizierte und *Fairtrade*-Baumwollprodukte wie T-, Polo- und Sweatshirts, aber auch Jacken und Westen. Der *Grüne Knopf* setzt als erstes Siegel auf die Abdeckung von Sozial- und Umweltstandards – und prüft die importierenden Unternehmen auch hinsichtlich der Einhaltung ihrer Sorgfaltspflicht für Menschenrechte und Umwelt. Diese Ansprüche bewerten wir als positiv und unterstützenswert. Am *Grünen Knopf* schätzen wir, dass dieser ausschließlich von Unternehmen eingesetzt werden darf, die sich ernsthaft und dauerhaft engagieren. Die beabsichtigte kontinuierliche Verschärfung der Kriterien stellt zudem sicher, dass sich alle teilnehmenden Textilunternehmen auch stetig verbessern müssen.“**

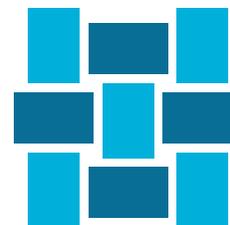
## Bündnis für nachhaltige Textilien – Initiativen & Ziele

Bereits seit 2015 ist Brands Fashion aktives Mitglied des *Bündnis für nachhaltige Textilien* – auch *Textilbündnis* genannt. Der freiwillige Zusammenschluss von Akteur\*innen aus Wirtschaft, Politik, Zivilgesellschaft, Gewerkschaften und Standardorganisationen hat sich das übergeordnete Ziel gesetzt, die Bedingungen in globalen Textillieferketten zu verbessern.

Im Oktober 2014 wurde diese Multi-Stakeholder-Organisation vom Bundesminister für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung, Dr. Gerd Müller, als Reaktion auf Unfälle in Textilfabriken wie den Einsturz von Rana Plaza, initiiert. Zum Ende des Berichtszeitraumes setzten sich darin rund 120 Mitglieder gemeinsam für faire und umweltfreundlichere textile Lieferketten ein (Stand Juni 2020 130 Mitglieder). In sogenannten Bündnisinitiativen (BI) finden sich mehrere Mitglieder zusammen, um an einer konkreten Maßnahme zur Verbesserung der Bedingungen in den textilen Lieferketten in den Produktionsländern zu arbeiten. In den Jahren 2018 und 2019 hat Brands Fashion an der BI Tamil Nadu sowie der BI Chemikalien- und Umweltmanagement mitgearbeitet.

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 kann zwischen vorgegebenen und freiwilligen Zielen unterschieden werden. Auch die detaillierten Ziele und Fortschritte von Brands Fashion können von der Öffentlichkeit auf dem Portal vom Textilbündnis eingesehen werden.

Im Jahr 2018 gab es das verbindliche Ziel der systematischen Erfassung aller Lieferketten. Wir waren also dazu verpflichtet ein System zu etablieren, das neben der Konfektion auch die tiefere Lieferkette – von der Spinnerei zur Färberei – dokumentiert. Hierfür haben wir ein eigenes digitales Transparenztool (*Trace My Shirt*) entwickelt, das auch unseren Kund\*innen ermöglicht, unsere Lieferkette einzusehen und nachzuvollziehen. Trotz Erreichung des Ziels bedarf das Tool einer kontinuierlichen Datenpflege; bestehende Lieferketten müssen aktualisiert und neue in unser System eingepflegt werden.



## Bündnis für nachhaltige Textilien

Die Einkaufsabteilung fordert dafür bei der Auftragsvergabe Zertifikate, Informationsmaterial

und Fotos der Lieferketten ein, welche nach Erhalt von der Nachhaltigkeitsabteilung in die Datenbank eingepflegt werden.

Im Bereich der Sozialstandards haben wir uns 2018 verpflichtet, eine Strategie zum Umgang mit Unterauftragsvergabe für Lieferant\*innen zu implementieren. Dabei wird das Ziel verfolgt, auch bei uns unbekanntem Produktionsstätten unserer unternehmerischen Sorgfaltspflicht nachkommen zu können. Voraussetzung dafür ist natürlich, dass uns alle für uns produzierenden Fabriken bekannt sind. Eine Weitergabe von Aufträgen an eine dritte Partei ist deshalb ohne vorherige Absprache verboten.

Im Fortschrittsbericht 2019 kann man nachlesen: Das Ziel wurde erreicht, indem das Verbot als

Teil der Allgemeinen Einkaufsbedingungen (AEBs) festgehalten wurde. Darüber hinaus wurde eine interne Strategie verabschiedet, wie Unterauftragsvergaben kontrolliert und im Ernstfall sanktioniert werden. In der Praxis vergleicht die Einkaufsabteilung sowie die Qualitätssicherung Kapazitäten von Fabriken mit dem geplanten Auftragsvolumen und prüft relevante Dokumente auf Abweichungen.

Die umfangreiche Aktualisierung der AEBs im Jahr 2018 hat uns auch dabei geholfen, das Ziel *Kommunikation der Chemikalienvorgaben* zu erfüllen. Das entsprechende Kapitel fordert die Eliminierung der elf schädlichen Chemikaliengruppen entsprechend der DETOX-Kampagne von Greenpeace. Darüber hinaus sollen alle Nassproduktionsstätten stets der *ZDHC Manufacturing Restricted Substances List* (MRSL) folgen und ein nachhaltiges Chemikalienmanagement pflegen. Die Liste beinhaltet gefährliche Textilchemikalien, deren absichtlicher Einsatz in all unseren Produktionen verboten ist. So gehen wir sicher, dass 100 % unserer Produktionspartner\*innen sowie deren Nassproduktionsstätten die *MRSL* der *ZDHC* kennenlernen und verinnerlichen.

Ein besonders herausforderndes Ziel 2019 lag in der *Förderung existenzsichernder Löhne*. Zu diesem Zweck hat die Nachhaltigkeitsabteilung mit diversen Abteilungen eine Umfrage im Rahmen des ACT Assessment Tool durchgeführt. Auf diesem Weg soll herausgefunden werden, wie sich unser Beschaffungsverhalten auf die Zahlung existenzsichernder Löhne auswirkt. Die Auswertung der Ergebnisse stand zum Ende des Berichtszeitraumes noch aus. Darüber hinaus wurde das Pilotprojekt Fairtrade-Textilstandard weitergeführt und eine erste Produktionsstätte zertifiziert.

Der Review-Prozess der für 2019 gesetzten Ziele war ursprünglich für Februar 2020 angesetzt. Aufgrund der weltweiten COVID-19-Pandemie ist der Prozess um ein Jahr verschoben wurden. Eine Auswertung der abgeschlossenen und weiterführenden Ziele kann deshalb derzeit noch nicht erfolgen.

**„Wir sind froh, Teil einer so wertvollen Multi-Stakeholder-Initiative zu sein und überzeugt, dass Partnerschaft der Motor einer nachhaltigeren globalen Textilindustrie ist.“**  
**(Silke Rosebrock, Geschäftsführung Brands Fashion)**



Silke Rosebrock (Geschäftsführung Brands Fashion)

## Bündnisinitiative Chemikalien- und Umweltmanagement

Vom Ende des Jahres 2017 bis Ende des Jahres 2019 waren wir aktives Mitglied der Bündnisinitiative Chemikalien- und Umweltmanagement (CUM), der ersten Bündnisinitiative (BI) des Textilbündnisses. Ziel der BI CUM war es, das Bewusstsein für Nachhaltigkeitsprobleme von Nassproduktionsstätten zu schärfen, Produktionsbedingungen und Produkthanforderungen zu harmonisieren und sukzessive gefährliche Chemikalien in der Wertschöpfungskette zu ersetzen. Dadurch sollten Menschen und Umwelt geschützt werden, insbesondere in den Produktionsländern im asiatischen Raum. Des Weiteren wurde durch Zusammenarbeit in Dialogformaten ein Austausch zur Weiterentwicklung von Nachhaltigkeitsanforderungen geführt und die Harmonisierung internationaler Standards und ihrer Anforderungen unterstützt.

„Zur Herstellung von Textilien sind viele Chemikalien notwendig. Mir ist es sehr wichtig, unsere Lieferant\*innen aktiv hinsichtlich eines nachhaltigen Chemikalienmanagements zu unterstützen und *DETOX* anzusteuern. Es sollen nur Chemikalien zum Einsatz kommen, die keine negativen Auswirkungen auf unsere Umwelt und

Gesundheit haben.“ (Kalina Magdzinska, Abteilung Nachhaltigkeitsabteilung)

### Relevanz des Chemikalienmanagements in der Textilproduktion

In der modernen Textilherstellung wird eine Vielzahl von Chemikalien verwendet. Insbesondere im Produktionsschritt der sogenannten Nassveredelung, also beim Bleichen, Färben oder auch Imprägnieren von Kleidung, werden viele Chemikalien eingesetzt, die mitunter gefährlich für Mensch und Umwelt sein können. Jedoch fehlt in den Produktionsbetrieben oft das Problembewusstsein. Das führt dazu, dass Chemikalien auf unsichere Art und Weise gelagert und verwendet werden, Arbeiter\*innen nicht ausreichend geschützt sind und verunreinigtes Wasser nicht fachgerecht aufbereitet wird. Neben den Risiken für Arbeiter\*innen und Umwelt in den Produktionsländern, kann die Verwendung giftiger Chemikalien darüber hinaus auch Gefahren für Textilkonsument\*innen mit sich bringen. Durch die Einführung eines nachhaltigen und innovativen Chemikalien- und Umweltmanagements in Produktionsstätten im asiatischen Raum werden schädliche Chemikalien in Nassprozessen substituiert und so der Arbeitsschutz verbessert sowie die Umwelt geschützt.

### Was hat Brands Fashion beigetragen?

Um den eingeschränkten Zugang zu Trainingsoptionen zu verbessern, entwickelte die BI zwei Trainingsangebote, das Basic- und das Advanced Training zum Chemikalienmanagement für Nassprozesse. Im Rahmen ihrer Bachelorarbeit hat unsere Mitarbeiterin aus der Nachhaltigkeitsabteilung Kalina Magdzinska zur Entwicklung des *Basic Training for Chemical Management* beigetragen. Dafür entwickelte sie ein Modul, das das Bewusstsein für das Chemikalienmanagement unter Mitarbeiter\*innen der Textilindustrie stärkt. Ferner hat sie das Potential des Moduls zu den SDGs der Vereinten Nationen sowie zum Konzept der *Sustainable Chemistry* beizutragen analysiert. Dabei hat sie evaluiert, dass Trainings im Bereich des Chemikalienmanagements wesentlich zur Förderung der SDGs und der nachhaltigen Chemie beitragen können.

Darüber hinaus hat Brands Fashion stets aktiv an weiteren Tools mitgearbeitet und mit vielen handlungsorientierten Materialien gemeinsam mit den teilnehmenden Bündnismitgliedern die BI CUM abgeschlossen.

## Bündnisinitiative Tamil Nadu

Seit Juli 2018 sind wir über unser *develoPPP*-Projekt zur Einführung des *Fairtrade-Textilstandards* zusammen mit Transfair e.V. auch assoziierter Partner in der Bündnisinitiative (BI) Tamil Nadu – *Systemische Verbesserungen von Arbeitsbedingungen in der Textil- und Bekleidungsindustrie*. Die beteiligten Bündnismitglieder sind FEMNET, HUGO BOSS, KiK, OTTOGROUP, Tchibou und das Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ). Der Hauptumsetzungspartner vor Ort ist die Multi-Stakeholder-Initiative Tamil Nadu, deren Sekretariat von der Nichtregierungsorganisation (NRO) SAVE gestellt wird.

Die BI hat zum Ziel, die Arbeitsbedingungen in der Textil- und Bekleidungsindustrie im südindischen Tamil Nadu systemisch zu verbessern und insbesondere die Situation von Frauen und Mädchen in Spinnereien sozialverträglicher zu machen. In enger Zusammenarbeit mit der indischen Multi-Stakeholder-Initiative Tamil Nadu sollen Veränderungen auf zwei Ebenen angestoßen werden:

- Der Dialog zwischen den wesentlichen Akteursgruppen der lokalen Textilindustrie soll für die Rechte der Arbeiter\*innen sensibilisieren.

- Ein Schulungsprogramm soll die geplante Einrichtung von Beschwerdestellen in bis zu 200 Fabriken begleiten und Arbeiter\*innen wie Management hinsichtlich Arbeitsrechte und Beschwerdemechanismen informieren.

Nach dem *Training-of-Trainers*-Ansatz wurden unter der Federführung der NRO SAVE zu Beginn des Projekts Trainer\*innen aus rund 50 lokalen NROs zu den Themen Arbeiterrechte und Aufbau von Schlichtungs- und Beschwerdekomitees qualifiziert. Insgesamt nahmen bis Anfang 2020 über 150 Personen an der Trainer\*innen-Ausbildung teil. Bis Januar 2020 sind die Trainingsprogramme in 147 Fabriken angelaufen und 104 Beschwerdekomitees



2. Jahreskonferenz der BI Tamil Nadu mit dem Motto *Partnering for Sustainable Growth* am 6.2.2020 in Coimbatore, Indien.

(ICCs) wurden bereits eingerichtet. Damit die neu entstandenen Gremien langfristig bestehen, werden die Gremienvertreter\*innen nun durch die Trainer\*innen kontinuierlich begleitet und geschult. Auch der Dialog zwischen den Akteur\*innen der lokalen Textilindustrie findet regelmäßig statt. Im März 2019 und im Februar 2020 haben zwei große Jahreskonferenzen der Bündnisinitiative unter Beteiligung einiger Bündnismitglieder in Tamil Nadu stattgefunden, an denen wir jeweils teilnahmen. Der direkte Austausch mit den lokalen Interessenvertreter\*innen von Wirtschaft, Zivilgesellschaft und Regierung war ein wichtiger Meilenstein auf dem Weg zur Etablierung eines Forums, in dem arbeitsbezogene Themen diskutiert und Lösungen in vertrauensvoller Zusammenarbeit entwickelt werden können – sowohl auf Ebene des Bundesstaates als auch auf Ebene der vier Hauptproduktionsdistrikte Coimbatore, Dindigul, Erode und Tiruppur. In den Distrikten finden seit Anfang 2019 regelmäßige Austauschrunden unter Beteiligung aller Akteursgruppen statt. Dabei werden spezifische Herausforderungen wie die Situation der Frauen und Mädchen in den Fabrikunterkünften in unterschiedlichen Arbeitsgruppen aufgegriffen und Lösungsmöglichkeiten diskutiert.

