

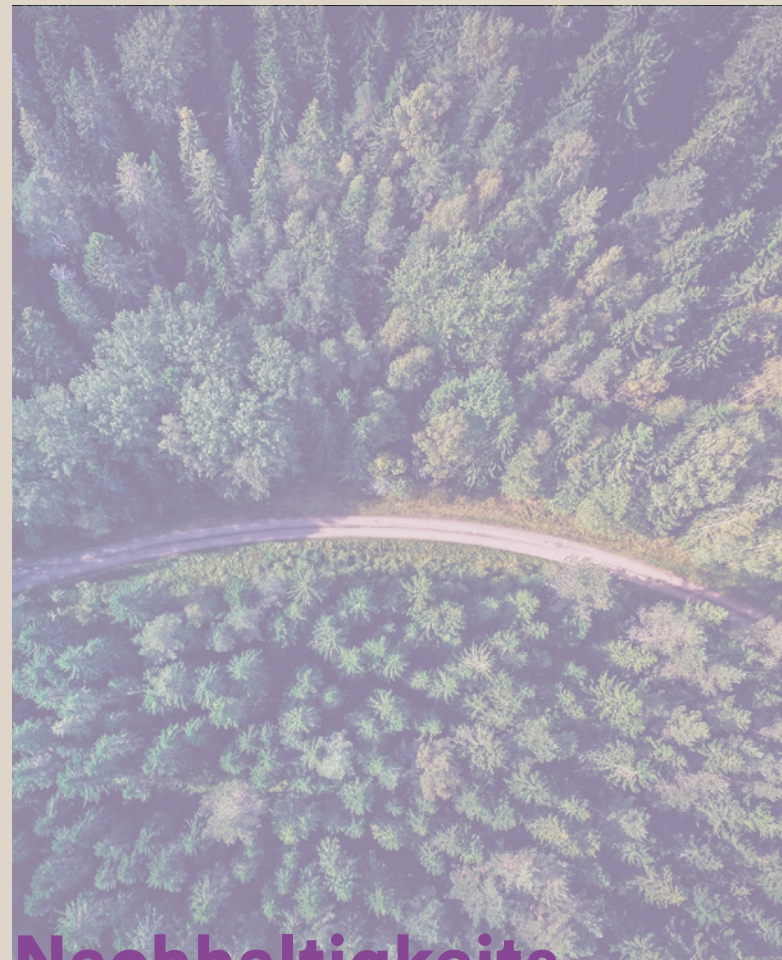
Responsibility Report 2024

Inhalt



**Hi, we are
FOND OF**

→ Seite 4



**Nachhaltigkeits-
strategie**

→ Seite 18

→ Seite 29

**Unternehmerische
Verantwortung**



**Welcome
to our world**

→ Seite 41

Vorwort

Die Unsicherheiten in allen Bereichen des wirtschaftlichen Lebens haben sich im letzten Jahr fortgesetzt. Ob Lieferketten, Konsumklima oder Rechtsprechung: es waren alle Bereiche unseres Unternehmens im vergangenen Jahr erheblichen Veränderungen ausgesetzt.

Um in einem solchen Umfeld Resilienz zu entwickeln, ist es wichtig, ein festes Wertegerüst zu haben, auf das sich Mitarbeiter:innen und Partner:innen verlassen können. Nachhaltigkeit ist in diesem Kontext einer der FOND OF Werte, die der Organisation ungeachtet der aktuellen Rahmenbedingungen Orientierung geben. Orientierung umfasst in diesem Zusammenhang sowohl den Anspruch, uns sowohl im Hinblick auf soziale als auch ökologische Nachhaltigkeit weiterzuentwickeln als auch ein klares Zielbild, das FOND OF über Geschäftsbereiche hinweg anstrebt und unser Handeln prägt.

Wir freuen uns, dass wir uns als Organisation im Bereich Nachhaltigkeit unabhängig von allen (geo-)politischen, wirtschaftlichen und juristischen Rahmenbedingungen konsequent weiterentwickeln und sind stolz auf die Erfolge, die wir in diesem Bereich im letzten Jahr erzielen konnten. Im vergangenen Jahr haben wir bedeutende Weichen gestellt:

Wir haben die Zusammenarbeit mit unseren Lieferant:innen durch die Einführung eines institutionellen 360-Grad-Feedbacks im Rahmen unserer jährlichen Supplier Days in Köln signifikant weiterentwickelt. Dieser Austausch ermöglicht uns, gemeinsam an langfristigen, nachhaltigen Lösungen zu arbeiten.

Um neben der Zusammenarbeit mit Partner:innen auch einen messbar positiven Beitrag zum Klimaschutz beizusteuern, haben wir uns der Science Based Targets Initiative angeschlossen und unser Produktportfolio durch die erstmalige Einführung neuartiger Textile-to-Textile Materialien in Richtung einer umweltfreundlicheren Produktion weiterentwickelt. Den Weg für weitere zielgerichtete CO₂-Reduktionsmaßnahmen haben wir durch die Partnerschaft mit Carbonfact, einer Carbon Management Plattform, geebnet mit deren Hilfe wir gemeinsam in Zukunft Ökobilanzen auf Produktebene erstellen können.

Da Nachhaltigkeit nur Orientierung geben kann, wenn sie aktiv gelebt wird, legen wir großen Wert darauf, unseren Fortschritt ehrlich und transparent zu bewerten.

Umso mehr freuen wir uns, dass wir zum 6. Mal in Folge von der Fair Wear Foundation mit dem Leader-Status ausgezeichnet wurden. Eine essenzielle Voraussetzung für die erfolgreiche Fortsetzung dieses Weges in den nächsten Jahren ist eine klare strategische Ausrichtung. Zu diesem Zweck haben wir eine unternehmensweite Nachhaltigkeitsstrategie 2030 entwickelt, in deren Rahmen wir messbare Ziele definieren und mit Initiativen hinterlegen, um unsere Ausrichtung für die kommenden Jahre zu schärfen.

Neben allen internen Bestrebungen freuen wir uns, dass das Thema Nachhaltigkeit durch die neue europaweite Gesetzgebung auch international und branchenübergreifend an Bedeutung gewinnt. Diese Veränderungen sehen wir als klare Chance für FOND OF. Natürlich bringen sie auch Herausforderungen mit sich – sowohl operative als auch wirtschaftliche. Doch wir sind gut vorbereitet. Nachhaltigkeit hatte schon immer höchste Relevanz in unserem Kosmos, und wir blicken optimistisch in die Zukunft.



Mathias Lievenbrück
Geschäftsführer FOND OF



Hi, we are FOND OF

Unsere Werte → **Seite 5**

Unsere Marken → **Seite 8**

Unsere Partnerschaften → **Seite 11**

Hi, we are FOND OF



Seit über 14 Jahren geht es bei FOND OF und unseren Marken Affenzahn, ergobag und satch um Begeisterung. Begeisterung für Produkte, Marken, Design, Nachhaltigkeit und vor allem Menschen. Wir möchten ein Begleiter sein, wenn kleine Welten größer werden. Im Kindergarten und der Schule, bei den Mamas und Papas, Tanten und Onkeln und auch bei uns im FOND OF Team.

Für das FOND OF Team legen wir innerhalb unserer Organisation besonderen Wert auf unsere Unternehmenskultur. Was das bedeutet? Wir sehen unsere Teamplayer und ihre Bedürfnisse ganzheitlich. Daher versuchen wir auf der einen Seite in unserem innovativen Bürogebäude the Ship durch ein Sportangebot, moderne Arbeitsplätze in einem offenen Bürokonzept und gesunde Lunchmöglichkeiten in unserer Kantine Em Bügche Raum zur Entfaltung zu geben. Andererseits wollen wir auch der Persönlichkeit eines jeden Raum geben. Angebote wie likeminded – ein Tool für mentale Gesundheit am Arbeitsplatz, unsere Academy mit Entwicklungsmöglichkeiten oder ein looky looky, um in andere Jobs reinschauen, sind einige davon. Unser Ziel ist es, die Bedürfnisse von Kind und Eltern, sowie unser unternehmerisches Handeln mit den Ressourcen der Umwelt in Einklang zu bringen.

Unsere Werte

Nach viel Transformation haben wir uns Ende 2022 gefragt, was FOND OF denn eigentlich ausmacht. Welche Werte nehmen wir aus der Historie mit und welche beschreiben uns aktuell? Seht selbst, auf einer kleinen Reise durch unsere Wertewelt:

Authentizität

In unserer Organisationskultur sehen wir unsere Teamplayer und ihre Bedürfnisse ganzheitlich. Come as you are eben. Die Basis für unsere Organisationsentwicklung und Kulturarbeit ist das AQAL-Modell (all quadrants, all levels). Damit sich jede und jeder so zeigen kann, wie sie und er ist, ist besonders der Quadrant Mindset von Bedeutung, der sich um Denken, Fühlen und Haltung dreht. Um dies zu fördern haben wir Angebote wie die Heldenreise, Personal Mastery oder aber likeminded. Denn wir sind überzeugt davon: Je mehr sich jede Person mit ihrer eigenen Persönlichkeit beschäftigt, desto besser entfaltet sie nicht nur ihr eigenes Potential, sondern gleichzeitig auch das Potential und damit die Performance des Teams. Lieben wir!

Neugierde

Wir sind offen gegenüber Neuem und scheuen keine Veränderungen, sondern wollen diesen mit der Haltung open mind, open heart, open will begegnen. Dabei versuchen wir, stets empathisch zu sein und Multiperspektivität mitzudenken. Es gibt viele tolle Ideen, lasst uns die Beste nehmen.

Zusammenhalt

Um die FOND OF-Kultur zu pflegen, sind uns Werte, Beziehungen und die Gemeinschaft wichtig. Alle Teamplayer sollen wissen, dass jede und jeder einzelne – ob unbewusst oder bewusst – unsere Organisationskultur mitgestaltet, denn participating is queen. Den Raum für Mitgestaltung geben wir zum Beispiel auf kollektiver Ebene, die ins Innere von FOND OF strahlt, indem unsere Teams einmal im Quartal ihre Bühne bekommen, um ihre OKR-Episode revue passieren zu lassen. Somit können die Teams voneinander lernen, Fehlritte besprechen, Erfolge feiern und einen Platz im großen Ganzen finden.

Verantwortung

Uns ist bewusst, dass wir ein kleiner Teil eines großen Ganzen sind – part of something bigger. Entsprechend übernehmen wir gemeinsam Verantwortung für unser Handeln und haben die Auswirkungen auf unsere Umwelt im Blick. Das bedeutet, dass wir risikobereit sind und gewohnte Wege verlassen, um ganzheitlich denken zu können.

Ambition

Wir wollen eine Umgebung schaffen, in der alle mit Leidenschaft an ihren individuellen Themen arbeiten können. Denn wir sind überzeugt davon: Was man gerne macht, macht man gut. Wenn unser Herz wirklich brennt, stecken wir mit unserer Energie andere an und können gemeinsam viel bewegen. Das ist playful performance. Bei unserer jährlichen Teamreise steht primär die spaßige Performance auf dem Programm. Dennoch: Was wäre ein Campingtrip in der Eifel nur ohne ein von Teamplayern organisiertes Karnevalssingen, Lachsalven oder Armbänder knüpfen?



1 Auszubildene

21

20 Studierende

114 männlich

249

135 weiblich

Teamplayer:innen

177

Jobtickets

Nationalitäten

7

34

Ø Alter

Tierisch gute Freunde!

Geborgenheit, Freiheit und Freude sind für Affenzahn die wichtigsten Zutaten für eine glückliche Kindheit. Ausgehend von diesem Werte-Fundament begleitet Affenzahn Eltern und Kinder in ihren Entwicklungsschritten. Gemeinsam geht es mit Neugier und Optimismus hinein in das Abenteuer Leben.

