

IVY OAK

NACHHALTIGKEITSBERICHT

Q2 2021

EINLEITUNG ⁰³

I JAHRESRÜCKBLICK HIGHLIGHTS ⁰⁴

II VERPACKUNG ⁰⁵

III REPORTING & BENCHMARKS ⁰⁷

IV FAIRE FABRIKEN ⁰⁹

V NEXT ¹¹

WE ARE NOT JUST ANOTHER LABEL.

Wir verfolgen einen ganzheitlichen Ansatz beim Thema Nachhaltigkeit. Letztes Jahr haben wir unseren 360° Framework eingeführt, mit dem Ziel, so nachhaltig wie möglich zu werden. Unsere CSR Berichte informieren darüber, wo wir stehen, was wir anstreben und wo unsere Herausforderungen liegen.

Hier ist unser zweiter CSR Bericht für das Jahr 2021. Wir wünschen Dir viel Spaß beim Lesen!



I HIGHLIGHTS AUS FRÜHEREN BERICHTEN

58% der Styles aus umweltfreundlicheren Stoffen*

81% unserer Transporte aus Asien per Zug durchgeführt**

3 soziale & ökologische Projekte unterstützt ***

80% unserer Baumwoll-Styles sind Bio oder recycelt*

Neuer klimafreundlicher Paket-zusteller in Berlin seit April 2021

Erstmalige Nutzung von recyceltem Kaschmir & recycelter Baumwolle*

*Daten für unsere A/W2021 Kollektion; **Daten für unsere S/S2021 Kollektion; *** Daten für das Jahr 2020



‘Wir wollen die umwelt-
freundlichsten Materialien
benutzen, Verpackungen
wiederverwenden und Abfall
reduzieren.’

II VERPACKUNG

ZIELE & MASSNAHMEN

- 100% NACHHALTIGE & RECYCLFÄHIGE VERPACKUNGSMATERIALIEN BIS 2022
- 20%IGE RELATIVE REDUKTION VON VERPACKUNGSMATERIALIEN BIS 2022

Wenn es um Verpackung geht, verfolgen wir den Ansatz: Reduzieren - Wiederverwenden - Recyceln.

Seit 2020 arbeiten wir mit der internationalen Waldschutzorganisation [Canopy](#) über die Initiative Pack4Good zusammen, unseren Verpackungsfußabdruck zu reduzieren und sicherzustellen, dass wir nur Materialien aus verantwortungsvoll bewirtschafteten Wäldern beziehen. Mehr dazu kannst Du [hier](#) erfahren.

Insgesamt schneiden wir beim Thema Materialien bereits recht gut ab, da alle unsere Kartons, Hangtags, Flyer und Polybeutel aus recycelten Materialien bestehen und recycelfähig sind. Im ersten Halbjahr 2021 konnten wir weitere Fortschritte verzeichnen: wir haben unter anderem unsere Rechnungshülle, die in jeder Lieferung beigelegt ist, auf Blauer Engel-zertifiziertes Papier umgestellt. Wenn es um Papier geht, hat der Blaue Engel die höchsten Standards, da er sicherstellt, dass es sich um 100% Recyclingpapier handelt und keine schädlichen Chemikalien in der Herstellung eingesetzt werden. Deshalb bemühen wir uns, wann immer es uns möglich ist, Blauer Engel zertifiziertes Papier einzusetzen. So sind z.B. auch

unser Rechnungspapier und die Informationsmaterialien in unserer Boutique Blauer Engel zertifiziert.

Um unseren Verbrauch an Verpackungsmaterialien zu reduzieren, haben wir außerdem zwei Hangtags zusammengelegt, um so einen Hangtag pro Produkt weniger zu benutzen. Nachdem wir letztes Jahr bereits unsere kleinste Kartonverpackung durch eine Papierversandtasche ersetzt und damit sehr gute Erfahrungen gemacht haben, haben wir uns dazu

entschieden, eine weitere Paketgröße durch eine solche Versandtasche zu ersetzen. Die Versandtaschen werden in Berlin hergestellt, sind leichter und nehmen weniger Volumen beim Transport ein, wodurch Treibhausgas-Emissionen eingespart werden. Außerdem können die Umschläge von unseren Kund*innen leicht wiederverwendet werden. Für die Zukunft wollen wir mit dem Hersteller daran arbeiten, den Recyclingfasergehalt der Versandtaschen zu erhöhen, um sie noch umweltfreundlicher zu gestalten.