**vorher**



**nachher**



**vorher**



**nachher**



Accord-Fortschritte (2015-2019): vor und nach den Maßnahmen bei unseren Zuliefer\*innen in Bangladesch

## **Accord: Das Brandschutzabkommen Bangladesch – Positives Fazit nach 6 Jahren**

Um aktiv an der Verbesserung des Brandschutzes und der Gebäudesicherheit von Fabriken in Bangladesch mitzuwirken, haben wir uns 2013 dem Brandschutzabkommen Bangladesch (*Bangladesh Accord on Fire and Building Safety*) angeschlossen. Der *Accord* ist ein rechtlich bindendes Abkommen zwischen internationalen und lokalen Gewerkschaften sowie Marken und Einzelhändler\*innen in Kooperation mit verschiedenen Nichtregierungsorganisationen (NROs). Das Abkommen enthält verbindliche und transparente Regelungen zu unabhängigen Inspektionen in den Bereichen Brandschutz, elektrische und Gebäudesicherheit mit öffentlich zugänglichen Berichten und verpflichtenden Instandsetzungsmaßnahmen. Durch die Unterzeichnung haben wir Verantwortung für unsere Produktionspartner\*innen übernommen und sie in den letzten Jahren kontinuierlich bei der Umsetzung der Anforderungen unterstützt.

Der *Accord* hat innerhalb der letzten 5 Jahre immense Verbesserungen in den Textilfabriken in Bangladesch vorgebracht, die es ohne den Zusammenschluss von großen und kleinen europäischen Marken in dem Ausmaß und

Tempo vermutlich nicht gegeben hätte. Für die Lieferant\*innen war das teilweise mit hohen Investitionen in den Bereichen Brandschutz, Gebäudesicherheit und Elektrik verbunden. Diese gewährleisten aber letztlich die Sicherheit der Arbeiter\*innen und waren daher unverzichtbar. Um die hohen Standards beizubehalten, wurden in den Fabriken Arbeiter\*innenkomitees ausgebildet, um eventuelle Sicherheitsrisiken rechtzeitig zu entdecken und zu melden.

Trotz der positiven Veränderungen wurde auch kritisiert, dass Bedingungen je nach Inspektor\*in unterschiedlich bewertet und Fabriken mit widersprüchlichen Anforderungen konfrontiert wurden. Eine technische Fehlempfehlung des *Accords* führte zuletzt zu einer finanziellen Belastung, die bedauerlicherweise von den betroffenen Fabriken selbst getragen werden muss, was verständlicherweise zu Unmut führte.

Dennoch empfinden wir das Brandschutzabkommen als großen Erfolg. Es zeigt, dass es möglich ist, Veränderungen zu bewirken, wenn viele Unternehmen an einem Strang ziehen und Fabriken die Notwendigkeit verstehen und gewillt sind, Verbesserungen umzusetzen. Wir, sowie die weiteren Unterzeichner des *Accords 2.0*, haben uns zur Weiterführung des *Accords* und

einer Umsetzung der Anforderungen verpflichtet. Wir befürworten, dass die Arbeit des *Accords* zukünftig von einem regierungsbasierten Organ fortgeführt werden soll, da die Verantwortung für die Sicherheit der Fabriken im Land und bei den Lieferant\*innen selbst liegen soll. Dennoch halten wir es für unabdingbar, dass die Qualität des derzeitigen Abkommens beibehalten wird und sich eine gute Zusammenarbeit zwischen dem neuen Organ und dem jetzigen *Accord* ergibt. Darüber hinaus hoffen wir auf ähnliche Initiativen in weiteren Beschaffungsmärkten der Bekleidungsindustrie, die zu ebenso positiven Entwicklungen führen.

## Wie überprüfen wir die sozialen und ökologischen Anforderungen in den Fabriken?

### Einblicke von unserem Compliance-Team in Bangladesch

Unsere Kolleg\*innen von Triton Textile Ltd. sind unser *Team vor Ort*. Die Compliance-Mitarbeiter\*innen von Triton besuchen die Fabriken regelmäßig, um sicherzustellen, dass unsere sozialen und ökologischen Anforderungen eingehalten werden. Wir haben Shamim Ahmed, Group Manager Corporate Social Responsibility (CSR) & Sustainability von Triton Textile, ansässig in Dhaka, der Hauptstadt von Bangladesch und textiler Hot Spot, zu seiner Tätigkeit befragt.

### ***Shamim, was verstehen Sie unter Social Compliance?***

Nach unserer Definition ist Social Compliance die Einhaltung und Anwendung von Gesetzen und Grundsätzen, die die Rechte der Arbeitnehmer\*innen schützen und fördern. Das erwarten wir von unseren Lieferant\*innen, Subunternehmer\*innen und Geschäftspartner\*innen. Wir glauben, dass wir durch die Zusammenarbeit bei der Einhaltung von Gesetzen, Unternehmens- und internationalen Normen zur Verbesserung der Lebensqualität der Beschäftigten in der

Textilindustrie beitragen.

### ***Wie gestaltet sich das in der Praxis?***

Unsere tägliche Arbeit basiert auf einem Verhaltenskodex, einer umfangreichen Audit-Checkliste und einem Berichterstattungssystem, das immer in einem Korrekturplan zur Beseitigung von Mängeln mündet. Unsere Social Compliance basiert auf den geltenden lokalen oder nationalen Gesetzen und den acht grundlegenden *International Labour Organization (ILO)*-Übereinkommen, dem Übereinkommen über Sicherheit und Gesundheit, der Erklärung der Vereinten Nationen über Menschenrechte und der Erklärung der *ILO* über grundlegende Prinzipien und Rechte bei der Arbeit.

### ***Könnten Sie uns mehr über die Themen erzählen, mit denen Sie sich bei einem Fabrikbesuch befassen?***

Selbstverständlich: Eine Produktionseinheit wird in 13 Abschnitten mit insgesamt 145 Kontrollpunkten bewertet. Zu den behandelten Themen gehören Lizenzen und Genehmigungen, Managementpraxis und Kontrolle der Lieferkette, Kinder und junge Arbeitnehmer\*innen, Zwangsarbeit, Diskriminierung, Vereinigungsfreiheit und Kollektivverhandlungen, Arbeitnehmer\*innenrechte und

Disziplinarmaßnahmen, Arbeitszeiten, Löhne, Sozialleistungen und Entschädigungen, Sicherheit am Arbeitsplatz, Gesundheit sowie Umweltmanagement. Ein\*e Zulieferer\*in wird auf der Grundlage einer automatischen Berechnungsmethode in vier Kategorien eingestuft: Gut, akzeptabel, verbesserungsbedürftig und nicht akzeptabel. 16 Kontrollpunkte in verschiedenen Abschnitten wurden als die wichtigsten Bereiche festgelegt und jedes negative Ergebnis aus diesen Bereichen wird als Nulltoleranz bewertet, die eine sofortige Korrektur erfordert und zur Beendigung der Geschäftsbeziehung führen kann, wenn der\*die Lieferant\*in nicht kooperativ ist.

### ***Und wie oft besuchen Sie Fabriken?***

Das hängt von der Note ab, die beim ersten Besuch erreicht wurde. Je nach Resultat kann der nächste Besuch sehr kurzfristig stattfinden oder nach 4, 6 oder 12 Monaten. Einige Besuche werden angekündigt, andere sind unangekündigt. Eine kontinuierliche Überwachung ist sehr wichtig. Daher schulen wir auch die Kolleg\*innen aus der Qualitätskontrolle in den grundlegenden und wesentlichen Sicherheits- und Sozialstandards, da diese sich sehr häufig, nicht selten täglich, an den Produktionsstandorten aufhalten.



Shamim Ahmed (CSR &amp; Sustainability Triton Textile)

***Was gehört noch zu Ihrer Arbeit als CSR-Manager?***

Neben dem zuvor beschriebenen Monitoring und dem ganz wichtigen Mapping (Erfassen) von Lieferketten zur Schaffung von Transparenz sind wir der Meinung, dass Capacity Building ein essenzieller Faktor für die Aufrechterhaltung guter Compliance ist. Dazu gehören Schulungen für Fabrikmanagement und Arbeitnehmer\*innen zu Gesetzen und Vorschriften, zur Mitbestimmung der Arbeitnehmer\*innen und zu Produktzertifizierungen wie GOTS, GRS & OCS und Fairtrade. Wir vermitteln auch Wissen über die neuesten Trends bei Chemikalienmanagementsystemen wie DETOX, ZDHC und REACH.

***Wie reagieren die Fabriken auf Ihre Assessments?***

Ein Bewertungsverfahren beginnt mit einem Antrag unserer Kolleg\*innen aus dem Merchandising und nachdem die Fabrik einer Bewertung durch Triton zugestimmt hat. Die CSR-Abteilung übermittelt dem Lieferant\*innen relevante Dokumente zum Lesen und Verstehen mit der klaren Botschaft, dass die Fabrik mit all ihren Praktiken sehr transparent sein muss und dass echte Dokumente vorgelegt werden müssen. Jede Fabrik darf entscheiden, ob sie

fortfahren will oder nicht und unterzeichnet vorab eine Vereinbarung, bevor die Bewertung durchgeführt wird. Im Allgemeinen und mit sehr wenigen Ausnahmen begrüßen die Fabriken unsere Beurteilungen, nehmen die Ergebnisse positiv auf und erstellen Aktionspläne zur Beseitigung der Mängel.

***Was denken Sie, wie hat sich das Niveau der Einhaltung von Sozial- und Umweltvorschriften in der Textilindustrie in den letzten Jahren verändert?***

Der Sektor hat in den letzten Jahren eine bemerkenswerte Verbesserung in Bezug auf die Einhaltung von Sozial-, Sicherheits-, Umwelt-, Ökologie- und Chemievorschriften erreicht. Dazu gehört die Steigerung von Know-how, angemessenes Personal in den Fabriken mit genauen Verantwortlichkeiten, die Einhaltung von Gesetzen und Vorschriften, Wettbewerbsbereitschaft und verantwortungsbewusste Einkaufspraktiken. Die Herausforderungen bestehen weiterhin in der Aufrechterhaltung und Verbesserung von kontinuierlicher Nachhaltigkeit und das ist unser ständiges Ziel.

***Vielen Dank für diese Einblicke in Ihre tägliche Arbeit.***



Fotoshooting SFL 2018

## SHIRTS FOR LIFE – hauseigenes eco-Fashionlabel

Mit SHIRTS FOR LIFE (SFL) ist es uns gelungen, ein nachhaltiges Konzept zu entwickeln, das kontinuierlich Spenden für ökologische und soziale Projekte generiert. Mit SFL zeigen wir, dass Mode, die sozial und umweltverträglich produziert wird und einen Beitrag für die Gesellschaft leistet, nicht hochpreisig sein muss.

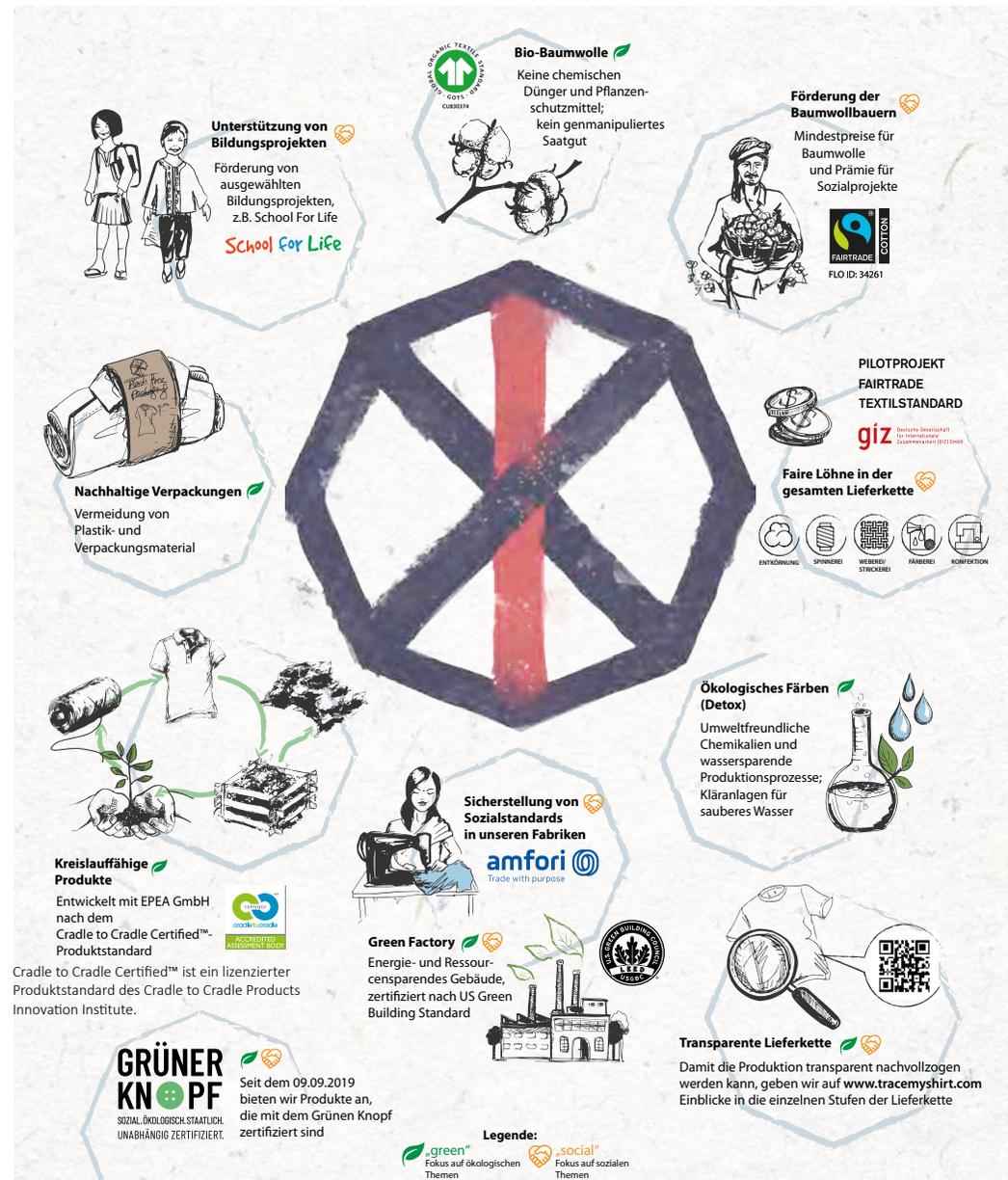
SHIRTS FOR  
LIFE

Bereits seit der Gründung von SFL 2013 wirtschaften wir konsequent nachhaltig – vom Baumwollfeld bis zur\*em Konsument\*in. Eine logische Schlussfolgerung war für uns durch absatzgebundene Spenden langfristig das UNESCO-prämierte Bildungsprojekt *School for Life* zu unterstützen und damit zur nachhaltigen Eigenmarke auch ein geschlossenes soziales Konzept zu initiieren.

