

IVY OAK

NACHHALTIGKEITSBERICHT

Q3 2020

EINLEITUNG ⁰³

I UNSERE HIGHLIGHTS ⁰⁴

II ECO MATERIALIEN ⁰⁵

III RÜCKVERFOLGBARKEIT ⁰⁸

IV OPERATIONS & FUSSABDRUCK ¹¹

V INSIGHT ¹⁴

WE ARE NOT JUST ANOTHER LABEL.

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

Hier kommt unser dritter Nachhaltigkeitsbericht. Wir wünschen Dir viel Spaß beim Lesen!



I HIGHLIGHTS DER LETZTEN REPORTS

100% Preistransparenz für
alle Produktkategorien


Care Guide mit Tipps zur
Kleidungspflege veröffentlicht

93% Recyclinganteil in
unseren Verpackungen

Launch unserer Vision 'Jedes
Produkt erzählt seine Geschichte'

Erste Mäntel aus recycelter
Wolle hergestellt

100% Rückverfolgbarkeit zu
unseren Fabriken und 30
Vor-Ort-Besuche 2017-2019



‘Wir wollen nur umweltfreundliche Stoffe einsetzen & schädliche Chemikalien in unserer Lieferkette eliminieren.’

II ECO MATERIALIEN

ZIELE & MASSNAHMEN

- 100% NACHHALTIGE MATERIALIEN BIS 2025

Das Wichtigste zuerst. Wir sind sehr stolz, dass wir unseren ersten Meilenstein erreicht haben auf unserem Weg zu 100% nachhaltigen Materialien: über 50% unserer neuen S/S2021 Kollektion ist aus umweltfreundlicheren Stoffen hergestellt! Wir konnten den Anteil an Bio-Baumwolle und recycelten Materialien deutlich steigern und für unsere Viskose sicherstellen, dass sie nur von guten Produzenten stammt. Im Vergleich zu unserer letzten Kollektion (41%) konnten wir eine Steigerung von 11 Prozentpunkten realisieren. Mehr darüber, welche Materialien wir als umweltfreundlicher einstufen, kannst Du in unserem [Nachhaltige Materialien Standard](#) erfahren.

Für die neue Saison haben wir 100% der von uns verwendeten Viskose mit dem Canopy Hot Button Ranking abgeglichen, um sicherzustellen, dass bis Ende 2020 kein Holz aus gefährdeten Wäldern in unsere Lieferkette gelangt, entsprechend unserer [Richtlinie für Zellulosefasern](#). Keiner unserer Produzenten wurde als Risikolieferant eingestuft, und 100% unserer Viskose-Styles stammen von den 5 bestplatzierten Produzenten. Dies ist ein großer Erfolg für uns, da wir erst vor weniger als einem Jahr mit dem detaillierten Mapping begonnen haben. Ein großes Dankeschön geht an dieser Stelle an unsere Lieferanten für ihre Unterstützung, und an das gesamte Canopy Team, das uns auf unserem Weg begleitet. Wir werden das Momentum beibehalten,

um unsere nächsten Ziele im Bereich Viskose anzugehen: die Marktnachfrage nach innovativen und zertifizierten Fasern voranzutreiben und Best Practice Verfahren, wie geschlossene Produktionskreisläufe, zu fördern.

Neben der Einführung von Recyclingwolle in unsere diesjährige Mantelkollektion, haben wir einen weiteren bedeutenden Meilenstein im Bereich Wolle in der neuen Saison erreicht: die gesamte Schurwolle ist 100% mulesing-frei. Mulesing ist ein Verfahren, bei dem die Haut am Hinterteil eines Schafes entfernt wird, um Fliegenbefall zu verhindern, und wird vor allem in Australien praktiziert. Da die meisten Tierschutz-NGOs dies ablehnen, haben wir uns immer für die Beschaffung von mulesing-freier Wolle eingesetzt und freuen uns, dies nun vollständig umgesetzt zu haben.