ERGEBNISSE

Rechnungshülle
auf Recyclingpapier
umgestellt

Weitere
Paketgröße durch
Versandtasche ersetzt

1
Hangtag pro
Produkt weniger

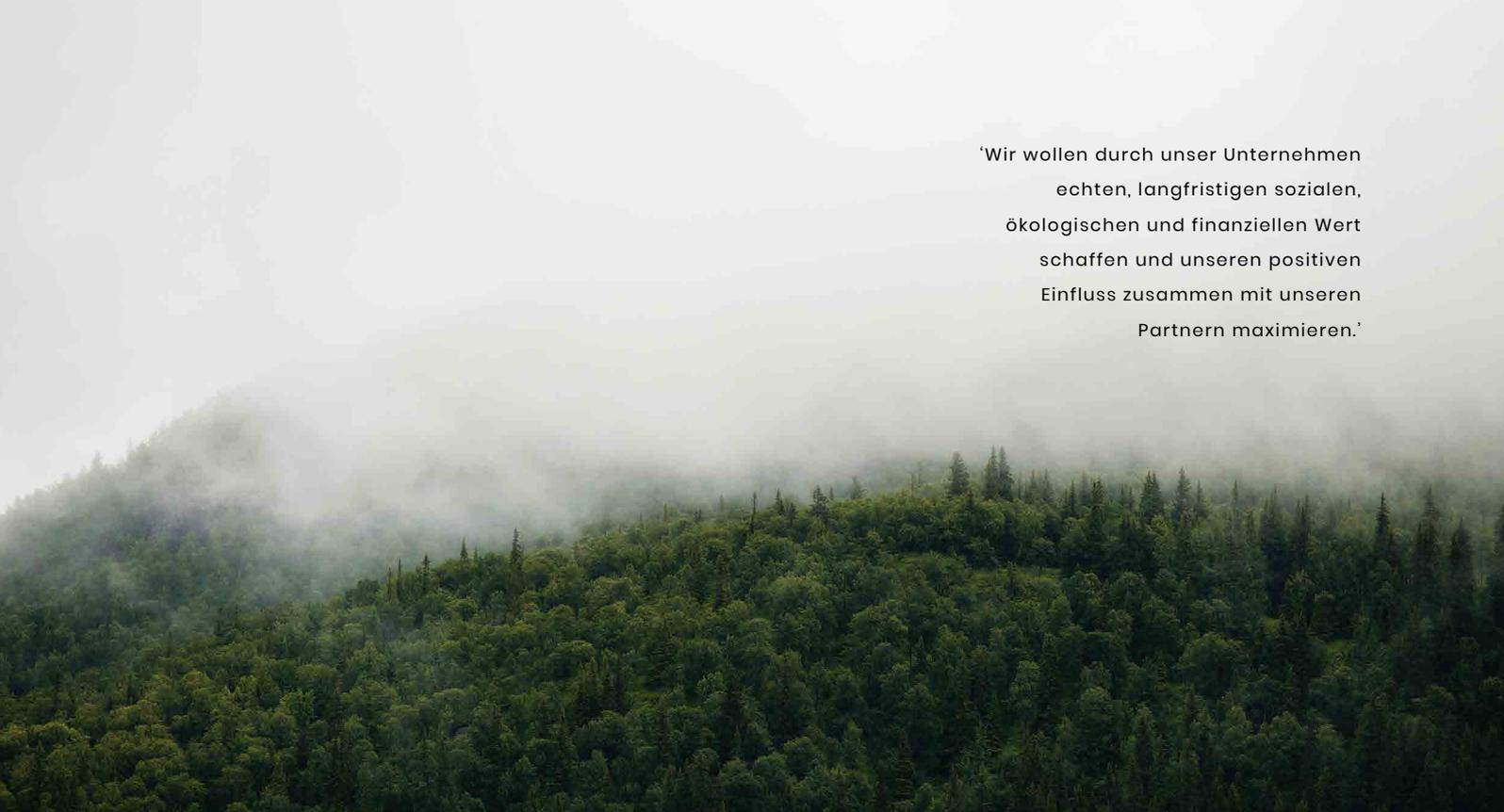
HERAUSFORDERUNGEN & TO-DOS

RECYCLINGPAPIER

Nach unseren Flyern, Rechnungen und Hüllen, fehlen nun nur noch die Tragetaschen aus unserer Boutique, unser Seidenpapier und, sobald technisch möglich, unsere Versandtaschen, um unser Ziel zu erreichen, alle papierbasierten Verpackungen aus recyceltem Papier herzustellen.

MEHRWEG

Obwohl wir uns schon seit längerem mit den Möglichkeiten, Mehrwegverpackungen einzusetzen, beschäftigen, konnten wir hier bisher aufgrund der Komplexität des Themas noch keine Lösungen finden. Deshalb freuen wir uns ganz besonders, dass eine unserer Kolleginnen nun im Rahmen ihrer Masterarbeit tief in das Thema einsteigt und die operativen Anforderungen, ökologischen Auswirkungen und Kosten verschiedener Optionen für uns analysiert. Wir sind gespannt auf die Ergebnisse!



'Wir wollen durch unser Unternehmen
echten, langfristigen sozialen,
ökologischen und finanziellen Wert
schaffen und unseren positiven
Einfluss zusammen mit unseren
Partnern maximieren.'

III REPORTING & BENCHMARKS

ZIELE & MASSNAHMEN

- REGELMÄßIGE BEWERTUNG & ANALYSE DES STATUS QUO, UM UNS STETIG ZU VERBESSERN
- AUSTAUSCH & KOOPERATION MIT NGOs, PEERS & STAKEHOLDERN, UM GEMEINSAM IMPACT ZU KREIEREN

Wir sind sehr stolz darauf, was wir in den letzten zwei Jahren in Bezug auf umweltfreundliche Materialien erreicht haben. Deshalb haben wir zum ersten Mal am Corporate Fibre and Materials Benchmark (CFMB) teilgenommen, der von der Organisation Textile Exchange erstellt wird. Der CFMB analysiert und bewertet die Materialienstrategien von Modemarken und vergibt vier Noten von „developing“ (1) bis „leading“ (4). Unser Ergebnis? Wir sind mit unserer Strategie in der zweitbesten Gruppe gelandet: „maturing“ (3). Abgesehen von unserem tollen Ergebnis, sind wir