SFL umfasst GOTS- und Fairtrade-Produkte aus der zukünftig weltweit ersten Fairtrade-Textilstandard-zertifizierten Lieferkette, seit 2020 sogar kreislauffähige Cradle to Cradle Certified™ Artikel. Im Rahmen des Textilstandards arbeiten wir pionierhaft daran, demokratische

Komitees der Arbeiter\*innen zu etablieren und existenzsichernde Löhne zu zahlen – und das erstmals entlang der gesamten Lieferkette. Die Herstellung erfolgt seit Anfang 2020 in einer zertifizierten Green Factory, transparent und gemäß unserem Leitbild des Social.Green.Circle.

Im Jahre 2019 sollten durch ein *Never out of Stock (NOS)*-Programm und Co-Branding die Verkaufszahlen erhöht und damit auch mehr Spenden generiert werden. Die Beschaffung beständig großer Mengen an unbedruckten Basic-Teilen, gibt dem Lieferant\*innen enorme Planungssicherheit und beugt somit z.B. Überstunden vor. Mit dieser neuen Strategie werden Marken, die ernsthaft und dauerhaft auf Nachhaltigkeit setzen, zum Co-Branding mit SFL bestärkt. Durch die erhöhte Reichweite versprechen wir uns einen merklichen Einfluss auf den Markt sowie die Möglichkeit, viele nachhaltige Projekte zu unterstützen, um mit besserer Bildung für höhere Einkommen zu sorgen und damit die Lebensbedingungen vor Ort zu verbessern. *Sea Shepherd, Derbe, Ethletic, VfB Stuttgart* und der Umweltaktivist Robert Marc Lehmann bereiten 2020 den Weg dafür.



Holistischer Ansatz bei SFL: Social.Green.Circle

## **Anbau von Bio-Baumwolle in Nepal zusammen mit dem *Naturschutzbund Deutschland e. V***

Brands Fashion ist seit 2015 Mitglied beim *Naturschutzbund Deutschland e. V (NABU)* und fördert die Arbeit der Organisation über die regulären Mitgliedsbeiträge sowie zusätzlich finanzierte Projekte, wie aktuell dem Nepal-Projekt: Am Rande eines Nationalparks im Westen des Landes kommt es oft zu Konflikt zwischen Mensch und Tier. Einheimische bewirtschaften ihre Felder mit Lebensmitteln, welche jedoch häufig von Wildtieren gefressen werden. Um

neben dem Disput auch die Armut durch gewinnbringende Nutzpflanzen zu bekämpfen, fördert die nepalesische Regierung den Anbau von alternativen Anbaupflanzen. Dabei ist die Wahl auf Baumwolle gefallen, da diese Pflanze zum einen nicht von Tieren gefressen wird und zum anderen gewinnbringend als Rohstoff verkauft werden kann. Dies ist Untersuchungsgegenstand des Nepal-Projektes.

Bereits in der Zeit von 1971 bis 1983 wurde in dieser Region Baumwolle angebaut. Das hat den Vorteil, dass die Gerätschaften zur weiteren

Verarbeitung von Baumwolle (Entkörnung) ggf. wiedereingesetzt werden können. Insgesamt könnte eine Fläche von 540,8 ha für den Baumwollanbau genutzt werden.

Mit einem Hektar Land, das von etwa 4 bis 5 Bauer\*innen bewirtschaftet wird, hat das Projekt im Dezember 2018 begonnen. Im Januar 2019 fand eine Forschungsreise der nepalesischen Farmer\*innen zu einem unserer Baumwoll-Lieferanten in Indien statt, der über ein weitreichendes und fundiertes Wissen über den biologischen Baumwollanbau mit Fairtrade-Standards verfügt. Dieser Exkurs wurde als sehr wertvoll empfunden, sodass unter Berücksichtigung ökologischer Standards Anfang Juli gesät und zum Jahresende 2019 erfolgreich geerntet werden konnte.

Im Jahr 2020 werden die nächsten Schritte des strategischen Rahmengerüsts des biologischen Baumwollanbaus erarbeitet. Wenn die geerntete Baumwolle der erforderlichen Qualität entspricht und eine Weiterverarbeitung möglich ist, soll das Ziel sein, das Projekt zu verlängern und die Anbaufläche zu erweitern.



Bio-Baumwollplantage in Nepal 2019



Bio-Baumwollplantage in Nepal: von der Frucht bis zu Baumwolle

LE  
FER  
KET  
TEN





### SDG Nummer 8: Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum

Unsere Ware beziehen wir seit Jahren im engen Austausch mit zuverlässigen Partner\*innen u. a. aus den Beschaffungsländern Bangladesch, Pakistan, China, Indonesien und der Türkei. Wir freuen uns, so viele engagierte Menschen kennen zu dürfen, mit denen wir gemeinsam den Weg Richtung nachhaltige Textilwirtschaft beschreiten.

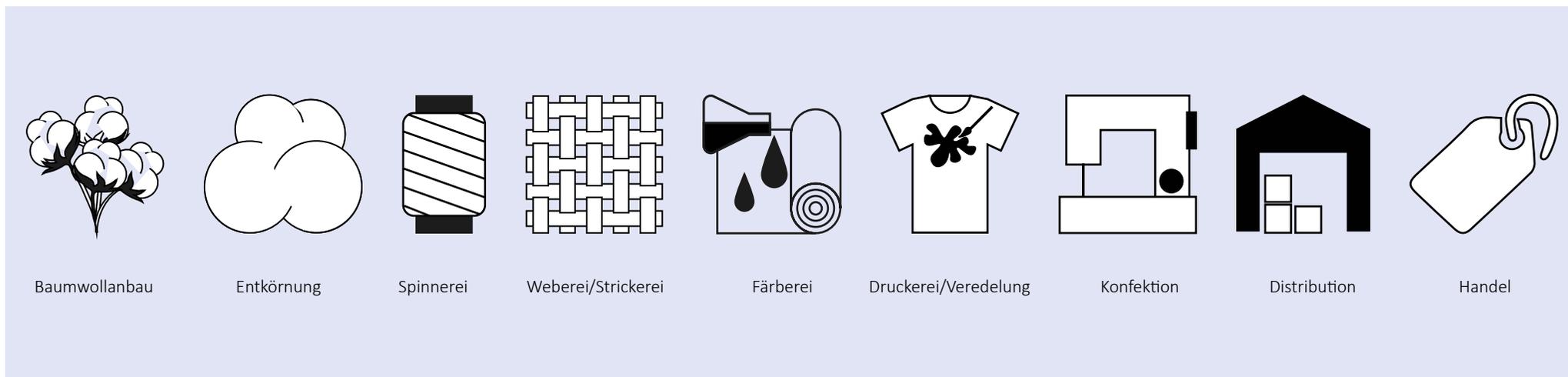
Brands Fashion ist überzeugt, dass ein dauerhaftes nachhaltiges Wirtschaftswachstum nur unter menschenwürdigen sicheren Arbeitsbedingungen erfolgreich sein kann. Wir wirken auf das 8. Ziel der SDGs ein, indem wir u.a. in Produktionsbetrieben sichere Arbeitsbedingungen forcieren, faire Entlohnung fördern und Lieferant\*innen bei innovativen Projekten unterstützen. Dabei

werden wir auch durch Standards wie *Fairtrade* und *GOTS* sowie Initiativen wie *Accord* und *amfori BSCI* unterstützt.

Gerade weil die Lieferketten in der Textilbranche sehr komplex und oft intransparent sind, fördern wir eine Verbesserung der Entlohnung und der Arbeitsbedingungen. Textilimporteur\*innen arbeiten und verhandeln üblicherweise nur mit Konfektionär\*innen, der höchsten Stufe der textilen Kette. Aus diesem Grund haben sie häufig nur einen Einblick in diesen Produktionsprozess. Um unseren hohen Ansprüchen gerecht zu werden, versuchen wir durch regelmäßige persönliche Besuche auch die tieferen Stufen der Lieferkette kennenzulernen und auf Mindeststandards zu prüfen. Diese etablierten Prozesse sind für uns ein Schritt Richtung verbesserte Beschäftigungschancen in Ländern des globalen Südens, Ungleichheiten zwischen Regionen zu verringern, Diskriminierung von Altersgruppen und Geschlechtern stetig abzubauen, informelle Beschäftigung zu verringern und ein gesichertes Arbeitsumfeld für alle zu fördern.

### Textile Wertschöpfung

Selbst in einem vermutlich simpel herzustellenden Kleidungsstück wie einem T-Shirt, stecken eine Vielzahl an Arbeitsschritten in unterschiedlichen Prozessstufen, die an verschiedenen Standorten und über Länder oder gar Kontinente verteilt ausgeführt werden. Die textile Lieferkette ist also äußerst komplex und umso verzweigter je tiefer man sie betrachtet. Die Abbildung *Textile Wertschöpfungskette* auf der Folgeseite zeigt eine lineare Lieferkette mit den einzelnen Prozessschritten. In der Realität beziehen Lieferant\*innen ihre Waren wie Rohbaumwolle oder fertige Stoffe von mehreren Zuliefer\*innen, sodass die Beschaffung in der Regel nicht stringent erfolgt, sondern viele Fertigungsbetriebe umfasst. Genau hier wird auch die Herausforderung deutlich: Umso mehr unterschiedliche Parteien in den Produktionsprozess involviert sind, desto größer ist die Schwierigkeit sie zu kennen und bei ihnen die Einhaltung unserer Sozial- und Umweltstandards zu kontrollieren.



Linear dargestellte textile Wertschöpfungskette

Brands Fashion nimmt sich dieser Herausforderung seit Jahren mit Freuden an. Zu den meisten unserer Lieferant\*innen pflegen wir direkte Geschäftsbeziehungen, auch wenn diese zusätzlich von Agenturen betreut werden.

„Sich Transparenz über die komplexen Lieferketten zu verschaffen, ist der erste Schritt zu einer nachhaltigen Produktion. Nur wenn ich die Fabriken kenne – im besten Fall persönlich – kann ich sicherstellen, dass Sozialstandards eingehalten werden. Die Umsetzung ist in der Regel ein Prozess, bei dem wir unsere Lieferant\*innen langfristig

begleiten. Schritt für Schritt.“ (Rabea Schafrick, Abteilung Nachhaltigkeit)

Wenn Fabriken vertikal organisiert sind, also mehrere Verarbeitungsschritte durchführen, ist der engere Kontakt bei einem großen Teil unserer Kette bereits gegeben. Ergänzend verpflichten wir unsere Lieferant\*innen zur Einhaltung unseres Verhaltenskodex, der den Einsatz von Kinderarbeit verbietet, der außerdem in unseren Allgemeinen Einkaufsbedingungen (AEBs) als No-Go-Kriterium festgelegt ist. Neben Audits durch unabhängige Institute, setzen wir vor allem auf

enge, vertrauensvolle Zusammenarbeit und sind selbst mehrfach im Jahr vor Ort bei unseren Produktionspartner\*innen (know your supplier!). Auch durch die fortschreitende Zertifizierung mit dem Fairtrade-Textilstandard konnten wir immer mehr persönliche Beziehungen zu involvierten Partner\*innen aufbauen. Dazu zählen Fabriken, deren Prozesse ausgelagert sind sowie Lieferant\*innen mit tieferen Prozessstufen, z. B. Spinnereien und Entkörnungsbetriebe. Ergänzend nutzen wir digitale Lösungsansätze, um die Transparenz in den Lieferketten zu erhöhen.

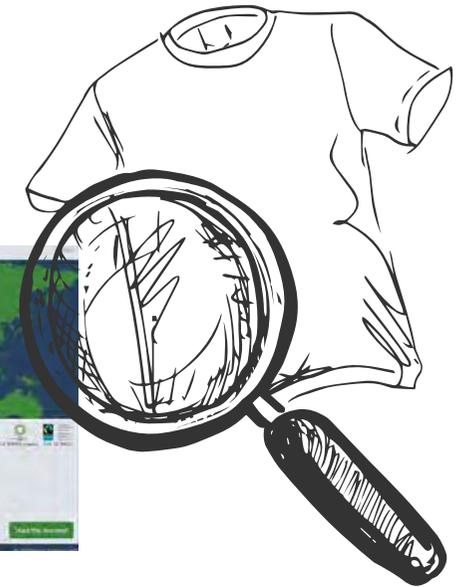
## Trace My Shirt – Transparenz vom Baumwollfeld bis zur Näherei

Immer mehr Textilunternehmen veröffentlichen inzwischen ihre sogenannten „Tier-1 Lieferant\*innen“, also die Fabriken der letzten Fertigungsstufe, in der Regel die Nähereien. Zunehmend weiten sich die Anforderungen an Umwelt- und Sozialstandards aber auf die gesamte Lieferkette aus. Es werden also zusätzlich die vorhergelagerten Prozessschritte wie Färben, Stricken oder Spinnen beleuchtet.

Gerade in der Textilindustrie wächst das Interesse der Konsument\*innen, den Ursprung von Ressourcen und die Herstellung der Produkte nachvollziehen zu können. Wir möchten unseren Kund\*innen diese Transparenz durch ein Tracking Tool bieten, das von uns 2017 selbst entwickelt wurde. *Trace My Shirt* ermöglicht, Lieferketten anhand eines Tracking- oder QR-Codes im Carelabel zurückzuverfolgen. Es werden dabei nicht nur Namen und Adressen der Produktionsstandorte angezeigt, sondern es bietet auch Auskunft über mögliche Sozial- und Umweltzertifikate. Fotos geben Einblicke in die Fertigungsstandorte und Prozessschritte.