Kinder entdecken das Miteinander, die Natur und ihre eigene Persönlichkeit. Unsere tierischen Charaktere sind immer unterstützend dabei und nehmen in ganz verschiedenen Produktarten Gestalt an: von Barfußschuhen über Kindergarten-Rucksäcke mit lustiger Ziehzunge bis hin zum Laufrad und dem neuen Kinderfahrrad. Durch das kindgerechte Design, eine ressourcenschonende Herstellung und viele spielerische Funktionen macht Affenzahn kleine Welten jeden Tag ein bisschen größer.

Bei unseren neuen Rucksäcken, den Kreativ Tieren, sind nicht nur die Farben ein Highlight: auch ihr Obermaterial besteht zu 100% aus recycelten Textilien. Das bedeutet, dass wir Altkleider recyceln und ihnen einen neuen Nutzen, den deines Begleiters, geben.



ergobag



**Neues entdecken
und gemeinsam wachsen!**
Dabei immer an der Seite der Kids:
ergobag! Denn wir glauben, dass
Schulrucksäcke sich Kindern anpassen
müssen – und nicht umgekehrt.

Deshalb haben wir 2010 den ersten ergonomischen Schulrucksack für Kinder entwickelt. Unbeschwert rennen, toben, klettern und springen – dank ausgefühltem Rückensystem auch mit Rucksack kein Problem! Volle Bewegungsfreiheit bei voller Funktion ist unsere tägliche Mission. Für großes Vertrauen auf kleinen Rücken.

**Die Stoffe der Nature Explorer
Special Edition bestehen zu
35 % aus bioPET, die restlichen
65 % werden aus recycelten PET-
Flaschen gefertigt. Beide Produkte
sind bluesign®-zertifiziert.**

It's up to you!

Bei satch dreht sich alles um Kids & Teens an weiterführenden Schulen und ihre individuellen Bedürfnisse. Vom smarten Schulrucksack in angesagten Designs, über austauschbare SWAPS & TAGs zum Tauschen, Sammeln und Schenken bis hin zum ganz eigenen Graffiti Look.

Wir wissen, worauf es im Schulalltag ankommt, und setzen alles daran, unsere Produkte so funktional, nachhaltig und individualisierbar wie nur möglich zu gestalten. Und weil Schule nur das halbe Leben ist, gibt's bei satch nicht nur Schulrucksäcke und Zubehör, sondern auch coole Taschen und Rucksäcke für Freizeit & Reisen.

Das Obermaterial unserer Skandi Styles besteht zu 100 % aus recycelten Textilien.



Unsere Partnerschaften

Fair Wear

Leader Status → seit 2018

Fokus → Soziale Verantwortung in der Lieferkette

Die FAIR WEAR FOUNDATION (FWF) ist eine europäische Multi-Stakeholder-Organisation. Sie setzt sich zusammen aus NGOs, Unternehmensverbänden, Gewerkschaften und Unternehmen wie uns. Zusammen haben wir uns das Ziel gesetzt, die Arbeitsbedingungen in der Textilindustrie zu verbessern. Das ermöglicht der »shared responsibility« Ansatz, bei dem die Verantwortung eben nicht nur bei den Lieferant:innen selbst, sondern auch bei uns als Unternehmen liegt. Wie tragen wir mit unseren Geschäftspraktiken z.B. zur Einhaltung der Arbeitsstandards und Verbesserung der Arbeitsbedingungen bei? Neben sogenannten Audits vor Ort werden auch wir einmal jährlich während des »Brand Performance Check« geprüft. Darin werden wir hinsichtlich der Implementierung unserer menschenrechtlichen Sorgfaltspflichten überprüft.

Führen wir eine ganzheitliche Risikoanalyse durch, die sich auf unsere Einkaufsentscheidungen auswirkt? Fließen die Ergebnisse auch in entsprechende Maßnahmen zur Verbesserung und Prävention von Menschenrechtsverletzungen? Kennen wir die Verbindung zwischen unseren Einkaufspreisen und den vor Ort gezahlten Löhnen? Gibt es funktionierende Beschwerdemechanismen in den Fabriken? Diesen und vielen weiteren Fragen müssen wir uns jährlich stellen. Auch in diesem Jahr wurden wir wieder auf Herz und Nieren geprüft und sind zum 6. Mal hintereinander mit dem Leader Status – also der bestmöglichen Bewertung der Fair Wear – ausgezeichnet worden.





Grüner Knopf

Lizenziert → seit 2020

Fokus → Unternehmerische Sorgfaltspflicht & nachhaltige Produktionsprozesse

Der Grüne Knopf ist ein staatliches Siegel für nachhaltige Textilien und wurde 2019 auf Initiative des Bundesministeriums für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung gegründet und seitdem stetig weiterentwickelt. Damit unsere Produkte das Grüne Knopf Siegel tragen dürfen, wird von unabhängigen Prüfstellen überprüft, ob wir als Unternehmen grundsätzlich unserer Verantwortung für Mensch und Umwelt in unserer Lieferkette und somit unserer unternehmerischen Sorgfaltspflicht nachkommen. Zum einen wird getestet, ob wir die ökologischen und sozialen Risiken in unserer Lieferkette kennen und welche Maßnahmen wir ergreifen, um diesen vorzubeugen? Berichten wir darüber transparent und gibt es Beschwerdemechanismen?

Zum anderen muss nachgewiesen werden, dass das konkrete Produkt nachhaltig hergestellt wurde. Hier fungiert der Grüne Knopf als sogenanntes Metalabel. Das bedeutet, dass der Grüne Knopf hier keine eigenen Kriterien aufstellt, sondern wir andere, anerkannte Siegel nutzen dürfen, um ökologische (z.B. GOTS-Zertifizierung) und soziale (z.B. Fair Wear Leader Status) Anforderungen an Produktionsprozesse nachzuweisen.

**GRÜNER
KNOPF**
SOZIAL. ÖKOLOGISCH. STAATLICH.
UNABHÄNGIG ZERTIFIZIERT.

Leather Working Group

Mitglied → seit 2022

Fokus → Ökologische & sozialverträgliche
Herstellung von Leder



Durch die Erweiterung unseres Produktsortiments um den Bereich Schuhe vor 5 Jahren haben wir uns für eine Mitgliedschaft in der Leather Working Group (LWG) entschieden. Herstellung und Verarbeitung von Leder bergen große soziale und ökologische Risiken, denen wir durch die Kooperation mit der LWG entgegenwirken. Basis hierfür bildet der LWG Audit Standard, anhand dessen Lederlieferanten alle zwei Jahre überprüft werden. Inhalte eines solchen Audits sind u.a. Transparenz der Lieferkette, Chemikalienmanagement, Abfallmanagement und Wasserverbrauch.

Anhand des Auditresultats wird der:die Lieferant:in in vier verschiedene Kategorien eingeteilt. FOND OF nutzt diese Auditergebnisse und Kategorien regelmäßig für die Bewertung neuer und bestehender Beziehungen mit Lieferant:innen und sortiert somit Lederlieferant:innen aus, die den Standards nicht entsprechen.





bluesign®

Systempartner → seit 2016

Fokus → Chemische Überwachung des Produktionsprozesses



Das bluesign® System dient zur Gewährleistung der chemisch sauberen Produktion eines Produktes. FOND OF ist sogenannter Systempartner von bluesign®, genauso wie viele unserer Lieferant:innen. Systempartner müssen den anspruchsvollen bluesign® Prinzipien und Kriterien Folge leisten. Das heißt vor allem, dass besonders bedenkliche Chemikalien in der Produktion unserer Materialien (vor allem beim Färben) gar nicht erst eingesetzt werden dürfen. Außerdem kontrolliert bluesign®, dass alle weiteren Chemikalien, die eingesetzt werden, im Abwasser so gefiltert werden, dass sie nicht unkontrolliert in die Umwelt gelangen können. Hierfür gibt bluesign® strikte Regeln vor, die gesetzliche Anforderungen häufig übertreffen.

Das bluesign® System achtet also nicht nur auf die chemische Reinheit des Endprodukts, sondern auf den gesamten Produktionsprozess. Zusätzlich verpflichten sich alle bluesign® Systempartner zu folgenden fünf Prinzipien: Ressourcenproduktivität, Verbraucherschutz, Gewässerschutz, Emissionsschutz und Arbeitssicherheit.

Science Based Targets Initiative

Systempartner → seit 2023

Fokus → Klimaschutz durch CO₂-Reduktionsziele

Vergangenes Jahr hat FOND OF beschlossen erstmalig konkrete Ziele zur Reduzierung seines CO₂-Fußabdrucks zu setzen und diese extern verifizieren zu lassen. Dafür haben wir uns einer der führenden Initiativen zur Bekämpfung des Klimawandels angeschlossen. Die Science Based Targets Initiative (SBTi) ist ein weltweiter Zusammenschluss aus Vereinen, NGOs und Wissenschaftsverbänden. Ziel der Initiative ist es, Unternehmen aufzuzeigen, in welchem Ausmaß und in welchem Zeitraum sie ihre Treibhausgasemissionen reduzieren müssen, um die verheerenden Folgen des Klimawandels abzuwenden.

Hierzu wird durch wissenschaftsbasierte Zielvorgaben ein genauer Plan definiert, der FOND OF dabei unterstützt seine unternehmerischen Tätigkeiten am 1,5°C Ziel auszurichten. An den gesetzten Reduktionszielen werden wir jährlich gemessen, da wir öffentlich auf der Website der SBTi unseren CO₂-Fußabdruck angeben müssen.





Carbonfact

Systempartner → seit 2023

Fokus → Klimaschutz durch CO₂-Management

Mit Carbonfact haben wir eine neue Partnerschaft aufgebaut, die unsere CO₂-Strategie ideal ergänzt. Es ist das einzige Tool zur Erfassung von CO₂-Emissionen, das sich auf die Textilindustrie spezialisiert hat. Carbonfact hat es sich zur Mission gemacht, Textilunternehmen dabei zu helfen, besser zu verstehen, wo die meisten Treibhausgasemissionen ihrer Produkte anfallen und wie diese am einfachsten reduziert werden können.

o| Carbonfact

Weitere Besonderheiten sind der hohe Automatisierungsgrad durch die Anbindung an vorhandene Datensysteme und die Modellierung möglicher Szenarien zur CO₂-Einsparung. Gemeinsam mit Carbonfact werden wir zukünftig unsere unternehmens-, und produktbedingten Emissionen erheben. Außerdem verfolgen wir das Ziel umfassende Ökobilanzen für all unsere Produkte bereitzustellen.