begeistert von den Scorecards pro Material und Thema, die wir durch den CFMB erhalten haben. Wir werden diese für die Weiterentwicklung unserer Strategie, Ziele und Standards nutzen. Der CFMB ist eine der wichtigsten Datenquellen auf Branchenebene und ein tolles Werkzeug für Marken, Verbesserungen voranzutreiben. Wir sind stolz, dabei zu sein!

Im Juni haben wir das erste Mal das HIGG Marken- und Händlermodul (BRM) genutzt, um unsere Strukturen, Maßnahmen und KPIs in Bezug auf soziale und ökologische Themen zu analysieren. Entwickelt von der Sustainable Apparel Coalition (SAC), ist das HIGG BRM eine Art langer Fragebogen zu sozialen, ökologischen und Governance-Themen, der den Status Quo bewertet und

Verbesserungsmöglichkeiten identifiziert. Das BRM wird von einigen unserer B2B Partnern genutzt und ermöglicht es uns, mit ihnen qualitative und quantitative Daten zu teilen. Obwohl einige Governance-Anforderungen eher an große als an kleine Unternehmen gerichtet sind, haben wir die externe Beurteilung über das BRM als sehr nützlich wahrgenommen und werden die Ergebnisse in unsere Roadmap für die nächsten Jahre einfließen lassen.

Des Weiteren haben wir unsere Risikoanalyse für das Bündnis für nachhaltige Textilien (BNT) durchgeführt und uns Ziele pro Thema gesetzt, z.B. zu (Bio-) Baumwolle und Arbeitsstandards in unserer Lieferkette. Diese wollen wir

nun mithilfe konkreter Aktionspläne und Maßnahmen gemeinsam mit unseren Lieferanten und über diverse Nachhaltigkeitsinitiativen, in denen wir Mitglied sind, angehen.