# TraceMyShirt

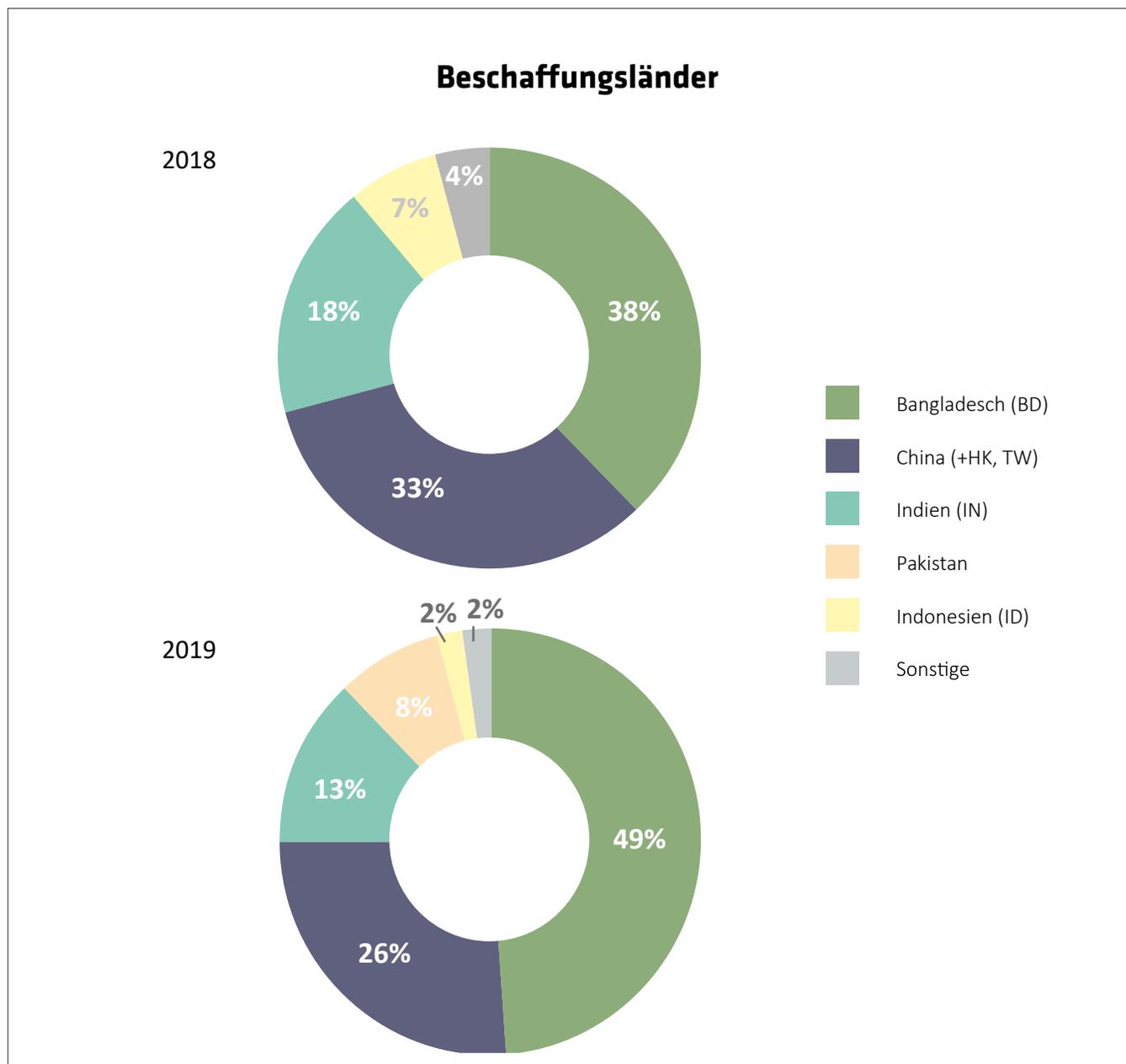
## VOLLSTÄNDIG TRANSPARENTE LIEFERKETTEN



Das Tracking Tool *Trace My Shirt* als digitaler Lösungsansatz zur Erhöhung der Transparenz in der Lieferkette

## Beschaffungsmärkte

Die Diagramme *Beschaffungsländer* zeigen die Verteilung des Einkaufsvolumens über unsere einzelnen Beschaffungsmärkte in den Jahren 2018 und 2019. Dabei sind die ersten drei Platzierungen konstant: Bangladesch ist das Land mit dem höchsten Einkaufsvolumen und konnte den Anteil von Importen von 38 % im Jahr 2018 auf 49 % im Jahr 2019 steigern. Auf Platz zwei folgt China mit einem Volumen von 33 % im Jahr 2018 und 26 % im Jahr 2019. China ist immer noch das relevanteste Herkunftsland für Bekleidungsimporteur\*innen aus Deutschland<sup>11</sup> und spielt auch weiterhin für Brands Fashion eine konstant bedeutende Rolle. Das drittgrößte Einkaufsvolumen verzeichnet Indien – im Jahr 2018 mit einer enormen Steigerung auf von 8 auf 18 % und mit stabilen 13 % im Jahr 2019.

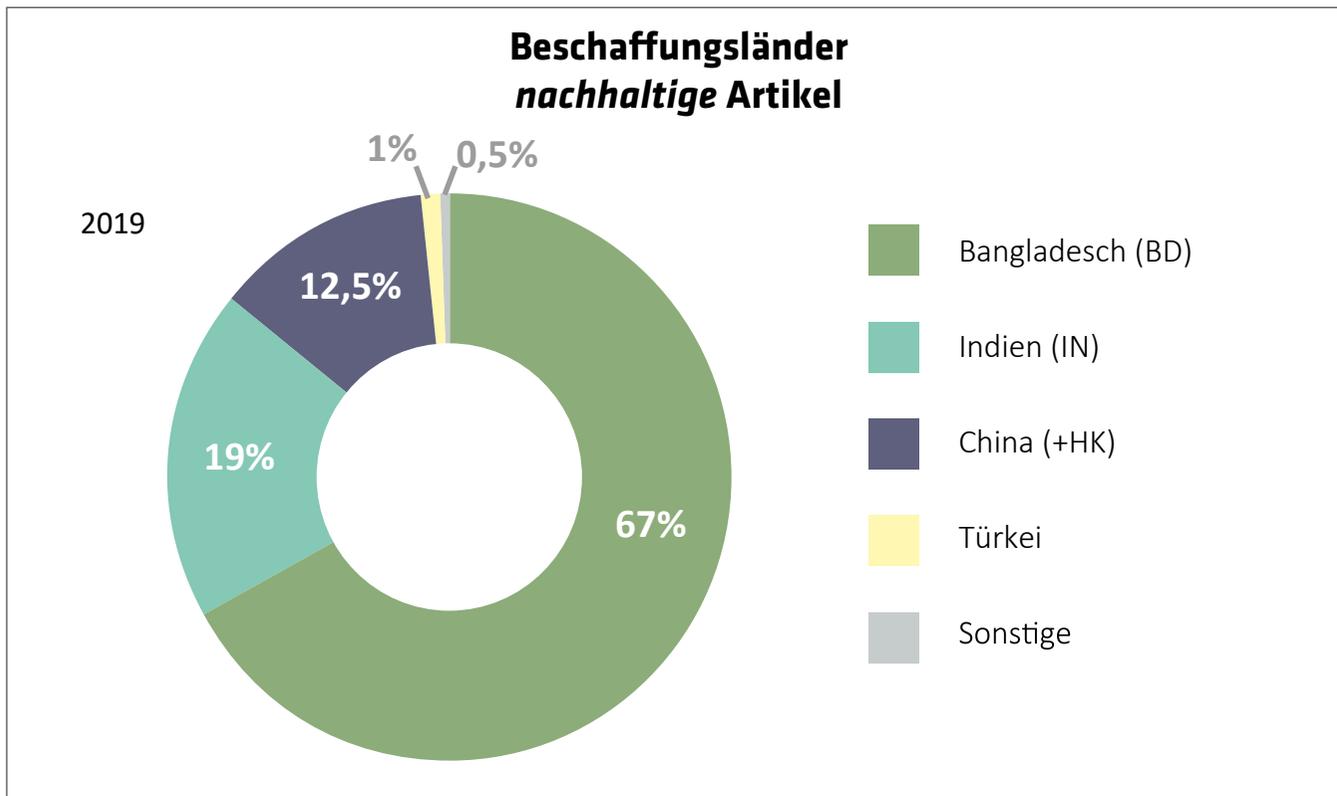


<sup>11</sup>2019, Statistisches Bundesamt: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/218179/umfrage/die-wichtigsten-importlaender-fuer-das-deutsche-bekleidungsgewerbe-nach-einfuhrwert/>.

Bei *nachhaltigen* Artikeln (heißt mit mindestens einem Siegel versehen, das z. B. für Bio-Baumwolle, *Fairtrade*-Baumwolle, recyceltes PES, zertifizierte Lieferkette steht) war die Verteilung des Einkaufsvolumens 2019 nach Beschaffungsländern wie folgt: Bangladesch führt mit 67 %, gefolgt von Indien mit 19 % und an dritter Stelle China mit 12,5 %.

Indien ist für uns ein besonders interessantes Produktionsland, da wir hier die gesamte textile Lieferkette innerhalb eines Landes realisieren und so CO<sub>2</sub>-intensive Transportwege geringhalten können. Eine übersichtliche Anzahl an Partnern gibt uns zudem die Möglichkeit, die Produktionsstätten regelmäßig zu besuchen und direkte persönliche Beziehungen zu pflegen.

Unsere langjährigen Partner, die Brüder Sankar und Ganesh Anantharaman, dürfen mit Recht als Pioniere der Nachhaltigkeit bezeichnet werden. Ihre 2011 gegründete Firma SAGS Apparels ist nicht nur *Fairtrade*- und *GOTS*-zertifiziert, sondern ist auch eine der ersten Fabriken, die sich nach dem *Fairtrade-Textilstandard* zertifizieren lässt. Darüber hinaus ist die Fabrik der Brüder als erstes indisches Unternehmen innerhalb eines Bestandsgebäudes nach den strengen Vorgaben des international renommierten *Leader in Energy and Environmental Design (LEED)*-Systems für nachhaltige Gebäude zu einer *grünen Textilfabrik* umgebaut worden – und wurde 2020 mit der Platinzertifizierung ausgezeichnet. Die Zertifizierung erfolgt nach einem Punktesystem, das auf der Erfüllung anspruchsvoller Schlüsselkriterien fußt. So werden u. a. Wasserverbrauch und Abfallmanagement, der Einsatz erneuerbarer Energien und umweltschonender Materialien, die Innenraum-Luftqualität sowie kommunale Anbindungen bewertet.



## Green Factory

Der Zeitpunkt der Neueröffnung liegt zwar außerhalb des offiziellen Berichtszeitraumes des vorliegenden Nachhaltigkeitsberichtes, doch der Umbau zur *Green Factory* fand zuvor statt. Aus diesem Grund geben wir in dem vorliegenden Bericht einen Überblick über die *LEED*-zertifizierte *Green Factory*:

### Green Factory Factsheet

- 75 % der Mitarbeiter\*innen können ihren Arbeitsplatz zu Fuß und öffentlichen Verkehrsmitteln erreichen. Das spart CO<sub>2</sub>-Emissionen. Außerdem bekommen die Mitarbeiter\*innen eine Schulung für ein größeres Umweltbewusstsein.
- 465 m<sup>2</sup> freie Flächen auf dem Dach und dem Gelände wurden für mehr Biodiversität begrünt.
- 15 m<sup>3</sup> Wasser werden durchschnittlich täglich gesammelt und u. a. für sanitäre Anlagen genutzt, um die Wasserreserven zu schonen.
- Freiflächen werden mit heimischen Bäumen bepflanzt, damit diese Schatten spenden und die Erhitzung des Bodens reduzieren.
- 100 % ökologische Dünge- und Spritzmittel werden für die Kultivierung und Pflege der existierenden und neu gepflanzten Flora genutzt.
- 20 Tonnen CO<sub>2</sub> werden jährlich durch Modernisierungsmaßnahmen eingespart.
- 30 kW Solarpaneele wurden installiert, um 60 % des jährlichen Energiebedarfs zu decken.
- Mehr als 80 % des Mülls werden getrennt, damit Recycling gewährleistet werden kann.



*Green Factory* in Tiruppur, Indien

## Ganesh Anantharaman über Bewusstseinswandel, faire Löhne und die *Green Factory*:

### Was hat sich in den letzten zwei Jahren konkret geändert?

Wir haben die Kapazität für unsere nachhaltige Produktion erhöht, indem wir zusätzliche Maschinen angeschafft haben und mehr Personal eingestellt haben. Inzwischen ist allen bewusst, dass es ein Wettbewerbsvorteil ist, nachhaltige Textilien herzustellen. Und wir glauben fest daran, dass wir weiter wachsen werden, weil dieser Bereich eine Zukunft hat.

### Was waren die größten Hürden bei Ihnen und bei den Mitarbeiter\*innen?

Es musste ein Bewusstseinswandel stattfinden und damit einhergehend wurden eine Menge Gespräche geführt, weil am Anfang alle hier ein bisschen skeptisch waren. Inzwischen wissen wir natürlich die Unterstützung zu schätzen und haben auf dem Weg viel gelernt.

Allerdings haben wir leider hohe Fluktuation der Mitarbeiter\*innen, das stellt eine Hürde beim Kapazitätsaufbau dar. Wir müssen viel mehr ausgeben, um auch in unserer Lieferkette die nachhaltigen Produktionsrichtlinien sicherzustellen.

### **Warum dauert es so lange, höhere Löhne zu zahlen? (Zahlt das nicht der/die Auftraggeber\*in?)**

Wir müssen uns in dieser Angelegenheit an unsere lokalen Gesetze und Wettbewerber halten. Wenn wir den vorgeschlagenen höheren, existenzsichernden Lohn sofort zahlen, müssen wir höhere Sozialversicherungsbeiträge vom Lohn abziehen, das würden unsere Mitarbeiter\*innen nicht akzeptieren.

