



IVY OAK

NACHHALTIGKEITSBERICHT

Q4 2020

EINLEITUNG ⁰³

I UNSERE HIGHLIGHTS ⁰⁴

II WIRKUNG & KOOPERATIONEN ⁰⁶

III KUNDEN & COMMUNITY ⁰⁹

IV FAIRE FABRIKEN ¹¹

V INSIGHT QUALITÄT ¹⁴

VI AUSBLICK 2021 ¹⁶

WE ARE NOT JUST ANOTHER LABEL.

Wir verfolgen einen ganzheitlichen Ansatz beim Thema Nachhaltigkeit. 2020 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.

In unserem vierten Nachhaltigkeitsbericht wollen wir auf das Jahr 2020 zurückblicken und einen Ausblick geben, was wir uns für 2021 vorgenommen haben. Wir wünschen Dir viel Spaß beim Lesen!

I UNSERE 2020 HIGHLIGHTS



MATERIALIEN

- 52% der Styles wurden aus Stoffen der Kategorien A und B unseres Nachhaltige Materialien Standards hergestellt
- 100% der Viskose stammt von Green-Shirt-Faserproduzenten
- Erste Mäntel aus recycelter Wolle und Styles mit recycelten Knöpfen hergestellt



FUSSABDRUCK

- 68% der Überseetransporte wurden per Bahn oder Schiff abgewickelt, was unsere CO₂-Emissionen deutlich reduziert (A/W2020)
- 100% erneuerbare Energien an unseren Standorten
- 100% der CO₂-Emissionen aus Lieferungen und Online-Shop kompensiert



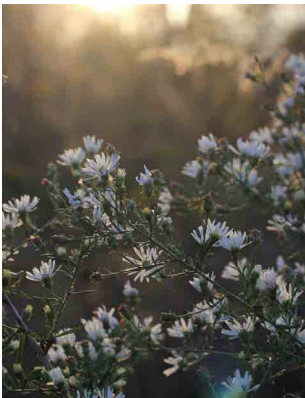
VERPACKUNG

- 93% recycelte Materialien im Verpackungsmix
- 96% der Verpackungsmaterialien sind recycelbar
- 12% Reduzierung der Verpackung pro Produkt



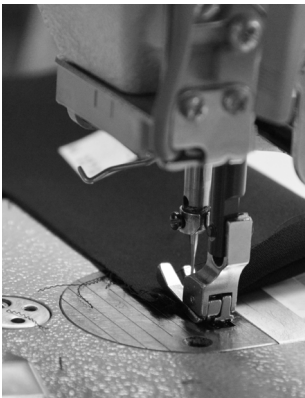
KREISLAUF- WIRTSCHAFT

- 21% der Kollektion aus recycelten oder Leftover Materialien hergestellt (S/S2021)
- Veröffentlichung unseres Care Guides mit Tipps & Tricks zur richtigen Kleidungspflege
- 5 Projekte zur Wiederverwendung von Reststoffen durchgeführt




TRANS- PARENZ

- Veröffentlichung unseres 360° Frameworks, unserer Roadmap & der ersten Nachhaltigkeitsberichte
- Ausweitung der Preistransparenz auf alle Produktkategorien
- zwei Produktkategorien erzählen ihre ganze Geschichte, von der Farm bis zur Fabrik



TRACEABILITY

- 100% Rückverfolgbarkeit zu den Fabriken
- 100% der Viskosefaserhersteller gemappt
- Deutliche Erhöhung der Rückverfolgbarkeit unserer Lieferkette: 96% Stofflieferanten, 31% Garnlieferanten, 36% Faserlieferanten gemappt



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

II WIRKUNG & KOOPERATIONEN

ZIELE & MASSNAHMEN

- ZUSAMMENARBEIT MIT NGOs, PEERS & STAKEHOLDERN, UM GEMEINSAM IMPACT ZU KREIEREN
- UNTERSTÜTZUNG SOZIALER ZWECKE UND ORGANISATIONEN, DIE UNS AM HERZEN LIEGEN

