

Nachhaltigkeitsreport 2023

S.OLIVER GROUP



1. Vorstellung	2
	Vorwort der Geschäftsführung 3
	Key KPIs 4
	Wesentliche Ergebnisse 5
	Key Messages 6
2. Mission und Strategie	7
	Nachhaltigkeit in der S.OLIVER GROUP und Vision 2030 8
	Unsere Meilensteine 12
	Interview Barbara Neitzel 13
	Organisation und Kultur 14
	Ambassador:innen Netzwerk 15
	Aufbau von Nachhaltigkeitskompetenzen 16
	Stakeholder Engagement 17
	Lieferkettenmanagement 18
	Risikomanagementsystem 21
3. Transparenz in der Lieferkette	22
4. Verantwortung für Menschen // People	26
	Menschenrechte in der S.OLIVER GROUP 27
	Gesellschaftliche Projekte 31
	Unsere Mitarbeitenden 32
5. Verantwortung für unsere Umwelt // Planet	33
	Wasser- und Chemikalienmanagement 34
	Klimaschutz 35
	Verpackungen 37
6. Verantwortung für unsere Produkte // Future	38
	Verantwortungsvollere Produkte: Herstellung (Make) 39
	Verantwortungsvollere Produkte: Kreislauffähigkeit 45
	Verantwortungsvollere Produkte: Verwendung (Use) 47
	Verantwortungsvollere Produkte: Wiederverwendung (Recover) 48
7. Daten und Fakten	49

Vorwort der Geschäftsführung

Die letzten Jahre waren geprägt von unvorhersehbaren Krisen, Disruptionen in internationalen Lieferketten und militärischen Konflikten wie dem Ukraine-Krieg. Doch trotz dieser Herausforderungen haben wir als Gesellschaft bewiesen, dass wir in der Lage sind, uns den Aufgaben zu stellen und sie erfolgreich zu meistern. Als Familienunternehmen ist es für uns wichtig, besonders in Krisenzeiten Haltung zu zeigen.

Wir stehen für eine tolerante, vielfältige und weltoffene Kultur ein, die auf den Grundlagen unserer Demokratie basiert. Als Unternehmen handeln wir werteorientiert und zukunftsgerichtet, sowohl intern als auch extern.

Unser Geschäft und unsere Partner:innen weltweit sind durch aktuelle Entwicklungen unter Druck geraten. Die Gründe hierfür sind Inflation, Insolvenzen und die Zurückhaltung der Endkund:innen. Trotzdem bleiben wir unseren Kernwerten treu und übernehmen Verantwortung für unsere Geschäftstätigkeit und darüber hinaus. Nachhaltigkeit ist ein wichtiger Bestandteil unserer Wertekultur und unseres Selbstverständnisses. Deswegen haben wir trotz der herausfordernden Zeiten unser Nachhaltigkeitsprogramm ambitioniert weiterentwickelt und konnten wichtige Meilensteine erreichen:

Menschenrechte

- Menschenrechte und soziale Verantwortung: Durch die Integration eines strategischen Risikomanagements in unser Lieferantenmanagement, die Implementierung eines anerkannten Beschwerdemechanismus und die Ergänzung unseres Sozialprogramms um entsprechende Qualifizierungs- und Trainingsmaßnahmen haben wir das Thema Menschenrechte und soziale Verantwortung stärker auf unsere Agenda gesetzt. Unsere erfolgreiche Partnerschaft mit der **Fair Wear Foundation** zeigt, dass wir auf dem richtigen Weg sind.
- Arbeits- und Gebäudeschutz: Wir haben maßgeblich dazu beigetragen, den **Bangladesh Accord** mit gleichbleibenden Anforderungen und rechtlicher Verpflichtung zu verlängern und auf Pakistan auszuweiten.
- Transparenz: Wir veröffentlichen Listen und Informationen über Produzenten und Nassbetriebe. Gemeinsam mit Retraced haben wir die ersten Produkte rückverfolgbar und **Lieferketten transparent und zugänglich** gemacht. Wir arbeiten daran, dies weiter auszubauen.

Umwelt

- Klimaemissionen senken: Wir wollen **bis 2034 mehr als die Hälfte unserer Klimaemissionen reduzieren**. Die Science Based Target Initiative (SBTi) wird dies verifizieren.
- Kreislauffähigkeit ausbauen: Im Jahr 2023 haben wir unsere ersten 360° Denim Produktkapseln auf den Markt gebracht. Diese setzen in der Herstellung einen neuen Standard der Nachhaltigkeit und sind im Hinblick auf ihre Recyclingfähigkeit optimiert. Unser Angebot wird kontinuierlich erweitert und ab 2024 bieten wir auch kleine Kollektionen in anderen Produktsegmenten an.
- Kleiderrücknahme: Im Herbst 2023 starteten wir das Pilotprojekt „Back for Good“, bei dem wir **Alttextilien zurückgenommen haben**. Eine Ausweitung des Angebots ist geplant.
- Chemikalienmanagement: Als Friend of ZDHC setzen wir uns verstärkt für die Umsetzung der ZDHC-Richtlinien bei unseren Lieferanten ein.

Materialien

- **Ausblick:** Wir haben Nachhaltigkeits-Roadmaps mit Blick auf 2028 für unsere Textilsortimente verabschiedet. Bis 2028 sollen 70% des von uns eingesetzten Hauptmaterials aus nachhaltigeren Quellen stammen.
- Empowering Farmers: Als Teil der Bündnisinitiative Bio-Baumwolle in Indien schaffen wir Transparenz **vom Baumwollfeld bis zum Kleiderbügel**, fördern biologische Baumwolle und unterstützen mehr als 400 indische Bäuerinnen und Bauern bei der Umstellung auf Bio-Anbau. Unsere ersten Artikel aus dem Projekt sind Anfang 2024 erhältlich.

Die Weiterentwicklung unseres Engagements bestätigen auch externe Rankings und Checks:

- Im **Brand Performance Check** der **Fair Wear Foundation** haben wir als eines der drei größten Mitgliedsunternehmen die Kategorie **„GOOD“** erreicht.
- Beim **Fashion Transparency Index (FTI)** der Organisation Fashion Revolution gehörten wir in 2022 und 2023 zu den Marken mit der größten Verbesserung. Unsere Bewertung stieg von 11% im Jahr 2021 auf 43% im Jahr 2023.
- Im **Corporate Fibre and Material Benchmark (CFMB)** haben wir ebenfalls überzeugt. Seit 2021 nehmen wir erfolgreich am CFMB der Organisation Textile Exchange teil und haben auch im Jahr 2023 erneut die zweitbeste Kategorie **„SCALING“** erreicht.



Wir bedanken uns bei unseren Mitarbeiter:innen, Lieferanten und Partnern für das Engagement bei der Erreichung dieser Erfolge sowie für das unermüdliche Engagement bei der Arbeit an aktuellen und zukünftigen Herausforderungen.

Thomas Lurz
CHRO S.OLIVER GROUP

Sabrina Müller
Head of Sustainability S.OLIVER GROUP

People

Wir setzen uns für Fairness und Diversität ein, um Arbeitsbedingungen zu verbessern und Menschenrechte zu stärken.

Planet

Wir arbeiten daran, unsere Umweltauswirkungen zu minimieren und einen verantwortungsvollen Umgang mit Ressourcen zu fördern.

Verantwortung zu übernehmen
ist ein zentraler Bestandteil
unserer Unternehmensphilosophie.

Transparenz

Durch Transparenz stärken wir unsere Nachhaltigkeitsaussagen und helfen Kund:innen, verantwortungsbewusste Entscheidungen zu treffen.

Future

Unsere Vision ist eine nachhaltigere Fashion Industrie, die auf den Prinzipien der Kreislaufwirtschaft basiert. Dabei setzen wir auf nachhaltigere Materialien und Innovation.



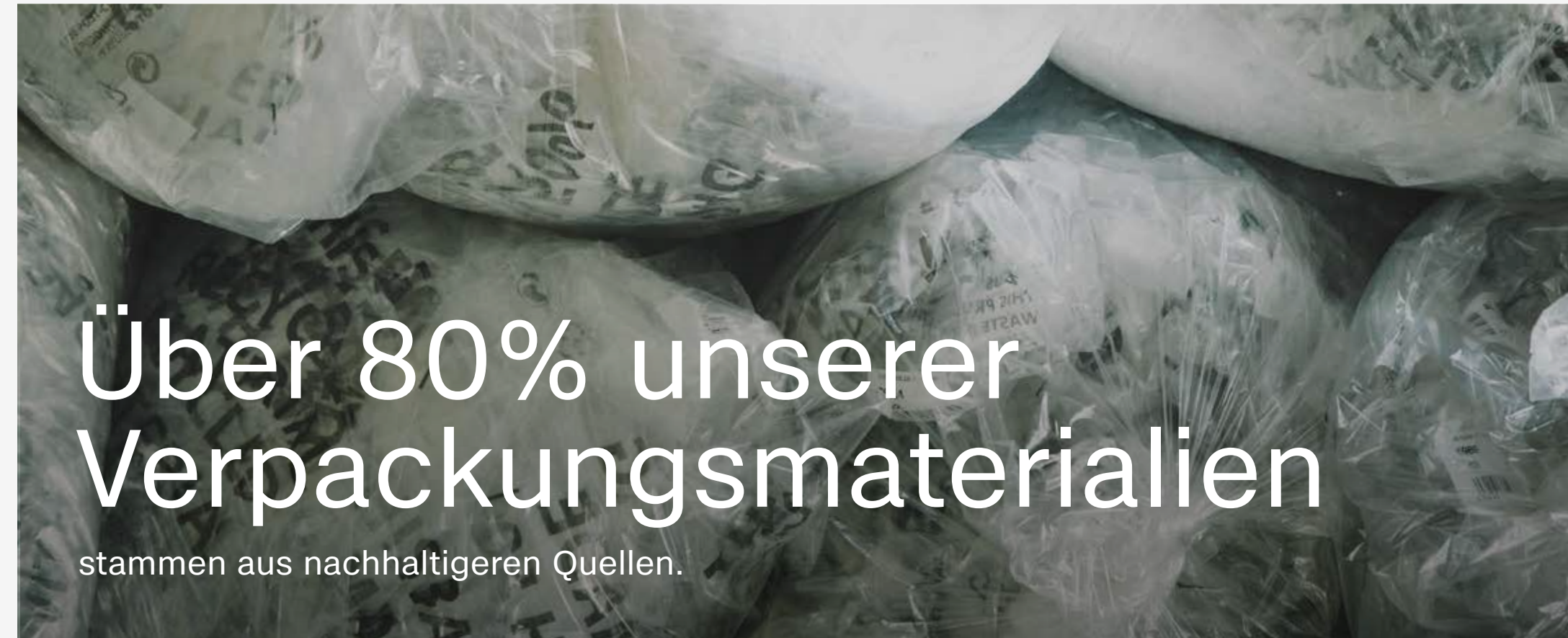
88%
unserer Tier-1-Produzenten sind mit dem guten Auditergebnis A oder B geprüft.



178 Sozialaudits wurden 2023 in unseren Produktionsstätten durchgeführt.



2023 haben wir gemeinsam mit der Fair Wear Foundation **15** Trainings bei Lieferanten durchgeführt.



Über 80% unserer Verpackungsmaterialien stammen aus nachhaltigeren Quellen.



Über 90% unserer Verpackungsmaterialien sind recyclingfähig.



400 Farmer und Farmerinnen werden durch das erste Empowering Farmers Projekt bei der Umstellung auf Bio-Baumwolle unterstützt.



26% des von uns im Hauptmaterial eingesetzten Polyesters stammen aus recycelten Quellen.



93% unserer Baumwolle im Hauptmaterial stammt aus verifiziert nachhaltigeren Quellen.



Ab Herbst 2024 wird kein PFA mehr eingesetzt.



WEIL DIE SCHÖNSTE FORM EIN KREIS IST

Im Jahr 2023 haben wir unsere erste 360° Denim-Kapsel eingeführt. Insgesamt wurden 8 Produkte aus unserem Sortiment auf bessere Recyclingfähigkeit optimiert. Wir verwenden nachhaltigere Materialien, auch aus recycelten Quellen, und verarbeiten sie in der Veredlungsstufe ressourcenschonender. Ergänzt wird das Konzept durch bewusste Designentscheidungen. So wurde beispielsweise auf Metallnieten verzichtet, was ebenfalls zur Recyclingfähigkeit beiträgt. Dabei haben wir stets an unsere Lieblingsform gedacht: den Kreis.



VOM BAUMWOLLFELD BIS ZUM KLEIDERBÜGEL

Empowering Farmers vereint Transparenz bis zum Ursprung des Produkts, fördert biologischen Anbau und unterstützt rund 400 indische Farmerinnen und Farmer durch Schulungen und Prämienzahlungen. Es ist unser Beitrag zur „Bündnisinitiative Bio-Baumwolle in Indien“, der wir im April 2022 beigetreten sind. Die Initiative ist eine strategische Partnerschaft vom Bündnis für nachhaltige Textilien, dem Organic Cotton Accelerator, weiteren Marken und Organisationen und wird vom Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) gefördert.



WEIL VERÄNDERUNG STARKE PARTNER BENÖTIGT



Veränderungen benötigen Zeit und können am besten durch starke Kooperationen und Partnerschaften erreicht werden. Dies gilt insbesondere für die komplexen internationalen Lieferketten in der Modebranche. Aus diesem Grund sind wir 2022 der Organisation Fair Wear Foundation beigetreten und haben gemeinsam intensiv an der Verbesserung unserer Prozesse in den Lieferketten gearbeitet. Und die Zusammenarbeit hat sich gelohnt: Bereits im Jahr 2023 wurden wir im Brand Performance Check der Fair Wear Foundation mit „GOOD“ bewertet.

TRANSPARENZ ALS AUSGANGSPUNKT FÜR VERBESSERUNG



Wir wollen transparent und nachvollziehbar sein – in dem was wir erreichen, aber auch in den Bereichen, in denen wir uns noch verbessern möchten. Uns ist bewusst, dass mit höherer Transparenz auch eine höhere Verantwortlichkeit einhergeht. Aber genau diese braucht es, um gezielte Maßnahmen zu definieren und ihre Wirksamkeit sicherzustellen. Aus diesem Grund haben wir uns im Jahr 2023 mit dem deutschen Tech-Unternehmen Retraced zusammengetan, um eine strategische Partnerschaft einzugehen.

2. Mission und Strategie

Nachhaltigkeit und Fairness sind für uns als Familienunternehmen zentrale Taktgeber. Wir sind uns der Herausforderungen der heutigen Zeit bewusst und übernehmen Verantwortung – sei es im Hinblick auf den Klimawandel, faire Löhne oder eine offene Gesellschaft. Um eine Welt zu schaffen, in der wir alle gerne leben möchten.

Für eine bessere Zukunft.
Für uns und unsere Kinder.

Nachhaltigkeit in der S.OLIVER GROUP – Mehr als nur ein Lippenbekenntnis

„Wir sind uns bewusst, unsere Industrie ist mit diversen Herausforderungen konfrontiert. Unsere Emissionen sind vergleichsweise hoch. Wir verbrauchen nachwachsende Ressourcen, die nur begrenzt verfügbar sind. Gleichzeitig hat sich die Nutzungsdauer unserer Endprodukte verkürzt. Auch im Bereich der menschenrechtlichen Sorgfalt entlang der Lieferkette sehen wir uns mit zahlreichen Herausforderungen konfrontiert. Dabei steht außer Frage: Wir müssen mehr tun und uns und die Industrie zukunftsfähig aufstellen.“

Sabrina Müller, Head of Sustainability S.OLIVER GROUP

Haltung zu Nachhaltigkeit

Als zukunftsorientiertes Unternehmen mit mehr als 50 Jahren Geschichte verstehen wir uns als Teil der Gesellschaft und sind uns unserer hohen Verantwortung für Mensch und Umwelt bewusst. Deshalb setzen wir darauf, Nachhaltigkeit in unsere Geschäftsabläufe und -strategie zu integrieren. Wir etablieren eine Organisationsstruktur, die verantwortungsvolles Handeln im gesamten Unternehmen fördert. Unsere Vision ist es, mit unserer Mode, unserer Kultur und unseren Wertschöpfungsketten einen positiven Beitrag zu leisten.

Nachhaltigkeit ist ein großes Wort

Jedes Unternehmen definiert den Begriff der Nachhaltigkeit anders und setzt ihn unterschiedlich ein. Wir verstehen Nachhaltigkeit als einen Endzustand, auf den wir hinarbeiten. Wir sind uns jedoch bewusst, dass es ein langer Weg ist, bis wir als Unternehmen zu 100% nachhaltig wirtschaften werden. Es ist möglich, dass wir diesen Zustand niemals erreichen, weil sich die Ziele stetig weiterentwickeln.

Daher verwenden wir häufig den Begriff „nachhaltiger“, um zu beschreiben, dass eine Handlung oder ein Produkt im Vergleich zu vorher eine bessere Ressourcenschonung oder eine bessere Behandlung der Menschen in unserer Lieferkette gewährleistet. Um ein Beispiel zu geben: Wir arbeiten mit der Fair Wear Foundation zusammen und setzen im Rahmen der Kooperation Audits und Trainings in unseren Zuliefererbetrieben um. Dies bedeutet aber nicht, dass wir überall faire und gerechte Arbeitsbedingungen erzielen können. Es bedeutet vielmehr, dass ein Veränderungsprozess angestoßen wurde. Bei einzelnen Themen wie Diskriminierung am Arbeitsplatz wurden Fortschritte erzielt. Eine Analyse der Situation zeigt jedoch, dass noch viel zu tun bleibt. Wir werden daher unsere Anstrengungen weiter intensivieren, um unsere Ziele zu erreichen.

Unser Programm: Wir gehen die Herausforderungen an

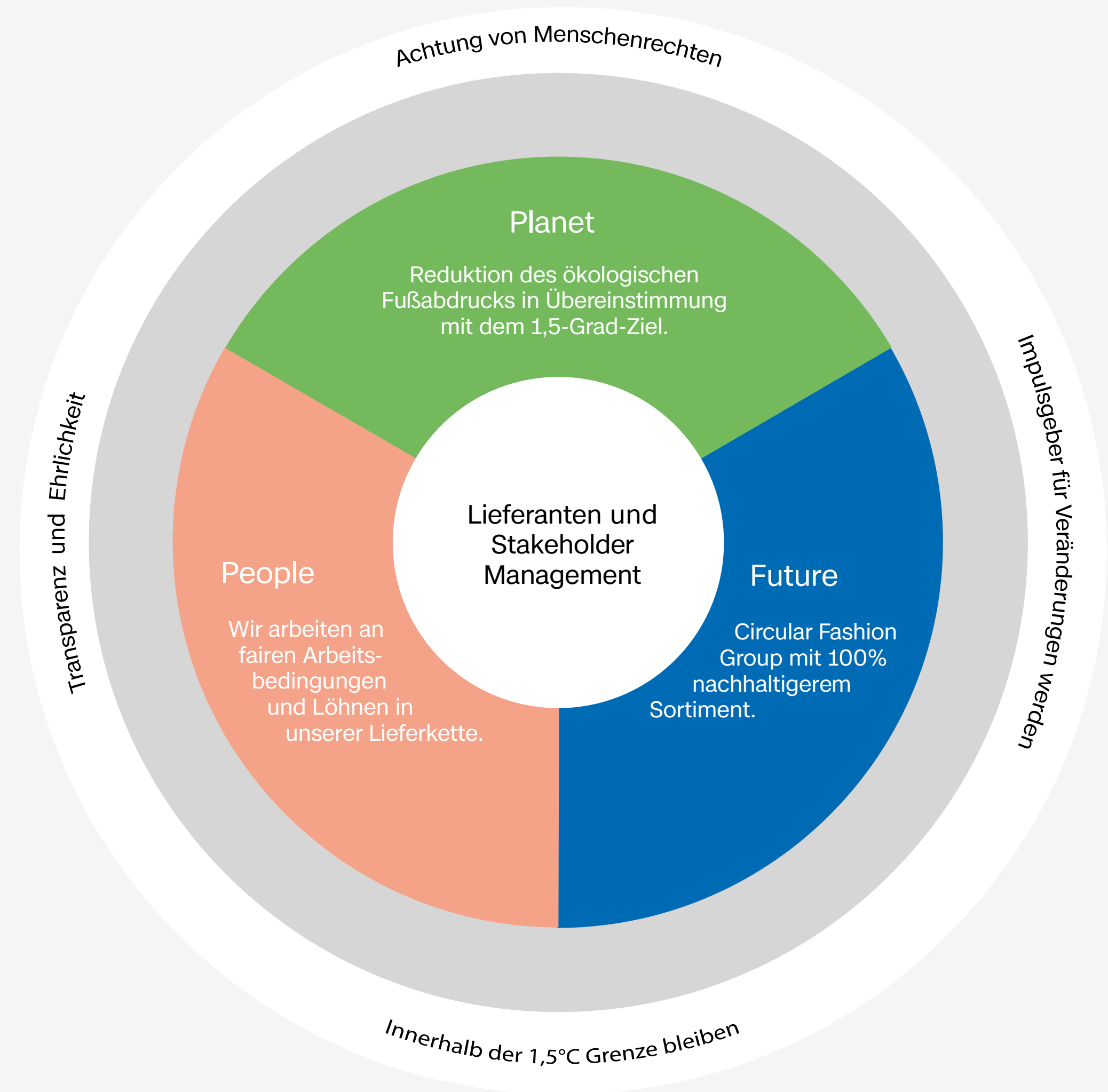
Nach mehr als 20 Jahren Arbeit im Bereich der Nachhaltigkeit haben wir im Jahr 2021 unsere Nachhaltigkeitsstrategie überarbeitet und eine Zukunftsvision für die S.OLIVER GROUP formuliert. Diese basiert auf internationalen Übereinkommen und Zielsetzungen, wie den Sustainable Development Goals der Vereinten Nationen. Im Rahmen einer Wesentlichkeitsanalyse haben wir erörtert, welche relevanten Themen in der Textilindustrie im Hinblick auf externe Anforderungen (Outside-In-View) und interne Wirksamkeit (Inside-Out-View) von Bedeutung sind.