Der CFMB, das HIGG BRM und die Risikoanalyse des BNT ergänzen sich sehr gut und bilden eine umfassende Analyse unserer Aktivitäten. Darauf basierend definieren wir nun die nächsten Schritte auf unserem Weg zu mehr Nachhaltigkeit und freuen uns auf die weitere Zusammenarbeit mit unseren Partnern. Unser Fazit: wir haben noch viel zu tun, aber wir sind dran, haben schon einiges erreicht und sind auf dem richtigen Weg!

ERGEBNISSE

3 aus 4
im CFMB Ranking
erreicht

HIGG
BRM Reporting & Analyse
durchgeführt

Risikoanalyse
des BNT
durchgeführt

HERAUSFORDERUNGEN & TO-DOS

SINNVOLLES REPORTING

Für uns sind Reportings und Analysen einerseits wichtig, um unseren Stakeholdern zu zeigen, wo wir stehen und welche Fortschritte wir gemacht haben, und andererseits, um die Ergebnisse in unsere Strategie einzufließen zu lassen. Besonders als kleines Unternehmen

müssen wir allerdings die richtige Balance zwischen Berichterstattung und tatsächlicher Durchführung von Projekten halten. Dies wird durch die steigenden Reporting-Anforderungen unserer Stakeholder immer mehr zu einer Herausforderung.



'Wir wollen faire
Arbeitsbedingungen für alle
Beschäftigten in unserer
Lieferkette sicherstellen.'

IV FAIRE FABRIKEN

ZIELE & MASSNAHMEN

- 100% UNSERER LIEFERANTEN ERFÜLLEN UNSERE NACHHALTIGKEITSKRITERIEN UND ARBEITEN STETIG AN VERBESSERUNGEN
- REGELMÄßIGE ÜBERPRÜFUNG UNSERER EINKAUFS-PRAKTIKEN ANHAND VON BEST PRACTICE RICHTLINIEN

Ein zentraler Faktor und Hebel, um gute Arbeitsbedingungen in der Lieferkette sicherzustellen und sie zu verbessern, sind die Einkaufspraktiken von Unternehmen. Einkaufspraktiken umfassen dabei den gesamten Kollektionsentwicklungsprozess, die Auswahl neuer und Beziehungen zu existierenden Lieferanten, die Kommunikation, Zahlungsbedingungen, Auftragsänderungen, Anreize und Lieferzeiten. Deshalb haben wir kürzlich das Purchasing Practices Self-

Assessment (PPSA) der Living-Wage-Initiative ACT (Action, Collaboration, Transformation) durchgeführt. Mit dem PPSA haben wir unsere Einkaufspraktiken analysiert und sie mit Best Practices für verantwortungsvolle Einkaufspraktiken verglichen. Die wertvollen Erkenntnisse wollen wir nun nutzen, um intern Schulungen durchzuführen und an Verbesserungen zu arbeiten. Zukünftig wollen wir zusätzlich zur PPSA-Selbsteinschätzung auch das Feedback unserer Lieferanten einholen, um das Bild zu vervollständigen. Gerade Covid-19 hat die zentrale Bedeutung verantwortungsvoller Einkaufspraktiken in den Vordergrund gerückt. Das PPSA ist ein wichtiges Tool in der Textilbranche, um die eigenen Einkaufspraktiken zu analysieren, zu benchmarken und Verbesserungsmaßnahmen auszuarbeiten.

Seit Ende 2020 sind wir Mitglied in Amforis BSCI- und BEPI-Initiativen, die eine Plattform und ein Überwachungssystem für Sozial-, Arbeits- und Umweltthemen in der Lieferkette bieten. Die Plattform ermöglicht es uns, die Auditergebnisse für die meisten unserer Fabriken zu monitoren und Verbesserungsmaßnahmen gemeinsam mit unseren Lieferanten zu planen. Hier wollen wir in Zukunft noch stärker die Angebote der Amfori Initiative nutzen, was z.B. Schulungen für Lieferanten und unsere Mitarbeiter, Zugang zu Beschwerdemechanismen und gemeinsame Projekte mit anderen Mitgliedern angeht.

