FOND OF
Corporate Responsibility

Booklet 2022

Was wir heute tun, entscheidet darüber, …

→

Inhalt

1 Über FOND OF

1.1 Transformation der Organisationsstruktur: Professionalisierung eines StartUps

1.2 FOND OF in Zahlen

1.3 Unsere Partner: Vertrauen ist gut, Kontrolle ist besser

1.4 Unser Weg zur Klimaneutralität

1.5 Risikoanalyse FOND OF

2 CR erleben – fünf Beispiele

2.1 satch – Der neue e-zero Stoff

2.2 FOND OF Shoes – Ein Interview mit unserer Schuh-Expertin Judith

2.3 Ändern in Fair Wear – Corona Lockdown in Vietnam

2.4 retraced – Mehr Transparenz für uns und unsere Kundschaft

2.5 FOND OF Sustainability SWAT

3 Blick in die Zukunft

3.1 Die nächsten Schritte

3.2 Wir sind nicht perfekt

1 Über FOND OF

Vom Startup zum global agierenden Unternehmen: 2010 revolutionierte FOND OF – damals noch unter dem Namen ergobag GmbH – den internationalen Schultaschenmarkt.
12 Jahre später sind wir Teil einer ganzen FOND OF Welt bestehend aus drei Unternehmen und sieben Marken.

Unseren Wurzeln sind wir dabei treu geblieben und setzen weiterhin Standards in Sachen Design, Funktionalität und Nachhaltigkeit. Für unser nachhaltiges, soziales Engagement hat uns die Fair Wear Foundation 2021 erneut mit dem »Leader Status« ausgezeichnet.

Wir verstehen uns darüber hinaus als Plattform für gemeinsames Wachstum und persönliche Potenzialentfaltung. Dabei verschließen wir uns nicht nach außen, sondern versuchen, unser Wissen weiterzugeben und ebenso von anderen zu lernen. So teilen wir unser Bürogebäude SHIP COLOGNE unter anderem mit dem xdeck, einer Etage für aufstrebende Startups, die wir auf ihrer Wachstumsreise begleiten und unterstützen wollen.

1.1 Transformation der Organisationsstruktur: Professionalisierung eines StartUps

Die ersten zehn FOND OF-Jahre waren von stetigem Wachstum gekennzeichnet – Umsätze, Produkte, Teamplayer-Anzahl, immer ging es steil bergauf und das in der Regel mit viel Spaß und Party, oder wie wir es auch nennen: »playful performance«.

Nicht zuletzt die Corona-Krise hat offengelegt, dass verschiedene Stellschrauben während des Wachstums nicht gesund »mitgewachsen« sind. Hierbei handelte es sich v.a. um den Ausbau von systematischen Prozessen, der vernachlässigt wurde. Überall gab und gibt es Professionalisierungspotenziale. Letztlich spiegelt dies wohl den klassischen Übergang vom Startup zum Mittelständler wider.

Um eine ideale Struktur zur Professionalisierung zu schaffen, hat sich die FOND OF GmbH – unter deren Dach alle Marken vereint waren – entschieden, sich in eine so genannte Holding-Struktur zu transformieren. Konkret bedeutet dies, dass die FOB Holding GmbH als Kapitalanlagegesellschaft gegründet wurde, unter deren Dach sich die FOND OF GmbH (Affenzahn, ergobag, satch) und die baesiq GmbH (AEVOR und pinqponq) als hundertprozentige Beteiligungen eingliedern. Beide Beteiligungen sind durch ein hohes Maß an Eigenständigkeit gekennzeichnet, bspw. im Zusammenhang mit der Entwicklung des Produktportfolios etc. Die FOB Holding als Eigentümerin übernimmt dabei aktuell zentrale Funktionen und Support u. a. in den Bereichen Finance (Buchhaltung & Controlling), Legal und People- & Culture-Management für ihre aktuellen und auch für potenzielle zukünftige Beteiligungen. Auch beim Thema unternehmerischer Verantwortung bzw. Nachhaltigkeit wird es aus der Holding einige Zielvorgaben geben, die zentral berichtet werden (bspw. in Bereichen wie CO_2-Emissionen, Auditierungen und Materialauswahl). Hierdurch soll sichergestellt werden, dass auch in der neuen Struktur hohe Nachhaltigkeitsstandards weiterverfolgt werden. Alle Beteiligungen verfügen hierbei über eigenständige CR-Teams bzw. CR-Beauftragte, die Nachhaltigkeitsthemen weiter vorantreiben und über die Zielvorgaben der Holding hinaus weiterentwickeln.

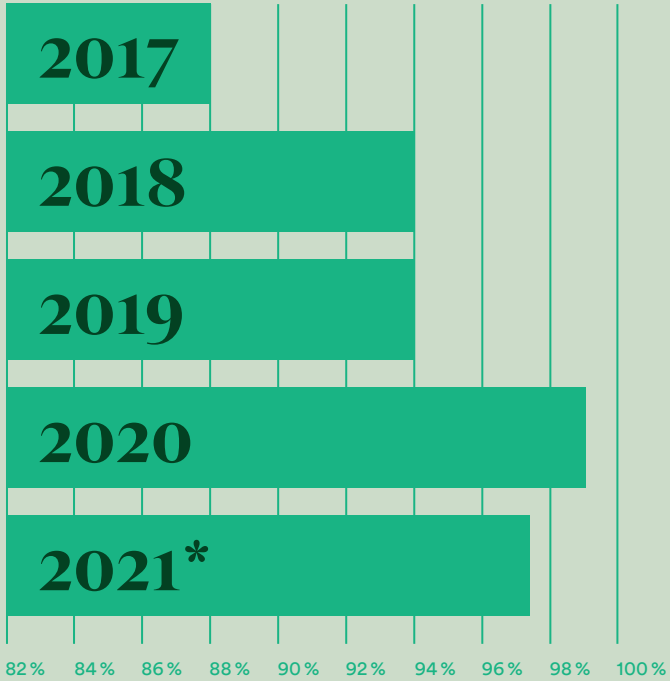
Letztlich spiegelt dies wohl den klassischen Übergang vom Startup zum Mittelständler wider.

1.2 FOND OF in Zahlen

191 Teamplayer

Stand: 18.11.2021

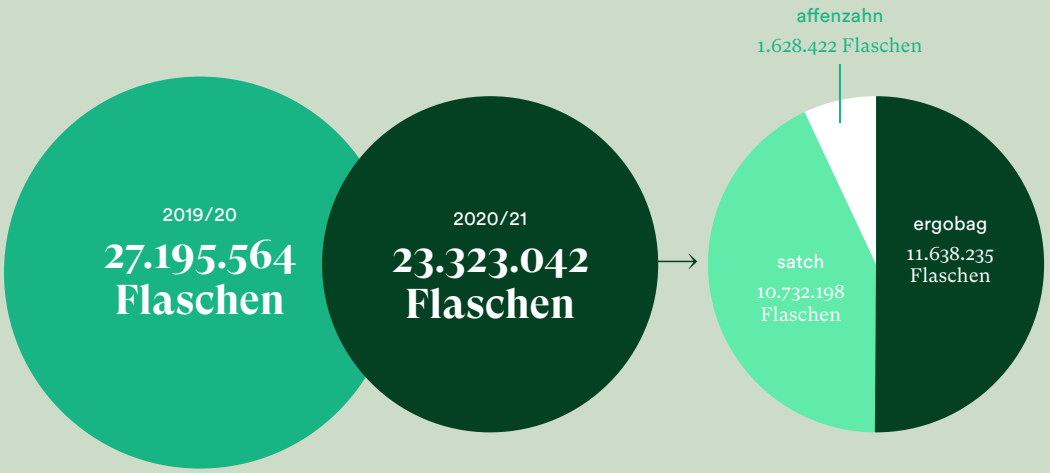
Auditierte Fabriken



* im Zuge der Corona-Pandemie konnten einige Audits nicht durchgeführt werden

Recyclingszahlen & Ersparnisse

Anzahl durch FOND OF (ergobag, satch, affenzahn) recycelter Flaschen:



Einhergehende Ersparnisse

im GJ 2020/21

1.885

Barrel Öl
299.732 Liter Öl

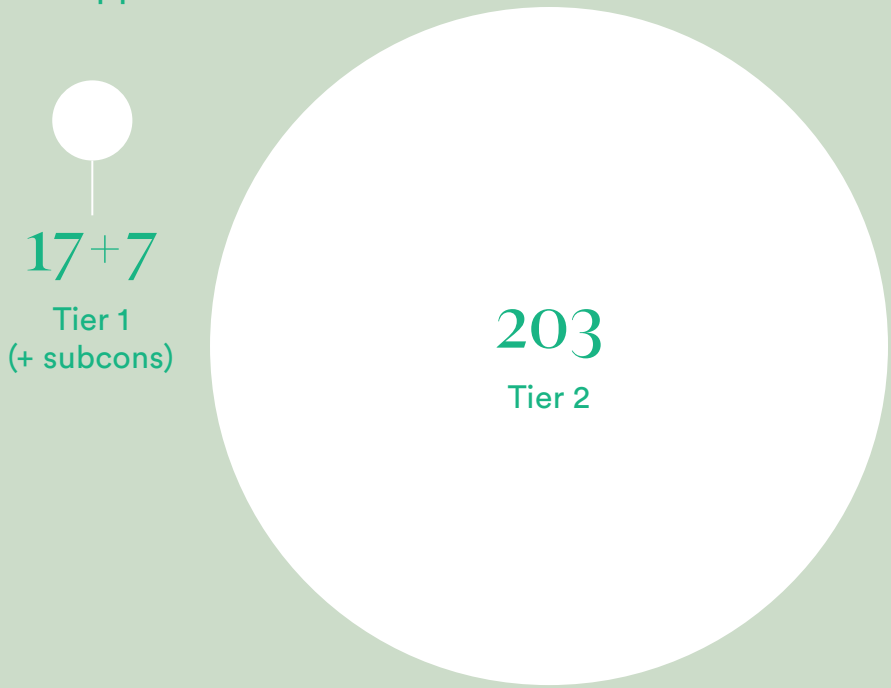
199

Heißluftballons
1.173 Tonnen CO_2

269.730

Badewannen
53.946 m³ Wasser

Anzahl Supplier



bluesign® Zertifizierung

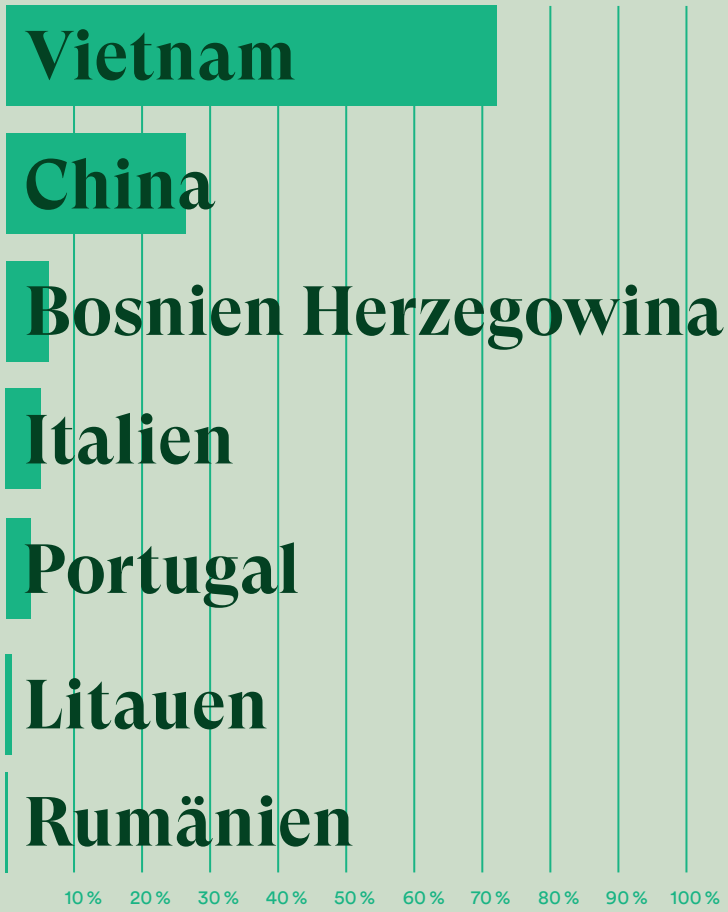
280 insgesamt bluesign® zertifizierte Styles

bluesign® PRODUCT

verkaufte bluesign® zertifizierte Produkte **> 700.000**

Einkaufsvolumen nach Land

GJ 2020/2021



1.3 Unsere Partner: Vertrauen ist gut, Kontrolle ist besser

Fair Wear

Die FAIR WEAR FOUNDATION (FWF) ist eine niederländische non-profit, Multi-Stakeholder-Organisation. Sie setzt sich zusammen aus NGOs, Unternehmensverbänden, Gewerkschaften und Unternehmen wie uns. Zusammen haben wir uns das Ziel gesetzt, die Arbeitsbedingungen in der Textilindustrie zu verbessern. Das schaffen wir unter anderem dadurch, dass wir unsere Nähereien fest im Blick haben und bei sogenannten Audits genau überprüfen, wie die Arbeitsbedingungen vor Ort sind.

Einmal im Jahr kontrolliert die Fair Wear auch uns, und schaut sich dabei an, wie wir mit unseren Lieferanten umgehen. In diesem sogenannten Brand Performance Check wird überprüft, ob wir mit unseren Einkaufsprozessen die Implementierung der strengen Fair Wear Arbeitsstandards bei unseren Produzenten unterstützen. Führen wir genügend Audits durch? Trainieren wir unsere Produzenten zum Thema Arbeitsbedingungen? Wie hoch sind die Löhne bei unseren Produzenten? Gibt es vor Ort einen funktionierenden Beschwerdemechanismus? Diesen und vielen weiteren Fragen müssen wir uns jährlich stellen. Auch in diesem Jahr wurden wir wieder auf Herz und Nieren geprüft und sind zum 4. Mal hintereinander mit dem »Leader«-Status – also der bestmöglichen Bewertung der Fair Wear – ausgezeichnet worden. Damit gehören wir weiterhin zu dem elitären Kreis der Mitgliedsunternehmen, der diesen Status innehat.

bluesign®

Das bluesign®-System ist der derzeit strengste Ansatz zur Gewährleistung der chemisch sauberen Produktion eines Produktes. FOND OF ist sogenannter Systempartner von bluesign®, genauso wie viele unserer Lieferanten. Systempartner müssen den anspruchsvollen bluesign®-Prinzipien und -Kriterien Folge leisten. Das heißt vor allem, dass besonders bedenkliche Chemikalien in der Produktion unserer Materialien (v. a. beim Färben) gar nicht erst eingesetzt werden dürfen. Außerdem kontrolliert bluesign®, dass alle weiteren Chemikalien, die eingesetzt werden, im Abwasser so gefiltert werden, dass sie nicht unkontrolliert in die Umwelt gelangen können. Hierfür gibt bluesign® strikte Regeln vor, die gesetzliche Anforderungen i. d. R. übertreffen. Das bluesign®-System achtet also nicht nur auf die chemische Reinheit des Endprodukts, sondern auf den gesamten Produktionsprozess. Zusätzlich verpflichten sich alle bluesign®-Systempartner zu folgenden fünf Prinzipien: Ressourcenproduktivität, Verbraucherschutz, Gewässerschutz, Emissionsschutz und Arbeitssicherheit.

Grüner Knopf

Der Grüne Knopf ist ein staatliches Siegel für nachhaltige Textilien, das sowohl strenge soziale, als auch ökologische Kriterien abdeckt. Er stellt und überprüft verbindliche Anforderungen für menschenwürdige Arbeit, wie zum Beispiel die Zahlung von Mindestlöhnen oder ein Verbot von Kinder- und Zwangsarbeit. Außerdem verbietet er unter anderem den Einsatz gefährlicher Chemikalien und setzt verbindliche Grenzwerte für Abwasser in der Produktion. Gegründet wurde der Grüne Knopf auf Initiative des Bundesministeriums für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung und fungiert als ein sogenanntes Metalabel. Das bedeutet konkret, dass der Grüne Knopf keine eigenen Standards aufstellt, sondern andere Zertifizierungen akzeptiert. Um ein Produkt mit dem Grünen Knopf labeln zu dürfen, müssen sowohl produktbezogene ökologische (z.B. bluesign® Product) als auch soziale (z.B. Fair Wear Leader Status) Zertifikate vorliegen.

ClimatePartner

Gemeinsam mit ClimatePartner arbeiten wir an unserer unternehmensübergreifenden Klimaschutzstrategie. Diese basiert vor allem auf der Erfassung unserer CO_2-Emissionen, die durch unser unternehmerisches Handeln verursacht werden. Auf Grundlage dieser Daten können wir mögliche CO_2-Reduktionsmaßnahmen ableiten und in Angriff nehmen. Mögliche Reduktionsmaßnahmen sind zum Beispiel die Verbesserung von Containerauslastungen oder die Umstellung unser Autoflotte. Für Emissionen, die wir nicht einsparen können, gibt ClimatePartner uns die Möglichkeit der CO_2-Kompensation. Dabei investieren wir weltweit in Projekte, bei denen CO_2 eingespart wird. Das können zum Beispiel Aufforstungsprojekte oder Projekte zur Nutzung regenerativer Energien sein. Mehr Infos dazu im nächsten Kapitel.

GOTS

Der Global Organic Textile Standard (GOTS) steht für eine ökologisch und sozial verantwortliche Verarbeitung von Textilien aus biologisch erzeugten Naturfasern (wie zum Beispiel Biobaumwolle). Er umfasst weltweit anerkannte Richtlinien, die eine nachhaltige Herstellung von Textilien gewährleisten, angefangen von der Gewinnung der Rohstoffe über eine umwelt- und sozialverantwortliche Fertigung bis hin zur transparenten Kennzeichnung. Nur Textilprodukte, die mindestens aus 70% biologisch erzeugten Naturfasern bestehen, können gemäß GOTS zertifiziert werden. Alle eingesetzten chemischen Zusätze, wie z.B. Farbstoffe und Hilfsmittel, müssen bestimmte umweltrelevante und toxikologische Kriterien erfüllen. Auch für die Verwendung von Accessoires gelten entsprechende Anforderungen.