Unsere Unternehmenswerte Stärke, Vertrauen und Verantwortung bilden die Grundlage für unser Bestreben, Nachhaltigkeit als Erfolgstreiber für die S.OLIVER GROUP zu etablieren. Auf diesen Werten baut unser Nachhaltigkeitsprogramm auf und bildet eine Vision 2030.

WAS

UNSERE VISION 2030

”Ohne mutige Ziele,
gibt es keine mutige Handlung.“



Nach dem Strategieupdate ist vor dem Strategieupdate

Die letzte Überarbeitung unserer Strategie liegt mehr als zweieinhalb Jahre zurück. Wir arbeiten daher an einer Weiterentwicklung der Nachhaltigkeitsstrategie, um sie auf das nächste Level zu heben. Im Vorfeld der verpflichtenden CSRD-Berichterstattung haben wir eine erneute Wesentlichkeitsanalyse durchgeführt und planen, unsere Themenfelder um weitere Aspekte zu ergänzen sowie unsere Nachhaltigkeits-KPIs zu erweitern. Für das Geschäftsjahr 2024 ist die Veröffentlichung eines ersten Reports nach den neuen Anforderungen der CSRD vorgesehen.

Unser Beitrag zu den Sustainable Development Goals

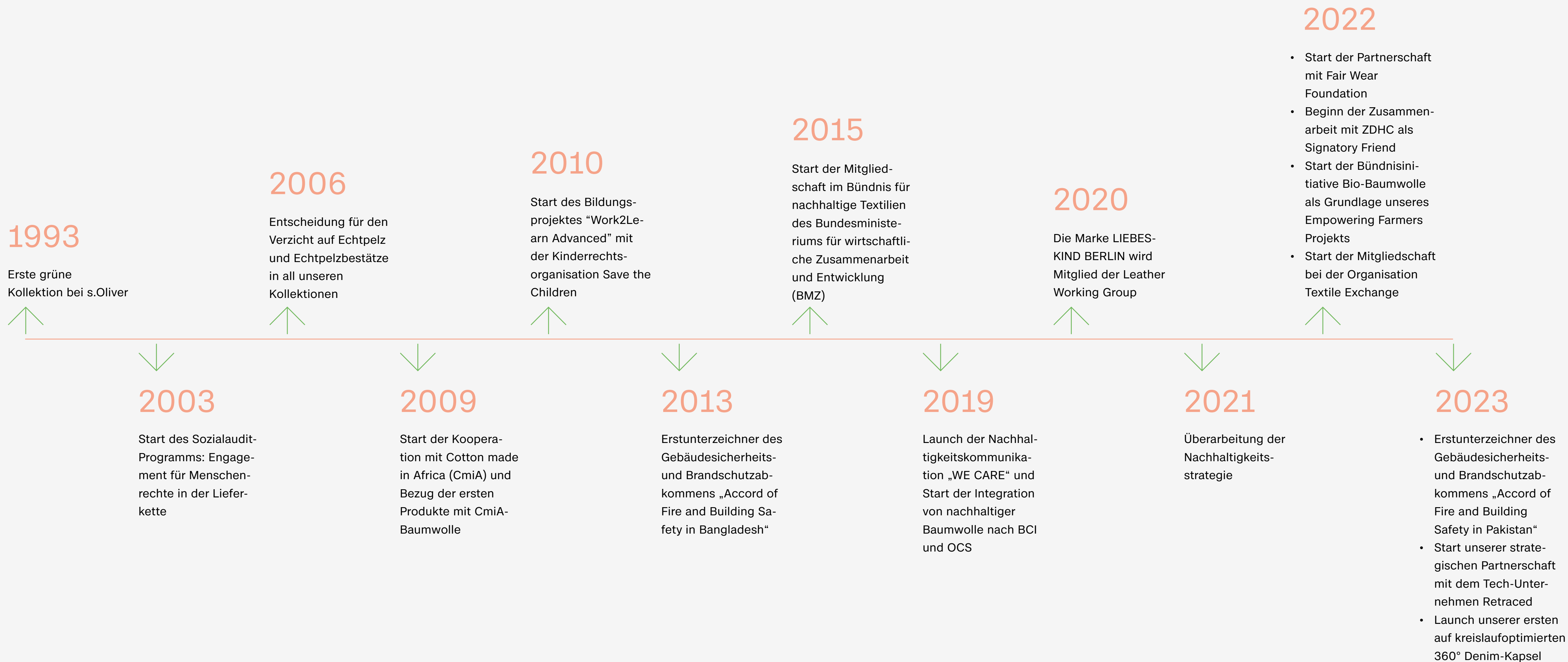
Die Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung wurde 2015 von allen Mitgliedstaaten der Vereinten Nationen verabschiedet. Sie bildet einen Rahmen für Staaten und Unternehmen, um die wichtigsten Herausforderungen für Mensch und Umwelt gemeinsam zu lösen. Kernstück der Agenda sind die 17 Ziele für eine nachhaltige Entwicklung (Sustainable Development Goals – SDG), die sowohl ökonomische als auch ökologische und soziale Aspekte umfassen.

Als Teil der globalen Gemeinschaft tragen auch wir als S.OLIVER GROUP zu den SDGs bei - dies wird in den weiteren Kapiteln dieses Reports aufgeschlüsselt.

ZIELE FÜR NACHHALTIGE ENTWICKLUNG



Unsere Meilensteine



Interview



Barbara Neitzel

Bekleidungsingenieurin FH Niederrhein
Principal Inhouse Consulting S.OLIVER GROUP

Liebe Barbara, du warst zentral im Aufbau der ersten Nachhaltigkeitsinitiativen bei s.Oliver. Kannst du erzählen, wie du zu dem Thema gekommen bist?

Ich bin vor allem durch mein persönliches Interesse an den Nachhaltigkeitsthemen in der Textilbranche zu dem Thema gekommen. Bei s.Oliver war Gründer Bernd Freier schon immer ein Visionär und hat relevante Themen, wie Nachhaltigkeit und soziale Verantwortung, früh aufgenommen. So wurde ich zur „Öko-Professorin“ der S.OLIVER GROUP. In dieser Rolle habe ich Anfang 1993 den Auftrag bekommen, ökologische Kollektionen zu entwickeln und in den Markt zu bringen. Die Verfügbarkeit von nachhaltigeren Materialien war zu dieser Zeit noch nicht gut. Wir haben aus der Not eine Tugend gemacht und die Kollektion daher „s.Oliver Light Project“ genannt. Für die damals noch aktive Marke „Knock Out“ sind wir noch einen Schritt weiter gegangen: Die Kollektion „Knock Out Resource“ bestand konsequent aus nachhaltigeren Artikeln.

Das klingt nach Pionierarbeit. Wie bist du das Thema angegangen?

Es war tatsächlich Pionierarbeit. Ich musste mir viel Wissen aneignen und dies mit Kolleg:innen in der Lieferkette und im Vertrieb teilen. Kontinuierlicher Austausch und Trainings waren essenziell für den Erfolg. Auch die Vernetzung im Markt mit Verantwortlichen aus anderen Unternehmen war sehr hilfreich und immer von Offenheit geprägt. Schwierig war hingegen die Vernetzung mit Dienstleistern und NGOs. Dort hatte s.Oliver den Ruf, es nicht ernst zu meinen mit dem Thema Nachhaltigkeit und Trittbrettfahrer zu sein. Wir sind dem mit Überzeugung begegnet und haben unsere Ziele freundlich, aber hartnäckig verfolgt.

Die eigenständigen Kollektionen haben wir damals nicht dauerhaft fortgeführt. Aber aus dieser Pionierarbeit sind unser gutes, ausgefeiltes Quality Assurance System sowie unser Social Compliance System entstanden, die beide bis heute Bestand haben.

Was würdest du sagen, hat sich in den letzten 25 Jahren verändert?

Vor allem hat der Stellenwert und die Präsenz des Themas Nachhaltigkeit in der Gesellschaft stark zugenommen. Jedoch sehe ich nach wie vor eine Diskrepanz zwischen dem Anspruch und dem Verhalten von Verbraucher:innen. Produkte und Marken die „angesagt“, aber vor allem günstig sind, werden gekauft. Nachhaltigkeit und die Produktionsbedingungen der Produkte sind dann dabei oft zweitrangig. Im Jahr 2024 erstaunt mich das schon. Daneben ist aber der politische Druck heute natürlich ein anderer: Die vielen Gesetze und Regularien werden hoffentlich einen positiven Effekt bringen in den kommenden Jahren, insbesondere für die generellen Themen wie Ressourcenverschwendung oder Überangebot. Es wird spannend sein zu sehen, ob dies auch zu einem Umdenken bei den Verbraucher:innen führen wird.

Du hast auch die Anfänge des Social Compliance Programmes der S.OLIVER GROUP begleitet und wichtige Meilensteine für das Unternehmen gesetzt. Welche Momente sind dir dabei besonders in Erinnerung geblieben?

Genau, und auch das war eine sehr spannende Zeit, in der wir eng mit externen Partnern an der Erarbeitung und Implementierung des Konzeptes gearbeitet haben. Drei Aspekte sind mir besonders in Erinnerung geblieben: Erstens die sehr gute und ergebnisorientierte Zusammenarbeit mit unseren Partnern an dem Thema, die essenziell war. Zweitens die Überzeugungsarbeit, die wir bei unseren Partnern in der Lieferkette zu leisten hatten. Hier sind wir auf die ganze Bandbreite an Reaktionen gestoßen: Von „unmöglich“ bis hin zu großer Offenheit und sofortiger Umsetzung der Anforderungen war alles dabei. Und drittens der erste kritische NGO-Fall den wir bei einem Lieferanten in Indonesien hatten. Da gab es den ersten „Shit Storm“ im Unternehmen und die vielen Protestmails haben das Postfach unseres damaligen Sourcing Geschäftsführers lahmgelegt.

Was macht dir Hoffnung für die kommenden Jahre?

Ich bin überzeugt, dass die gesellschaftliche Relevanz und auch das Verbraucherinteresse am Thema Nachhaltigkeit weiter zunehmen werden. Nachhaltigkeit am Produkt wird Schritt für Schritt zum Standard werden und der nachhaltige Umgang mit Ressourcen sowie die Übernahme von sozialer Verantwortung sollten Antrieb für unsere Arbeit sein. Wobei ich auch etwas Wasser in den Wein gießen muss: In den letzten Jahren hat sich ein großes System an Organisationen, Labels, Zertifizierern etc. entwickelt, an das viel Geld fließt. Inwiefern dies in einigen Fällen für Verbraucher:innen sowie für die Arbeiter:innen hilfreich ist, muss kritisch hinterfragt werden.

Weil jede:r zählt

Für den Erfolg unserer Nachhaltigkeitsstrategie ist das Handeln jedes Einzelnen entscheidend. Hier sehen wir den Schlüssel, um die S.OLIVER GROUP noch stärker in Richtung Nachhaltigkeit zu entwickeln. Unsere Governance-Struktur integriert Nachhaltigkeit in alle Unternehmensbereiche: vom Top-Management über die zentralen Unternehmensfunktionen bis hin zu den Verantwortlichen in der Lieferkette.

Unser Sustainability-Team

Der Fachbereich „Global Sustainability & Supplier Relationship Management“ ist in direkter Berichtslinie zur Geschäftsführung als zentrale Stabstelle für die gesamte Group tätig. Damit wird sichergestellt, dass Nachhaltigkeitsthemen und -anforderungen sowohl in die Unternehmensstrategie und -projekte integriert werden als auch über relevante KPIs in die Management-Zielstruktur aufgenommen sind.

Als zentrale Anlaufstelle ist das Team für die Weiterentwicklung und Umsetzung unserer Nachhaltigkeitsstrategie verantwortlich. Wir verstehen uns als „Expert Hub“, der Themen auf- und vorbereitet und dann mit den relevanten Fachkolleg:innen zur Entscheidung und Umsetzung bringt. Dabei geht es für uns darum, die Organisation „Fit for Sustainability“ zu machen und Wissen, Kompetenzen und Prozesse so zu verändern, dass die Organisation dies selbstständig weiter steuert.

Abteilungsübergreifendes Arbeiten

Viele der Nachhaltigkeitsthemen und -aufgaben sind abteilungsübergreifend relevant, beispielsweise ein verantwortungsvolles Produkt- und Fasermanagement, das betriebliche Umweltmanagement oder die Nachhaltigkeitskommunikation. Um diese Themen erfolgreich im gesamten Unternehmen zu bearbeiten, haben wir eine Struktur entwickelt, die aus zwei Strängen besteht: die sogenannten Sustainability Ambassador:innen, die die Schnittstelle in alle Unternehmensbereiche bilden und aktiv an der Umsetzung der Nachhaltigkeitsstrategie mitarbeiten und die sogenannten Sustainability Koordinator:innen, die innerhalb der Lieferkette in den wichtigsten Beschaffungsmärkten an der Umsetzung der Projekte in Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten und Stakeholdern arbeiten.



Verantwortung – Jede:r für sich und alle zusammen

Wir sind keine Individualisten, sondern agieren als Team. Jede:r bringt sich ein mit Expertise, Mut und Leidenschaft. Wir lernen voneinander und stärken so unsere Zusammenarbeit. Wir verfolgen die gleichen Ziele und sind bereit, uns neuen Herausforderungen zu stellen. Rückschläge betrachten wir als Chance, aus unseren Erfahrungen zu lernen und uns weiterzuentwickeln. Erfolge bestärken uns darin, unsere Ziele mit noch mehr Motivation und Engagement anzugehen.



Das Netzwerk der Sustainability Ambassador:innen Netzwerk spiegelt sich in der Verknüpfung des Business Cases mit der Strategiearbeit des Sustainability-Teams wider. Die Ambassador:innen sind erste Ansprechpartner:innen in dem jeweiligen Fachbereich und tragen als Multiplikatoren die Nachhaltigkeitskonzepte in die Organisation. Sie übernehmen Verantwortung, indem sie mit Kolleg:innen alltägliche Geschäftsprozesse neu ausrichten und Schritt für Schritt anpassen.

Das dahinterstehende Konzept umfasst drei Ebenen: Core Ambassador:innen aus der Produktentwicklung sind Sparringspartner:innen ihrer Marke für strategische Nachhaltigkeitsinitiativen und Mentoren für Kolleg:innen in ihrem Bereich. Ambassador:innen der Produktentwicklung, des Marketings, des Einkaufs und aus unseren Einkaufsbüros in Produktionsländern, den sogenannten Agenturen, fokussieren sich auf die operative Umsetzung und sind aufgrund ihrer spezifischen Expertise in Projekte eingebunden. Ein wesentlicher Faktor ist der kontinuierliche Austausch auf allen Ebenen. Zusammen mit der Abteilung Global Sustainability schaffen beide Gruppen Transparenz und Anknüpfungspunkte, um auch die dritte Stufe mit einzubeziehen: Alle.

Das Konzept von Core Ambassador:in und Ambassador:in ist bislang vor allem im Zusammenhang mit der Produktentwicklung von Bedeutung. Es bleibt unser Ziel, dieses auf Basis unseres Strategiefahrplans als feste Institution in weitere Geschäftsbereiche zu tragen und Unterstützung sowie Zustimmung über alle Organisationsebenen hinweg zu bekommen.

Darüber hinaus ist es unser Bestreben, bestehende Strukturen gegen Fluktuation abzusichern und die Multiplikatorenrollen zu stärken. Durch geeignete Kommunikationsmaßnahmen, Mitgestaltungsmöglichkeiten und Wissensvermittlung in Austauschformaten steigern wir nicht nur die Relevanz der Themen, sondern erhöhen auch die Attraktivität für persönliches Engagement und Handeln.

Stärke = Wissen + Handeln

Wir machen Mode mit Herz und Verstand. Dies möchten wir verinnerlichen, aber auch unseren Kund:innen zeigen. Verantwortung zu übernehmen, bedeutet unsere Fähigkeiten immer wieder unter Beweis zu stellen, offen zu sein für Entwicklungen und stetig seine Kompetenzen zu erweitern. Verantwortungsvolles Handeln ist eine nachhaltige Entscheidung, die sowohl dem eigenen Wohl als auch dem Wohl anderer dient.

Der Aufbau individueller Kompetenzen ist ein entscheidender Faktor für verantwortliches Handeln im Unternehmen. Richtlinien und Leitfäden sind wichtig, doch erst durch das individuelle Wissen können diese mit Leben gefüllt werden. Aus diesem Grund setzen wir ein internes Capacity Building Programm zum Thema Nachhaltigkeit um, durch das Mitarbeitende der S.OLIVER GROUP sich selbstständig zu relevanten Nachhaltigkeits- und Zukunftsthemen weiterbilden können. Ein regelmäßiger Austausch sowie Lernvideos zu nachhaltigeren Materialien und unseren nachhaltigeren Produkthighlights unterstützen Kolleg:innen im Austausch zum Thema Nachhaltigkeit mit Partner:innen und Kund:innen.

Engagement und Zielsetzung

Wir arbeiten daran, diese Formate national wie international fest zu etablieren und kontinuierlich zu erweitern. Dabei ist es unser Grundprinzip, Informationen zielgruppenspezifisch aufzubereiten, um das Lernen zu erleichtern und den Anwendungsbezug herzustellen. Darüber hinaus sollen die Informationen für alle leicht zugänglich und auffindbar sein.

Erkenntnisse und Herausforderungen

Aufgrund der markenspezifischen Besonderheiten, der Vielzahl der Vertriebsländer sowie der unterschiedlichen Vertriebskonzepte ist die Komplexität bei der Weiterentwicklung der Tools als besonders hoch einzustufen.

Um die Kompetenzen zum Thema Nachhaltigkeit in den verschiedensten Bereichen erfolgreich zu stärken, ist es für uns von entscheidender Bedeutung, die Vernetzung mit Kolleg:innen voranzutreiben. Auf diese Weise können relevante Themen identifiziert und bestmöglich aufbereitet werden.

Unsere Partner



Die Fair Wear Foundation ist eine Multi-Stakeholder-Initiative, die sich für eine transparentere Kommunikation von Produktions- und Lieferketten sowie eine nachhaltige Verbesserung der Arbeitsbedingungen von Arbeiter:innen einsetzt. Gemeinsam mit der Fair Wear Foundation arbeiten wir seit 2022 intensiv an unserem an unserem Sozialaudit-Programm.



Seit 2015 sind wir Mitglied in der Multi-Stakeholder-Initiative, die Unternehmen, Verbände, Nichtregierungsorganisationen, Standardorganisationen, Gewerkschaften und die deutsche Bundesregierung vereint. Darüber hinaus kooperiert das Textilbündnis mit europäischen und internationalen Initiativen, um Best Practices zu verbreiten und die Hebel für das Engagement zu vergrößern.



Die Sicherheit für Arbeiter:innen am Arbeitsplatz ist für uns ein zentrales Anliegen. Deshalb sind wir seit 2013 Mitglied im International Accord on Health and Safety in the Textile and Garment Industry (ACCORD), ehemals Bangladesh Accord on Fire and Building Safety. Seit 2023 sind wir auch Mitglied des neu gegründeten Accords in Pakistan.



Gemeinsam mit der Kinderrechtsorganisation Save the Children haben wir ein Bildungsprojekt für Jugendliche in Bangladesch umgesetzt. Im Rahmen der Ausbildung wurden diese auf die Arbeit in der Textilindustrie vorbereitet und fachlich weitergebildet. In einem Praktikum konnten sie erste Erfahrungen und Eindrücke gewinnen. Darüber hinaus haben wir gemeinsam mit Save the Children unsere eigene Richtlinie zur Prävention und Abhilfe von Kinderarbeit weiterentwickelt.



