



SUSTAINABILITY REPORT 2021





WIR HANDELN MIT LEIDENSCHAFT,
SORGFALT UND RESPEKT – FÜR DICH
UND UNSEREN PLANETEN.



INHALT

| | |
|----|-------------------------------------------------------------|
| 05 | Vorwort Peter Schöffel |
| 06 | Die Schöffel Sportbekleidung GmbH – Fakten und Zahlen |
| 08 | Nachhaltigkeit als Herzstück der Schöffel Philosophie |
| 12 | Nachhaltigkeit fest verankert |
| 15 | Schöffel CSR-Award |
| 16 | Ohne Nachhaltigkeit kein Draußen – Interview Ralf Dujmovits |
| 18 | Schöffels Sorgfaltspflicht in Zeiten der Pandemie |
| 20 | Produktionszyklus Sommerkollektion 2023 |
| 22 | Schöffel Langlebigkeit |
| 24 | Im Sinne der nachhaltigen Dienstleistung |
| 28 | Schöffel Lieblingsteil |
| 30 | Verteilung der Produktionsstätten |
| 32 | Übersicht der Produktionspartner 2021 |
| 34 | Der Schöffel Stakeholder-Dialog |
| 36 | Corrective Action Plan & Trainings |
| 38 | Onboarding-Prozess |
| 40 | Verantwortungsvoll produzieren in Myanmar |
| 44 | Verhaltenskodex – Code of Labour Practice |
| 47 | Implementierung und Kontrolle der Sozialstandards (CoLP) |
| 48 | Audit-Ergebnisse 2021 |
| 54 | Das FW-Beschwerdesystem |
| 56 | Beschwerden von ProduktionsMitarbeiter:innen 2021 |
| 62 | Nachhaltiges Personalmanagement |
| 64 | Schöffel intern: Was trägst Du für mehr Nachhaltigkeit bei? |
| 66 | Schöffel Spenden für den guten Zweck |
| 68 | Stück für Stück zur Klimaneutralität |
| 70 | Nachhaltigkeit beginnt mit Haltung |
| 74 | Nachhaltiges Reisen – Interview Ana Zamorano Ruiz |
| 76 | CO ₂ Bilanz |
| 78 | Schadstoffmanagement |
| 80 | PFC – Zeit für Erklärungen |
| 82 | Roman Rohmoser im Gespräch über das Draußen sein |
| 84 | Nachhaltige und innovative Materialien |
| 92 | Umweltmanagement am Standort Schwabmünchen |
| 94 | Ziele, die wir 2021 erreicht haben |
| 97 | Ziele, die wir 2022 anstreben |



VORWORT

Liebe Leserin, lieber Leser,

im vergangenen Jahr produzierten wir 1,36 Millionen Bekleidungsstücke, Tendenz steigend. Die Fertigung funktionaler Textilien belastet die Umwelt. Gleichzeitig erleben die Menschen mit Hilfe dieser Produkte unvergessliche Momente in der Natur.

Als Unternehmen, das unmittelbar mit der Natur verknüpft ist, wissen wir, dass wir Teil des Problems sind – und geben unser Bestes, Teil der Lösung zu werden. „Was wir heute tun, oder auch nicht tun kommt irgendwann zu uns zurück“ ist unser Leitgedanke auf diesem Weg. Er spornt uns an, jede unternehmerische Entscheidung auch aus nachhaltiger Perspektive zu betrachten.

Ebenso wollen wir unsere Kundinnen und Kunden inspirieren, bewusster zu handeln und bewusster zu konsumieren. Beispielsweise indem wir sie unterstützen, die lange Lebensdauer unserer hochwertigen Produkte über den professionellen Pflege- oder Reparaturservice unserer Service Factory auszuschöpfen.

Die Nachhaltigkeitsstrategie von Schöffel beinhaltet vier Bereiche: Produkt, Sozial, Umwelt und nachhaltige Dienstleistungen. Unsere Bestrebungen werden von Jahr zu Jahr umfassender und auf jedes erreichte Ziel folgt ein neues. Aktuell beschäftigen wir uns intensiv mit den Themen Kreislaufwirtschaft und unserer Strategie zur CO₂-Vermeidung.

Wir wollen unseren Weg transparent gestalten. So liefert der jährliche Sustainability Report Einblicke in unsere gesamte Strategie, Projekte, Erreichtes wie auch vorhandene Hindernisse. Danke, dass Sie uns auf diesem Weg begleiten.

Herzlichst,


Ihr Peter Schöffel

DIE SCHÖFFEL SPORTBEKLEIDUNG GMBH

FAKTEN UND ZAHLEN

1804

Gründung des Familienunternehmens durch den Schwabmünchner Strumpfhändler Georg Schöffel. Er schuf einen fliegenden Handel mit Strickstrümpfen, Nachthauben und schwäbischen Zipfelmützen.

Gesellschaftsform heute: Schöffel Sportbekleidung GmbH; Geschäftsführender Inhaber 7. Generation Peter Schöffel am Standort Schwabmünchen in der traditionsreichen Textilregion Augsburg



Seit 2009

Offizieller Ausstatter des Österreichischen Skiverbandes (ÖSV) mit Renn- und Freizeitbekleidung

seit 2018 / 2019

Offizieller Ausstatter der Skicross-, Moguls- und Aerials-Athleten von Swiss-Ski



1,36

Millionen produzierte Teile 2021 (Marke und Professional Wear)

Produktionsvolumen:
Europa 7,88 %
Asien 90,90 %
Afrika 1,22 %



Die Marke Schöffel bietet seit mehr als 50 Jahren funktionelle, hochwertige Ski- und Outdoorbekleidung. Der Firmenkundenbereich Professional Wear bietet maßgeschneiderte Bekleidungslösungen für Industrie, Dienstleister und Behörden.

183

Mitarbeiter:innen am Firmensitz, davon Auszubildende und duale Studenten: 4

 **SERVICE FACTORY**
Eigene Schneiderei:
Produktion von Prototypen und Reparatur-Service für Kunden

Engagement CR und Nachhaltigkeit:
Mitglied der Fair Wear seit 2011, Leaderstatus seit 2014; bluesign® systempartner; Textilbündnis und Klimaneutral am Sitz des Unternehmens



37

Schöffel-LOWA
Stores



Geschäftsführender Gesellschafter 7. Generation: Peter Schöffel
CEO Schöffel SPORT: Stefan Merkt
Schöffel Group CFO und CEO Schöffel PROFESSIONAL: Felix Geiger
Unternehmensleitung: Georg Kaiser, Hiltrun Brendler, Reiner Gerstner, Albrecht Habsburg, Peter Sontheimer.



Vertrieb in
22 Ländern
(Europa & Asien)

40 %

Exportanteil Vertrieb



Georg Kaiser



Stefan Merkt

NACHHALTIGKEIT ALS HERZSTÜCK DER SCHÖFFEL PHILOSOPHIE

Stefan Merkt ist CEO von Schöffel Sport und Georg Kaiser ist Teil der Unternehmensleitung von Schöffel und für den Bereich Operations verantwortlich, zu dem die Themen Nachhaltigkeit und Einkauf gehören. Die Verbindung dieser beiden Themen scheint konträr zu sein, jedoch verfolgt Schöffel hier klare Werte und Ziele und hat Nachhaltigkeit fest in der Firmenphilosophie verankert.

Stefan, Du leitest Schöffel Sport als CEO. Die Zukunft der Marke hast Du fest im Blick. Das Thema Nachhaltigkeit macht heute vor keiner Branche mehr Halt. Wie wird dieses bei Schöffel behandelt?

Stefan: Nachhaltigkeit ist das Schlagwort unserer Zeit. Der bewusste Umgang mit Mensch und Natur prägt aber seit jeher den Unternehmenskern von Schöffel und das nicht nur im Headquarter in Schwabmünchen, sondern auf der ganzen Welt. Für uns ist Nachhaltigkeit kein Trend, den es zu bedienen gilt, sondern ist tief in der Philosophie verankert. Unsere umfassende Strategie beinhaltet unter anderem Maßnahmen und Engagements in vier Bereichen: Produkt, Sozial, Nachhaltige Dienstleistungen und Umwelt. Und das nicht erst seit gestern. So sind wir seit über 10 Jahren Mitglied der Fair Wear Foundation und erreichten in den letzten 7 Jahren den Leader Status. Fast genauso lang sind wir bluesign®-Systempartner. Auf jedes erreichte Ziel folgt ein Neues, denn Nachhaltigkeit leben wir als Unternehmen, das in 7. Generation geführt wird, als fortlaufenden Verbesserungsprozess.

Georg, Du bist in der Unternehmensleitung für den Bereich Operations verantwortlich. Wie wird bei den Produkten das Thema der Nachhaltigkeit weiter einfließen?

Georg: Wir halten an unserer Grundüberzeugung fest, dass die maximale Tragedauer eines Produktes die Umwelt am effektivsten schont. Das heißt Qualität und Reparaturfähigkeit bilden die Basis für jedes Produkt. Gleichzeitig verfolgen wir eine kontinuierliche Weiterentwicklung des Produktangebotes im Sinne der Umwelt. So erhöhen wir sukzessive die Verarbeitung recycelter oder nachwachsender Rohstoffe und planen bis 2025 die Hälfte

der gesamten Kollektion umzustellen. Die bei uns verarbeiteten Materialien tierischen Bestandes erfüllen schon lange strenge Vorgaben an erhöhte Tierschutz-Bedingungen. Daunen-Produkte sind RDS-zertifiziert, Wolle stammt aus garantiert mulesingfreier Haltung. Die gesamte Kollektion ist zudem 100 % PFC-frei in der Ausrüstung.

Stefan: Wie Georg bereits erwähnt hat, setzen wir im Sinne der Umwelt auf langlebige Bekleidung und damit verbunden die Verlängerung der Tragedauer. So achten wir bereits bei der Produktentwicklung auf die Reparaturfähigkeit aller Modelle und bieten mit unserer hausinternen Service Factory einen außergewöhnlichen Reparaturservice. Schöffel Kund:innen können ihre getragene Bekleidung aufbereiten, ändern oder reparieren lassen. Jedes Jahr werden so am Standort in Schwabmünchen mehrere tausend Produkte repariert oder professionell imprägniert. Denn eines ist klar, eine Jacke, die repariert werden kann und zehn Jahre hält, ist immer nachhaltiger als zwei Jacken, die jeweils 5 Jahre halten.

Nachhaltigkeit geht also über die Produktherstellung hinaus. Was verbirgt sich hinter dem Bereich „Umwelt“ in der Strategie von Schöffel?

Georg: Das ist ein breites Feld, in dem wir uns aktuell intensiv mit verschiedenen Themen auseinandersetzen. Das ist beispielsweise die „Kreislaufwirtschaft“, die die Strategiethemata Produkt und Umwelt gleichermaßen umfasst und ein wichtiger Bestandteil der CO₂-Reduzierung ist. Hierbei geht es um die Fragestellung, wie wir vermeiden können, dass Outdoorbekleidung auf dem Müll landet oder verbrannt wird. Stattdessen ist es unser

Ziel, die Bekleidung hochwertig zu recyceln und daraus neue Produkte entstehen zu lassen. Für die Kollektion im Sommer 2023 haben wir ein sehr spannendes Hosenkonzept entwickelt, das alle Anforderungen für einen geschlossenen Kreislauf erfüllt. In einem nächsten Schritt gilt es nun, dieses Prinzip auf weitere Produkte der Kollektion zu erweitern.

Stefan: Ein weiteres essenzielles Thema ist die dauerhafte Reduzierung des CO₂-Ausstoßes. Diese verfolgen wir schon länger über optimierte Transportwege. So waren wir schon immer bemüht, den Luftfrachtanteil unserer Lieferungen auf ein absolutes Minimum zu beschränken. Seit es die Möglichkeit des Bahntransportes von Asien nach Europa gibt, nutzen wir diese verstärkt, um unsere CO₂-Emissionen so gering wie möglich zu halten. Nun wollen wir den nächsten Schritt gehen und die Emissionen im gesamten Herstellungsprozess unserer Produkte soweit wie möglich reduzieren und berücksichtigen dabei auch die Verwendung von klimafreundlichen Materialien und Färbeprozessen. CO₂-Emissionen, die sich nicht reduzieren lassen, werden wir durch Investitionen in anerkannte Klimaschutzprojekte kompensieren. Seit 2021 sind wir klimaneutral an unserem Standort Schwabmünchen und wollen bis Ende 2025 auf diesem Weg die Klimaneutralität für das Gesamtunternehmen und die gesamte Lieferkette inklusive aller Produkte erreichen. Viel bedeutsamer ist aber unser Anspruch, die CO₂-Emissionen bis 2030 um 50 % zu reduzieren.

Nachhaltigkeit ist in der Schöffel Philosophie fest verankert. Mit welchen Mitteln wird versucht, in Zukunft die umweltbewusste Haltung nach außen zu tragen?

Stefan: Nachhaltigkeit und soziales Engagement ist bei Schöffel fest verankert und wird von uns kontinuierlich vorangetrieben. Dabei ist es uns wichtig, dass Nachhaltigkeit als Haltung gelebt wird, und das von allen Mitarbeiter:innen. Doch auch unseren Konsument:innen wollen wir diese Haltung mit auf den Weg geben und kommunizieren diese zukünftig stärker nach außen. Mit unserem neuen Nachhaltigkeitslabel „echo“ und dem damit verbundenen Gedanken: „Alles, was wir heute tun, aber auch alles, was wir heute nicht tun, kommt irgendwann auf uns zurück.“ (Hierzu mehr auf Seite 70).

Ich bin überzeugt, dass wir gemeinsam unsere Haltung erfolgreich leben und auch teilen können. Denn Nachhaltigkeit kann nur im Team angegangen und gemeistert werden.





NACHHALTIGKEIT IST KEIN HOBBY ES IST EINE LEBENSEINSTELLUNG UND EINE FRAGE DER HALTUNG

Eines hat Schöffel immer im Blick – den Menschen und seine Umwelt. Darauf baut auch die CR-Strategie auf. Dabei steht Schöffel für Qualität, Funktionalität und Nachhaltigkeit, was nicht als Trend, sondern als gelebte Verpflichtung gesehen wird.



Wir sind uns unserer Verantwortung für jeden Einfluss,- den unser Agieren auf die Gesellschaft und die Umwelt hat, bewusst. Daher fokussiert sich Schöffel bewusst auf vier wesentliche Bereiche:

Das sind Produkt, Sozial, Umwelt und nachhaltige Dienstleistungen. Alle sind wichtig. Genau genommen gilt es, die Auswirkungen unseres Handelns in jedem Bereich fortlaufend auf den Prüfstand zu stellen und uns zu fragen: Wo können wir am meisten verändern?

Das ist sicher nicht immer der leichteste Weg, aber der beste im Sinne der Umwelt. Und auch wenn Schöffel als mittelständisches Unternehmen oft an Grenzen stößt, sind wir immer engagiert, diese im Sinne von Mensch und Natur zu verschieben. Dabei steht immer der Mensch im Mittelpunkt. Das wird nicht nur in Schwabmünchen gelebt, sondern das gilt auch für die Mitarbeiter:innen in unseren Produktionsstätten. Als Familienunternehmen bringt es eine große Verantwortung für Kunden wie für Mitarbeiter:innen mit sich.

Neben allen internen Bemühungen nehmen wir auch unsere Pflicht zur Transparenz gegenüber dem Kunden wahr. Zusätzlich bieten wir Unterstützung, damit unsere Produkte möglichst lange getragen werden können: Die Schöffel Service Factory repariert, imprägniert und ändert Bekleidungssteile und verlängert so deren Lebensdauer.

Schöffel verfolgt die Mission, den Menschen viele einzigartige und berührende Outdoorerlebnisse zu ermöglichen. Dazu gehört nachhaltig und sozial korrekt zu handeln. Dies ist für uns eine unbedingte Voraussetzung, für das in jeder Situation souveräne und entspannte **Ich bin raus-**Gefühl. Also: Sei entspannt und erlebe Natur selbstbestimmt und ohne Zwang – gemeinsam mit Schöffel.

„In dem sorgsamem und schonenden Umgang mit Ressourcen sehe ich einen zentralen Schlüssel für ein nachhaltiges Wirtschaften. Mit Blick auf die nächsten Generationen sehe ich Unternehmen in der Verantwortung. Schöffel als Familienunternehmen liefert hochwertige Produkte und nimmt sich dieser Aufgabe an. Das verbindet uns als Partner.“

Schöffel Athlet Benni Raich
2x Olympiasieger, 3x Weltmeister



SCHÖFFEL EHRT PORTUGIESISCHEN PARTNER ERNEUT MIT CSR-AWARD

Schöffel entwickelte im Jahr 2016 das Produzentenbewertungssystem „Garment Supplier Evaluation“. Dieses misst die Leistungen der Produktionspartner in den Bereichen Zusammenarbeit, Liefertreue, Qualität der Produkte, Preisgestaltung, Produktentwicklung sowie Sozialstandards. Zudem zeigt das System die Potenziale für Verbesserungen in den einzelnen Betrieben auf. Das Bewertungssystem wurde 2020 erneut überarbeitet. Der CSR Teil (Corporate Social Responsibility) hat im Vergleich den stärksten Einfluss auf die Gesamtbewertung und somit ist diese Bewertung auch für unsere Produzenten und Partner ein wichtiger Faktor, um sich weiterzuentwickeln.

Der Produzent, der die besten Ergebnisse in CSR Bereich erzielt, erhält den CSR-Award. Betrachtet wird unter anderem die Performance hinsichtlich Audit-Ergebnissen, CAP und Beschwerde-Nachverfolgung sowie CSR-Dokumentation, Transparenz, Kommunikation und Kooperation. Im Jahr 2021 wurde Silsa Confecções, S.A., ein portugiesischer Geschäftspartner mit seiner Produktionsstätte in Portugal, zum zweiten Jahr in Folge mit dem CSR-Award ausgezeichnet.



Der portugiesische Partner erhält den CSR-Award 2021 für gute Leistungen im CR.



Seit 2011 ist Schöffel engagiertes Mitglied der Fair Wear Foundation und verfolgt seither konsequent das Ziel, faire Produktionsbedingungen bei seinen Partnern zu gewährleisten. Im Hauptproduktionsland Vietnam beispielsweise unterstützen zwei Mitarbeiter:innen ganzjährig vor Ort bei der Einhaltung der Richtlinien.

RALF DUJMOVITS: OHNE NACHHALTIGKEIT KEIN DRAUSSEN UNTERWEGS SEIN

Eis, Felsen und dünne Luft – All das hält Ralf Dujmovits nicht ab, die höchsten Berge zu besteigen. Er lebt für die Berge und geht seiner großen Leidenschaft als Profi-Bergsteiger nach. An einen Hochpunkt zu kommen und die Möglichkeit zu haben in die weite Ferne zu gucken – genau das ist es, was Ralf liebt. Als erster Deutscher stand er 2009 auf allen 8.000ern der Welt. Und auch heute ist kein Berg vor ihm sicher. Die Natur gibt ihm positive und optimistische Energie, weshalb es Ralf wichtig ist, die Umwelt zu schützen und Verantwortung zu übernehmen. Mit dieser Lebenseinstellung spiegelt Ralf die Philosophie von Schöffel wider.



Das Draußen sein und die damit verbundene Liebe zur Natur zieht sich bis heute durch sein Leben. Schon als Kind bewegte sich Ralf viel draußen. Als Profi-Bergsteiger geht er seinen Beruf in der Natur leidenschaftlich nach. Das Draußen sein hat eine besondere Bedeutung, die sich nach jeder Bergtour neugestaltet. „Immer deutlicher spüre ich die mentalen Auswirkungen des Draußen-Unterwegs-Seins auch auf meinen Geist: Das Denken wird klarer und die Gespräche mit einem Tourenpartner im Gehen an der frischen Luft sind zumeist tiefgründiger. Wenn ich alleine unterwegs bin, kann aber auch genau das Gegenteil eintreten: nach kurzer Zeit kann ich auch mal ganz abschalten, dem Geist Ruhe gönnen und ganz im Frieden mit mir selbst die frische Luft oder die schöne Aussicht genießen. Wenn ich dann wieder im Tal bin, habe ich mich vielleicht körperlich angestrengt, aber ich bin geistig erfrischt, gehe positiv und optimistisch in den nächsten Tag und nehme die ganzen schönen Momente des Unterwegs-Gewesen-Seins mit in den Alltag.“

Die Natur hat den Lebensstil von Ralf verändert und die Nachhaltigkeit spielt eine immer größere Rolle für ihn. „Mit den großflächigen Fenstern in unserem Haus bin ich eigentlich immer mitten in der Natur. Im Keller haben wir eine Pelletheizung, auf dem Dach eine Solaranlage und ich bin in meiner Heimat an mehreren Bürgeranlagen zur alternativen Energieerzeugung beteiligt. Damit kann ich einen Großteil meines verbleibenden CO₂-Abdrucks zumindest kompensieren. Statt wie früher oft mit dem Flieger unterwegs zu sein, bin ich inzwischen zumeist mit unserem Campervan unterwegs und bleibe deutlich länger an den besuchten Orten. Natürlich habe ich auch im Laufe der Jahre gemerkt, dass die schönsten Momente auch direkt hinter der Haustür zu finden sind und so starte ich meine Mountainbike-Touren oder Bergläufe fast immer direkt von zuhause aus. Für das Training und meine Bergtouren achte ich schon lange darauf, nur Ausrüstung zu verwenden, bei deren Herstellung sowohl die Menschen an den Produktionsstätten fair behandelt werden als auch auf eine nachhaltige Produktion geachtet wird.“

Ralf sind die Auswirkungen des Fliegens bewusst und er fährt deshalb mit seinem Camper an die verschiedenen Orte. Das ist ein guter Anfang den CO₂-Abdruck zu reduzieren. Das Wort „Flugscham“ verbreitet sich immer mehr und der Klimaschutz ist in aller Munde. Man sieht Bilder von Menschenmassen am Mount Everest, die eindeutig eine Diskrepanz bezüglich der CO₂ Reduktion aufweisen und der damit verbundenen Nachhaltigkeit. Auch dazu hat Ralf eine klare Meinung. „Der Outdoor-

sport und unsere damit verbundene Mobilität sind in der Tat ein großes Problem. Schon seit ein paar Jahren steige ich nur noch einmal pro Jahr zum Bergsteigen in ein Flugzeug. Bei meinen Vorträgen weise ich immer auf unseren Impact auf die Umwelt hin und empfehle den Menschen schöne Erlebnisse und Abenteuer nicht zwingend an eine Fernreise zu koppeln. Weniger ist meistens mehr und in unserer nächsten Umgebung ist zumeist so viel Schönes zu entdecken.“

Trotzdem stellt sich die Frage, ob sich das Höhenbergsteigen mit der Nachhaltigkeit verbinden lässt. „Es sollten selbstverständlich die gleichen Kriterien gelten wie bei uns in den Alpen - eher noch strengere wären wünschenswert. Sowohl in Alaska als auch in der Antarktis ist die Regel: Alles was mit rein geht, geht auch wieder mit raus – selbst wenn es schon gegessen wurde. In Nepal müssen wir hohe Depotgebühren hinterlegen, die wir zum Expeditionsende erst zurückbekommen, wenn der Verbindungsoffizier bestätigt, dass wir alle Umweltauflagen erfüllt haben. D.h. es hat sich in den letzten Jahren schon viel entwickelt - jetzt ist es an uns mit entsprechendem Verhalten, diese Regeln konsequent umzusetzen und auch in andere Bergsteiger-Regionen zu übertragen.“

Als staatlich geprüfter Berg- und Skiführer hat Ralf eine Vorbildfunktion für seine Teilnehmer. Dieser Funktion ist er sich bewusst und teilt seine direkten Erfahrungen und gibt gerne Tipps zum Thema Umweltschutz. „Ich bin keiner der sich vorne hinstellt und sagt, ihr sollt das so oder so machen. Vor allem möchte ich durch gute Beispiele Einfluss nehmen und rede mit den Teilnehmern über alle möglichen Punkte aus meiner direkten Erfahrung. Zum Beispiel kein Palmöl im Essen akzeptieren. Wenn Du erst mal in Thailand oder in Indonesien beim Klettern im Hinterland diese riesigen Palmöl-Monokulturen gesehen hast und weißt, was damit alles kaputt gemacht wird, willst Du niemals mehr Schokocreme mit Palmöl essen. Das heißt, dass ich auch erwähne, hin und wieder beim Einkaufen auch das Kleingedruckte auf dem Schokocreme-Etikett zu lesen und dann eben zu verzichten. Und so gibt es endlos weitere Beispiele.“



Billy Vu



Nicky Dang

SCHÖFFELS SORGFALTPFLICHT IN ZEITEN DER PANDEMIE

Qualität und Nachhaltigkeit sind zwei wesentliche Pfeiler der Unternehmensphilosophie von Schöffel. Die enge Zusammenarbeit mit Produktionspartnern sowie der intensive Austausch sind dabei essenziell. Um diesen Dialog zu verstärken und schnell eingreifen zu können, hat Schöffel seit 2018 ein Repräsentanz-Büro in der vietnamesischen Hauptstadt Hanoi. Hier arbeiten zwei Bekleidungstechniker – Billy Vu und Nicky Dang – die als direkte Ansprechpartner vor Ort im Sinne des Familienunternehmens agieren. Wie wichtig und unabdinglich eine Repräsentanz vor Ort sein kann, zeigt nun auch die Corona Pandemie.