retraced

Systempartner → seit 2021

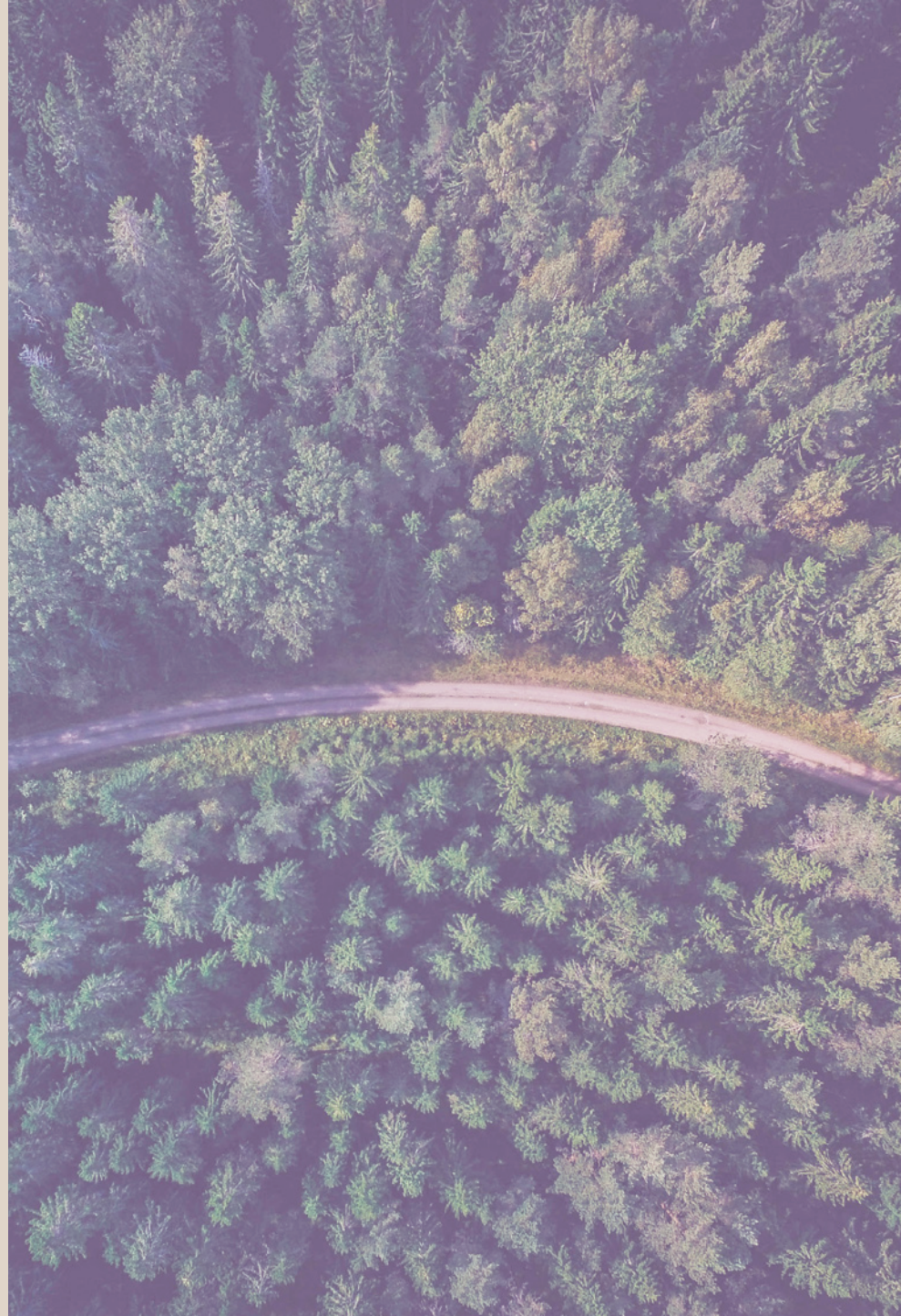
Fokus → Transparenz in der Lieferkette

Transparente Lieferketten sind für uns die Basis für eine umwelt- und verantwortungsbewusste Produktion. Nur wenn wir wissen, wo unsere Produkte und deren Einzelteile produziert werden, können wir die damit einhergehenden sozialen und ökologischen Risiken abschätzen und daran arbeiten diese zu mindern oder ihnen vorzubeugen. In der Textilindustrie sind Lieferketten jedoch oft schwierig nachzuvollziehen. An der Entstehung eines Rucksacks sind beispielsweise häufig mehr als 50 verschiedene Lieferant:innen beteiligt. Um hier nicht den Überblick zu verlieren, arbeiten wir mit retraced zusammen. Gemeinsam verfolgen wir das Ziel unsere gesamte Lieferkette zu kennen, um so jederzeit den Überblick über alle sozialen und ökologischen Risiken zu behalten.



Mit Hilfe einer digitalen Plattform, auf der sowohl wir als auch unsere Lieferant:innen arbeiten, sammeln wir Daten, die uns helfen, die Risiken in unserer Lieferkette zu verringern. Dadurch haben wir alle Informationen an einem zentralen Ort und idealerweise entsteht ein Netzwerkeffekt, von dem auch andere Marken profitieren können. Sharing is caring sollte unserer Meinung nach das Motto der Textilindustrie der Zukunft sein.





Nachhaltigkeits- strategie

Entstehung einer neuen Strategie → **Seite 20**

Unsere Ziele bis 2030 → **Seite 22**

Unsere Fortschritte → **Seite 27**

FOND OF Nachhaltigkeits- strategie 2030



Im vergangenen Bericht haben wir angekündigt, dass wir uns intensiv mit der Weiterentwicklung unserer Nachhaltigkeitsstrategie auseinandersetzen wollen. Das haben wir getan! Zusammenfassend lässt sich sagen, dass wir den Großteil unserer Ziele der letzten Jahre erreichen konnten, einige mussten wir weiterentwickeln und bei anderen haben wir gemerkt, dass diese nicht mehr zeitgemäß sind.

Deswegen war es uns wichtig die neue Strategie so auszurichten, dass sie zum einen den rasant wachsenden Anforderungen der Zukunft entsprechen. Zum anderen wollen wir unsere Vorreiterrolle beim Thema Nachhaltigkeit nicht verlieren und weiter neue Maßstäbe setzen, um den Schulrucksack- und Kinderschuhmarkt, sowie neuerdings auch den Markt für Kinderfahrräder, weiter mitzugestalten.

Folglich haben wir großen Wert auf ein entsprechendes Ambitionsniveau bei der Zielausgestaltung gelegt. Herausgekommen ist eine neue Nachhaltigkeitsstrategie bestehend aus vier Fokusthemen und zahlreichen Zielen, die uns bis 2030 mit Sicherheit auf Trab halten werden. Wir sind mächtig stolz und freuen uns auf die Umsetzung.

Entstehung einer neuen Strategie

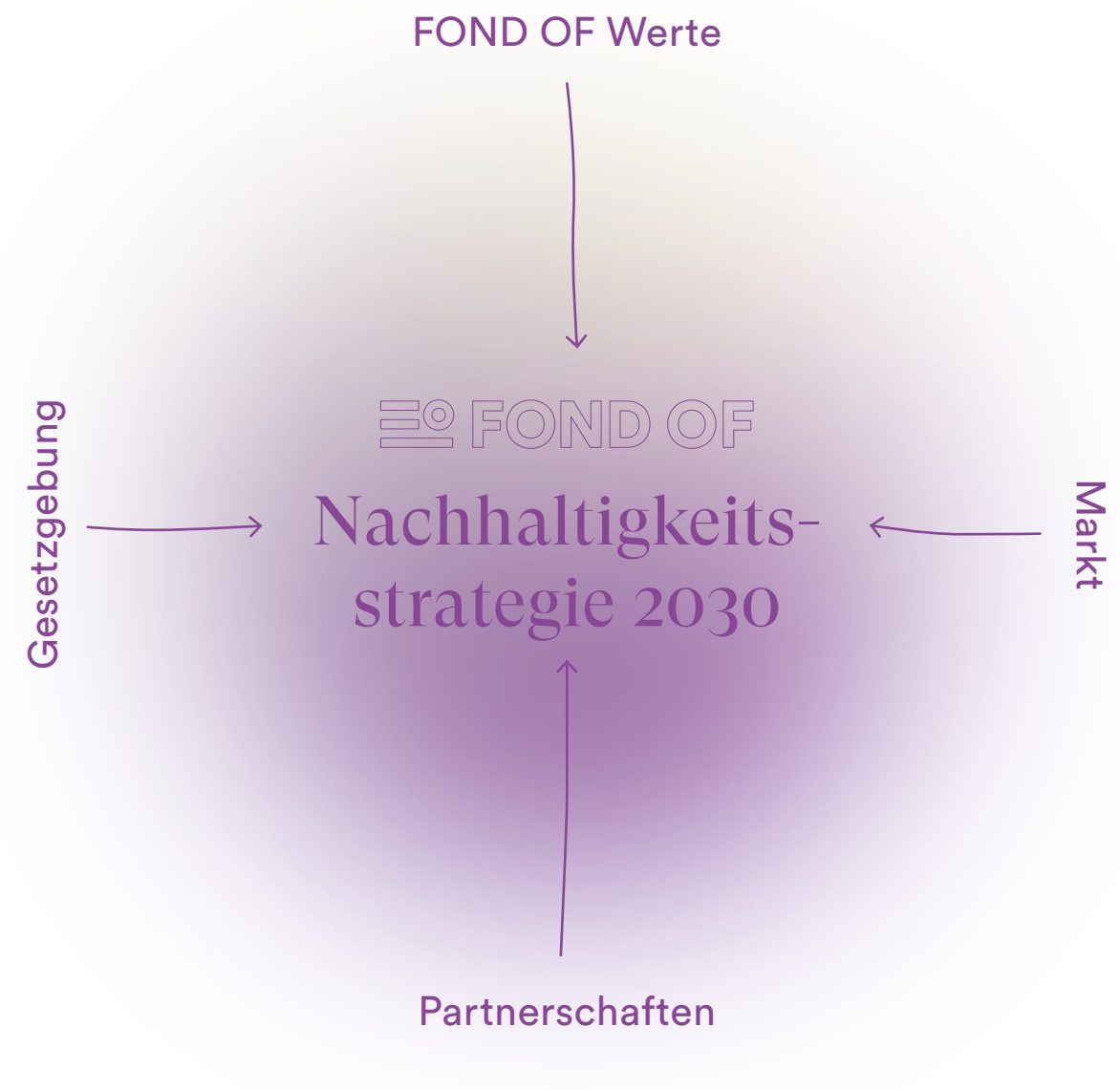
Wie entwickelt man eigentlich eine bestehende Nachhaltigkeitsstrategie weiter? Und wie können wir sicher gehen, dass wir nichts vergessen?

Mit diesen und vielen weiteren Fragen mussten wir uns intensiv auseinandersetzen, bevor wir loslegen konnten. Die Textilindustrie befindet sich im Umbruch und die Anforderungen seitens Gesetzgebung, Partner:innen und Markt steigen stetig. Schnell entsteht ein Gefühl der Überforderung. Um zu vermeiden, dass aus Überforderung Resignation wird, war es uns wichtig, eine gute Grundlagenrecherche als Ausgangspunkt für die Strategieentwicklung durchzuführen.

Natürlich sollte unser frisch überarbeitetes FOND OF Wertekonstrukt Basis für unsere Strategie bilden. Daneben haben wir uns bei der Recherche vor allem auf die folgenden drei Themen fokussiert:

- ① Kommende Gesetzgebung
- ② Anforderungen unserer Partnerorganisationen und Siegel
- ③ Kund:innenbedürfnisse und Marktanforderungen

Für ein Verständnis der kommenden Gesetzgebung mussten wir uns zunächst durch geheimnisvolle Abkürzungen wie CSRD, CSDDD und ESPR schlagen. Dahinter stecken europäische Gesetzesinitiativen, die alle Teil des European Green Deal sind. Das allumfassende Ziel dahinter ist, die Verpflichtung der Europäischen Union, Europa bis 2050 zum ersten klimaneutralen Kontinent zu transformieren. Um dieses Ziel zu erreichen, wurden 50 konkrete Maßnahmen vorgestellt, die einen gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Wandel in den Bereichen Klima, Energie, Landnutzung, Verkehr und Steuern bewirken sollen. Darunter auch Gesetzesinitiativen, die das Potenzial haben, die Textilindustrie nezugestalten und entsprechend auch die Ausrichtung von FOND OF immens zu beeinflussen. Ein Teil dieser Initiativen wurde bereits durch das EU-Parlament verabschiedet, ein anderer Teil wird derzeit noch diskutiert. Eins ist jedoch klar: ob Nachhaltigkeitsberichtspflichten (CSRD), Europäisches Lieferkettengesetz (CSDDD) oder Ökodesign-Verordnung (ESPR), die Gesetzgebung wird strenger und setzt somit einen wichtigen Rahmen für unsere Nachhaltigkeitsstrategie, denn für uns gilt: wir wollen bestmöglich vorbereitet sein!



Einhergehend mit der Gesetzgebung, steigen auch die Anforderungen unserer Partnerorganisationen und Siegel.