Retraced ist eine Plattform für Lieferkettentransparenz in der Textilbranche, mit der wir seit 2022 zusammenarbeiten. Für uns ist Retraced ein zentrales Datenmanagement-Tool, um die Transparenz innerhalb der eigenen Lieferketten zu verbessern und die digitale Rückverfolgbarkeit von Produkten für Endkund:innen zu ermöglichen. Retraced entwickelt sich in Zusammenarbeit mit uns aber auch weiter, um wichtige menschenrechtliche Themen wie den Ausbau des digitalen Risikomanagements und die Implementierung von Risikopräventionsmaßnahmen in der Lieferkette zu adressieren.



Wir sind bestrebt die negativen Auswirkungen der Textilindustrie auf Mensch, Umwelt und Tier zu reduzieren und stattdessen positive Effekte zu erwirken. Um diesem Ziel näher zu kommen, sind wir seit 2022 Mitglied von Textile Exchange. Dabei handelt es sich um eine globale Non-Profit-Organisation, die ihre Mitglieder bei der Umsetzung von Veränderungen in der Branche unterstützt. Dazu gehören die Förderung von verantwortungsvolleren Fasern, Integrität, Standards und Lieferketten. Durch den Einsatz etablierter Standards, insbesondere GRS und OCS, tragen wir als Teil dieser Gemeinschaft aktiv zur Gestaltung des Wandels in der Textilindustrie bei.



Wir arbeiten mit Better Cotton zusammen, um den Baumwollanbau weltweit zu verbessern. Die Mission von Better Cotton ist es, Baumwollgemeinschaften in ihrer Entwicklung zu unterstützen und dabei die Umwelt zu schützen und zu regenerieren. Über seine Implementierungspartner bildet Better Cotton Bauern und Bäuerinnen aus, die Umwelt zu schützen und die Rechte und das Wohlergehen der Arbeiter:innen zu respektieren. Better Cotton wird über ein Massenbilanzsystem beschafft und kann Endprodukten nicht physisch zugeordnet werden.



Seit 2009 sind wir stolzer Partner der Initiative Cotton made in Africa (CmiA), einem international anerkannten Standard für nachhaltige Baumwolle, die von afrikanischen Kleinbäuerinnen und Kleinbauern angebaut wird. Durch unsere Zusammenarbeit vertiefen diese ihr Wissen über nachhaltige Landwirtschaft und Umweltschutz. Die CmiA-verifizierte Baumwolle, die wir für unsere Produkte nachfragen, hat sehr geringe Auswirkungen auf die Umwelt und unterstützt Dorfgemeinschaften in Afrika. Darüber hinaus unterstützen wir gemeinsam mit CmiA verschiedene Community Projekte.



Seit 2006 verzichten wir in all unseren Kollektionen auf Echtpelz und Echtpelzbesätze. Im Jahr 2013 wurden wir offizieller Unterzeichner des Fur Free Retailer Programms. Das Fur Free Retailer Programm wird in Deutschland von der Tierschutzorganisation „Vier Pfoten“ repräsentiert und hat zum Ziel, das Bewusstsein der Kundinnen und Kunden für ethischen Konsum zu fördern.



Seit 2021 ist die S.OLIVER GROUP Teil der Initiative The Good Cashmere Standard® (GCS). GCS ist ein unabhängiger Standard mit Fokus auf Tierwohl und die Haltung von Kaschmirziegen. Darüber hinaus befasst sich GCS mit sozialen, ökonomischen und ökologischen Kriterien in der Kaschmirproduktion. Damit unterstützen wir die Lebensbedingungen der Farmer:innen in der inneren Mongolei und mindern gleichzeitig negative Umweltauswirkungen.



In 2022 haben wir uns dazu verpflichtet ein Near-Term- und Net-Zero-Ziel bei der Science-Based Targets Initiative (SBTi) einzureichen, die Validierung steht in 2024 an. Die SBTi bietet Unternehmen einen Rahmen zur systematischen Reduktion von Treibhausgasemissionen durch wissenschaftlich fundierte Ansätze.



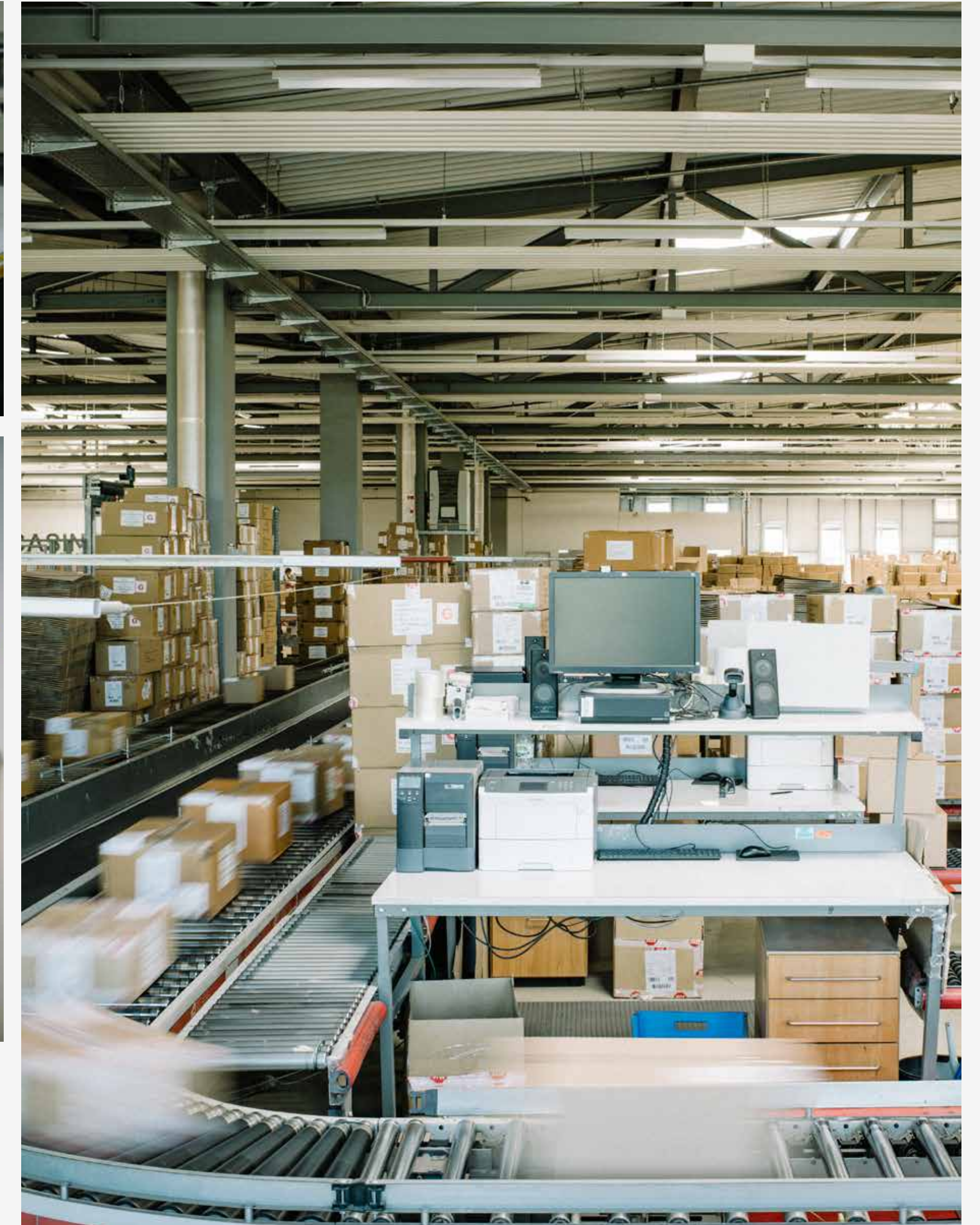
Die Initiative Zero Discharge of Hazardous Chemicals arbeitet mit globalen Marken, Chemielieferanten, Herstellern und anderen Organisationen zusammen, um den Einfluss von in der Industrie verwendeten Chemikalien auf den Planeten zu verringern. Als „Friend of ZDHC“ bekennen wir uns seit 2022 zu der Mission, Vision und den Zielen der ZDHC und arbeiten daran, die Inhalte und Anforderungen der ZDHC Roadmap to Zero in unseren Lieferketten umzusetzen.



Wir engagieren uns für die Reduzierung des Einsatzes und der Auswirkungen von potenziell schädlichen Substanzen in globalen Textillieferketten. Aus diesem Grund sind wir seit 2007 Mitglied der AFIRM Group.

Den Grundstein für eine funktionierende Lieferkette in der S.OLIVER GROUP legen die guten und vertrauensvollen Beziehungen, die wir zu unseren Lieferanten auf der ganzen Welt pflegen. Diese ermöglichen es uns, gegenseitige Anforderungen und Erwartungen klar zu definieren, Probleme und Herausforderungen offen zu kommunizieren und gemeinsam Lösungen zu finden.

Zur operativen Steuerung unserer Lieferkette implementieren wir ein transparentes Lieferantenmanagementsystem. Dieses gibt einen klaren Orientierungs- und Anforderungsrahmen vor und stellt durch definierte Prozesse und Strukturen sicher, dass essenzielle menschen- und umweltrechtliche Anforderungen auf allen Seiten eingehalten werden. Das System wird bereits vor dem Onboarding von neuen Lieferanten eingesetzt.



Management von Lieferanten

Wir haben einen Onboarding-Prozess etabliert, durch den die Einhaltung internationaler Menschenrechts- und Umweltstandards bei potenziellen Produktionsbetrieben bereits vor Geschäftsaufnahme überprüft wird. Bei positivem Ausgang der Überprüfung verpflichten sich unsere Lieferanten mit Beginn der Zusammenarbeit, die Anforderungen aus unserem Verhaltenskodex (Code of Conduct) einzuhalten. Erst nachdem dies erfolgt ist, kann die Produktion beginnen.

Uns ist bewusst, dass nicht alle Lieferanten schon bei Geschäftsaufnahme alle Anforderungen und Ziele zu 100% erfüllen können. Die Verbesserung von Arbeits- und Produktionsbedingungen ist ein kontinuierlicher Prozess, der nie abgeschlossen sein wird. Wir sind uns unserer Verantwortung bewusst, unsere Produktionspartner bei dieser Entwicklung bestmöglich zu unterstützen und begleiten sie daher eng in ihrer Entwicklung.

Die Beendigung von Lieferantenbeziehungen aufgrund von Verstößen gegen menschen- oder umweltrechtlichen Anforderungen bleibt für uns das letzte Mittel, wenn eine Weiterentwicklung und Verbesserung nicht möglich ist. Denn weder den Arbeiter:innen noch der Umwelt ist geholfen, wenn wir uns als Kunde zurückziehen, sich die eigentlichen Probleme aber nicht ändern.

Für den Fall, dass eine Zusammenarbeit aus rein geschäftlichen Gründen beendet werden muss, haben wir 2023 die erste Version einer Responsible Exit Policy entwickelt. Ziel dieser ist es, Lieferantenbeziehungen verantwortungsvoll zu beenden, so dass diese rechtzeitig über Entscheidungen informiert werden und entsprechend Planungen und Produktionskapazitäten umverteilen können.

Unser digitales Managementsystem

In unserem digitalen Vendor Dashboard fließen alle wichtigen Informationen zu unseren Lieferanten zusammen: Dazu zählen beispielsweise Daten aus den Bereichen Produktion, Qualität oder Nachhaltigkeit. Auf diese Weise erhalten wir einen transparenten Überblick über unsere Lieferkette und die einzelnen Lieferanten darin. Die Zusammenführung und Visualisierung der Daten ermöglicht es uns, leichter zu erkennen, wo Handlungsbedarf besteht.

Darüber hinaus werden über die Plattform auch die Entwicklungsziele festgelegt, die wir uns gemeinsam mit unseren Lieferanten setzen. Mit Hilfe spezifischer Key Performance Indikatoren (KPIs) messen wir die Leistung unserer Lieferanten anhand unterschiedlicher Kriterien, sodass wir konkretes Feedback geben und Anreize setzen können. So möchten wir einen möglichst transparenten und systematischen Überblick für alle Beteiligten ermöglichen und uns gemeinsam weiterentwickeln.

Rückblick 2023: Das erste Sustainability Townhall

Lieferanten-Townhall-Meetings sind in der S.OLIVER GROUP bereits seit langem etabliert. Sie stellen eine wichtige Plattform für den direkten Austausch mit unseren Lieferanten dar, um Informationen zu teilen und Feedback sowie Anregungen einzuholen. Im September 2023 fand erstmals ein themenspezifisches Townhall-Meeting mit allen Lieferanten zum Thema Nachhaltigkeit statt. Neben wichtigen Updates zu unserer Nachhaltigkeitsstrategie und Fokusprojekten hatten wir die Möglichkeit, uns in digitalen Gruppenräumen intensiv über die Einhaltung von Menschenrechten, den Schutz der Umwelt und Natur sowie zum Thema Kreislaufwirtschaft und Zirkularität auszutauschen. Dieser Austausch war sehr wertvoll und wird auch in Zukunft fortgesetzt.

Strategische Analyse

(2x pro Jahr)

Performance Bewertung der Lieferanten

Markt- und Risikoanalyse

Einordnung von Lieferantenclustern

Bewertung mit KPIs



Operative Steuerung

Lieferantenmanagement Prozess

Onboarding

Offboarding

Auditierung und
Bewertung

Qualifizierung/
Weiterentwicklung

Auswahl/
Konsolidierung

Zur frühzeitigen Erkennung und Minimierung von menschenrechts- und umweltbezogenen Risiken in unserer Lieferkette, wenden wir in der S.OLIVER GROUP ein Risikomanagementsystem an, das sich an den Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte orientiert und in vier Schritte unterteilt ist. Das System basiert auf den Prinzipien der UN-Menschenrechtscharta, dem OECD-Leitfaden für die Erfüllung der Sorgfaltspflicht sowie den Vorgaben des Lieferkettensorgfaltspflichtengesetzes (LkSG).

Schritt 1: Risikoanalyse

Im ersten Schritt identifizieren und bewerten wir im Rahmen einer Risikoanalyse die Menschenrechts- und Umweltsituation in unseren Beschaffungsländern. Dadurch schaffen wir in unserem Unternehmen ein breites Verständnis für die regionalen Besonderheiten der Länder, in denen unsere Produkte, Stoffe und Materialien hergestellt werden. Im Anschluss an die Risikoanalyse gewichten und priorisieren wir die identifizierten Risiken anhand verschiedener Kriterien, um effektive Gegenmaßnahmen zu implementieren.

In Fällen, in denen die Informationslage unklar ist, treten wir in den direkten Austausch mit Interessensgruppen wie Gewerkschaften oder lokalen und internationalen Organisationen der Zivilgesellschaft. Weitere wichtige Informationsquellen sind die Informationen, die wir über unsere Beschwerdemechanismen erhalten.

Schritt 4: Berichterstattung

Der letzte Schritt unseres Risikomanagementsystems ist die Berichterstattung, in der wir unsere Sorgfaltspflicht gegenüber den identifizierten Risiken und Verletzungen darstellen. In enger Zusammenarbeit mit dem Bündnis für nachhaltige Textilien haben wir bereits identifizierte Risiken veröffentlicht und Ziele für vorbeugende Maßnahmen definiert. Dies beinhaltet beispielsweise weit verbreitete Risiken wie das Verbot der Ungleichbehandlung oder Kinder- und Zwangsarbeit. Über weitere Erkenntnisse und Maßnahmen berichten wir an das Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle (BAFA) öffentlich auf unserer Website.

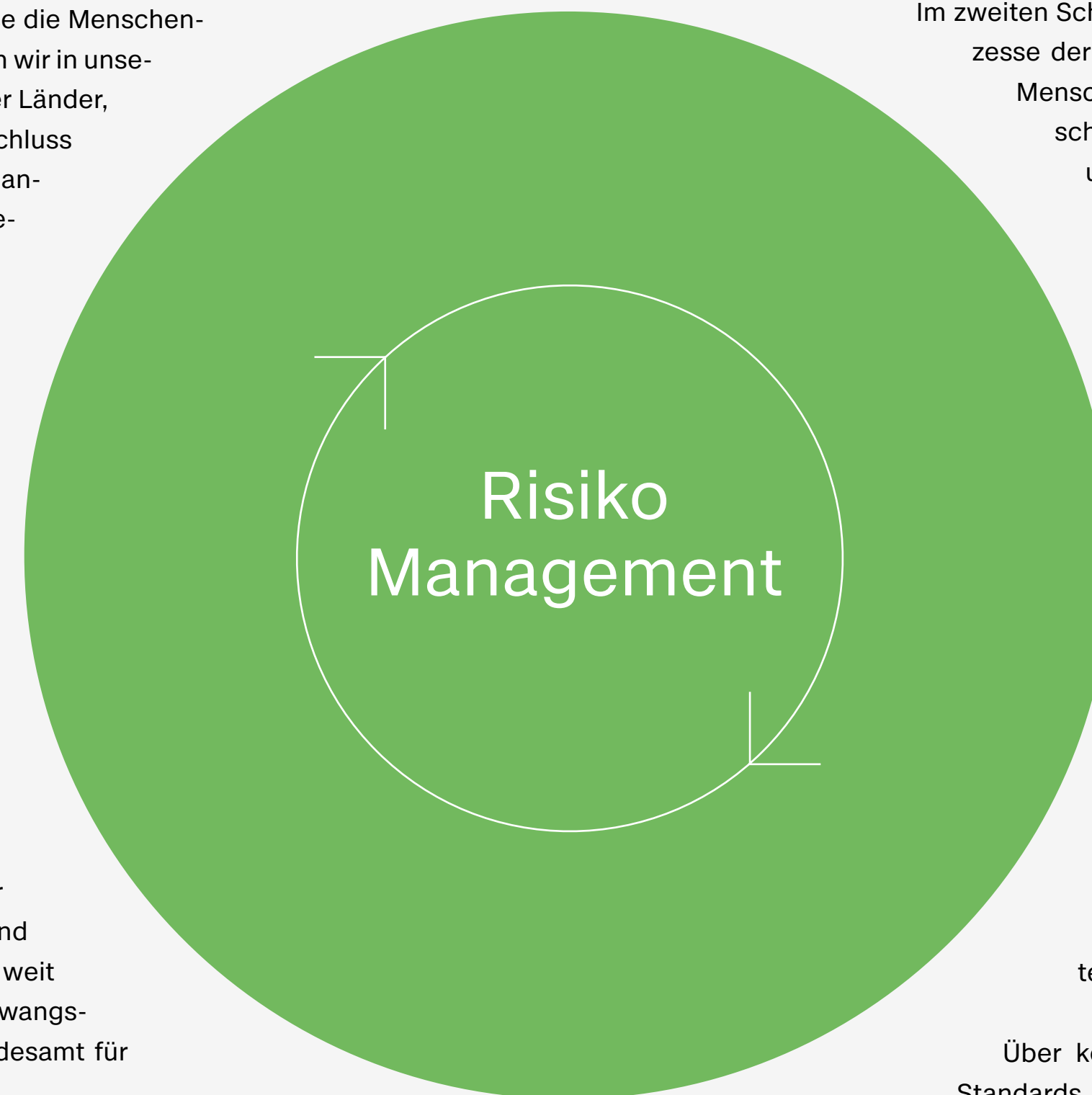
Schritt 2: Risikoprävention

Im zweiten Schritt erfolgt die Integration des Risikomanagementsystems in die relevanten Geschäftsprozesse der S.OLIVER GROUP im Rahmen der Risikoprävention. Unsere Mitarbeitenden werden über Menschenrechts- und Umweltrisiken (u.a. Diskriminierung, Zwangsarbeit, Korruption, Arbeitsschutz, angemessene Entlohnung, Koalitionsfreiheit, Chemikalienmanagement) informiert und geschult. In der Lieferkette setzen wir den Onboarding-Prozess für neue Lieferanten und Produzenten konsequent um und auditieren in diesem Rahmen auch in regelmäßigen Abständen unsere Produzenten. Darüber hinaus fördern wir den Einsatz von zertifizierten nachhaltigeren Fasern und Materialien und optimieren unsere Einkaufspraktiken kontinuierlich. Weitere Präventionsmaßnahmen sind beispielsweise Trainings, die wir gemeinsam mit der Fair Wear Foundation bei Lieferanten durchführen. Dadurch können Risiken gezielt vermieden werden.

Schritt 3: Abhilfemaßnahmen

Sollte trotz unserer Maßnahmen zur Risikoprävention eine menschenrechts- oder umweltrechtsbezogene Verletzung in unserer Lieferkette auftreten, ergreifen wir im Austausch mit relevanten Stakeholdern geeignete Abhilfemaßnahmen. Nach einer ausführlichen Prüfung des jeweiligen Falls wird ein detaillierter Entwicklungs- und Umsetzungsplan für eine Abhilfemaßnahme entwickelt und ein zeitlicher Rahmen definiert, in dem Abhilfe geleistet werden muss. Die Entwicklungen dieser Maßnahmen erfolgen in Absprache mit den unterschiedlichen Interessensgruppen wie Gewerkschaften oder lokalen NGOs sowie dem Management des betroffenen Lieferanten.