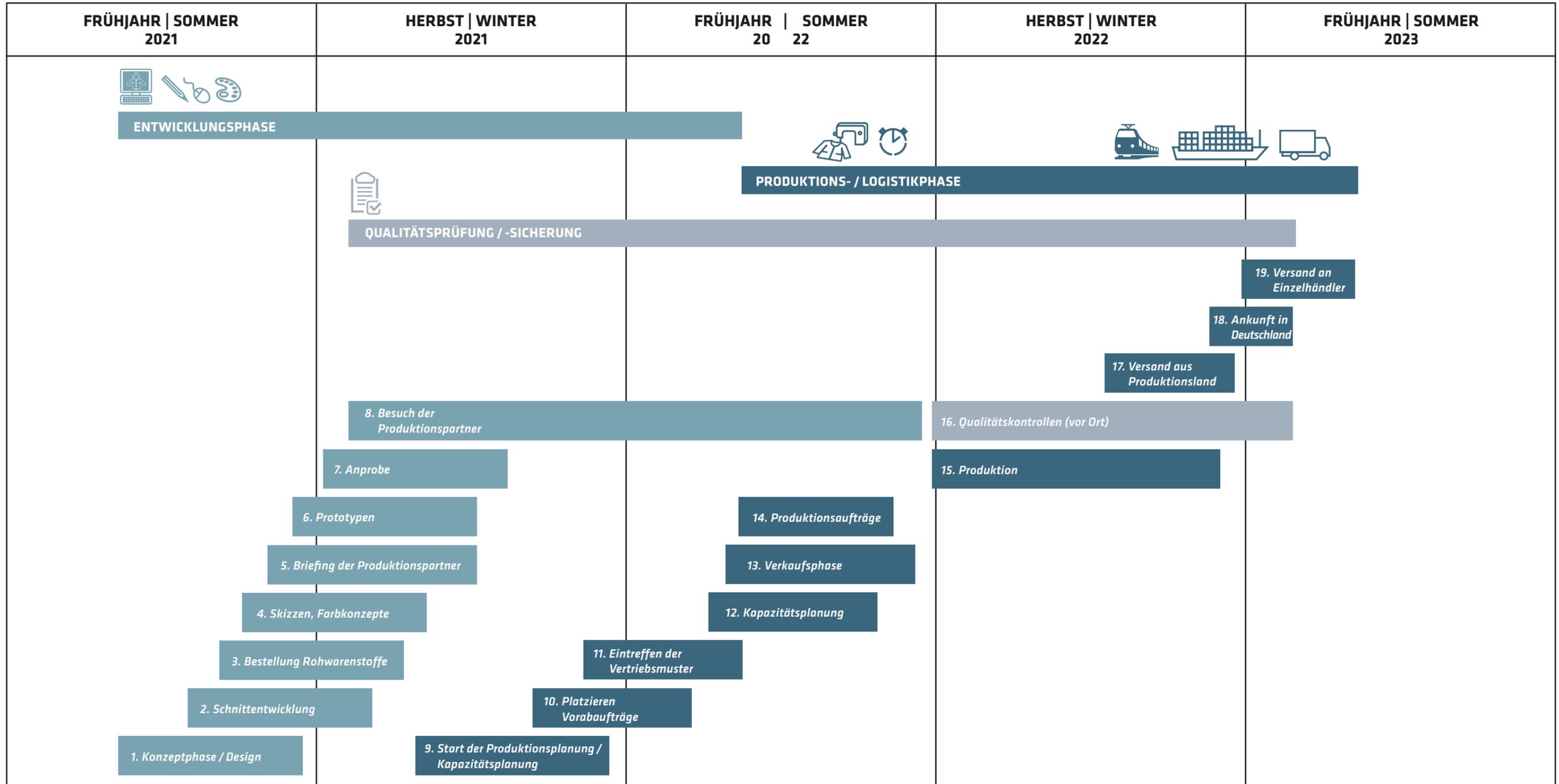
Dank des eigenen Repräsentanz-Büros in Vietnam kann Schöffel noch enger mit den Betrieben kooperieren und direkteren Einfluss auf die Qualität in der Fertigung und die Förderung der fairen Arbeitsbedingungen nehmen. Das ist gerade auch während der Corona-Pandemie Gold wert. Billy und Nicky haben das gesamte Jahr im Sinne der CR-Strategie von Schöffel vor Ort in den Produktionen die Qualitätskontrolle der Produkte sowie die Richtlinien für faire Arbeitsbedingungen sichergestellt. „Dies war aufgrund der Hygienerichtlinien nicht immer einfach“, berichtet Nicky. „Dennoch war es für uns unabdingbar, trotz der Herausforderungen durch Covid-19 in den Produktionsstätten die für uns so wichtigen Arbeitsbedingungen zu prüfen und somit die geforderten Qualitäts- und Nachhaltigkeitsstandards von Schöffel sicherzustellen.“

Wie im vergangenen Jahr verursachte Covid-19 Einschränkungen für die Bekleidungstechniker, bei der Kontaktaufnahme mit den Beschäftigten in den Fabriken oder bei ihren Reisen. Gleichzeitig sorgten die Fabriken dafür, dass ausschließlich in Kontrollräumen gearbeitet und jeder zurückgelegte Weg akribisch dokumentiert wurde. Trotz aller Schwierigkeiten war es ungemein wichtig, dass die beiden Schöffel Mitarbeiter:innen vor Ort waren. Das kann auch Billy bestätigen: „Grundsätzlich waren sich alle Akteure der großen Herausforderung bewusst. Unser Vorgehen und unsere Präsenz hat jedoch zu einer weiteren Stärkung des Vertrauensverhältnisses zwischen den Produktionspartnern- und Mitarbeiter:innen und der Marke Schöffel beigetragen. Auch wir waren immer vorsichtig und haben uns selbstverständlich an die geltenden Regeln gehalten. So konnten wir weitestgehend unsere Partner unterstützen und die Produktion sicherstellen.“ Auch Marco Tenace, Director of Quality & CR weiß, wie wichtig die beiden Schöffel Mitarbeiter:innen vor Ort sind: „Da wir aufgrund der Situation selbst keine Reisen unternehmen konnten, um wie sonst üblich persönlich in den Fabriken zu sein, war es für uns elementar wichtig, einen verlängerten Arm zu haben, um die Sicherheitsaspekte vor Ort zu prüfen. Dank unserer lokalen Bekleidungstechniker in Vietnam und Myanmar sowie externen Partnern konnten wir einen realen Einblick in die jeweilige Situation der Länder und Fabriken erhalten und ggf. entgegensteuern bzw. unterstützen.“

PRODUKTIONSZYKLUS SOMMERKOLLEKTION 2023

Die Entwicklung und Produktion funktioneller Outdoor- und Skibekleidung ist langwierig und komplex. Erreichen die fertigen Produkte letztlich den Fachhandel, liegen zwei Jahre intensiver Arbeit hinter Designern, Entwicklern, Produzenten, dem Vertriebsteam und den Händlern.

Entwicklung Produktion Qualität





LANGLEBIGKEIT ZENTRALES THEMA BEI SCHÖFFEL

Wenn der Aspekt der Langlebigkeit bei Schöffel Produkten betrachtet wird, ist dieser immer mit Qualität verbunden. Beides sind zentrale Themen in der Nachhaltigkeitsstrategie des Familienunternehmens. Daher ist Langlebigkeit bei Schöffel ein Prozess, der in allen Bereichen der Produktentwicklung fest verankert ist. Angefangen bei der Auswahl der Materialien, über die Qualitätssicherung und das Design des Produktes, bis hin zur Reparatur in der hauseigenen Service Factory. Das enge Zusammenspiel dieser Abteilungen ist essenziell, denn eine lange Tragedauer der Bekleidung, kann den ökologischen Fußabdruck der Produkte mit komplexer Herstellung effektiv verringern. Damit das gelingt, hat der Outdoorexperte einen

Prozess entwickelt, der das gesamte Team der Produktentwicklung einschließt. Zunächst wählt das Sourcing-Team bei der Materialauswahl nur die hochwertigsten Stoffe aus. Im Anschluss prüft die Qualitätssicherung fortlaufend unter strengen Auflagen die Beschaffenheit der Materialien sowie stichprobenartig die finalen Produkte. Diese werden von der Design-Abteilung in Kombination mit der technischen Entwicklung nicht nur anwenderspezifisch, sondern auch stets im Hinblick auf die Reparaturfähigkeit entworfen. Die Service Factory schließt den Kreislauf der Langlebigkeit durch ihren Pflege- und Reparaturservice. Wie das in der Praxis aussieht, erklären die Verantwortlichen selbst.



Gesa van Kerkhoff

Sourcing:

„Wir haben immer den Anspruch, den Anteil nachhaltiger Materialien zu erhöhen. Allerdings müssen die nachhaltigen Stoffe in Sachen Qualität überzeugen, da eine kurze Lebensdauer die Umwelt nicht schont. Auch Mischstoffe werden derzeit häufig kritisch betrachtet, da diese nicht recycelt werden können. Sollte ein Mischstoff in Sachen Qualität und Funktion gegenüber einem recycelten herausstechen, werden wir diesen verwenden und sensibilisieren hinsichtlich Pflege und Reparatur. Gleichzeitig haben wir ökologisch wichtige Bausteine immer im Blick. Daher ist die wasserabweisende Ausrüstung bei allen Schöffel Produkten PFC-frei.“



Marco Tenace

Qualitätssicherung:

„Egal welche Materialien für die Schöffel Bekleidung ausgewählt werden, ob nachhaltig oder nicht: Die Qualität muss stimmen. Bevor Stoffe oder Zutaten in der Kollektion verwendet werden dürfen, müssen sie den hohen Schöffel Anforderungen gerecht werden. Dazu analysieren wir nicht nur die Testreports unserer Lieferanten, sondern nehmen alle Materialien selbst unter die Lupe. Die Materialien durchlaufen einen komplexen Prüfprozess, der den zukünftigen Einsatzzweck berücksichtigt, damit das Material bestmöglich auf das Produkt abgestimmt ist. Ebenso werden bereits im Entwicklungsprozess wichtige physikalische und chemische Analysen durchgeführt, um die höchstmögliche Sicherheit zu gewährleisten. Von Labortests bis Tragetests ist alles dabei, damit wir sicher sind, dass unsere Kund:innen lange Freude am Schöffel Produkt hat.“



Irmgard Beck

Design:

„Unsere Bekleidungsteile werden auf höchstem Niveau und mit modernsten Techniken entworfen, um perfekte Funktionalität für den Verbraucher zu erzeugen. Hier haben wir dank des optimal gewählten Stoffes bereits einen Schritt in Richtung Langlebigkeit gemacht. Zudem berücksichtigen wir im Produktdesign auch den nachhaltigen Einsatz von Ersatz- und Verschleißteilen, wie Reißverschlüsse, damit diese aus Ressourcensicht und ökonomischer Betrachtung als Ersatzteile in unserer Service Factory vorrätig sind. Hier wechseln wir nicht beliebig jede Saison das Konzept, sondern versuchen langfristig nachhaltig gute Lösungen zu finden. Während dem Designprozess werden dann auch die richtigen Problemfragen aus unseren Beobachtungen gestellt. Diese Erkenntnisse werden im Designteam analysiert und die Ergebnisse fließen in die neuen Konzepte und Entwicklungen mit ein. Zusammen mit dem Produktmanagement und den technischen Entwicklern können dann Prozesse hinsichtlich Reparierbarkeit effektiv gestaltet werden.“



Ludwig Schuster

Service Factory:

„Die Service Factory ist das historische Herzstück von Schöffel, hier entstanden schon vor über 50 Jahren die Innovationen für Wanderer und Bergsteiger. Der Kern von Nachhaltigkeit besteht heute wie früher darin, ein Produkt möglichst lange zu nutzen und es bei Verschleiß oder Beschädigungen instand setzen zu lassen, anstatt ein neues Produkt zu kaufen. Unsere Jacken werden im Laufe der Jahre für viele Kunden zu Lieblingsteilen, die sie ungern austauschen möchten. Kleinstreparaturen können sie selbst zu Hause erledigen wie das Austauschen eines Schiebers. Dafür erhalten sie von uns Originalteile mit einer Anleitung, die sie Schritt für Schritt durch die Reparatur führt. Kompliziertere Anpassungen oder Reparaturen und auch das Schweißen von wasserdichten Nähten übernehmen wir in Schwabmünchen. Unser Reparaturservice ist somit unser wirkungsvoller Beitrag zur Verlängerung der Langlebigkeit.“



IM SINNE DER NACHHALTIGEN DIENSTLEISTUNG: FÜR LANGLEBIGE SCHÖFFEL PRODUKTE

Schöffel ist ein Traditionsunternehmen mit einer über 200-jährigen Geschichte. Die Service Factory ist darin ein wichtiger Bestandteil. Nachhaltigkeit ist nicht nur in der Produktion und Qualitätssicherung verankert, sondern es ist ebenso wichtig, dass die Kunden ihre Schöffel Bekleidung in der Service Factory Instand setzen lassen, anstatt sich direkt ein neues Produkt zu kaufen.

Oftmals werden aus Jacken richtige Lieblingsteile und die möchte man ungern austauschen. Kleinstreparaturen können Kunden selbst zu Hause durchführen, wie das Austauschen eines Schiebers. Hierfür werden Originalteile mit einer Schritt für Schritt Anleitung versendet. Sonstige Anpassungen oder Reparaturen werden in Schwabmünchen vor Ort gemacht.

Um möglichst lange Freude an der Schöffel Outdoorbekleidung zu haben, kommt es auch auf den richtigen Umgang in Bezug auf Waschen, Trocknen und Imprägnieren an. Wer hier auf die richtige Pflege, die in der Waschanleitung vermerkt ist, achtet, verlängert die Lebensdauer des Produktes und agiert nachhaltig. Gerade bei PFC-freien Produkten von Schöffel ist es wichtig, dass eine PFC-freie Imprägnierung verwendet wird, um die Funktionsfähigkeit lange zu erhalten. Doch wie wird die Schöffel Kleidung gewaschen? Was muss beachtet werden und welche Imprägnierung ist die Richtige?

All das erfährst Du unter:



Schöffel
SERVICE FACTORY

CHECKLISTE: WAS MUSST DU VOR DEM WASCHEN DEINER FUNKTIONSBEKLEIDUNG BEACHTEN?

Pflegeetikett beachten

Bevor Du mit dem Waschen Deiner Schöffel Bekleidung starten kannst, solltest Du das Pflegeetikett sorgfältig lesen. Dieses gibt Dir Auskunft über die zulässige Behandlungsart, um das Material zu schützen.

Taschen leeren

Kontrolliere, ob Du nichts übersehen hast. Metallgegenstände wie beispielsweise Schlüssel oder Münzen können Deinem Produkt schaden.

Alles zu?

Reißverschlüsse, Klettverschlüsse und Druckknöpfe sollten vor dem Waschen geschlossen werden, um Beschädigungen des Produktes zu vermeiden.

Kordelzüge lösen

Achte darauf, dass die elastischen Kordelzüge gelöst sind, um ein Ausdehnen zu vermeiden.

Drehe das Produkt auf Links

Dadurch wird die Außenseite Deines Schöffel Produktes vor mechanischem Abrieb geschützt.

Keine Weichspüler verwenden

Weichspüler können die Funktion Deiner Bekleidung beeinträchtigen.

Nach Farbe sortieren

Wasche mit ähnlichen Farben, um Verfärbungen entgegenzuwirken.

Flecken vorbehandeln

Hartnäckige Flecken sollten vor dem Waschen vorbehandelt werden, dadurch sind die Erfolgchancen höher.

Waschsack verwenden

Bei empfindlichen Materialien, z.B. Unterwäsche empfehlen wir Dir einen Waschsack zu verwenden. Dieser schont die Materialien.



SERVICE FACTORY WUSSTEST DU...

3700 Reparaturen haben wir 2021 in der Service Factory erledigt. Im Jahr 2019 waren es sogar knapp 5000. Das trägt zur Langlebigkeit der qualitativ hochwertigen Produkte bei.



35 JAHRE alt war die älteste Jacke, die bei uns in der Service Factory repariert wurde.



Bei einer Schöffel Regenjacke werden im Schnitt zwischen 350 und 450 Meter Garn benötigt. Bei einer Ski Jacke von Schöffel sind es bis zu 750 und bei einer Daunen Jacke bis zu 1000 Meter.



300

Persönliche Danke-Mails haben wir von Kunden für unseren Reparaturservice bekommen.

5 TAGE

So lange dauert es, bis Du Dein repariertes und voll funktionsfähiges Schöffel Produkt aus der Service Factory zurück erhältst.



123

Unterschiedliche Teile werden im Schnitt in einer Schöffel Jacke verarbeitet. 17 verschiedene Materialien (Oberstoff, Futter, usw.) und 106 verschiedene Zutaten (Reißverschlüsse, Druckknöpfe, Kordeln, usw.).



Dass wir in der Service Factory eine Heißluftschweißmaschine haben und somit deutschlandweit eine der wenigen Firmen sind, die Deine Schöffel Produkte wieder völlig wasserdicht verschweißen können.



SCHÖFFEL LIEBLINGSTEIL: 25 JAHRE ALTE SKI JACKE ALS TREUER BEGLEITER

Seit jeher ist Qualität bei Schöffel ein wichtiges Merkmal – aus gutem Grund: hochwertige Produkte sind lange im Einsatz, schonen damit die Umwelt und setzen ein klares Zeichen gegen die heute weitverbreitete Fast Fashion Kultur.

Die Schöffel Service Factory erhält regelmäßig echte „Lieblingsteile“, die bereits Jahrzehnte im Einsatz sind. Diese werden für weitere zahlreiche **Ich bin raus**-Momente wiederaufbereitet, repariert, imprägniert und fit gemacht, bevor sie an die Besitzer zurück gehen. So auch die rund 25 Jahre alte Ski Jacke von Michael, der ein leidenschaftlicher Hobbyskifahrer ist. Diese Retrojacke fand ihren Weg in die Schöffel Service Factory und daher wollten wir mehr über die Jacke aus dem Jahr 96/97 erfahren und haben Michael nach seiner persönlichen Geschichte gefragt.

Vielen Dank, dass Du Dir die Zeit nimmst und unsere Fragen beantwortest. Unseren Kollegen ist sofort dieses besondere Stück aus der Snow Power Kollektion aus dem Jahr 96/97 aufgefallen. Weißt Du noch, wann und wo Du die Jacke gekauft hast?

Da würde ich gerne etwas mehr ausholen. Die Leidenschaft für das Skifahren habe ich von meinem Vater. Er ist ehemaliger DSV Skifahrer. Früher war ich im Skiverein in Zweibrücken und seitdem sind wir ein super Team auf der Piste und fahren regelmäßig in den Skiurlaub. Die nutze ich immer gerne, um mir neue Kleidung zuzulegen. In meiner Heimat im Schwalmatal ist die Auswahl an funktioneller Skibekleidung nicht ganz so groß. Die Schöffel Jacke habe ich kurz vor der Jahrtausendwende als 20-jähriger in Österreich mit meinem Vater gekauft. Die passende Skihose gab es auch dazu.

Das Modell heißt übrigens Mackenzie. Wohin hat Dich Dein Lieblingsteil überall hinbegleitet?

Das Outfit hat mich bis heute in jeden Skiurlaub begleitet, und ich trage sie auch heute noch mit Stolz. In den mehr als 20 Jahren hat sie natürlich viele Skiregionen gesehen wie zum Beispiel Kaprun oder das Kleinwalsertal. Mit meinem Vater teile ich die Leidenschaft fürs Skifahren, wie auch die Begeisterung für die Marke Schöffel.

Gibt es ein Erlebnis auf der Skipiste, dass Du nachhaltig mit dem Skioutfit verbindest?

In Erinnerung geblieben ist mir, als in Österreich die Bergwacht und die Angestellten der Skibetriebe das exakt gleiche Outfit trugen. Das hat mir natürlich bestätigt, dass ich ein hochwertiges Outfit gekauft habe, dass auch diese Anforderungen standhält. Heute, über 20 Jahre später, hält es immer noch und hat in keiner Funktion nachgelassen.

Du bist also mit der Qualität zufrieden?

Definitiv. Und ich freue mich, dass ich dank der kleinen Reparatur an der Schnalle viele weitere Jahre die Jacke auf der Skipiste tragen kann. Die Jacke lässt sich super tragen und hält an den kühlen Tagen auf der Piste warm. Das ist genau das was ich von einer Ski Jacke erwarte. Ich würde immer wieder auf die Marke zurückkommen, wenn der Bedarf da ist. Wenn meine Frau oder meine Kinder das Skifahren lernen, werden sie mit Sicherheit auch Schöffel tragen wollen.

Hast Du schon Pläne mit der Jacke, wenn sie aus der Service Factory zurückkommt?

Ja, im März möchte ich gerne mit meinem Vater die Skipisten im Kaunertal fahren. Deswegen freut es mich umso mehr, dass die Service Factory von Schöffel die Jacke schnell repariert. Das ist wirklich ein sehr guter Service, von dem ich zuvor noch nichts wusste, aber in Zukunft weiter in Anspruch nehmen werde.

VERTEILUNG DER PRODUKTIONSSTÄTTEN

● Produktionsvolumen 2021

○ Produktionsvolumen 2020



ÜBERSICHT DER PRODUKTIONSPARTNER 2021

| Kontinent | Factory Name | Fabrik Standort | Standort mit geringem Risiko nach FWF | Zusammenarbeit seit | FWF-Fragebogen |
|-----------|---------------------------------------------------|-----------------|---------------------------------------|---------------------|----------------|
| Europa | Walter Stöhr GmbH | Deutschland | ja | 24 | ja |
| | Hero-Textil AG | Deutschland | ja | 2 | ja |
| | Silva Confeções, S.A. | Portugal | ja | 6 | ja |
| | Spectre Latvia Rezekne | Lettland | ja | 12 | ja |
| | Spectre Latvia Kalnciems | Lettland | ja | 3 | ja |
| | Spectre Latvia Aizkraukle | Lettland | ja | 3 | ja |
| | Stamperia Alice S.R.L. | Italien | nein | 14 | ja |
| | Trerè Innovation srl Unipersonale | Italien | nein | 2 | ja |
| | Albaconf shpk | Albanien | nein | 1 | ja |
| Asien | Weijie Garment Co. Ltd. / ASI headwear (Shanghai) | China | nein | 5 | ja |
| | Nordsun Outdoor Products Co. Ltd. | China | nein | 8 | ja |
| | Chaohu Youniya Garments Co., Ltd. | China | nein | 4 | ja |
| | Liwaco Outdoor Sporting Goods Co. Ltd. | China | nein | 23 | ja |
| | Shicheng Hairun Garments Co., Ltd | China | nein | 2 | ja |
| | Silk Trend Garments Co. Ltd. (Ningbo) | China | nein | 8 | ja |
| | Magictex Co. Ltd. | Vietnam | nein | 5 | ja |
| | PS Vina | Vietnam | nein | 15 | ja |
| | Kido Vinh | Vietnam | nein | 10 | ja |
| | Shints TM Co. Ltd. (Quoc Khan) | Vietnam | nein | 10 | ja |
| | Shints-BVT Co. Ltd. | Vietnam | nein | 15 | ja |
| | Spectre Garment Technologies Co. Ltd. | Vietnam | nein | 6 | ja |
| | North Shore Global Ltd. (NSGII) | Myanmar | nein | 5 | ja |
| | Ceres Enterprises Ltd (NSGI) | Myanmar | nein | 5 | ja |
| | Kido Yangon Co. Ltd. | Myanmar | nein | 4 | ja |
| | Sheico (Phnom Penh) Co., Ltd. | Kambodscha | nein | 3 | ja |
| | SYSG Garment Company Limited | Kambodscha | nein | 1 | ja |
| | PT Anggun Kreasi Garmen | Indonesien | nein | 2 | ja |
| Afrika | Shints ETP Garment P.L.C. | Äthiopien | nein | 7 | ja |
| Summe | | | | 7,43 | 100 % |

Für 2021 waren ursprünglich mehr Audits, Trainings und Besuche geplant, diese konnten leider aufgrund der Corona-Pandemie nicht durchgeführt werden.

| % Anteil Einkaufsvolumen | Besuche Fabrik 2021 | Audit | CAP Status | Training |
|--------------------------|---------------------|--------------------------|--------------------|---------------|
| 0,27 | nein | n.v. | n.v. | n.v. |
| 0,03 | nein | n.v. | n.v. | n.v. |
| 1,78 | Ja | SA8000 2020 - 2023 | n.v. | n.v. |
| 2,32 | Ja | SA8000 2020 - 2023 | n.v. | n.v. |
| | Ja | SA8000 2020 - 2023 | n.v. | n.v. |
| 2,02 | nein | SA8000 2020 - 2023 | n.v. | n.v. |
| 1,37 | nein | Dez 21 | in Bearbeitung | n.v. |
| 0,09 | Ja | Exit 2021 | n.v. | nein |
| 1,55 | Ja | Nov 21 | offen | nein |
| 0,28 | Ja | December 2021 | offen | Jul 21 |
| 6,87 | Ja | Nov 21 | offen | Jun 19 |
| 1,30 | nein | Jun 19 | fast abgeschlossen | October 2020 |
| 1,45 | Ja | Jun 19 | abgeschlossen | Okt 21 |
| 0,02 | Ja | Sep 20 | fast abgeschlossen | December 2021 |
| 6,20 | Ja | Okt 20 | teilweise offen | October 2019 |
| 2,83 | Ja | Jul 19 | fast abgeschlossen | Nov 20 |
| 5,99 | Ja | November 2019 | teilweise offen | Dez 19 |
| 5,88 | Ja | März 201 (Sumations) | abgeschlossen | Dez 21 |
| 2,40 | Ja | Mai 19 | fast abgeschlossen | Nov 20 |
| 18,08 | Ja | Okt 20 | teilweise offen | Dez 21 |
| 3,08 | Ja | Jul 20 | fast abgeschlossen | Jun 20 |
| 5,39 | Ja | Nov 18 | abgeschlossen | Sep 19 |
| 8,50 | Ja | Dez 19 | abgeschlossen | Jun 18 |
| 16,67 | Ja | Dez 19 | teilweise offen | Okt 21 |
| 0,11 | nein | Dez 20 | teilweise offen | Jan 20 |
| 1,43 | Ja | n.v. | n.v. | n.v. |
| 2,77 | nein | Sep 18 | abgeschlossen | Dez 20 |
| 1,22 | nein | September 2019 SUMATIONS | abgeschlossen | n.v. |
| 100 % | | | | |

DER SCHÖFFEL STAKEHOLDER-DIALOG

Kontinuierlicher Austausch für neue Impulse. Nachhaltigkeit bedeutet Dialog. Denn nur im Dialog mit direkten Stakeholdern kann Schöffel verantwortungsvoll und damit nachhaltig handeln und wirtschaften.