Ein wichtiger Hebel, ein nachhaltiges Unternehmen aufzubauen, das positive Wirkung erzielt, ist Kooperation. Wir sind Mitglied in mehreren Initiativen, die versuchen, die Modeindustrie fairer und nachhaltiger für den Planeten zu gestalten. Diese Partnerschaften bedeuten uns sehr viel: wir lernen, wir werden inspiriert, wir tauschen uns aus. Aber genauso wichtig ist für uns, dass

sie uns anspornen, uns immer höhere Ziele zu setzen. Hier ist ein Update zu zwei ausgewählten Initiativen, an denen wir beteiligt sind.

Wir haben den Onboarding-Prozess des Bündnisses für nachhaltige Textilien abgeschlossen und sind nun volles Mitglied. 2020 haben wir an verschiedenen Aktivitäten des Bündnisses teilgenommen, wie z.B. Workshops, Webinare und Expertengruppen. Wir schätzen unsere Mitgliedschaft im Bündnis sehr, da es uns eine Plattform für den Dialog sowie konkrete Orientierungshilfen zu aktuellen Themen bietet, zum Beispiel, wie Modeunternehmen in Zeiten von

Covid-19 mit ihren Lieferanten umgehen sollten. Mithilfe der vom Bündnis bereitgestellten Instrumente haben wir eine Selbsteinschätzung und Risikoanalyse durchgeführt und werden auf Basis der Ergebnisse dieses Jahr gemeinsam Ziele festlegen.

Wir sind sehr stolz darauf, was wir in den letzten zwei Jahren in Bezug auf umweltfreundliche Materialien erreicht haben. Deshalb haben wir uns entschieden, zum ersten Mal am Corporate Fibre and Materials Benchmark (CFMB) teilzunehmen, der von der Organisation Textile Exchange durchgeführt wird. Der CFMB sammelt und vergleicht Daten von Marken zu ihrem (nachhaltigen) Materialeinsatz. Dies ist eine wichtige Datenquelle auf Branchenebene, die dazu beiträgt, den Einsatz nachhaltiger Materialien voranzutreiben. Wir sind gespannt, wie wir abschneiden, und wollen den CFMB in Zukunft auch für unsere eigene Datenerhebung, Zielsetzung und Standardentwicklung nutzen.

Außerdem unterstützen wir mehrere soziale und ökologische Projekte, von denen wir zwei besonders hervorheben möchten, die beide Frauenrechte und Gleichberechtigung fördern. Als ein von einer Frau gegründetes Unternehmen mit 80% Mitarbeiterinnen liegen uns diese Themen besonders am Herzen.

Das erste Projekt haben wir im Rahmen der Kompensation unseres CO₂-Fußabdrucks aus Paketlieferungen und dem Betrieb unseres Online-Shops über die Organisation Klimakollekte gefördert. Das Klimaschutzprojekt führt

energieeffiziente Kochtaschen in ländlichen und vorstädtischen Gebieten in Kamerun ein. Frauen und Kinder müssen oft weite Strecken laufen, um Feuerholz zu sammeln, und traditionelle Feuerstellen verursachen oft starke Rauchentwicklung. Die Organisation Pro Climate International (PCI) stattet 6.000 Familien mit energieeffizienten Kochtaschen aus, die bis zu 60% des benötigten Feuerholzes einsparen, was sich in Zeitersparnis und besserer Gesundheit für die Frauen niederschlägt, den Kindern ermöglicht, in die Schule zu gehen statt Holz zu sammeln, und zum Schutz der Wälder beiträgt. Die Kochtaschen werden vor Ort von PCI-geschulten Näherinnen hergestellt, was zusätzliche Arbeitsmöglichkeiten schafft.