WIR FÜHREN PRODUKTE MIT DEM SIEGEL:
GRÜNER KNOPF
SOZIAL. ÖKOLOGISCH. STAATLICH. UNABHÄNGIG ZERTIFIZIERT.

ClimatePartner

GLOBAL ORGANIC TEXTILE STANDARD · GOTS ·

Gemeinsam fürs Klima!

Klimaneutral
Unternehmen
ClimatePartner.com/13751-2112-1002

1.4 Unser Weg zur Klimaneutralität

Seit einigen Jahren planen wir bereits, unsere Unternehmensemissionen zu kompensieren. Nun konnten wir unseren Worten endlich Taten folgen lassen und sind stolz darauf, uns ab dem 01.01.2022 als klimaneutrales Unternehmen bezeichnen zu dürfen. Warum dies nicht heißt, dass auch alle unsere Produkte klimaneutral sind und warum wir dies nur als ersten wichtigen Schritt in Richtung Klimaneutralität sehen, erklären wir euch in diesem Kapitel.

Kleiner Exkurs zur Klimaneutralität

Laut aktuellem Klimaschutzgesetz soll Deutschland bis 2045 klimaneutral werden. Doch was bedeutet das überhaupt? Klimaneutralität wird erreicht, wenn nur so viele Treibhausgase ausgestoßen werden, dass diese durch die Natur (z.B. durch Bäume) wieder aufgenommen werden können und somit ein Gleichgewichtszustand in unserer Atmosphäre entsteht. Durch unser unternehmerisches Handeln wird bei verschiedensten Prozessen CO_2 ausgestoßen. Dabei gibt es zwei Ansätze, unseren CO_2-Fußabdruck zu optimieren: Zum einen analysieren wir kontinuierlich unsere eigenen Aktivitäten auf potenzielle CO_2 Reduktionsmaßnahmen. Jedoch ist es derzeit unmöglich unsere Emissionen hierbei komplett auf null zu reduzieren. Denn wenn beispielsweise etwas per Seefracht transportiert wird, fallen durch aktuelle Technologien automatisch CO2-Emissionen an. Deswegen basiert unser zweiter Ansatz auf der Kompensation der verbleibenden Emissionen. Die Kompensation von CO_2-Emissionen funktioniert, indem Geld in Klimaschutzprojekte investiert wird, bei denen CO_2 eingespart werden kann (z.B. durch Aufforstung von Wäldern oder dem Ausbau erneuerbarer Energien). Somit können wir unsere Emissionen ausgleichen, indem wir Projekte mitfinanzieren, bei denen CO_2 eingespart wird.

CO_2-Unternehmensfußabdruck 2020/21

Sowohl für die Reduzierung als auch für die Kompensation ist eine detaillierte Erfassung aller anfallenden Emissionen essenziell. Hier unterscheiden wir zwischen unserem sogenannten Corporate Carbon Footprint (CCF) – unserem CO_2-Fußabdruck, der durch unsere eigenen, unternehmerischen Prozesse entsteht und dem Product Carbon Footprint (PCF) – Emissionen, die durch die Produktion unserer Produkte anfallen.

Im Vergleich zum Vorjahr konnten wir bereits knapp 700 Tonnen CO_2 einsparen. Das ist erfreulicherweise deutlich mehr als wir uns vorgenommen haben. Allerdings ist dies vor allem durch die Auswirkungen der Corona-Pandemie zu erklären. Viele Teamplayer haben hauptsächlich von zuhause gearbeitet, weswegen die Fahrt zum Büro entfiel. Außerdem fanden in diesem Jahr kaum Geschäftsreisen mit dem Flugzeug statt.

Unser Corporate Carbon Footprint im Geschäftsjahr 2020/21 umfasst insgesamt 2.252 Tonnen CO_2 (siehe Abb. 3).

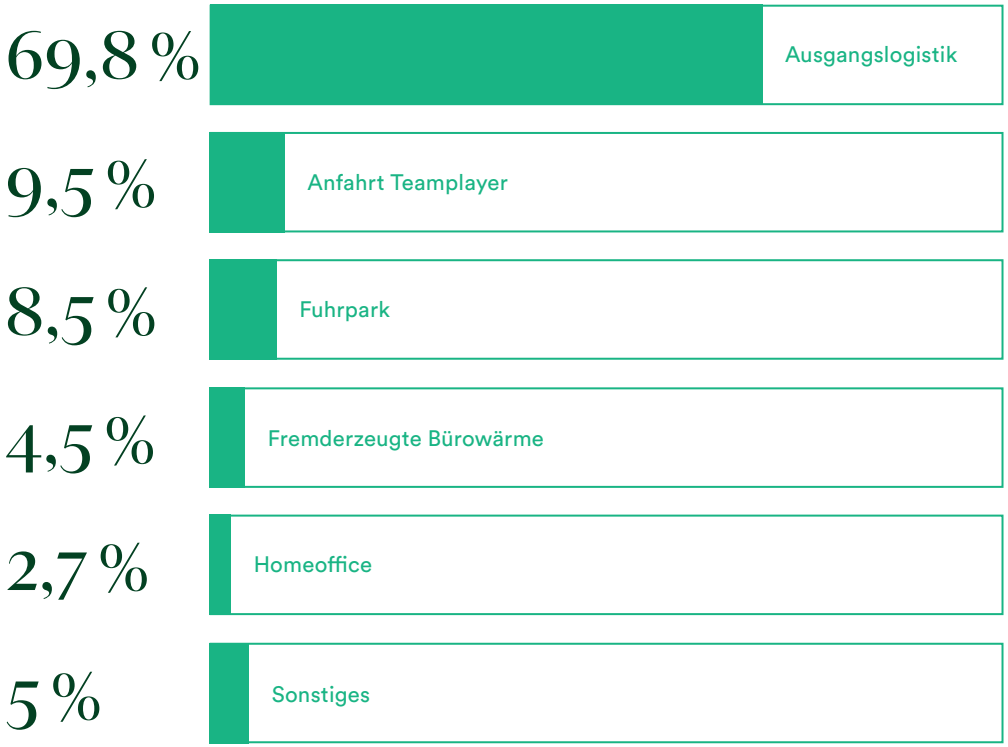


Abb. 3: Corporate Carbon Footprint im Geschäftsjahr 2020/21

Endlich klimaneutral

Dieses Jahr haben wir unseren gesamten Corporate Carbon Footprint in Zusammenarbeit mit ClimatePartner kompensiert und können uns somit ein klimaneutrales Unternehmen nennen. Dafür haben wir in ein Projekt investiert, das den Ausbau eines Windparks auf den Philippinen finanziert. Zusätzlich ist dieses Projekt an ein Projekt gekoppelt, das sich dem Schutz unserer Ozeane widmet. Müllsammelnde in Südostasien werden finanziell unterstützt, um in Meeresnähe Plastik zu sammeln und dem Recyclingkreislauf zuzuführen. Somit gelangt das Plastik gar nicht erst in die Ozeane und es können durch jede Tonne kompensiertes CO_2 zusätzlich 10 Kilogramm Plastikmüll vermieden werden.

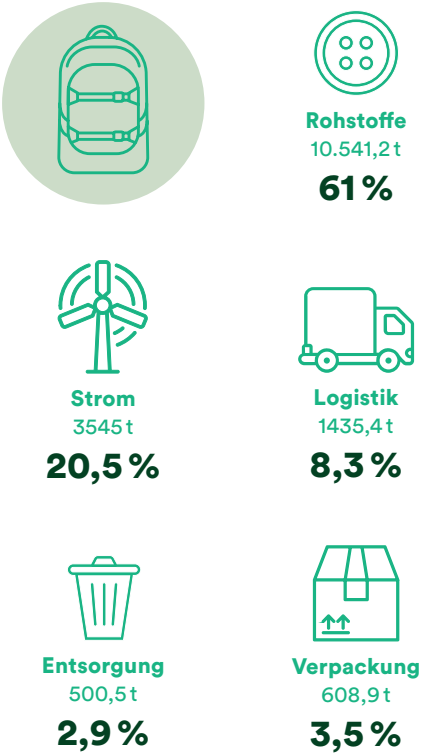


Abb. 4: Prozentuale Einsparungen (Rucksackproduktion)

CO_2-Produktfußabdruck 2020/21

Der Schritt zum klimaneutralen Unternehmen ist für uns sehr wichtig. Jedoch wollen wir zu 100% transparent sein. Deswegen ist es uns wichtig klarzustellen, dass »klimaneutrales Unternehmen« nicht gleichzeitig heißt, dass auch unsere Produkte klimaneutral sind. Hierfür müssten wir nicht nur unseren Corporate Carbon Footprint kompensieren (s.o.), sondern auch unseren Product Carbon Footprint (PCF). Die Erstellung eines PCF ist mit sehr viel mehr Aufwand verbunden, da es eine große Menge an Daten zu sammeln gilt. Wie viel Kilogramm Stoff verarbeiten wir? Wie viele Kartons nutzen wir? Und wie wird eigentlich der Strom unserer Lieferanten gewonnen? All diese Fragen und noch viele mehr müssen zunächst beantwortet werden. In diesem Jahr haben wir erstmalig alle notwendigen Datem gesammelt und dabei folgendes Ergebnis erhalten (siehe Abbildung 4).