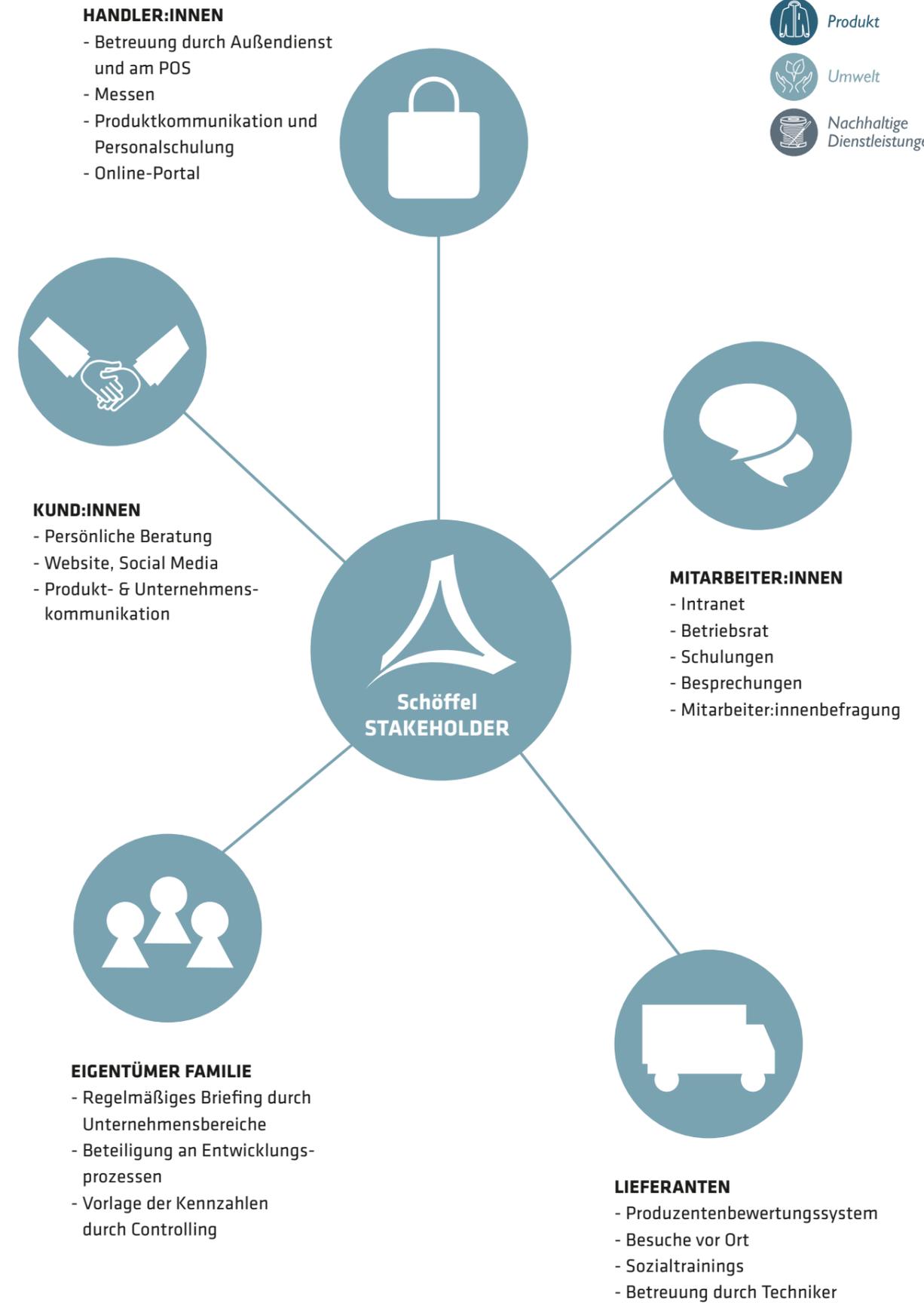
Schöffel Stakeholder sind Menschen, die unmittelbar mit dem Unternehmen in Verbindung stehen, dazu zählen die Familie Schöffel und die Mitarbeiter:innen genauso wie Händler:innen, Lieferant:innen und Kund:innen. Schöffel nutzt unterschiedliche Kommunikationskanäle, um in den Austausch mit seinen Stakeholdern zu treten, sei es um sie zu informieren oder um selbst Feedback auf das eigene Handeln zu erhalten. Dabei sucht das Unternehmen vor allem das Gespräch sowie die persönliche Beratung und Förderung. Diese Kommunikation ergänzt Schöffel durch

digitale Medien sowie Produktinformationen. Darüber hinaus berichtet das Traditionsunternehmen in seinem jährlich erscheinenden Sustainability Report ausführlich über seine Aktivitäten und Fortschritte im Bereich Nachhaltigkeit an seine indirekten Stakeholder. Also an die Gesellschaft, an Nichtregierungsorganisationen (NGOs) und auch an die Politik. Nur wenn alle Interessensgruppen miteinbezogen werden, kann sich Schöffel weiterentwickeln und langfristig erfolgreich sein. Was zählt ist das Gespräch!



Schöffel Mitarbeiter:innen im Dialog mit einem Produktionspartner

-  Sozial
-  Produkt
-  Umwelt
-  Nachhaltige Dienstleistungen





CORRECTIVE ACTION PLAN UND TRAININGSMASSNAHMEN

WAS IST EIGENTLICH EIN CORRECTIVE ACTION PLAN (CAP)?

Bestandteil eines jeden Audit-Berichts ist ein sogenannter CAP, ein Corrective Action Plan. Dieser liefert in Tabellenform eine klare Übersicht der Ergebnisse, die jeweils einem der acht Sozialstandards der FW (S.47) zugeordnet sind. Gleichzeitig enthält der CAP realistische, effektive und messbare Verbesserungsvorschläge und -vorgaben mit einem festgelegten Zeitrahmen. War in einem Betrieb beispielsweise die Anzahl der Überstunden auffällig, führt der CAP diese unter dem Kriterium „angemessene Arbeitszeiten“

zusammen mit einer detaillierten Problembeschreibung und Korrekturmaßnahmen auf. Der CAP wird dem Produzenten zur Bearbeitung übermittelt. Dieser integriert in einem nächsten Schritt umgesetzte oder geplante Verbesserungsmaßnahmen und Fotos, die dann von Schöffel geprüft und gegebenenfalls gemeinsam diskutiert werden. Der CAP ist also die konkrete Arbeitsgrundlage und auch das Protokoll zum Fortschritt der Verbesserungsmaßnahmen.



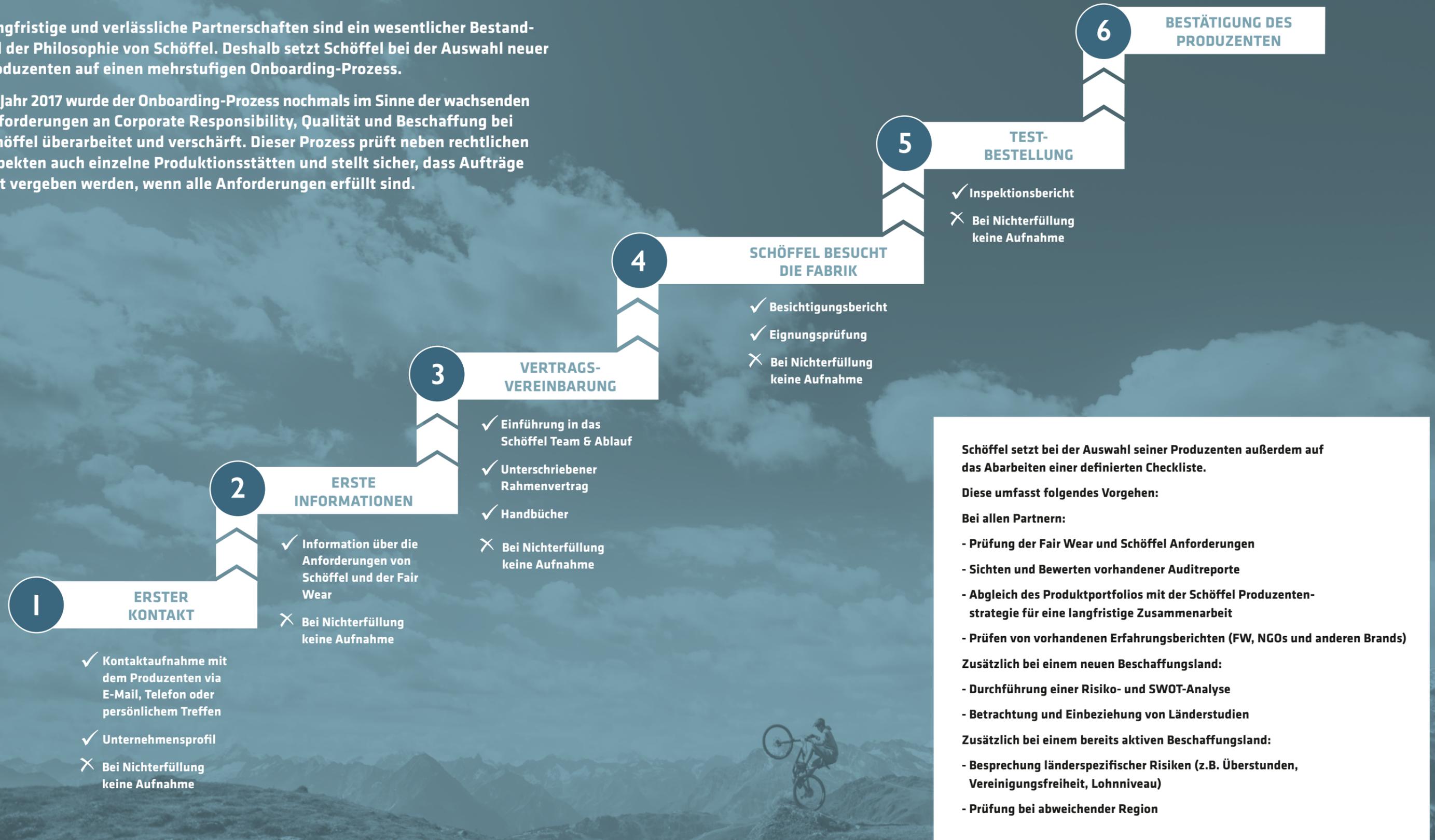
WAS PASSIERT IN EINEM TRAINING?

Ein langfristiges Ziel ist es, eine wertschätzende Kommunikationskultur in den Fabriken zu implementieren. Denn ein offener Dialog zwischen den Mitarbeiter:innen und dem Fabrikmanagement bildet die Basis für eine gemeinsame und stetige Verbesserung der Arbeitsbedingungen. Für eine gute Kommunikationskultur müssen einerseits die Mitarbeiter:innen über ihre Rechte informiert sein und andererseits das Fabrikmanagement Prozesse zur Bearbeitung von Beschwerden umsetzen. Diese Grundlagen vermitteln die FW-Trainings des Workplace Education Program (WEP), die mindestens 10 % der Belegschaft für eine nachhaltige Reichweite besuchen müssen. Da die Trainings ein wichtiges und vor allem effizientes Tool sind, um bestehende Verbesserungen zu stärken und weitere anzustoßen, ermöglicht Schöffel seinen Produzenten, daran teilzunehmen. Ergänzend dazu offerieren unterschiedliche Anbieter (SMART Myanmar; FW) Seminare zu spezifischen Themen. Schöffel hatte im Jahr 2021 verschiedene Trainings für einige Produzenten geplant. Aufgrund der COVID-19-Pandemie sowie den bestehenden Reisebeschränkungen konnten nicht alle Trainingsmaßnahmen wie geplant von der Fair Wear durchgeführt werden. Trotz den Schwierigkeiten haben dennoch vier Produzenten an Trainings teilgenommen.

ONBOARDING-PROZESS FÜR NEUE PRODUZENTEN

Langfristige und verlässliche Partnerschaften sind ein wesentlicher Bestandteil der Philosophie von Schöffel. Deshalb setzt Schöffel bei der Auswahl neuer Produzenten auf einen mehrstufigen Onboarding-Prozess.

Im Jahr 2017 wurde der Onboarding-Prozess nochmals im Sinne der wachsenden Anforderungen an Corporate Responsibility, Qualität und Beschaffung bei Schöffel überarbeitet und verschärft. Dieser Prozess prüft neben rechtlichen Aspekten auch einzelne Produktionsstätten und stellt sicher, dass Aufträge erst vergeben werden, wenn alle Anforderungen erfüllt sind.



VERANTWORTUNGSVOLLE PRODUKTION IN MYANMAR

Myanmar hat sich in den vergangenen Jahren zu einem wichtigen Produktionsland für die Bekleidungsindustrie entwickelt.

Ein gesetzlicher Mindestlohn wurde im Jahr 2015 eingeführt und im März 2018 als Ergebnis verstärkter Gewerkschaftsaktivität erhöht. Die Fair Wear Foundation (FWF) gibt seit Februar 2021 aufgrund eines Militärputsches geänderten politischen Verhältnisse im Land strengere Produktionsanforderungen für die sozialen Rahmenbedingungen vor. Schöffel produziert seit Ende 2017 in Myanmar, aktuell in drei Produktionsstätten. Das Unternehmen unterstützt die Vorgaben der FW für das Land und hat zahlreiche Maßnahmen ergriffen, um diese umfassend zu erfüllen. Dazu zählen:

Verbot für die Zusammenarbeit mit Fabriken, die im direkten Zusammenhang mit dem Militär stehen.

Die Fabriken, mit denen Schöffel in Hanoi (Vietnam) zusammenarbeitet, stehen in keinem Zusammenhang mit dem Militär, da sie sich zu 100% im Besitz von Investoren aus Taiwan und Südkorea befinden.

Veröffentlichung der Namen und Adressen der Fabriken

Siehe S. 32: Übersicht der Produktionspartner und Veröffentlichung über FW.

Darlegung der Gründe für die Produktion in Myanmar vorab gegenüber der FW

Schöffel hat sich erst nach intensiver Überlegung und dem Dialog mit der FW aus ökonomischen und strategischen Gründen und mithilfe eines eigenen Onboarding-Prozesses für Myanmar als Produktionsland entschieden.

Angaben zur Auswirkung der Produktionsaufnahme in Myanmar auf die Auftragsvergabe in anderen Ländern

Das Einkaufsvolumen von Schöffel in Myanmar liegt für alle Fabriken bei 30,56 %. Die Produktionsaufnahme in Myanmar wirkt gegen Kapazitätsengpässe bei zwei bestehenden Produzenten in Vietnam und wurde auch mit Blick auf ein nachhaltiges Überstundenmanagement getroffen.

Vorantreiben des sozialen Dialogs in den Produktionsstätten für die Stärkung bestehender Gewerkschaften und Mitarbeiter:innenvertretungen

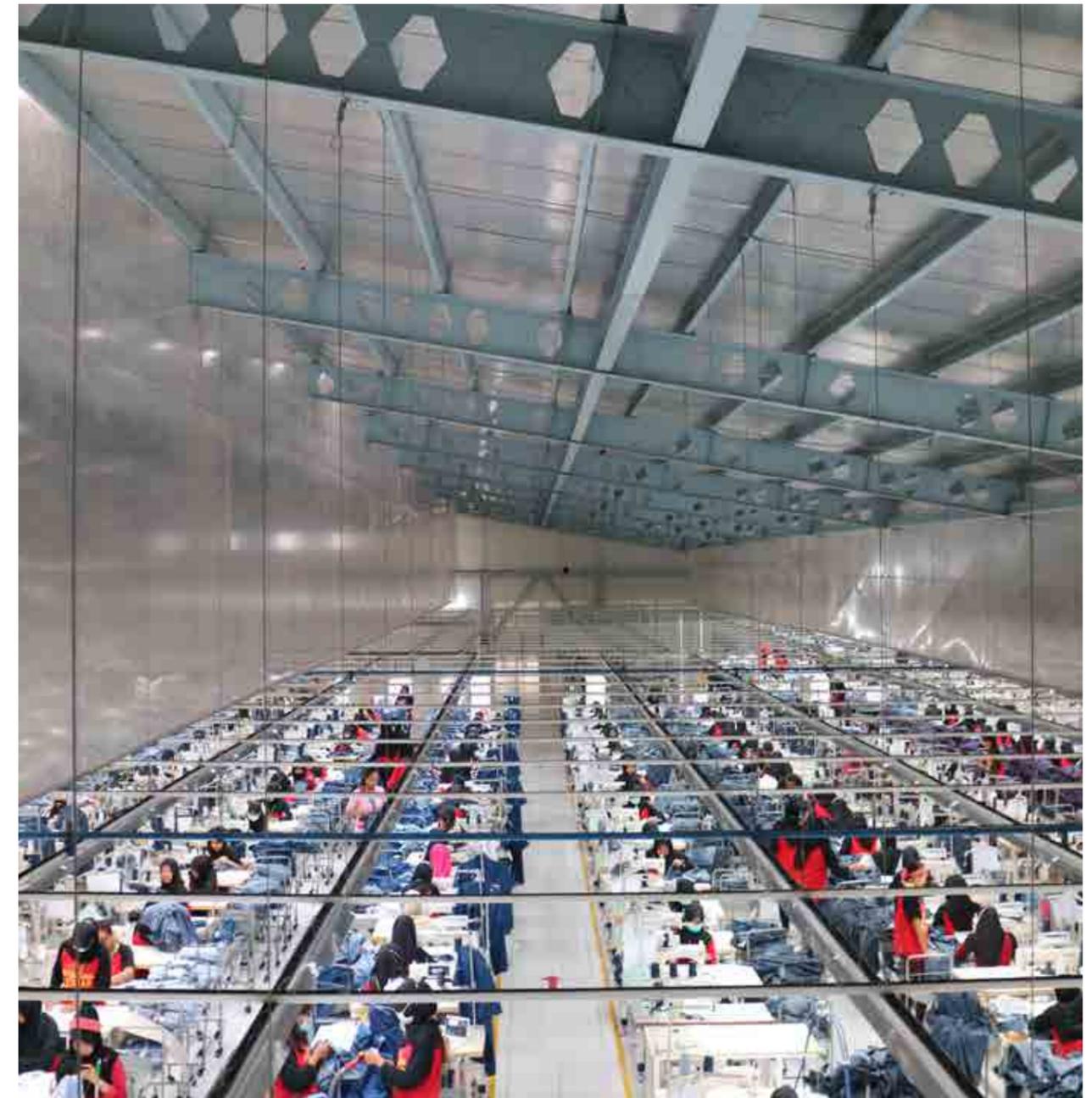
Schöffel organisierte im Jahr 2019 ein Workplace Education Program (WEP) Basic Training durch die FW bei North Shore NSG II. Beim WEP werden Arbeiter und Management bezüglich der acht Arbeitsstandards wie z. B. Vereinigungsfreiheit sowie dem FW Beschwerdesystem geschult. Bei Kido Yangon startete 2019 ein WEP Communication Training. Dieses Training konzentriert sich auf die Verbesserung der Kommunikation zwischen Management und Arbeitskräften durch die Weiterentwicklung der Kommunikationsfähigkeiten und erstreckt sich über ein Jahr. Zusätzlich waren weitere Trainings für die Jahre 2020 und 2021 geplant. Diese konnten allerdings aufgrund der COVID-19-Pandemie sowie den bestehenden Reisebeschränkungen nicht von der Fair Wear durchgeführt werden.

Implementierung konkreter Maßnahmen zur Verbesserung der 8 Arbeitsstandards

Durch Trainings sowie regelmäßige persönliche Besuche und Audits durch Schöffel überprüfen und verbessern wir fortlaufend die acht Arbeitsstandards der FW. Seit der Eröffnung unseres eigenen Büros in Hanoi im Jahr 2018 bildet Schöffel eigenes lokales Personal zu CR-Themen aus. Schöffel hat dafür eine eigene lokale Technikerin in Myanmar im Einsatz. Auf diese Weise kann eine Ansprechpartnerin vor Ort die Fabriken in sozialen Fragen und Anliegen unterstützen.

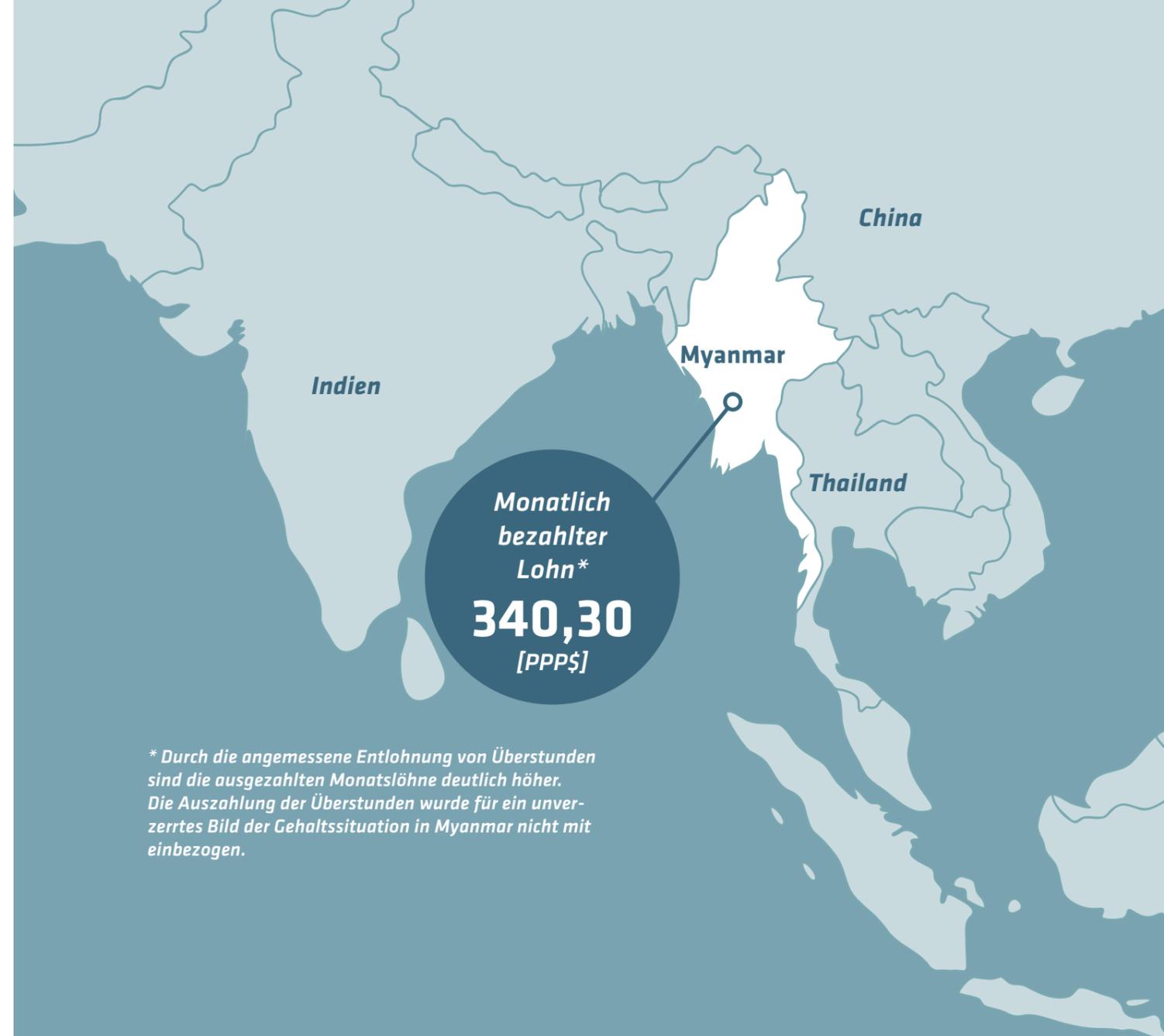
Veröffentlichung der Gehälter aller Fabriken

Ausführliche Informationen zu den Gehaltsstrukturen der Fabriken sind nachfolgend zu finden.



In den Fabriken in Myanmar erfolgen regelmäßige Audits mit daran anknüpfenden Verbesserungsmaßnahmen. Im Jahr 2019 fanden Audits in allen Produktionsstätten statt: North Shore NSG II, North Shore (Ceres) NSG I und Kido Yangon. In einem nächsten Schritt wurden gemeinsam mit den Produzenten die nötigen Verbesserungsmaßnahmen benannt und in einem Korrekturplan festgehalten. Das CR-Team und die lokale Technikerin von Schöffel unterstützen dessen Umsetzung im Zuge eines intensiven Austauschs mit dem jeweiligen Fabrikmanagement. Aufgrund der COVID-19-Pandemie und den bestehenden Reisebeschränkungen sowie dem Militärputsch konnten geplante Audits in den Jahren 2020 und 2021 nicht von der Fair Wear oder anderen Drittparteien durchgeführt werden. Unsere lokale Technikerin besucht die Fabriken und führt regelmäßig Gesundheits- und Arbeitssicherheitschecks durch. Des Weiteren informiert sie Schöffel regelmäßig über die aktuelle Lage in den Fabriken und im Land. Die lokale Technikerin trägt einen erheblichen Teil zur Umsetzung der Sorgfaltspflicht in den Produktionsstätten bei, da sie regelmäßig in den Fabriken ist, die Landessprache spricht sowie die örtlichen Gegebenheiten kennt. Insbesondere während COVID-19 konnte dadurch trotz Reisebeschränkungen die Sorgfaltspflicht vor Ort umgesetzt werden und entsprechende Maßnahmen durchgeführt werden. Die Techniker und Technikerinnen sind unser verlängerter Arm vor Ort.

Der Militärputsch vom 01. Februar 2021 in Myanmar hat die demokratischen und auch wirtschaftlichen Fortschritte und Errungenschaften der vergangenen Jahre in vielen Bereichen zunichtegemacht. Denn die Produktionsbetriebe im Land verfügen über große Erfahrung und viel Know-how in der Fertigung und haben sich als zuverlässige Partner der Branche bewährt. Daher verfolgt Schöffel das weitere politische Geschehen in Myanmar mit großer Sorge. Aus unternehmerischer Sicht fordern Schöffel die massiv eingeschränkte Planbarkeit und damit verbunden die spürbaren Auswirkungen auf die eigene Wirtschaftlichkeit. Gleichzeitig ist sich Schöffel seiner Verantwortung als Auftraggeber bewusst. Ein unmittelbarer Rückzug mit dem Zweck, das eigene Risiko zu reduzieren, wäre nicht im Interesse der Arbeitskräfte, die in politischer wie wirtschaftlicher Hinsicht auf eine stabile Zukunft hoffen. So richtet sich Schöffel nach den aktuellen Statements der Fair Wear Foundation. Schöffel steht im intensiven und regelmäßigen Austausch mit seinen Produktionspartnern in Myanmar und stellt sicher, dass die eigenen Aktivitäten nicht zu Menschenrechtsverletzungen beitragen oder mit dem Militär in Verbindung stehen. Unsere Prinzipien und Wertvorstellungen umfassen außerdem die freie Meinungsäußerung, die Vereinigungsfreiheit und das Streikrecht sowie eine permanente Verbesserung der Arbeits- und Produktionsbedingungen für die Menschen. Zusätzlich zu den regelmäßigen COVID-19-Abfragen wird in regelmäßigen Online-Meetings mit den Produktionspartnern die Situation vor Ort besprochen. Bisher gab es in den betroffenen Produktionsstandorten keine Beschwerden, die in unmittelbarem Zusammenhang mit der politischen Situation stehen. Die Beschwerden, die dieses Jahr gemeldet, bearbeitet und größtenteils bereits gelöst wurden, sind auf Seite 56 zu finden.



** Durch die angemessene Entlohnung von Überstunden sind die ausgezahlten Monatslöhne deutlich höher. Die Auszahlung der Überstunden wurde für ein unverzerrtes Bild der Gehaltssituation in Myanmar nicht mit einbezogen.*

GEHÄLTER BEI DEN PRODUZENTEN IN MYANMAR

Die folgende Darstellung zeigt das Durchschnittsgehalt einer Arbeitskraft in Kaufkraftparität (PPP\$). Bei der Angabe in Kaufkraftparität werden nicht die Kennzahlen verschiedener Währungen über einen Wechselkurs verglichen. Stattdessen wird die Kaufkraft der Währung anhand eines repräsentativen Warenkorb bestimmt – also was sich die Mitarbeiter:innen von ihren burmesischen Gehältern „leisten“ können. Der gesetzliche Mindestlohn liegt seit März 2018 in Myanmar bei 4.800 MMK für einen achtstündigen Arbeitstag (=144.000 MMK / 331,25 PPP\$ im Monat). Durch die aktiven Forderungen der Gewerkschaften hat seit 2015 eine Anhebung von 33 % stattgefunden. Durch diese Steigerung konnte der Abstand zum existenzsichernden Lohn weiter vermindert werden. Eine stetige Anhebung der Löhne

ist dabei ein wichtiger Schritt, um die Lücke zu existenzsichernden Löhnen zu schließen. Aufgrund der Covid-19-Pandemie sowie der derzeitigen Situation wurden Bestrebungen einer erneuten Anhebung des Mindestlohnes bis auf Weiteres verschoben. Die Angaben stammen aus dem Jahr 2019 und beziehen sich auf den Durchschnitt in allen Fabriken. Aktuellere Daten werden im Rahmen der nächsten Audits voraussichtlich im Jahr 2022 erhoben, da in den Jahren 2020 und 2021 aufgrund der Reisebeschränkungen keine Audits von Fair Wear und anderen Drittparteien durchgeführt werden konnten.