Beispielsweise wurden wir dieses Jahr erstmalig nach dem 2.0 Standard des Grünen Knopfes und der Fair Wear Foundation geprüft. Sowohl die Zertifizierung nach dem Grünen Knopf 2.0 Standard als auch den Erhalt des Leader-Status durch den Brand Performance Check der Fair Wear Foundation konnten wir erreichen. Dennoch konnten wir einige Punkte ableiten, in denen wir uns in den kommenden Jahren weiter verbessern müssen, um die Standards zu halten. Hier ist beispielsweise die Gewährleistung von existenzsichernden Löhnen bei unseren Produzenten ein großes Thema für FOND OF und ist entsprechend in die Ausgestaltung der Nachhaltigkeitsstrategie miteingeflossen.

Ein weiterer entscheidender Faktor für die Strategieausrichtung war, die Bedürfnisse unserer Kund:innen weiter zu befriedigen und unsere Vorreiterrolle auf dem Markt nicht zu verlieren.

Nachhaltigkeit und Verantwortung sind bereits seit der Gründung tief im Wertekonstrukt von FOND OF verankert. Demzufolge erwarten unsere Kund:innen zu Recht einen stetig hohen Standard. Diesem müssen wir auch in unserer Strategie gerecht werden, um weiter im Markt voranzugehen und Nachhaltigkeit mitzugestalten, als nur hinterherzurennen.

Im Laufe der Recherche haben sich schnell vier Fokusthemen herauskristallisiert, denen wir uns in den kommenden Jahren besonders widmen möchten. Der Großteil dieser Themen ist für uns glücklicherweise nicht komplett neu. Unsere bisherige Strategie, ausgerichtet an den Sustainable Development Goals (SDGs), hat bereits viele dieser Themen als Grundlage gehabt, weswegen wir uns auch weiterhin an den SDGs orientieren.

Sustainable Development Goals	?
Die 17 Ziele für nachhaltige Entwicklung sind politische Zielsetzungen der Vereinten Nationen (UN), die weltweit der Sicherung einer nachhaltigen Entwicklung auf ökonomischer, sozialer sowie ökologischer Ebene dienen sollen.	

Fokusthemen der Nachhaltigkeitsstrategie

Lieferketten-
transparenz

①

②

Menschenrechte &
Sorgfaltspflichten

CO₂-Reduktion

③

④

Kreislaufwirtschaft

Unsere Ziele bis 2030



Lieferkettentransparenz

Uns sind die Akteure unserer Lieferketten und die damit einhergehenden sozialen und ökologischen Risiken zu jeder Zeit bewusst und wir berücksichtigen diese in unseren Sourcingentscheidungen.



Alle direkten Lieferant:innen (Tier 1) und deren Sublieferanten sind zu jeder Zeit bekannt und für jeden Lieferant:innen wird die Risikoanalyse zweckbezogen, aber mindestens einmal im Jahr, aktualisiert



Alle direkten Lieferant:innen (Tier 1) und deren Sublieferanten werden regelmäßig, aber mindestens alle drei Jahre, durch das CR-Team besucht und extern auditiert



Alle indirekten Lieferant:innen (Tier 2), sowie die gesamten Lieferketten aller Stofflieferanten (Tier 2+x) sind zu jeder Zeit bekannt und es werden Cluster gebildet, für die eine Risikoanalyse zweckbezogen, aber mindestens einmal im Jahr, aktualisiert wird



FOND OF organisiert ein jährliches Meeting mit Lieferant:innen zur Weiterentwicklung unserer Partnerschaften auf Basis von gegenseitigem Feedback und incentiviert gute (CR)-Performance durch Mengenverteilungen und die Vergabe von Neuentwicklungen

Unsere Ziele bis 2030



Menschenrechte & Sorgfaltspflichten

Die Erfüllung unserer menschenrechtlichen Sorgfaltspflichten entlang unserer Lieferketten sind für uns Grundvoraussetzung für ein partnerschaftliches Miteinander.



Auf Basis der erstellten Risikoanalysen steuern wir zu jeder Zeit unsere Maßnahmen zur Verhinderung und Minimierung negativer Auswirkungen auf Menschenrechte in unseren Lieferketten



Wir haben volle Transparenz über die Lohnkosten unserer direkten Lieferant:innen (Tier 1) und unsere Einkaufspreise gewährleisten die Auszahlung eines existenzsichernden Lohnes nach der Anker Wage Methodik bei allen direkten Lieferant:innen (Tier 1)



Wir fördern Vereinigungsfreiheit und Social Dialogue als befähigende Rechte für die Arbeiter:innen

Unsere Ziele bis 2030



CO₂ Reduktion

Wir reduzieren unsere CO₂-Emissionen gemäß der Science Based Targets mit dem Ziel 2050 klimaneutral zu sein.



Jährlich werden alle Unternehmens- und Produktemissionen (Scope 1-3) ermittelt und darüber öffentlich berichtet

- Scope 1 und 2 Emissionen werden bis 2030 um 42 % reduziert*, Scope 3 Emissionen werden ebenfalls deutlich reduziert
- Scope 1-3 Emissionen werden bis 2042 um 90 % reduziert*
- Bis 2050 trägt FOND OF nicht mehr zur Belastung der Atmosphäre durch klimawirksame Gase bei



FOND OF verfügt über Life Cycle Assessments für das gesamte Produktsortiment, die in Echtzeit abgerufen werden können, und als Basis für CO₂-Reduktionsmaßnahmen dienen

* Im Vergleich zum Basisjahr 2022

Unsere Ziele bis 2030



Kreislaufwirtschaft

Bei der Entwicklung unserer Produkte denken wir in Kreisläufen und fördern den Einsatz von zukunftsgerichteten, ressourcenschonenden Materialien.



Jede Marke verfügt über mindestens ein kreislauffähiges Produkt in ihrem Produktportfolio



Bei allen Produktneuentwicklungen und Facelifts soll eine Recyclingfähigkeit von mindestens 80 % erreicht werden



FOND OF verfügt über ein funktionierendes Rücknahmesystem für seine Produkte und über entsprechende Recyclingpartner



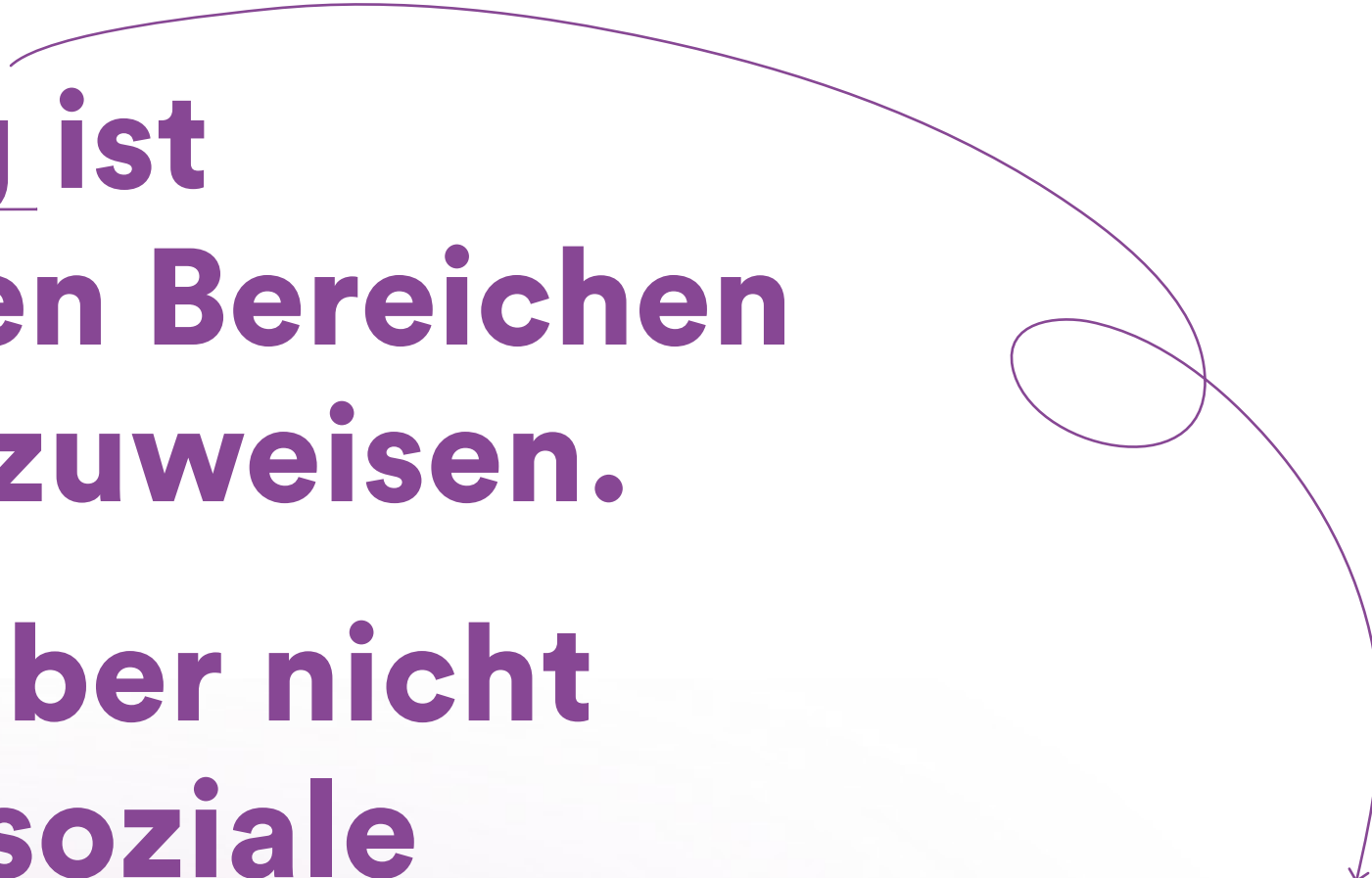
Alle Textilien aus Rohöl oder recycelten PET-Flaschen werden durch zukunftsgerichtete Alternativen ersetzt (z.B. Textile-2Textile, Bio-Based PET, etc.)



Pro Marke gibt es jährlich einen Special Drop, um zukunftsgerichtete Materialien zu testen und die Brandimages zu stärken

Eine konkrete Zielsetzung ist wichtig, um den beteiligten Bereichen einen klaren Fahrplan aufzuweisen.

Zielsetzung allein reicht aber nicht aus, um ökologische und soziale Verbesserungen hervorzurufen.



Deswegen ist es uns sehr wichtig unsere Fortschritte hinsichtlich der Zielerreichung möglichst transparent darzustellen. Nur so können wir uns selbst messen und auch unseren Kund:innen und weiteren Interessensgruppen aufzeigen, welche konkrete Maßnahmen wir zur Zielerreichung umsetzen und wie erfolgreich diese sind.

Die Datengrundlage ist bislang jedoch noch nicht für alle Ziele so ausgereift, dass wir bereits darüber berichten können. Wir arbeiten intensiv an der Erfassung des Ist-Status, um für alle Ziele Kennzahlen zu entwickeln, die wir ab nächstem Jahr in diesem Kapitel mit euch teilen werden.





Unternehmerische Verantwortung

Unsere Produktionspartner → **Seite 31**

Wichtigkeit eines Beschwerdemechanismus → **Seite 38**

Unsere Risiken & Verbesserungsmaßnahmen → **Seite 39**

Human Rights Due Diligence



Wie handelt man als Unternehmen verantwortungsvoll?



Human Rights Due Diligence	?
Die Menschenrechts-Due-Diligence umfasst die Maßnahmen, die ein Unternehmen ergreift, um aktuelle und potenzielle Risiken in puncto Menschenrechte seiner Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer im Rahmen seiner Geschäftstätigkeit, Zulieferketten und in Anspruch genommenen Leistungen zu erkennen und entsprechend zu handeln.	

Unsere Produktionspartner

Um unseren Sorgfaltspflichten nachzukommen, ist es essenziell unsere Lieferkette zu kennen. Im besten Fall haben wir einen Überblick über die gesamte Lieferkette, also bis zum Anbau bzw. der Extraktion des Rohstoffes.