Die Zahlen zeigen uns deutlich, wo der eigentliche Hebel für CO_2-Reduktionsmaßnahmen liegt. Insgesamt emittieren wir mit unseren Marken Affenzahn, ergobag und satch rund 17.200 Tonnen CO_2. Rechnet man also CCF und PCF zusammen, entfallen rund 90 Prozent der Emissionen auf den PCF. Dies bietet eine ideale Grundlage für die Einführung von produktbezogenen Reduktionsmaßnahmen. Ersetzen wir beispielsweise unsere Polybags aus herkömmlichem Polyester durch recyceltes Polyester, lassen sich bereits rund 50 Tonnen CO_2 einsparen. Solche Maßnahmen wollen wir definitiv im kommenden Jahr prüfen und angehen, um einen weiteren Schritt Richtung Klimaneutralität zu gehen.

1.5 Risikoanalyse FOND OF Kids

Eine grundlegende Herausforderung unserer CR-Arbeit besteht darin, Maßnahmen dort umzusetzen, wo sie notwendig sind. Das bedeutet, dass sie sowohl am richtigen Ort als auch zum richtigen Zeitpunkt durchgeführt werden.

Gewählte Maßnahmen sollen präventiv greifen, um negative Auswirkungen auf Mensch und Umwelt von vornherein zu verhindern. Stellen wir beispielsweise fest, dass in einer Produktionsstätte Abwasser nicht richtig gefiltert wurde und Schadstoffe in die Umwelt gelangt sind, so können wir natürlich für die Zukunft Verbesserungen anstreben, dennoch ist ein irreversibler Schaden bereits eingetreten.

Da wir nicht in die Zukunft schauen können und somit nicht wissen, wo genau ein Schaden auftreten wird, müssen wir bei der Wahl unserer Maßnahmen risikobasiert vorgehen. Hierfür haben wir vor zwei Jahren eine Risikoanalyse entwickelt, für die wir im ersten Schritt systematisch Daten zu elf Risikogebieten erfasst haben (s. S. 23 oben rechts).

Auf diese Risiken hin bewerten wir anschließend all unsere Produktionsländer. Hierfür nutzen wir vornehmlich Indizes, und Risikobewertungen anerkannter Institutionen.

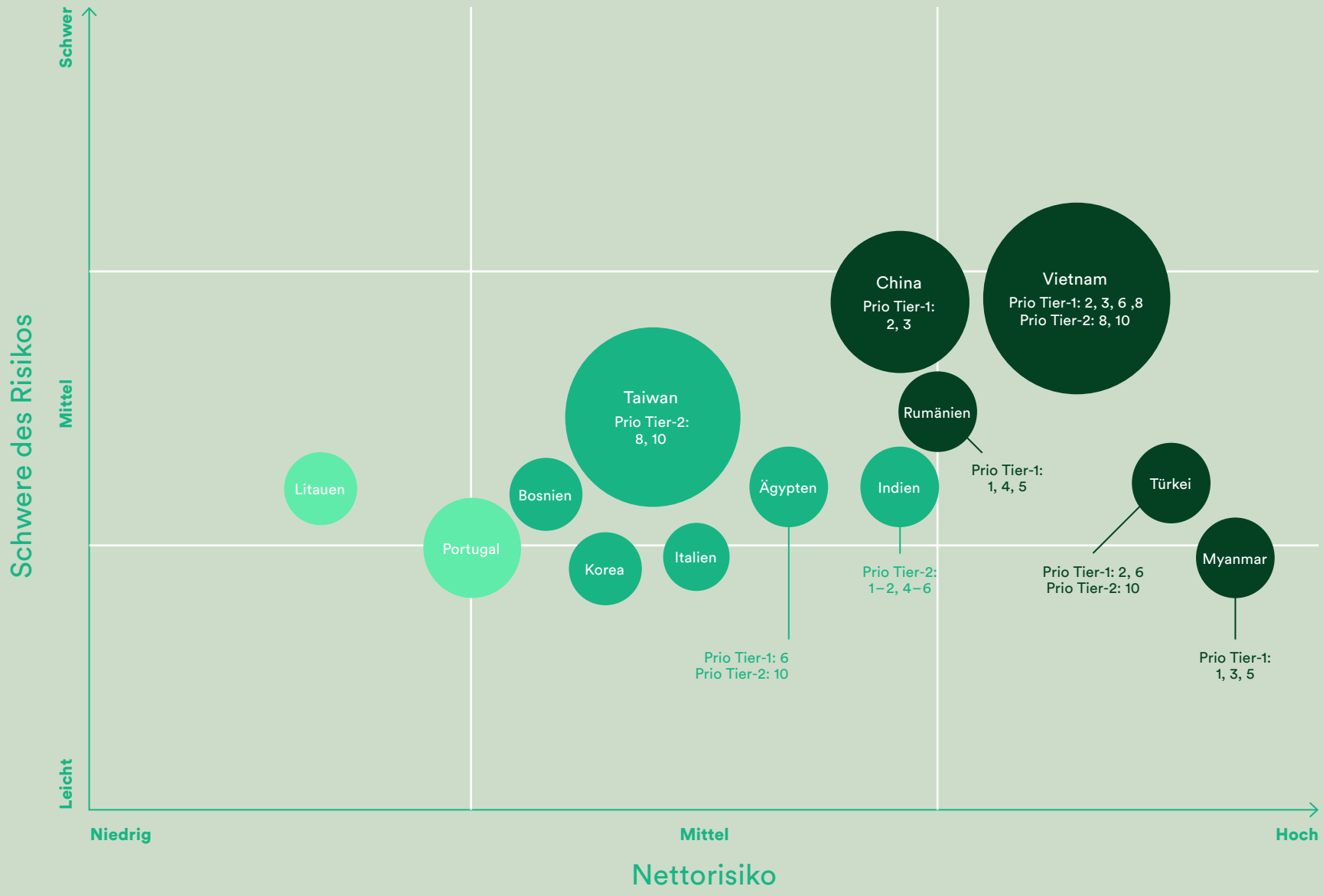
Wie bereits im vorangegangenen Jahr, betreffen die bestimmenden sozialen Risiken die Themen Vereinigungsfreiheit, Diskriminierung sowie Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz. Im ökologischen Bereich betreffen die Hauptrisiken die Themengebiete Chemikalien und Abwasser sowie Treibhausgasemissionen. Insbesondere die Länder China, Vietnam und Türkei stehen dabei im Mittelpunkt. Die dortigen Lieferanten nehmen wir also gesondert unter die Lupe und führen beispielsweise Trainings durch, bei denen das Thema Vereinigungsfreiheit im Mittelpunkt steht.

Aufgrund der aktuellen politischen Situation in Myanmar bedarf es bis auf Weiteres eines sehr engen Austauschs mit dortigen Lieferanten und Produzenten. Weiterhin gilt es die politische Situation genauestens im Blick zu haben.

Im Vergleich zum letzten Jahr mussten wir bei unserer Risikobewertung zwei neue Beschaffungsländer hinzufügen: Bosnien und Rumänien.

Während die Risiken in Bosnien sehr überschaubar sind, liegen in Rumänien erheblich größere Risiken vor. Diese beziehen sich in erster Linie auf die Themen Vereinigungsfreiheit, Löhne und Arbeitszeiten.

Risikomatrix



LEGENDE RISIKOTHEMEN:

1 Vereinigungsfreiheit und Recht auf Kollektivverhandlungen
2 Diskriminierung, sexuelle Belästigung, geschlechts-spezifische Gewalt
3 Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz
4 Lohn und Sozialleistungen, existenzsichernde Löhne
5 Arbeitszeiten
6 Kinder und Zwangsarbeit
7 Korruption
8 Chemikalien, Abwasser
9 Umweltschutz, Ressourceneinsatz
10 Treibhausgasemissionen
11 Tierwohl (inkl. Schafhaltung, Mulesing)

Größe des Kreises: Einkaufsvolumen

Farbe des Kreises: Gesamtbewertung des Landesrisikos

Auswahl Prio: spezifisches Risiko der Themengebiete

Abb. 5: FOND OF CR Risikomatrix

² CR erleben – fünf Beispiele

Die folgenden fünf Beispiele stellen dar, wie wir die Ziele der UN auch bei FOND OF verfolgen. Sie lassen sich in das FOND OF CR Framework einbetten, das wiederum an unserer Wertschöpfungskette ausgerichtet ist – von unserem Office bis zum End of life unserer Produkte.

1. satch e-zero
2. FOND OF Shoes
3. Fair Wear – Lockdown in Vietnam
4. retraced
5. Sustainability SWAT

2.0 Sustainable Development Goals mit dem FOND OF CR Framework

Bereits im FOND OF CR Booklet 2021 haben wir unser CR Framework und den Zusammenhang zu den Sustainable Development Goals (SDGs) der Vereinten Nationen (UN) erläutert. Daran wollen wir im aktuellen Booklet anknüpfen, denn die SDGs sind das Herzstück der sogenannten Agenda 2030 der UN, die namensgebend bis 2030 läuft und an deren Zielen wir uns grundsätzlich orientieren.