Für das zweite Projekt haben wir uns mit der Caritas zusammengeschlossen und eines ihrer Frauenhäuser in Berlin mit einer Spendenaktion in unserem Online-Shop sowie mit Kleidungsstücken unterstützt. Die Covid-19-Pandemie hat auf der ganzen Welt Umstände verschärft, die Gewalt gegen Frauen begünstigen. Weltweit erlebt eine von drei Frauen körperliche oder sexuelle Gewalt, meist durch einen Intimpartner. Das Frauenhaus in Berlin bietet 50 Frauen und ihren Kindern einen sicheren Raum, in dem sie vor häuslicher Gewalt geschützt sind. Die Caritas unterstützt sie in persönlichen, finanziellen und rechtlichen Belangen. Da viele Frauen nur mit den Kleidern, die sie tragen, von zu Hause fliehen, haben wir dem Frauenhaus Mäntel, Pullover, Hosen und Oberteile aus unserem Sortiment gespendet.



PELZFREI



ERGEBNISSE

7 Mitgliedschaften
in Initiativen für mehr
Nachhaltigkeit

5 neue
Mitgliedschaften in
Initiativen 2020

3 soziale &
ökologische Projekte
unterstüt

HERAUSFORDERUNGEN


& TO-DOS

KAPAZITÄT

Es gibt viele großartige Initiativen, und wir würden am liebsten bei allen mitmachen. Eine Mitgliedschaft bedeutet aber auch Zeit und Commitment, damit wir aktiv teilnehmen und Themen vorantreiben können. Da uns nur begrenzte Ressourcen zur Verfügung stehen, müssen wir sicherstellen, dass wir Prioritäten setzen, um die größte Wirkung zu erzielen. Deshalb können wir leider nicht in allen Initiativen mitmachen und nicht alle Themen auf einmal angehen. Aber wir versuchen, immer offen für neue Projekte zu sein und informiert und vernetzt zu bleiben.

FORMALISIERUNG

Governance ist ein großer Aspekt von CSR, da hier Richtlinien, Prozesse, Ziele und Verantwortlichkeiten formal definiert werden. Diese Formalisierung ist wichtig, allerdings auch zeitaufwendig. Als KMU stehen wir immer vor der Herausforderung, ein Gleichgewicht zwischen Flexibilität, Ressourceneinsatz und Formalisierung zu finden. Wir brauchen genügend Struktur, um sicherzustellen, dass wir alle in die gleiche Richtung streben, und gleichzeitig genügend Ressourcen, um das umzusetzen, was wir uns vorgenommen haben.



'Wir wollen uns für ein
gesundes Körperbild, Vielfalt
und Diversität einsetzen,
unser Marketing auf
verantwortungsvolle Weise
gestalten und unsere Werte
kommunizieren.'

III KUNDEN & COMMUNITY

TARGETS & ACTIONS

- 100% UNSERER KOMMUNIKATION VERMITTELT UNSERE VISION & WERTE
- KONTINUIERLICHER AUSTAUSCH MIT UNSERER COMMUNITY ZU SOZIALEN UND ÖKOLOGISCHEN THEMEN

Vielfalt und Inklusivität sind wichtige Werte für uns in allen Unternehmensbereichen. Unsere Kommunikation soll die wunderschöne Vielfalt in unserer Gesellschaft widerspiegeln, und wir arbeiten aktiv daran, verschiedene Diversitätsdimensionen abzubilden. Dazu kommunizieren wir unsere Werte an die Agenturen und Fotografen, mit denen wir für unsere Fotoshootings zusammenarbeiten. Wir wollen achtsam und bewusst mit unserer Plattform

umgehen und sie nutzen, um Vielfalt und ein gesundes Körperbild zu fördern. Marketing und Kommunikation sind ein wichtiger Teil unserer gesellschaftlichen Verantwortung, und wir nehmen sie ernst.