Bisher können wir eine Rückverfolgbarkeit bis zur zweiten Stufe (Tier 2), d.h. bis zu unseren Materiallieferanten, sicherstellen. Auf Stufe eins und zwei kommen wir bereits auf über 300 Lieferant:innen. Mit der Tiefe der Lieferkette steigt auch die Anzahl der unterschiedlichen Zulieferer. Dies hat unter anderem auch mit der Komplexität unserer Produkte zu tun, denn ein Rucksack kann aus bis zu 200 Einzelteilen bestehen. Die Herausforderungen unterscheiden sich auch je nach Produktgruppe. Bei den Lauf- und Fahrrädern steckt das Thema Transparenz noch in den Anfängen und der Aufwand ist hier demnach deutlich höher als bei anderen Produkten. Trotz dieser Komplexität und des großen Lieferant:innennetzwerks, haben wir uns vorgenommen die Transparenz in unserer Lieferkette stetig zu erweitern. Derzeit fragen wir mindestens einmal jährlich bei unseren direkten Lieferant:innen (Tier 1)

nach deren Materiallieferant:innen (Tier 2) und Subauftragnehmer:innen. Im nächsten Schritt werden wir dies wiederum auf deren Lieferant:innen und Zuliefer:innen, also unsere Tier 3 Lieferant:innen, ausweiten.

Im letzten Geschäftsjahr hatten wir direkte Geschäftsbeziehungen in Vietnam und China. Eine direkte Geschäftsbeziehung bedeutet, dass bei diesen Partner:innen der letzte Produktionsschritt ausgeführt wird, d.h. das Konfektionieren und Verpacken der Produkte. Im Anschluss werden die Produkte in unser Lager nach Euskirchen verschickt. Wie in der nebenstehenden Grafik zu sehen ist, hatten wir im letzten Geschäftsjahr in Vietnam das höchste Einkaufsvolumen, gefolgt von China.

	Vietnam	China
Tier 1	6	2
Subauftragnehmer	7	4
Einkaufsvolumen	74 %	26 %

Wir überprüfen 100 % unserer direkten Geschäftspartner und, sofern vorhanden, deren Subauftragnehmer für ausgelagerte Produktionsschritte, wie besticken, waschen oder drucken. Eine vertrauensvolle Zusammenarbeit mit unseren Partner:innen ist die Basis unserer Arbeit.

Weitere Informationen zu den Risiken in unserer Lieferkette und unseren Umgang damit findet ihr im Kapitel **Unsere Risiken & Verbesserungsmanagement**.

ASG Global

Long An, Vietnam

Anzahl Arbeiter:innen	1.875 (89 % Frauen; 11 % Männer)
Geschäftsbeziehung seit	2011
FOND OF Einkaufsvolumen in %	30,4
Produkte	· ergobag Grundschulrucksäcke und Schulzubehör · satch Schultaschen und Zubehör
Letzte Auditierung	Fair Wear, Mai 2022
Energiequelle	73 % Solarenergie, 27 % Vietnam Energiemix
Ermittelte Risikobereiche	Arbeitszeiten; Vereinigungsfreiheit und Recht auf Kollektivverhandlungen
Besonderheiten	· Zahlung existenzsichernder Löhne (deutlich über Branchenstandard) · Zahlung freiwilliger Boni · Trainingsteilnahme zu einem verbesserten Dialog zwischen Arbeiter:innen und Management



Haksan

Binh Duong, Vietnam

Anzahl Arbeiter:innen	1.736 (90 % Frauen; 10 % Männer)
Geschäftsbeziehung seit	2019
FOND OF Einkaufsvolumen in %	13,6
Produkte	Affenzahn Kinderschuhe
Letzte Auditierung	Fair Wear, Juli 2022
Energiequelle	100 % Vietnam Energiemix (Solaranlage in Planung)
Ermittelte Risikobereiche	Arbeitszeiten; Vereinigungsfreiheit und Recht auf Kollektivverhandlungen; Zahlung existenzsichernder Löhne
Besonderheiten	<ul style="list-style-type: none">· Gratis Mahlzeiten· Hervorragende Zusammenarbeit zur Verbesserung der Arbeitsbedingungen



Starry

Shenzhen, China

Anzahl Arbeiter:innen	615 (66 % Frauen; 34 % Männer)
Geschäftsbeziehung seit	2013
FOND OF Einkaufsvolumen in %	13
Produkte	<ul style="list-style-type: none">· Affenzahn Rucksäcke, Kleine Taschen & Reisetaschen· ergobag Grundschulrucksäcke & Schulzubehör· satch Zubehör
Letzte Auditierung	Fair Wear, Mai 2021
Energiequelle	100 % China Energiemix
Ermittelte Risikobereiche	Arbeitszeiten; Vereinigungsfreiheit und Recht auf Kollektivverhandlungen; Arbeitssicherheit; Zahlung existenzsichernder Löhne
Besonderheiten	<ul style="list-style-type: none">· Extrazahlungen für Sozialversicherung· Extrazahlungen als Wohngeld



Viva

Ho Chi Minh, Vietnam

Anzahl Arbeiter:innen	489 (84 % Frauen; 16 % Männer)
Geschäftsbeziehung seit	2011
FOND OF Einkaufsvolumen in %	12,8
Produkte	satch Taschen
Letzte Auditierung	Fair Wear, März 2023
Energiequelle	100 % Vietnam Energiemix
Ermittelte Risikobereiche	Arbeitszeiten; Vereinigungsfreiheit und Recht auf Kollektivverhandlungen; Zahlung existenzsichernder Löhne
Besonderheiten	<ul style="list-style-type: none">· Gratis Mahlzeiten· Freiwillige Zahlung von Boni Trainingsteilnahme zu einem verbesserten Dialog zwischen Arbeiter:innen und Management



INS

Ho Chi Minh, Vietnam

Anzahl Arbeiter:innen	332 (76 % Frauen; 24 % Männer)
Geschäftsbeziehung seit	2012
FOND OF Einkaufsvolumen in %	5,7
Produkte	<ul style="list-style-type: none">· Affenzahn Rucksäcke, Kleine Taschen & Reisetaschen· ergobag Freizeit- und Kinderrucksäcke· satch Zubehör
Letzte Auditierung	Fair Wear, März 2023
Energiequelle	33 % Solarenergie; 67 % Vietnam Energiemix
Ermittelte Risikobereiche	Arbeitszeiten; Vereinigungsfreiheit und Recht auf Kollektivverhandlungen; Arbeitssicherheit
Besonderheiten	<ul style="list-style-type: none">· Gratis Mahlzeiten· Gratis Weiterbildungsworkshops (z.B. zur Verbesserung der Nähfähigkeiten zur Einstufung in bessere Lohngruppe)· Gratis Sprachweiterbildungsmöglichkeiten· Zusätzliche freie Tage· Trainingsteilnahme zu einem verbesserten Dialog zwischen Arbeiter:innen und Management





Wichtigkeit eines Beschwerdemechanismus



Im Rahmen des »shared responsibility« Ansatzes der Fair Wear gehört es auch dazu, dass wir als Marke sicherstellen, dass die Arbeiter:innen in den Produktionsstätten bei jeder Art von Verletzung der Arbeitsnormen (auch genannt: Code of Labor Practices) eine Beschwerde einreichen können. Aber wie sieht das konkret aus?

Zum einen unterstützen wir die internen Beschwerdemechanismen in den Produktionsstätten, um den Dialog zwischen Management und Arbeiter:innen zu stärken. Das können z.B. eine Art Kummerkasten bzw. anonyme Vorschlagsbox oder eine Open Door Policy, bei der jederzeit Ansprechpartner:innen aus den Personalabteilungen oder dem Management als Ansprechpersonen zur Verfügung stehen, sein. Einige Produktionsstätten ermöglichen auch die Einreichung von Beschwerden oder Verbesserungsvorschlägen

anonym per Smartphone. Die internen Beschwerdemechanismen sollten immer der erste Weg für die Arbeiter:innen sein. Sollte dies nicht zum Erfolg führen, gibt es als letzte Instanz die Fair Wear Beschwerde-hotline. Es ist eine Anforderung für die gemeinsame Zusammenarbeit, dass unsere Partner:innen in den Produktionsstätten ein Poster aufhängen, das sogenannte Worker Information Sheet. Dieses Blatt erklärt in der jeweiligen Landessprache die wesentlichen Rechte der Arbeiter:innen und stellt außerdem die Beschwerde-Hotline und / oder eine E-Mail-Adresse von Fair Wear zur Verfügung.

Die Arbeiter:innen können über diese Hotline oder per E-Mail anonyme Meldungen machen und sich an ein lokales Fair Wear-Team wenden, um eine Beschwerde einzureichen.

Diese Beschwerde wird dann von Fair Wear geprüft und, wenn sie für zulässig befunden wird, an uns weitergeleitet. Im Anschluss werden wir gemeinsam mit dem:der Lieferant:in und gegebenenfalls auch mit anderen Fair Wear-Mitgliedsmarken, die bei dem:der Partner:in ebenfalls produzieren, einen Plan zur Behebung des Problems aufstellen und umsetzen.

Um sicherzustellen, dass das Problem tatsächlich zur Zufriedenheit des Beschwerdeführenden gelöst wird, überwacht und überprüft der lokale Fair Wear Beschwerdebeauftragte die eingeleiteten Abhilfemaßnahmen durch Kommunikation mit dem Beschwerdeführer, bis das Problem gelöst ist. Darüber hinaus berichtet Fair Wear regelmäßig über jedes einzelne Beschwerdeupdate. Im Rahmen unseres jährlichen Unternehmens-Updates bitten wir unsere Lieferant:innen sowie deren Unterauftragnehmer, uns

jedes Mal ein neues Foto des Plakats in ihrer Fabrik zu schicken.

Darüber hinaus überprüfen wir bei unseren Standortbesuchen regelmäßig, ob die Informationsblätter für die Arbeiter:innen ausgehängt und für alle sichtbar und zugänglich sind. Wir ermutigen unsere Partner:innen auch, Informationen über Fair Wear und die Beschwerde-Hotline in die Einführungsveranstaltungen für neue Arbeiter:innen aufzunehmen.

Die detaillierten Beschwerden, die uns im letzten Jahr erreicht haben können auf der Webseite der Fair Wear Foundation oder in unserem Social Report eingesehen werden.

Unsere Risiken und Verbesserungsmaßnahmen

Unsere Risikoanalyse bestimmt immer mehr unsere Sourcing-Entscheidungen und soll im kommenden Jahr noch stärker in bestehende Prozesse integriert und langfristig verankert werden. Das bedeutet konkret, dass wir z.B. bei der Evaluierung neuer Lieferant:innen eine umfassende Risikoanalyse durchführen, und wir unsere Entscheidung, ob es zu einer Zusammenarbeit kommt, von dieser abhängig machen. Neben der Evaluierung für neue Lieferant:innen erneuern wir die Risikoanalyse zweimal jährlich für unsere bestehenden Lieferant:innen. Gibt es neue Audit- oder Trainingsberichte, Beschwerden oder neue Gesetze, die die Risiken vermindern oder erhöhen? Bei unvorhergesehenen Ereignissen in unseren Produktionsländern (z.B. Putsch in Myanmar) erneuern wir die Risikoanalyse ebenfalls, um daraus ggf. Maßnahmen ableiten zu können. Diese Ergebnisse sollen zukünftig noch mehr unsere Ordermengen bzw. Einkaufsentscheidungen bestimmen.