Wolle ist ein wunderschönes Material mit hohem Potenzial für die Kreislaufwirtschaft. In Zukunft wollen wir deshalb weitere Recycling-Qualitäten einsetzen und

die Tierschutzstandards für unsere Schurwolle weiter erhöhen.

Die umweltfreundlichste Wahl ist oft, das zu verwenden, was bereits vorhanden ist. Für die neue Saison haben wir deshalb einige Modelle auf Reststoffen entworfen. Obwohl wir bestrebt sind, die Entstehung von Reststoffen so weit wie möglich zu vermeiden, ist es uns aufgrund unvorhergesehener Ereignisse nicht immer möglich. Da die Menge an Textilresten in der Branche insgesamt hoch ist, ist ihre Wiederverwendung von größter Bedeutung, um die Nachfrage nach neuen Stoffen zu reduzieren.

Neben Stoffen arbeiten wir auch an unseren Kurzwaren. Dieses Jahr haben wir einen Knopf mit 25% recyceltem Polyesteranteil in unsere Kollektion aufgenommen. Der Recyclinganteil ist durch technologische Grenzen bedingt zwar noch niedrig, doch wollen wir weitere Materialien mit geringerer Umweltbelastung in den kommenden Saisons einsetzen und hoffen, dass technische Fortschritte in der Zukunft höhere Recyclinganteile ermöglichen werden.

ERGEBNISSE

52% der Styles haben
umweltfreundlicheren*
Ober- & Futterstoff

21% der Kollektion
aus recycelten oder
Leftover Stoffen

Erste Knöpfe
mit 25% recyceltem
Polyesteranteil

100% der Viskose-
Styles stammen von
Green Shirt Herstellern**

100% unserer
Viskose-Faserhersteller
sind gemapped

100%
mulesing-freie
Schurwolle

Alle Daten basieren auf S/S2021 Kollektion bis auf Recyclingknöpfe (A/W2020).

*Als umweltfreundlichere Stoffe zählen Kategorien A und B unseres [Nachhaltige Materialien Standards](#);

**Wurde von 84 auf 100% geändert nach 2020 Update des Canopy Hot Button Rating.

HERAUSFORDERUNGEN


& TO-DOS

KURZWAREN

Eigentlich wollten wir in unserer neuen Kollektion nicht nur unseren Recyclingknopf, sondern auch Reißverschlüsse aus Bio-Baumwolle und recyceltem Polyester einsetzen. Letztendlich haben wir uns jedoch dagegen entschieden, weil sie per Flugzeug aus Asien nach Europa hätten verschickt werden müssen, was den Umweltnutzen dieser Entscheidung in Frage gestellt hätte. Wir wollen ganzheitlich denken und das bedeutet manchmal, nicht das zu tun, was auf dem Papier gut aussieht. In Vorbereitung auf die nächsten Saisons beschäftigen wir uns intensiv mit dem Angebot an umweltfreundlichen Kurzwaren, damit wir hier Fortschritte machen.

VERARBEITUNG & FÄRBUNG

Neben der Beschaffung von Rohstoffen mit geringerer Umweltbelastung sind auch die Verarbeitungs- und Färbephase wichtig, da sie viel Energie, Wasser und Chemikalien verbrauchen. Einige unserer Stoffe, wie Lenzing Fasern und Bio-Baumwolle, erfüllen hier bereits sehr hohe Standards. Wir suchen stets nach umweltfreundlicheren Verarbeitungs- und Färbeverfahren für weitere Stoffe, und werden Dich über unsere Fortschritte auf dem Laufenden halten.



'Wir wollen volle Rückverfolgbarkeit für unsere Produkte erreichen.'

III RÜCKVERFOLGBARKEIT

ZIELE & MASSNAHMEN

- 100% RÜCKVERFOLGBARE LIEFERKETTEN BIS 2025

Seit letztem Jahr arbeiten wir intensiv daran, die Rückverfolgbarkeit in unseren Lieferketten zu erhöhen. Für die neue Kollektion konnten wir 100% unserer Viskosefaserhersteller mappen und diesen Grad an Transparenz als Voraussetzung für den Einsatz von Viskose bei unseren Lieferanten etablieren.