Über konkrete Fälle von Verletzungen unserer menschenrechtlichen- und umweltrechtlichen Standards können uns Arbeiter:innen in den Fabriken oder Dritte über die von uns eingerichteten Beschwerdemechanismen in der Lieferkette informieren. Diese ermöglichen es, Verstöße gegen diese Standards bei Bedarf auch anonym an uns weiterzuleiten.



3. Transparenz in der Lieferkette

Durch transparente Lieferketten und Prozesse werden Nachhaltigkeitsaussagen gestärkt. Transparenz erhöht die Glaubwürdigkeit unserer Arbeit und hilft Kund:innen dabei, eine verantwortungsvolle und bewusste Kaufentscheidung zu treffen.



→ 3. Transparenz in der Lieferkette

In der Herstellung eines Kleidungsstücks sind von der Rohstoffgewinnung bis zum fertigen Produkt zahlreiche Unternehmen beteiligt, die Zwischenschritte durchführen oder Einzelteile fertigen und liefern. Dies führt dazu, dass die Lieferketten der Textilbranche komplex sind, und ein globales Netzwerk bilden.

Gleichzeitig gilt Transparenz in der Lieferkette jedoch als Grundvoraussetzung, um Umwelt- und Menschenrechtsrisiken zu vermeiden. Denn nur wenn diese öffentlich nachvollziehbar und überprüfbar sind, können Missstände auch aufgedeckt und verbessert werden.

Wie kann Lieferkettentransparenz auch in komplexen internationalen Lieferketten hergestellt werden? Die S.OLIVER GROUP hat sich dieser Herausforderung angenommen.

Eine typische Lieferkette in der Textilindustrie zeichnet sich durch komplexe Strukturen mit einem weltweiten Lieferantennetzwerk aus. In der Produktion durchläuft ein einzelnes Kleidungsstück eine Vielzahl von Wertschöpfungsprozessen, an welchen verschiedene Zulieferer und Produzenten beteiligt sind.

Der Wertschöpfungsprozess beginnt beim Anbau bzw. bei der Gewinnung des Rohstoffes und läuft weiter mit der Verarbeitung des Materials sowie dem Durchlauf von Spinn-, Wirk- und Webeprozessen. Im weiteren Schritt werden die Stoffe gefärbt, gewaschen und veredelt, bevor diese in ein fertiges Produkt konfektioniert werden. Accessoires wie Knöpfe oder Reißverschlüsse werden ebenfalls produziert und eingenäht. Vor dem Versand zum Händler wird die Ware schließlich noch verpackt. Während einige Produzenten über ausreichend Kapazitäten und Ausrüstung verfügen, um mehrere der aufgeführten Produktionsschritte zu erledigen, ist es nicht unüblich, dass jeder dieser Schritte bei einem anderen Produzenten erfolgt. Da die Produzenten und Zulieferer häufig in verschiedenen Ländern ansässig sind, fällt zwischen vielen Produktionsschritten außerdem häufig ein zusätzlicher Transport an.

Während den Unternehmen die Tier-1 und ggf. Tier-2-Lieferanten oftmals bekannt sind und dort ein direkter Geschäftskontakt besteht, ist die Kenntnis der tieferen Lieferkette jedoch häufig nicht gegeben. Dies stellt viele Textilunternehmen, einschließlich der S.OLIVER GROUP, vor Herausforderungen.



Engagement und Zielsetzung

Wir stellen uns dieser Herausforderung und haben in den letzten Jahren intensiv daran gearbeitet, unsere Lieferkette transparenter zu gestalten. Bereits im Jahr 2020 haben wir alle aktiven Tier-1-Lieferant:innen im Open Supply Hub veröffentlicht. Seit 2022 werden diese ebenfalls auf der Unternehmenswebseite kommuniziert, welche in 2023 um die Tier-2-Wet-Processing-Units ergänzt wurden. Die Liste steht auf der S.OLIVER GROUP Website zum Download bereit.

Darüber hinaus sind wir eine strategische Partnerschaft mit dem deutschen Tech-Unternehmen Retraced eingegangen. Retraced unterstützt uns dabei, unsere Lieferkette digital abzubilden. Dadurch soll die Transparenz der Lieferkette gewährleistet und eine Rückverfolgbarkeit der Produkte ermöglicht werden. Nachweise und Zertifikate, die die Herkunft der Materialien und die Produktion unter nachhaltigeren Standards belegen, sollen ebenfalls auf der Plattform dokumentiert werden. Ein weiterer wichtiger Bestandteil der Zusammenarbeit ist das Risikomanagement. Zudem werden Präventionsmaßnahmen dokumentiert.

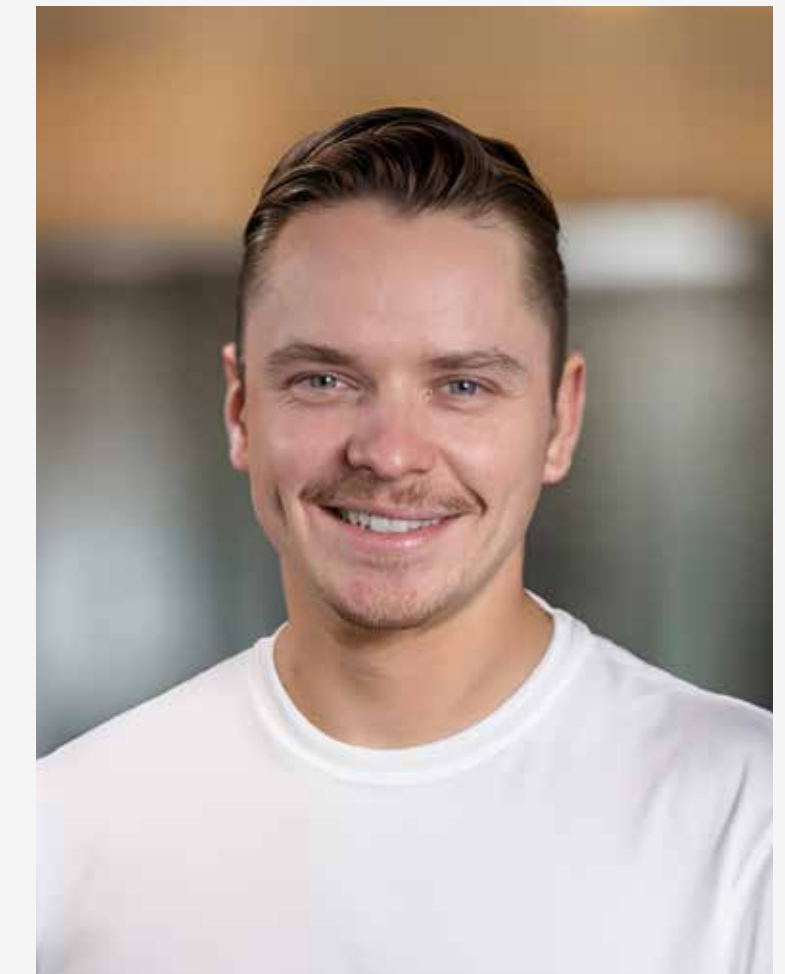
Wo stehen wir aktuell?

Das Onboarding unserer Tier-0 und Tier-1-Lieferanten sowie Lizenzpartner ist bereits erfolgreich abgeschlossen. Im Jahr 2024 werden wir auch unsere Tier-2-Lieferanten auf der Plattform integrieren. Aufgrund der Komplexität werden wir uns zunächst auf Stofflieferanten fokussieren.

Seit 2024 kommunizieren wir außerdem transparent erste Lieferketten für ausgewählte Styles über eine Integration von Retraced in unserem Onlineshop. Dadurch können unsere Kund:innen nachvollziehen, wo, von wem und unter welchen Material- und Sozialstandards die Styles gefertigt wurden.



“ Nur durch enge Kollaboration können die Herausforderungen der Modeindustrie gelöst werden. Wir sehen unsere Kunden als wertvolle Partner an, mit denen wir gemeinsam Lösungen entwickeln. Die S.OLIVER GROUP bringt langjährige Erfahrung in den Bereichen Social Compliance und Risiko Management mit, die uns besonders bei der Weiterentwicklung aller LkSG relevanten Funktionen unterstützt. Damit helfen wir der Branche langfristig bei den Herausforderungen der globalen Lieferkettengesetze und ebnen den Weg für eine nachhaltigere Modeindustrie.



Philipp Mayer,
Co-Founder Retraced

Erkenntnisse und Herausforderungen

Bei der Betrachtung von Lieferketten wird schnell deutlich, dass die Komplexität und die Anzahl an Lieferanten und Produzenten mit jeder Stufe der Lieferkette zunehmen. Zudem ist die Lieferkette flexibel: Die Strukturen und Lieferbeziehungen, insbesondere in der tieferen Lieferkette, können sich täglich ändern. Das Nachhalten dieser Veränderungen ist daher ein anspruchsvoller und zeitintensiver Prozess.

Einige der beteiligten Lieferanten äußern zudem Bedenken hinsichtlich der Offenlegung ihrer Lieferkette. Sie befürchten, dass dadurch ihr Geschäftsgeheimnis verletzt wird und sie im Wettbewerb Nachteile erleiden. Es ist daher von entscheidender Bedeutung, ein allgemeines Verständnis für die Wichtigkeit von Transparenz zu etablieren und Vertrauen herzustellen.

Wir setzen deshalb auf eine enge Zusammenarbeit und verfolgen das Ziel von langfristigen Partnerschaften. Es ist wichtig, dass alle Beteiligten Veränderungen offen gegenüberstehen und bereit sind, neue Prozesse zu testen. Denn Veränderung birgt neue Chancen.

Transparenz ist ein zentrales Thema in der S.OLIVER GROUP und wird von der Nachhaltigkeitsabteilung gesteuert. Allerdings ist Transparenz auch für andere Abteilungen von großer Bedeutung. Designer:innen sollten zum Beispiel bereits während der Produktentwicklung wissen, wo und von welchen Produzenten der Stoff hergestellt wird. Dafür müssen die Lieferantendaten zentral zugänglich und verfügbar sein.

Zudem verzeichnen wir ein wachsendes Interesse unserer Kundschaft sowie steigende Anforderungen unserer Handelspartner und des Gesetzgebers hinsichtlich der Offenlegung von Informationen. Wir begrüßen die Entwicklung zu einer nachhaltigeren Zukunft und die diesbezüglichen Bestrebungen des Gesetzgebers.

Ziel ist es, die transparente Kommunikation unserer Lieferketten für noch mehr Styles zu ermöglichen und diese mit unseren Kund:innen sowie Handelspartnern zu kommunizieren. Hierbei setzen wir auf eine enge Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten, die die Zertifikate selbstständig hochladen und sich mit ihrem Netzwerk vernetzen.

4. Verantwortung für Menschen

Als global agierendes Unternehmen beeinflussen wir Menschen auf der ganzen Welt. Für uns als Familienunternehmen ist die Übernahme von Verantwortung selbstverständlich, weshalb wir die Menschen entlang unserer Lieferkette dabei unterstützen, für ihre Rechte einzustehen.

Für uns gilt: Menschenrechte sind unverhandelbar!

Gemeinsam mit unseren Partnern, wie der Fair Wear Foundation (FWF), setzen wir uns für die Einhaltung von Menschenrechten sowie für die Verbesserung der Arbeitsbedingungen in der Textilindustrie ein.





Die Übernahme von gesellschaftlicher Verantwortung und das Handeln mit Blick auf nachfolgende Generationen sind seit der Gründung der S.OLIVER GROUP fest in unserer Unternehmensphilosophie verankert. Wir sind überzeugt, dass sich unternehmerischer Erfolg nicht negativ auf unsere Mitmenschen auswirken darf – weder an unseren eigenen Standorten noch in unseren Produktionsländern.

Um faire Arbeitsbedingungen zu erreichen, haben wir in den vergangenen Jahren ein Programm aufgesetzt, welches sich an deutschen und internationalen Vorgaben orientiert und wichtige Stakeholder einbezieht. Unser Ziel ist es nicht nur, rechtliche Anforderungen zu erfüllen, sondern auch, die Entwicklung zu einer verantwortungsvolleren Textilindustrie proaktiv anzustoßen und voranzutreiben. Denn wir sind davon überzeugt, dass jeder seinen Teil zu einer fairen Textilindustrie beitragen muss.

Solche grundlegenden Änderungen lassen sich nicht allein umsetzen. Deshalb legen wir großen Wert auf starke Partnerschaften. Seit 2022 unterstützt uns die Fair Wear Foundation dabei, Menschenrechte und Arbeitsbedingungen in der Lieferkette kontinuierlich zu verbessern. Auch die Zusammenarbeit mit weiteren Stakeholdern wie dem Bündnis für nachhaltige Textilien ist ein wichtiger Faktor, um die Verbesserungen der Arbeitsbedingungen an unseren Produktionsstandorten voranzutreiben.

Ein wesentlicher Bestandteil unseres Sozialprogramms ist dabei unser Verhaltenskodex (Code of Conduct), in dem wir unsere grundlegenden Anforderungen an die Einhaltung von Menschen- und Umweltrechten definieren. Ein wichtiges Instrument zur Überwachung unserer Sozialstandards ist unser Social Compliance Programm. Durch das Risikomanagementsystem können wir Risiken frühzeitig erkennen und minimieren. Um Risiken zu identifizieren und unsere gesetzten Standards und Richtlinien entlang der Lieferkette sicherzustellen, führen wir regelmäßig Audits in den Produktionseinheiten unserer Lieferanten durch. Zusätzlich haben die Menschen in unserer Lieferkette die Möglichkeit, Verstöße gegen unsere Standards anonym und vertraulich an uns zu melden. Bei einer Beschwerde nehmen wir diese auf und gehen ihr konsequent nach.

Wir sind uns der Tatsache bewusst, dass wir noch nicht perfekt sind und noch einigen Herausforderungen gegenüberstehen. Dennoch lassen wir uns nicht entmutigen und arbeiten kontinuierlich mit unseren Partnern und Wettbewerbern zusammen daran, einen Beitrag zu einer Textilindustrie mit fairen Arbeitsbedingungen zu leisten.

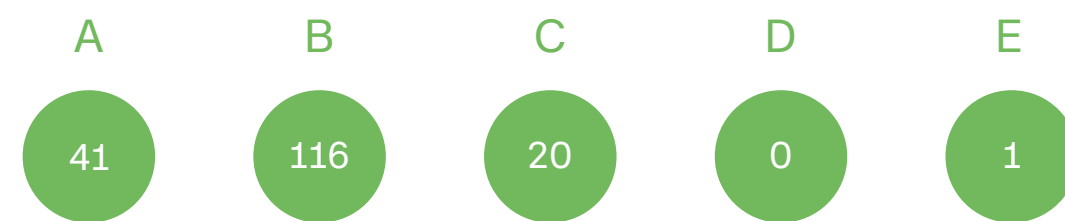
Engagement und Zielsetzung

Unser Social Compliance System

Zur Sicherstellung der Einhaltung der im Verhaltenskodex (Code of Conduct) festgelegten Standards und Richtlinien zum Schutz von Menschen- und Umweltrechten in unserer Lieferkette, führen wir regelmäßig Audits in den Produktionsbetrieben unserer Lieferanten durch. Dadurch identifizieren wir mögliche Risiken, dokumentieren diese und arbeiten gemeinsam mit den Lieferanten an einer Verbesserung und Behebung.

Die Durchführung der Auditierung umfasst das Eröffnungsgespräch mit Manager:innen des Produktionsbetriebs, die Prüfung von relevanten Dokumenten vor Ort sowie eine Standortbesichtigung und die Durchführung von Interviews mit Arbeiter:innen. Dabei werden ihnen Fragen über die Arbeitsbedingungen gestellt und überprüft, ob beispielsweise ausreichende Pausen und Ruhezeiten eingehalten werden. Im Anschluss werden die festgestellten Ergebnisse ausgewertet und mit dem Management des Produktionsbetriebs besprochen. Dadurch soll zu einer Verbesserung der sozialen und umweltrechtlichen Standards vor Ort beigetragen werden. Je nach Ergebnis des Audits erfolgt eine erneute Überprüfung des Produktionsbetriebs nach einem oder zwei Jahren. Unsere Teams stehen den Lieferanten aber auch in der Zeit zwischen den Audits weiterhin zur Verfügung, um sich vor Ort über Fortschritte und Entwicklungen zu informieren und bei Bedarf Unterstützung anzubieten.

2023 durchgeführte Audits: 178



- A: Keine oder wenige, geringfügige Beanstandungen (Audit 2 Jahre gültig).
- B: Geringfügige Beanstandungen (Audit 2 Jahre gültig).
- C: Mehrere Beanstandungen (Audit für 1 Jahr gültig).
- D: Mehrere Verstöße (Audit 1 Jahr gültig).
- E: Null-Toleranz-Kriterien (Kein Onboarding/Ende der Geschäftsbeziehung).



Weiterentwicklung unseres Ansatzes

Seit 2022 sind wir Mitglied der Fair Wear Foundation (FWF). Diese setzt sich seit vielen Jahren für die Verbesserung der Arbeitsbedingungen in textilen Lieferketten weltweit ein und ist eine der führenden europäischen Multi-Stakeholder-Initiativen. Gemeinsam mit der FWF arbeiten wir an unterschiedlichen Initiativen und Maßnahmen, mit dem übergeordneten Ziel, Menschenrechte in unserer Lieferkette zu stärken und Arbeitsbedingungen zu verbessern.

Beschwerdemechanismus

Als Mitglied der FWF haben wir auch den FWF-Beschwerdemechanismus in unserer Lieferkette implementiert. Über das erprobte und leicht zugängliche System haben Menschen in unserer Lieferkette die Möglichkeit, bei Missständen oder Problemen direkt mit der FWF und uns in Kontakt zu treten, um schnellstmöglich effektive Hilfe und Unterstützung zu erhalten. Dabei wird die Anonymität der meldenden Person und die Vertraulichkeit der übermittelnden Information gewährleistet.

Social Dialogue Trainings

Die Auditierung von Lieferanten ist in der Textilindustrie ein wichtiges Instrument, um Arbeitsbedingungen vor Ort zu überprüfen und Standards einzuhalten. Auch in der S.OLIVER GROUP setzen wir auf regelmäßige Audits. Zusätzlich haben wir im Jahr 2023 damit begonnen, unser Social-Dialogue-Programm aufzubauen. Die Idee dahinter ist, über Audits hinauszugehen und damit nicht nur reaktiv auf Probleme einzugehen, sondern deren Entstehung von vornherein zu vermeiden. Daher haben wir 2023 gemeinsam mit Fair Wear Trainings für Arbeiter:innen und Management bei 15 Lieferanten aus unserer Lieferkette durchgeführt. Die Trainings fördern das gegenseitige Verständnis und stärken Prozesse und Strukturen in den Fabriken.

Brand Performance Check

2023 wurde die S.OLIVER GROUP das erstmals im Rahmen des Brand Performance Checks der FWF bewertet. In der jährlichen Überprüfung untersucht die FWF die Arbeit ihrer Mitgliedsbrands zur Verbesserung von Arbeitsbedingungen und berichtet anschließend transparent und unabhängig über deren Fortschritte.

Im Rahmen des ersten Brand Performance Checks 2023 wurden wir von Fair Wear mit der Bewertung „Good“ eingestuft. Diese Bewertung vergibt die FWF an Marken, die ernsthafte Maßnahmen zur Verbesserung der Arbeitsbedingungen implementieren und entsprechende Managementsysteme und Richtlinien eingeführt haben, um diese Ziele zu erreichen. Das Ergebnis bestätigt, dass wir im Rahmen unserer Nachhaltigkeitsstrategie an den richtigen Themen arbeiten. Es motiviert uns, auch in den kommenden Jahren die nächsten wichtigen Schritte zu gehen.



Zum BPC Report:



Faire Richtlinien und Policies

Seit 2015 sind wir Mitglied im Bündnis für nachhaltige Textilien (Textilbündnis). In diesem Rahmen arbeiten wir gemeinsam mit anderen Marken in unterschiedlichen Fachgruppen an Themen wie Sozialstandards, nachhaltigerer Baumwollproduktion oder Transparenz in der Lieferkette. Im Jahr 2023 haben wir uns über das Textilbündnis auch an der sogenannten Learning and Implementation Community (LIC) des Common Framework for Responsible Purchasing Practices (CFRPP) beteiligt. Ziel der Arbeitsgruppe ist es, dass sich Marken mit ihren eigenen Beschaffungsstrategien und Einkaufspraktiken befassen und diese so weiterentwickeln, dass diese keine negativen Auswirkungen auf die Arbeitsbedingungen bei Lieferanten haben.