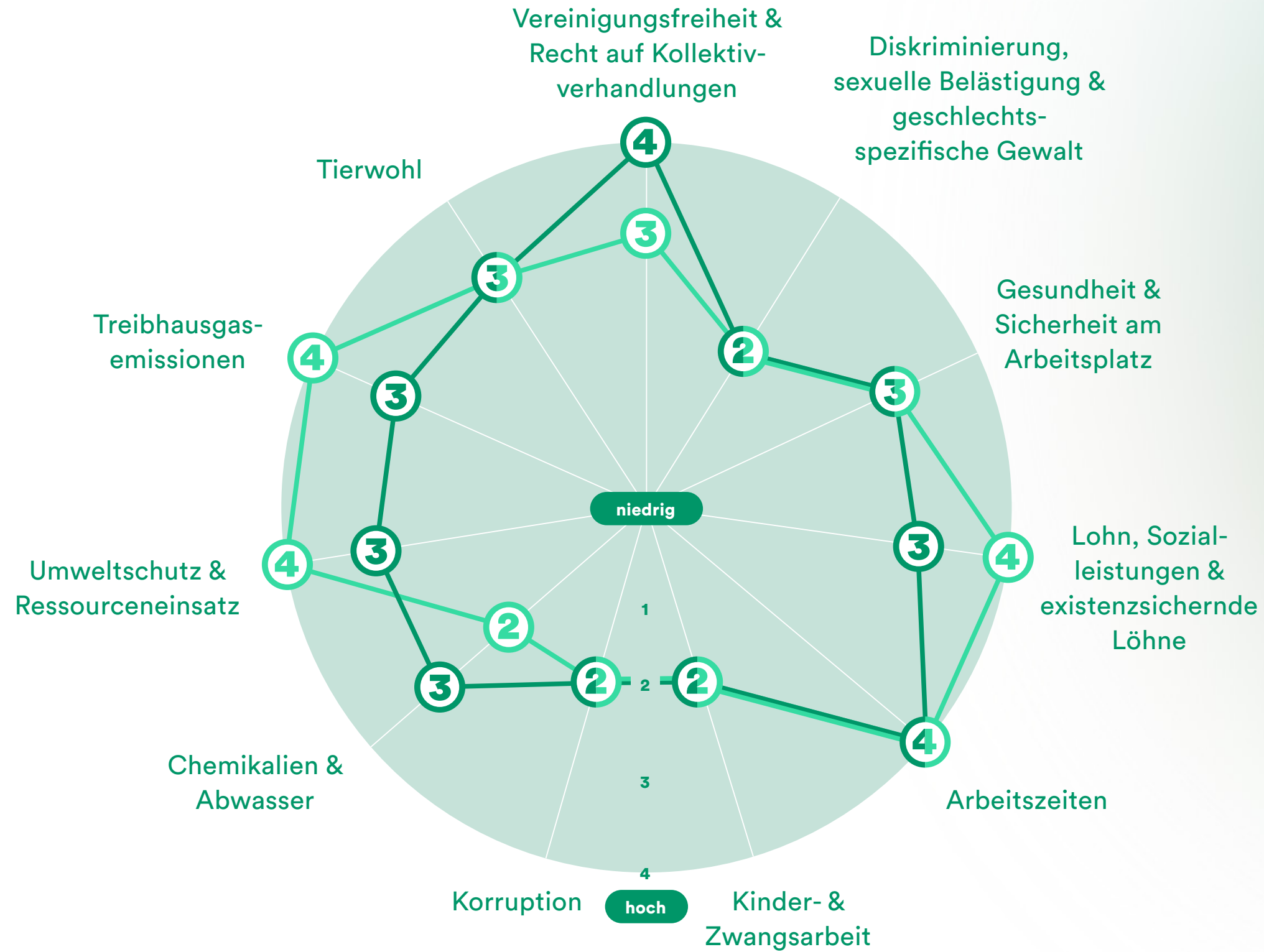
Schon jetzt haben wir u. a. anhand der Ergebnisse für Myanmar beschlossen, dass wir unsere dortige Zusammenarbeit beenden, da sich die Risiken in allen Bereichen extrem erhöht haben und wir aufgrund unseres geringen Einkaufsvolumens kaum Einfluss auf erfolgreiche Präventiv- und Abmilderungsmaßnahmen nehmen können.



Für die Durchführung der Risikoanalyse haben wir elf, für die Textilindustrie relevante, Risikofelder gewählt anhand derer wir im ersten Schritt all unsere Produktionsländer bewerten. Dazu nehmen wir uns international anerkannte Indizes und Risikobewertungen zur Hand. Auf Basis der Länderbewertung gehen wir mit der Risikoanalyse noch einen Schritt weiter und erheben die Risiken für all unsere aktiven Lieferant:innen. Dazu schauen wir uns aktuelle Audit- und Trainingsreports, Beschwerden, sowie Gespräche vor Ort und via E-Mail an. So konnten wir feststellen, dass die vorherrschenden sozialen Risiken bei den Themen Vereinigungsfreiheit, Diskriminierung sowie Gesundheit und Sicherheit am

Arbeitsplatz liegen. Im ökologischen Bereich liegt der Fokus auf Chemikalien- und Abwassermanagement sowie auf Treibhausgasemissionen. Die Ergebnisse der Risikoanalyse werden in einer Risikomatrix zusammengefasst. Ziel für die nächsten Jahre ist ein konsequent risikobasiertes Arbeiten. Damit passen wir uns sowohl an geänderte Anforderungen unserer Partnerschaften an als auch an internationale Standards.

Risikomatrix



China

Vietnam

Legende:

- 4 = Sehr hoch
- 3 = Hoch
- 2 = Mittel
- 1 = Niedrig

Eintrittswahrscheinlichkeit je Land



Welcome to our world

Cooperation is Key → **Seite 43**

Partnerschaften langfristig stärken → **Seite 44**

CO₂ reduzieren, Klimawandel bekämpfen → **Seite 45**

Reise in eine kreislauffähige Zukunft → **Seite 50**

Einblick in unsere tägliche Arbeit

In diesem Abschnitt wollen wir euch einen Einblick in unsere tägliche Arbeit geben und von Projekten berichten, die uns im vergangenen Jahr beschäftigt haben und auf die wir besonders stolz sind. Dieses Jahr erstmalig, aber auch in allen zukünftigen Berichten, findet ihr in diesem Kapitel immer jeweils eine Story für jedes unserer vier, in der Nachhaltigkeitsstrategie definierten, Fokusthemen.



Menschenrechte

Menschenrechte & Sorgfaltspflichten spielen eine wichtige Rolle bei FOND OF. Wie wir durch die Teilnahme an einem speziellen Trainingsprogramm unsere Einkaufspraktiken weiter verbessern wollen und welchen Einfluss unsere Einkaufspraktiken auf die Arbeitsbedingungen in der Lieferkette haben können, erfahrt ihr hier.



Lieferketten- transparenz

Zum Thema Lieferkettentransparenz berichten wir euch diesmal über unsere Supplier Days. Hierzu haben wir unsere Lieferant:innen für zwei Tage nach Köln eingeladen. Wie diese Tage abgelaufen sind und wie wir so unsere Beziehung mit den Lieferant:innen weiter fördern, erfahrt ihr hier.



CO₂ Reduktion

Der Klimawandel betrifft uns alle. Der größte Hebel diesen abzuwachen, ist die Reduzierung unseres CO₂-Ausstoßes. Wie wir diesen berechnen und in Zukunft verringern wollen, erfahrt ihr hier.



Kreislaufwirtschaft

Kreislaufwirtschaft ist in aller Munde und eine der größten Herausforderungen der Zukunft für die produzierende Industrie. Deswegen geht FOND OF neue Wege und setzt erstmalig auf Stoffe aus recycelten Textilien. Wieso dies ein wichtiger Schritt ist, aber noch viele weitere folgen müssen, könnt ihr hier nachlesen.

Cooperation is Key

Wie verantwortungsvolle Einkaufspraktiken Arbeitsbedingungen positiv beeinflussen

Im Jahr 2022 haben wir uns der Learning und Implementation Community (LIC) angeschlossen. Die LIC unterstützt Unternehmen, die neue Schritte zur Verbesserung ihrer Einkaufspraktiken unternehmen, Lösungen entwickeln und sich mit Gleichgesinnten, Expert:innen und Partner:innen in der Lieferkette austauschen wollen.

Sie wird von der Arbeitsgruppe von Multi-Stakeholder-Initiativen (MSI) für verantwortungsvolle Einkaufspraktiken geleitet, zu der die Ethical Trading Initiative, Fair Wear, das Bündnis für nachhaltige Textilien, Ethical Trade Norway, die Danish Ethical Trading Initiative und Solidaridad gehören. Diese Arbeitsgruppe hat gemeinsam einen Common Framework for Responsible Purchasing Practices (CFRPP), also ein Rahmenwerk für verantwortungsvolle Einkaufspraktiken entwickelt.

5 Grundsätze der CFRPP

Common Framework
for Responsible Purchasing Practices

- ① Integration & Berichterstattung
- ② Gleichberechtigte Partnerschaft
- ③ Gemeinsame Produktionsplanung
- ④ Faire Zahlungsbedingungen
- ⑤ Nachhaltige Kostenrechnung

✓ Integration & Reporting

✓ Gleichberechtigte Partnerschaft

✓ Gemeinsame Produktionsplanung

Zu jedem Grundsatz gibt es einen Workshop zur Einführung des jeweiligen Themas mit Beiträgen von Industrieexpert:innen. Im Anschluss können die Themen in sogenannten Sub-Meetings vertieft werden.

In diesen Diskussionsrunden wird ein geschützter Raum geboten, an dem auch die Hersteller/Zulieferer teilnehmen und ihre Sicht aus der Praxis präsentieren, sowie aktiv mitgestalten können, wie sich die Einkaufspraktiken zu ihren Gunsten verbessern könnten. Von unserer Seite nimmt nicht nur das CR-Team teil, sondern jedes Mal ist auch ein anderer Teamplayer aus dem Einkauf dabei.

Die jeweiligen MSIs, in unserem Fall die Fair Wear, bietet in einzelnen Meetings mit den Mitgliedsunternehmen zusätzliche Unterstützung und eine Möglichkeit für einen Austausch in kleinerem Rahmen.

Die bisherigen Workshops und Meetings haben uns sehr dabei geholfen zu verstehen, wo wir stehen, wo wir schon gut aufgestellt sind und wo wir noch

🔄 Reporting

🔄 Evaluationsprozess bei Lieferant:innen

Erfolge & Verbesserungspotentiale auf Basis der bisherigen Workshops

✓ Basis erreicht 🔄 Verbesserungspotential

Verbesserungspotenzial haben. Bisher befinden wir uns ungefähr bei der Hälfte und haben bereits die Grundsätze 1–3 besprochen. Daraus haben wir für uns mitgenommen, dass wir bei Integration & Reporting auf der einen Seite bereits viele, regelmäßige Austauschrunden zwischen den relevanten Teams haben. Zum anderen haben wir aber auch festgestellt, dass wir im Bereich Reporting bzw. bei der Messung unseres Impacts bisher zu wenig getan haben. Hier müssen wir uns ohnehin für das kommende Nachhaltigkeitsreporting (CSRD) entsprechend aufstellen, weshalb wir die Implementierung von Kennzahlen auf die Agenda für die nächsten Jahre gesetzt haben.