Zur Berechnung der Kaufkraft wurde der Umrechnungsfaktor der Weltbank genutzt: Myanmar-Umrechnungsfaktor 2019: 434,714 [Einheiten in Lokalwährung pro internationale \$] <https://data.worldbank.org/indicator/PA.NUS.PRVT.PP?end=2019&locations=MME-start=2019&view=map>

ACHT RICHTLINIEN FÜR FAIRE ARBEITSBEDINGUNGEN

CODE OF LABOUR PRACTICES

Die Zusammenarbeit von Unternehmen und der Fair Wear Foundation basiert auf den "Code of Labour Practices". Diese acht Sozialstandards sind von der ILO Convention (deutsch: IAO - Internationale Arbeitsorganisation) und der Menschenrechts-erklärung der United Nations abgeleitet. Damit basieren die FW Code of Labour Practices auf international anerkannten und in der Tripartite-Gesprächsrunde diskutierten Standards.



Das Beschäftigungsverhältnis muss freiwillig sein

Zwangsarbeit, einschließlich Schuldknechtschaft oder Gefängnisarbeit, ist nicht erlaubt. (IAO-Abkommen 29 und 105)



Keine Diskriminierung im Arbeitsverhältnis

Einstellung, Lohnpolitik, Zugang zu Fortbildungen, Beförderungsregeln, Beendigung von Beschäftigungsverhältnissen, Ausscheiden aus dem Arbeitsleben und alle anderen Aspekte eines Beschäftigungsverhältnisses müssen auf dem Prinzip der Chancengleichheit basieren und unabhängig von Hautfarbe, Geschlecht, Religion, politischer Gesinnung, Gewerkschaftsmitgliedschaft, Nationalität, sozialer Herkunft, Schwächen oder Behinderungen erfolgen. (IAO-Abkommen 100 und 111)



Keine Kinderarbeit

Kinderarbeit ist strengstens verboten. Das Mindestanstellungsalter für Erwerbsbeschäftigung darf nicht unter dem nationalen Pflichtschulalter und generell nicht unter 15 Jahren liegen. (IAO-Abkommen 138)

Es darf keine Form der Sklaverei oder sklavereiähnliche Zustände wie Kindesverkauf und -handel, Schuldknechtschaft, Leibeigenschaft oder Zwangsarbeit geben. Kinder (zwischen 15 und 18) dürfen keine Arbeiten ausführen, „die ihrer Natur nach oder aufgrund der Umstände, unter denen sie verrichtet werden, voraussichtlich für die Gesundheit, die Sicherheit oder die Sittlichkeit von Kindern schädlich sind.“ (IAO Abkommen 182)



Vereinigungsfreiheit und das Recht auf Kollektivverhandlungen

Das Recht aller Arbeiter und Arbeiterinnen, Gewerkschaften zu gründen und ihnen beizutreten, sowie kollektivvertragliche Verhandlungen zu führen, wird vom Arbeitgeber anerkannt. (IAO-Abkommen 87 und 98) In Fällen, in denen die Vereinigungsfreiheit und das Recht auf Kollektivverhandlungen gesetzlich eingeschränkt sind, wird das Unternehmen für die Beschäftigten entsprechende Alternativen anbieten und ermöglichen. Die ArbeitnehmervertreterInnen dürfen in ihrer Funktion nicht behindert werden und müssen bei der Ausführung ihrer Vertretungsfunktionen Zugang zu allen Arbeitsplätzen erhalten. (IAO-Abkommen 135 und Empfehlung 143)



Zahlung eines „existenzsichernden Erwerbseinkommens“

Löhne und Zuschläge für eine normale Arbeitswoche müssen zumindest dem gesetzlichen oder branchenüblichen Minimum entsprechen und stets ausreichen, um die Grundbedürfnisse der ArbeiterInnen und ihrer Familien zu befriedigen, sowie darüber hinaus ein bestimmtes, frei verfügbares Einkommen beinhalten. (IAO Abkommen 26 und 131) Lohnabzüge als Disziplinarmaßnahme sind nicht erlaubt. Weiterhin sind Lohnabzüge nicht gestattet, die nicht durch die nationale Gesetzgebung begründet sind. Die Summe der Abzüge darf nicht dazu führen, dass der/die Beschäftigte weniger als den gesetzlichen Mindestlohn erhält. Alle Arbeitnehmer*innen werden angemessen und genau über die Lohnbestandteile einschließlich des Lohnsatzes und des entlohnten Zeitraumes informiert.



Keine exzessiven Arbeitszeiten

Die Arbeitszeiten müssen den gesetzlichen Bestimmungen und branchenüblichen Standards entsprechen. Die Regelarbeitszeit darf 48 Stunden pro Woche nicht überschreiten. Innerhalb eines Zeitraums von sieben Tagen muss ein freier Tag gewährt werden. Überstunden müssen auf freiwilliger Basis erfolgen, dürfen 12 Stunden pro Woche nicht überschreiten und nicht regelmäßig abverlangt werden. Überstunden müssen mit einer Mehrarbeitszulage zum Lohn kompensiert werden. (IAO-Abkommen1)



Sicherheit und Gesundheitsschutz am Arbeitsplatz

Das Arbeitsumfeld muss sauber und sicher sein. Der Arbeitgeber verpflichtet sich, optimalen Arbeits- und Gesundheitsschutz zu fördern, der sich am aktuellen Kenntnisstand hinsichtlich eventueller Gefahren orientiert. Besondere Aufmerksamkeit ist den branchenspezifischen Arbeitsrisiken zu widmen. Regeln zur größtmöglichen Unfallverhütung und Minimierung von Gesundheitsrisiken sind umzusetzen. (in Anlehnung an IAO-Abkommen 155) Körperliche Misshandlung, Androhung körperlicher Misshandlung, unübliche Strafen oder Disziplinarmaßnahmen, sexuelle und andere Belästigungen sowie Bedrohungen durch den Arbeitgeber sind verboten.



Rechtsverbindliches Beschäftigungsverhältnis

Die arbeits- und sozialrechtlichen Verpflichtungen gegenüber den Arbeitnehmern und Vorschriften, die sich aus dem regulären Beschäftigungsverhältnis ergeben, dürfen nicht durch den Einsatz von Leiharbeitsarrangements oder von Ausbildungsprogrammen umgangen werden, die nicht auf die Vermittlung von Fähigkeiten oder einer regulären Beschäftigung abzielen. Jüngere Beschäftigte müssen die Gelegenheit erhalten, an Ausbildungs- und Trainingsprogrammen teilzunehmen.



Schnittschutzhandschuhe beim Zuschnitt



IMPLEMENTIERUNG UND KONTROLLE DER SOZIALSTANDARDS (CoLP)



Die Strategie zur Implementierung und Kontrolle der Sozialstandards (CoLP) bei Schöffel basiert auf drei Grundpfeilern:

KOMMUNIKATION UND STAKEHOLDERDIALOG

- FW Mitgliedschaft, Nutzung von Länderstudien
- Regelmäßiger Austausch mit Anspruchsgruppen (Roundtables, Multistakeholdertreffen)
- Regelmäßiger Austausch im Branchenverband und in Arbeitsgruppen
- Regelmäßiger Austausch mit Lieferanten

SCHULUNG, KONTROLLE, VERBESSERUNGSMASSNAHMEN

- Regelmäßige Risikobewertung
- Erfassung aller Produktionsstätten
- Audits (FW Teams, zertifizierte Auditoren)
- Besuche der Betriebe durch Bekleidungstechniker
- Umsetzung korrekativer Maßnahmen
- Schulungsmaßnahmen

TRANSPARENZ UND VERIFIZIERUNG

- Beantwortung von Fragebögen
- jährliche Berichterstattung
- jährlicher Brand Performance Check durch FW
- Verifizierungsaudits der FW
- Veröffentlichung von Beschwerden



SCHÖFFEL AUDIT-ERGEBNISSE 2021

Schöffel produziert in verschiedenen Ländern weltweit. Für alle Produzenten, mit denen das Familienunternehmen dort zusammenarbeitet, gilt die Einhaltung der acht Arbeitsstandards der Fair Wear: Freie Arbeitswahl, keine Diskriminierung am Arbeitsplatz, keine Ausbeutung durch Kinderarbeit, Vereinigungsfreiheit und Recht auf Kollektivverhandlungen, Zahlung existenzsichernder Löhne, angemessene Arbeitszeiten, sichere und gesundheitsverträgliche Arbeitsbedingungen und ein rechtsverbindliches Arbeitsverhältnis. Diese acht Sozialstandards sind von der ILO Convention (deutsch IAO – Internationale Arbeitsorganisation) und der Menschenrechtserklärung der Vereinten Nationen abgeleitet. Damit basieren sie auf international anerkannten und in einer Tripartite-Gesprächsrunde diskutierten Standards. Hinzu kommt als Grundvoraussetzung für eine Zusammenarbeit mit unseren Partnern, die Zahlung des gesetzlichen Mindestlohns (falls vorhanden). Denn dies wird als Basis für die Arbeit an existenzsichernden Löhnen verstanden.

WAS IST EIGENTLICH EIN AUDIT?

Jedes Mitglied der Fair Wear (FW) ist verpflichtet, alle Produzenten, die nicht zum „Tail-End“ gehören, durch die unabhängigen Audits der FW in einem Zeitrahmen von drei Jahren mindestens einmal überprüfen zu lassen. „Tail-End“ bezeichnet Fabriken, die weniger als 2 % der Gesamtproduktionskosten ausmachen oder bei denen Schöffel unter 10 % der Produktionskapazität einnimmt. Im Jahr 2021 haben 5 Produzenten von Schöffel solche Sozialaudits durchlaufen. Audits überprüfen den Stellenwert von allgemeingültigen Arbeitsstandards und ihre Umsetzung in Produktionsbetrieben. Die Fair Wear entsendet zu diesem Zweck regelmäßig mehrere Auditoren, die den jeweiligen Produktionsbetrieb anhand von acht sozialen Anforderungen durchleuchten: Die Auditoren prüfen alle relevanten Arbeitsdokumente wie Personalverträge oder Überstundennachweise, suchen das Gespräch mit den Mitarbeiter:innen – auch außerhalb des Betriebs –

und checken die Sicherheitsvorkehrungen vor Ort. Die Resultate werden dann in einem Audit-Bericht festgehalten und an Schöffel weitergeleitet. Anschließend werden diese mit der Fabrik besprochen und gemeinsam kontinuierlich an Lösungen und Verbesserungen gearbeitet.

WARUM SCHÖFFEL IN ASIEN PRODUZIERT?

Schöffel produziert in Asien, da sich dort im Laufe der vergangenen Jahrzehnte die fachliche textile Expertise konzentriert hat. Die Produktionsbetriebe vor Ort verfügen zudem über die benötigten Maschinen zur Herstellung von Funktionskleidung. Außerdem wird ein Großteil der Funktionsstoffe in Asien gefertigt, so dass damit auch die Transportwege zwischen den einzelnen Produktionsstandorten kürzer sind.



CHINA

Die größten Herausforderungen liegen unter anderem in den Bereichen Arbeitszeiten und Entlohnung. Grund hierfür sind unter anderem die branchenüblichen kurzen Vorlaufzeiten und die Bezahlung der Arbeiter nach dem Stücklohnsystem. Dies kann unter anderem auch dazu führen, dass Überstunden nicht korrekt erfasst und bezahlt werden. Aufgrund der Tatsache, dass es nur eine staatliche Gewerkschaft gibt, können Hindernisse bei der Vereinigungsfreiheit auftreten. Aus diesem Grund weist Schöffel in Gesprächen mit den Produzenten kontinuierlich darauf hin, dass ein demokratisch gewählter Betriebsrat bei der Lösung von Problemen auf Fabrikebene sehr hilfreich ist. Auch der Bereich Gesundheits- und Arbeitssicherheit stellt Herausforderungen bei den Produzenten dar, die Schöffel konstant prüft. Bei der Arbeit an existenzsichernden Löhnen gilt die Zahlung des Mindestlohns als Basis, welche eine Grundvoraussetzung für die Zusammenarbeit mit den Produzenten darstellt. Ein weiterer Bereich, auf den geachtet werden muss, ist das Thema Zwangsarbeit, besonders in der Region Xinjiang. Schöffel verbietet grundsätzlich jegliche Form von Zwangsarbeit, dies wird durch unsere Code of Labour Practices bereits beim Onboarding-Prozess von den Produzenten bestätigt. Zusätzlich gilt für alle Produzenten und Lieferanten von Schöffel für die Region Xingjiang das Verbot, jegliches Material inklusive Baumwolle, welches hergestellt oder verarbeitet wird, sowie jegliche andere Produkte und Dienstleistungen einzusetzen.

Weijie Garment Co. Ltd. / ASI headwear (Shanghai) - 10787

Die Fabrik von Weijie Garment Co. Ltd. gehört zu unserem Produzenten Asian Sourcing International. Eine Geschäftsbeziehung besteht seit dem Jahr 2017. Die Durchführung des Audits fand im Dezember 2021 statt. Dabei wurde ermittelt, dass die Löhne noch nicht das Niveau erreicht haben, welche von Asia Floor Wage vorgeschlagen wurde. Dafür besteht ein interner Beschwerdemechanismus und es liegen keinerlei Verstöße gegen die Arbeitszeitrege-



lungen vor. Während keine Verstöße im Bereich Gesundheit und Sicherheit festgestellt wurden, muss die Fabrik jedoch ihr Management in Bezug auf Schutzausrüstungen und Brandschutz verbessern.

Nordsun Outdoor Products Co. Ltd. - 13163

Nordsun Outdoor Products Co. Ltd. ist eine Fabrik von unserem langjährigen Partner Northsky, mit der Schöffel seit 2014 zusammenarbeitet. Das Audit fand im November 2021 statt und wurde von Global Services durchgeführt. Es zeigte Mängel im Bereich Arbeits- und Gesundheitsschutz, insbesondere beim Feuerschutz und persönlicher Schutzausrüstung. Weitere Verbesserungsmaßnahmen bestehen bei der Fabrik außerdem in Bezug auf angemessene Entlohnung und Arbeitszeit, sowie Kommunikation und einer Maßnahme im Bereich des Management-Systems. Des Weiteren gilt es, die Aufklärung der Arbeiter über die acht Arbeitsstandards auszuweiten. Dafür ist ein Training für das Jahr 2022 geplant.



VIETNAM

Vietnam ist ein wichtiger Akteur in der globalen Bekleidungsindustrie, besonders im Outdoor-, Sport- und Schuhbereich. Die Textil- und Bekleidungsindustrie ist inzwischen die zweitgrößte Industrie des Landes und trägt somit einen großen Teil zur positiven Wirtschaftsentwicklung bei. Durch das neue Freihandelsabkommen zwischen der Europäischen Union und Vietnam wird die Bekleidungsindustrie voraussichtlich weiterwachsen. Aufgrund dessen arbeitet Vietnam an Verbesserungen bei den sozialen Arbeitsstandards, vor allem im Bereich Vereinigungsfreiheit, welche eine der größten Herausforderungen darstellt. Dies lässt sich in der Existenz von nur einer staatlichen Gewerkschaft begründen. Arbeiter:innen ist somit erschwert, sich selbst zu organisieren und die Arbeitsbedingungen zu verbessern. Des Weiteren sind

auch Überstunden ein großes Thema in vielen vietnamesischen Textilfabriken. Herausforderungen betreffen zudem nicht ordnungsgemäß umgesetzte Kündigungsrichtlinien, unvollständige Arbeitsverträge sowie ein geringes Bewusstsein der Arbeitnehmer für ihre Rechte und Pflichten. Auch im Gesundheits- und Arbeitsschutz gibt es teilweise noch Nachholbedarf, besonders im Bereich Sicherheit und im Umgang mit Chemikalien. Schöffel hat an alle Produzenten unter anderem die Chemikalienvideos des Textilbündnisses versendet, um die Produzenten bei dem Aufbau oder der Verbesserung der ordnungsgemäßen und umweltgerechten Betriebsführung zu unterstützen. Die meisten der Schöffel Produzenten haben zusätzlich zu den FW-Audits bereits an unterschiedlichen FW-Trainings teilgenommen. Diese Trainings konzentrieren sich auf die Bewusstseinsbildung über die Rechte eines Arbeitnehmers und die Kommunikation innerhalb der Fabrik.

Kido Vinh - 5309

Mit Kido, einem langjährigen Produktionspartner, kollaboriert Schöffel schon seit vielen Jahren. Kido Vinh ist eine Fabrik von Kido, bei der Schöffel seit 2012 Hosen und Jacken fertigen lässt. Bei diesem Produzenten fanden die Auditoren im Audit 2021 sowohl in der Managementpraxis als auch im Bereich Gesundheits- und Arbeitssicherheit die meisten Beanstandungen, wie beispielsweise, dass die Sicherheitsdatenblätter nicht den internationalen Vorgaben entsprechen. Zusätzlich gab es einige Verbesserungsmaßnahmen in den Bereichen Löhne und Diskriminierung, hier gilt es, die Bewertungskriterien zur Festlegung der Qualifikationsniveaus der Mitarbeiter:innen sowie den Prozess der Bewertung transparenter zu gestalten. Die Fabrik hat bereits alle zehn festgestellten Mängel beziehungsweise Optimierungsmaßnahmen umgesetzt. Im nächsten Audit werden die Verbesserungen kontrolliert.



ALBANIEN

Albanien hat eine lange Tradition in der Produktion von Textilien und Schuhen, die zu den wichtigsten Industrieprodukten im Export zählen. Das Land hat einen Stabilisierungs- und Assoziierungspakt mit der EU abgeschlossen. Die größten Herausforderungen sind die Vereinigungsfreiheit und Diskriminierung. Besonders im Bereich Gender Pay Gap zeigt sich die Diskriminierung, Männer verdienen im Schnitt bis zu 27 % mehr als Frauen. Alle Schöffel Produzenten bestätigen die Einhaltung der acht Arbeitsstandards und werden regelmäßig mithilfe von persönlichen Besuchen, Besuchen von Dritt-Parteien und Audits überprüft. Die Fabrik wurde als Unterstützung für einen unserer Produktionspartner aus Kapazitätsgründen dieses Jahr neu aufgenommen. Da dies der erste Produzent in Albanien ist, wurde im Rahmen unseres Onboarding-Prozesses eine SWOT-Analyse sowie eine Risikoanalyse durchgeführt.

Albaconf shpk - 33873

Albaconf shpk ist eine Fabrik von Stamperia, dem langjährigen Partner in Italien, die erstmals im Jahr 2021 als Produzent bei Schöffel aufgenommen wurde. Das Audit erfolgte Anfang November 2021. Insgesamt wurden von den Auditor:innen 15 Verbesserungsmaßnahmen vorgeschlagen. In den Bereichen Arbeits- und Gesundheitsschutz sowie Management-Praxis wurden die meisten Beanstandungen gefunden. Herausforderungen betreffen zudem auch die ordnungsgemäße Erfassung der Arbeitszeit, inklusive der Überstunden und Abwesenheiten, um auch einen besseren Überblick über den Bereich Löhne zu bekommen. Das Fabrikmanagement ist sehr bemüht, auf die Anmerkungen einzugehen, um die verschiedenen Punkte zu beheben. Da das Audit erst im November durchgeführt wurde, wurden dementsprechend erst einige Maßnahmen umgesetzt. Als weitere Unterstützung der Fabrik ist für nächstes Jahr ein Training zu den acht Arbeitsstandards und dem Beschwerdesystem der FW eingeplant.



ITALIEN

Italien gehört mit zu einem der wichtigsten Länder der europäischen Textil- und Bekleidungsindustrie. Die Exporte, insbesondere nach China, USA, sowie in die Schweiz, sind in den letzten Jahren stetig angestiegen. Italiens Produktion umfasst neben der Fast-Fashion auch Luxus-Produkte, was unterschiedliche Marken und Märkte anzieht. Die größte Herausforderung in Italien liegt im Bekleidungssektor aufgrund der eher geringen Fabrikgrößen in der Schlüsselrolle von sogenannten Subunternehmen. Diese Unteraufträge werden vor allem an chinesischen Subunternehmen mit Sitz in Italien vergeben, vorrangig in folgenden Regionen: Lombardei, Toskana und Venetien. Insbesondere Migranten, die in den Subunternehmen arbeiten, sind unter anderem von Überstunden sowie schlechterer Bezahlung betroffen. Herausforderungen betreffen zudem auch unvollständige Arbeitsverträge sowie ein geringes Bewusstsein der Arbeitnehmer*innen für ihre Rechte und Pflichten und die Gesundheits- und Arbeitssicherheit. Ein weiterer Bereich, auf den geachtet werden muss ist die Vereinigungsfreiheit, da insbesondere in Fabriken der tieferen Lieferkette niedrige gewerkschaftliche Organisationsgrade vorherrschen. Schöffel kooperiert mit einem kleinen Familienbetrieb bereits seit 13 Jahren und kennt den Betrieb persönlich. Zudem wird der Betrieb regelmäßig von Schöffel-Mitarbeiter:innen besucht. Des Weiteren verbietet Schöffel generell vertraglich allen Partnern / Produzenten Subcontracting.

Stamperia Alicese S.R.L - 3923

Seit 2008 produziert Stamperia Alicese S.R.L unter anderem Skianzüge für Schöffel und seit 2020 auch Teile der Bike-Kollektion. Da die Fabrik in Italien bereits einen sehr hohen Standard bei den Arbeitsbedingungen vorweisen kann, gab es im durchgeführten Audit Anfang Dezember 2021 kaum Beanstandungen. Die wenigen Verbesserungsmaßnahmen liegen im Bereich Gesundheits- und Arbeitssicherheit. Beispielsweise wurde ein kleines Versäumnis in Bezug auf die Kennzeichnung beobachtet (an einer Reinigungsflasche fehlt das Warnzeichen), dafür hat die Fabrik ein wirksames System zum Umgang mit Chemikalien. Die Fabrik hat bereits alle Punkte konsequent umgesetzt. Zusätzlich ist für das Jahr 2022 ein Training geplant.

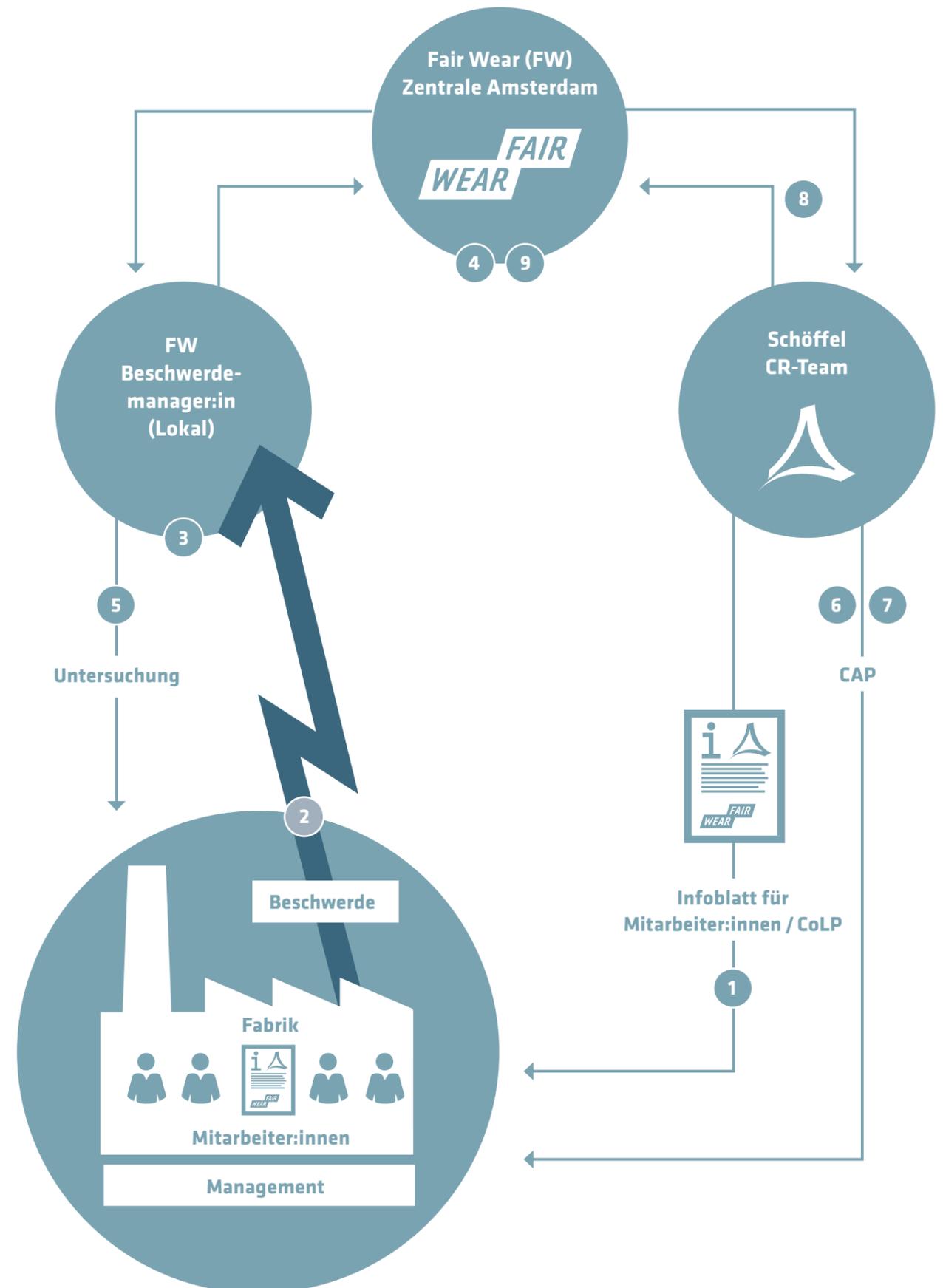
DAS FAIR WEAR BESCHWERDESYSTEM

Zusätzliche Absicherung zur Einhaltung der Sozialstandards in den Produktionsbetrieben

Durch das Fair-Wear-Beschwerdesystem haben Mitarbeiter:innen in den Produktionsbetrieben die Möglichkeit, sich bei Problemen direkt an eine unabhängige Stelle zu wenden. Die Kontaktdaten des/der Beschwerdemanager:in sowie die Arbeitsrichtlinien Code of Labour Practice (CoLP) werden mittels Informationstafel in jedem Betrieb an einer frei zugänglichen Stelle ausgehängt und durch Trainings oder während Interviews bei Sozialaudits kommuniziert.

FW und Schöffel nehmen Beschwerden sehr ernst und setzen sich für eine schnelle Verbesserung des Zustandes ein.

Nach Prüfung der Beschwerde wird diese an die FW-Zentrale nach Amsterdam und auch an Schöffel gemeldet. Es folgt eine eingehende Untersuchung der Umstände. Gemeinsam mit dem Produktionspartner und dem/der Beschwerdeführer:in erarbeitet das Schöffel CR-Team einen Korrekturplan zur Lösung des Problems. Das System steht nicht nur den Arbeiter:innen, sondern auch NGOs, Gewerkschaften oder den Partnerunternehmen zur Verfügung.