Außerdem konnten wir für Stofflieferanten die Rückverfolgbarkeit um 18 Prozentpunkte erhöhen (Stufe 2; 96%), für Garnhersteller um 14 Prozentpunkte (Stufe 3; 31%) und sind bei Faserherstellern (Stufe 4; 36%) relativ stabil im Vergleich zur letzten Kollektion. Einige Partner, besonders tiefer in der Lieferkette, zögern

noch, Informationen bereitzustellen, da sie darin einen Wettbewerbsvorteil sehen. Wir freuen uns sehr, dass besonders unseren direkten Lieferanten die Signifikanz von Rückverfolgbarkeit bewusst ist, so dass wir uns stetig verbessern können. So konnten wir bereits für zwei Produktkategorien, nämlich unsere Bio-Baumwoll-T-Shirts und unsere Leder Capsule Kollektion, ihre vollständige Geschichte erzählen.

In der Modebranche ist es gängige Praxis, dass Lieferanten die Beschaffung für Marken übernehmen. Unsere Vision ist, dass wir genau wissen wollen, was in unseren Produkten steckt, damit wir ihre Geschichte mit unseren Kund*innen teilen können. Deshalb setzen wir hauptsächlich auf direkte Beschaffung und verzichten,

wo möglich, auf Zwischenhändler. Allerdings werden kleinere, weniger sichtbare Kurzwaren und Accessoires oft lokal beschafft. Dieses Jahr haben wir Nähgarnlieferanten für unsere gesamte Kollektion nominiert. So wissen wir genau, welche Garne zum Einsatz kommen.

Da all unsere Lieferanten echte Experten in der Branche sind, ist ihr Input im Beschaffungsprozess von unschätzbarem Wert für uns, um die besten Materialien zu finden. Wir werden weiterhin mit ihnen daran arbeiten, die Rückverfolgbarkeit nicht nur für unsere Fertigung und Stoffe, sondern auch für unsere Kurzwaren Schritt für Schritt zu erhöhen.

ERGEBNISSE

96% Stufe 2
Stofflieferanten
gemapped

31% Stufe 3
Garnlieferanten
gemapped

36% Stufe 4
Faserlieferanten
gemapped

100% der
Viskosefaserhersteller
gemapped

Zweites Produkt
zur Farmregion
rückverfolgt

*Daten basieren auf S/S2021 Kollektion.

HERAUSFORDERUNGEN


& TO-DOS

NEUHEITEN

Aus Designperspektive lassen wir uns von neuen Stoffen inspirieren und möchten frische Ideen in unsere Kollektionen einbringen. Die Suche nach neuen Stoffen und das gleichzeitige Einholen aller relevanter Informationen ist jedoch eine echte Herausforderung. Die Beschaffung zertifizierter Materialien und der Aufbau vertrauensvoller und direkter Beziehungen zu unseren Lieferanten hilft uns dabei. Außerdem erweitern wir ständig unsere Materialbibliotheken mit Stoffen und Kurzwaren, die wir kennen und wiederverwenden wollen.

KURZWAREN

Obwohl wir im Vergleich zu anderen Marken, die sich hauptsächlich auf Zwischenhändler verlassen, bereits einen hohen Grad an Transparenz in unserer Lieferkette haben, gibt es kleinere und weniger sichtbare Komponenten wie Einlagestoffe, Druckknöpfe oder Spitzenbänder, die unsere Lieferanten großteils selbst beschaffen, da dies effizienter ist. Um unser Ziel zu erreichen, die Geschichte jedes Kleidungsstücks zu erzählen, werden wir uns weiterhin gemeinsam bemühen, unsere Vision der Rückverfolgbarkeit auch für die kleinsten Teile Wirklichkeit werden zu lassen.



‘Wir wollen Nachhaltigkeit in allen Unternehmensbereichen leben und unseren ökologischen Fußabdruck reduzieren, um den Klimawandel zu bekämpfen.’