Die Vielfalt in der Modelbranche verbessert sich langsam, endlich! Dies ist ein wichtiger Schritt, da die Marketingbilder, die wir täglich sehen, unsere Ansichten und Schönheitsstandards prägen. Fehlende Repräsentation hat gesellschaftliche Auswirkungen mit schwerwiegenden Konsequenzen, da sie die (versteckte) Botschaft mit sich bringt, dass alles nicht Gezeigte unansehnlich und unsichtbar ist. Außerdem prägt die

Art und Weise, wie Frauen im Marketing dargestellt werden, die gesellschaftlichen Erwartungen an Mädchen und Frauen. Falsche Schönheitsstandards können zu Gesundheitsproblemen und Rassismus beitragen. Deshalb ist Vielfalt in der Modelbranche und im Marketing tatsächlich so relevant: mit Repräsentation gehen Akzeptanz und Normalisierung einher.

Ein weiterer wichtiger Wert in unserer Kommunikationsstrategie ist Transparenz. Wir wollen

verständliche Informationen über unsere Produkte, unser Unternehmen und unsere Nachhaltigkeitsstrategie bereitstellen. Deshalb haben wir neues Informationsmaterial zum Thema Nachhaltigkeit für unsere Boutique und unseren Online-Shop entwickelt: für unsere Boutique mehrere Flyer zu den Themen Preistransparenz, Produktionsstätten, CSR Strategie und Kleidungspflege, sowie so genannte Hanger-Tags, die Informationen zu einzelnen Produkten liefern; für unseren Shop verschiedene Icons, die Materialien erklären.

ERGEBNISSE

Mehr Vielfalt
in unserem
Marketing

Neues Informations-
material in unserer
Boutique*

Neue Icons &
Erklärungen zu Nachhaltigkeit
im Online-Shop*

*kommt im Frühjahr 2021 (nach Wiedereröffnung nach dem Lockdown)

HERAUSFORDERUNGEN

& TO-DOS

MODELBRANCHE

Obwohl es positive Entwicklungen zur Erhöhung der Vielfalt auf den Laufstegen, in Magazinen und im Marketing gibt, ist sicherlich noch viel zu tun in der Model- und Modeindustrie, um die vielen Dimensionen von Diversität und Schönheit besser zu repräsentieren. Es ist großartig, zu sehen, dass alternative Modelagenturen auf den Markt drängen und etablierte Agenturen

vielfältiger werden. Wir hoffen, dass wir in Zukunft mehr und schnellere Veränderungen sehen werden, durch die Vielfalt und Inklusivität zum Mainstream werden und nicht mehr "alternativ" sind. Unsererseits haben wir gute Fortschritte gemacht, doch wir wollen mehr tun, um ein stärkerer Verfechter von Vielfalt, Diversität und Inklusion zu werden.



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

IV FAIRE FABRIKEN

ZIELE & MASSNAHMEN

- 100% UNSERER LIEFERANTEN ERFÜLLEN NACHHALTIGKEITSKRITERIEN UND ARBEITEN STETIG AN VERBESSERUNGEN
- BESCHAFFUNGSPRAKTIKEN WERDEN REGELMÄSSIG MIT HILFE VON BEST PRACTICE RICHTLINIEN GEPRÜFT

Covid-19 bleibt weiterhin eine große Herausforderung für die Modeindustrie. Wir gehen weiterhin als Team durch die Krise, Seite an Seite mit unseren Lieferanten auf der Grundlage von Partnerschaft und Transparenz. Wir haben unsere Zusagen gegenüber unseren Lieferanten eingehalten und die Verantwortung für unsere Aufträge übernommen, wir haben transparent mit ihnen kommuniziert und gemeinsam Lösungen gefunden. Diese

Herangehensweise entspricht auch den Best-Practice-Richtlinien für den verantwortungsvollen Umgang mit Lieferanten und Geschäftspartnern während der Pandemie. guidelines and doing a review of our buying practices.