Im Rahmen unserer Teilnahme an der Arbeitsgruppe haben wir 2023 die erste Version einer Responsible Purchasing Policy für die S.OLIVER GROUP entwickelt und veröffentlicht. Damit setzen wir uns selbst Richtlinien für unsere eigenen Einkaufsentscheidungen. So soll beispielsweise verhindert werden, dass etwa kurzfristige Designänderungen an Produkten dazu führen, dass Arbeiter:innen Überstunden machen müssen, um gesteckte Produktionsziele zu erfüllen. Des Weiteren haben wir im Jahr 2023 eine Responsible Exit Policy entwickelt. Diese gibt klare Regelungen und Prozesse vor, die greifen, wenn wir als Unternehmen uns dazu entscheiden, die Zusammenarbeit mit einem Lieferanten zu beenden. Die Richtlinie soll dazu führen, dass Lieferanten rechtzeitig über solche Entscheidungen informiert werden und ausreichend Zeit haben, ihre Produktion anzupassen und neue Kund:innen zu gewinnen.



Sicherheit als Basis

Schon seit vielen Jahren sind wir Mitglied im International Accord on Health and Safety (ACCORD). Die Organisation setzt sich seit dem tragischen Einsturz der Rana-Plaza-Fabrik im Jahr 2013 für die Umsetzung von Brandschutz-, Elektro- und Gebäudesicherheitsstandards in der Bekleidungsindustrie in Bangladesch ein. Unsere Mitgliedschaft beinhaltet die regelmäßige Teilnahme an Schulungen und Fortbildungen in den Fabriken sowie die Durchführung von Inspektionen sicherheitsrelevanter Risiken. Zudem stellen wir eine Anlaufstelle für Arbeiter:innen mit Sicherheitsbedenken bereit. Im Jahr 2023 hat sich der Accord insgesamt neu aufgestellt: Im Januar 2023 wurden die Tätigkeiten der Organisation erstmalig auf Fabriken außerhalb von Bangladesch ausgeweitet, indem mit Pakistan ein zweites Land in den Zuständigkeitsbereich aufgenommen wurde.



Ausbildung von jungen Erwachsenen

Seit mehr als zehn Jahren setzt die S.OLIVER GROUP gemeinsam mit der Kinderrechtsorganisation Save the Children Kinderschutz- und Bildungsprojekte in Bangladesch um. Im Frühjahr 2023 endete das vorerst letzte gemeinsame Projekt, das „Young Workers Development Programme“. Im Rahmen des Projekts erhielten 45 junge Erwachsene nach ihrer Schulausbildung die Möglichkeit, durch ein sechsmonatiges Training in den Bereichen Nähen und Siebdruck sowie einer anschließenden dreimonatigen Praxisphase Erfahrungen in der Textilindustrie zu sammeln. Ziel war es, die Nachwuchskräfte bestmöglich auf den Berufsalltag vorzubereiten und ihnen somit einen leichteren Berufseinstieg sowie bessere Verdienstmöglichkeiten zu ermöglichen.



Unterstützung von Frauen und Mädchen

Die Marke comma setzt sich besonders für die Stärkung von Mädchen und Frauen ein. In Zusammenarbeit mit der Initiative Cotton made in Africa (CmiA) wurden zwei Projekte in Tansania und Benin umgesetzt: In Tansania baute die Initiative einen Mädchenschlafsaal in Schulnähe. Hier finden junge Frauen Schutz, um ihre oft langen und gefährlichen Schulwege nicht im Dunkeln antreten zu müssen. Der Schlafsaal wurde Mitte 2023 in Betrieb genommen und kann dann bis zu 60 Mädchen im Alter von 13 bis 18 Jahren beherbergen.

In Benin werden Frauen dabei unterstützt, ihr Einkommen zu verbessern: Durch die Verarbeitung und den Verkauf von Sheabutter können die Frauen beispielsweise Schulgeld, Uniformen und Bücher für ihre Kinder bezahlen und ihnen so den Zugang zu besserer Bildung ermöglichen.



Erkenntnisse und Herausforderungen

Komplexität von Lieferketten

Die Erkenntnis, dass globale Lieferketten groß und komplex sind und die Arbeit in der Textilindustrie auch im Jahr 2023 viel manuelle Arbeitskraft erfordert, ist nicht neu, zeigt sich jedoch immer wieder in unserer täglichen Arbeit. Für die Stärkung der Menschenrechte bedeutet dies in erster Linie, dass wir wissen müssen, wo unsere Produkte produziert werden, wo Materialien herkommen und wo Baumwolle angebaut wird. Kurzum: Wir brauchen eine Lieferkettentransparenz. Denn nur wenn wir wissen, wo die Probleme liegen, können wir sie angehen. Daran arbeiten wir intensiv mit unserem Partner Retraced.

Volatilität der Lieferketten

Die Herausforderungen und Krisen, mit denen wir uns jedes Jahr konfrontiert sehen, sind vielfältig. Dazu zählen die Erdbeben in der Türkei und Marokko aber auch die großen Proteste in Bangladesch. Diese Ereignisse betreffen in erster Linie die Menschen vor Ort. Als Unternehmen können wir uns dem nicht entziehen. Wir müssen daher auch in solchen Situationen schnelle und effektive Lösungen zu finden, die die Menschen vor Ort unterstützen. Dies bleibt eine Aufgabe, auch in den kommenden Jahren.

Politische Chancengleichheit

Unternehmen müssen Verantwortung für die gesellschaftlichen Herausforderungen unserer Zeit übernehmen. Das steht außer Frage. Allerdings müssen sie hierbei auch von der Politik unterstützt werden: durch klare Regelungen und Gesetze. Es kann nicht immer nur NGOs und Unternehmen überlassen werden, Verantwortung für Menschen und die Umwelt zu übernehmen, wie Beispiele aus Myanmar, Xinjiang und anderen Ländern zeigen. Daher hat sich die S.OLIVER GROUP im Jahr 2023 für eine ambitionierte europäische Lieferkettenrichtlinie (Corporate Sustainability Due Diligence Directive – CSDDD) ausgesprochen, die in der EU klare Richtlinien vorgibt.

Im Rahmen unserer Nachhaltigkeitsstrategie haben wir gemeinsam mit unseren strategischen Partnern ein klares Programm und konkrete Ziele definiert, um auch in Zukunft die Arbeitsbedingungen in unserer Lieferkette weiter zu stärken und die Einhaltung von Menschenrechten zu garantieren. Dazu gehören unter anderem:

Ein Pilotprojekt für existenzsichernde Löhne

Für die Jahre 2024/25 haben wir uns ein ehrgeiziges Ziel gesetzt: Gemeinsam mit unseren Partnern planen wir die Umsetzung eines Pilotprojekts zur Zahlung existenzsichernder Löhne in unserer Lieferkette. Auch heute schon achten wir streng darauf, dass in unseren Produktionsbetrieben zumindest der lokale gesetzliche Mindestlohn gezahlt wird. Wir sind uns jedoch bewusst, dass dies häufig nicht ausreicht. Das Pilotprojekt dient dazu, erste praktische Erfahrungen in der Kalkulation, Umsetzung und Auszahlung sogenannter Living Wages zu sammeln.

Stärkung der Vereinigungsfreiheit

Streiks von Fahrdienstleiter:innen oder Flugbegleiter:innen: In Deutschland erleben wir immer wieder, wie wichtig die Versammlungs- und Vereinigungsfreiheit (Freedom of Association) ist. Wenn viele Menschen gemeinsam mit einer Stimme sprechen, kann auch viel erreicht werden. Daher wollen wir auch in unserer Lieferkette noch mehr unternehmen, um dieses Recht zu stärken: Durch Trainings, Aufklärung und Vermittlung.

Förderung von Frauen

Weltweit sind Frauen ein elementarer Bestandteil einer funktionierenden Textilindustrie. Dennoch gibt es auch heute noch zahlreiche Hürden, Herausforderungen und Ungerechtigkeiten, die Frauen gegenüber ihren männlichen Kollegen benachteiligen. Wir haben uns zum Ziel gesetzt, daran zu arbeiten, Frauen in unserer Lieferkette stärker zu unterstützen. Dazu werden wir Gender-Trainings durchführen, eine gezieltere Analyse der Risiken für Frauen vornehmen und Best Practices fördern.



Special Olympics Deutschland e.V.

Seit den ersten Nationalen Spielen 1998 in Stuttgart ist die Marke s.Oliver Unterstützer der Special Olympics Bewegung in Deutschland. Der Special Olympics Deutschland e.V. ist die Sportorganisation für Menschen mit geistiger und mehrfacher Beeinträchtigung und steht für Inklusion und Freude am Sport. Auch bei den Special Olympics National Games 2024 in Thüringen werden wieder Mitarbeitende vor Ort eingesetzt, um als Corporate Volunteers Teil der Bewegung zu werden.

Unterkunft für ukrainische Geflüchtete

Aufgrund des Ukraine-Krieges stellte die S.OLIVER GROUP im Headquarter in enger Zusammenarbeit mit dem Landratsamt eine Unterkunft für Geflüchtete aus der Ukraine bereit. Zahlreiche Mitarbeitende beteiligten sich tatkräftig beim Ausräumen, Einrichten und der Erstversorgung der Menschen. Im zweiten Schritt wurde eine Betreuungsmöglichkeit für die ukrainischen Kinder geschaffen, für die das Unternehmen eine ukrainische Erzieherin anstellte.

Unsere Mitarbeitenden setzen sich ein.

Die Mitarbeitenden-Initiative „You are welcome“ zeigt unsere Solidarität gegenüber hilfsbedürftigen Menschen in der Region unseres Firmensitzes. Dafür stellt unsere Geschäftsführung ein Wertbudget zur Verfügung, das von der Initiative eigenverantwortlich verwaltet und für gute Zwecke eingesetzt wird. So haben wir beispielsweise im Rahmen der Corona-Pandemie im Jahr 2020 den Maltesern in Würzburg 10.000 Kleidungsstücke gespendet, die dort nach Bedarf verteilt werden. Auch den Bahnhofsmissionen stellten wir im Rahmen der Aktion „Wärme spenden“ im Herbst 2020 zahlreiche Jacken zur Verfügung. Im Jahr 2021 wurden mehr als 5.000 Kleidungsstücke an das Bayerische Rote Kreuz (Kreisverband Würzburg) gespendet, welches die Bekleidung an Geflüchtete in Bosnien weitergab. Im Jahr 2022 beteiligte sich die S.OLIVER GROUP durch die Bereitstellung von Kleidung an mehreren Spendenaktionen für geflüchtete Menschen aus der Ukraine sowie Menschen in der Ukraine. Im Jahr 2023 gingen Spenden unter anderem an die Organisation Liebe im Karton und den Kreisverband des Bayerischen Roten Kreuzes in Schweinfurt, der eine Kleiderausgabe in der ANKER-Einrichtung betreibt.

Bernd Freier Fonds

Schwere Schicksalsschläge können jeden treffen. Unser Firmengründer und Inhaber hat deshalb den „Bernd Freier Fonds“ eingerichtet, der Mitarbeitenden und deren Angehörige in schwierigen Lebenssituationen finanzielle Unterstützung bietet. Der Fonds steht allen unverschuldet in Not geratenen Mitarbeitenden offen.



Unsere Beschäftigten sind die Grundlage unseres Unternehmenserfolgs. Mit viel Leidenschaft, hohem persönlichen Einsatz und Verantwortungsbewusstsein, neuen Ideen und Hands-on-Mentalität wachsen sie jeden Tag aufs Neue über sich hinaus und gestalten ihre und unsere Zukunft.

Die drei Werte Verantwortung, Stärke und Vertrauen bilden die Grundlage für unsere Zusammenarbeit als Team und für eine Arbeitskultur, in der sich alle wohlfühlen und ihr Potenzial voll entfalten können. Die Erfolgsgeschichte der S.OLIVER GROUP und das, was wir heute und morgen tun, bieten uns die Möglichkeit, berufliche und persönliche Zukunft zu fördern und zu gestalten.

Als Mitarbeiter:innen der S.OLIVER GROUP verfügen wir über eine ausgeprägte Innovationskraft, die wir mit unternehmerischem Denken, Mut und Verantwortungsbewusstsein verbinden. Diese Eigenschaften zeichnen uns aus und sind die Grundlage, um Herausforderungen erfolgreich zu meistern.

Wir sind inspiriert vom Unternehmergeist unseres Gründers Bernd Freier und blicken zuversichtlich in die Zukunft. Wir treffen Entscheidungen schnell und konsequent und gestalten unser Unternehmen sowie die Modebranche aktiv: mit Leidenschaft, Teamgeist, Expertise und Innovationsfreude. Dafür suchen wir neue Talente, die unsere Begeisterung für Mode teilen und den zukünftigen Erfolg der S.OLIVER GROUP mitgestalten möchten.

Unsere Mitarbeitendenangebote und Benefits

Die S.OLIVER GROUP bietet zahlreiche Vorteile für eine Karriere bei uns. Das Engagement und die Leidenschaft unserer Mitarbeitenden sind die Grundlage für unseren Erfolg. Wir unterstützen sie daher mit einer Reihe von Angeboten, um ihre persönliche und fachliche Weiterentwicklung zu fördern.

Individuelle Förderung und neue Lernkultur

Unsere Weiterbildungsangebote sind sowohl digital als Online-Training als auch klassisch als Schulung oder Workshop verfügbar. Wir unterstützen jede persönliche und fachliche Weiterentwicklung mit den passenden Angeboten.

Beruf und Privatleben

Eine ausgewogene Work-Life-Balance ist für uns ein wichtiger Faktor für unsere Mitarbeitenden. Daher bieten wir ihnen flexible Arbeitsmodelle, Mobile Work und weitere Angebote wie einen Betriebskindergarten oder ein Mitarbeitendenrestaurant.

Gesundheit, Sport und Wohlbefinden

Mit einem eigenen Gesundheits- und Fitnessstudio sowie unserem betrieblichen Gesundheitsmanagement investieren wir in die Gesundheit unserer Mitarbeitenden. Dazu gehören auch Sportkurse und ein Gesundheitspaket mit verschiedenen Vorsorgeleistungen.

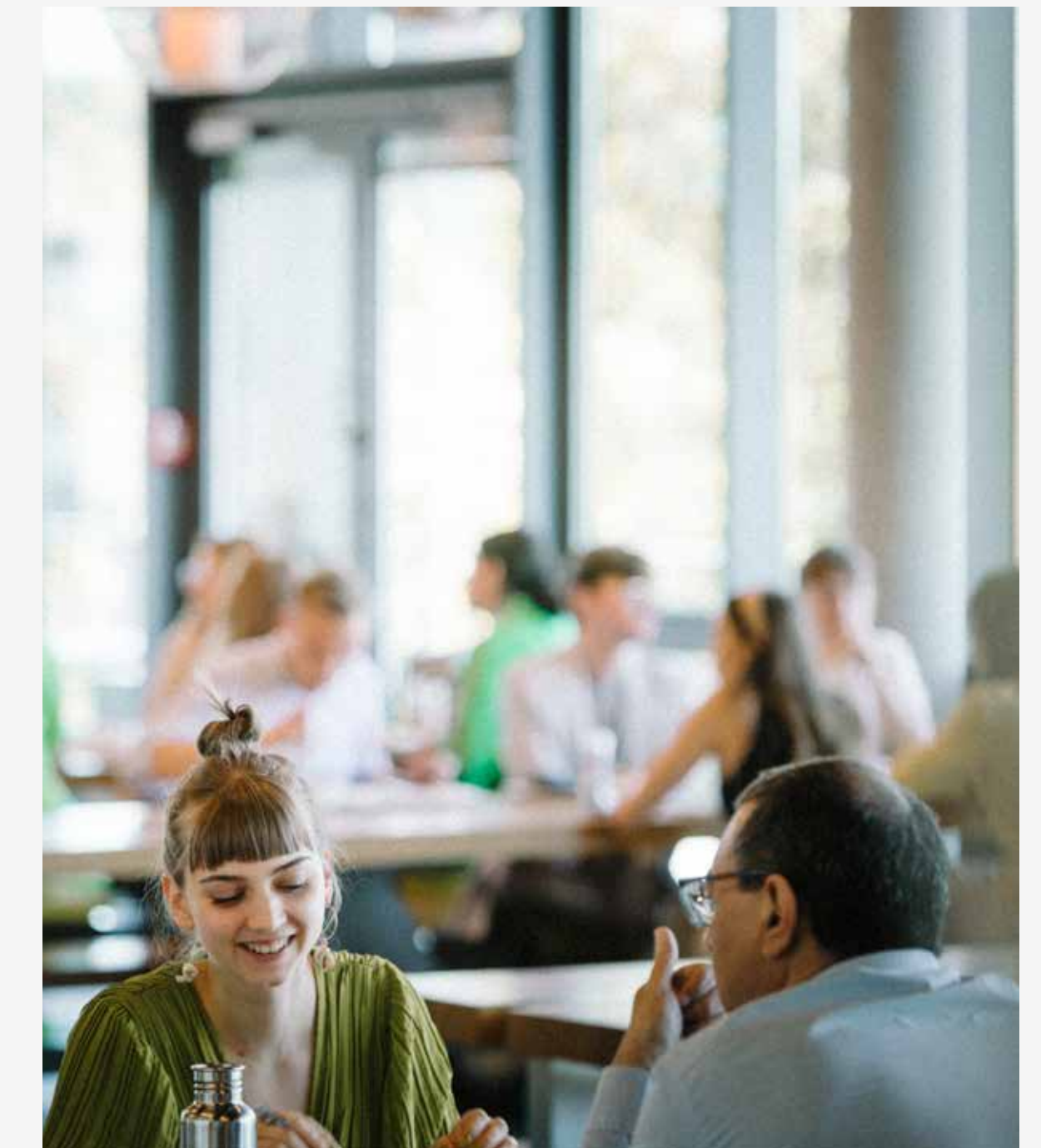


Finanzielle Vergünstigungen und Zusatzleistungen

Teamgeist und gemeinsame Werte sind für uns zwar wichtig, dennoch bieten wir attraktive Zusatzleistungen, um die Mitarbeitendenzufriedenheit zu erhöhen. Dazu gehören Rabatte, Zuschüsse zur betrieblichen Altersvorsorge oder Tech- und Bike-Leasing. Außerdem bezuschussen wir das Essen in unserem Restaurant und die Kosten für die Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel.

Moderne und inspirierende Arbeitsumgebung

Unsere Arbeitsplätze fördern Kommunikation und Austausch sowie konzentriertes Arbeiten. Gemeinsam mit unserem Betriebsrat sind wir bestrebt, ein optimales Arbeitsumfeld für jeden Mitarbeitenden zu erzeugen.



5. Verantwortung für unsere Umwelt

In der Textilindustrie werden zahlreiche Chemikalien und große Mengen Wasser eingesetzt. Als Unternehmen sehen wir uns in der Verantwortung, den gesamten Produktionsprozess zu betrachten und angemessene Vorgaben für unsere Lieferanten festzulegen. Unser Ziel ist es, mögliche negative Auswirkungen auf Mensch und Umwelt durch unsere Produktion und unsere Produkte zu verhindern. Durch innovative Verfahren wie beispielsweise bei der Veredelung von Denim können wir in ausgewählten Projekten die Umwelteinflüsse weiterhin systematisch reduzieren.



Wasser- und Chemikalienmanagement

Sichere Chemikalien ergeben sichere Produkte. Daher ist es uns wichtig, dass bereits die Auswahl der Chemikalien nach festgelegten Kriterien erfolgt. Teil unserer vertraglichen Vorgaben mit unseren Lieferanten ist die Einhaltung der ZDHC Manufacturing Restricted Substance List (MRSL) 3.1, die Grenzwerte für gefährliche Stoffe in Produktionschemikalien festlegt. Für die Verifizierung der eingesetzten Chemikalien sind unsere Lieferanten verpflichtet, eine Chemikalieninventarliste (Chemical Inventory List) zu führen, bzw. diese über ein Chemical Inventory Tool gegen die Anforderungen der ZDHC MRSL automatisch abzugleichen.

Darüber hinaus ist auch unsere Restricted Substances List (RSL) fester Vertragsbestandteil mit unseren Lieferanten. Die RSL legt dabei Schadstoffgrenzwerte für Materialien und Endprodukte fest. Als Mitglied der Apparel and Footwear International RSL Management (AFIRM) Arbeitsgruppe, orientiert sich unsere RSL an der AFIRM RSL und wird regelmäßig aktualisiert. Die vollständige RSL stellen wir [hier](#) transparent zum Download zur Verfügung.

In vielen Produktionsschritten fällt Abwasser an, zum Beispiel beim Färben oder Waschen. Darüber hinaus verlangen wir von unseren Lieferanten, regelmäßige Abwassertests durchzuführen, um sicherzustellen, dass keine schädlichen Abwässer in die Umwelt gelangen und sorgsam mit Abwasser umgegangen wird.