### **Inwiefern haben sich die Kosten pro Teil durch die Implementierung nachhaltiger Produktionsweisen erhöht? Wo kann gespart werden?**

Durchschnittlich steigen die Kosten zwischen 5 und 10 %. Allerdings kann man bei der richtigen Umsetzung der nachhaltigen Produktion auf lange Sicht bei verschiedenen Produktionsprozessen Einsparungen erzielen.

### **Gibt es mit der nachhaltigen Ausrichtung mehr Interesse/Kundenanfragen?**

Ja, man merkt deutliches Interesse seitens der Kund\*innen an unserer *Green Factory*.



Ganesh Anantharaman, SAGS Apparels

### **Inwiefern sind Sie Vorbild in Indien - gibt es viele Nachahmer? Was empfehlen Sie anderen Fabrikbesitzer\*innen, die auch diesen Weg einschlagen wollen?**

In vielen Fabriken werden bereits nachhaltige Standards eingeführt. Allerdings empfehlen wir den Mitbewerber\*innen diese Standards nicht nur einzusetzen, um mehr Aufträge zu bekommen und die Kund\*innen glücklich zu machen. Vielmehr ist es auch wichtig, die notwendigen Änderungen vorzunehmen, damit unsere Gesellschaft, unser Land und unser Planet davon profitieren und sie so unser tägliches Leben besser machen.

### **Wie entstand die Idee zur *Green Factory*?**

Auf unserem langen Weg in Sachen Nachhaltigkeit widmen wir uns nun diesem großen Projekt, dass wir durch die Unterstützung von Brands Fashion verwirklichen können. Ich hatte den Wunsch, unsere umweltfreundlichen Produkte in einer Fabrik herzustellen, die entsprechende Standards hat, um auch dort eine ökologische Wirkung zu erzielen. Durch ein Upgrade auf eine grüne Produktionsstätte können wir den CO<sub>2</sub>-Fußabdruck um 20 t pro Jahr reduzieren.

**Vielen Dank, Herr Anantharaman!**

## Allgemeine Einkaufsbedingungen

Im Jahr 2018 haben wir unsere Anforderungen an Lieferant\*innen zur Stärkung von Sozial- und Umweltstandards in unsere Allgemeinen Einkaufsbedingungen (AEB) aufgenommen. Damit sind sie Teil der Geschäftsbeziehung mit jedem\*r direkten Geschäftspartner\*in, also dem\*r Tier 1-Lieferant\*in. Die Unterzeichnung der AEB ist seitdem Grundlage für jede neue Zusammenarbeit geworden. Neben einer Grundsatzerklärung, in der wir uns zu verschiedenen Menschenrechtskonventionen und -richtlinien bekennen und Risiken der Textilbranche definieren, enthält das Dokument konkrete Anforderungen an unsere Tier 1-Lieferant\*innen sowie deren Lieferkette. Als amfori BSCI-Mitglied weisen wir auf den Verhaltenskodex von amfori hin, der wiederum auf den *ILO*-Kernarbeitsnormen basiert und zu dessen Einhaltung sich jede\*r Unterzeichner\*in verpflichtet. Bei Verstößen gegen den Kodex werden bestimmte Maßnahmen gefordert, die ebenfalls definiert sind. Grundsätzlich wird eine Verbesserung der Mängel verlangt, die je nach Schweregrad des Verstoßes umgehend, mittel- oder langfristig erfolgen muss. Bei besonders schweren Verstößen, die in sogenannten *Zero Tolerance*-Kriterien definiert sind, kann es zur Beendigung der Geschäftsbeziehung kommen. In

einer *Subcontracting Policy* weisen wir darauf hin, dass die eigenständige Weitergabe von Aufträgen an andere Lieferant\*innen nicht erlaubt ist und zu Geldstrafen sowie ebenfalls der Auflösung der Geschäftsbeziehung führen kann.

Im Bereich der Umweltstandards setzen wir in den AEBs ein besonderes Augenmerk auf die nassverarbeitenden Produktionsstätten – die Färbereien, Wäschereien oder Druckereien von Textilien. Bei diesen Verarbeitungsschritten werden vielfältige Chemikalien für die Veredelung von Kleidungsstücken eingesetzt. Deshalb ist das Risiko einer hohen Umweltbelastung bei diesen Prozessen besonders hoch. Um negative Auswirkungen auf Menschen und Umwelt so gering wie möglich zu halten, verpflichten wir sämtliche Tier 1-Lieferant\*innen sowie ihre Lieferketten nach der *Manufacturing Restricted Substances List (MRSL)* der *Zero Discharge of Hazardous Chemicals (ZDHC)* zu arbeiten und somit alle elf schädlichsten Chemikaliengruppen aus ihrer gesamten Produktion zu verbannen. Um einen sicheren Umgang mit den übrigen Chemikalien zu gewährleisten, sind unsere Zuliefer\*innen aufgefordert, ein nachhaltiges Chemikalienmanagement zu pflegen. So müssen in allen Nassbetrieben Chemikalieninventare geführt werden und Sicherheitsdatenblätter aller

Chemikalien stets verfügbar sein. Nicht zuletzt ist das effektive Management von Abwässern und Klärschlämmen eine Voraussetzung für eine Zusammenarbeit einer Nassproduktionsstätte mit Brands Fashion. Da all diese Betriebe eine hohe Nutzung von Wasser aber auch weiteren Ressourcen gemein haben, bieten wir allen Tier 1-Lieferant\*innen sowie ihren Lieferketten die Möglichkeit, ihre Umweltmanagement-Performance kostenlos auf der Plattform amfori BEPI darzustellen, zu überwachen und passende Verbesserungsmaßnahmen zu erörtern.

Ein wichtiges Ziel von Brands Fashion ist außerdem zunehmende Transparenz über die Lieferketten, weswegen wir unsere Geschäftspartner\*innen um Offenlegung ihrer Vorlieferant\*innen bitten. Die Daten der Lieferkette nutzen wir unter anderem für unser Tracking Tool Trace My Shirt.

## Risikoanalyse

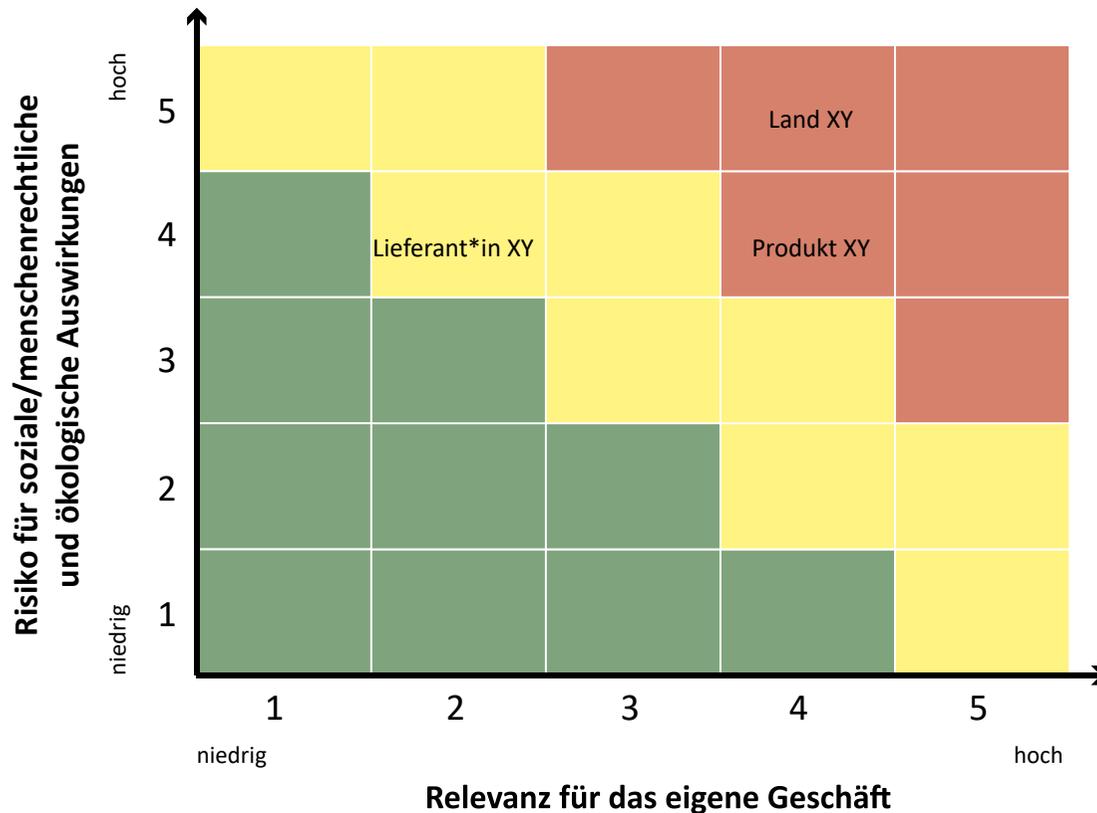
Das Identifizieren von Risiken und die Auswahl entsprechender Maßnahmen gehören zu den alltäglichen Aufgaben der Abteilung Nachhaltigkeit. Im Jahr 2019 wurde sogar ein neuer standardisierter Prozess der Risikoermittlung und -priorisierung entwickelt und implementiert. Seitdem arbeiten wir mit einer umfangreichen Matrix, in der soziale und

ökologische Risiken auf Länder-, Produkt- und Lieferantenebene dargestellt werden. Ein großer Mehrwert der Risikomatrix ist, dass die drei Ebenen miteinander verknüpft werden, um je Fall das allgemeine Risiko und Handlungsbedarfe erkennen zu können. In der Detailansicht wird dann ersichtlich, dass beispielsweise das Risiko im Fall *Produktion einer Softshelljacke (Produkt) bei/m Lieferant\*in XY (Lieferant) in China (Land)*

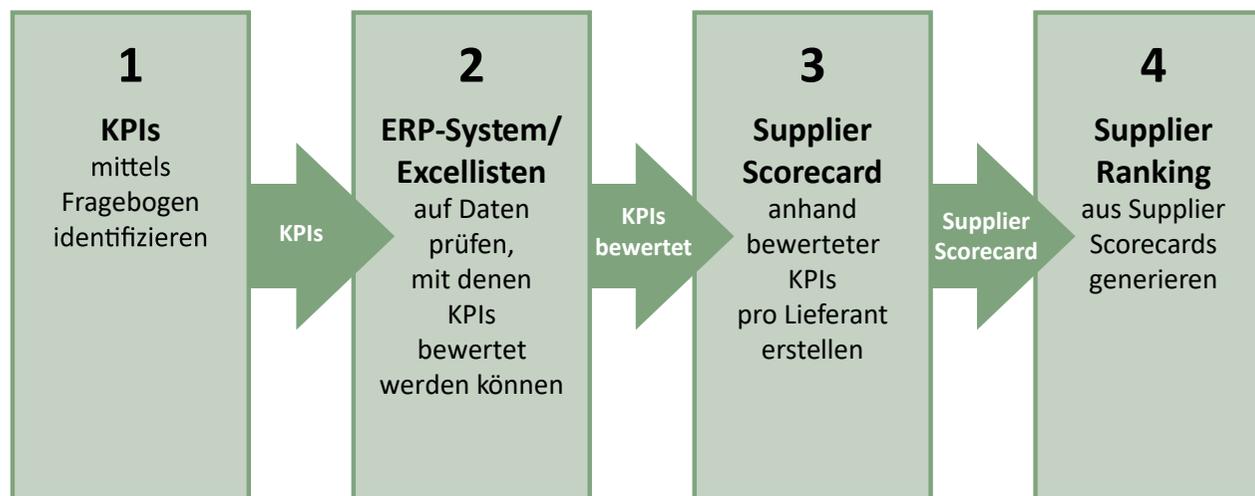
gemindert werden kann, wenn das ursprünglich eingesetzte konventionelle PES durch recyceltes ersetzt wird. Hier ist der Austausch des Rohstoffes eine angemessene Maßnahme, um die PES-spezifischen ökologischen Risiken Chemikalienverbrauch und Abfallaufkommen zu mindern.

Die Identifikation potentieller Risiken basiert

auf einschlägigen Quellen von Brancheninitiativen, z. B. *CSR Risiko-Check* und *Textile Exchange*. In Kombination mit der Auswertung interner Daten, wie Bestellwert pro Land, Einkaufsvolumen je Lieferant\*in, Anzahl und Güte von Drittparteienzertifizierungen je Lieferant\*in und die Faserzusammensetzung von Artikeln, werden die tatsächlichen Risiken ermittelt. So können Entscheidungen über Maßnahmen zur Minimierung der Risiken für reelle individuelle Fälle nach objektiven Kriterien getroffen werden. Die Risikoanalyse wird entsprechend der *OECD* Empfehlung mindestens alle 2 Jahre, bei der Aufnahme neuer Produkte, Länder, Lieferant\*in oder bei relevanten Änderungen im Unternehmen aktualisiert. Basierend auf diesem Prozess sowie den von der *OECD* empfohlenen Kriterien – Schweregrad der Auswirkungen, Wahrscheinlichkeit des Eintretens, Irreversibilität und Relevanz für das Unternehmen – haben wir im Jahre 2019 unter anderem folgende Risiken priorisiert: Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz, existenzsichernde Löhne, Treibhausgasemissionen sowie Umwelt- und humantoxikologische Risiken bei konventionellen Materialien. Über implementierte Maßnahmen, u. a. die zuvor genannte Aktualisierungen der AEBs, berichten wir im vorliegenden Nachhaltigkeitsbericht.



Risikomatrix: Einordnung Lieferant\*innen, Länder und Produkte entsprechend ihres Risikos



4 Meilensteine des Projektes *Lieferantenbewertung*

## Lieferantenbewertungssystem/ Supplier Ranking System

2018 haben wir im Rahmen einer Bachelorarbeit mit einer Studentin der Universität Lüneburg ein Lieferantenbewertungssystem aufgesetzt. Anhand von definierten Kriterien wird jede\*r Lieferant\*in, mit dem wir zusammenarbeiten, bewertet. Die Kriterien wurden von den Abteilungen Einkauf, Qualitätssicherung und Importlogistik sowie der Nachhaltigkeitsabteilung bestimmt und gewichtet. Während im Einkauf Kriterien wie Umsatz, Mindestmengen oder Termintreue eine Rolle spielen und für die Qualitätssicherung die fehlerfreie Fertigung des Artikels entscheidend ist, werden in der Nachhaltigkeit Anforderungen in

unterschiedlichen Bereichen gestellt. Neben den Ergebnissen aus Sozialaudits und vorgenommenen Korrekturmaßnahmen werden Vorhandensein und Qualität von Abwassertests von Textilfärbereien bewertet sowie die Bereitschaft der\*s Lieferant\*in seine Lieferkette offen zu legen. Ob und mit welchen Produktsiegeln für nachhaltige Fasern oder Lieferketten ein\*e Lieferant\*in arbeitet, fließt ebenfalls in das Ranking ein. Außerdem wurden sogenannte *Knock-Out*-Kriterien definiert, die zu einer sofortigen Sperre der\*s Lieferant\*in führen.