2020 sind wir Mitglied bei Amforis BSCI- und BEPI-Initiativen geworden, die eine Plattform und ein Überwachungssystem für Sozial-, Arbeits- und Umweltthemen in der Lieferkette bieten. Über diese Initiativen werden wir unsere Arbeit zu sozialen Standards fortsetzen und wollen unsere Produktionspartner dieses Jahr stärker in Umweltthemen einbinden. 2020 wurde die Durchführung von Sozialaudits in vielen Ländern

ausgesetzt oder verzögert. Dennoch konnte die Mehrheit unserer Fabriken, die ein Audit-Update erhalten sollten, dieses durchführen. Wir werden weiterhin beobachten, wie sich die Situation entwickelt.

Wir haben auch eine Selbstbewertung unseres Lieferantenmanagements mit dem Bündnis für nachhaltige

Textilien durchgeführt, um zu sehen, wo wir bereits gut arbeiten und was wir in Zukunft priorisieren können. Mithilfe der Ergebnisse sind wir dabei, zusätzliche interne Richtlinien aufzustellen und unsere Einkaufspraktiken näher zu analysieren.

ERGEBNISSE

100% Rück-
verfolgbarkeit zu
unseren Fabriken

10 Lieferanten
produzieren in 5 Ländern
für uns

36 Fabriken
mit insgesamt
4400 Beschäftigten

3 Jahre
Durchschnittsdauer der
Beziehungen*

100% Zulieferer
haben Verhaltenskodex
unterzeichnet

0 Verstöße
gegen Mindestanforderungen
2020

*seit der Firmengründung 2016

HERAUSFORDERUNGEN


& TO-DOS

COVID-19

Viele der Auswirkungen der Pandemie werden erst im Laufe der nächsten Jahre sichtbar werden. Es wird einige Zeit dauern, bis sich die Unternehmen erholen. Einige werden nicht überleben, andere werden gestärkt aus dieser Zeit hervorgehen. Für uns, unsere Partner und Zulieferer wird die Pandemie weiterhin eine Herausforderung sein. Dennoch blicken wir mit Zuversicht und Optimismus in die Zukunft und werden weiterhin als Team und als kooperativer Partner durch diese schwierige Zeit gehen.

KOOPERATIONEN

Das vergangene Jahr hat gezeigt, wie wichtig Zusammenarbeit ist. Wir haben uns neuen Initiativen angeschlossen und uns mit Lieferanten, Kollegen und Geschäftspartnern ausgetauscht und gegenseitig unterstützt. In diesem Jahr wollen wir unsere Lieferkette noch stärker in unsere CSR Projekte einbeziehen, da hier der Großteil unseres Fußabdrucks liegt. Wir wollen gemeinsam mit unseren Lieferanten neue Nachhaltigkeitsprojekte auf die Beine stellen und haben erste spannende Gespräche begonnen.



'Unsere Design-Philosophie ist es, Stücke zu entwerfen, die Dich über Jahre hinweg begleiten. Denn das nachhaltigste Kleidungsstück ist das, an dem Du lange Freude hast.'

V INSIGHT QUALITÄT

#LONGTERMTHINKING

Auch wenn nicht jedes einzelne Deiner Kleidungsstücke Jahrzehnte halten muss, lohnt sich die Investition in Qualität auf lange Sicht. Qualität bedeutet, dass Du Kleidung nicht so schnell ersetzen musst, Du sie leichter über Second-Hand-Kanäle weiterverkaufen kannst und so insgesamt weniger neue Kleidung produziert werden muss. Deshalb wollen wir darüber sprechen, warum Qualität für uns wichtig ist, wie wir sie sicherstellen und worauf Du beim Kauf von Kleidung achten kannst.