Insgesamt hat sich die Staatengemeinschaft auf 17 SDGs verständigt. →

Sustainable Development Goals der Vereinten Nationen

Bei den folgenden SDGs haben wir im Rahmen unserer Wertschöpfungskette den vermeintlich größten Hebel, um positive Entwicklungen mitzutragen:

- 1 Keine Armut
- 6 Sauberes Wasser und Sanitäreinrichtungen
- 8 Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum
- 12 Nachaltige/r Konsum und Produktion
- 13 Maßnahmen zum Klimaschutz
- 17 Partnerschaften zur Erreichung der Ziele

2.0 FOND OF CR Framework und fünf Beispielprojekte

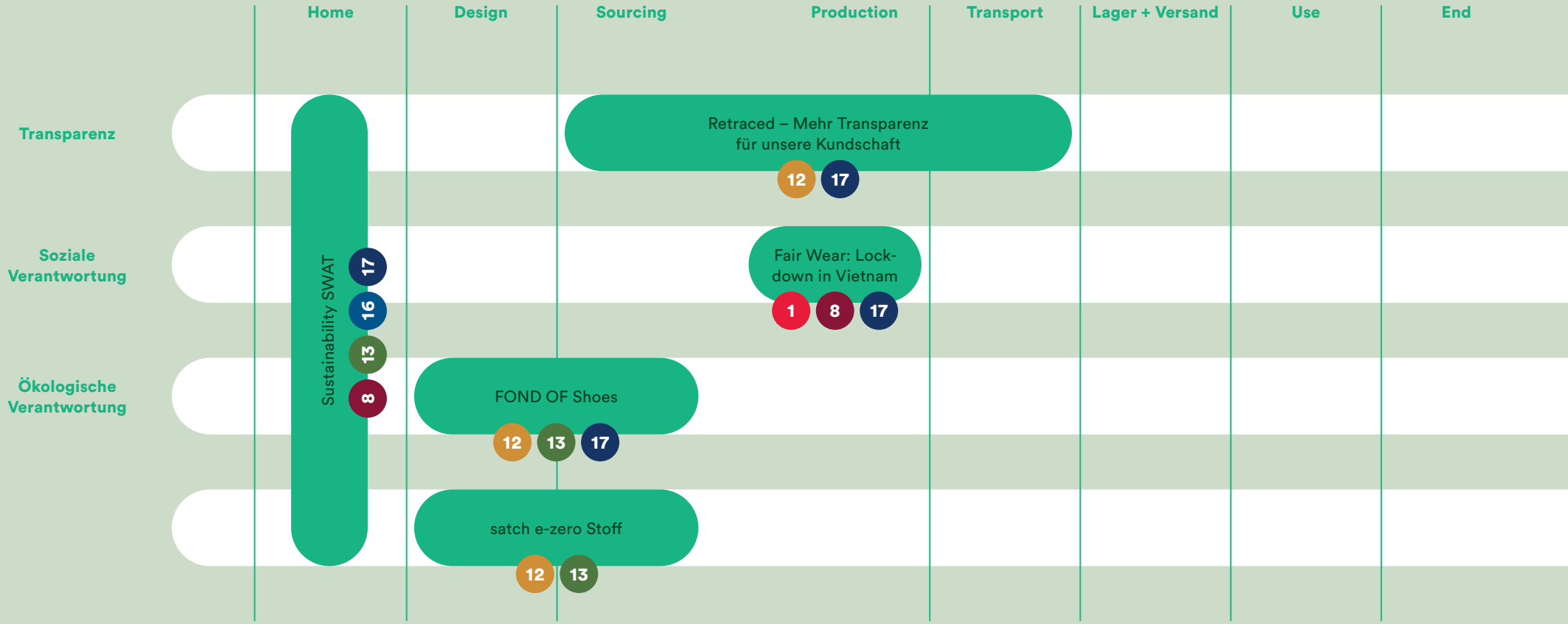


Abb. 6: FOND OF CR Framework

2.1 satch – Der neue e-zero Stoff

Seit über zehn Jahren nutzen wir bereits Stoffe, die aus recycelten PET-Flaschen hergestellt werden. Was damals vielleicht noch eine Neuigkeit auf dem Markt war, ist heute weit verbreiteter Standard. Doch wir nehmen unsere Rolle als Vorreiter weiterhin sehr ernst und möchten auch in Zukunft immer wieder Innovationen vorantreiben.

Wir sind davon überzeugt, dass durch einzelne Innovationen im Kleinen, langfristig große Veränderungen herbeigeführt werden. Ein großes Thema bei der ökologischen Produktion spielt immer wieder das Recycling. Zwar nutzen wir bereits einen großen Anteil PET-recycelter Stoffe, dennoch gibt es noch immer Verbesserungsmöglichkeiten.

In der Produktion unserer Stoffe gibt es immer wieder Prozesse, bei denen Abfall in Form von Stoffresten und Garnresten anfällt. Traditionellerweise werden diese im sogenannten »post industrial recycling« Prozess wieder als Rohstoff genutzt, also eingeschmolzen und erneut zu Garn gesponnen. Obwohl hierdurch wertvolle Ressourcen eingespart werden, gibt es theoretisch die Möglichkeit diesen Prozess noch weiter zu verbessern, indem die Stoffreste und Fasern selbst genutzt werden, um hieraus direkt ein Garn zu spinnen. Somit können nicht nur Ressourcen, sondern auch der energieintensive Schmelzprozess eingespart werden.

In Zusammenarbeit mit einem unserer Stofflieferanten haben wir genau dies versucht – einen Stoff aus Faser- und Stoffresten herzustellen. Dabei standen uns gleich mehrere Herausforderungen gegenüber: Da die Produktionsausschüsse zu einem Großteil aus kleinen Stoffschnipseln und Faserresten bestehen, lag das größte Problem darin, die erforderliche Faserlänge zu erhalten, um unsere gewohnte Reißfestigkeit zu gewährleisten.

Ungewohnt war es für uns auch, die Farbe des Materials nicht genau bestimmen zu können. Normalerweise geben unsere Designer die Farben exakt vor und stimmen sie dann im Entwicklungsprozess mit den Lieferanten ab. Im Fall des e-zero Garns blieb unsere Farbauswahl allerdings sehr beschränkt, da wir es mit bereits eingefärbten Produktionsausschüssen zu tun hatten.

Das Ergebnis dieser Entwicklung ist ein Stoff, dem man ansieht, dass er zum Teil aus recycelten Garnen besteht. Für uns jedoch ein Grund mehr Fan von diesem Stoff zu sein, da nun jeder Träger des Rucksacks stolz zeigt, dass er aus recyceltem Material besteht.

2.2 FOND OF Shoes – Ein Interview mit unserer Schuh-Expertin Judith

In den vergangenen zwölf Jahren hatten wir den Löwenanteil unseres Umsatzes unseren (Schul-) Rucksäcken zu verdanken. Doch durch die Einführung der Kategorie Schuhe bei unserer Marke Affenzahn hat sich dies grundlegend geändert. Wie es dazu kam, und warum es so schwierig ist nachhaltige Schuhe zu produzieren haben wir mit unserer Schuh-Expertin Judith besprochen:

Hannes: Wie sind Schuhe in unser Portfolio gerutscht, und was hast du damit zu tun?

Judith: Das habt ihr alles mir zu verdanken (lacht). Ich habe mich vor 3 Jahren mit einer Freundin unterhalten, die bereits bei FOND OF gearbeitet hat und sie hat mich davon überzeugt, mich initiativ hier zu bewerben. Kurz darauf meldete sich Flo (einer der Gründer von FOND OF) bei mir und hat einen Termin mit mir vereinbart. Dieser Termin hieß dann »Kick-Off Schuhe« und ich habe vor ca. 10 Leuten darüber referiert, was ich über Schuhe weiß und was für ein Schuh-Konzept in das FOND OF-Portfolio passen würde. Am Ende dieses Termins habe ich dann meinen Arbeitsvertrag vorgelegt bekommen und sofort unterschrieben.

Hannes: Seitdem ist eine Menge Zeit vergangen und Schuhe sind mittlerweile ein etablierter Bestandteil unseres Portfolios. Warum wart ihr euch so sicher, dass Schuhe eine gute Chance für FOND OF bieten?

Judith: Unser Konzept war von Anfang überzeugend. Schon während des ersten Termins haben wir uns auf das Thema Ergonomie und Fußgesundheit fokussiert. Wir wollten einen Schuh auf den Markt bringen, der die Fußgesundheit der Kinder fördert – einen sogenannten Barfußschuh. Gleichzeitig war uns bewusst, dass wir mit dem starken Design von Affenzahn und dem nachhaltigen Ansatz der Marke zwei weitere, sehr wichtige Punkte zusammenbringen, die es so auf dem Markt noch nicht gibt.

Hannes: Was genau ist denn ein Barfußschuh und warum ist er besser als der herkömmliche Schuh?

Judith: Für einen Barfußschuh gibt es keine einheitliche Definition. Was sie allerdings eint ist, dass sie eine sehr dünne Sohle haben und keine Fersensprengung besitzen – sie haben also keine Höhendifferenz zwischen Ferse und Vorfuß. Ziel davon ist es, die Füße selbst mitarbeiten zu lassen und so die Muskulatur zu stärken. Jeder, der schon mal einen Gips getragen hat, kann sich in etwa vorstellen, wie schnell sich Muskeln degenerieren können, wenn sie zu stark eingeengt und gestützt werden. Genau das wollen wir mit unseren Barfußschuhen verhindern und vielmehr eine gesunde Fußmuskulatur bei Kindern fördern.