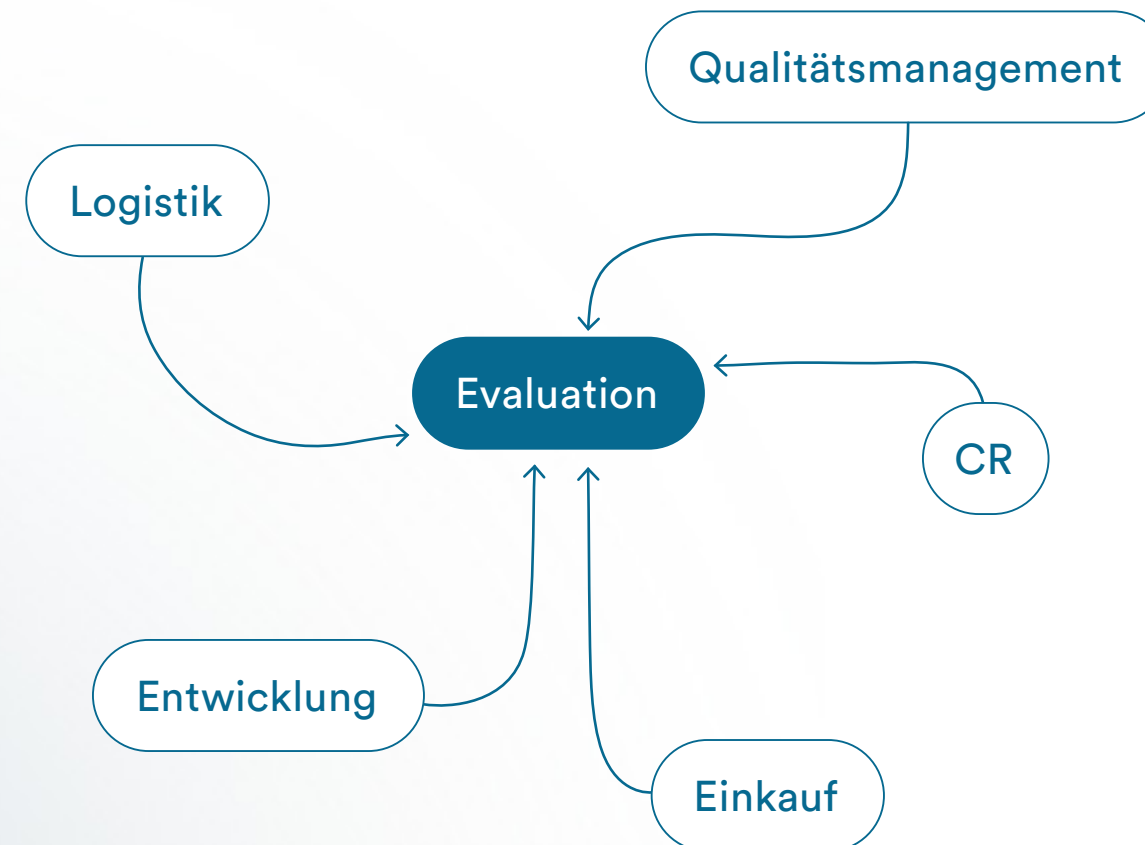
Im Bereich Gleichberechtigte Partnerschaft und Gemeinsame Produktionsplanung haben wir bereits eine gute Basis erreicht, indem wir langfristige und vertrauensvolle Partnerschaften führen. Denn 75 % unseres Einkaufsvolumen beziehen wir von Partner:innen mit einer min. fünfjährigen Geschäftsbeziehung. Auch eine übersichtliche Anzahl an Partner:innen, ein hoher Produktionsanteil bei strategischen Partnerschaften und eine Responsible Exit Strategie sind Zeugnisse für verantwortungsvolle Einkaufspraktiken. Lücken haben wir insbesondere beim bisherigen Evaluationsprozess der Lieferant:innen erkannt. Ein- bis zweimal jährlich haben aus den Bereichen CR, Einkauf, Logistik, Produktentwicklung und QM die Performance unserer Partner:innen bewertet. Hierfür konnten wir noch einige Ideen zur Verbesserung mitnehmen. Dazu einfach umblättern und die nächste Story lesen.

Partnerschaften langfristig stärken

Einblick in unsere Supplier Days 2023

Wie bereits in der vorherigen Story erwähnt, haben wir in der LIC festgestellt, dass unser Evaluationsprozess bisher sehr einseitig ist. Bis dato hatten wir intern lediglich eine Bewertung unserer direkten Produktionspartner vorgenommen – zu der Performance aus den Bereichen CR, Einkauf, Logistik, Entwicklung und Qualitätsmanagement. Diese Evaluation wurde ein- bis zweimal jährlich durchgeführt, um einen Überblick über die Performance unserer Partner:innen zu bekommen.

Transparent geteilt wurden diese aber nicht, sodass wir auch nicht herausfinden konnten, ob wir einen Anteil an einer möglicherweise negativen Bewertung haben. Deshalb haben wir, u.a. durch den Einblick von Best Practice Beispielen und den Austausch mit der Fair Wear und anderen Mitgliedsunternehmen dazu entschlossen unseren Evaluationsprozess zu erweitern und daraus ein 360° Feedback zu gestalten. Das bedeutet konkret, dass wir weiterhin in den o.g. genannten Bereichen unsere Partner:innen bewerten, sie aber auch die Möglichkeit bekommen unsere Praktiken in diesen Bereichen zu bewerten.



In gemeinsamen Feedbackgesprächen wollten wir diese Ergebnisse dann mit unseren Partner:innen besprechen. Gesagt, getan. Also haben wir alle unsere direkten Partner:innen für Ende November nach Köln eingeladen, um neben einem gemeinsamen Einstimmen auf die Jahresendzeit auch die Ergebnisse des neuen Feedbackprozesses zu besprechen und gemeinsam einen Aktionsplan für die Verbesserung unserer Partnerschaft entwickeln. Der Zeitraum hatte sich deshalb angeboten, weil ohnehin viele unserer Partner:innen an der Outdoormesse ISPO in München teilnehmen. So mussten unsere Partner:innen keine allzu lange Anreise auf sich nehmen und das Klima hat sich auch gefreut.

Zudem sollen künftig die Ergebnisse der Performance in unsere Einkaufsentscheidungen mit einfließen. Best Practice Partnerschaften sollen z.B. mit Neuentwicklungen belohnt werden. Gleichzeitig soll dies alle anderen Partner:innen motivieren die vereinbarten Verbesserungen umzusetzen, um ein höheres Ordervolumen zu erhalten. So können wir den Verbesserungsprozess von Arbeitsbedingungen zusätzlich fördern. Um die Partnerschaft auf beiden Seiten zu stärken, haben wir auch das Feedback von unseren Partner:innen diskutiert und verschiedene Maßnahmen für uns definiert, damit wir weiterhin eine verlässliche und gute Partnerschaft führen können.

Wenn wir mit unseren Partner:innen zusammenkommen, heißt das aber nicht ausschließlich Arbeit, sondern auch persönlich Zusammenkommen und unsere Partnerschaft mit neuen Erlebnissen stärken und einfach DANKE sagen für ein weiteres gemeinsames Jahr.



Also haben wir u.a. einen Abstecher in unserem Store am Brüsseler Platz gemacht. Natürlich durfte in der Vorweihnachtszeit ein Besuch auf dem Weihnachtsmarkt mit Glühwein und gebrannten Mandeln auch nicht fehlen. Den Abend haben wir zusammen in unserer Bar auf der Dachterrasse bei leckerem Essen und Getränken ausklingen lassen. Wir freuen uns jetzt schon auf das nächste Jahr.

CO₂ reduzieren

Im Zuge unserer neu definierten Nachhaltigkeitsstrategie haben wir auch unseren bisherigen Umgang mit der CO₂-Erfassung und -Reduktion überdacht. Hierbei sind wir zu dem Ergebnis gekommen, dass wir für die Erreichung unserer neu gesetzten Reduktionsziele granularer bei der Erfassung unserer Emissionen werden müssen. Die große Erkenntnis der letzten Jahre war, dass über 90 % der gesamten Emissionen bei FOND OF durch die Produktion unserer Produkte und deren vorgelagerten Lieferketten verursacht werden. Bisher haben wir diesen Teil der Emissionen aber immer nur als großes Ganzes erhoben und so war es nahezu unmöglich konkrete Reduktionsmaßnahmen zurückzuverfolgen.

Wir mussten also eine Partnerschaft finden, mit der wir einen Schritt weiter gehen können: CO₂-Daten auf Produktebene runterbrechen. Diese Partnerschaft haben wir nach ausgiebiger Recherche mit Carbonfact gefunden. Gemeinsam verfolgen wir nun das Ziel bis Ende dieses Jahres Life Cycle Assessments (LCA) für unser gesamtes Produktportfolio zu erstellen.

Life Cycle Assessment	?
Ein Life Cycle Assessment ist eine systemische Analyse aller potenziellen Umweltauswirkungen eines Produkts während seines gesamten Lebensweges (Produktion, Logistik, Vertrieb, Nutzung und Entsorgung). Dabei werden auch vorgelagerte Schritte (z.B. Rohstofflieferanten) und nachgelagerte Schritte (z.B. Abfallwirtschaft) miteinbezogen. Ein umfassendes LCA betrachtet in der Regel Umweltauswirkungen wie Klimawandel, Abbau von fossilen Rohstoffen, Wassernutzung, etc.	
Bei FOND OF fokussieren wir uns zunächst auf die Kategorie Klimawandel und beginnen deswegen mit der Erhebung der CO₂-Daten. Dabei reden wir auch oft von dem ökologischen Fußabdruck eines Produktes.	

Klimawandel bekämpfen

Ökologischer Fußabdruck

In den letzten Monaten konnten wir den ökologischen Fußabdruck bereits für einige Produkte unserer Marken berechnen und daraus aufschlussreiche Erkenntnisse ziehen. So haben wir beispielsweise herausgefunden, dass die Materialien, die wir bei unseren Rucksäcken einsetzen, mit ca. 75–80 % den größten Anteil am Produktfußabdruck haben. Davon werden ca. 25 % durch die verwendeten Rohstoffe hervorgerufen. Weitere 50 % ist die Verarbeitung der Rohstoffe. Hiermit ist beispielsweise die Herstellung eines Außenstoffes gemeint. Bis zum finalen Stoff müssen viele verschiedene energieintensive Prozesse durchlaufen werden. Aus den Rohstoffen (z.B. PET-Flaschen) wird ein Garn gesponnen, dies wird zu einem Stoff gewebt, der Stoff muss gefärbt und ggf. bedruckt werden, außerdem gibt es noch verschiedene Veredelungsmöglichkeiten.

Wir haben gelernt, dass wir den Fußabdruck unserer Produkte enorm mit der Auswahl der eingesetzten Materialien beeinflussen können und freuen uns diese Erkenntnisse schon bald in kommende Kollektionen einfließen zu lassen. Carbonfact ermöglicht uns nämlich bestimmte Szenarien zu kreieren und somit zu simulieren, wie sich z.B. die Änderung eines Materials auf den CO₂-Fußabdruck auswirken würde. In Zukunft können wir somit konkrete CO₂-Reduktionsmaßnahmen mit den größtmöglichen Auswirkungen ausfindig machen und auf Umsetzbarkeit evaluieren.

Neben den Materialien ist die Produktion des finalen Produkts ein weiterer großer Hebel. Bei unseren Rucksäcken entsteht hier ein Anteil von ca. 17 % der Emissionen, bei unseren Schuhen sogar 55%. Umso wichtiger,

dass unser Schuhlieferant in Vietnam derzeit eine Solaranlage errichtet und somit in Zukunft erneuerbare Energien nutzen kann. Wie sich das auf den ökologischen Fußabdruck unserer Schuhe auswirkt, können wir dann schon bald in Carbonfact sehen. Wie so ein CO₂-Produktfußabdruck in der Praxis aussieht, könnt ihr auf den folgenden Seiten sehen.

Eine detaillierte Erfassung der Emissionen bildet die Grundlage unserer CO₂-Strategie, jedoch ist die Umsetzung effektiver Reduktionsmaßnahmen das Herzstück für die Erreichung unserer Ziele. Unsere Ziele haben wir im vergangenen Jahr durch die Science Based Targets Initiative (SBTI) verifizieren lassen.

Das bedeutet, dass wir mit Hilfe der wissenschaftsbasierten Vorgaben der SBTI unsere CO₂-Reduktionsziele am 1,5°C Ziel des Pariser Klimaabkommens ausgerichtet haben. Durch diesen Schritt können wir uns nun jährlich an unseren eigenen Zielen messen und es kann

öffentlich einsehbar verfolgt werden, ob wir die Ziele erreichen oder verfehlen. Wir sehen diese Art der Transparenz als enorm wichtig, da wir uns nur so glaubwürdig mit dem Thema auseinandersetzen können.