Die Fabriken, die wir bisher nicht über die Plattform managen, sind meist sehr kleine Fabriken, für die stark formalisierte Audits sehr aufwendig sind. Hier setzen wir auf Zertifizierungen auf Fabrikebene, die auch soziale Themen abdecken, ausführliche Fragebögen, die wir zukünftig noch flächendeckender nutzen wollen, und regelmäßige Fabrikbesuche. Zwar werden wir 2021 voraussichtlich noch keine Fabrikbesuche durchführen können, aber für 2022 steht dies dann wieder auf unserer Agenda. Wir freuen uns bereits darauf, da der persönliche Kontakt vor Ort für uns für gute und langfristige Beziehungen essentiell ist.

ERGEBNISSE

Analyse
unserer Einkaufspraktiken
durchgeführt (PPSA)

100% Rückverfolgbarkeit
zu unseren
Produktionsstätten

13 Lieferanten
produzieren in 7
Ländern für uns

HERAUSFORDERUNGEN & TO-DOS

EQUALITY

Da Frauen 80% der Beschäftigten in der Modeindustrie ausmachen, sind Gleichberechtigung und Frauenrechte von entscheidender Bedeutung. Diskriminierung ist oft tief in gesellschaftlichen Strukturen verankert und kann nur auf kulturell sensible Weise angegangen werden. Bei unserem letzten Besuch zeigte uns einer unserer Lieferanten in der Türkei das Schulungsmaterial, das er auf Fabrikebene benutzt, um zu diesem Thema zu sensibilisieren. Wir wollen mit weiteren Fabriken an ähnlichen Maßnahmen arbeiten.

GESUNDHEIT & SICHERHEIT

Textilarbeiter*innen handhaben Maschinen und Chemikalien, die Gesundheits- und Sicherheitsrisiken bergen. Obwohl Schutzausrüstung in den Fabriken verfügbar ist, zeigt sich bei Audits und Fabrikbesuchen vor Ort immer wieder, dass diese nicht konsequent getragen werden. Manchmal liegt das daran, dass erfahrene Arbeiter*innen ihre Aufgaben routinemäßig ausführen und das Anziehen der Ausrüstung zeitaufwendig und unbequem ist. Wir wollen uns diesem Thema widmen und mit den Fabriken zusammenarbeiten, um Verhaltensänderungen zu erreichen.



'Wir wollen kontinuierlich lernen und versuchen, jeden Tag besser zu werden, um unsere Ziele für die nächsten Jahre zu erreichen.'

V NEXT

Die ersten sechs Monate des Jahres liegen bereits hinter uns und wir arbeiten auf Hochtouren an unseren Projekten. Hier ist eine kleine Auswahl unserer aktuellen Themen. Du kannst mehr über unsere Vision, Ziele und Maßnahmen in unserem [360° Framework](#) erfahren.

KREISLAUFWIRTSCHAFT

Wir haben in den letzten Monaten einige Projekte zum Thema Kreislaufwirtschaft angestoßen und können es kaum erwarten, bald mehr zu berichten.

ECO-MATERIALIEN

Wir arbeiten laufend daran, unseren Material-Fußabdruck zu verbessern. Das nächste Update dazu wird es im kommenden CSR Bericht geben. Wir freuen uns schon.

ROADMAP

Wir haben viel erreicht in den letzten zwei Jahren. Auf Basis der verschiedenen Reportings, Benchmarks und Analysen zu unserem Status Quo, die wir über die letzten Monate durchgeführt haben, arbeiten wir aktuell an einem Update unserer Roadmap und wollen manchen Themen, die bisher zu kurz gekommen sind, einen frischen Impuls geben.

TRANSPARENZ

Mit unserer Vision "Jedes Produkt erzählt seine Geschichte" möchten wir unseren Kund*innen noch mehr Einblick in unsere Produkte geben. Den Anfang haben wir bereits mit unseren T-Shirts und Lederstyles gemacht. Wir arbeiten daran, dies auf weitere Produktgruppen auszuweiten.