Wir legen Wert auf Qualität, weil wir Dir das bestmögliche Produkt liefern wollen. Bei allem, was wir tun, stellen wir unsere Kund*innen in den Mittelpunkt. Wir möchten, dass Du Dich viele Jahre in unserer Kleidung wohl fühlst. Wir gewährleisten Langlebigkeit und Qualität durch zeitloses Design, hochwertige Materialien, fachmännische Verarbeitung und tadellose Passform. Unser strenger

Qualitätsprozess umfasst eine physische Evaluierung und Waschtests der Materialien sowie Tragetests unserer Kleidungsstücke, um sicherzustellen, dass sie lange halten und sich gut anfühlen.

Aber genug von uns. Wir denken, es ist wichtig, dass Du weißt, woran Du Qualitätskleidung erkennen kannst und ob der Preis, den Du zahlst, mit einer langen Lebensdauer der Kleidung belohnt wird. Hier sind unsere Top-Tipps, worauf Du beim Kauf von Kleidung achten kannst.

PRÜFE DEN STOFF

Obwohl es schwierig ist, genau zu sagen, was einen guten Stoff ausmacht, solltest Du versuchen die Qualität des Stoffes zu erfühlen und seine Eignung für das Kleidungsstück und dessen Nutzung zu beurteilen. Du kannst versuchen, ihn ein wenig zu

dehnen: Qualitätsfasern sollten zurückfedern und ihre Form behalten.

PRÜFE DIE KURZWAREN

Kleidung, die auf Langlebigkeit ausgelegt ist, sollte so designt sein, dass das Risiko einer Beschädigung minimiert wird. Deshalb sollten Reißverschlüsse idealerweise verdeckt sein, leicht schließen und einen Haken, Druckknopf oder eine Öse an der Oberseite haben. Verdeckte Reißverschlüsse sehen schöner aus, sind aber in der Regel teurer in der Herstellung. Prüfe auch, ob die Knöpfe mit mehreren Fäden gut angenäht sind und wie sie durch die Löcher passen.

PRÜFE DIE VERARBEITUNG

Guck Dir an, ob der Nähfaden stark genug erscheint, um den Stoff zusammenzuhalten. Eine höhere Stichdichte ist im Allgemeinen besser, da sich festere Nähte weniger leicht lösen. Untersuche außerdem stark beanspruchte Bereiche, wie die Verkleidung um Reißverschlüsse und Knöpfe, die Schultern, die Ärmel und den Kragen. Diese sollten durch stärkere Nähte, Zwischenfutter oder Einlagen verstärkt sein, die die Struktur des Kleidungsstücks unterstützen.

PRÜFE DAS FUTTER

Futterstoffe stellen einen zusätzlichen Kostenfaktor dar und werden daher von vielen Marken eingespart. Es ist zwar wichtig zu wissen, dass nicht alle Kleidungsstücke ein Futter benötigen, aber ein hochwertiges Futter kann aus mehreren Gründen von Vorteil sein: es sieht ordentlicher aus, schützt Nähte und hält Hautfett und Schweiß vom Oberstoff fern, was die Lebensdauer des Kleidungsstücks verlängert. Gefütterte Röcke und Kleider fallen meist schöner.

PRÜFE DIE TASCHEN BEI JACKEN

Hochwertige Jacken haben in der Regel echte Taschen mit der richtigen Länge, um sie tatsächlich zu benutzen. Prüfe, ob die Öffnung durch eine Reihe sauberer Stiche verstärkt ist.

PRÜFE MUSTER

Bei gemusterten Kleidungsstücken kannst Du die Qualität beurteilen, indem Du schaust, ob das Muster an den Nähten zusammenpasst. Das erfordert zusätzlichen Zeit- und Materialaufwand in der Produktion und wird daher oft nicht gemacht. Wenn Muster nicht zusammenpassen, kann das darauf hindeuten, dass die Marke auch in andere Bereiche der Verarbeitung nicht investiert hat. Bei Qualitätskleidung sollte das Muster zusammenpassen (dies gilt nicht für große oder zufällige Muster).