BESCHWERDEN VON PRODUKTIONS-MITARBEITER:INNEN 2021

Die Vorgaben der Fair Wear (FW) zu den sozialen Standards an den Produktionsorten ihrer Mitgliedsunternehmen sind streng und werden genau überwacht. Eine wesentliche Vorgabe besteht darin, den Mitarbeiter:innen der einzelnen Betriebe die Möglichkeit zu Beschwerden zu geben – und zwar anonym, so dass Kritik auch frei geäußert werden kann. Dies ist eine Grundvoraussetzung, um nachhaltig die Arbeitsbedingungen vor Ort zu verbessern.

Im Jahr 2021 sind 7 Beschwerden von Produzenten-mitarbeiter:innen bei der Fair Wear eingegangen. Zudem wurden 4 Beschwerden aus 2020 im Berichtsjahr weiterverfolgt. Die Anzahl der Beschwerden wird grundsätzlich positiv bewertet, denn es zeigt, dass immer mehr Mitarbeiter:innen ihre Rechte nutzen. Nur wenn sie Missstände melden, können diese behoben und eine nachhaltige Verbesserung der Arbeitsbedingungen umgesetzt werden. Dies war in folgenden Produktionsstandorten der Fall:

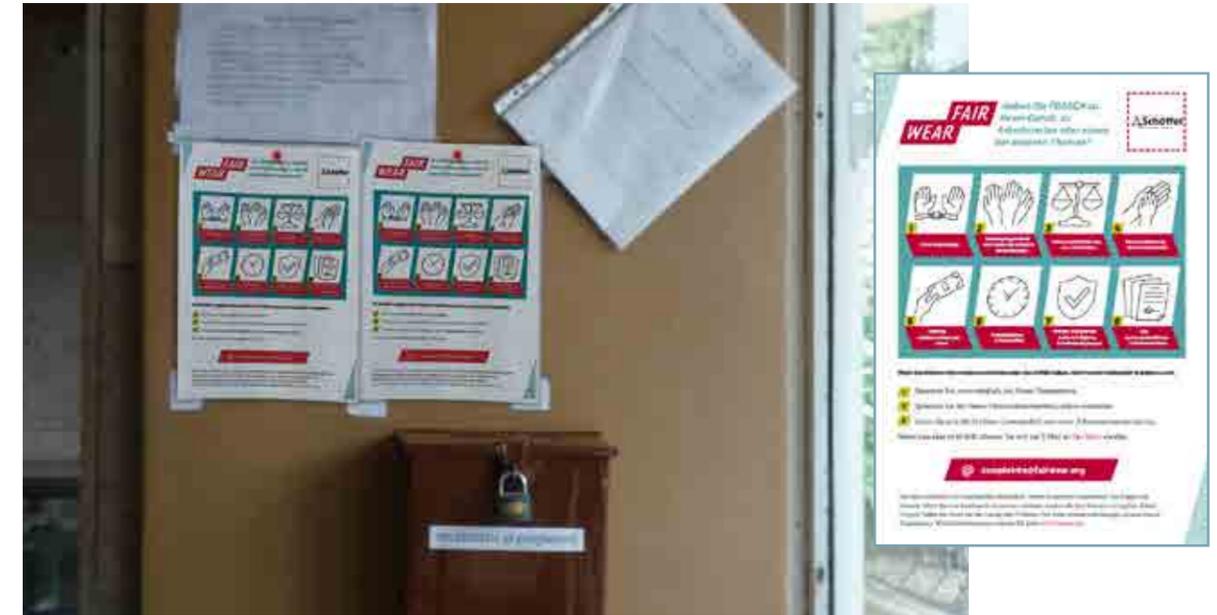
Fabrik 10775 (North Shore Global Ltd. (NSGII):

Ende Januar 2020 wurde aus einem Produktionsstandort in Myanmar folgende Beschwerde eingereicht: Der Beschwerdeführer berichtete, dass die verantwortliche Nähband-Leiterin die Kollegen häufig beschimpfe und dies nicht mehr tragbar ist. Des Weiteren wüsste der Vorgesetzte über die Beschimpfungen Bescheid weiß, schreitet aber nicht ein. Schöffel reagierte sofort mit einer andern Brand und bat die Fabrik um eine Stellungnahme. Das Fabrikmanagement teilte mit, dass diesbezüglich ein Treffen mit der Personalabteilung, dem Fabrikmanagement und dem CSR-Manager stattgefunden hat. Des Weiteren werden Schulungen für alle Mitarbeiter:innen der Managementebene, inklusive Vorgesetzte und Nähbandleiter zum Thema Kommunikation organisiert, um Beschimpfungen am Arbeitsplatz zu stoppen und einen höflichen Umgang miteinander zu fördern. Auch soll das interne Beschwerdesystem für die Arbeiter weiter

verbessert werden, um in Zukunft solche Vorfälle effektiv intern zu lösen. Die Brands haben von der Fabrik die jeweiligen Unterlagen zu den Schulungen, Richtlinien und dem Beschwerdesystem angefordert, so dass die durchgeführten Maßnahmen von Fair Wear überprüft werden können. Ende Februar meldete der Beschwerdeführer Fair Wear, dass er noch keine Veränderungen beim Verhalten der Nähband-Leiterin bemerkt hat. Fair Wear informierte ihn über die vom Fabrikmanagement in Zukunft durchgeführte Maßnahmen. Die Brands verfolgten aus diesem Grund weiter die Maßnahmen und teilten Fair Wear mit, dass im Juni eine Schulung zur Kommunikation mit den Vorgesetzten stattgefunden hat. Aufgrund von COVID-19 gestaltete sich eine Überprüfung der stattgefundenen Maßnahmen, insbesondere die Nachfrage bei den Mitarbeiter:innen der Fabrik, schwieriger. Da geeignete Maßnahmen hierzu vom Fabrikmanagement ergriffen wurden, wurde der Fall von der Fair Wear abgeschlossen.

Fabrik 3917 (PS Vina):

Ende Februar 2020 meldeten sich drei ehemalige Mitarbeiter:innen einer vietnamesischen Firma bei der Fair Wear Hotline mit folgender Beschwerde: Nach der Kündigung hatten die Mitarbeiter:innen die ihnen zustehende Abgangsentschädigung von der Fabrik nicht bekommen. Die Mitarbeiter:innen hatten auf Empfehlung von Fair Wear zunächst bei der Fabrik nachgefragt, diesen Umstand zu überprüfen. Die Abgangsentschädigung wurde



Sozialstandards mit der lokalen Beschwerdeline und Beschwerdebox gut sichtbar für die Mitarbeiter:innen angebracht

ohne weitere Angaben von Gründen abgelehnt. Die Fair Wear Brands informierten die Fabrik umgehend über diese Beschwerden und wiesen darauf hin, dass es sich bei Abgangsentschädigungen um gesetzliche Anforderungen handelt und diese von der Fabrik zu leisten sind. Basierend auf Interviews mit den Beschwerdestellern bestätigte Fair Wear, dass es mehrere Beschwerden in Bezug auf Abgangsentschädigungen bei der Fabrik gegeben hat und von acht Mitarbeiter:innen vier bereits ihre Abgangsentschädigung erhalten haben. Bei zwei Mitarbeiter:innen gab das Fabrikmanagement an, dass die Kündigung nicht rechtmäßig war und somit keine Abfindung seitens der Fabrik geleistet wird. Die Arbeiter wiederum gaben an rechtmäßig gekündigt zu haben. Nach Absprache der Fair Wear Brands mit der Fabrik haben auch diese beiden Mitarbeiter:innen nun die Abgangsentschädigung, sowie ihr Sozialversicherungsbuch erhalten. Die anderen beiden ehemaligen Arbeiter:innen hatten bereits im Jahr 2017 gekündigt und das Fabrikmanagement gab an, dass diese aufgrund der zurückliegenden Kündigung keine Abfindung erhalten. Da sich diese Beschwerde als ein grundsätzliches Thema in der Fabrik herausstellte, forderten die Brands eine Aufstellung aller ehemaligen Mitarbeiter:innen an, die eine Abgangsentschädigung forderten. All diese Beschwerden wurden nun aufgearbeitet. Im Februar 2021 haben nur zwei ehemalige Mitarbeiter:innen ihre Abgangsentschädigung noch nicht abgeholt. Zurzeit wird noch die Überprüfung der Fair Wear abgewartet, um die

Beschwerden final abzuschließen.

Fabrik 3917 (PS Vina):

Mitte August 2021 meldete sich ein ehemaliger/e Mitarbeiter:in einer vietnamesischen Firma bei der Fair Wear Hotline mit folgender Beschwerde: Die Fabrik hatte dem/Leiter:in des Feuerwehrteams der Fabrik keine gesetzliche Vergütung gezahlt. Der/Die Beschwerdeführer:in hat neben der Haupttätigkeit jahrelang als Leiter:in des Feuerwehrteams gearbeitet, bekam aber laut eigener Aussage nie die monatliche Unterstützung dafür. Der/Die Beschwerdeführer:in fordert, dass die Fabrik ihr für die Zeit, die sie als Leitung der Feuerwehr gearbeitet hat, die gesetzlich vorgegebene Zulage nachzahlt. Zusätzlich zur Beschwerde wurde dieses Problem bereits während eines Audits im Jahr 2019 festgestellt. Nach einer internen Untersuchung bestätigte die Fabrik, dass eine Teilzahlung an den Beschwerdeführer noch ausstehe. Die Fabrik machte diesen Fall zur Priorität und wird zusammen mit dem Arbeiterkomitee – sobald die Regeln zur sozialen Distanzierung aufgehoben sind – den Prozess überprüfen, um die tieferliegende Ursache herauszufinden. Das Fabrikmanagement bestätigte, dass der Beschwerdeführer von Dezember 2015 bis März 2021 als Teamleiter des Feuerwehrteams gearbeitet hat. Die Fabrik bezahlte die noch ausstehende gesetzlich vorgegebene Unterstützung. Der Beschwerdeführer bestätigte den Eingang der Zahlung und bedankte sich bei den Brands und Fair Wear. Die Be-

schwerde wurde somit zur vollsten Zufriedenheit gelöst.

Fabrik 10775 (North Shore Global Ltd. (NSGII):

Im November 2020 wurde folgende Beschwerde über einen Produktionsstandort in Myanmar bei der Fair Wear Hotline gemeldet: Arbeitnehmer fühlen sich vom Fabrikmanagement unter Druck gesetzt an einem bevorstehenden Feiertag zu arbeiten. Der Beschwerdesteller berichtete, dass ihnen dies vom Fabrikmanagement bekannt gegeben wurde und behauptete, dass Arbeiter bei Weigerung eventuell ersetzt werden und den Arbeitsvertrag verlieren würden. Es wurde Fair Wear gemeldet, dass diese Beschwerde bereits intern erhoben wurde, aber der Beschwerdeführer hat das Gefühl, dass die Arbeitnehmervertretung Schwierigkeiten hat, dieses Problem zu lösen. Der Antragsteller möchte, dass die Arbeitnehmer Überstunden freiwillig und ohne Druck machen können. Da diese Beschwerde vor dem anstehenden Feiertag einging, baten die Brands die Fabrik um eine umgehende Stellungnahme. Die Fabrik antwortete, dass es aufgrund der derzeitigen Situation (COVID-19) schwierig sei, die schwankende Kapazität in den Produktionslinien zu koordinieren und dass es Arbeiter gab, die sich freiwillig für die Überstunden am Feiertag gemeldet hatten. Zudem bestätigte das Fabrikmanagement, dass die gesetzlich vorgeschriebenen Löhne für Arbeit am Feiertag gezahlt werden. Als Entschädigung der Arbeit am Feiertag wird den Arbeitern ein alternativer freier Tag innerhalb von drei Tagen freigestellt. Des Weiteren berichtete die Fabrik, dass eine Schulung zu den Themen freiwillige Überstunden und Kommunikation für die Manager und Vorgesetzten durchgeführt wurde. Der Vorschlag von den Brands und der Fair Wear war, auch für die Arbeiter dieselben Schulungen wie für die Vorgesetzten durchzuführen, sowie Trainings zur Lohnberechnung und Beschwerdemechanismen. Die Fabrik meldete, dass diese Trainings pro Nähband durchgeführt werden. Der Beschwerdesteller bestätigte Fair Wear, dass bereits einige Nähbänder das Training erhalten haben, aber für ihn keine Änderungen ersichtlich wären. Der Antragsteller erwähnte zusätzlich, dass einige Mitglieder des Arbeiterkomitees vom Management nominiert wurden und die Arbeiter deshalb wenig Vertrauen haben, ihre Beschwerden an das Komitee zu geben. Der Fall ist aktuell noch offen und wird weiterbearbeitet.

Fabrik 12964 (Kido Yangon Co. Ltd.):

Im November 2020 meldete sich ein Mitarbeiter:innen einer Produktionsfirma in Myanmar bei der Fair Wear Beschwerdeline. Auch hier fühlen sich die Arbeitnehmer vom Fabrikmanagement unter Druck gesetzt, an einem bevorstehenden Feiertag zu arbeiten. Die Arbeiter befürchten, dass bei einer Verweigerung der Arbeit an besagtem Feiertag,

eine Versetzung in eine andere Produktionslinie bevorzugen könnte. Zudem berichtete der Beschwerdesteller, dass im Werk öfters obligatorische Überstunden an Feiertagen stattfänden. Der Antragsteller wünscht sich, dass die Arbeiter keinen Druck seitens der Vorgesetzten bei der Wahl, ob sie an einem Feiertag arbeiten möchten oder nicht, verspüren. Da diese Beschwerde vor dem anstehenden Feiertag einging, baten die Brands eine umgehende Stellungnahme der Fabrik. Daraufhin stellte die Fabrik klar, dass die Arbeiter über die Arbeit am bevorstehenden Feiertag informiert wurden und dies zusätzlich in mehreren Sitzungen des Beschwerdeausschusses für Arbeitnehmer erwähnt. Auch berichtete die Fabrik, dass der Druck gegenüber den Arbeitern in Bezug auf Überstunden durch kontinuierliche Schulungen für Manager und Vorgesetzte weiter verringert wird. Außerdem bestätigte das Fabrikmanagement, dass es interne Versetzungen zwischen verschiedenen Produktionslinien, aufgrund von Prozessveränderungen, gab. Zum Beispiel wurden bestimmte Produkte in eine andere Produktionslinie verlagert und zur Unterstützung wurden Arbeiter, die dieses Modell bereits vorher genäht haben, an diese Produktionslinie versetzt. Hier kam es offensichtlich zu Missverständnissen zwischen Fabrikmanagement und Arbeiter:innen, da die Arbeiter:innen dachten das dies aufgrund der Absage zur Überstundenleistung passiert. Des Weiteren fragten die Brands beim Fabrikmanagement nach, ob die Arbeiter tatsächlich an dem besagten Feiertag arbeiten sollten und wann und wie die Vorgesetzten, sowie die Arbeiter über die Freiwilligkeit der Überstunden und des Beschwerdemechanismus informiert wurden. Die Fabrik erklärte, dass an diesem Feiertag fast alle Arbeiter gearbeitet haben und dafür vorab schriftlich ihr Einverständnis gaben. Zudem berichtete das Fabrikmanagement von Schulungen für die Manager und Vorgesetzten zur Freiwilligkeit der Überstunden. Den Brands wurden Dokumente, wie Anwesenheitslisten, Schulungsinhalte etc. von der Fabrik zur Verfügung gestellt. Die Beschwerdebox wird regelmäßig überprüft und die Vorschläge und Beschwerden werden in monatlichen Treffen zusammen mit den Arbeitnehmervertretern bearbeitet. Die Ergebnisse der Treffen werden den Arbeitern mitgeteilt. Die Brands gaben der Fabrik einige Verbesserungsvorschläge für das Schulungsprogramm mit auf den Weg und erkundigten sich, ob die Arbeitnehmer über den Beschwerdemechanismus auch im Rahmen von Trainings oder Schulungen informiert wurden. Auch diese Anfrage konnte das Fabrikmanagement schnell bestätigen und sendete Beweise. Die Überprüfung der jeweiligen Beweis-Dokumente durch die Fair Wear hat stattgefunden und aufgrund der positiven Schritte der Fabrik wurde die Beschwerde abgeschlossen.

Fabrik 10775 (North Shore Global Ltd. (NSGII):

Ende Januar 2021 meldete ein/e Mitarbeiter:in einer burmesischen Fabrik folgende Beschwerde: Der Beschwerdeführer berichtete, dass seit November über 50 sogenannte Gelegenheitsarbeiter in der Fabrik beschäftigt werden. Diese sind als Trainees angestellt und werden nicht wie die regulären Mitarbeiter:innen bezahlt, obwohl die meisten als reguläre Näherinnen arbeiten. Laut Aussage des Beschwerdeführers bekommen diese Arbeiter:innen auch an Samstagen – obwohl sie acht Stunden arbeiten – nicht die Überstunden wie die regulären Mitarbeiter bezahlt. Was bedeutet, dass die Trainees nicht nach dem Gesetz entlohnt werden. Die Fabrik verwies darauf, dass sie diese als Trainees einstellen mussten, um die Kosten aufgrund von COVID-19 zu minimieren. Zudem wurde den Trainees mitgeteilt, dass diese an einem Audit-Tag einen freien Tag erhalten würden, da die Beschäftigung dieser nicht bekannt werden sollte. Des Weiteren hörte der Beschwerdeführer, dass die Arbeitszeitkonten und Lohnzettel dieser Trainees getrennt von den regulären Arbeiter:innen aufbewahrt werden, um diese nicht den Auditoren zeigen zu müssen. Soweit es dem/der Beschwerdeführer:in bekannt ist, existieren auch keine Arbeitsverträge und die Trainees wurden nicht der Sozialversicherung gemeldet, was bedeutet, dass weder Krankheiten noch Unfälle über die Sozialversicherung für diese Arbeiter:innen abgesichert sind. Schöffel reagierte sofort mit einer anderen Brand und verlangte eine Stellungnahme der Fabrik.

Anmerkung zu den Beschwerden in der Fabrik 10775: Durch den Militärputsch in Myanmar hat sich die Gesamtsituation in den Fabriken anschließend drastisch verändert und die Fair Wear kann Beschwerden nicht mehr im gleichen Maße nachgehen. Dies gilt somit auch für die beiden Vorfälle in der Fabrik 10775. Die Weiterverfolgung wird wieder aufgenommen, sobald dies erneut möglich ist und in den betroffenen Fabriken ein gewisses Maß an Normalität eingeleitet ist. So lange werden wir die Situation aufmerksam beobachten. Selbstverständlich bleibt die Fair Wear-Beschwerde-Helpline in Betrieb, um bei Bedarf Beschwerden von Arbeitnehmern entgegenzunehmen.

Fabrik 4575 (Asian Sourcing International Mfg. Co. Ltd.):

Im Mai 2021 meldete sich ein Mitarbeiter:in einer Produktionsfirma in China bei der Global Services-Hotline. Der Beschwerdeführer berichtete, dass das Fabrikmanagement Arbeiten an Verwandte außerhalb der Fabrik weitergebe. Dies führt laut Beschwerdeführer dazu, dass es weniger Arbeit für die Arbeiter:innen in der Fabrik gibt und somit nur der Mindestlohn gezahlt wird. Auch berichtete er/sie, dass die Arbeiter:innen für die Überprüfung

der zurückgebrachten Produkte/Kleidungsstücke Überstunden machen, die nicht bezahlt werden. Der Beschwerdeführer erläuterte, dass die Beschwerde intern bekannt sei, aber bisher nichts dagegen unternommen wurde. Der Beschwerdeführer wünscht, dass die Arbeit in der Fabrik bleibt und die Arbeiter auch für die Überprüfung bezahlt werden. Schöffel reagierte umgehend zusammen mit anderen Brands und bat die Fabrik um eine Stellungnahme. Das Fabrikmanagement gab an, dass keine Bestellungen outsourct wurden. Allerdings wurden einige Maschinen kurz vor Beginn der Hochsaison ausgetauscht bzw. repariert, was die Produktion beeinträchtigte. Daher wurden einige Bestellungen bei einer anderen Fabrik der gleichen Unternehmensgruppe produziert. All diese Produkte wurden für die finale Prüfung in die Fabrik zurückgeschickt. Die Fabrik gab zu, dass dies den Arbeiter:innen nicht verständlich erklärt wurde, was zu diesem Missverständnis bei den Arbeiter:innen führte. Des Weiteren hat die Fabrik ihr Premium-System geändert, um sicherzustellen, dass die Arbeiter:innen einen angemessenen Lohn erhalten. Die Fabrik schickte die Lohnlisten/Gehaltslisten von Februar 2021, März 2021 und April 2021. Global Services analysierte diese drei Monate und konnte keine signifikanten Änderungen aufgrund der umgelagerten Bestellungen erkennen. Global Services gab dieses Feedback an den Beschwerdeführer weiter und bat darum, den für April 2021 erhaltenen Lohn darzulegen, um die Beschwerde verifizieren zu können. Der Beschwerdeführer stimmte dem Feedback der Fabrik nicht zu. Nach Ansicht des Beschwerdeführers vergibt das Fabrikmanagement Strickarbeit an Verwandte, auch wurden keine Maschinen erneuert und die Mitarbeiter:innen nicht informiert. Der Beschwerdeführer fordert eine gründliche Untersuchung durch das Fabrikmanagement. Allerdings legte er/sie keine weiteren Informationen und Beweise vor, welche die Beschwerde unterstützen, weshalb Global Services diese Beschwerde nicht weiterbearbeiten kann und somit den Prozess abgeschlossen hat.

Fabrik 12964 (Kido Yangon Co. Ltd.):

Anfang Juli 2021 wurde aus einem Produktionsstandort in Myanmar folgende Beschwerde eingereicht: Der Beschwerdeführer berichtete, dass einer der Vorgesetzten die Kollegen häufig beleidige und körperlich angreife. Zudem war es ihm nicht möglich, Urlaub zu nehmen, da dies auch im Krankheitsfall vom Vorgesetzten verweigert wurde. Des Weiteren wusste das Fabrikmanagement über die Beschimpfungen Bescheid, schreiet aber nicht ein. Schöffel reagierte sofort mit einer anderen Brand und bat die Fabrik um eine Stellungnahme. Das Fabrikmanage-

ment teilte mit, dass es von der Beschwerde wusste und die betroffene Person bereits verwahrt hatte. Die Fabrik stellte klar, dass jeder Mitarbeiter:innen bei Bedarf Urlaub nehmen darf. Das Fabrikmanagement leitete eine weitere entsprechende Untersuchung in die Wege. Die Brands empfahlen der Fabrik das interne Beschwerdesystem für die Arbeiter zu verbessern, um Beschwerden in Zukunft effektiv intern zu lösen. Aufgrund von COVID-19 und Lock-downs gestaltete sich sowohl die interne Überprüfung als auch die Überprüfung der stattgefundenen Maßnahmen, insbesondere die Nachfrage bei den Mitarbeiter:innen der Fabrik schwieriger. Die Fabrik führte eine Abfrage durch, bei der mehr als 40 Mitarbeiter:innen angeben, dass Beschimpfungen stattfinden. Neun Mitarbeiter:innen gaben an, Probleme beim Urlaub nehmen zu haben. Das Fabrikmanagement informierte die Mitarbeiter:innen darüber, dass jeder bei Bedarf Urlaub nehmen darf, ohne dass es zu Einschränkungen oder Strafen kommt. Die Fabrik ist zudem dabei, ein Beantragungsfeld für Urlaub zu entwickeln. Des Weiteren wurde die betreffende Person zum Thema Kommunikation geschult, um die Beschimpfungen am Arbeitsplatz zu stoppen und einen höflichen Umgang miteinander zu fördern. Nach der Überprüfung von Fair Wear wurde die Beschwerde abgeschlossen.

Fabrik 12964 (Kido Yangon Co. Ltd.):

Über die Fair Wear Hotline ging im Juli 2021 eine Beschwerde über einen Produktionsbetrieb in Myanmar ein. Ein/e Gewerkschaftsführer:in gab an, dass die Fabrik bzw. die Supervisors die Arbeiter:innen unterschreiben ließ, dass vier der neun Feiertage unbezahlte Tage sind. Nur wenige Arbeiter:innen haben die Einverständniserklärung nicht unterschrieben. Der/Die Gewerkschaftsführer:in hat die Verträge überprüft, in denen eindeutig steht, dass die Arbeiter:innen an Feiertagen laut Gesetz voll bezahlt werden müssen. Die Arbeiter:innen verlangen die ihnen nach dem Gesetz zustehenden Löhne. Schöffel reagierte sofort mit einer andern Brand und bat die Fabrik um eine Stellungnahme. Die Zahlung von Mindestlöhnen stellt des Weiteren eine Basis-Voraussetzung für die Zusammenarbeit mit Schöffel dar. Das Fabrikmanagement antwortete, dass die zuständige Abteilung diese gesetzliche Regelung missverstanden haben und die Arbeiter:innen nach eigener Auffassung auch informiert hatten. Das Fabrikmanagement überarbeitete die Bekanntmachung sofort und benachrichtigte alle Mitarbeiter:innen, dass sie für die vier Tage den gesetzlich geforderten Mindestlohn bezahlt bekommen. Die Brands haken bei der Fabrik nach, wie die Mitarbeiter:innen über die geänderte Bekanntmachung informiert wurden. Das Fabrikmanagement hat die Arbei-

ter:innen mithilfe des Arbeiterkomitees, einem Meeting mit den Managern und einem Aushang am Schwarzen Brett informiert. Sowohl die eingereichten Beweisdokumente, die Fair Wear überprüfte, als auch die Bestätigung des Beschwerdeführers bescheinigten, dass die Beschwerde zur Zufriedenheit aller Mitarbeiter:innen gelöst wurde. Der Beschwerdeführer bedankte sich für die Unterstützung der Brands und Fair Wear.