Eine sichere Industrie braucht Zusammenarbeit. Aus diesem Grund sind wir seit 2022 sogenannter „Friend of ZDHC“. Damit haben wir uns verpflichtet, die ZDHC MRSL in unserer Lieferkette zu implementieren, sowie das ZDHC Gateway (eine Online-Chemikaliendatenbank) zu nutzen, um unser Environmental Monitoring Programm zu entwickeln. Ziel ist es, gefährliche Chemikalien in unserer Lieferkette in einem systemischen und ganzheitlichen Ansatz auszuschließen.



Engagement und Zielsetzung

Von den Lieferanten, die Nassprozessstufen durchführen und bei denen wir im Jahr 2023 Bestellungen platziert haben, haben 85,8% das digitale MRSL Chemical Inventory Tool genutzt oder ZDHC-Abwassertests durchgeführt.

Erkenntnisse und Herausforderungen

Die Rückverfolgbarkeit von relevanten Betrieben stellt eine große Herausforderung dar, insbesondere bei Nassbetrieben, da hier das Wasser- und Chemikalienmanagement eine wichtige Rolle spielt. In einigen Fällen ist unser Lieferant die ausführende Partei, in anderen Fällen werden diese Prozessschritte jedoch in externen Betrieben durchgeführt. Transparenz und Rückverfolgbarkeit sind daher von entscheidender Bedeutung.

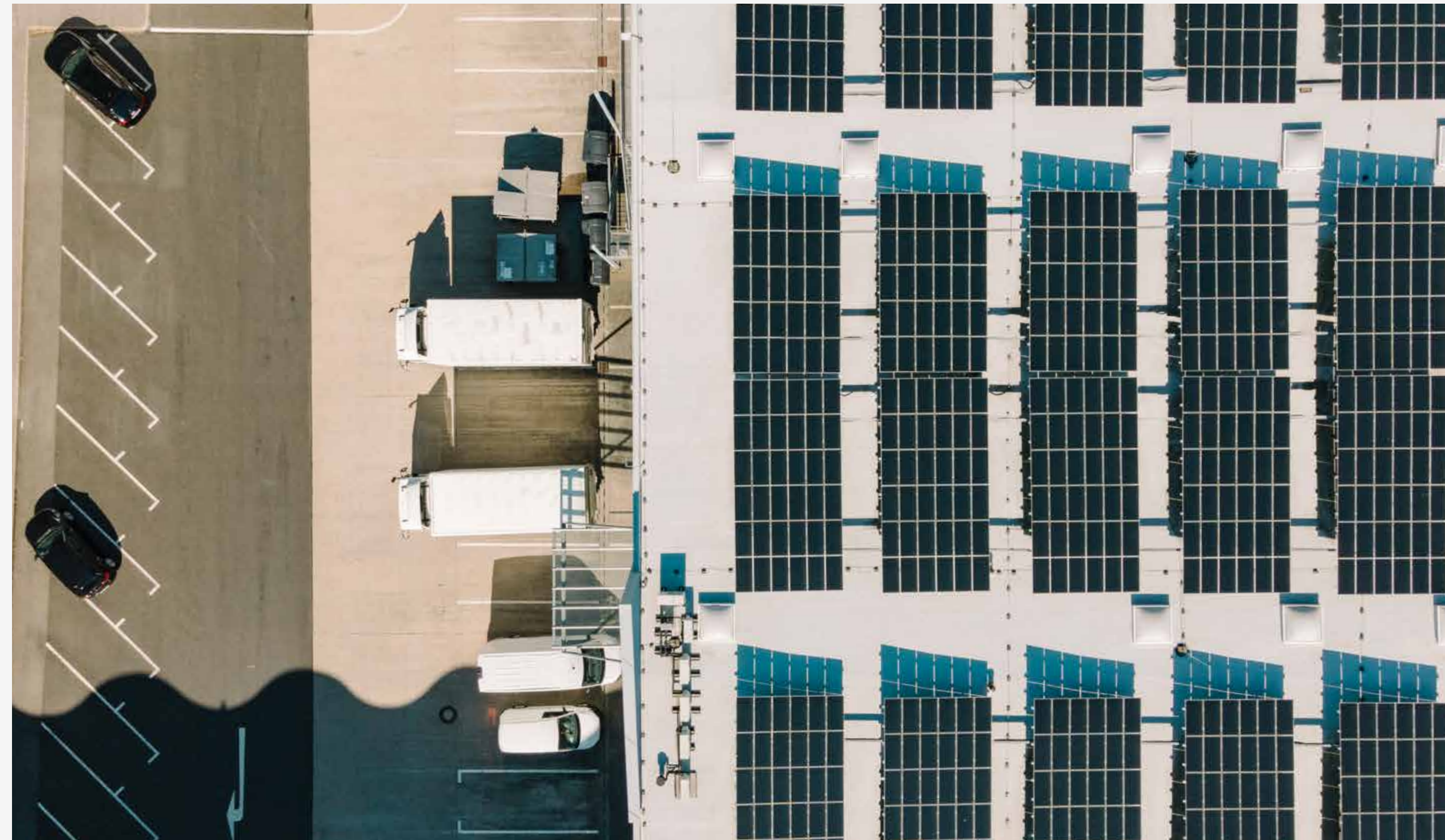
Für das Jahr 2024 haben wir unsere Key Performance Indikatoren (KPIs) im Hinblick auf das Wasser- und Chemikalienmanagement erweitert. Wir evaluieren das ZDHC Conformance Level unserer Lieferanten nun über den ZDHC Performance InCheck Report. Außerdem berichten unsere Lieferanten die Ergebnisse ihrer Abwassertests über den ZDHC ClearStream Report an uns. Diese Ergebnisse berichten wir wiederum als MRSL KPI.

Darüber hinaus etablieren wir derzeit Audits in unserer Lieferkette, mit denen wir das Qualitäts- und Chemikalienmanagement der Lieferanten hinsichtlich Chemikalien- und Produktsicherheit bewerten.

Klimaschutz

Wir sind uns der Bedeutung des Natur- und Umweltschutzes bewusst und haben uns daher konkrete Ziele gesetzt, um unseren ökologischen Fußabdruck zu verringern. Im Rahmen unseres Klimaprojektes haben wir uns 2022 dazu verpflichtet ein Near-Term- und Net-Zero-Klimaziel bei der Science-Based-Targets-Initiative (SBTI) einzureichen und wissenschaftlich fundierte Pläne zur Reduktion von Treibhausgasen festzulegen.

Gleichzeitig leisten wir bereits durch vielfältige Projekte an unseren Standorten einen Beitrag für den Klimaschutz. Dazu gehören beispielsweise die klimaneutrale Belieferung unserer Kantine, die Generierung erneuerbarer Energien durch Photovoltaik oder das Angebot einer E-Auto-Ladesäule für Mitarbeitende.

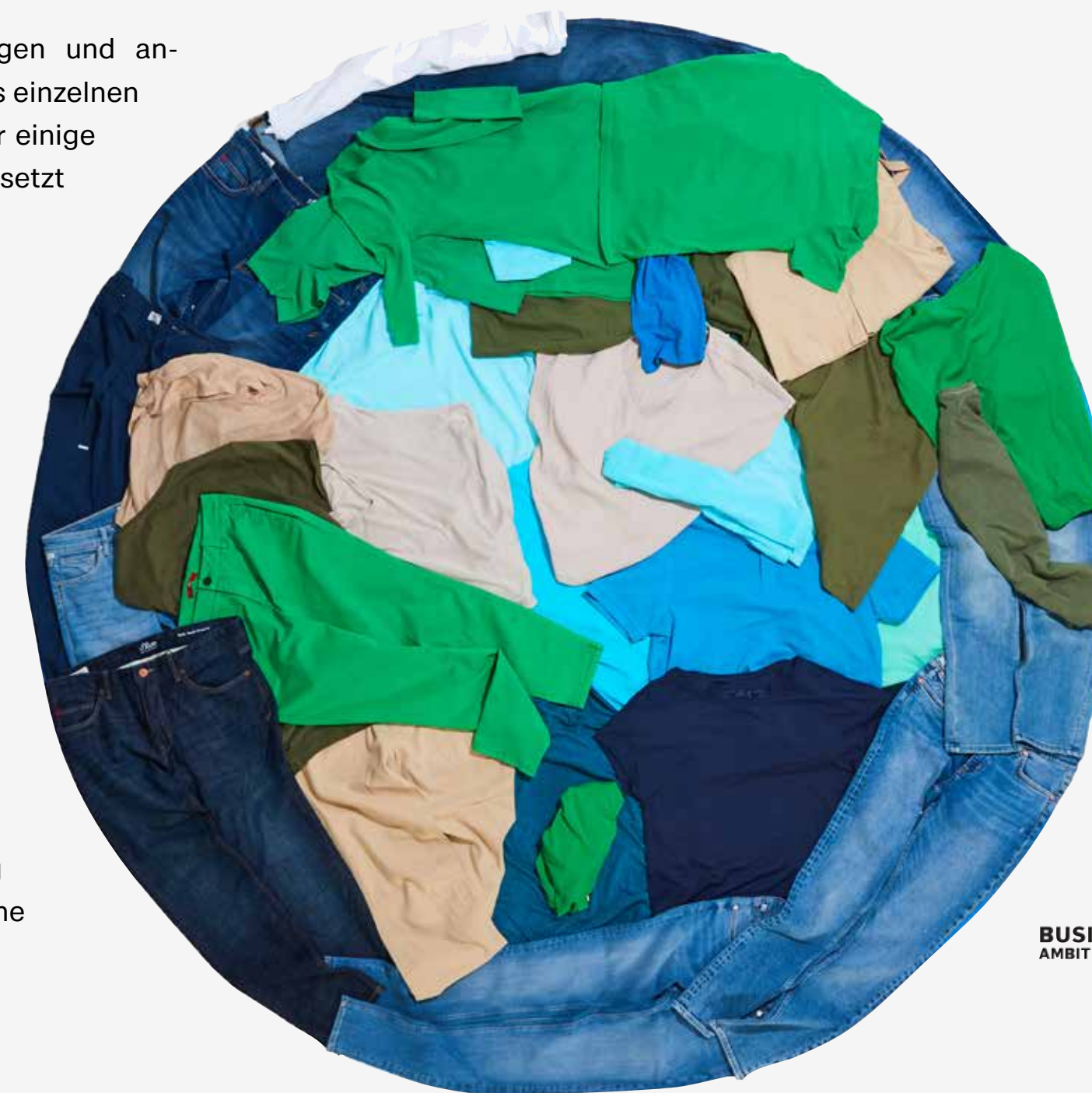


→ 5. Verantwortung für unsere Umwelt – Klimaschutz

Zur Messung und wissenschaftlich fundierten Reduzierung unserer Treibhausgasemissionen orientieren wir uns am Greenhouse Gas (GHG)-Protokoll in unserer Klimabilanzierung. Wir erfassen sowohl die Emissionen unserer direkten als auch indirekten Lieferkette, um eine holistische Übersicht der gesamten Impacts in unserer Wertschöpfungskette zu erreichen. Es ist jedoch nicht nur von Bedeutung, die Verteilung von Umwelteinflüssen zu kennen, sondern auch, konkrete Maßnahmen zu entwickeln, um systemisch die Emissionen zu reduzieren. Aus diesem Grund haben wir uns dazu verpflichtet, bis 2024 ein Klimareduktionsziel bei der SBTi einzureichen. Dies beinhaltet sowohl ein kurzfristiges Ziel (bis 10 Jahre) als auch das längerfristige Erreichen von Net-Zero-Emissionen (bis 2050). Im Dezember 2023 hat die Geschäftsführung diese Klimaambitionen befürwortet.

Unsere unternehmensübergreifende Klimastrategie stellt einen wichtigen und anspruchsvollen Meilenstein dar. Wir sind uns aber auch der Bedeutung jedes einzelnen Schritts in die richtige Richtung bewusst. Aus diesem Grund möchten wir einige Beispiele für Maßnahmen teilen, die wir in den letzten Jahren bereits umgesetzt haben, um unser Unternehmen klimafreundlicher zu machen.

- Im Bereich Energie produzieren wir durch unsere Photovoltaik-Anlage auf den Dächern von vier Gebäuden an unserem Unternehmenssitz in Rottendorf selbst. In zwei Gebäuden nutzen wir zudem Geothermie in Verbindung mit Wärmepumpen.
- Was die Mobilität betrifft, so stehen unseren Mitarbeitenden am Hauptsitz Elektro-Ladesäulen zur Verfügung, an denen das Elektroauto gegen eine Gebühr aufgeladen werden kann. Für sportlich aktive Mitarbeitende wird ein Bike-Leasing angeboten. Dies ermöglicht den vergünstigten Erwerb eines Fahrrads oder E-Bikes und damit einen nachhaltigeren Arbeitsweg.
- Auch beim Versand achten wir auf klimafreundliche Lösungen. So werden viele unserer eShop-Pakete von s.Oliver und comma klimaneutral versendet, indem die Emissionen durch Investitionen in Klimaschutzprojekte ausgeglichen werden. Die Anlieferung von Lebensmitteln von lokalen Anbietern für unsere Betriebskantine erfolgt ebenfalls klimaneutral, durch Investitionen in Ausgleichprojekte.



Engagement und Zielsetzung

Wir haben uns zum Ziel gesetzt, bis 2024 die Klimaziele Near-Term und Net-Zero abzugeben. Die Abstimmung der Klimaziele mit dem Management erfolgte Ende 2023. Die Reduktionsszenarien sind mit dem Pariser Klimaabkommen und der Erreichung einer 1,5 °C-Erwärmung gegenüber vorindustriellen Niveaus vereinbar. Unsere Reduktionsziele werden an einer 2021er-Basislinie gemessen.

Erkenntnisse und Herausforderungen

Klima wird für uns strategisches Fokusthema! Das bedeutet, dass wir das Thema mit Managementfokus und abteilungsübergreifend angehen werden in 2024. Dadurch können wir sicherstellen, dass die strategische Relevanz in der gesamten Organisation sichtbar ist und die Ziele umgesetzt werden.

Im Jahr 2024 werden wir erstmals Klimaschutz in unsere Lieferanten-KPIs aufnehmen. Damit können sie ihren Sustainability Score verbessern, indem sie erneuerbare Energien nutzen, Treibhausgasemissionen messen und reduzieren.

Verpackungen lassen sich nicht immer vermeiden, aber unser Ziel ist klar definiert: So viel wie nötig, so wenig wie möglich. Durch interne Aufklärungsarbeit und Kollaborationen arbeiten wir kontinuierlich daran die Verpackungsmenge zu reduzieren, auf nachhaltigere und zertifizierte Optionen umzusteigen und die Recyclingfähigkeit zu steigern.

Darüber hinaus entwerfen wir Prozesse ganzheitlich neu: Unsere Polybags sind zum Beispiel nicht nur aus 100% recyceltem LDPE, sondern werden in Teilen gesammelt und beim Erzeuger zu neuen recycelt. Verpackungsinnovation geht für uns über reine Materialien hinaus. Wir wissen, dass es genauso Prozess- und Geschäftsmodellinnovation braucht.

Im Jahr 2022 haben wir erstmals eine interne Verpackungsrichtlinie entwickelt, die Kolleg:innen in der gesamten Organisation dabei helfen soll nachhaltigere Entscheidungen zu treffen. Im Jahr 2023 wurde sie aktualisiert, da wir uns einer kontinuierlichen Weiterentwicklung verschrieben haben. Die erste und wichtigste Strategie ist das Vermeiden von Verpackung. Sollte sie aus Qualitäts- oder Logistikgründen oder zur Erklärung des Produktkonzepts notwendig sein, sollte sie aus möglichst nachhaltigen und auch zertifizierten Rohstoffen bestehen und technisch recycelfähig sein. Unsere Verpackungsstrategie lässt sich wie folgt zusammenfassen: AVOID & REDUCE, SOURCE (BETTER) und RECYCLE.

Darüber hinaus engagieren wir uns für ganzheitliche Kreislaufsysteme und -prozesse: Unsere Polybags sind aus 100% recyceltem LDPE und werden in Teilen nach der Benutzung an den Hersteller Mainetti zum vollständigen Recyceln gegeben. Für unsere Kleiderbügel haben wir eine interne Sortierung und Wiederverwendung ins Leben gerufen und führen Bügel, die wir nicht mehr verwenden können, dem Recycling zu.



Engagement und Zielsetzung

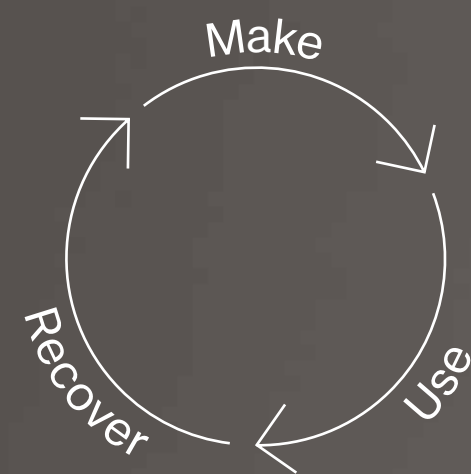
Über 90% unserer Verpackungsmaterialien im B2C-Bereich sind heute schon recyclingfähig, und über 80% stammen aus nachhaltigeren Quellen (u.a. FSC- und FSC-Mix-zertifiziertes Papier, Recyclingpapier, recycelte Kunststoffe). Wir arbeiten zusammen mit den internen Schnittstellen sowie unseren Lieferanten daran, diese Anteile noch weiter zu erhöhen, um v.a. bei der Recyclingfähigkeit den letzten Schritt zu gehen und eine Quote von annähernd 100% zu erreichen.

Erkenntnisse und Herausforderungen

„Warum ist da denn so viel Müll drin?“ Ja, wir sind uns bewusst, dass in einigen Fällen noch viel Verpackung bei uns vorkommt. Während wir konstant daran arbeiten, immer ressourceneffizienter zu werden, müssen wir doch den Elefanten im Raum ansprechen: Tatsache ist nämlich, dass Verpackung manchmal einfach notwendig ist. Wir möchten unsere Styles gerne ohne Polybeutel verschicken, allerdings sind Polybags aktuell noch ein wichtiger Bestandteil unserer Versandprozesse. Wir arbeiten jedoch daran, diese so nachhaltig wie möglich zu gestalten.

Ein weiteres Problem stellt die Verfügbarkeit von Daten dar. Die Erfassung jeder einzelnen Komponente, wie beispielsweise eines Hemdpins, einer Plastikkordel oder eines Aufklebers, ist mit einem höheren Aufwand verbunden als zunächst angenommen. Auch hier arbeiten wir an Mechanismen, um unsere Datenlage zu verbessern, denn Transparenz ist die Grundlage für positive Veränderungen.

6. Verantwortung für unsere Produkte



Von Anfang bis Ende nachhaltiger

Wir sind bestrebt, ein nachhaltigeres und kreislauffähigeres Produktsortiment zu entwickeln. Dabei ist es uns wichtig, den gesamten Lebenszyklus unserer Produkte zu berücksichtigen. Deshalb konzentrieren wir uns in unseren Bemühungen auf drei Kernbereiche:

MAKE, USE, RECOVER – vom nachhaltigeren Design bis zur Rückführung von Ressourcen.



Nachhaltigere Materialien

Unsere Produkte enthalten sowohl natürliche als auch synthetische Materialien und Fasern, darunter Baumwolle, Wolle und Polyester. Der Anbau oder die Gewinnung dieser Materialien kann jedoch negative Auswirkungen auf Menschen und Umwelt haben. Deshalb ist es wichtig, durch den Einsatz nachhaltigerer Alternativen die negativen Auswirkungen zu reduzieren.

Wir überprüfen regelmäßig die von uns verwendeten Materialien hinsichtlich ihrer sozialen, ökologischen und ökonomischen Risiken. Auf Basis dieser Analyse haben wir ein Rahmenkonzept für den Einsatz nachhaltigerer Materialien entwickelt, das für die S.OLIVER GROUP und ihre Marken gilt.



Baumwolle

Der Anbau von Baumwolle birgt einige Risiken, denn es werden Pestizide und Insektizide eingesetzt, die der Umwelt und den Menschen schaden. Auch die Biodiversität ist durch die intensive Landwirtschaft betroffen und die Arbeitsbedingungen für Bäuerinnen und Bauern sowie Erntehelfer:innen können mitunter prekär sein. Wir sind bestrebt, einen nachhaltigeren Anbau zu fördern. Daher beziehen wir zertifizierte Bio- und recycelte Baumwolle sowie Baumwolle aus den Initiativen Better Cotton und Cotton made in Africa. Mit unserem Projekt Empowering Farmers gehen wir außerdem noch einen Schritt weiter und unterstützen Bäuerinnen und Bauern beim Anbau und der Umstellung auf Bio-Baumwolle.



Zellulosefasern

Zu den Zellulosefasern gehören beispielsweise Viskose, Modal oder Lyocell. Sie werden aus nachwachsenden Rohstoffen hergestellt, insbesondere Holz. Allerdings verbergen sich auch hier Risiken in der Lieferkette. Beispielsweise im Ursprung der Zellulose, der Rodung von Bäumen und im Aufbereitungsprozess. Dieser Prozess ist besonders ressourcenintensiv und benötigt viele Chemikalien, Wasser und Energie. Wir setzen deswegen auf die nachhaltigeren Markenfasern aus dem Hause Lenzing und BIRLA CELLULOSE™.