Hannes: Obwohl du als ausgebildete Schuhfertigerin eine wahre Expertin in diesem Bereich bist, erinnere ich mich daran, dass es doch recht lange gedauert hat von der ersten Idee bis zum finalen Prototypen. Warum ist die Schuhproduktion so komplex?

Judith: Die Grundherausforderung ist es, einen Schnitt zu entwickeln, der die perfekte Passform bietet. Und da Füße nun mal sehr individuell sind, ist dies alles andere als einfach. Mit der Passform unserer Schuhe haben wir uns Zeit gelassen, um sicherzustellen, dass wir einen Großteil der Kinderfüße abdecken. Hinzu kommt, dass wir natürlich nur hochwertige Materialien nutzen wollen, die gleichzeitig atmungsaktiv, abriebfest, leicht und langlebig sind.

Hannes: Auch im ökologischen Sinne ist es herausfordernd, einen guten Schuh herzustellen – woran liegt das?

Judith: Das liegt in erster Linie an den vielen verschiedenen Materialien, die ein Schuh enthält. Da wäre zum Beispiel der Außenstoff, der allein schon aus drei Lagen besteht. Eine dieser drei Lagen ist grundsätzlich ein Schaum, dessen Herstellung immer mit ökologischen Risiken einhergeht. Um einen nachhaltigen Schuh herzustellen, muss also jedes einzelne Material als nachhaltige Option eingekauft werden – das ist nicht nur aufwendig, sondern auch sehr kostenintensiv.

Hannes: Ganz konkret gefragt: sind denn unsere Affenzahn Schuhe nachhaltig?

Judith: Einen 100% nachhaltigen Schuh gibt es nicht – auch nicht unseren Affenzahn-Schuh. Aber im Vergleich zu vielen anderen Schuhen sind wir schon sehr weit. Wo es geht, nutzen wir recycelte Materialien, unsere wichtigsten Stoffe sind bluesign® zertifiziert und wir nutzen einen Schaum, der aus Algen hergestellt ist.

Hannes: Und wie sähe der perfekte, nachhaltige Schuh für Dich aus?

Judith: Ein richtig nachhaltiger Schuh wäre für mich einer, der kreislauffähig ist. Das bedeutet wiederum, dass wir die Materialvielfalt am Schuh stark reduzieren müssen. Schäume und Stoffe, sowie Verstärkungen und Einlagen dürfen dann nur noch aus einem Grundmaterial bestehen, welches einfach zu recyceln ist. Wenn der Schuh dann nicht mehr gebraucht wird, muss lediglich die Sohle vom Rest des Schuhs abgetrennt werden, damit er recycelt werden kann. Und wer weiß, vielleicht arbeiten wir ja auch schon an so einer Lösung …

Hannes Weber im Gespräch mit Judith Hörstensmeyer

»Ein richtig nachhaltiger Schuh wäre für mich einer, der kreislauffähig ist. Das bedeutet wiederum, dass wir die Materialvielfalt am Schuh stark reduzieren müssen.«

2.3 Fair Wear – Corona Lockdown in Vietnam

Über zwei Monate Lockdown in Vietnam: Lieferverzögerungen, Produktionsausfälle, Arbeitslosigkeit

Während uns die Corona-Pandemie bislang vor allem im eigenen Land beschäftigt hat, stand im vergangenen Geschäftsjahr das Pandemiegeschehen in Asien im Mittelpunkt unserer Aufmerksamkeit: Nachdem über Wochen die Infektionszahlen nach oben geschnellt waren, mussten Mitte Juli alle Fabriken in Vietnam ihre Tore schließen. Zu groß die Sorge vor weiteren Infektionen. Zunächst sollte diese Maßnahme bis Ende August gelten. Doch schnell wurde deutlich, dass sich die pandemische Situation im Land nicht beruhigt. Aus diesem Grund wurde der Lockdown für weitere vier Wochen verlängert.

Über 70% unserer Produkte werden in Vietnam produziert. Aus unternehmerischer Sicht war dies also der Eintritt des Worst-Case-Szenarios. Viele Unternehmen, die in Vietnam produzieren lassen, stornierten ihre Aufträge und suchten kurzerhand ein anderes Produktionsland. Während wir fast all unsere Aufträge aufrechterhalten konnten, haben uns vor allem die teilweise dramatischen Lebenssituationen der Menschen vor Ort beschäftigt. Unser Hauptaugenmerk lag dabei vor allem auf den gezahlten Löhnen. Wir produzieren zwar ausschließlich in Fabriken, die zumindest den örtlichen Mindestlohn zahlen. Doch wissen wir auch, dass dieser häufig nicht für ein sorgenfreies Leben ausreicht. Was passiert also, wenn den Beschäftigten noch ein Teil ihres ohnehin geringen Lohns wegfällt?

Vor Ort in Vietnam

Durch die Verknüpfung verschiedener Sonderurlaube konnte den Beschäftigten im Juli noch der normale Lohn fortgezahlt werden. Im August wurde den meisten Beschäftigten jedoch kein normaler Lohn mehr gezahlt. Vielmehr mussten viele von ihnen kurzfristig entlassen werden. Den Beschäftigten wurden daraufhin staatliche Hilfen versprochen. Diese lagen allerdings deutlich unter dem lokalen Mindestlohn und wurden erst Wochen später ausgezahlt. Auch im September konnten die Fabriken ihren Beschäftigten keinen Lohn auszahlen, über die Arbeitslosenversicherung konnten diese allerdings weitere staatliche Hilfen in Anspruch nehmen. Um eine gänzliche Schließung aller Fabriken zu vermeiden, führte die Regierung das sogenannte »3-on-site«-System ein, welches es erlaubte, die Produktion unter bestimmten Umständen am Laufen zu halten. Um für das 3-on-site System qualifiziert zu sein, müssen die Fabriken gewährleisten, dass die Beschäftigten auf dem Fabrikgelände arbeiten, essen und schlafen. So sollte ausgeschlossen werden, dass sich die Beschäftigen außerhalb des Fabrikgeländes infizieren.

> Über 70% unserer Produkte werden in Vietnam produziert. Aus unternehmerischer Sicht war dies also der Eintritt des Worst-Case-Szenarios.

Um die Produktion für ein paar sehr wichtige Artikel zu gewährleisten, entschied sich auch einer unserer Lieferanten, dieses System umzusetzen. Durch regelmäßigen Austausch und Webinare der Fair Wear erfuhren wir von den damit einhergehenden Risiken. Uns beunruhigte vor allem, dass es den Beschäftigten nicht erlaubt war das Fabrikgelände zu verlassen und es somit zu Zwangsarbeit-ähnlichen Bedingungen kommen könnte. Durch engen Austausch mit unserem Lieferanten konnten wir allerdings sicherstellen, dass die Arbeiter auf komplett freiwilliger Basis arbeiteten und es allen freigestellt war, das System jederzeit und ohne Konsequenzen zu verlassen.

Nach 2 Monaten Lockdown konnte Anfang Oktober die Arbeit unter strengen Hygieneauflagen wieder aufgenommen werden.

Was wir tun konnten

Durch langfristige Geschäftsbeziehungen mit unseren Produzenten basiert unsere Zusammenarbeit auf starkem gegenseitigen Vertrauen. Somit konnten wir in regelmäßigen Gesprächen eine gute Vorstellung von den alltäglichen Problemen in den Fabriken erhalten. Insbesondere die finanzielle Situation spitzte sich immer weiter zu. Um hier zu unterstützen, konnten wir einige Vorauszahlungen leisten und so sicherstellen, dass die Zahlungsengpässe nicht noch größer wurden.