Fabrik 4575 (Asian Sourcing International Mfg. Co. Ltd.):

Im August 2021 meldete sich ein/e Mitarbeiter:in einer chinesischen Produktionsfirma bei der Global Service Hotline und berichtete, dass die Fabrik die Arbeitszeiten im letzten Monat angepasst hat und die Arbeiter:innen nun Überstunden machen müssen. Die vorherigen Arbeitszeiten waren von 08:00 Uhr bis 12:00 Uhr und 13:00 Uhr bis 17:00 Uhr, Überstunden fanden zwischen 17:30 Uhr und 20:30 Uhr statt – allerdings nicht jeden Tag. Die neuen Arbeitszeiten sind laut dem Beschwerdeführer nun von 07:30 Uhr bis 12:00 Uhr und 12:30 Uhr bis 17:00 Uhr, sowie obligatorische Überstunden von 17:30 Uhr und 20:30 Uhr. Der Beschwerdeführer erklärt, dass die derzeitigen Arbeitszeiten zu lang sind, und wünscht sich, dass Global Services das Problem der Fabrik meldet und hilft, die ursprünglichen Arbeitszeiten wieder einzuführen. Auf Nachfrage der Brands prüfte das Fabrikmanagement diese Beschwerde umgehend zusammen mit den Arbeitervertreter:innen, fanden aber keine Probleme bezüglich der Arbeitszeiten. Die Fabrik überprüfte diesen Fall weiter und installierte sofort Vorsichtsmaßnahmen: Um die Möglichkeit der Arbeit ab 07:30 Uhr zu verhindern, wird der Strom nun erst ab 07:45 Uhr eingeschaltet, dies ist aufgrund der Vorlaufzeit der Klimaanlage nötig. Des Weiteren behält das interne Auditteam die Überstunden der Arbeiter:innen im Blick. Zusätzlich wurden die Kontaktdaten des Fabrikdirektors veröffentlicht. Über diesen Kanal kann sich jeder/e Arbeiter:in anonym beschweren und die Beschwerde wird direkt untersucht und bearbeitet. Die Brands forderten zur weiteren Untersuchung Zeiterfassungsdaten sowie Belege, wie die Arbeiter:innen der Fabrik über die Freiwilligkeit der Überstunden informiert wurden. Das Fabrikmanagement reagierte umgehend und antwortete, dass die Arbeitszeiten von 08:00 Uhr bis 12:00 Uhr und 13:00 Uhr bis 17:00 Uhr sichtbar für alle Mitarbeiter:innen ausgehängt sind. Auch sind die Überstunden freiwillig und die Arbeiter:innen müssen ein bestimmtes Formular dazu ausfüllen, welches die Fabrik als Beweis-Dokument mit Unterschriften von Arbeiter:innen mitschickte. Das Fabrikmanagement legte zusätzlich zur weiteren Untersuchung der Beschwerde auch Anwe-

senheitslisten von Juli und August 2021 für die folgenden Abteilungen vor: Stricken, Qualitätskontrolle und Versand, da diese Abteilungen im letzten Audit meisten Überstunden aufwiesen. Die Untersuchung dieser Dokumente durch Global Services ergab, dass für die 151 Mitarbeiter:innen dieser Abteilungen die Arbeitszeiten von 08:00 Uhr bis 12:00 Uhr und 13:00 Uhr bis 17:00 Uhr stattfinden und die Überstunden von 17:30 Uhr bis 20:30 Uhr. Diese Zeiten entsprechen nicht den vom Beschwerdeführer angegebenen Zeiten. Global Services konnte den Beschwerdeführer nicht mehr erreichen, um die Informationen abzugleichen. Daher wurde diese Beschwerde abgeschlossen.

Fabrik 10013 (Spectre Garment Technology SGT Vietnam Co. Ltd.):

Ende Dezember 2021 ging folgende Beschwerde bei der Fair Wear Hotline über eine vietnamesische Fabrik ein: Die Arbeiter:innen leisten mehr als die gesetzlich vorgegebenen Überstunden und arbeiten täglich bis 20:30 Uhr. Auch von den Supervisors und den Führungskräften werden Überstunden verlangt/gefordert, die allerdings laut Beschwerdeführer:in nicht vergütet werden. Zudem berichtete der/die Beschwerdeführer:in, dass die Fabrik zwei unterschiedliche Zeitabrechnungen für Überstunden anlegt, eine Zeitabrechnung mit den tatsächlichen Überstunden für die Entlohnung und eine weitere mit weniger Überstunden für Audits. Nach Aussage des/der Beschwerdeführers:in gab es bereits mehrere Beschwerden zu diesem Thema, aber die Fabrik verbesserte den Zustand nur kurzfristig und fällt dann wieder in den Ursprungszustand zurück. Schöffel reagierte mit einer anderen FW-Brand und bat um eine Stellungnahme der Fabrik. Der Fall wird aktuell noch bearbeitet und die Parteien befinden sich untereinander im Austausch.

Die vollständigen Berichte zu den jeweiligen Fällen sind unter „Complaints“ auf <https://www.fairwear.org/programmes/complaints> zu finden.



„Mein größter Respekt geht an das Schöffel Team.“



NACHHALTIGES PERSONALMANAGEMENT BEI SCHÖFFEL: IN SCHWIERIGEN ZEITEN ZÄHLT VERTRAUEN UND ZUSAMMENHALT.

Die Covid-19 Pandemie stellt uns jeden Tag vor nie da gewesene Herausforderungen. In Zeiten der Krise zahlt sich eine kontinuierlich entwickelte Arbeitsplatzkultur aus. So konnten wir als Team gemeinsam die Früchte des nachhaltigen Personalmanagements und der fest verankerten Werte ernten. Diese Erfolge möchten wir gemeinsam feiern und uns weiterhin stetig verbessern und entwickeln.

Besonders herausfordernd in dieser komplexen und sich schnell verändernden Zeit waren fehlende Erfahrungswerte und unklare Regeln mit dem Umgang einer Pandemie. Einzig ein schnelles Zusammenrücken, das aufeinander verlassen können und die im Unternehmen tiefverankerten Werte bildeten einen Anker in dieser stürmischen Zeit. Gestern wie heute stehen Vertrauen, Zusammenhalt und Teamspirit im Zentrum unserer Handlungen. Durch dieses stabile Fundament ist es Schöffel gelungen, als Team gemeinsam das Beste aus der Situation herauszuholen, sich gegenseitig zu schützen und unterstützen. Ich bin unglaublich stolz auf das, was wir geschaffen haben. Jedes Schöffel Teammitglied hat die Herausforderungen durch einen kollegialen Umgang gemeistert. Wir stecken immer noch mitten in der Krise, diese zu meistern steht im Mittelpunkt unserer Aufgaben. Dabei bleiben wir zuversichtlich und gucken positiv in die Zukunft, denn wir haben es geschafft, an den Herausforderungen zu wachsen und neue Dinge zu lernen. Die Nachhaltigkeit im Personalmanagement im Umgang mit der Krise war für uns ein sehr individueller und persönlicher Blick auf die Ängste, Sorgen und Nöte unserer Kolleg:innen. Eltern fanden sich in einer noch größeren Doppelbelastung wieder, es gab Sorgen um die eigene Gesundheit und die der engsten Familienmitglieder, der Umgang mit Erkrankungen im Kollegenkreis und das Hoffen auf gute und unkomplizierte Genesung. Die unternehmerischen Sorgen durch Umbrüche im Handel, im Beschaffungsmarkt und der Einbruch der Umsätze belasten alle dabei gleichermaßen. Nun ist mehr denn je Durchhaltevermögen gefragt, denn die Situation hält nun schon länger an. Wir sehen hier den gegenseitigen Respekt und die Akzeptanz von Emotionen als fundamental an. Es gilt, sich gegenseitig zu (be)stärken und sich auf die vielen positiven Dinge, Chancen und Erfolge zu fokussieren. Daher

kommen der individuellen Begleitung und Förderung der einzelnen Mitarbeiter:innen eine besondere Bedeutung zu. Hierbei nimmt das nachhaltige Personalmanagement einen individuellen und persönlichen Blickwinkel ein. Durch die Wahrnehmung persönlicher Bedürfnisse der Mitarbeiter:innen kann bei der Bewältigung der emotionalen Herausforderungen unterstützt und durch die Gestaltung von Entwicklungsplänen die Personalentwicklung vorangetrieben werden. Dies erfolgt durch ein Fordern und Fördern, durch viele persönliche Gespräche sowie Feedback- und Jahresgespräche. In der Krise sind besonders die Führungskräfte gefordert. Gemeinsam zu reflektieren, was Leadership in dieser Lage bedeutet, ist Teil des nachhaltigen Personalmanagements. Flexibel mit den sich immer wieder verändernden Regelungen und Situationen umzugehen ist Teil des gemeinsamen Weges. So gehören zum neuen Normal die „hybriden Teams“ vor Ort am Standort und im Home Office. Nachhaltigkeit bedeutet auch, rückblickend regelmäßig zu reflektieren und sich den lessons learned bewusst zu werden. Sich zu überlegen, was wir als Team bereits gelernt haben – z.B. hierarchiefrei, schneller und vernetzter zu kommunizieren. Sich in kleinen Gruppen und Task-Forces den Herausforderungen zu stellen und mutige Entscheidungen zu treffen. Jeden Tag lernen wir dazu und lassen diese neuen Fähigkeiten weiterwachsen. Hierbei sollen das Geleistete honoriert, das Potential und die Schätze im Team herausgehoben und somit das Empowerment jedes Einzelnen weiterentwickelt und gefördert werden. Sich gegenseitig Verlässlichkeit und Vertrauen entgegenzubringen, tiefverankerte Werte weiter zu stärken und von innen heraus Wurzeln wachsen zu lassen – das nachhaltige Personalmanagement soll diese Entwicklung weiter konstant verfolgen und unterstützen.

SCHÖFFEL INTERN: WAS TRÄGST DU FÜR MEHR NACHHALTIGKEIT BEI?



Verena Reitmayer

Um Müll zu vermeiden, habe ich beim Einkaufen immer einen Korb oder Stoffbeutel dabei und trinke zuhause Wasser aus der Leitung. Um Mikroplastik zu vermeiden, setze ich bei Pflegeprodukten auf Naturkosmetik-Marken ohne Plastikpartikel. Ein Peelinghandschuh hat beispielsweise denselben Effekt wie ein Gesichtspeeling, die oft sehr belastet sind. Da ich in meiner Freizeit gerne kreativ bin, sammle ich oft Dinge, die ich beim Laufen im Wald entdecke, z. B. Tannenzapfen, Zweige, getrocknete Blüten und stelle daraus Kränze und andere Dekoration her. Daraus entsteht natürliche und zeitlose Dekoration, die keinen Plastikmüll verursacht.

Sabrina Maier-Dietrich

Mein Beitrag für mehr Nachhaltigkeit ist der bewusste Umgang mit Lebensmitteln. Mit dem Kauf von Bioprodukten schützen wir die Umwelt und sorgen gleichzeitig dafür, dass die Landwirte fairer entlohnt werden. Der Einsatz von Pestiziden fällt deutlich geringer aus, was sich positiv auf den Artenschutz und unser Trinkwasser auswirkt. Neben dem Biosiegel sollte man aber vor allem darauf achten, regional und saisonal einzukaufen. So vermeiden wir lange Transportwege, die unnötig die CO₂-Bilanz in die Höhe treiben. Und das Beste daran – „BIO“ tut nicht nur der Umwelt gut, sondern auch uns.



Anne-Kathrin Andraschko

Rund zwölf Millionen Tonnen Lebensmittel werden in Deutschland jedes Jahr entlang der Lebensmittelversorgungskette als Abfall entsorgt. Das schadet vor allem dem Klima, denn weniger Lebensmittelverschwendung bedeutet mehr Klimaschutz. Die Produktion von Lebensmitteln verbraucht nicht nur Wasser und Fläche, sondern verursacht auch die Emission von Treibhausgasen. Wenn wir also Lebensmittel wegwerfen, verschwenden wir nicht nur Essen, sondern damit auch die bei der Produktion entstandenen Treibhausgase. Wenn wir aber Lebensmittel besser nutzen, verteilen und weiterverwenden und damit die Überproduktion reduzieren, können wir einiges einsparen. Lebensmittelretten ist demnach gelebter Klimaschutz. Ich bin daher Teil von Foodsharing und ein sogenannter Foodsaver. Das bedeutet, ich rette Lebensmittel vor dem Wegwerfen. Supermärkte, Bio-Läden und selbst Marktstände stellen dem Foodsharing die Lebensmittel zur Verfügung, die normalerweise im Müll landen würden, da ihr Mindesthaltbarkeitsdatum abgelaufen ist oder ihre Form nicht der Norm entspricht. So kommen Kistenweise Brot, Gemüse, Wurst, Obst und vieles mehr zusammen, was viel zu gut für die Tonne ist. So helfe ich, weniger Lebensmittel zu verschwenden und trage meinen kleinen Teil zum Klimaschutz bei.

Ludwig Schuster

Ich bin der Überzeugung, dass jede:r einen Beitrag leisten kann und muss. Es fällt natürlich schwer, die unterschiedlichen Lebensbereiche wirklich nachhaltig zu gestalten und meiner Meinung nach muss man Schritt für Schritt vorgehen. Ich für meinen Teil ernähre mich seit meiner Jugend vegetarisch und bis auf Käse und vielleicht 20 Eier im Jahr weitestgehend sogar vegan. Dieser Teil meines Lebens ist mir sehr wichtig, denn eine vegetarische Ernährung ist nicht nur gut für das Klima, sondern ganz besonders für den Tierschutz. Darüber hinaus bilde ich gerne Fahrgemeinschaften von Augsburg nach Schwabmünchen, kompensiere meinen jährlichen Arbeitsweg und stecke meine kleine Tochter in Stoffwindeln.



Martin Schamböck

2018 habe ich begonnen, mich mit dem Thema Nachhaltigkeit richtig auseinanderzusetzen. Damals bin ich sehr viel mit dem Auto nach Stuttgart gependelt und habe jede Woche mindestens 500 km im Auto verbracht. Der Entschluss, mich Selbstständig zu machen, um weniger mit dem Auto zu fahren, wurde getroffen. Seither habe ich Kunden gesucht, die ich mit dem Fahrrad erreichen kann. Im Jahr 2019 habe ich meine Stelle bei Schöffel angenommen und im April angefangen, regelmäßig mit dem Rad nach Schwabmünchen zu fahren. Für das Jahr 2021 habe ich mir vorgenommen, über das ganze Jahr mindestens 84 % der Arbeitswege mit dem Bike zu pendeln. Zum Jahresende hatte ich dann sogar 84% der Strecken mit dem Rad zurückgelegt. Pro Jahre spare ich damit 22.250 km mit meinem Auto, was umgerechnet also 3,6 Tonnen CO₂ sind. Von dem Schutz der Umwelt mal ganz abgesehen, sind die ¾ Stunde zur Arbeit hin und zurück jedes Mal ein **Ich bin raus**-Moment mit großen und kleinen Erlebnissen und Eindrücken.



SCHÖFFEL SPENDEN FÜR DEN GUTEN ZWECK

Soziales und nachhaltiges Handeln: Schöffel unterstützt seit Jahren humanitäre Einrichtungen mit Sachspenden und hilft somit Menschen, die durch Katastrophen und Armut betroffen sind. Das Traditionsunternehmen sieht das Engagement als wichtigen Bestandteil seiner Firmenphilosophie – und genauso seiner Nachhaltigkeitsstrategie. Im Jahr 2021 kamen insgesamt rund 9.900 Sachspenden zusammen, die verschiedenen Hilfsorganisationen für ihre Arbeit zur Verfügung gestellt wurden. Der Spezialist für Outdoor- und Skibekleidung spendete vor allem Kleidungsstücke, die aufgrund kleiner Schönheitsfehler nicht in den Verkauf gingen. Diese Sachspenden wurden in der Schöffel Service Factory sorgfältig aufbereitet und anschließend an die Hilfsorganisationen überreicht – um zu helfen und auch um die verwendeten Ressourcen im nachhaltigen Sinne bestmöglich zu nutzen. So haben sich die Menschen in Zimbabwe via Internationaler Hilfsfonds E.V. bei Schöffel bedankt:

„Es ist keineswegs selbstverständlich, dass in solchen schweren Zeiten noch genügend Liebe und Großzügigkeit gegenüber Anderen vorhanden ist. Umso größer war die Freude, als euer Container hier eintraf. Für unsere ländliche Region bedeutet diese Hilfe so viel.“

Organisationen, die Schöffel unter anderem unterstützt:

KENIAL e.V. Mongolei, Humedica, BRK Bergrettung Fuchsrain, Orheil Moldavien, EOCA (Earth Day Fundraiser), Internationaler Hilfsfonds E.V.



Peter Schöffel, geschäftsführender Inhaber 7. Generation der Schöffel Sportbekleidung GmbH: „Soziales Engagement ist uns sehr wichtig. Als Familienunternehmen mit einer mehr als 200-jährigen Geschichte sehen wir uns ganz klar in der Verantwortung – sowohl für die Mitarbeiter:innen in unserem Unternehmen und an unseren Produktionsstandorten als auch für von Armut und Katastrophen betroffene Menschen. Ich freue mich, dass wir mit unserer Kleidung einen Beitrag zur Arbeit verschiedener Hilfsorganisationen leisten und damit nachhaltig handeln können. Dieses Engagement werden wir auch in den folgenden Jahren fortsetzen.“



„Nachhaltigkeit ist kein schnelllebiges Unterfangen – es ist ein steiniger Weg, auf dem wir uns befinden und den wir gemeinsam bestreiten müssen, um zu einer nachhaltigen Zukunft zu gelangen.“



UMWELTSCHUTZ & STRATEGISCHES SCHADSTOFFMANAGEMENT

STÜCK FÜR STÜCK ZUR KLIMANEUTRALITÄT

Das Thema Nachhaltigkeit ist aus der Textilindustrie nicht mehr wegzudenken und gewinnt immer mehr an Bedeutung. Bei Schöffel umfasst das Thema Corporate Responsibility (CR) vier Bereiche: Produkt, Soziales, Umwelt und nachhaltige Dienstleistung. Übergeordnet gilt beim Familienunternehmen dabei: Der Mensch steht stets im Mittelpunkt. CR-Manager Philipp Bonaventura ist hierbei für die Bereiche Umweltschutz sowie strategisches Schadstoffmanagement zuständig und arbeitet an der Realisierung der CR-Strategie von Schöffel.

Beide Themen werden immer wichtiger, wie der CR-Manager berichtet: „Der fortschreitende Klimawandel übt immer mehr Druck, auch auf Unternehmen, aus. Daher ist es essenziell, dass auch Schöffel sich weiter an der Reduktion der CO₂-Emissionen beteiligt, um zur Erreichung des 1,5°-Ziels von Paris beizutragen. Wir wollen unsere CO₂-Emissionen bis zum Jahr 2030 um 50% senken und gleichzeitig streben wir eine Klimaneutralität des Gesamtunternehmens inklusive unserer Lieferkette bis 2025 an.“ Aus diesem Grund erstellt Schöffel in Zusammenarbeit mit der Klimaschutzberatung ClimatePartner jährlich eine CO₂-Bilanzierung. Mithilfe dieser Daten wird nun eine Klimaschutzstrategie mit konkreten Maßnahmen beispielsweise für Produktentwicklung, Transport & Logistik entwickelt werden, um die angestrebten Ziele in den nächsten Jahren zu erreichen, denn „Nachhaltigkeit ist kein schnelllebiges Unterfangen – es ist ein steiniger Weg, auf dem wir uns befinden und den wir gemeinsam bestreiten müssen, um zu einer nachhaltigen Zukunft zu gelangen“, sagt der CR-Manager. Dabei rückt auch der EU Green Deal in den Fokus, der verschiedene Strategien und Maßnahmenpläne für eine nachhaltige Wirtschaft beinhaltet. So hat die Europäische Union 2020 unter anderem eine EU-Chemikalienstrategie für Nachhaltigkeit verabschiedet. „Wir sind seit 2013 bluesign®Systempartner und haben uns damit verpflichtet, strengere Regularien als die gesetzlichen Vorgaben bei der Verwendung von Chemikalien einzuhalten. Es wird penibel genau darauf geachtet, keine schädlichen Substanzen zu verwenden, um die Unbedenklichkeit des Produktes für Endverbraucher, Produktionsmitarbeiter:innen sicherzustellen und gleichzeitig die Natur zu schützen. Jeder noch so kleine Schritt, der zum Umwelt- und Klimaschutz beiträgt, zählt, da wir nur gemeinsam unseren blauen Planeten nachhaltiger gestalten können,“ berichtet Philipp Bonaventura.

NACHHALTIGKEIT BEGINNT MIT HALTUNG

„Alles was wir heute tun oder auch nicht tun, kommt irgendwann zu uns zurück.“
Diesen Gedanken reflektiert „echo“, das neue Nachhaltigkeitslabel von Schöffel.

Gegründet im Jahr 1804 wird das Familienunternehmen „Schöffel Sportbekleidung GmbH“ heute in der 7. Generation von Peter Schöffel geführt. Die gelebten Werte sind dabei zeitlos, werden von Generation zu Generation weitergegeben und auf jeder Ebene gelebt. So bilden Nachhaltigkeit, soziale Verantwortung und die Hochwertigkeit der Produkte das Herzstück der Schöffel Philosophie. Dieses Bewusstsein gegenüber der Natur besteht nun seit 218 Jahren und ist für alle Handlungen im Unternehmen bedeutsam. Das neue Schöffel Nachhaltigkeitslabel „echo“, versinnbildlicht dies ab Sommer 2023 auch an jedem Produkt. Hinter den vier Buchstaben stehen die Themen Environment, Community, Humanity und Opportunity, also die Verantwortung für Umwelt und Klima, die Kraft einer starken Gemeinschaft, Menschlichkeit sowie die Chance, nachhaltige Veränderungen zu bewegen.

Die Natur soll Allen wertvolle Auszeiten bieten und damit Möglichkeiten, sich selbst zu finden, sich zu entfalten und einzigartige **Ich bin raus**-Momente zu erleben. Damit dies auch nachfolgende Generationen erleben können, ist es von besonderer Bedeutung, Verantwortung für die Umwelt und das Klima zu übernehmen. So verfolgt Schöffel eine umfassende Strategie im Bereich der Nachhaltigkeit, zu der neben sozialem Engagement auch Umweltschutz, langlebige Produkte sowie nachhaltige Dienstleistungen zählen.

Nachhaltigkeit beginnt mit der Haltung. Das „echo“ Label wird bald Inspiration für die Schöffel Kund:innen, Mitarbeiter:innen und Händler:innen sein, um zu bewahren was Schöffel am Herzen liegt – die Natur.



FINALIST BEIM DEUTSCHEN NACHHALTIGKEITSPREIS

Schöffel ist bis ins Finale für den Deutschen Nachhaltigkeitspreis gekommen und gehört mit seinem Beitrag zu den besten Sieben im Transformationsfeld „Lieferkette“. Zu den Deutsche-Nachhaltigkeits-Finalisten gehören Unternehmen, die nachhaltige Entwicklung zum Leitprinzip ihres wirtschaftlichen Handelns gemacht haben.



Nachhaltigkeit ist das Schlüsselwort für das Jahr 2021 und wird es auch in Zukunft sein. Themen wie Klimaschutz, die Schonung der Ressourcen und der Zusammenhalt der Gesellschaften sind wichtiger denn je. Daher sind heute wie morgen Vorbilder gefragt, die einen gesellschaftlichen, ökonomischen und ökologischen Wandel voranbringen und mutig vorantreiben. Unternehmen kommt in dieser Zeit eine entscheidende und zentrale Rolle zu, da diese die Macht haben, positive Veränderungen aktiv voranzutreiben und zu beeinflussen. Durch nachhaltige Geschäftsmodelle wird so der Weg zu einer zukunftsfähigen Gesellschaft über Generationen hinweg ermöglicht. Unternehmen, die einen besonderen wegweisenden Beitrag und eine herausragende Leistung im Transformationsprozess erbringen, werden mit dem deutschen Nachhaltigkeitspreis (DNP) prämiert.

Der DNP ist Europas größte Auszeichnung dieser Art und wurde 2021 zum 14. Mal ausgerichtet. Der Preis wird in Zusammenarbeit mit Bundesregierung, Wirtschaftsvereinigungen, zivilgesellschaftlichen Organisationen und Forschungseinrichtungen vergeben. Der Preis richtet sich hierbei an den Zielen der Agenda 2030 und damit an den fünf Transformationsfeldern Klima, Biodiversität, Ressourcen, Gesellschaft und Lieferkette. Das Expertenteam des DNPs nominierte Schöffel für seinen Beitrag zur Verbesserung von Sozialstandards in globalen Textil-Liefernetzwerken: Im Jahr 2011 startete Schöffel die Zusammenarbeit mit der

unabhängigen Fair Wear Foundation und hat in den vergangenen zehn Jahren bereits zahlreiche Verbesserungen der Arbeitsbedingungen in seiner weltweiten Lieferkette erzielt. Auch erreichte das Unternehmen zum siebten Mal in Folge den Leader-Status, der ein überdurchschnittliches Engagement bei der Verbesserung von Arbeitsbedingungen und Sozialstandards bestätigt. Für alle Produzenten, mit denen das Familienunternehmen weltweit zusammenarbeitet, gilt die Einhaltung der acht Arbeitsstandards (laut ILO): Freiwilliges Beschäftigungsverhältnis, keine Diskriminierung im Arbeitsverhältnis, keine Ausbeutung durch Kinderarbeit, Vereinigungsfreiheit und Recht auf Kollektivverhandlungen, Arbeit an Zahlung existenzsichernder Löhne, angemessene Arbeitszeiten, Sicherheit und Gesundheitsschutz am Arbeitsplatz und ein rechtsverbindliches Beschäftigungsverhältnis.

Nachhaltigkeit und soziales Engagement sind für Schöffel ein kontinuierlicher Prozess. Das bedeutet, dass nicht das Erreichte an erster Stelle steht, sondern die Bemühungen immer besser werden zu wollen. Schöffel freut sich zu den Finalisten des Deutschen Nachhaltigkeitspreis zu zählen und darüber, eine zentrale Rolle für positive Veränderungen einzunehmen. Schöffel ist sich sicher: Mit viel Mut und nachhaltigen Handeln gelingt der wegweisende Wandel.



NACHHALTIGES REISEN: KEINE SPUREN HINTERLASSEN

Ana Zamorano Ruiz wurde im Baskenland geboren und ist seitdem quasi ununterbrochen als Weltentdeckerin mit ihrem Fahrrad unterwegs. Dabei hat Ana die entferntesten Ecken der Erde erkundet und sich als Filmemacherin, und Fotografin einen Namen gemacht. Nun berichtet die Schöffel Markenbotschafterin wie es gelingt nachhaltig zu reisen.

Eddy Merckx sagte: "Fahre so viel oder so wenig oder so lang oder so kurz, wie du dich fühlst. Aber fahre." Diese Worte las ich vor einigen Jahren, als ich auf zwei Rädern durch Süd Chile reiste, dem Ausgangspunkt meiner Radreisen. Damals wusste ich nur, dass mein erstes Ziel (Kolumbien) viele Kilometer weiter nördlich lag. Außerdem warteten auf dem Weg dorthin viele Erlebnisse, Landschaften und Menschen auf mich. Eines der Dinge, die mich noch mehr begeisterten, war die Tatsache, dass ich in einem Fahrzeug unterwegs war, das nicht mehr Treibstoff brauchte als ein paar Lebensmittel wie Quinoa oder Nudeln, etwas frisches Gemüse, Wasser und ein paar Süßigkeiten. Und es stimmt, dass Orte, die man aus eigener Kraft erreicht, noch besonderer werden, weil man auf eine stille Art und Weise ein Teil von ihnen wird; man schwingt mit dem Fluss der Natur. Der Rhythmus, den man beim Radfahren hat, gibt einem das perfekte Gefühl von Harmonie, um das, was einen umgibt, zu schätzen und den Ort, an dem wir leben, genau zu beobachten und darüber nachzudenken. So begann ich, eine tiefe Verbundenheit mit der Erde selbst zu spüren und darüber nachzudenken, wie wir als Einzelne dazu beitragen können, das zu erhalten, was wir "Heimat" nennen. "Leave no trace" (keine Spuren hinterlassen) machte mehr Sinn als je zuvor: beim freien Zelten, beim Kochen, beim Gang zur Toilette. Wenn man lange Strecken mit dem Fahrrad zurücklegt, ist das Zuhause der Ort, an dem man sein Zelt aufschlägt und auch der Ort, durch den man radelt.