Synthetische Fasern

Synthetische Fasern wie Polyester, Polyamid, Nylon und Elasthan basieren auf dem fossilen Rohstoff Erdöl, einer endlichen Ressource. An unseren synthetischen Fasern und Materialien macht Polyester den größten Anteil aus. Umwelt- und soziale Risiken bestehen insbesondere in der Förderung der Rohstoffe. Es ist daher von entscheidender Bedeutung, dass wir den Einsatz von neuem Polyester reduzieren. Deshalb setzen wir zunehmend auf recycelte Fasern, die beispielsweise aus Altkleidung oder Plastikflaschen gewonnen werden.



Tierische Materialien

Wir verwenden nur geringe Mengen an tierischen Fasern und Materialien. Dabei ist es uns wichtig, den Tierschutz zu beachten und mögliche Risiken zu minimieren. Die Tierschutzrichtlinie bildet die Grundlage unseres Handelns, die für alle unsere Lieferanten gilt. Sie beinhaltet die Einhaltung der fünf Freiheiten der Tierhaltung.

1. Freiheit von Hunger, Durst und Fehlernährung
2. Freiheit von Unbehagen
3. Freiheit von Schmerz, Verletzung und Krankheit
4. Freiheit von Angst und Leiden
5. Freiheit zum Ausleben normalen Verhaltens

Kritische Praktiken wie Stopfmast, Lebendrupf oder Mulesing – ein Verfahren bei der Schafen ohne Einsatz von Betäubungsmitteln Hautstreifen entfernt werden – sind durch unsere Tierschutzrichtlinie ausgeschlossen. Auch der Einsatz von Leder und weiteren Materialien, die von exotischen oder gefährdeten Tierarten stammen ist untersagt. Darüber hinaus dürfen Daunen sowie auch Leder nur als Nebenerzeugnis der Fleischproduktion genutzt werden.

Tierische Fasern und Materialien, für deren Herstellung das Tierwohl nicht sichergestellt werden kann, wurden aus unserem Produktportfolio ausgeschlossen. Dazu zählen Echtpelz, Mohair und Angora.

Darüber hinaus streben wir eine kontinuierliche Erhöhung des Anteils verantwortungsvoll bezogener tierischer Fasern und Materialien an. Unsere Schafs- und Alpakawolle stammt zunehmend aus verantwortungsvolleren Tierhaltungen. Für den Einsatz von Daunen und Federn konnten wir dieses Ziel bereits erreichen, da diese Materialien entweder recycelt sind oder aus verantwortungsvollerer Tierhaltung stammen. Im Jahr 2023 haben wir uns außerdem dafür entschieden, zukünftig kein konventionelles Kaschmir mehr einzusetzen. Auch unser Leder wollen wir aus nachhaltigeren Quellen beziehen und die Transparenz in der Lieferkette erhöhen.

Seit 2020 ist
LIEBESKIND BERLIN
Mitglied der Leather
Working Group
und setzt mittlerweile
ausschließlich Leder
von LWG-zertifizierten
Gerbereien ein.



Ausblick 2024

Wir arbeiten mit Nachdruck daran, den Anteil nachhaltigerer Materialien kontinuierlich zu erhöhen und unsere anspruchsvollen Ziele zu erreichen. Ein wichtiger Meilenstein ist die Zertifizierung der S.OLIVER GROUP und einiger ihrer Marken nach Textile Exchange Standards für Bio-Baumwolle, recycelte Materialien und verantwortungsvollere Tierwohlstandards.

Engagement und Zielsetzung

Bis zum Jahr 2028 streben wir eine nachhaltigere Materialbeschaffung von mindestens 70% in der S.OLIVER GROUP sowie ihren einzelnen Marken an. Dazu haben wir konkrete Ziele formuliert. Langfristig ist es unser Ziel, noch einen Schritt weiter zu gehen und 100% der von uns eingesetzten Materialien und Fasern aus verantwortungsvolleren Quellen zu beschaffen.

Bei der Erarbeitung unserer Materialziele ist es uns wichtig, genau da anzusetzen, wo wir die größte Wirkung entfalten. Deswegen liegt ein besonderer Fokus auf den Materialien, die wir am häufigsten einsetzen – nämlich Baumwolle, künstliche Zellulosefasern (Viskose, Lyocell, Modal) und Polyester. Des Weiteren haben wir auch Ziele für unsere tierischen Fasern und Materialien definiert, da sie aufgrund des Tierwohls eine besondere Relevanz für uns haben.

Unsere Ziele

2024

100% nachhaltigere Baumwolle
100% nachhaltigere Daunen

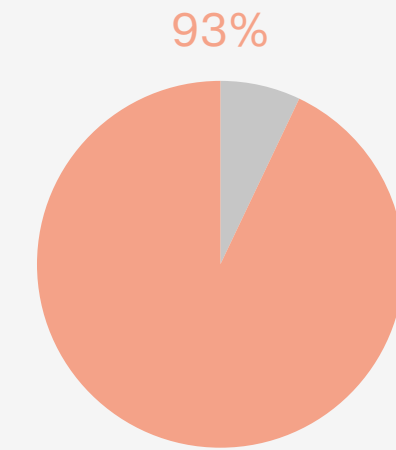
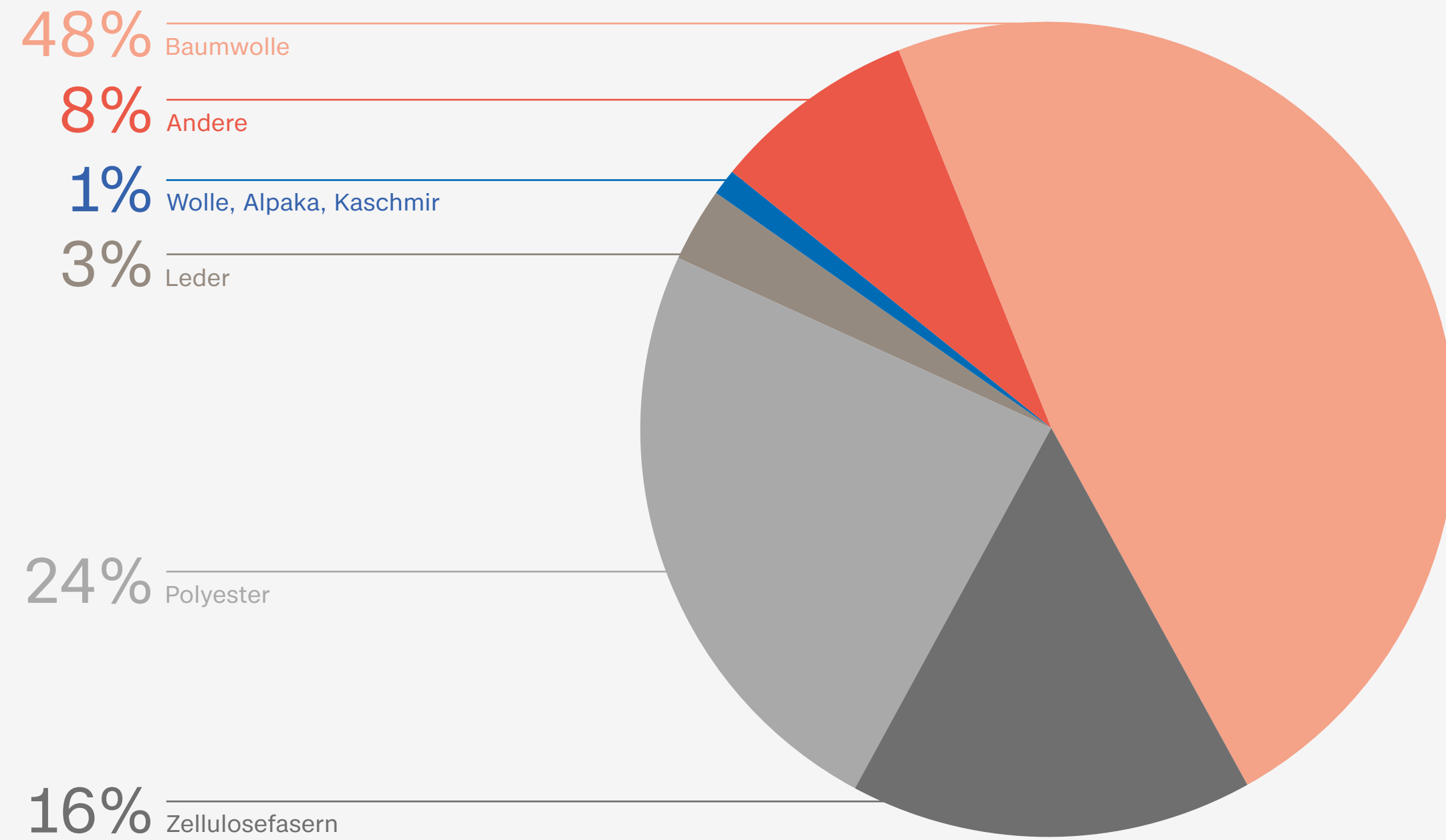
2025

60% nachhaltigere Zellulosefasern
100% nachhaltigeres Kaschmir
50% nachhaltigeres Alpaka
30% nachhaltigere Wolle

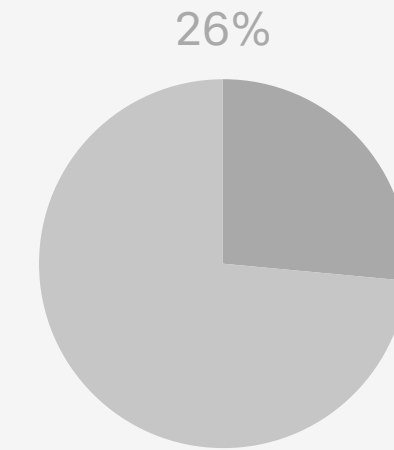
2028

100% nachhaltigeres Polyester

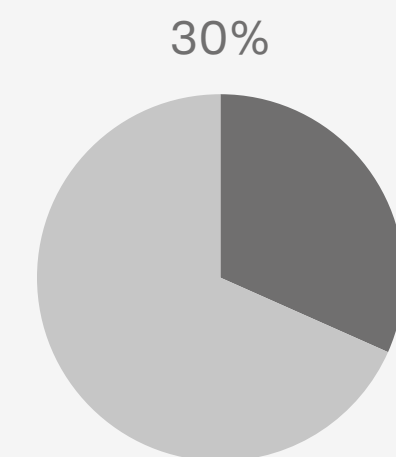
Materialeinsatz im Jahr 2023



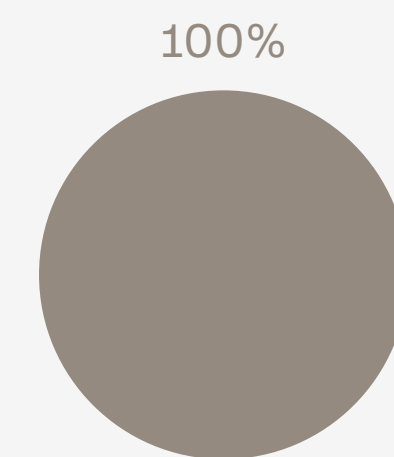
Baumwolle (nachhaltiger)
Mit einem Status von 93% nachhaltigerer Baumwolle sind wir auf einem guten Weg, unser Ziel zu erreichen. Das Empowering Farmers Projekt ist ein weiterer, wichtiger Schritt zur Förderung von Bio-Baumwolle und hin zu transparenten Lieferketten.



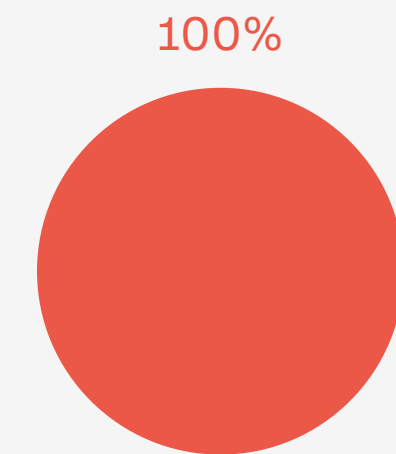
Polyester (nachhaltiger)



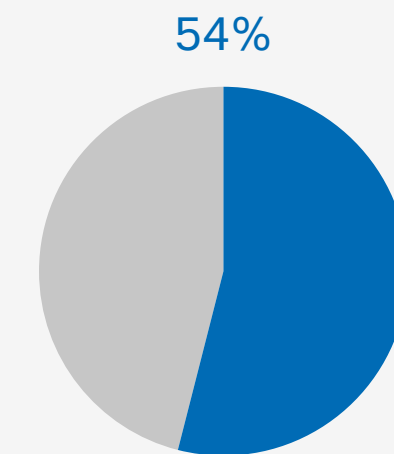
Zellulosefasern (nachhaltiger)



Leder (nachhaltiger)
LIEBESKIND BERLIN



Daunen (nachhaltiger)
Unsere Daunen sind entweder recycelt oder nach verantwortungsvolleren Tierwohlkriterien bezogen.



Kaschmir (nachhaltiger)
Ab 2025 werden wir kein konventionelles Kaschmir mehr einsetzen. Die hierfür erforderlichen Maßnahmen haben wir bereits im Jahr 2023 eingeleitet.

Erkenntnisse und Herausforderungen

Für die nachhaltige Transformation ist es erforderlich, eine klare Richtung und gemeinsame Ziele für die S.OLIVER GROUP zu definieren, hinter denen wir gemeinsam stehen und auf die wir gemeinsam hinarbeiten. Allerdings starten wir nicht alle von der gleichen Linie (Base-Line). Daher ist es wichtig, in der Erarbeitung der Ziele die jeweiligen Möglichkeiten der einzelnen Marken zu berücksichtigen und zusammen den geeigneten Weg und die Maßnahmen zur Zielerreichung zu identifizieren. Denn damit die Ziele ihre Wirkung entfalten, müssen sie umsetzbar sein.

Die Auswertung bezieht sich auf das Hauptmaterial (Shell Fabric) und berücksichtigt die Marken s.Oliver, Comma, QS und LIEBESKIND BERLIN.

Anmerkung:
- Auswertung nach bestellter Stückzahl
- Auswertung nach Durchschnittsgewicht pro Produktgruppe
- Zahlen wurden gerundet

Verantwortungsvollere Produkte

Ein nachhaltigeres Produkt beginnt bereits im Design, bei der Auswahl nachhaltigerer Materialien und verantwortungsvollerer Herstellungsverfahren.

Was genau ist ein verantwortungsvolleres Produkt?

Unsere Produkte erfüllen die von uns festgelegten ökologischen und sozialen Mindestanforderungen an Material und Herstellung. Dazu zählen Sozial- und Sicherheitsstandards ebenso wie das Chemikalienmanagement und das Tierwohl. Um als nachhaltiger gekennzeichnet zu werden, muss das Hauptmaterial eines Produkts zu mindestens 50% aus nachhaltigeren Fasern oder Materialien bestehen oder das Füllmaterial zu 100 % aus nachhaltigeren Quellen stammen.

Dieser Ansatz bildet die Grundlage für unser nachhaltigeres Produktsortiment. Darüber hinaus gehen wir auch innovative Wege. In unseren holistischen Produktkapseln kombinieren wir die Materialanforderungen beispielsweise mit innovativen Veredelungsmethoden. Auch an unsere Lieferkette stellen wir höchste Anforderungen. Die produzierenden Betriebe müssen in unserem Social Audit Ranking mindestens ein A oder B erreichen. Zudem sollen auch die Nassbetriebe für uns nachvollziehbar sein.

Good to know

Im Jahr 2023 haben wir uns dafür entschieden, zukünftig keine PFAS mehr in unseren Artikeln einzusetzen. Dies gilt für alle Artikel, die ab Herbst 2024 erscheinen.



2023 war jedes 2. Produkt nachhaltiger

Wir haben uns zum Ziel gesetzt, ein 100% nachhaltigeres und kreislauffähigeres Sortiment zu entwickeln. Mit dem Launch unserer ersten 360° Denim Kapsel im Frühjahr 2023 haben wir insbesondere mit Blick auf die Kreislauffähigkeit einen bedeutenden ersten Schritt gemacht. Die Kapsel ist zu einem festen Bestandteil unseres Sortiments geworden und wird weiter skaliert.

Beispiel: New Gen Fabric Dyeing

Ein Beispiel für einen holistischen Ansatz sind unsere New Gen Jacken aus dem Herbst 2023. Diese Jacken wurden unter Einsatz eines innovativen Färbeverfahrens in Kombination mit recycelten Materialien hergestellt. Dadurch konnten wir unsere ressourcenschonendere New Generation auf den Markt bringen. Der Stoff wurde in einem besonders effektiven Verfahren mit CO₂ eingefärbt, das unter Druck verflüssigt wird. Das dabei eingesetzte CO₂ wird im Prozess nahezu vollständig wiedergewonnen und weiterverwendet. Des Weiteren wurden für die Herstellung der Jacken zu 100 % recycelte Polyesterfasern verwendet, die sowohl als Oberstoff als auch als Futterstoff und Füllmaterial zum Einsatz kamen.

Beispiel: Empowering Farmers

Ein zusätzliches Beispiel für einen weiterführenden Ansatz ist unser Empowering Farmers Projekt. Hierbei beziehen wir verantwortungsvollere Baumwolle direkt aus einer Farmkooperative in Indien und setzen sie in unseren Artikeln ein. Im Jahr 2023 waren dies 130 Tonnen Baumwolle, die von fast 400 Farmerinnen und Farmern angebaut wurden. Es ist das erste Mal, dass wir so tief in unsere Lieferkette vorgedrungen sind. Dabei haben wir einiges gelernt.

„Für den Erfolg des Projekts ist eine direkte Partnerschaft mit unseren Lieferanten unerlässlich. Eine frühzeitige Kommunikation, interkulturelles Verständnis und die Bereitschaft aller Beteiligten, sich zu engagieren, sind die Grundlage dafür, dass wir uns überhaupt mit der Lieferkette befassen können.“ Zitat: Miriam Piechowiak, Project Consultant

Wir freuen uns auch im Jahr 2024 auf die Förderung neuer Projekte mit herausragenden Innovationen und auf die weitere Skalierung unserer Pilotprojekte.



In der Textilindustrie ist uns bewusst, dass wir uns auf den Weg machen müssen, zirkulärer zu werden. Aus diesem Grund arbeiten wir daran, unsere Produkte kreislauffähiger zu gestalten. Auf diese Weise tragen wir dazu bei, die Abfallmengen in der Textilindustrie zu reduzieren. Dies gilt sowohl für die Produktion als auch für zu schnelllebige Kollektionen oder Produkte mit unzureichender Qualität.

Im Jahr 2023 haben wir unsere erste kreislaufoptimierte Produktkapsel auf den Markt gebracht, die 360° Denim. Damit sind wir einen ersten Schritt in Richtung Kreislaufwirtschaft gegangen.

Wie lassen sich Produkte kreislauffähiger gestalten?

Um sicherzustellen, dass ein Artikel am Ende seines Lebenszyklus besser wiederverwendet werden kann, müssen bereits im Design bewusste Entscheidungen getroffen werden. Aus diesem Grund haben wir im Rahmen des 360° Denim Frameworks klare Anforderungen und Richtlinien formuliert und zudem einen Circularity Guide erstellt.

Recyceltes Material

Durch den Einsatz eines möglichst hohen Anteils an recycelten Fasern kann der Verbrauch neuer Ressourcen reduziert werden. Bei unseren 360° Denims besteht das Hauptmaterial zu mindestens 20% aus zertifizierter recycelter Baumwolle, die aus alten Textilien gewonnen wurde. Die übrige Baumwolle wird gemäß unseren weiteren nachhaltigeren Baumwollstandards bezogen.

Monomaterial

Die Verwendung nachhaltigerer Materialien ist die Grundlage für ein zirkuläres Produkt. Aber damit noch nicht genug. Um die Recyclingfähigkeit zu erhöhen, sollten Mischfasern vermieden werden. Das gilt nicht nur für den Stoff, sondern auch für den Einsatz von Fremdkörpern wie zum Beispiel Metallnieten. Denn Fremdkörper stellen oftmals ein Problem beim Recycling dar, auch, weil sie aufwendig entfernt werden müssen. Daher reduzieren wir sie so weit wie möglich in unseren 360° Produkten und konzentrieren uns auf die rein funktional notwendigen. Bei den 360° Denims haben wir uns entschieden Nieten durch Stickereien zu ersetzen. Als nächster Schritt werden die Buttons an den Denimhosen am Produktlebensende selbst abschraubbar sein und Patches aus dem gleichen Material wie der Oberstoff entwickelt, was ebenfalls zu einer besseren Recyclingfähigkeit führt.