2.4 retraced – Mehr Transparenz für uns und unsere Kundschaft

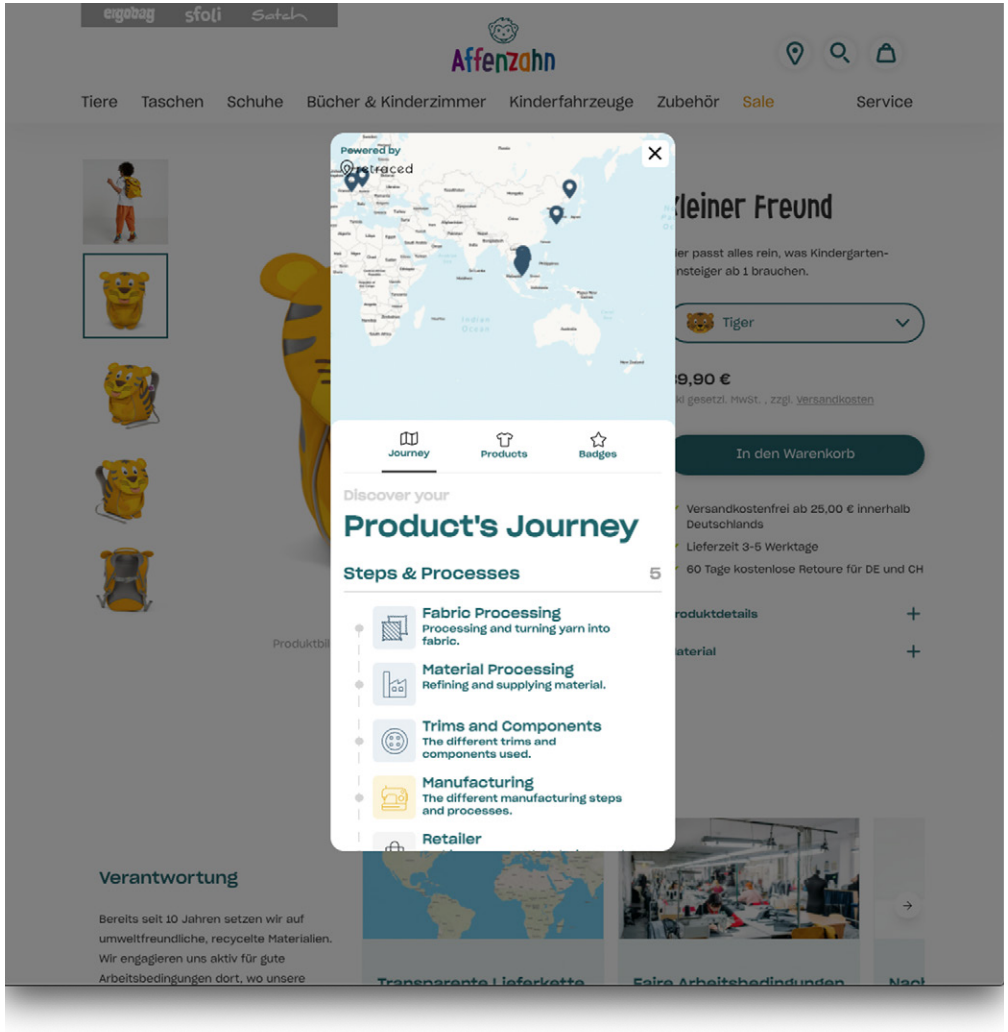
Unsere Produkte bestehen häufig aus mehr als 50 verschiedenen Komponenten von etlichen Lieferanten. Dabei den Überblick über die gesamte Lieferkette zu bewahren ist mehr als herausfordernd.

Dies birgt für uns hohe Risiken. Denn zu wissen, wo ein bestimmtes Teil produziert wird, ist für uns essenziell, um einschätzen zu können welche Risiken und Probleme mit der Produktion einhergehen können.

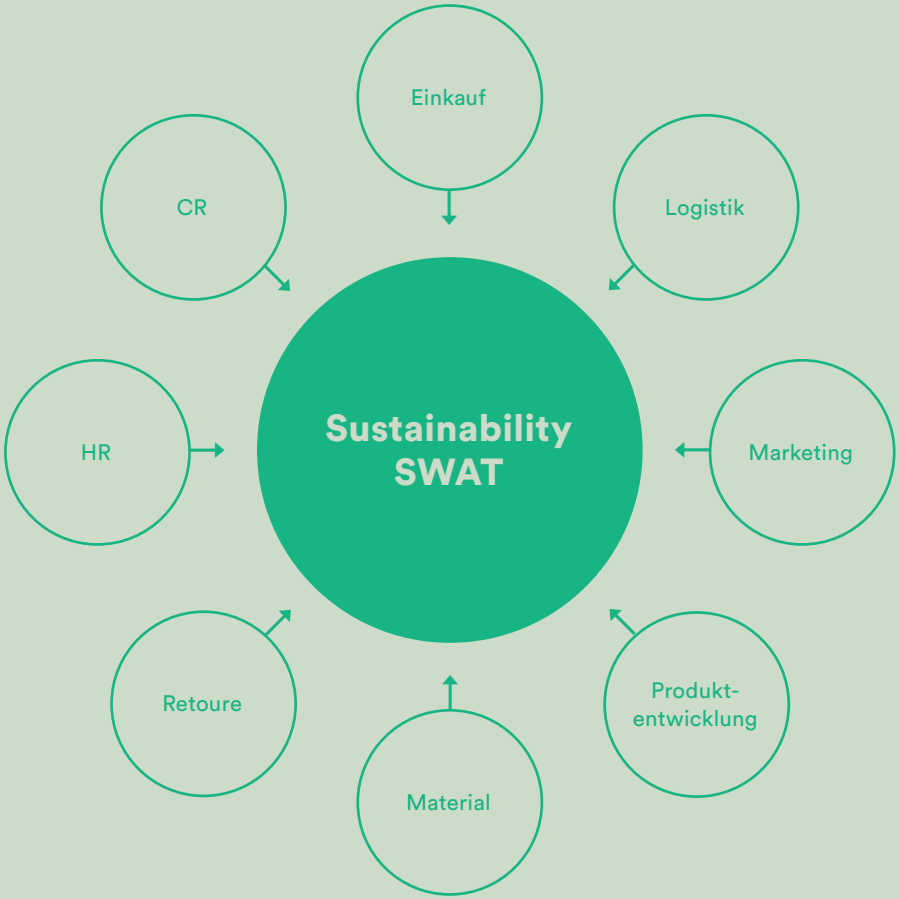
Insgesamt haben wir knapp 230 verschiedene Lieferanten. Dabei unterscheiden wir zwischen sogenannten Tier 1, deren Sublieferanten und Tier 2 Lieferanten. Tier 1 Lieferanten haben wir insgesamt 17. So nennen wir unsere Hauptlieferanten, mit denen wir eine direkte Geschäftsbeziehung führen. Hier werden unsere Produkte genäht und hergestellt. Zwei unserer Tier 1 Lieferanten arbeiten mit insgesamt 7 Sublieferanten zusammen. Diese wiederum übernehmen bestimmte ausgelagerte Prozesse unserer Tier 1 Lieferanten, wenn deren Kapazitäten nicht ausreichen. Zusätzlich haben wir noch über 200 Tier 2 Lieferanten. Diese stellen die Materialen her, aus denen unsere Produkte entstehen und liefern diese direkt zu unseren Tier 1 Lieferanten. Nimmt man alle Lieferanten zusammen, entsteht ein sehr komplexes Netzwerk, das es zu überschauen gilt.

Um uns hier einen besseren Überblick zu verschaffen, arbeiten wir seit einem Jahr mit dem Unternehmen retraced aus Düsseldorf an der detaillierten Erfassung und Darstellung unserer Lieferketteninformationen. Das Startup verfolgt die Vision, durch transparente Lieferketten, Arbeitsbedingungen und nachhaltige Produktionen zu fördern, und langfristig auch das Konsumverhalten zu beeinflussen. Bei FOND OF nutzen wir retraced gegenwärtig für unser internes CR-Datenmanagement. Es dient uns vor allem als Lieferanten- und Produktdatenbank. Hier haben wir eine Übersicht über unser gesamtes Lieferantennetzwerk und können somit unsere Lieferketten ideal visualisieren und zurückverfolgen. Außerdem können wir alle relevanten Dokumente, Zertifikate und Auditreports den jeweiligen Lieferanten zuordnen und somit auch individualisierte Lieferantenbewertungen erstellen.

Da wir die Daten ohnehin intern schon gesammelt haben, wollen wir diese euch natürlich nicht vorenthalten, denn wir sind überzeugt, dass unsere Kundschaft das Recht hat zu



wissen, was hinter dem gekauften Produkt steckt. Auch dafür hat retraced eine Lösung für uns parat. Über ein Plug-In können wir auf unseren Produktdetailseiten unsere Lieferkette visualisieren und so sehr konkret über unsere Nachhaltigkeitsaktivitäten kommunizieren. Wir können ganz transparent aufzeigen, welche Verarbeitungsschritte unsere Produkte durchlaufen, wo die Produktionsstätten liegen und über welche sozialen und ökologischen Zertifikate unsere Produzenten verfügen. So geben wir unserer Kundschaft noch mehr Hintergrundinformationen zu den Produkten und können gleichzeitig selbst überblicken, wo es noch Optimierungspotenzial gibt. Aktuell läuft ein erstes Pilotprojekt mit unserer Marke Affenzahn, welches wir bei Erfolg gerne auf unser gesamtes Portfolio ausweiten wollen.



2.5 FOND OF Sustainability SWAT

SWAT steht offiziell als Abkürzung für Special Weapons and Tactics. Ganz so martialisch würden wir unseren Arbeitsauftrag nicht ausdrücken, dennoch wohnt auch der Nachhaltigkeit eine gewisse Dringlichkeit inne.

Für dieses Jahr haben wir es uns zur Aufgabe gemacht, die CR-Arbeit noch tiefer in der gesamten FOND OF Welt zu verankern und haben den sogenannten Sustainability SWAT gegründet. In dieser teamübergreifenden Arbeitsgemeinschaft betrachten wir unsere CR-Themen aus den verschiedensten Blickwinkeln. Wir haben ein Team zusammengestellt, in dem unterschiedliche Fachbereiche zusammenkommen. Unter anderem sind hier Mitarbeitende aus Logistik, Material, Einkauf, Marketing und HR vertreten.

In den vergangenen Jahren haben wir uns zu einem großen Teil auf unsere Kernarbeit in der Lieferkette konzentriert. Themen wie die Verbesserung der Arbeitsbedingungen bei unseren Produzenten und die Vorgabe bestimmter Materialien standen stark im Fokus. Das war wichtig und richtig, denn durch diese Arbeit konnten wir eine gute Basis für unsere Erfolge und Zertifizierungen herstellen.