Hier einige Tipps, die ich auf dem Weg gelernt habe:

- Nimm eine Schaufel mit, um die menschlichen Fäkalien in der Natur zu vergraben.
- Zelte mindestens 60 m von einem Fluss entfernt.
- Sammle jedes einzelne Plastik oder Essen vom Boden auf
- Nimm ein paar Ersatztüten mit, um Deinen Müll mitzunehmen, bis du einen Mülleimer findest.
- Benutze weißes Papier ohne Parfüm
- Kaufe in lokalen Geschäften und lokale Produkte = 0 KM

Abgesehen von all diesen Dingen ist das Wichtigste für mich das Wasser, denn das gibt es nicht überall. In Teilen der Welt wie Südamerika oder Zentralasien muss man eine Reiseroute planen, bevor man einen neuen Weg einschlägt. Das Land ist viel größer als in Europa, und ich war in Höhen zwischen 3000 und 5000 m unterwegs, wo man nicht nur einige Tage lang sein eigenes Wasser – nur zum Kochen und Trinken – mit sich führen muss, sondern auch darauf achten muss, einen Fluss oder eine Wasserquelle in einem Dorf zu finden, um die Flaschen aufzufüllen. Jeder Tropfen zählt. Und das gilt nicht nur für mich als Radreisende, sondern auch für viele Einheimische, die ich unterwegs getroffen habe.

Was ich am meisten am Reisen mit dem Fahrrad liebe, ist nicht nur, dass es "kohlenstofffrei" ist, sondern auch, dass es einen positiven Einfluss auf andere Menschen hat. Wenn man jemanden sieht, der mit dem Fahrrad unterwegs ist, ermutigt und inspiriert man andere, das Gleiche zu tun. Ich habe mit dem Bikepacking begonnen, weil ich einen Mann kennengelernt habe, der dasselbe durch Afrika gemacht hat, und ich kenne andere Leute, die das Gleiche tun – wegen mir und anderen Radfahrern! Das ist einfach unglaublich.

CO₂-BILANZ VON SCHÖFFEL – UNSERE REISE ZUM KLIMASCHUTZ

Die Auswirkungen der Klimakatastrophe werden zunehmend spürbar. Extreme Wettererscheinungen wie Tornados, Hitzeperioden, starke Stürme und Regenfälle gehören mittlerweile zum Nachrichtenalltag. Die Wahrscheinlichkeit von Flutkatastrophen mit verheerendem Ausmaß, wie beispielsweise im Ahrtal, steigen an. Um weitere Katastrophen zu vermeiden und die globale Erwärmung auf 1,5 Grad zu beschränken, müssen die CO₂-Emissionen in einer gemeinsamen Kraftanstrengung der Menschheit stark reduziert werden.

Schöffel möchte als nachhaltiges Familienunternehmen seinen Teil dazu beitragen und macht sich deshalb auf die Reise zur Klimaneutralität. Eine erfolgreiche Reise benötigt eine hervorragende Planung und eine durchdachte Packliste. Aus diesem Grund hat sich Schöffel auf dem Weg zur Klimaschutzstrategie einen renommierten Partner ins Boot geholt. Mithilfe der Klimaschutzberatung ClimatePartner GmbH erstellt Schöffel jährlich eine CO₂-Bilanz, welche alle CO₂-Emissionen aufschlüsselt, die direkt (u.a. Fuhrpark) und indirekt (u.a. Logistik & Lieferkette) von Schöffel, seiner Lieferkette und den Produkten verursacht werden.

Die Erstellung der Schöffel CO₂-Bilanz war der Beginn der Reise zur Klimaneutralität. Auf dieser Basis hat Schöffel dieses Jahr seine Klimaschutzstrategie und Ziele festgelegt. Durch die Klimaschutzstrategie wird der Klimaschutz fest in den Kern der Unternehmensstrategie integriert. Eine zentrale Maßnahme von Schöffel ist die Reduktion und Vermeidung der eigenen CO₂-Emissionen und der Emissionen der Lieferkette. Ebenfalls führt das Unternehmen verschiedene Projekte zum Klimaschutz durch, wie die Erarbeitung eines Kreislaufwirtschaftsprojekts für einen Teil unserer Sommerkollektion 2023. Einen weiteren wesentlichen Beitrag zum Kampf gegen die Klimakrise sieht Schöffel in der Zusammenarbeit mit seinen Stakeholdern. Denn das 1,5°-Ziel des Pariser Klimaabkommens kann nur durch die gemeinsame Zusammenarbeit erreicht werden.

All diese Bemühungen schließen die folgenden definierten Unternehmensziele im Klimaschutz ein:

- Reduktion der CO₂-Emissionen des Gesamtunternehmens, inklusive Lieferkette, um 50% bis zum Jahr 2030
- Klimaneutralität des Gesamtunternehmens ab 2025, inklusive Lieferkette (durch Vermeidung, Reduktion & CO₂-Ausgleich)

Neben diesen großen Zielen hat Schöffel weitere wichtige Unterziele definiert, um die Erreichung der Klimaschutzstrategie zu unterstützen. Beispielsweise wird Schöffel den Anteil der nachhaltigen Modelle auf 30 % der Gesamtkollektion zum Jahr 2023 erhöhen. Außerdem wurden zahlreiche Maßnahmen zur Reduktion und Vermeidung von Emissionen in den verschiedenen Bereichen Materialeinsatz, Produktdesign, Verpackung und Logistik definiert. Trotz kontinuierlicher Maßnahmen zur Emissionsreduzierung werden immer CO₂-Emissionen auftreten, die sich nicht reduzieren lassen. Um klimaneutral zu werden, können die Emissionen, die sich nicht vermeiden lassen, durch anerkannte Klimaschutzprojekte an anderer Stelle ausgeglichen werden.

Auf seinem Weg hat Schöffel bereits einen großen ersten Schritt 2021 gemacht und ist seit 2021 am Unternehmenssitz in Schwabmünchen klimaneutral. Maßgeblich dazu beigetragen haben die Reduzierung des Energieverbrauchs und die Nutzung von klimaneutralem Gas zum Heizen und 100 % zertifiziertem Ökostrom. Durch die Nutzung von Ökostrom sind die CO₂-Emissionen im Bereich der indirekten Emissionen, die durch Energieversorgung entstehen würden, am Standort Schwabmünchen auf 0 % gefallen.



Insgesamt wurden durch die Geschäftsaktivitäten im Jahr 2020 des Unternehmens am Standort Schwabmünchen Emissionen in Höhe von rund 600 t CO₂ verursacht. Von den rund 600 t CO₂ entsprechen 35 % direkten Emissionen, die sich unter anderem aus dem Fuhrpark sowie Wärmeenergieerzeugung ergeben. Indirekte Emissionen durch Energieerzeugung hat Schöffel erfolgreich vollständig durch den Bezug von Ökostrom eliminiert und neutralisiert. Zu den indirekten Emissionen, auf die das Unternehmen keine direkte Kontrolle hat, kommen bei Schöffel rund 390 t CO₂ (65 %) hinzu. Die größte Emissionsquelle stellt hier der Posten „Anfahrt Mitarbeiter:innen“ mit 42 % dar.

Da die Wärme bereits klimaneutral eingekauft wird (klimaneutrales Gas), entfallen etwa 15% der direkten Emissionen der Wärmeenergieerzeugung am Standort Schwabmünchen für den Ausgleich. Dies bedeutet, dass Schöffel nur die folgenden am Standort Schwabmünchen verursachten CO₂-Emissionen von rund 540 Tonnen CO₂ durch die Unterstützung der folgenden Klimaschutzprojekte kompensiert:

So unterstützt Schöffel aktuell ein Aufforstungsprojekt am Rio Kama im Osten Nicaraguas und beteiligt sich an einem Windkraftprojekt in der indischen Provinz Rajasthan. Aber auch regionales Engagement in Deutschland ist über ein Kopplungsprojekt möglich. Hierbei wird für jede im Kopplungsprojekt im Ausland kompensierte Tonne CO₂ ein Baum in Deutschland gepflanzt.

Mehr Informationen zu den Projekten und der Kompensation des Standortes Schwabmünchen ist unter folgendem Link zu finden: <https://fpm.climatepartner.com/tracking/14830-2102-1001/de>



Die Analyse der von Schöffel verursachten Emissionen erfolgt in Anlehnung an die Richtlinien des Greenhouse Gas Protocol Corporate Accounting and Reporting Standard (GHG Protocol). Das GHG Protocol ist ein international anerkannter Standard für die Bilanzierung von Unternehmensmissionen. Bei der Erstellung eines Corporate Carbon Footprints und des entsprechenden Berichtswesens sind fünf grundlegende Prinzipien zu beachten: Relevanz, Vollständigkeit, Konsistenz, Genauigkeit und Transparenz. Durch die jährliche Bilanzierung der Unternehmensmissionen kann Schöffel somit valide Zahlen erheben, Transparenz im Hinblick auf unterschiedliche Unternehmensbereiche erhalten und den Überblick über die Differenz zum Vorjahr herstellen. Die Daten beziehen sich jeweils auf das vorherige Kalenderjahr. In der Berechnung werden neben CO₂ auch andere klimaschädliche Gase berücksichtigt, wie beispielsweise Methan. Diese werden in das Treibhausgas-potential von CO₂ umgerechnet und bilden somit CO₂-Äquivalente (CO₂e). Die Systemgrenze bildet der Standort Schwabmünchen inklusive verschiedener Scope 3-Kategorien. Betrachtet man die Lieferkette und den Standort, wird ersichtlich, dass die meisten Emissionen in der vorgelagerten Lieferkette sowie dem dazugehörigen Produktions- und Verbrauchsmaterial – also im Scope 3-Bereich – zu finden sind.

SCHADSTOFFMANAGEMENT ERHÖHTE VORGABEN FÜR NOCH MEHR PRODUKTSICHERHEIT

Ein nicht minder wichtiges Thema der ökologischen Nachhaltigkeit ist auch das sogenannte Schadstoff- und Chemikalienmanagement in der Wertschöpfungskette. Seit Ende des Jahres 2013 arbeitet Schöffel mit bluesign® zusammen. bluesign® bietet Schöffel als Partner ein umfassendes und fundiertes System, auf dessen Basis das Thema Schadstoffmanagement im Sinne von Mensch und Natur fortlaufend weiterentwickelt werden kann. bluesign® schreibt sehr strenge Grenzwerte vor, die Schöffel als Systempartner in einer eigenen Restricted Substances List (RSL) auch seinen Produzenten und Lieferanten vorgibt. Diese Liste benennt gänzlich verbotene oder durch einen Maximalwert regulierte Substanzen, die nicht in der Produktion der Kleidungsstücke verwendet werden sollten. Dabei setzt die RSL-Liste höhere Anforderungen voraus als die gesetzliche EU-Chemikalienverordnung „REACH“. Über regelmäßige unabhängige Stichproben stellt Schöffel sicher, dass die vorgegebenen Grenzwerte eingehalten werden. Im Jahr 2021 wurden 25 Modelle im Auftrag von Schöffel durch eurofins WKS überprüft. Des Weiteren informiert und unterstützt der Outdoor- und Ski-Experte seine Produzenten über sein

ausführliches Produzenten-Handbuch bei der ordnungsgemäßen und umweltgerechten Betriebsführung. Zudem informiert Schöffel seine Produzenten über verschiedene Angebote von Schulungen und Trainings zum Thema Chemikalienmanagement. Zusätzlich hat Schöffel all seinen Produzenten und Lieferanten, um diese beim Aufbau oder der Verbesserung einer ordnungsgemäßen und umweltgerechten Betriebsführung zu unterstützen, ein Beispielformat zur Inventarisierung von Chemikalien kommuniziert und Trainingsvideos zum Chemikalienmanagement versendet. Auch der Leitfaden "Vermeidung von gefährlichen Chemikalien in Textillieferketten" vom Textilbündnis wurde als Begleitinformation mit verschickt.

Schöffel arbeitet unermüdlich daran, sich zu verbessern. Dies geschieht auch in Zusammenarbeit mit bluesign®, die das Unternehmen bereits seit Ende 2013 im Bereich des Schadstoffmanagements unterstützen. Denn Schöffel will sich im Sinne von Mensch und Natur fortlaufend weiterentwickeln. Dazu hat bluesign® Schöffel im Dezember 2021 einen virtuellen Besuch abgestattet, um ein Brand Assessment zu starten. Das Brand Assessment hilft dabei, die aktuelle Situation zu analysieren und einen Maßnahmenplan zu erstellen. Dazu gibt es eine Überprüfung vor Ort, eine Beurteilung der zuvor erarbeiteten Daten sowie einen Bericht. Der gemeinsam erarbeitete Maßnahmenplan hilft dabei, die Umweltleistung zu steigern und das Risikomanagement in Bezug auf die Umwelt effektiver zu gestalten.



UMWELTMANAGEMENT IM TRANSPORT



Bei der Wahl des Logistikdienstleisters in Deutschland hat Schöffel auf einen nachhaltigen Partner Wert gelegt. Der gesamte Paketversand in Deutschland erfolgt klimaneutral.



Grundsätzlich plant Schöffel, dass 95% seiner weltweiten produzierten Textilien Deutschland per Schiff oder Bahn erreichen. Bedingt durch das, durch die COVID-19 Pandemie, hervorgerufene weltweite Ungleichgewicht der Lieferketten, konnte im Jahr 2021 keine signifikante Verbesserung bei der Eindämmung des Ausstoßes von CO² erreicht werden.



Schöffel verwendet 100 % recycelbare oder recycelte Verpackungsmaterialien. Es werden nur RESY-zertifizierte Kartons benutzt. RESY garantiert eine vollständige Abfallentsorgung und Recycling. Schöffel gehört einem dualen System an, damit ist für Polybags eine Kreislaufwirtschaft gewährleistet. Ein Großteil der Ware wird „liegend“ ausgeliefert, das spart Bügel und aktuell schon 20 % an Plastikverpackung im Vergleich zur „hängenden“ Variante. Zusätzlich werden nur auf Kundenwunsch Kleiderbügel verwendet. Diese bestehen aus recyceltem Polystyrol.

Seit 2015 unterstützt Schöffel das Ziel des Textilbündnisses, einer Multi-Stakeholder-Initiative, durch faire Einkaufsbedingungen, sichere Arbeitsplätze, Arbeit an existenzsichernden Löhnen und ressourcenschonender Produktion die Arbeitsbedingungen in der Textilproduktion zu verbessern. www.textilbuendnis.com



Schöffel ist Mitglied der European Outdoor Conservation Association (EOCA). Diese Initiative der europäischen Outdoor-Industrie hat sich dem Schutz und Erhalt gefährdeter Gebiete, Tiere und Pflanzen verschrieben. www.eocaconservation.org



ZEIT FÜR ERKLÄRUNGEN PFC – UND WIE SCHÖFFEL DAMIT UMGEHT

Immer wieder ist die Rede von PFC. Doch was genau ist das? Und sind diese Substanzen gefährlich für den Menschen und die Umwelt? Wie geht Schöffel mit den Chemikalien um und wo stoßen wir an unsere Grenzen?

Was sind PFC?

PFC ist eine Abkürzung für per- und polyfluorierte Chemikalien, die mehr als 3.000 verschiedene Stoffe umfasst. Sie sind nicht natürlich und kaum auf biologischem Wege abbaubar. PFC verbleiben demnach für einen sehr langen Zeitraum in der Umwelt. Einige PFC reichern sich in der Natur und in Organismen an und können als bedenklich angesehen werden. Sie sind daher unter strenger Beobachtung und teilweise sogar verboten. Dennoch werden PFC verwendet, aufgrund ihrer besonderen Eigenschaften. Sie sind wasser-, fett- und ölabweisend sowie chemisch und thermisch stabil. So werden sie in einer Vielzahl von Konsumgütern verwendet wie beispielsweise Kochgeschirr, Pizzakartons, Klebezettel oder Textilien.

Wenn von PFC die Rede ist, muss zunächst einmal genauestens erörtert werden, über welche Gruppe dieser Chemikalien gesprochen wird. In der Outdoorbekleidungsbranche ist meist die Rede von fluororganischen Verbindungen, die mit unterschiedlichen Verfahren auf Textilien aufgebracht werden, um diese wasser- sowie schmutz- und ölabweisend zu machen. Eigenschaften, die ausschlaggebend für die Qualität eines wetterfesten und strapazierfähigen Outdoorproduktes sind.

Der Umgang von Schöffel mit PFC

Als mittelständisches Unternehmen ist für die Schöffel Sportbekleidung GmbH die Produktion hochwertiger, funktioneller Outdoor- und Skibekleidung mit langer Lebensdauer und von dauerhafter Qualität eine selbstverständliche Verpflichtung. Ein besonderes Augenmerk legen wir bei der Herstellung unserer Produkte darauf, den Einsatz von Chemikalien so gering wie möglich zu halten.

Der Einsatz von PFC war bis dato vonnöten, um den Endverbraucher dauerhaft vor den Elementen der Natur zu schützen. Viele Jahre hat Schöffel an Alternativen gearbeitet – mit Erfolg. Schöffel verfügt heute über Materialien, die PFC in seinen Markenprodukten überflüssig machen. Und das ohne den Verlust der gewohnt hohen Qualität und Performance der Bekleidung. Auch für die Membran

werden ökologisch unbedenkliche PFC eingesetzt, die nicht wasserlöslich sind. Für uns als Firma Schöffel ist das Thema Schadstoffmanagement und Umweltmanagement von großer Bedeutung.

An Grenzen stoßen wir bei Produkten, die auf besondere Anforderungen von speziellen Kunden, wie beispielsweise bei Polizei- und Motorradbekleidung, angefertigt werden. Für diese Art von Ausrüstung sind bestimmte Anforderungen wie schmutzabweisende Stoffe und Ölresistenz vorgegeben. Hier kann Schöffel momentan nicht komplett auf den Einsatz von ausgewählten PFC verzichten. Die Minimierung steht dabei klar im Vordergrund und es wird penibel genau auf die gesetzlichen Vorgaben geachtet und diese auch eingehalten. Gleichzeitig arbeitet Schöffel daran, das Ausmaß so gering wie möglich zu halten, dass die Funktionalität und der Schutz der Einsatzkräfte noch gewährleistet ist. Parallel sucht Schöffel bereits nach Möglichkeiten, die Verwendung von PFC in diesen Bereichen zu reduzieren.

Seit der Sommerkollektion 2020:

100 %

PFC-free

Die Schöffel Kollektionen
sind frei von PFC.



„WIR SIND EINE WICHTIGE GENERATION, DIE NOCH WAS ÄNDERN KANN“ – ROMAN ROHRMOSER IM GESPRÄCH ÜBER DAS DRAUSSEN SEIN

Draußen zu sein, das ist Roman Rohrmosers große Leidenschaft – ob beim Mountainbiken, Freeriden oder Jagen. Die Natur zu respektieren und diese zu schützen, darauf legt der Schöffel Athlet großen Wert. Gemeinsam mit Schöffel steht er für Nachhaltigkeit im Outdoor-Sport.

Seitdem Roman Rohrmoser denken kann, spielt sich sein Leben draußen in der Natur ab. Im Alter von zwei Jahren stand er bereits das erste Mal auf Skiern. Seitdem ist er aus dem Outdoor-Sport nicht mehr wegzudenken. In jungen Jahren erst als Skirennfahrer, dann wechselte seine Leidenschaft zum Freeriden. Nach einer Zeit tauschte er die Wettkämpfe dann gegen Foto- und Filmshootings. Dabei begleitet und motiviert ihn seine Verbundenheit zur Natur und die Freude am Draußen: „Ich bin einfach gerne an der frischen Luft, egal ob mit oder ohne Action. Draußen fühle ich mich lebendig, während ich mich drinnen schnell langweile und müde werde. So wurde ich erzogen: rausgehen und die Welt entdecken“. Von seinem Elternhaus hat der Freerider aber auch noch einen anderen Zugang zur Natur mit auf den Weg gemacht: „Mein Opa war Imker und Jäger. Das Imkern mache ich nun gemeinsam mit meinem Vater, hierbei ist er der Chef und bringt mir alles bei. Beim Jagen ist es andersherum. Da ich Aufsichtsjäger bin, nehme ich meinen Vater mit. Sowohl das Jagen als auch das Imkern sind fester Bestandteil meines Lebens. Die Wildtiere zu beobachten und eins mit dem Wald zu werden, hilft mir, richtig abzuschalten“. Hierbei ist sich der Freerider über die Verantwortung bewusst, sich draußen zu bewegen: „Wer sich in der Natur ohne Verstand aufhält, kann viel kaputt machen. Egal ob zu Fuß, mit dem Bike oder auf Skiern, wer wahllos in Sperrgebieten und Schutzwäldern unterwegs ist stört Tiere und Natur. Gerade in der aktuellen Zeit gehen immer mehr Menschen raus. Ich versuche hier Aufmerksamkeit zu

schaffen und darüber aufzuklären, dass manche Gebiete gemieden gehören. Unsere Tierwelt hat schon zu wenig Rückzugsgebiete, die wenigen sollten wir ihnen lassen“. Roman Rohrmoser wünscht sich daher mehr Achtsamkeit im Umgang mit der Natur und dessen Bewohnern und appelliert: „Im Wald sollte Ruhe herrschen. Bleibt auf den Wegen, nehmt euren Müll mit und verrätet nicht alle eure Lieblingsplätze. Weniger ist mehr, denn schnell wird ein Secret Spot zu einem neuen Instagram Hotspot und wird wegen Überfüllung geschlossen“. Dabei kann jeder unter anderem einen Beitrag leisten, ob klein oder groß. „Ich bin unter anderem zu Schöffel gekommen, da der Outdoorbekleidungs-Experte viel Wert auf Nachhaltigkeit legt. Es ist mir wichtig zu wissen, dass die Herstellung, Verarbeitung und Produktionsbedingungen zu meinen Werten passen. Am entscheidendsten ist, dass die Kleidung eine lange Zeit hält und ich nicht jedes Jahr neue kaufen muss. Langlebigkeit ist ein wichtiger Schlüssel zu mehr Nachhaltigkeit. Deswegen nutze ich auch das Angebot der Service Factory.“ Der Schöffel-Athlet findet daher klare Worte für sich und andere: „Am Ende muss jeder selbst entscheiden, wie er den Planeten für die nächste Generation hinterlassen möchte. Mal das Auto stehen lassen, seinen Müll vom Berg mitzurücknehmen oder Kleidung länger tragen und reparieren, statt wegwerfen, die Möglichkeiten sind endlos. Ich glaube, dass wir eine wichtige Generation sind, die dazu beitragen kann, noch etwas zu verändern. Aus dieser Verantwortung nehme ich mich nicht raus“.

HOHE ANFORDERUNGEN AN NACHHALTIGE UND INNOVATIVE MATERIALIEN

Der Ski- und Outdoorexperte Schöffel produziert seit mehr als 50 Jahren technische Funktionsbekleidung, mit dem Fokus auf Qualität und Innovation.

NATURFASERN

Aufgrund der speziellen funktionellen Materialanforderungen ist der Einsatz von Naturfasern gering. Dennoch setzt Schöffel hohe Anforderungen auch bei der Auswahl der verarbeiteten Naturfasern.

PFLANZLICHE FASERN:

Baumwolle

Als weitere Naturfaser verwendet Schöffel Baumwolle in seinen Produkten. Dabei gilt das Verbot, usbekische Baumwolle einzusetzen, da bei der Ernte in Usbekistan Kinder- und Zwangsarbeit vorgekommen ist.

Materialien und Produkte aus der Region Xinjiang China

Aufgrund der aktuellen Berichte über Menschenrechtsverletzungen in der Region Xinjiang, gilt das Verbot, jegliches Material, inklusive Baumwolle, welches in dieser Region geerntet, hergestellt oder verarbeitet wird, sowie andere Produkte und Dienstleistungen aus dieser Region einzusetzen.

Holz

Vereinzelte Zutaten wie zum Beispiel Knöpfe können aus dem Naturmaterial Holz bestehen. Das verwendete Holz darf nicht aus illegaler Holzernte sowie aus HCVF-Wäldern (High Conservation Value Forests z.B. Regenwald) stammen.

TIERISCHE ROHSTOFFE:

Beim Einsatz von tierischen Fasern achtet der Outdoorexperte auf eine sogenannte tierleidfreie Herkunft.

Schöffel respektiert die Umwelt und unterstützt den Tierschutz. Das heißt, dass für Schöffel Produkte nur Materialien zum Einsatz kommen, die eine verantwortungsbewusste und artgerechte Tierhaltung nachweisen können.

Daher müssen alle Produkte gemäß den 'Five Freedoms for Animal Welfare' (Fünf Freiheiten für artgerechte Tierhaltung) des Farm Animal Welfare Council (FAWC) hergestellt werden. Diese umfassen:

- Freiheit von Hunger und Durst
- Freiheit von körperlichen und thermischen Beschwerden
- Freiheit von Schmerzen, Verletzungen und Krankheiten
- Freiheit, normale Verhaltensmuster auszudrücken
- Freiheit von Angst und Leid

Schafwolle

Schöffel achtet strikt darauf, dass keine Wolle von Schafen verarbeitet wird, bei denen das Mulesing-Verfahren angewendet wurde. Mit Mulesing wird eine Methode bezeichnet, bei der den Schafen unterhalb des Schwanzes eine Hautfalte (meist ohne Narkose / Betäubung) entfernt wird, damit sich dort keine Maden ansiedeln können.

Angora & Mohair

Schöffel verzichtet komplett auf Mohair und Angora-Fasern, da die artgerechte Haltung von Angorakaninchen und Angoraziegen oft nicht gewährleistet ist und die Gewinnung der Haare unter schmerzhaften Bedingungen erfolgt.

Pelz / Fell

Der Einsatz von Echtpelz / -fell ist nicht gestattet. Es werden ausschließlich synthetische Pelze und Felle für Schöffel Produkte benutzt, die keine tierischen Bestandteile enthalten. Zudem ist Schöffel Teil des Fur Free Retailers Programms (<https://furfreeretailer.com/>).

Leder

Das verarbeitete Leder darf nur ein Neben- oder Abfallprodukt der Lebensmittelindustrie oder Kunstleder sein. Es dürfen nur Häute eingesetzt werden, die von nicht bedrohten oder geschützten Tierarten stammen.



Daune

Das Unternehmen bezieht ausschließlich weiße und graue Daunen und Federn von Gänsen und Enten aus zertifizierten Quellen. Damit wird ausgeschlossen, dass die Materialien aus einer Tierhaltung mit Zwangsfütterung und Lebendrupf stammen. Daunen sind ein Nebenprodukt der Lebensmittelindustrie. Alle Daunen und Federn, die für Schöffel Produkte verwendet werden, müssen RDS-zertifiziert sein.

Schöffel als Unternehmen legt besonderen Wert auf Tierschutz und hat sich nun mit der RESPONSIBLE DOWN STANDARD (RDS) Unternehmenszertifizierung einen weiteren Schritt Richtung verantwortungsvoller Beschaffung von Daunen verpflichtet. Dazu zählt auch die Lieferkette, was bedeutet, dass für Produkte ausschließlich Daunen aus tierschutzgerechter Haltung verwendet werden. An-

gefangen von der Tierfarm, bis zur tatsächlichen Verarbeitung der Daune. Der Zertifizierungsprozess wird durch das Prüfungsinstitut Control Union durchgeführt und stetig überwacht.