Apropos Transparenz: neben unseren Produktemissionen erheben wir natürlich weiterhin unsere unternehmensbedingten Emissionen. In Zukunft werden diese Emissionen in die Produktfußabdrücke mit einfließen, da unsere Büro- und Vertriebsaktivitäten zur Herstellung und Distribution unserer Produkte beitragen. In diesem Jahr haben wir dies allerdings auf Grund des Wechsels der Partnerschaft nicht rechtzeitig zur Erstellung dieses Reports geschafft, weswegen wir diese separat erhoben haben. Im kommenden Jahr findet ihr hier dann wieder einen Gesamtreport über unsere Emissionen gemäß dem Greenhouse Gas Protocol. Des Weiteren haben wir uns dazu entschieden, die unternehmensbedingten Emissionen nicht mehr zu kompensieren, da wir es als effektiver betrachten, das dafür aufgewendete Budget stattdessen für konkrete CO₂-Reduktionsmaßnahmen an unseren Produkten zu nutzen.



Affenzahn Großer Freund

Style: Tiger

12 ± 4.3 kg CO₂e

Je detaillierter die Datengrundlage, desto genauer der Produktfußabdruck. Wir arbeiten konstant an der Verbesserung und erheben immer mehr Daten. Derzeit gibt es jedoch noch ein paar Unsicherheitsfaktoren. Diese werden durch die +- Zeichen dargestellt.

390 grams | 12 ± 4.3 kg CO₂e



Raw materials (24.3%) Processing (42.9%) Assembling (27.1%) Distribution (2%) Use (0.0%) End of life (3.6%)

Da Rucksäcke und Schuhe in der Regel nicht in der Waschmaschine gewaschen werden, wird durch die Nutzung der Produkte keine Emissionen verursacht.



Affenzahn Barfußschuh Baumwolle Lucky

Style: Tiger

7.7 ± 1.4 kg CO₂e

Je detaillierter die Datengrundlage, desto genauer der Produktfußabdruck. Wir arbeiten konstant an der Verbesserung und erheben immer mehr Daten. Derzeit gibt es jedoch noch ein paar Unsicherheitsfaktoren. Diese werden durch die +- Zeichen dargestellt.

215 grams | 7.7 ± 1.4 kg CO₂e



Raw materials (25.8%) Processing (16.6%) Assembling (52.3%) Distribution (2.1%) Use (0.0%) End of life (3.2%)

Da Rucksäcke und Schuhe in der Regel nicht in der Waschmaschine gewaschen werden, wird durch die Nutzung der Produkte keine Emissionen verursacht.

Carbonfact



ergobag cubo

Style: BlütenzauBär

20 ± 7.3 kg CO₂e

Je detaillierter die Datengrundlage, desto genauer der Produktfußabdruck. Wir arbeiten konstant an der Verbesserung und erheben immer mehr Daten. Derzeit gibt es jedoch noch ein paar Unsicherheitsfaktoren. Diese werden durch die +- Zeichen dargestellt.

1,100 grams | **20 ± 7.3 kg CO₂e**



Da Rucksäcke und Schuhe in der Regel nicht in der Waschmaschine gewaschen werden, wird durch die Nutzung der Produkte keine Emissionen verursacht.



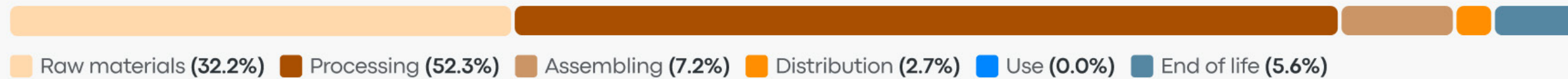
satch pack

Style: Coral Reef

25 ± 11 kg CO₂e

Je detaillierter die Datengrundlage, desto genauer der Produktfußabdruck. Wir arbeiten konstant an der Verbesserung und erheben immer mehr Daten. Derzeit gibt es jedoch noch ein paar Unsicherheitsfaktoren. Diese werden durch die +- Zeichen dargestellt.

1,200 grams | 25 ± 11 kg CO₂e



Da Rucksäcke und Schuhe in der Regel nicht in der Waschmaschine gewaschen werden, wird durch die Nutzung der Produkte keine Emissionen verursacht.



Wie müssen wir unsere Produkte weiterentwickeln, um kreislauffähiger zu werden?

Diese große Frage war im vergangenen Jahr sehr präsent. Nicht nur innerhalb des Nachhaltigkeitsteams. Auch Produktentwicklung, Materialmanagement und Design müssen sich gemeinsam diesem Thema stellen.

Kreislauffähigkeit hat für uns viele Facetten. Vor allem wollen wir, dass unsere Produkte so lange wie möglich genutzt werden können. Deswegen setzen wir auf qualitativ hochwertige und langlebige Materialien. Sollten sie nach vielen Jahren dennoch ans Ende ihrer Kräfte gekommen sein, wollen wir erreichen, dass die einzelnen Materialien wieder verwendet werden können und entsprechend in die passenden Recyclingkreisläufe gelangen. Außerdem wollen wir den Einsatz neuer Ressourcen für unsere Produkte auf

ein Minimum beschränken und uns möglichst nur an textilen Kreisläufen bedienen. Deswegen findet ihr in unserer Nachhaltigkeitsstrategie das Ziel bis 2030 den Einsatz von Stoffen aus Rohöl oder recycelten PET-Flaschen komplett zu streichen und durch zukunftsgerichtete Alternativen zu ersetzen. Ein erster wichtiger Schritt zur Erreichung dieses Ziels ist uns in diesem Jahr gelungen, in dem wir mit Affenzahn und satch erstmals Stoffe einsetzen, die aus recycelten Alttextilien bestehen.

Gestartet sind wir vor über 14 Jahren mit recycelten Stoffen aus gebrauchten PET-Flaschen und haben so den Grundstein für einen Wandel im Schulranzen-Markt gesetzt. Darauf hoffen wir nun wieder! Stoffe aus recycelten PET-Flaschen waren und sind für uns eine sehr gute Übergangslösung, da so deutlich weniger Ressourcen, wie Rohöl, Wasser und Energie verbraucht werden im Vergleich zum Herstellungsprozess aus Rohöl. Allerdings sehen wir hier auf Dauer die Notwendigkeit nach einer Lösung, bei der Textilien und keine Flaschen recycelt werden.

Richtige Kreislaufwirtschaft kann nur funktionieren, wenn man geschlossene Kreisläufe schafft, und da FOND OF in der Textil- und nicht in der Getränkeindustrie agiert, wollen wir uns in der eigenen Industrie nach Recyclingmöglichkeiten umschauen.

Stoffe aus recycelten Textilien, sogenannte Textile-to-Textile-Stoffe (T2T) werden in der Textilindustrie derzeit heiß diskutiert. Das Herstellungsverfahren ist verhältnismäßig neu und es gibt aktuell nur wenige Anlagen weltweit. Entsprechend gilt es die Herstellung der Stoffe mit besonderer Sorgfalt zu durchleuchten. Denn im Vergleich zum mechanischen Flaschenrecycling, bei dem das Ausgangsmaterial sortenrein ist, herrscht beim Textilrecycling eine große Vielfalt. Die Textilien bestehen aus verschiedenen Materialien, oft Mischungen, sind unterschiedlich gefärbt und veredelt, weswegen ein mechanisches Verfahren aufwendiger und nicht beliebig wiederholbar ist. Deswegen setzen wir auf chemisch recycelte Textilien.

Chemisches Textilrecycling

Der Prozess des chemischen Recyclings ist hoch automatisiert und findet in verschlossenen Tanks und Rohren statt, sodass es keinen Kontakt zwischen Chemikalien und Arbeiter:innen vor Ort gibt.

Es gibt verschiedene Arten von chemischem Recycling mit verschiedenen Vor- und Nachteilen. Wir wollten uns sicher sein, welche Art für unsere Stoffe eingesetzt wird. Deswegen haben wir im Rahmen einer Asienreise, bei der wir unsere Materiallieferanten in Taiwan und China besuchten, auch die Recyclinganlage in China besucht, die das Garn für unsere Stoffe herstellt. Hier haben wir uns den Prozess von der Sammlung und Sortierung der Alttextilien über das chemische Recycling bis hin zur Garnherstellung zeigen lassen. Aus diesem Garn können verschiedenste neue Textilien produziert werden, die nach ausgiebiger Nutzung erneut recycelt werden können. Vereinfacht kann der Prozess wie folgt dargestellt werden:



Wie gewohnt setzen wir auf etablierte Standards und Zertifikate, um unserer Sorgfaltspflicht gerecht zu werden. Das T2T-Garn ist nach dem OEKO-TEX® STANDARD 100 zertifiziert. Dies bestätigt, dass das Garn gesundheitlich unbedenklich ist, da es auf Schadstoffe geprüft wurde. Des Weiteren ist es uns wichtig, die Rückverfolgbarkeit der recycelten Ausgangsmaterialien zu gewährleisten. Dafür garantiert Textile Exchange, als unabhängiger Zertifizierer, mit dem Recycled Claim Standard (RCS).



Uns hat das Verfahren vor Ort überzeugt, weswegen wir uns sehr freuen in diesem Jahr bereits die ersten Produkte, bei denen das Obermaterial aus recycelten Textilien besteht, in unsere Kollektionen mit aufnehmen zu können.

Bei Affenzahn wird der Stoff bei den Kreativ Tieren (Tukan und Bär) genutzt und bei satch kommt der Stoff bei den neuen Skandi Editionen zum Einsatz. Doch das ist erst der Anfang – seid gespannt was die Zukunft bringen wird.

Über diesen Bericht

Wir sind nicht perfekt! Und genauso wenig ist es dieser Bericht. Obwohl wir als Unternehmen (noch) keinen Berichterstattungspflichten folgen müssen, möchten wir unsere Stakeholder transparent darüber informieren, wie wir unserer sozialen und ökologischen Verantwortung nachkommen und wo wir hier stehen. Dabei sind wir stolz auf das, was wir bereits erreicht haben, aber wir wollen auch klar und ehrlich kommunizieren, wo wir noch besser werden müssen.

Zur Auswahl der Themen und Inhalte in diesem Bericht haben wir uns folgende Fragen gestellt: Wo hat unsere Wertschöpfung die größten Auswirkungen auf soziale und ökologische Bedingungen und wie leisten wir hier einen Beitrag zur Verbesserung? Was wurde im letzten Bericht angekündigt? Und welche Themen interessieren eigentlich unsere Zielgruppen? Und wie können wir unseren Report auch optisch ansprechender gestalten? Außerdem haben wir uns in diesem Jahr intensiv mit anerkannten Berichtsstandards, wie der Global Reporting Initiative (GRI) und dem Deutschen Nachhaltigkeitskodex (DNK), auseinandergesetzt und uns teilweise an deren Vorgaben orientiert. Wir glauben, dass solche Standards

wichtig sind, um sicherzustellen, dass unternehmerisches Nachhaltigkeitsreporting transparent, glaubwürdig und vergleichbar ist. In den nächsten Jahren wollen wir daher schrittweise darauf hinarbeiten, zukünftig vollständig nach einem dieser Standards zu berichten. Aufgrund all dieser Überlegungen werden im Vergleich zum letzten Jahr bereits zusätzliche Informationen berichtet und Inhalte neu dargestellt.

Unsere Berichte erscheinen jährlich. Der Berichtszeitraum umfasst unser letztes Geschäftsjahr, also den Zeitraum vom 01. August 2022 bis zum 31. Juli 2023. Um Ressourcen zu sparen, erscheint dieser Bericht ausschließlich in digitaler Form.

Kontakt

cr@fondof.de
FOND OF GmbH
Vitalisstraße 67, 50827 Köln

Unser CR Team



Katharina
katharina.liefner@fondof.de



Philipp
philipp.schumacher@fondof.de