IV OPERATIONS & FUSSABDRUCK

ZIELE & MASSNAHMEN

- UNSEREN ÖKOLOGISCHEN FUßABDRUCK DURCH ECO MATERIALIEN, CO₂-ARMEN TRANSPORT & NACHHALTIGE PRAKTIKEN BIS 2025 DEUTLICH REDUZIEREN
- 100% NACHHALTIGE VERPACKUNGEN BIS 2022 & SIGNIFIKANTE REDUZIERUNG DES MATERIALVERBRAUCHS

Rohstoffe und Verarbeitung machen einen großen Teil unseres ökologischen Fußabdrucks aus. Durch den Einsatz umweltfreundlicher Stoffe versuchen wir, unseren Fußabdruck zu verringern. Wir waren begeistert, als unser Lieferant Manteco eine Ökobilanz für unsere recycelte Wolle durchgeführt hat, aus der wir dieses Jahr mehrere Mäntel hergestellt haben: im Vergleich zu konventioneller Wolle benötigt sie 87% weniger Wasser, 74% weniger CO₂-Emissionen und 58% weniger Energie.

Dieses hervorragende Ergebnis motiviert uns, mehr Wolle auf recycelte Qualitäten umzustellen.

Die Logistik ist der andere wichtige Treiber der Treibhausgas (THG) Emissionen. Für die letzte Saison haben unsere Lieferketten- und Produktionsteams den Transport unserer Produktion aus China konsequent auf Schiene und Schiff verlagert: zwei Drittel wurden per Bahn oder Schiff abgewickelt, die etwa 7 bzw. 44 Mal weniger THG-Emissionen verursachen als das Flugzeug. Auch wenn wir nicht garantieren können, dass wir den Transport per Flugzeug in Zukunft vollständig vermeiden können, da unvorhergesehene Ereignisse unsere Planung beeinflussen können, hoffen wir, dieses großartige Ergebnis noch weiter ausbauen zu können.

Auch die kleinen Schritte zählen! Wir haben Ökobon-Kassenrollen in unserer Boutique in Berlin eingeführt. Wir haben umgestellt, weil konventionelles Thermopapier viele chemische Farbtentwickler enthält, zu denen auch das giftige Bisphenol A (BPA) gehören kann. Die alternative Drucktechnologie von Ökobon basiert auf einer physischen statt einer chemischen Reaktion, wodurch Farbtentwickler überflüssig werden. Darüber hinaus wird Ökobon aus FSC-zertifiziertem Papier in Deutschland produziert.

Vor kurzem haben wir unsere kleinste Kartonverpackung durch eine Papierversandtasche ersetzt. Der neue Umschlag, der in Berlin hergestellt wird, ist leichter und nimmt weniger Volumen beim Transport ein, was THG-Emissionen einspart. Wir hoffen, dass unsere Kund*innen diesen Umschlag einfacher lagern und wiederverwenden können als das alte Paket. Für die Zukunft wollen wir mit unserem Lieferanten daran arbeiten, den Recyclingfasergehalt des Umschlags zu erhöhen, um ihn umweltfreundlicher zu machen.

ERGEBNISSE

68% unseres
Überseetransports per
Bahn & Schiff*

Null chemische
Farbtentwickler im
Thermopapier

Leichtere platz-
sparende Versandtasche
statt Karton eingeführt

*Daten basieren auf A/W2020 Kollektion.

HERAUSFORDERUNGEN


& TO-DOS

QUANTIFIZIERUNG

Es steckt viel Wahrheit in der Redewendung "Was man nicht messen kann, kann man auch nicht managen". Auswirkungen zu quantifizieren, informiert unsere Strategie und hilft uns, Ergebnisse glaubwürdig zu kommunizieren. Es ist aber auch viel Arbeit, Daten zu sammeln und systematisch Fußabdrücke zu berechnen. Manchmal können die Ressourcen, die dafür aufgewendet werden müssen, sinnvoller für Reduktionsprojekte mit hohem Einsparungspotential genutzt werden. In Zukunft möchten wir unseren Fußabdruck zwar gerne umfassender messen, müssen aber auch stets den Nutzen solcher Projekte erwägen, damit dieser im Einklang mit den Kosten steht.