Verbraucher von RDS-zertifizierten Schöffel Produkten können sicher sein, dass die Daunen und Federn, die in ihrem Produkt stecken, von artgerecht gehaltenen Tieren stammen. Alle Stationen der Lieferkette, welche das Produkt durchläuft, entsprechen dem Standard von RDS. Sei es die Aufzucht der Tiere auf der Farm, der Transport der Tiere oder die Schlachtung. Nur wenn 100 % der Kriterien und Richtlinien erfüllt werden, erhält das Produkt den Status der RDS-Zertifizierung.



INNOVATIVE MATERIALIEN

Polartec® Power Air™

Schöffel ist immer auf der Suche nach Innovationen. Mit Polartec® Power Air™ wird eine Technologie verwendet, die eine revolutionäre Strickkonstruktion hervorbringt. Diese leistungsfähige Strickkonstruktion besteht aus mindestens 50 Prozent recyceltem PET und überzeugt durch höchste thermische Effizienz. Bei diesem Dämmmaterial sorgen zwei unterschiedliche Oberflächen dafür, dass dazwischen Fasern so eingeschlossen werden, dass sich Lufttaschen bilden. Diese entstandenen Lufteinschlüsse speichern die Körperwärme und sorgen so für ein wohlig warmes Tragegefühl. Diese Strickkonstruktion kann allerdings mehr. Zudem fungiert sie als Schutzbarriere, die das Abwandern von Mikrofasern stark vermindert, wodurch der Stoff höchst robust wird und ein Pilling verhindert. Mit Polartec® Power Air™ ist also ein Fleece entstanden, welches die negativen Umwelteinflüsse durch Mikroplastik reduziert, da fünfmal weniger Fasern im Vergleich zu anderen Midlayern verloren gehen.

Lyocell

Als eine besonders ökologische Alternative zu herkömmlichen Chemiefasern und Baumwolle verwendet Schöffel Lyocell. Die umweltfreundliche und ressourcenschonende Herstellung dieses Materials spiegelt sich in den Outdoorprodukten wieder und ermöglicht somit einen weiteren Schritt in Richtung Nachhaltigkeit.

Was ist Lyocell?

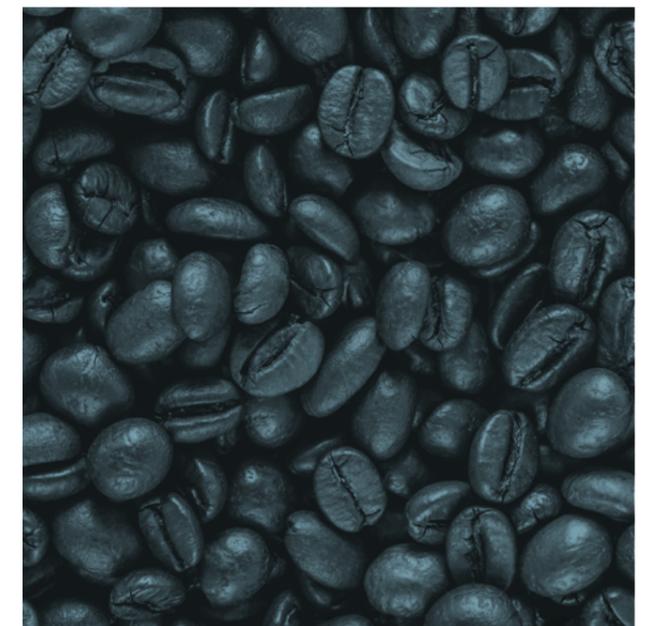
Lyocell ist eine Faser, die industriell, aber aus natürlichen Rohstoffen gewonnen wird. Diese basiert häufig aus dem Ausgangsmaterial Holz, wie beispielsweise Eukalyptus, Eiche und Birke, die aus nachhaltiger Forstwirtschaft stammen. Der Hauptrohstoff für Lyocell ist demnach Zellulose und kann somit als Rückgewinnungs- oder Regenerationsfaser betrachtet werden. Diese Pflanzen wachsen ohne künstliche Bewässerung nach und sind somit im Anbau sehr ressourcen- und umweltschonend. Auch wird eine deutlich geringere Menge an Wasser benötigt, im Vergleich zur herkömmlichen Produktion von beispielsweise Baumwolle. Der Herstellungsprozess gilt gegenüber anderen Regenerationsfasern, wie beispielsweise Viskose, aufgrund des umweltschonenden Lösungsmittels und eines geschlossenen Stoffkreislaufs, als deutlich weniger umweltbelastend. Schöffel verwendet zudem Lyocellfasern von der Lenzing AG, welches unter dem geschützten Markennamen TENCEL™ ausgezeichnet wird, dabei allerdings dieselben Eigenschaften aufweist.

S.Café®

Um beim Thema Nachhaltigkeit einen weiteren Fortschritt zu erzielen, verwendet Schöffel die umweltfreundliche Technologie S.Café®. Aus dem einst vermeintlichen Abfall des Kaffeesatzes werden im technischen Faserverbund Stoffe, die den Kaffeesatz beinhalten, produziert. Diese dienen als Basis für multifunktionelle, bis ins feinste Detail ausgearbeitete Sportbekleidungen. Die Innovation gibt nicht nur der Kaffeebohne selbst eine längere Lebensdauer, sondern unterstützt den Träger in seiner Performance optimal, auch bei herausfordernden Aktivitäten. Damit wird der ständig nachwachsende Rohstoff als Textilbestandteil den hohen Qualitätsansprüchen auf natürliche Weise gerecht.

Was ist S.Café®?

S.Café® ist ein technischer Faserverbund aus Polyesterfasern. Aus dem Abfallprodukt Kaffeesatz, welcher beim herkömmlichen Kaffeekochen aus Kaffeebohnen entsteht, wird Kaffeeöl gewonnen. Dieses wird dann mit einem Granulat, das im Grunde die Spinnflüssigkeit ist, vermischt. Somit werden dem Polyester die verbesserten Eigenschaften dieser besonderen Technologie gegeben, wie beispielsweise optimierte Geruchneutralisierung und eine natürliche antibakterielle Wirkung. Aus der Spinnflüssigkeit entsteht dann das S.Café® Garn, aus dem Stoffe als Grundlage für die Produktion von Bekleidungsteilen gewonnen werden.



AIRMEM™

Fortschritt – darauf kommt es bei Schöffel an. Auch beim Thema Nachhaltigkeit wird stets an der Weiterentwicklung gearbeitet. So verwendet Schöffel die innovative Membran AIRMEM™ in Verbindung mit S.Café®. Damit wird auch der Standard von Textilien in Hinblick auf Funktionalität und Qualität nochmals vorangetrieben. Der ständig nachwachsende Rohstoff Kaffee wird mit dieser Membran als Textilbestandteil den hohen Qualitätsansprüchen von Schöffel auf natürliche Weise gerecht, und unterstützt den Nutzer in seiner Performance optimal, auch bei herausfordernden Aktivitäten.

Was ist AIRMEM™?

AIRMEM™ enthält wie S.Café® das vermeintliche Abfallprodukt Kaffeesatz, der beim Kaffeekochen mit Bohnen übrig bleibt. Aus diesem Rückstand wird zunächst Kaffeeöl extrahiert. Diese recycelte Ressource kann dann nicht nur, wie üblich für die Kosmetikindustrie verwendet werden, sondern bildet mit 25 % die Grundlage für die Produktion dieser leichten und geruchshemmenden Materialien. Sie ist eine nachhaltige Alternative, da erdölbasierte Materialien reduziert werden und bei der Produktion Energieeinsparung stattfindet.

perPETual

Nachhaltigkeit ist bei Schöffel eine wichtige Komponente, weshalb das Unternehmen auf ökologische Materialien hohen Wert legt. Mit perPETual wird ein Weg in Richtung umweltfreundliche Bekleidung und ressourcensparende Produktion eingeschlagen, um somit in die neue Generation der Textilien eingestiegen.

Was ist perPETual?

perPETual ist eine umweltschonende Recyclingmethode, bei der PET Flaschen zu 100 % zu einem neuen Textilmaterial verarbeitet werden. Alte Plastikflaschen werden durch spezielle Filtrationstechnologien in qualitativ hochwertige und nachhaltige Polymerbausteine (Ester) zurückersetzt. Aus diesem nachhaltig gewonnenen Ester kann dann mithilfe der Standardpolymerisation recyceltes Polyester erzeugt werden, das als Basis für sämtliche PET Produkte dient, unter anderem auch für Textilbekleidung. Dank der ressourcensparenden Methode, bei der auch unterschiedlichste Garnstärken produziert werden können, wird um ein Vielfaches weniger Energie benötigt als bei anderen Recyclingprozessen. Auch die Abfallmenge durch Plastikflaschen kann so reduziert werden. Der Wasserverbrauch während der Produktion ist sogar um 86 % geringer als bei der Herstellung von neuem Polyester.



„Ich bin Partnerin von Schöffel, da es mir wichtig ist, dass bei der Produktion meiner Bekleidung Ressourcen geschont werden. Dazu gehört die Verwendung nachhaltiger Materialien, die Langlebigkeit der Produkte und faire Arbeitsbedingungen. Produktqualität geht für mich daher über die reine Funktion hinaus.“

*Schöffel Athletin
Gerlinde Kaltenbrunner
Profi-Bergsteigerin*



NACHHALTIGKEIT IM SCHAUFENSTER

Das Familienunternehmen, welches in der siebten Generation von Peter Schöffel geführt wird, steht für Tradition und beständige Werte – agiert dabei gleichzeitig allerdings als innovative Marke, die sich ständig weiterentwickelt. Dies ist bedeutsam, da Schöffel am Puls der Zeit ist und sich dem verantwortungsvollen Umgang mit der Umwelt stellt. So will die Outdoor-marke diesbezüglich auch ihre Kunden mit in den Bann der Nachhaltigkeit ziehen und entwickelt den Point of Sale zu einem Point of Experience. Nachhaltigkeit ist für Schöffel kein Trend – es ist eine Lebenseinstellung und eine Frage der Haltung.

In Zusammenarbeit, mit DFROST, der Lead Agentur für den Point of Sale ist ein nachhaltiges Schaufensterkonzept für Schöffel entwickelt worden. Dabei ist es das Anliegen von DFROST, bei Veränderungen in der Retail Branche zu helfen und das Unternehmen ein Stück näher zum angestrebten Ziel zu bringen. Mit dieser Strategie vermittelt Schöffel die Inspiration, den Innovationsanspruch und die Exzellenz der Marke auch am Point of Sale. Ebenfalls wird die Authentizität und Aufrichtigkeit der Marke kommuniziert und das im Bewusstsein der Vision, die Love Brand und No. 1 in Outdoor, Ski & Bike zu werden.

Das Schaufensterkonzept wurde bereits im Herbst 2021 mit dem Sustainability Label des VMM ausgezeichnet. Dabei stehen temporäre Inszenierungen von Marken und Produkten im Fokus. Bewertet werden Rohmaterialien, Ursprungsland, Transportwege, Verarbeitung, Verwendungszeitraum, und Entsorgungsmöglichkeiten. Nur wenn das Gesamtpaket stimmt, wird das VMM Sustainability Label vergeben.

Die Nachhaltigkeitsstrategie „vom Store bis hin zum Schaufenster“ ist ein guter Anfang, um das umweltbewusste Thema auch am POS zu kommunizieren und ein Vorbild für andere Marken zu sein. Außerdem zeigt die Strategie, dass Produktausstellungen auch mit umweltfreundlichen Materialien, welche vielfältig in den einzelnen Saisons einsetzbar sind, hervorragend umsetzbar sind. Zudem lassen sich die Produktionen ressourcenschonend gestalten. Jeder Schritt, der weniger CO² erzeugt, weniger fossile Ressourcen verbraucht und in der Entsorgung weniger problematisch ist, geht in die richtige Richtung.





ENERGIEN BEWUSSTER NUTZEN UMWELTMANAGEMENT AM STANDORT SCHWABMÜNCHEN

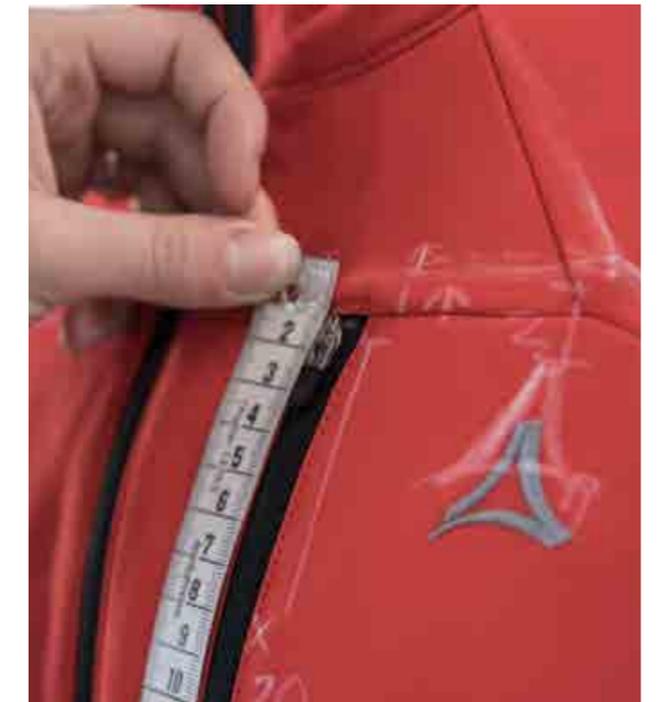
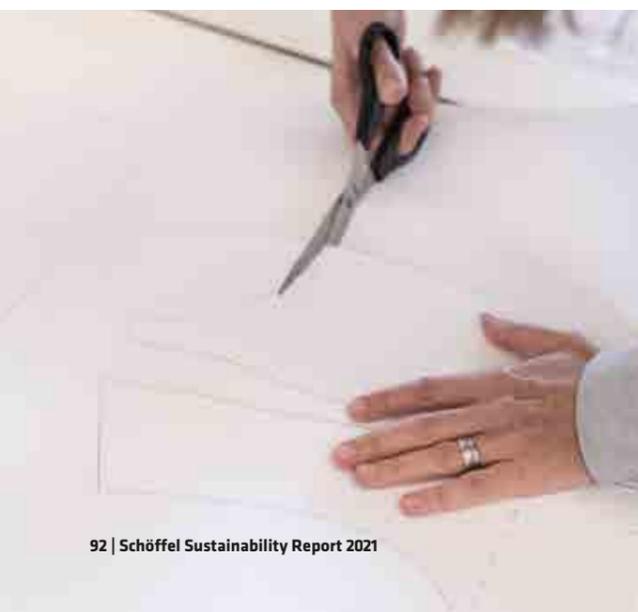
Schöffel ist seit 1804 in Schwabmünchen ansässig. Aus der langen Tradition vor Ort resultiert ein besonderes Verantwortungsbewusstsein dem direkten Umfeld gegenüber. Deshalb legt Schöffel besonderen Wert auf einen ressourcenschonenden Geschäftsbetrieb.

Der heutige Sitz am Stadtrand wurde im Jahr 1980 bezogen und seit damals fortlaufend erweitert und umgebaut. Seit 2019 bezieht Schöffel zum Heizen 100 % klimaneutrales Ökogas am Standort Schwabmünchen. Im Jahr 2011 folgte die bislang letzte Erweiterung der Produktions- und Arbeitsflächen. Ein knapp 950 Quadratmeter großer Anbau setzt beim Heizen und Kühlen auf eine moderne „Betonkernaktivierung“. Diese innovative Methode nutzt die Fähigkeit der Decken und Wände im Gebäude, thermische Energie zu speichern und damit Räume optimal zu temperieren. Ein Teil des Konzepts bezieht auch einen Wasserkreislauf ein: Die Betonkernaktivierung nutzt Wasser aus einem eigens angelegten Brunnen auf dem Firmengelände. Dieses kühlt in einem ersten Schritt den Serverraum und wird anschließend – einige Grad wärmer – in die Heizung eingespeist. Letztlich wird das Wasser wieder dem Brunnen zugeführt. Energie wird auf diese Weise nicht nur beim Heizen eingespart, das Konzept ersetzt auch eine Klimaanlage und spart somit zusätzlich Energie. Der besondere Clou: Nicht mal das Wasser wird verbraucht, sondern verbleibt im Kreislauf.

Parallel zum Anbau wurde auch die bestehende Photovoltaik-Anlage erneuert, über die circa 31.000 kWh Strom im Jahr gewonnen werden.

Seit 2016 bezieht die Niederlassung in Schwabmünchen ausschließlich Strom aus regenerativer Wasserkraft des regionalen Energieversorger LEW aus Augsburg. Auch die eigenen Retail-Stores von Schöffel-LOWA beziehen den LEW Natur-Strom – ein Angebot, von dem auch die Franchise-Partner profitieren können. 2016 wurde nach

einem aufwendigen Umbau des ehemaligen Rohbaulagers das neue Development Center eröffnet. Auf mehr als 600 Quadratmetern entstanden 26 moderne Arbeitsplätze, an denen die Abteilungen Produktmanagement, Design und Technical Development gemeinsam die kommenden Kollektionen entwickeln. Das Development Center bietet eine offene Atmosphäre mit lichtdurchfluteten Räumen dank großer Fenster und Oberlichter. „Coffice“ genannte Lounge-Ecken geben den Mitarbeitern die Möglichkeit, einen Laptop anzuschließen und im locker-entspannten Ambiente zu arbeiten, um so die besten Ergebnisse zu erzielen. Bergwelten an den Wänden und ein mittig gepflanzter Baum machen das Thema Outdoor stets spürbar und präsent und tragen so zur Arbeitsatmosphäre bei.



ZIELE, DIE SCHÖFFEL 2021 ERREICHT HAT

Schöffel hat die für 2021 gesetzten Ziele mit großem Engagement verfolgt und größtenteils erreicht. Ein positives Ergebnis ist unter anderem, dass 98,27 % des Produktionsvolumens in Fabriken hergestellt wird, welche ein Sozialaudit durchlaufen haben oder aus Low-Risk-Regionen stammen.

| ZIELE | MASSNAHMEN UMSETZUNG |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Halten der hohen Quote von 90 % des Produktionsvolumens aus Fabriken, die innerhalb der vergangenen 3 Jahre Sozialaudits durchlaufen haben oder die in Low-Risk-Regionen liegen. | Im Jahr 2021 beschaffte Schöffel 98,27 % des Produktionsvolumens aus Fabriken, die innerhalb der vergangenen drei Jahre in einem Sozialaudit überprüft wurden und damit zusammen mit Schöffel an kontinuierlichen Verbesserungsmaßnahmen arbeiten oder die in Low-Risk-Regionen liegen. |
| Weiterführung des Living-Wage-Projekts in Myanmar. | Im Jahr 2020 startete Schöffel zusammen mit einer anderen FW-Mitgliedmarke ein weiteres Living-Wage-Projekt bei einem Partner in Myanmar. Aufgrund der Corona-Pandemie und den Lockdowns musste das Projekt vorerst zurückgehalten werden, bis sich die Lage etwas entspannt. |
| Erstellung einer CO ₂ -Bilanz für das Jahr 2020. | Mithilfe der Klimaschutzberatung ClimatePartner GmbH erstellte Schöffel eine CO ₂ -Bilanz für das Jahr 2020, welche alle CO ₂ -Emissionen, die direkt (u.a. Fuhrpark) und indirekt (u.a. Logistik & Lieferkette) von Schöffel verursacht werden, inkludiert. Seit Anfang November 2021 ist der Standort Schwabmünchen klimaneutral. Alle direkt am Standort Schwabmünchen verursachten CO ₂ -Emissionen von 537,57 Tonnen CO ₂ wurden durch die Unterstützung der folgenden Klimaschutzprojekte kompensiert/ausgeglichen: <ul style="list-style-type: none"> • Aufforstung, Rio Kama, Nicaragua • Regionale Projekte, Bäume pflanzen, Deutschland • Windenergie, Salodi, Indien |
| Weiterführung der Ist-Aufnahme / Evaluation zur Gleichbehandlung von Geschlechtern und Steigerung des Bewusstseins bei den Produzenten. | Aufgrund der Corona-Pandemie und den Lockdowns musste die Weiterführung der Evaluation vorerst zurückgehalten werden, bis sich die Lage etwas entspannt. Der Fokus wurde im Jahr 2021 auf die aktuelle Situation der einzelnen Produzenten und Länder gelegt. Dafür haben wir einen speziellen COVID-19-Fragebogen unter Berücksichtigung des Fair Wear Dossiers entwickelt. Dieser wird seit Anbeginn der Pandemie regelmäßig von den Produzenten ausgefüllt. |

| ZIELE | MASSNAHMEN UMSETZUNG |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Stärkere Vernetzung mit dem Schöffel Office in Vietnam sowie die Unterstützung der Bearbeitung der Corrective Action Plans von den Mitarbeiter:innen in Vietnam, um die Kontrolle in den Fabriken vor Ort weiter zu verbessern. | Die Einhaltung der Sozialstandards in den Fabriken wird durch die regelmäßigen Besuche der lokalen Schöffel Mitarbeiter:innen aus dem Office in Vietnam verstärkt überprüft. Des Weiteren werden die Mitarbeiter:innen weiterhin in der Bearbeitung sogenannter Corrective Action Plans (Maßnahmenpläne) geschult, um durch die Unterstützung bei der Bearbeitung die Sozialstandards in den Fabriken stärker zu kontrollieren. Dank der stärkeren Vernetzung mit dem Schöffel Office in Vietnam konnten wir besonders in der Corona-Pandemie einen realen Einblick in die jeweilige Situation der Fabriken erhalten und ggf. entgegensteuern bzw. unterstützen. |
| Weitere Teilnahme von Produzenten am Fair Wear Workplace Education Programm mit dem Ziel, den Beschäftigten den Zugang zu Beschwerdemechanismen zu erleichtern, sowie die Kommunikation zwischen Management und Arbeitenden zu verbessern. | Schöffel hatte im Jahr 2021 wieder einige dieser Trainings geplant. Aufgrund der COVID-19-Pandemie, sowie den bestehenden Reisebeschränkungen konnten nicht alle von der Fair Wear durchgeführt werden. |
| Abgleich der bestehenden Länder-Risikoanalysen mit den „12 Sektor-Risiken“ des Textilbündnisses. | Die bestehenden Länder-Risikoanalysen wurden mit den „12 Sektor-Risiken“ des Textilbündnisses abgeglichen. Die Länderanalyse der Produzentenstrategie wurde daraufhin entsprechend mit weiteren sozialen und ökologischen Risiken ergänzt. |
| Weiterentwicklung der Produzentenstrategie durch das Ergänzen von diversen Kennzahlen für soziale und ökologische Risiken. | Die Produzentenstrategie wurde im Jahr 2021 weiter angepasst und mit verschiedenen Kennzahlen für soziale und ökologische Risiken ergänzt. |
| Erstellung einer Klimaschutzstrategie sowie eines Maßnahmenplans zur Reduktion und Kompensation von verursachten CO ₂ -Emissionen. | Die Ziele sowie der Maßnahmenplan zur Reduktion der verursachten CO ₂ -Emissionen wurden im Jahr 2021 erstellt. Die Maßnahmen inklusive einer Klimaschutzstrategie werden in den nächsten Jahren implementiert. |
| Fortführung des Projekts Erstellung eines Supplier-Portals für Lieferanten. | Die Erstellung des Supplier-Portals wurde weitergeführt, es wurden kleinere Anpassungen und Vorbereitungen im System programmiert und umgesetzt. Das Projekt hat sich aufgrund der Corona-Pandemie verzögert. Im Jahr 2022 wird das Portal programmiert und die ersten Partner angebunden. |
| Weiterführung der regelmäßigen Abfragen und Ergänzung der COVID-19-Übersicht, um über den aktuellen Stand jedes Produzenten und Landes informiert zu sein sowie entsprechend reagieren zu können. | Auch im Jahr 2021 wurden die regelmäßigen (monatlichen) Abfragen zur aktuellen Situation im Land und der jeweiligen Fabrik durchgeführt. So war Schöffel jederzeit über die aktuelle Lage im Land und den Produzenten informiert und konnte entsprechend reagieren. |



ZIELE, DIE SCHÖFFEL 2022 ANSTREBT

Nachhaltigkeit und soziales Engagement sind für Schöffel ein kontinuierlicher Prozess. Das bedeutet, dass nicht das Erreichte an erster Stelle steht, sondern die Bemühungen, immer besser werden zu wollen. So hat Schöffel längst die nächsten Gipfel für 2022 benannt. Die Erreichung der Ziele für 2022 hängt weiterhin auch stark von der weiteren Entwicklung der COVID-19-Auswirkungen ab.

Halten der hohen Quote von 90 % des Produktionsvolumens aus Fabriken, die innerhalb der vergangenen 3 Jahre Sozialaudits durchlaufen haben oder die in Low-Risk-Regionen liegen.

Weiterführung der Ist-Aufnahme / Evaluation zur Gleichbehandlung von Geschlechtern und Steigerung des Bewusstseins bei den Produzenten.

Weitere Teilnahme von Produzenten am Fair Wear Workplace Education Programm mit dem Ziel, den Beschäftigten den Zugang zu Beschwerdemechanismen zu erleichtern, sowie die Kommunikation zwischen Management und Arbeitenden zu verbessern.

Stärkere Vernetzung mit dem Schöffel Office in Vietnam sowie die Übergabe der Bearbeitung der Corrective Action Plans an die eigenen lokalen Mitarbeiter*innen, um die Kontrolle und Sorgfaltspflicht in den Fabriken vor Ort weiter zu verbessern, da diese regelmäßig persönlich vor Ort sind und in der Landessprache kommunizieren.

Erstellung einer CO₂-Bilanz für das Jahr 2021.

Klimaneutralität des Gesamtunternehmens inklusive Lieferkette ab 2025 (durch Vermeidung, Reduktion & CO₂-Ausgleich).

Reduktion der CO₂-Emissionen des Gesamtunternehmens inklusive Lieferkette um 50% bis zum Jahr 2030.

Durchführung von Überstunden-Analysen und Lohn-Analysen bei allen Produzenten (außer Low-Risk).

Einholen der Chemikalieninventare aller aktiven Tier-1-Produzenten und Tier-2-Lieferanten.

Weiterführung des Living-Wage-Projekts

Weiterführung der regelmäßigen Abfragen und Ergänzung der COVID-19-Übersicht, um über den aktuellen Stand jedes Produzenten und Landes informiert zu sein sowie entsprechend reagieren zu können.

Schöffel Sportbekleidung GmbH
Ludwig-Schöffel-Str. 15
D-86830 Schwabmünchen
Tel.: +49 (0) 8232-50060
E-Mail: mail@schoeffel.com
www.schoeffel.com

© Schöffel

Fotos:
ZOOM.AT
Michael Müller (michaelmuellerfotografie.com)
www.werbefotografie-weiss.de
Fair Wear Foundation
Manuel Nagel
PT Anggun K्रेसi Garmen
Spectre
Kido

Irrtümer und Änderungen vorbehalten.