Aus dem Querschnitt der Bewertungen aller Abteilungen ergibt sich ein Gesamtscore der\*s Lieferant\*in. Das mittelfristige Ziel ist es, Aufträge

entsprechend der Bewertung zu vergeben, besonders gute Lieferant\*innen also zu fördern. Lieferant\*innen, die unsere Anforderungen erfüllen und sich stetig verbessern, sollen also entsprechend belohnt werden. Zudem hilft uns die abteilungsübergreifende Bewertung, Lieferant\*innen zu bündeln und den Pool möglichst weiter zu reduzieren.

## Effektive Beschwerdemechanismen

Unter anderem angestoßen durch den *Grünen Knopf* hat die Diskussion über Beschwerdemechanismen in textilen Lieferketten in den letzten Monaten stark zugenommen. Als Mitglied von *amfori* verpflichten wir alle Lieferant\*innen dazu, ein System für Beschwerden und Vorschläge von Beschäftigten zur Verfügung zu stellen. Dies wird im Rahmen von unabhängigen Sozialaudits bei unseren Konfektionär\*innen abgeprüft. *GOTS*-zertifizierte Lieferketten müssen gemäß Standard ebenfalls Beschwerdemechanismen vorweisen können, was wiederum während der *GOTS*-Audits kontrolliert wird. Wir selbst fragen zusätzlich dazu ab, welche Mechanismen bei unseren Zulieferern implementiert sind und beurteilen deren Wirksamkeit. Dies geschieht in eigenen Assessments durch unsere Partner\*innen vor Ort, vor allem aber auch bei persönlichen Besuchen

in den Produktionsstätten. Dabei werden neben dem Management auch Arbeiter\*innen zu dem Umgang mit Beschwerden befragt.

Mittelfristig haben wir uns als Ziel gesetzt, effektive Beschwerdemechanismen in Hochrisikoländern sicherzustellen. Diese sollen die Wirksamkeitskriterien der Leitprinzipien der Vereinten Nationen erfüllen und mindestens auf der Ebene der Konfektionierung umgesetzt werden. Im ersten Schritt haben wir dafür im Sommer 2019 mit einem systematischen Mapping von Beschwerden begonnen. Diese werden seitdem gezielt erfasst und ausgewertet.

In Bangladesch werden Beschwerden über einen Kanal des Accord Brandschutzabkommens gesammelt, geprüft und an uns weiter kommuniziert. Daraufhin setzen wir uns mit dem Fabrikmanagement zur weiteren Klärung in Verbindung. Die eingegangenen Beschwerden in 2018 und 2019 in Bangladesch bezogen sich vornehmlich auf die Verletzung von Gewerkschaftsrechten, Verstöße gegen Arbeitsrechte oder Sicherheitsmängel in den Fabriken. In Indien waren wir im Rahmen des Programms zum Fairtrade-Textilstandard sehr eng und regelmäßig mit Fabrikmitarbeiter\*innen der gesamten Lieferkette im Austausch und konnten

verschiedene Impulse oftmals unmittelbar zusammen mit den Arbeiterkomitees und dem Fabrikmanagement umsetzen. Größere Themen, wie eine Erhöhung der Löhne hin zu

einem existenzsichernden Level, werden mit langfristigen Maßnahmen angegangen. Außerhalb des Fairtrade-Textilstandards erreichte uns auf direktem Wege eine Beschwerde zu ausbleibenden Gehaltszahlungen an Mitarbeiter\*innen einer Fabrik. In dem Fall unterstützte uns *Fairtrade* bei der Recherche und Aufarbeitung.

Auf den Erfahrungen aus beiden Ländern möchten wir aufbauen und Mechanismen in weiteren Lieferketten und Ländern fördern. Es wurde ein festgelegter Prozess zum Umgang mit Beschwerden inklusive klarem Verfahren zum Umgang mit Beschwerden, Kontaktpersonen und Zeitplan festgelegt. Aus unserer Sicht ist ein fairer, zugänglicher und transparenter Mechanismus auf Fabrikebene die sinnvollste Methode, um mit Beschwerden umzugehen. Dennoch prüfen wir, basierend auf unseren Untersuchungen zur Effektivität der bereits bestehenden Mechanismen, eine mögliche Beteiligung an einem sogenannten „back-up“ Mechanismus, der nicht mehr auf Fabrikebene stattfindet, sondern nach außen eskaliert werden kann.



*Suggestion Box* bei einem Zulieferer aus Wujiang, China: Zielführender Beschwerdemechanismus ist jedoch mehr, als eine Box aufzuhängen

# ST AN DO RT





### SDG Nummer 9:

#### Industrie, Innovation und Infrastruktur

Das Ziel „eine widerstandsfähige Infrastruktur aufzubauen, inklusive und nachhaltige Industrialisierung zu fördern und Innovationen zu unterstützen“ verfolgen wir mit unterschiedlichen Maßnahmen am Standort in Buchholz.

Dafür vernetzen wir uns zum Beispiel mit lokalen Stakeholdern der Wirtschaftsförderung Harburg und tauschen uns mit Unternehmen aus der Textilbranche über neue Innovationen und Trends aus. Als Ausbildungsstandort für Groß- und Einzelhandelskaufleute sowie Grafikdesigner und Lageristen erhalten wir Zugang zur Wissenschaft und kooperieren mit der Berufsakademie Lüneburg.

Um die regionale Mobilität für unsere Mitarbeiter\*innen zu verbessern, wurde ein Mobilitätsteam gegründet. Nach der Einführung von Plug-In-Hybriden und Elektroautos als

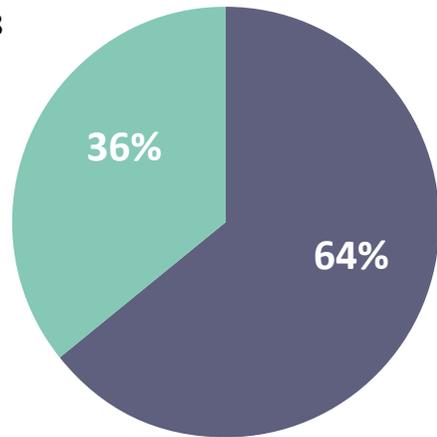
Firmenwagen ist folgend ein neues Konzept für eine verbesserte Fahrradinfrastruktur geplant. Eine Erfassung der CO<sub>2</sub>-Emissionen für Dienstreisen sowie für optimierte Transportwege wird seit 2018 durchgeführt. Brands Fashion setzt auf erneuerbare Energien und unterstützt die Biodiversität durch ein Bienenhotel und aufgehängte Brutkästen am Standort Buchholz. Investitionen in neue Geschäftsfelder haben zu der Gründung des innovativen Unternehmens GoJungo geführt, bei dem neue Technologien eingesetzt und weiterentwickelt werden.



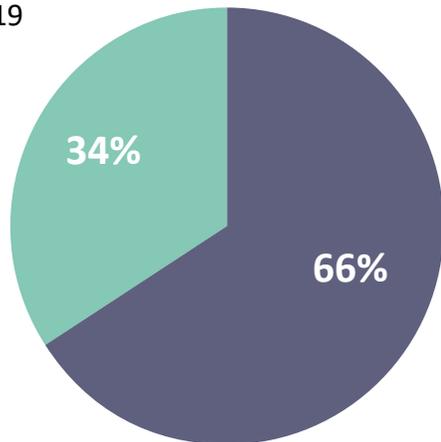
Brands Fashion-Team beim Clean Up Day 2019

## Verhältnis Frauen und Männer bei Brands Fashion

2018



2019



weiblich männlich

Bei unseren Nachhaltigkeitsbemühungen und -aktivitäten konzentrieren wir uns nicht nur auf unsere Lieferkette. Wir beziehen ebenso den Unternehmenshauptsitz Buchholz sowie das Lager in Zachow ein. Dabei stehen insbesondere unsere Mitarbeiter\*innen im Fokus.

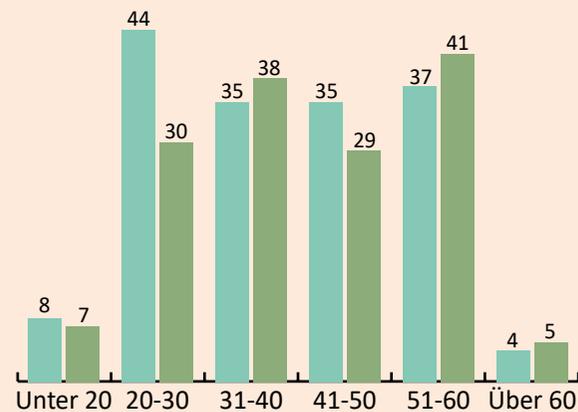
## Kennzahlen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

Brands Fashion beschäftigte 2018 insgesamt 163 Mitarbeiter\*innen, 97 % davon waren zum Stichtag 31.12.2018 fest angestellt. Im gleichen Jahr wurden 19 Aushilfen, Azubis, Trainees und Praktikant\*innen ausgebildet. Im Jahr 2019

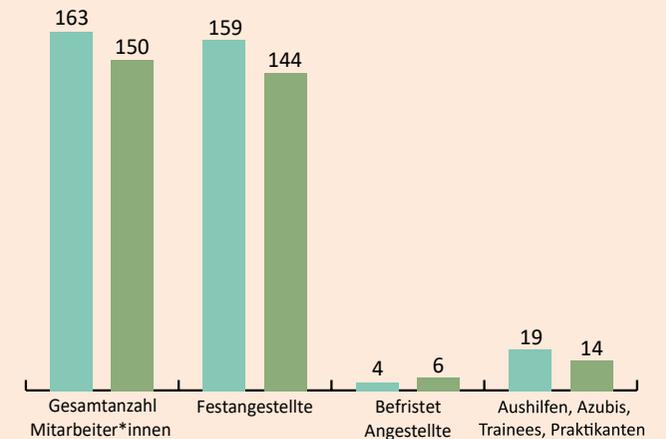
verringerte sich die Anzahl der Mitarbeiter\*innen auf insgesamt 150. Grund dafür ist die Schließung unserer Outlets in Lüneburg und Buchholz. Am 31.12.2019 waren 96 % fest angestellt, davon 14 Aushilfen, Azubis, Trainees und Praktikant\*innen bei Brands Fashion tätig. Das Durchschnittsalter betrug im Jahr 2018 39 Jahre, im Jahr 2019 41 Jahre.

Im Berichtszeitraum waren fast doppelt so viele weibliche wie männliche Mitarbeiter bei uns tätig. Das Verhältnis in Führungspositionen betrug 1:2 (w:m).

## Altersverteilung



## Anstellungsverhältnis



2018 2019

## Neue Promotion-Abteilung: Chancen und Herausforderungen

Analog zur Unternehmensstrategie von Brands Fashion wollen wir auch nachhaltige, langlebige Produkte als Werbeatikel anbieten – und uns hier ebenfalls als Pionier positionieren. Aus diesem Grund haben wir im Oktober 2019 unser Portfolio um *Social.Green.Promotion* ergänzt. Dabei geht es zum einen darum, die Beschaffung sozial- und umweltfreundlich zu gestalten und zum anderen um den Einsatz nachhaltiger Materialien. Das bisherige Feedback dazu ist sehr positiv – und wir stellen fest, dass auch in den Produktionsländern in Fernost das Bewusstsein wächst, dass die Herstellung von Hartwaren nicht zu Lasten der Natur gehen darf.

Nach unserem Start letzten Jahres haben wir uns intensiv mit unseren Bestandslieferant\*innen in China auseinandergesetzt und kommuniziert, dass wir zukünftig ausschließlich in *Business Social Compliance Initiative* (BSCI)-auditiereten Fabriken produzieren lassen wollen. Dies wurde sehr positiv aufgenommen und auch unsere Agent\*innen vor Ort haben ein gesteigertes Interesse gezeigt. Mittlerweile lassen wir einen Großteil unserer Werbeatikel in BSCI-auditiereten Fabriken produzieren.

Manchmal ist es leider nicht möglich, einen von\*m Kund\*in gewünschten Artikel in einer BSCI-auditiereten Fabrik produzieren zu lassen. Um dennoch einen bestmöglichen Einblick in die Fabrik bekommen zu können, muss diese alternativ zum Sozialaudit einen detaillierten Fragebogen zu ihren sozialen Standards beantworten und ergänzend Fotos der Fabrik, z.B. Notausgänge, Produktion und Feuerlöscher, an uns versenden. Dies ist für uns eine vorübergehende Option statt des BSCI-Reports, dennoch legen wir den Fabriken nahe, sich auditieren zu lassen.

Wir haben uns außerdem viel mit nachhaltigen Materialien beschäftigt, z. B. Bambus, Maisstärke, Polymilchsäuren, Reishülsen, recyceltem Polyester, Kork, Bio-Baumwolle, Zuckerrohr, Kaffeesatz, Weizen und Naturkautschuk. Mittlerweile können wir zahlreiche Produkte aus innovativen, nachhaltigeren Materialien anbieten, z. B. Schreibgeräte aus Zuckerrohrfasern und Kaffeesatz, Sportbeutel und Taschen aus recyceltem PET oder Bambusfasern sowie diverse Artikel aus Bambus, wie ein Insektenhotel als Bausatz. Letzteres fand großen Anklang, was uns besonders freut, da es nicht nur aus einem schnell nachwachsenden Rohstoff besteht, sondern man durch dessen Aufbau darüber hinaus die einheimische Flora und Fauna fördert.