IN-BETWEENS

Als Modemarke in einer globalisierten Welt findet viel Transport in unserer Lieferkette statt. Zwar haben wir direkten Einfluss auf die Transportart, mit der die Ware von unseren Fabriken zu unserem Lager transportiert wird, jedoch haben wir weniger Informationen und Einfluss auf den Transport, der weiter weg in der Lieferkette stattfindet. In einem ersten Schritt haben wir deshalb begonnen, Fragen zu diesen unsichtbaren Transportschritten in unseren Gesprächen mit Lieferanten zu stellen, um uns ein besseres Bild vom Status quo zu machen.



‘Wie Covid-19 unsere Arbeitsweise verändert und die Digitalisierung in der Modebranche vorantreibt.’

V INSIGHT

Als letztes Kapitel unseres Berichts möchten wir Dir diesmal einen Einblick geben, wie Covid-19 die Praktiken in der Modebranche beeinflusst und verändert – einige davon hoffentlich zum Besseren.

Die Modeindustrie hat Covid-19 stark zu spüren bekommen, und die Auswirkungen treffen Marken sowie alle Akteure entlang der Lieferkette, besonders die Textilarbeiter*innen. Darüber hinaus wurden die meisten Fabrikaudits und -besuche aufgrund von Reisebeschränkungen ausgesetzt. Dies hat teilweise die Akzeptanz von Selbstauskünften, Remote Audits und digitalen Technologien erhöht, was sich z.B. positiv auf Audit Fatigue auswirken könnte. Dennoch müssen Überprüfungen und Gespräche mit den Arbeiter*innen

vor Ort auch in Zukunft Teil des Monitoring von Sozial- und Arbeitsstandards sein. Obwohl wir über Videokonferenzen in den letzten Monaten mit vielen unserer Partner weiterhin “von Angesicht zu Angesicht” in Kontakt bleiben und sogar eine virtuelle Fabrikbesichtigung durchführen konnten, hoffen wir daher, dass sowohl wir als auch Auditunternehmen bald wieder physisch in den Fabriken zugegen sein können.

Auch in anderen Teilen der Branche erleben wir einen Wechsel zu digitalen Technologien. Dieses Jahr haben alle Messen Online-Formate angeboten. Normalerweise erfordert die Teilnahme an diesen Veranstaltungen Eintrittskarten, Anreise und Unterkunft. Als junge Marke begrüßen wir den breiteren Zugang zu

Vorträgen, Ausstellern und Networking, den die virtuelle Durchführung für kleinere Marken ermöglicht. Wir hatten viele fruchtbare Online-Meetings und konnten uns auf virtuellen Marktplätzen durch die Produktportfolios potenzieller Partner blättern, anstatt alle Muster per Post zu erhalten. Dies hat den Transportaufwand und die damit verbundenen THG-Emissionen reduziert sowie zu einer Abfallreduktion im Beschaffungsprozess geführt. Wir selbst haben eine Online-Plattform für unsere B2B-Partner entwickelt, um ihnen unsere neue Kollektion zu zeigen und konnten so viele Reisen ersetzen.

Die aktuelle Krise stellt die Branche vor große Herausforderungen und ist ein Test ihrer Widerstandsfähigkeit. Digitale Technologien werden physische Begegnungen und Prozesse nicht vollständig

ablösen können, noch ist die fortschreitende Digitalisierung rein positiv zu sehen, wenn man an ihre nicht zu vernachlässigenden ökologischen und sozialen Auswirkungen z.B. im Zusammenhang mit Rohstoffen, Stromverbrauch und E-Müll denkt. Dennoch kann die gegenwärtige Krise eine Chance sein, zu diversifizieren, etablierte Entwicklungs- und Produktionsprozesse in Frage zu stellen, um traditionelle Strukturen aufzubrechen und digitale (sozial- und umweltverträgliche) Lösungen zu finden. Die Modeindustrie muss kreativ werden und neue Wege finden, um zukunftsfähig zu bleiben.