Gleichzeitig sind durch diese starke Fokussierung einige wichtige Themen auf der Strecke geblieben. Diese werden von Stakeholdern oft vernachlässigt, haben zusammengenommen aber einen großen Impact auf unsere gesamte Nachhaltigkeitsperformance. Beispielsweise haben wir bislang vernachlässigt:

- unsere Kartons aus dem eigenen Lager zu optimieren, um Müll zu vermeiden
- unsere Containerladungen zu optimieren, um unnötige CO_2-Emissionen zu vermeiden
- unsere interne Reparaturquote zu verbessern
- unsere CR-Außenwirkung zu messen
- unsere CO_2-Emissionen kontinuierlich zu reduzieren

Im nun aufgesetzten Sustainability SWAT wollen wir genau diese Themen angehen. Dafür setzen wir uns ganz konkrete Ziele und überlegen uns verschiedene Maßnahmen, wie diese Ziele erreicht werden können.

Wir sind davon überzeugt, dass eine Gemeinschaft nur ihr volles Potenzial entfalten kann, wenn alle gemeinsam an einem Strang ziehen. Genau so sehen wir es auch mit unseren Nachhaltigkeitsbestrebungen. Ein kleines, wirkungsvoll agierendes CR-Team kann natürlich viel erreichen und große, wichtige Weichen stellen. Wollen wir das Thema allerdings ganzheitlich denken und grundlegend im Unternehmen verankern, so ist die Hilfe aller Teamplayer benötigt.

3 Blick in die Zukunft

Ein weiteres Jahr Pandemie. Auch wir können das C-Wort mittlerweile nicht mehr hören und dennoch müssen wir wenigstens kurz darüber schreiben. Denn auch dieses Jahr ist nicht spurlos an uns vorbeigegangen.

Einige Projekte, die wir uns für das vergangene Jahr fest vorgenommen hatten, mussten wir kurzfristig absagen oder verschieben. So werden dem ein oder anderen ein Teil der untenstehenden Themen bereits bekannt vorkommen. Trotzdem möchten wir hier ganz transparent aufzeigen, welche Themen wir auf der einen Seite nicht umsetzen konnten und auf der anderen Seite darstellen, welche Themen auch in Zukunft relevant für uns sein werden.

3.1 Die nächsten Schritte

① Secondhand-Angebote

Die Verlängerung der Nutzungsdauer hat einen riesigen Impact auf die Ökobilanz eines textilen Produktes. Je länger beispielsweise ein Shirt getragen wird, desto geringer ist sein ökologischer Fußabdruck über die Jahre gesehen. Grundsätzlich bedeutet das für uns, dass wir unsere Produkte so entwickeln, dass sie aufgrund ihrer Qualität und ihres Designs langlebig sind. Im besten Fall werden die Produkte am Ende ihres Lebenszyklus' über eine Second Hand Plattform weiterverkauft. Ein Großteil unserer Kundschaft geht bereits diesen Weg. Dennoch sehen wir hier Verbesserungspotenzial, da der Verkauf über diese Plattformen oftmals noch zu aufwendig ist oder generell das Wissen dazu fehlt. Genau in diese Lücke wollen wir stoßen und unserer Kundschaft perspektivisch den Verkauf gebrauchter Artikel über den Online-Shop anbieten. Zwar sind hier noch einige Fragen zu klären, aber wir haben bereits die ersten Weichen gestellt und sind voller Zuversicht, dass wir im nächsten Jahr schon mehr zu diesem Projekt berichten können.

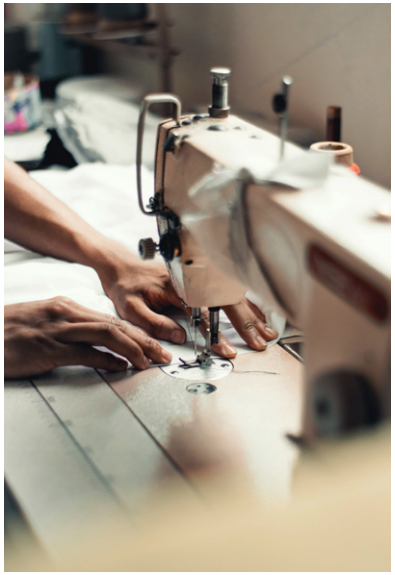
② »Living Wage«

Das Thema »Living Wage« (oder auch »existenzsichernde Löhne«) treibt uns seit langer Zeit um und ist eines der komplexesten Probleme der Textilindustrie. Im Kern geht es darum, dass Näher:innen einen Lohn – auch ohne Überstunden – erhalten sollen, der zu einem würdigen Leben befähigt. Zwar wird den Näher:innen ein Lohn oberhalb der landesspezifischen Mindestlöhne ausgezahlt, aber eben kein Lohn, der einem »Living Wage« entspricht. Warum nicht? Dafür gibt es viele Gründe: wir selbst zahlen lediglich für fertig produzierte Produkte, die in eigenständigen Unternehmen gefertigt werden. Die Lohnhöhe der Beschäftigten obliegt dabei der unternehmerischen Freiheit der Produzenten. Ähnlich wie wir als Verbraucher:innen im Supermarkt lediglich Produkte kaufen und nicht über die Löhne der Kassierer:innen bestimmen können. Gleichzeitig müssen wir unsere Produkte auch zu wettbewerbsfähigen Preisen anbieten und kostendeckend bzw. gewinnbringend agieren. Höhere Lohnkosten machen das sehr schwierig. Richtig überzeugend sind diese Argumente nicht, und wir möchten uns auch gar nicht aus der Verantwortung nehmen. Vielmehr widmen wir uns ganz gezielt diesem Thema und wollen besser werden! Gemeinsam mit der Fair Wear Foundation und ihren Tools versuchen wir in einem Pilotprojekt mit einem unserer Partner zu starten und dort in Zusammenarbeit die Löhne langsam anzupassen. Die so gewonnen Erkenntnisse möchten wir dann schrittweise auf weitere Fabriken ausrollen.

Details zum Fair Wear Programm seht Ihr hier:
fairwear.org/programmes/living-wage

③ CO_2-Reduktions Roadmap

In Kapitel 1.4 haben wir bereits aufgezeigt, wie groß unser CO_2-Fußabdruck ist und über unsere Kompensationsmaßnahmen berichtet. Zum ersten Mal haben wir in diesem Jahr auch den CO_2-Fußabdruck unserer Produkte mit berechnet. Im Vergleich zum letzten Jahr sind wir hier also schon einen großen Schritt weitergekommen. Dennoch fehlt uns ein noch ein großes Puzzleteil in der gesamten CO_2-Strategie. In Zukunft möchten wir euch ganz konkret mit auf die Reise nehmen und aufzeigen, wo wir welche Maßnahmen umgesetzt haben, um CO_2 einzusparen. Der erste Schritt ist bereits gemacht, indem wir eine exakte CO_2-Bilanz aufgestellt haben und nun einen genauen Einblick in unsere größten Baustellen haben. Auf Grundlage dieser Bilanz werden wir uns im kommenden Jahr einzelne Maßnahmen heraussuchen, die dann gezielt zur Verringerung unseres CO_2-Fußabdrucks führen sollen. Welche das sein werden und wie groß der Einfluss dieser Maßnahmen ist, werden wir dann im nächsten Jahr berichten.



3.2 Wir sind nicht perfekt

Die Reduzierung unserer ökologischen Auswirkungen sowie die Einhaltung von Sozialstandrads entlang der gesamten Lieferkette sind unsere täglichen Herausforderungen im CR-Team. Dennoch sind wir weit davon entfernt perfekt zu sein.

Einerseits liegt das in der Natur der Sache: ein Unternehmen, das Konsumgüter auf den Markt bringt, hinterlässt zwangsläufig einen ökologischen Fußabdruck.

Andererseits sind wir jedoch auch wirtschaftlichen Zwängen unterlegen. Denn nicht alle Maßnahmen, die wir gerne umsetzen möchten, können wir auch tatsächlich realisieren.
So versuchen wir seit Jahren:

- → kreislauffähige Produkte zu entwickeln (Cradle to Cradle)
- → 100 % recycelte Stoffe zu nutzen
- → recycelte Polybags zu nutzen
- → weniger (Produkte) zu fliegen
- → überall existenzsichernde Löhne zu zahlen.

Leider schaffen wir aktuell noch nicht alles, was wir uns vornehmen. Doch wir arbeiten an den Themen und stecken uns immer wieder ehrgeizige Ziele.

Unser Versprechen

Die Produkte von FOND OF sind langlebig, nachhaltig und mit viel Liebe fürs Detail gestaltet. Wir streben größte Bemühungen an, um den Lebenszyklus unserer Produkte stets zu erweitern. Dabei ist die Qualität unserer Produkte kompromisslos und konstant auf dem Prüfstand.
Wir versprechen, dass das so bleibt!

FOND OF CR Team

Kontakt: cr@fondof.de

FOND OF GmbH
Vitalisstraße 67, 50827 Köln

Hannes Weber
FOND OF CR

Philipp Schumacher
FOND OF CR

Maike Vierkötter
FOND OF CR

...wie die Welt morgen aussieht.

Marie von Ebner-Eschenbach,
Schriftstellerin

Vielen Dank.

Stand: April 2022