Eine große Herausforderung ist die Produktion von Kaffeebechern aus nachhaltigerem Material. Sie komplett kunststofffrei zu produzieren ist noch nicht möglich – leider werden darüber viele Fehlinformationen im Handel verbreitet. Bei der Produktion diverser Artikel aus Bambus- oder Weizenfasern sowie Reishülsen wird immer



**„Auch in unserer neuen Produktparte bleiben wir unserem Leitsatz treu und versuchen so viele Kund\*innen wie möglich von unserem nachhaltigen Weg zu überzeugen!“ (Lena Sabine Stöck und Christian Hoppmann, Abteilung Promotion)**

Klebstoff eingesetzt. Diese Klebstoffe beinhalten Kunststoffanteile, wie z. B. Melamin, Polypropylen oder Kunstharze. Beim Einfüllen heißer Flüssigkeiten können sich gesundheitsschädliche Melaminpartikel lösen. Recyceln lassen sich diese Produkte auch nur schwer, da Abfallverwertungsanlagen diese Stoffe nicht extrahieren können. Die Produkthanforderungen sollten also immer genauestens analysiert und das entsprechende Material ausgewählt werden.

Leider ist es nicht immer möglich, eine nachhaltigere Materialalternative anzubieten, wie z. B. bei Ladekabeln oder Lampen. Insbesondere bei diesen Artikeln legen wir dafür viel Wert auf eine nachhaltigere Verpackungslösung. Die Verpackungsgröße sollte so gering wie möglich sein, um Rohstoffe und Frachtkosten zu sparen. Das Verpackungsmaterial sollte möglichst komplett kunststofffrei sein und aus recyceltem- oder Naturpapier bestehen.



Nachhaltige Promotion-Artikel

## Neue Tochterfirma GoJungo

Im Juli 2019 haben wir unser Unternehmensprofil um eine neue Tochterfirma erweitert: die GoJungo GmbH. Kerngeschäft sind multiple Service-Dienstleistungen im E-Commerce: Das Start-up bietet eine innovative Plattform und übernimmt für Marken komplexe und zeitaufwändige Prozesse für den erfolgreichen Verkauf von Produkten – insbesondere Textil und Heimtextilien – auf Marktplätzen. Zudem übernimmt GoJungo alle weiteren Schritte der Wertschöpfungskette des E-Commerce, wie Bild- und Textbearbeitung, Fulfillment, Logistik, Kundenservice, Marketing sowie die Erstellung und Betreuung von Webshops. Grundprinzipien stellen dabei Kompetenz, Transparenz und Nachhaltigkeit dar. Dafür erarbeiten wir derzeit eine Kundenabfrage bezüglich ihrer Nachhaltigkeitsstandards und -siegel bzw. -zertifikate. Im zweiten Schritt ist ergänzend eine aktive Beratung zur Förderung von ökologischen und sozialen Standards geplant.



Übrigens: Der Name GoJungo kommt aus dem Lateinischen. *Go* steht für *Start* und *Jungo* für *verbinden*.



**„Wir sind neu, aber nicht neu im Geschäft. GoJungo ist ein Joint Venture aus den Firmen Brands Fashion GmbH mit Sitz in Buchholz in der Nordheide und der Scan Thor Group mit Sitz in Herning, Dänemark. Durch unsere Internationalität und Erfahrung mit Mode- und Textilmarken sichern wir die Anforderungen und das Wissen auf den internationalen Märkten.“**  
**(Stephan Sommerlik, Geschäftsführung GoJungo)**

## Aufbau Mobilitätsmanagement

Im Rahmen unserer Mitgliedschaft beim Bundesdeutschen Arbeitskreis für Umweltbewusstes Management (B.A.U.M.) e.V. haben wir uns im März 2018 um eine Beratung zum betrieblichen Mobilitätsmanagement innerhalb des bundesweiten Programms *mobilität gewinnt* beworben und wurden in das Programm aufgenommen. Die Beratung durch B.A.U.M. erfolgte im Mai 2018, bei der eine Status Quo-Aufnahme erfolgte und darauf basierend konkrete Maßnahmen abgeleitet wurden, die der Förderung der Mobilität der Mitarbeiter\*innen dienen. Daraus haben wir für uns im ersten Schritt folgende Ziele mit höchster Priorität formuliert:

- Analyse der Arbeitswegsituation aller Mitarbeiter\*innen
- Förderung der ÖPNV Nutzung, sowie des Radfahrens
- Reduktion der CO<sub>2</sub> Emissionen im Bereich Fuhrpark sowie Mobilität
- Reduktion innerdeutscher Flugreisen
- allgemeine Reisereduktion, mehr digitales Arbeiten

Einen Teil dieser Ziele konnten wir bereits in den Jahren 2018 und 2019 umsetzen. Am Anfang stand die Analyse der Arbeitswege aller

Mitarbeiter\*innen, die wir mit einem anonymen Fragebogen ermittelten, um einen besseren Überblick über Gegebenheiten und Bedürfnisse unsere Kolleg\*innen in Sachen Mobilität zu bekommen. Die Auswertung und Umsetzung der daraus abgeleiteten Maßnahmen sind noch nicht abgeschlossen, teilweise konnten wir aber bereits konkrete Ergebnisse umsetzen. So z. B. der Bau eines überdachten Fahrradüberstands, um den Anreiz für die Mitarbeiter\*innen zum Umstieg von dem Auto auf das Fahrrad zu steigern. Der Fuhrpark wurde fast vollständig auf Elektroautos und Hybride umgestellt – reine Diesel- oder Benzinfahrzeuge werden nicht mehr genutzt. Ergänzend dazu wurden zwölf Ladesäulen errichtet, welche von allen Mitarbeiter\*innen kostenfrei auch privat genutzt werden können.



Ladestation für Elektro-Fahrzeuge bei Brands Fashion

Den Mitarbeiter\*innen, für die eine Anreise mit den öffentlichen Verkehrsmitteln eine Option ist, haben wir durch das vergünstigte Angebot der *HVV-Proficard* für den regionalen Nahverkehr eine Förderung der umweltfreundlicheren Mobilität ermöglicht. Im Idealfall wird somit auch im privaten Bereich häufiger der ÖPNV anstatt des eigenen Autos genutzt.

Für längere Bahnstrecken innerhalb Deutschlands haben wir verstärkt die Nutzung von BahnCards gefördert. Bei Flugreisen ins Ausland, die nicht mit der Bahn angetreten werden können, erfassen wir die verursachten CO<sub>2</sub>-Emissionen, welche langfristig kompensiert werden. Wann immer möglich, versuchen wir ganz auf das Reisen zu verzichten und nutzen verstärkt Videokonferenzen, um uns mit Kund\*innen und Lieferant\*innen auszutauschen. Dafür wurde 2019 eine Videokonferenzanlage eingerichtet und weitere Systeme folgen 2020. Im Jahr 2020 haben wir dazu Corona-bedingt das mobile Arbeiten der Mitarbeiter\*innen von zu Hause gesteigert. Da sich diese Form des Arbeitens insgesamt als durchaus positiv und effektiv darstellt, soll 2020 ein Konzept zur langfristigen Nutzung von mobilem Arbeiten geprüft und erarbeitet werden.



**„Eine meiner Aufgaben ist es, die Ausrichtung des Fuhrparks sowie das gesamte Mobilitätsmanagement von Brands Fashion umweltfreundlicher zu gestalten. Dabei finde ich es besonders spannend zu sehen, welche innovativen Technologien es mittlerweile gibt! Die strategische Umsetzung ist sehr vielseitig und ich freue mich darauf, gemeinsam mit dem gesamten Kollegium von Brands Fashion den Weg Richtung effizientere, nachhaltigere und intelligentere Mobilität zu bestreiten!“ (Mats Wedemann, Key Account Management)**

## CO<sub>2</sub>-Emissionsausgleich

### Dienstreisen

Der immense CO<sub>2</sub>-Ausstoß bei Flugreisen trägt zur Klimaerwärmung bei. Um unseren Fußabdruck auch in diesem Bereich so gering wie möglich zu halten, nutzen wir, wenn möglich, den Zug als Fortbewegungsmittel. Da die Textilindustrie global vernetzt ist, ist dies jedoch nicht immer möglich. Aus diesem Grund erfassen wir seit Beginn 2018 alle Flugreisen unserer Mitarbeiter\*innen. Die dabei entstandenen Emissionen werden über einen Schlüssel in Geldbeträge umgerechnet, welche in ein Biodiversitäts-Projekt mit dem *Naturschutzbund Deutschland e. V. (NABU)* fließen. Um Anreize zu schaffen insbesondere leicht verzichtbare Inlandsflüge zu vermeiden, werden diese mit einem besonders hohen Satz bewertet. Gepaart mit Maßnahmen, die verantwortungsbewusstes Handeln jeder\*jedes einzelnen Mitarbeiter\*in stärken, konnten wir im Jahr 2019 bereits einen Rückgang unserer Flugreisen um fast 50 % verzeichnen. Die Zugfahrten sind im Vergleich zum Vorjahr in der Summe von 63 auf 93 angestiegen. Insgesamt sind wir 15 % weniger Dienstreisen angetreten, was auch auf das Einrichten eines weiteren Video-Konferenzraumes in Buchholz zurückzuführen sein kann. Vermehrte Online-Gespräche mit Lieferant\*innen und Kund\*innen tragen ebenso zur Verringerung der CO<sub>2</sub>-Emissionen bei.

### Transport und Logistik

Auch im Bereich Transport und Logistik gleichen wir unseren CO<sub>2</sub>-Ausstoß soweit wie möglich aus. Durch den Bezug von klimaneutralen GOGREEN Produkten und Services der Deutschen Post haben wir im Jahr 2019 11,43 Tonnen CO<sub>2</sub>-Emissionen ausgleichen können. Mit den gesammelten Geldern wurden Klimaschutzprojekte in Ländern des globalen Südens unterstützt, um die dort ansässige Wirtschaft zu fördern und das Leben der Menschen vor Ort zu verbessern. Es wird in Klimaschutzprojekte in verschiedenen Regionen investiert und ein Mix aus unterschiedlichen Projekttypen wie z. B. Energieeffizienz, Wasserversorgung oder erneuerbare Energien gefördert.

Außerdem werten wir unsere Warentransporte aus den Beschaffungsländern aus, um das Verhältnis von Seefracht, Luftfracht und LKW-Frachten zu ermitteln und die Veränderungen zu beobachten. Es werden nicht nur Produktionsländer miteinander verglichen, sondern auch Agent\*innen und Lieferant\*innen, um ein deutliches Aufkommen von Luftfrachten auszumachen. Außerdem brechen wir die verschiedenen Transportwege auch auf unsere Kund\*innen runter. Hierdurch können wir feststellen, wo wir am besten ansetzen können, die Luftfracht zu reduzieren.



## Förderung Biodiversität & Büro und Umwelt

Wir haben uns dazu entschieden, die nachhaltige Entwicklung auch neben unserem Kerngeschäft zu stützen. Deshalb fördern wir ergänzend Biodiversität durch unsere neuen Nistkästen und unser Wildbienenhotel, die den *NABU*- und *Vivara*-Empfehlungen entsprechen. Die Nistkästen sind durch ihre Beschaffenheit und die Größe des Eingangslochs für unterschiedliche Vogelarten vorgesehen. Zum Beispiel finden Mauersegler, Rotkehlchen und auch Fledermäuse hier nun ein neues Zuhause. Damit möchten wir einen kleinen Beitrag zum Artenschutz und -erhalt der lokalen Flora und Fauna leisten.

Darüber hinaus beziehen wir an unseren Standorten in Buchholz und Zachow 100 % grünen Strom und grünes Gas, setzen bei unseren Druckern mit dem *Blauen Engel* zertifizierte Toner ein und trinken *Fairtrade*- und Bio-zertifizierten Tee, Kaffee und Softgetränke. Diese und viele weitere Initiativen auf dem Weg zu einem nachhaltigen Büro wurden im Jahr 2019 von dem *NABU* beim Wettbewerb *Büro & Umwelt* anerkannt.

Wildbienenhotel am Unternehmensstandort Buchholz



Eigenmarke BRANDS WORKWEAR-Kollektion

## WORKWEAR-Webshop-Release

Im September 2018 wurde die zweite Eigenmarke BRANDS WORKWEAR gelaunched, um mit moderner, funktionaler und nachhaltiger Arbeitskleidung kleine Handwerksbetriebe anzusprechen. Ein Sortiment aus Polos, Shirts, Jacken und Hosen, teilweise bestehend aus Bio-Baumwolle und recyceltem PES, kann je nach Kundenwunsch hinsichtlich Farbe und Form individualisiert werden. Unsere Logistik- und Lager-Mitarbeiter\*innen wurden mit einem kompletten Satz ausgestattet und freuen sich über die Langlebigkeit und den Tragekomfort der Arbeitskleidung.

## Clean Up Day 2019

Während tausende Menschen am 20.09.2019 auf die Straße gegangen sind, um für den Klimaschutz zu demonstrieren, haben wir uns mit einer Umweltschutzaktion beteiligt: Wir haben Müll gesammelt! Damit haben wir zeitnah an dem *International Coastal Clean up Day* aktiv teilgenommen und drei Gebiete in der Nähe des Standorts Buchholz gemeinsam mit Mitarbeiter\*innen von Jepsen & Jessen von Müll befreit. Das Ergebnis waren 300 kg Müll nach zwei Stunden Arbeit. Die ausgeliehene Ausrüstung sowie die gefüllten Müllsäcke wurden anschließend von der Stadtreinigung bei uns abgeholt.

## Sommerfest mit *Sea Shepherd*

Anlässlich unserer fünfjährigen Zusammenarbeit feierte Brands Fashion 2019 ein Sommerfest mit der Meeresschutzorganisation *Sea Shepherd*. Unter den Gästen waren der CEO Captain Alex Cornelissen und Captain Peter Hammarstedt, über dessen Autogramme sich Besucher\*innen wie auch Brands Fashion-Mitarbeiter\*innen erfreuen durften. Einer der Höhepunkte des Nachmittags war der Vortrag von dem Meeresbiologen, Forschungstaucher und Abenteurer Robert Marc Lehmann zum Thema *Plastic Planet*. Er referierte über die negativen Auswirkungen von Plastikmüll in den Weltmeeren und konnte damit das gesamte Publikum merklich zum Nachdenken anregen. Um das nachhaltige Sommerfest zu vervollständigen, gab es Essen und Getränke in *Bioland*-Qualität.