PRÜFE DIE EXTRAS

Hochwertige Kleidung kommt mit Ersatzknöpfen und großzügiger Saumzugabe. Diese Details signalisieren, dass das Kleidungsstück für eine lange Lebensdauer ausgelegt ist: es kann bei Bedarf verändert werden und wird lange genug halten, um kleinere Reparaturen zu erfordern.

TESTE DIE PASSFORM

Obwohl die Qualität der Passform subjektiv ist, gibt es ein paar Dinge, auf die Du achten kannst: Jacken und Mäntel sollten normalerweise eine Naht in der Mitte des Rückens haben, die der Kurve des Rückens folgt, um die Passform zu verbessern. Hochwertige Hemden und Blusen haben oft eine sogenannte Schulterpasse, ein zusätzliches Stück Stoff um den Halsausschnitt, das für eine bessere Passform und einen weicheren Fall sorgt.

TESTE DEN KOMFORT

Viele Marken versuchen, Geld zu sparen, indem sie so wenig Stoff wie möglich verwenden, was zu wenig Platz für die Schultern, zu kurze Innennähten und weniger schöne Drapierungen bedeuten kann. Schau, ob sich das Kleidungsstück bequem anfühlt und Du Dich darin gut bewegen kannst. Bück Dich zum Beispiel beim Anprobieren von Röcken oder Kleidern, um zu prüfen, wie sie sich verhalten, setz Dich beim Anprobieren von Hosen hin, um zu sehen, ob sie nach unten rutschen, und greif beim Anprobieren von Blusen nach etwas, um zu sehen, ob sich ein Spalt zwischen den Knöpfen bildet.



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

VI AUSBLICK 2021

2020 war ein schwieriges Jahr, das uns alle vor Herausforderungen gestellt hat. Trotzdem oder gerade deshalb sind wir stolz, dass wir das Momentum für unsere Nachhaltigkeitsinitiativen beibehalten und viele unserer Ziele erreichen konnten. Wir haben definitiv einige Lehren aus dem letzten Jahr gezogen, die wir für das nächste Jahr und darüber hinaus mitnehmen. Vor allem haben wir gesehen, wie wichtig es ist, zusammen zu arbeiten, unsere Lieferanten so früh wie möglich in unsere Nachhaltigkeitsreise einzubeziehen und unsere Ambitionen klar zu kommunizieren. Wir haben viele Pläne für das neue Jahr. Hier sind einige unserer Schwerpunktthemen für 2021. Mehr dazu kannst du in unserem [360° Framework](#) erfahren.

UMWELTFREUNDLICHE MATERIALIEN

Wir werden unseren Nachhaltige Materialien Standard aktualisieren und den Anteil an umweltfreundlichen Stoffen und Kurzwaren in unseren Kollektionen weiter kontinuierlich erhöhen. Ein Bereich, den wir in Zukunft stärker angehen wollen, sind Färbeprozesse.

KREISLAUFWIRTSCHAFT

Wir werden Workshops durchführen, Tools entwickeln und Projekte aufsetzen, um den Kreislaufgedanken in unseren Designprozessen und anderen Geschäftsbereichen weiter zu etablieren.

FUSSABDRUCK

Wir wollen unseren ökologischen Fußabdruck weiter reduzieren, indem wir unsere Transporte auf emissionsärmere Verkehrsträger verlagern und den Einsatz von Verpackungsmaterialien reduzieren.

FUSSABDRUCK

Wir werden weiterhin innovative Partner suchen und uns Initiativen anschließen, die uns auf unserer Nachhaltigkeitsreise weiterbringen.

RÜCKVERFOLGBARKEIT & TRANSPARENZ

Wir setzen das Mapping unserer Lieferketten fort, um unsere Auswirkungen besser zu verstehen und Transparenzinitiativen durchzuführen.

SOZIALE INITIATIVEN

Wir wollen weiterhin Organisationen unterstützen, die sich für soziale Belange einsetzen, die uns am Herzen liegen.