Innovative Veredelung

Selbstverständlich haben wir auch diese Prozessstufe im Blick. Durch den Einsatz von Laser, Ozon sowie Nano-Bubble-Technologie können wir im Vergleich zu konventionellen Veredelungsmethoden in dieser Prozessstufe Ressourcen einsparen und dennoch tolle Designs kreieren.

Kreislauffähigkeit ist ein relativ neuer Ansatz, weshalb noch viel zu lernen ist. Aus diesem Grund haben wir von 2022 bis 2023 am Projekt „Kreislauffähige Produktklone“ teilgenommen, das vom Bündnis für nachhaltige Textilien initiiert wurde. Das Ziel bestand darin, nachhaltige und kreislauffähige Produktupdates zu entwickeln, konventionelle lineare Designs mit alternativen Ansätzen zu konfrontieren und innovative Lösungen für zirkuläre Produkte zu entwickeln. In Zusammenarbeit mit dem Forschungsinstitut für Textil und Bekleidung der Hochschule Niederrhein wurde ein Artikel unserer Marke QS einer detaillierten Untersuchung unterzogen, wobei wichtige Ergebnisse und Impulse gewonnen wurden, mit welchen Stellschrauben und Maßnahmen die Kreislauffähigkeit verbessert werden kann.

Unsere 360° Circular Vision

s.Oliver
FASHION FOR LIFE



Um den Kreislaufgedanken in der Produktentwicklung sichtbar und greifbar zu machen, haben wir 2023 einen Circularity Guide gelauncht und unseren Sustainability Input Hub dem Thema gewidmet.

Für uns ist es eine erfreuliche Entwicklung, dass das Konzept nicht nur ein wiederkehrender Bestandteil unserer Denim-Kollektionen ist, sondern zukünftig auch auf andere Produktgruppen übertragen wird.

Unsere Produkte sollen über einen langen Zeitraum hinweg genutzt werden können. Wir übernehmen Verantwortung für die Nutzungsdauer und streben danach, die Lebensdauer unserer Produkte zu verlängern.





Die Qualität des Produkts ist der entscheidende Faktor für eine lange Nutzungsdauer. Aus diesem Grund legen wir größten Wert auf die Qualität und Langlebigkeit unserer Produkte. Um dies zu gewährleisten, führen wir während der Entwicklung kontinuierliche Kontrollen durch und prüfen regelmäßig vor Auslieferung die Farbechtheit, Passform, Verarbeitung und weitere Qualitätsmerkmale.

Nach dem Kauf ist die richtige Pflege das A und O. Wir möchten unsere Kund:innen daher über die richtige und nachhaltige Pflege von Kleidungsstücken informieren. So können Ressourcen geschont und die Lebensdauer der Kleidung verlängert werden.





Die Pflegeetiketten, auch Carelabels genannt, enthalten auf jedem Kleidungsstück Hinweise zur richtigen Pflege des Produkts. Da diese nicht für jedermann leicht verständlich sind, haben wir 2023 einen Pflege-Guide auf unserer Website veröffentlicht.






Waschen

-  Nicht waschen.
-  Handwaschprogramm in der Maschine wird empfohlen. Wassertemperatur max. 40°C.
-  Normalwaschgang. Die Zahl gibt die maximale Wascht Temperatur an: hier beispielhaft 60°C.
-  Schonwaschgang (milde Behandlung mit geringerer Wäschemenge in der Trommel und reduzierter Schleuderzahl). Die Zahl gibt die maximale Wascht Temperatur an: hier beispielhaft 40°C.

Trocknen

-  Trocknen auf der Wäscheleine.
-  Trocknen auf der Wäscheleine aus dem tropfnassen Zustand.
-  Liegend trocknen.
-  Liegend trocknen aus dem tropfnassen Zustand.

Bügeln

-  Nicht bügeln, das Kleidungsstück könnte dabei beschädigt werden.
-  Bügeln bei niedriger Hitze von maximal 110°C ohne Dampf.
-  Bügeln bei mäßiger Hitze von maximal 150°C ohne schweren Druck, Dampf kann verwendet werden.

In Zukunft planen wir, unsere Pflege-Angebote weiter auszubauen. Dabei ist es uns wichtig, dass diese leicht verständlich und für alle zugänglich sind.

Die Textilbranche ist leider dafür bekannt, entlang ihrer Wertschöpfungskette große Abfallmengen zu produzieren und damit die Umwelt zu belasten. Aber nicht nur in der Wertschöpfungskette, sondern auch in den Büros und Verkaufsstandorten fallen Abfälle an.

Hier sehen wir uns in der Verantwortung, Ressourcen zu reduzieren und zurückzuführen.

Unser Ansatz berücksichtigt dabei mehrere Dimensionen. Dazu gehören die Vermeidung und das Recycling von Abfällen, der Einsatz recycelter Materialien sowie Rücknahmemöglichkeiten.

Abfälle vermeiden und recyceln

Grundsätzlich gilt: Bevor wir Abfälle überhaupt zulassen, geht es für uns im Sinne der Ressourceneffizienz an erster Stelle darum, Abfälle zu vermeiden und diese so weit wie möglich zu verringern. So nutzen wir für unsere Kollektionen beispielsweise auch Leftovers, also übriggebliebene Stoffe.

Dort, wo noch Abfälle anfallen, ist es unser Ziel, funktionierende Trennungs- und Verwertungssysteme bereitzustellen und zu nutzen. Dies betrifft beispielsweise Verpackungsabfälle aus den Logistikstandorten, wie Kartonagen und Folien. Dazu gehört auch die tägliche Entsorgung unserer Büroabfälle, die in zentralen Sortieranlagen gesammelt werden.

Recycelte Materialien

Ein wesentlicher Aspekt auf dem Weg in Richtung Kreislaufwirtschaft ist die Herstellung recyclingfähiger Produkte von vornherein. Dies gilt neben Textilien auch für Verpackungen. Unsere Versandverpackungen sind bereits in großen Teilen recyclingfähig. Weitere Informationen stehen im Bereich Verpackung zur Verfügung.

Rücknahmeoptionen

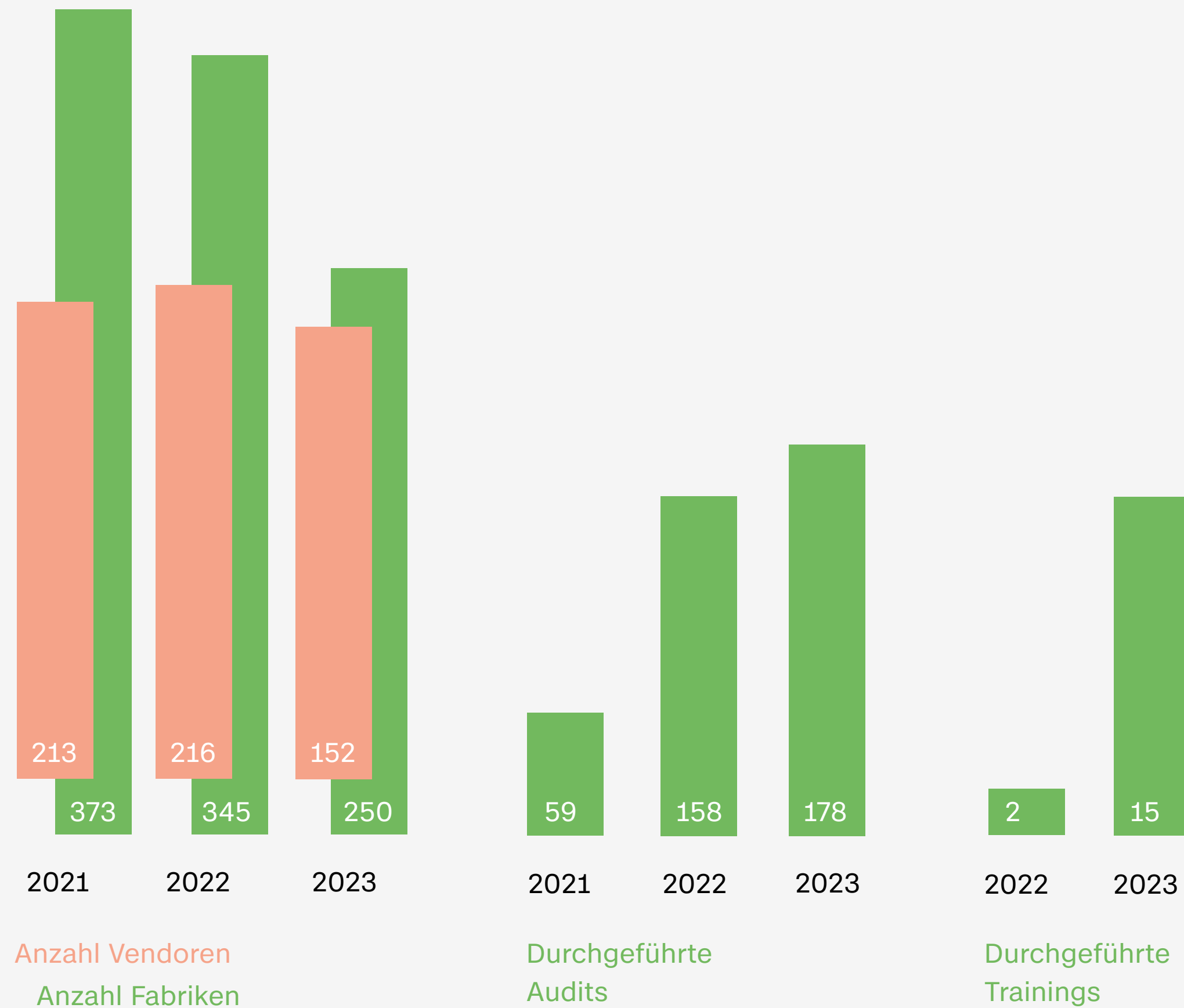
Im Jahr 2023 haben wir erstmals ein Rücknahmeprogramm für alte s.Oliver Kleidung getestet. Ziel ist es, langfristig Abfall zu vermeiden und potenziell Produkte wiederzuverkaufen oder zu recyceln. Derzeit werten wir die Ergebnisse des Pilotprogramms aus, um die nächsten Schritte abzuleiten.



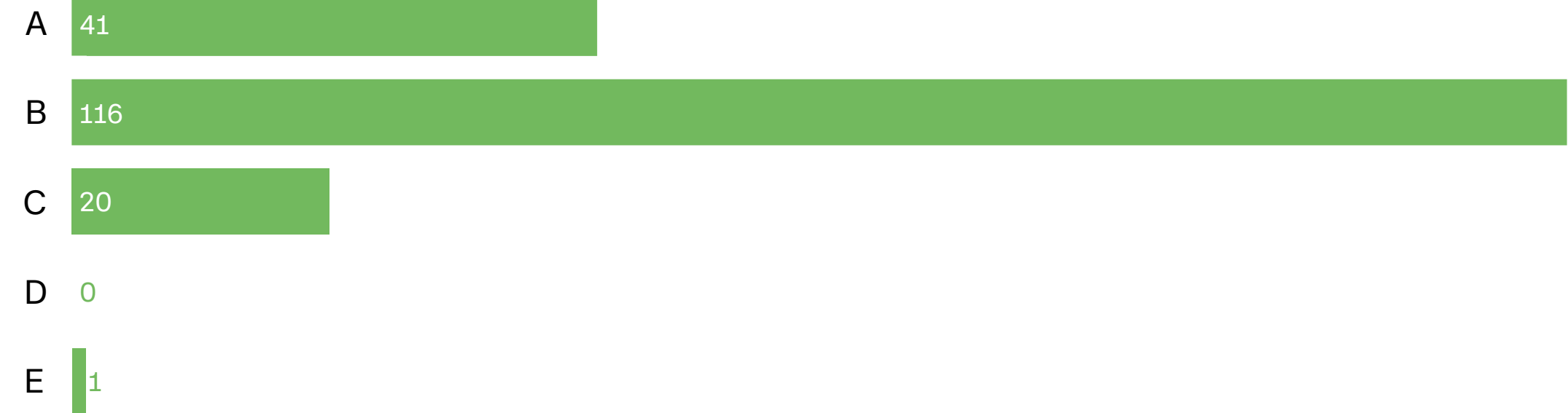
Wir wollen noch mehr lernen und freuen uns darauf, unser Rücknahmeprogramm im Jahr 2024 in einem größeren Pilotprojekt fortzusetzen.

7. Daten und Fakten

The background features a dark teal color with several white, glowing, geometric shapes. These include a large, curved shape at the top right, and three elongated, parallel white lines that appear to be part of a larger, partially visible structure. The overall aesthetic is modern and minimalist.



Audit Ergebnisse 2023



Beschwerden, die über den Beschwerdemechanismus der Fair Wear Foundation eingegangen sind

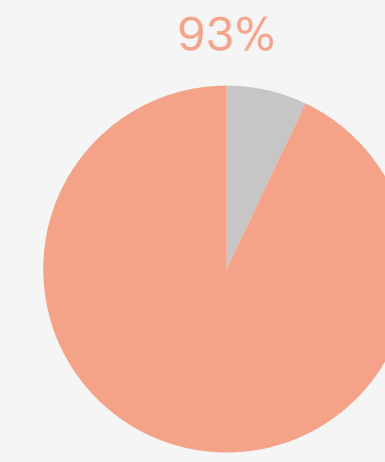
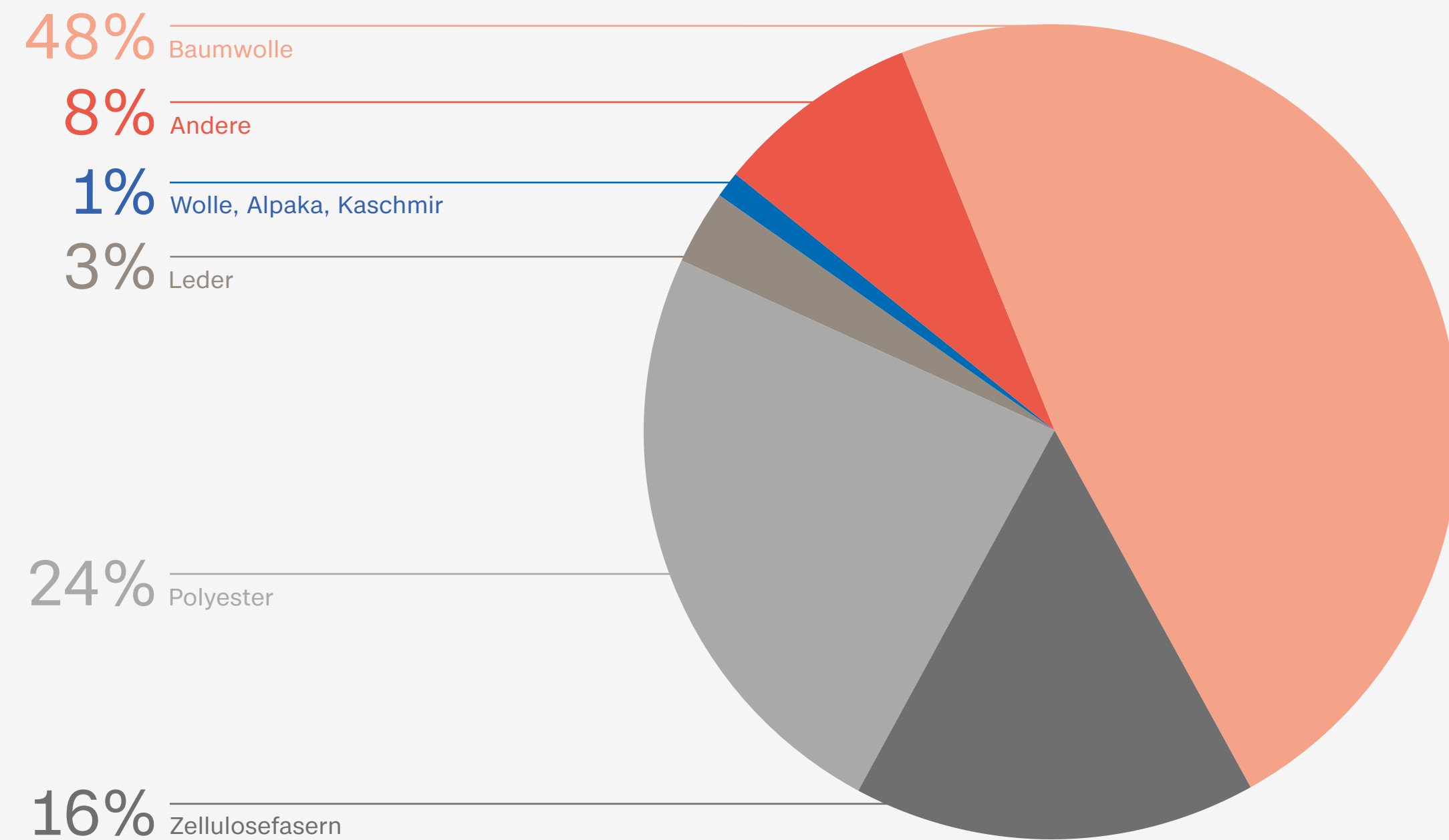


Details zu den Beschwerden finden sich auf der Website der [Fair Wear Foundation](#)

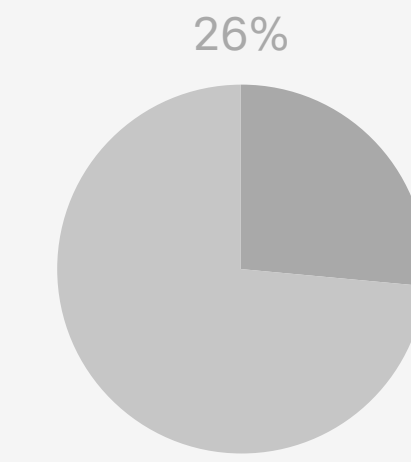
2023: Produktion in 23 Ländern

Armenien, Bangladesch, Bulgarien, China, Deutschland, Indonesien, Indien, Italien, Kambodscha, Litauen, Niederlande, Nord-Mazedonien, Pakistan, Polen, Polen, Rumänien, Spanien, Sri Lanka, Tunesien, Türkei, Ukraine, Vietnam, Weißrussland

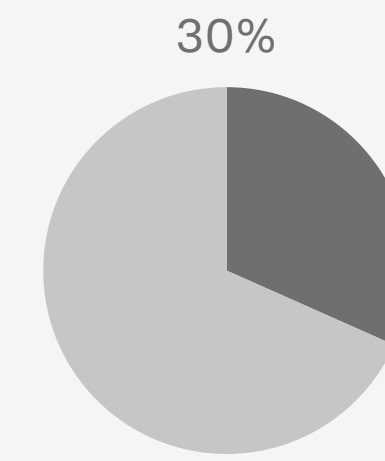
2023 war jedes 2. Produkt nachhaltiger.



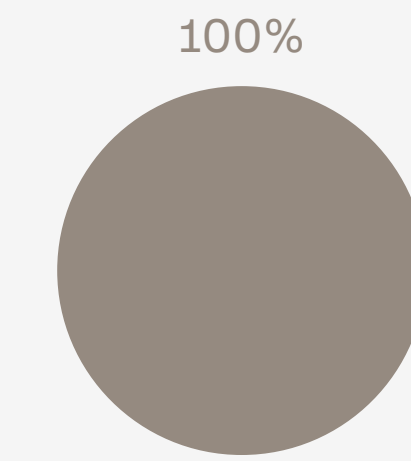
Baumwolle (nachhaltiger)



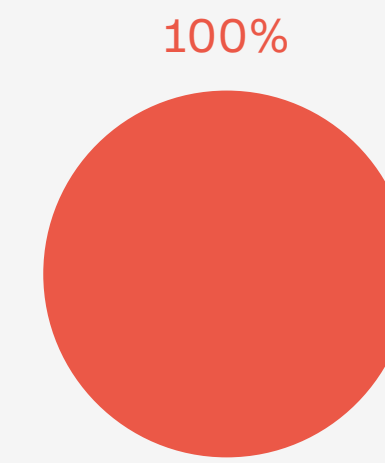
Polyester (nachhaltiger)



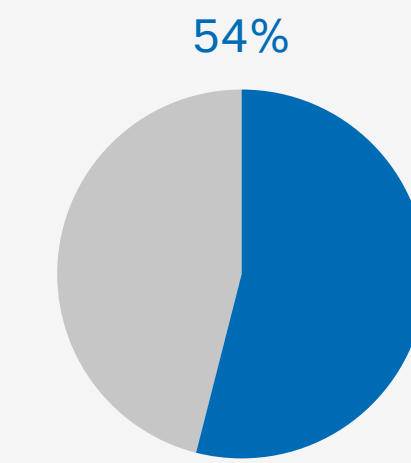
Zellulosefasern (nachhaltiger)



Leder (nachhaltiger)
LIEBESKIND BERLIN



Daunen (nachhaltiger)



Kaschmir (nachhaltiger)

S.OLIVER GROUP

Nachhaltigkeitsreport 2023

s.Oliver

QS

comma,

LIEBESKIND
BERLIN


COPENHAGEN

lala
BERLIN