Mathias Diestelmann und Robert Marc Lehmann

Nachhaltigkeit wird bei uns aber nicht nur in der gleichnamigen Abteilung gelebt. Brands Fashion-Mitarbeiter\*innen haben sowohl im privaten als auch im beruflichen Kontext eine Meinung zu diesem Thema:

### **Statements von Brands Fashion-Mitarbeiter\*innen zum Thema Nachhaltigkeit**

#### **Christine Mougios (Abteilung Customer Management):**

„Besonders herausfordernd finde ich es, nachhaltiges Handeln stetig im eigenen Alltagsleben umzusetzen und zu steigern. Dafür sollten mehr Möglichkeiten geschaffen werden, die es einem als Konsument\*in erleichtern, dies zu realisieren. Dazu gehört z. B., dass man Lebensmittel auch ohne Plastikverpackung im Supermarkt bekommen kann und Produkte mit höherer Qualität produziert werden, also nicht so häufig weggeworfen und durch neue ersetzt werden müssen.“

#### **Kerstin Riedel (Abteilung Procurement/Product Development):**

„Im beruflichen Kontext ist es mir besonders wichtig, Verpackungsmüll zu reduzieren. Wir haben u. a. bereits Konzepte entwickelt, bei denen wir Multi- statt Single-Polybags oder auch

Papier-Banderolen einsetzen, um so Müll zu vermeiden. Ich sehe da aber auch noch weiteres Potential.

Beim privaten Einkauf ärgere ich mich auch über unnötige Verpackungen, vor allem bei Kosmetikprodukten und bei Lebensmitteln. Außerdem finde ich den Einsatz der vielen unterschiedlichen Siegel schwierig. Ein einheitliches übergeordnetes Siegel, wie z. B. der *Grüne Knopf* für Textilien, finde ich sehr hilfreich und verbraucherfreundlich. Mir würde so ein Siegel auch beim Kauf von Lebensmitteln mehr Sicherheit geben.“



Kerstin Riedel (Abteilung Procurement/Product Development)

**Julian Schulz (Abteilung Sales):**

„Seitdem ich im Jahr 2017 bei Brands Fashion angefangen habe, wächst stetig mein Interesse, mein Engagement und mein Wissen bezüglich sozial vertretbarer und umweltverträglicher Produkte. Gerade in dem Bereich Textilien konnte ich meinen Horizont sehr erweitern und betrachte nun auch diese Produkte skeptischer. Das erlernte Wissen versuche ich im Arbeitsalltag mit unseren Kund\*innen zu teilen. Eine meiner Aufgaben ist es, Kund\*innen und potenzielle Neukund\*innen von einer nachhaltigen Textilproduktion zu überzeugen. Hier sind nicht nur die Sozial- und Umweltaspekte entscheidend, sondern natürlich auch die Ökonomie – für unsere Kund\*innen und für uns. Denn nur wenn man ökonomisch, ökologisch und sozial handelt, kann eine nachhaltige Entwicklung langfristig Erfolg haben. Und genau darin sehe ich die größte Herausforderung.

Darüber hinaus konnte ich auch viel von meinen Kolleg\*innen bezüglich einer nachhaltigeren Lebensweise lernen. Besonders im direkten Austausch habe ich viele interessante Ansätze und Möglichkeiten erfahren, wie man durch Verzicht und dem gezielteren Kauf bestimmter Produkte unsere Ressourcen schonen kann. Ich achte viel stärker auf eine nachhaltige



Julian Schulz (Abteilung Sales)

Lebensweise als noch wenige Jahre zuvor.

Nachhaltig produzierte Artikel sind im direkten Vergleich teilweise teurer als konventionell hergestellte Produkte. Dies liegt mitunter an den höheren Rohstoff- und Herstellungskosten, aber auch an der geringeren Nachfrage auf

dem Markt und der daraus folgend geringeren Auflage in der Produktion. Wenn man neben dem Preisunterschied aber auch den Qualitätsunterschied betrachtet, sind nachhaltige Produkte oft gar nicht teurer – ich finde dies merkt man auch bei Lebensmitteln, insbesondere beim Fleisch.

Im Bereich Textilien ist der Preisunterschied nicht wirklich groß. Viele Endverbraucher\*innen und Unternehmen verstehen dies auch nach und nach. Die positiven Auswirkungen auf die Menschen in den Produktionsländern und auf die Umwelt, die man als Endverbraucher\*in erreichen kann, wenn man z.B. für ein T-Shirts aus Bio-Baumwolle ein paar Euro mehr ausgibt, ist meiner Meinung nach riesig.“

**Andrea Gülzow (Abteilung Customer Management):**

„Mein Motto ist, vor der eigenen Tür kehren und immer wieder vorleben! Dafür versuche ich schon seit Jahren mein Leben so nachhaltig wie möglich zu gestalten. Das bedeutet konkret, dass ich Müll trenne und mich vegetarisch ernähre. Außerdem habe ich es geschafft, meine Benzinkosten von 100 € auf 30 € im Monat zu senken. Bei längeren Strecken fahre ich mit der Bahn.“

## MISSION 4 TOMORROW

Im Folgenden geben wir einen kurzen Überblick über unsere geplanten Nachhaltigkeitsmaßnahmen und -aktivitäten sowie konkrete Ziele im Bereich Nachhaltigkeit, die wir uns gesetzt haben. Da der Zeitpunkt der Fertigstellung dieses Berichts in der Mitte des Jahres 2020 lag, konnten wir schon Ziele umsetzen, an weiteren arbeiten wir kontinuierlich oder werden sie in der zweiten Jahreshälfte umsetzen.

### Materialien

Das Recycling von Textilien bleibt nach wie vor ein Thema, das wir fortlaufend vorantreiben möchten. Ein erstes großes Ziel konnten wir hier bereits im Mai 2020 erreichen. Brands Fashion hat den ersten Kundenauftrag für ein umfassendes Recycling mit einem Umfang von 500.000 Baumwoll-Artikeln generiert.

Ein von uns fokussiertes und sehr ambitioniertes Ziel liegt im Bereich des Chemikalienmanagements. So möchten wir in Kooperation mit *BHive* weiterhin an *DETOX*-konformen Lieferketten arbeiten. *BHive* ist eine App, mit der Nassproduktionsstätten, also Färbereien, Wäschereien und Ausrüster, die von ihnen eingesetzten Chemikalien scannen, dokumentieren und eigens überwachen können. Auf Grundlage dieser Analyseergebnisse zeigt die

App an, welche Chemikalien gegen nachhaltigere Substitute ausgetauscht werden müssen. Nicht nur die Produktionsstätten, auch wir können die Ergebnisse transparent einsehen.

Unsere neu entwickelte *Cradle to Cradle Certified™*-Kollektion auf Gold-Level werden wir ausbauen und um zusätzliche Artikelgruppen wie kreislauffähige Accessoires, z. B. Knöpfe, Schals und weitere Baumwoll-Artikel erweitern. Außerdem werden wir mittels diverser Medien über unsere *Cradle to Cradle Certified™*-Kollektion berichten – wir freuen uns deshalb, wenn Sie unseren Newsbeiträgen oder den von uns neu eingerichteten Social Media-Kanälen folgen.

Auch im Bereich der Reduzierung von Verpackungen haben wir uns einiges vorgenommen. So werden wir uns darauf fokussieren, weiterhin besonders ressourcenintensive Verpackungen exakt zu lokalisieren und diese anschließend zu entschärfen. Dies ist ein von uns forcierter, kontinuierlicher Prozess.

Außerdem wird Brands Fashion den Anteil der *Fairtrade*- und *GOTS*-Kund\*innen weiterhin steigern. Auch wenn die Herausforderungen durch die COVID-19-Pandemie im privaten Bereich, aber auch bei allen beteiligten

Wirtschaftsakteur\*innen besonders groß sind, sehen wir eine besondere Chance in der Förderung nachhaltiger Produktionsprozesse. Dazu gehört für uns insbesondere auch, dass wir neben Bio-Baumwolle den Einsatz neuartiger nachhaltiger Fasern, wie z.B. *Tencel®* prüfen und verstärkt forcieren.

Aufgrund der zu Beginn des Jahres aufgetretenen COVID-19-Pandemie wurde die Verleihung des *Fairtrade*-Awards leider verschoben. Einer der ersten drei Plätze in der Kategorie *Hersteller* ist uns aber bereits sicher – wir bleiben also weiterhin gespannt und freuen uns auf die hoffentlich bald stattfindende Gala!

### Initiativen

Bis Anfang 2021 wird eine komplette Lieferkette von Brands Fashion pionierhaft mit dem *Fairtrade*-Textilstandard zertifiziert werden. Dafür werden alle teilnehmenden Produktionsstufen – von der Entkörnung bis zur Konfektion – nicht nur hinsichtlich hoher Umweltauflagen geprüft. Darüber hinaus werden die Rechte der Arbeiter\*innen gestärkt und es erfolgt eine schrittweise Einführung von existenzsichernden Löhnen in allen Fabriken für alle Arbeiter\*innen.



- ✓ Einsatz **nachhaltiger Materialien**
- ✓ **Ökologisches Färben** – umweltfreundliche Chemikalien und wassersparende Produktionsprozesse
- ✓ **Green Factory** – erstes nach LEED Platinum umgebautes Bestandsgebäude



- ✓ Sicherstellung von **Sozialstandards** in unseren Fabriken
- ✓ **Faire Löhne** in der gesamten Lieferkette als Pilotprojekt
- ✓ **Transparente Lieferkette** – [tracemyshirt.com](http://tracemyshirt.com)



- ✓ Schaffung eines **Kreislaufsystems** ohne Abfall
- ✓ Konzepte für **Textilrecycling**: Up-, Re- und Downcycling
- ✓ **Nachhaltige Verpackungen** – Vermeidung von Plastik- und Verpackungsmaterial



School for Life

- ✓ Unterstützung von **Bildungsprojekten**
- ✓ Mitgliedschaft in **Bündnissen und Initiativen**  
u. a. Bündnis für nachhaltige Textilien, ACCORD,  
Grüner Knopf, amfori (BSCI & BEPI)
- ✓ **Nachhaltigkeitskommunikation** – tue Gutes und sprich darüber!

WIR FÜHREN PRODUKTE MIT DEM SIEBEL:



Für den Spätsommer 2020 ist das Re-audit des Grünen Knopfes angesetzt. Neben der damit verbundenen Vorbereitung beteiligen wir uns aktiv an der Weiterentwicklung des Grünen Knopf – GK 2.0! Darüber hinaus setzt sich Brands Fashion fortwährend dafür ein, dass die Verabschiedung eines Lieferkettengesetzes weiterverfolgt wird.

## Lieferketten

Im Februar haben wir gemeinsam mit SAGS Apparels die Eröffnung unserer ersten Green Factory gefeiert. Brands Fashion und einige unserer Kund\*innen, darunter die Fußballclubs VfB Stuttgart, Hamburger SV und 1. FC Union Berlin sowie das australische Nachhaltigkeitslabel OCC Apparel, wurden im Rahmen der Feier sehr herzlich von Ganesh, seinem Bruder Sankar Anantharaman und deren Mitarbeiter\*innen empfangen. In der Fabrik werden nicht nur GOTS- und Fairtrade- und Grüner Knopf-zertifizierte Artikel produziert, sondern auch unsere neue Cradle to Cradle Certified™-Kollektion.

Eine große Herausforderung, der wir uns 2020 stellen, ist das Sicherstellen von effektiven Beschwerdemechanismen bei unseren Lieferant\*innen. Hier gibt es bereits einige Initiativen und Ansätze, mit denen wir uns beschäftigen, um die richtige Vorgehensweise

zu ermitteln. Ungerne möchten wir einen ganz eigenen Mechanismus aufsetzen, sondern lieber bestehende größere Systeme nutzen und setzen uns daher viel mit verschiedenen Optionen auseinander. Durch das Brandschutzabkommen Bangladesch und den Fairtrade-Textilstandard haben wir bereits Erfahrungen in zwei Ländern sammeln können. Darauf möchten wir aufbauen und Mechanismen in weiteren Lieferketten und Ländern fördern.

Weiteres Ziel im Handlungsfeld Lieferketten ist die Carbon Footprint Kalkulation eines T-Shirts. Hier möchten wir das Einsparungspotential von Wasser-, CO<sub>2</sub>-Ausstoß und Chemikalieneinsatz im Vergleich eines konventionellen zu einem T-Shirt aus Bio-Baumwolle ermitteln.

## Unternehmensstandort

Eine Medaille haben wir bereits im April von EcoVadis in Empfang genommen. Hier erreichten wir im Nachhaltigkeitsranking sogar den Gold-Status.

Außerdem haben wir bereits zu Beginn des Jahres 2020 die digitale Lohnabrechnung eingeführt, um so den Papierverbrauch zu reduzieren und dadurch weitere Ressourcen zu sparen.

Da wir umfassende Nachhaltigkeitsaktivitäten innerhalb, aber auch außerhalb unseres Kerngeschäftes vorantreiben, gewinnt das Thema Nachhaltigkeitskommunikation bei Brands Fashion an Bedeutung. Ziel ist es, diesen Bereich weiterhin auszubauen – tue Gutes und sprich darüber!

Silke Rosebrock blickt in die Zukunft:

**„Wir sind Pioniere im Bereich ökologisch und fair produzierter Arbeits- und Berufsbekleidung. Da nachhaltiges Wirtschaften integraler Bestandteil unseres Unternehmenskern ist, unterstützen wir kontinuierlich zukunftsorientierte Projekte mit dem Ziel, den Wandel in der Textilbranche zu fördern. Wie der Nachhaltigkeitsbericht 2018/2019 aufzeigt, widmen wir uns dafür mit großem Engagement einer Vielzahl von Maßnahmen und Aktivitäten, die auch über unser Kerngeschäft hinauswirken. Besonders wichtig ist uns dabei, dass wir unsere Kund\*innen weiterhin unterstützen und inspirieren, uns auf diesem Weg zu begleiten. Wir sehen jede Herausforderung unserer Kund\*innen als Chance, daher können wir mit Begeisterung und Leidenschaft auch jedes Projekt umsetzen.“**

**BRANDS**   
*SOCIAL. GREEN. FASHION.*

**Brands Fashion GmbH**

Müllerstraße 11

21244 Buchholz i.d.N.



[info@brands-fashion.com](mailto:info@brands-fashion.com)

+49 (0)4181 9422-0

Layout & Produktion: Maret König