

NACHHALTIGKEITSBERICHT
2022

**WE ARE
GERRY**

GERRY WEBER

MISSION STATEMENT

Nachhaltigkeit bleibt ein integraler Bestandteil unserer Unternehmensphilosophie. Wirtschaftlichkeit, soziale und ökologische Verantwortung sind ein zentrales Thema unseres Handelns. Den Fokus setzen wir auf fünf Handlungsfelder: Produkt, Partner, Mitarbeiter sowie Umwelt und Gesellschaft.



INHALT

- 4 VORWORT DES VORSTANDS**
- 6 NACHHALTIGKEITSBERICHT GERRY WEBER**
 - 6 Berichtsprofil**
 - 7 Unternehmensprofil**
 - 7 Geschäftstätigkeit und Organisation
 - 10 Verantwortungsvolle Unternehmensführung – WE ARE GERRY**
 - 12 Compliance**
 - 12 Werte und Leitlinien
 - 12 Compliance Management System
 - 12 Anti-Korruption und Bestechung
 - 12 Verhaltenskodex
 - 13 Social Compliance Agreement
 - 13 Datenschutz und Informationssicherheit
 - 14 Nachhaltigkeitsmanagement**
 - 15 Nachhaltigkeitsstrategie**
 - 15 Wesentliche Themen
 - 16 Die Ziele für nachhaltige Entwicklung: Sustainable Development Goals (SDGs)**
 - 17 Unsere Stakeholder
 - 17 Mitgliedschaften
 - 18 Produkt
 - 22 Partner
 - 23 Menschenrechtliche Risikoanalyse
 - 24 Soziale Verantwortung in der Lieferkette
 - 24 Regelmäßige Audits
 - 27 Living Wage
 - 28 Ökologische Verantwortung in der Lieferkette
 - 28 Global Organic Textile Standard (GOTS)
 - 29 Organic Content Standard (OCS)
- 29 Mitarbeiter**
 - 30 Managementansatz
 - 31 Unsere Personalstruktur
 - 33 Diversity bei GERRY WEBER
 - 33 Work-Life-Balance
 - 34 Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz
 - 34 Aus- und Weiterbildung
- 35 Umwelt**
 - 35 Managementansatz
 - 36 EU-Taxonomie
 - 36 Umweltschonende Färbemethoden
 - 36 Dry Indigo®
 - 36 Dry Black®
 - 37 Klimaschutz (Dekarbonisierung)
 - 38 Energie
- 39 Gesellschaft**
 - 39 Managementansatz
 - 40 Fokuspunkte unseres gesellschaftlichen Engagements
- 42 Wesentliche Nachhaltigkeitsthemen von GERRY WEBER und GRI-Standards**
- 46 Impressum**

VORWORT DES VORSTANDS

Nachhaltigkeitsbericht 2022 der GERRY WEBER International AG

Liebe Leserinnen und Leser,

das zurückliegende Berichtsjahr 2022 hat uns erneut vor große Veränderungen und Herausforderungen gestellt. Die Folgen der Pandemie in den globalen Lieferketten, die spürbaren Auswirkungen des Krieges in der Ukraine, Extremwetterereignisse und Veränderungen unserer Umwelt, verursacht durch den Klimawandel, stellen uns vor immer größere Aufgaben.

Umso wichtiger ist es, diese entschlossen anzugehen. Wir verfolgen unsere Nachhaltigkeitsagenda, um unseren Beitrag zu leisten, die Klimaziele zu erreichen und den Wandel zu mehr Nachhaltigkeit voranzutreiben. In diesem Bericht geben wir einen Überblick über unsere Fortschritte.

Der Wandel gelingt nur zusammen mit unseren großartigen Mitarbeitenden, dem Team GERRY. Jeder einzelne unserer Mitarbeitenden ist wichtig. Wir möchten, dass sich jeder bei uns wohlfühlt und sich optimal entwickeln kann. Darum freuen wir uns sehr über das gute Ergebnis bei unserer ersten weltweiten Mitarbeiterbefragung. Hier wird deutlich, dass WE ARE GERRY weit mehr als nur ein Slogan ist. WE ARE GERRY ist Ausdruck eines sehr starken Gefühls von Zusammengehörigkeit und von Stolz. Wir sind stolz darauf, dass dies mit der Zertifizierung als GREAT PLACE TO WORK® belohnt wurde.

Um unseren Mitarbeitern ein agiles und modernes Arbeitsumfeld zu bieten und gleichzeitig unsere Attraktivität als Arbeitgeber für potenzielle Kandidaten zu steigern, haben wir, ergänzend zu unserem Angebot des Mobile Workings, unser neues Arbeitszeitkonzept ZEITHOCH3 eingeführt. Die vielfältigen Optionen in Hinblick auf die Gestaltung des Arbeitsortes und der Arbeitszeit bieten äußerst viel Flexibilität.

Die weltweiten Herausforderungen sind nur gemeinschaftlich, in der Gesellschaft, der Volkswirtschaft und mit den Regierungen zu lösen. Daher haben wir uns Allianzen, wie der Amfori BSCI und dem Bündnis für nachhaltige Textilien angeschlossen, um auf mehreren Ebenen agieren zu können.

Ein weiterer Baustein ist die partnerschaftliche und vertrauensvolle Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten. Wir legen großen Wert auf die Einhaltung von Menschenrechten, Sozial- und Gesundheitsstandards. Ebenso sind die Fähigkeit und Bereitschaft, ökologische Ziele zu verfolgen, ein Kriterium einer guten Zusammenarbeit.



Angelika Schindler-Obenhaus (CEO) und Florian Frank (CFO)

Unsere nachhaltigen „I WEAR I CARE“-Styles werden nach strikten Vorgaben ausgewählt und müssen mindestens 50 Prozent nachhaltige Rohstoffe oder 20 Prozent recycelte Rohstoffe enthalten. Im Berichtsjahr enthielten unsere Kollektionen bereits mehr als 40 Prozent nachhaltige Styles.

Unser Ziel, den Nachhaltigkeitsgedanken bei jedem Mitarbeiter ins Bewusstsein zu bringen, haben die Nachhaltigkeitsbotschafter in der Taskforce in ihre Fachbereiche und ins Unternehmen getragen. Mit der Umsetzung der Nachhaltigkeitswoche sind sowohl relevante Themen als auch praktische Tipps für den Alltag auf großes Interesse gestoßen, mehr dazu im Bericht.

Unsere Kunden stehen im Fokus unserer Aktivitäten. Wir setzen weiter darauf, Lieblingsstücke anzubieten, die ihnen guttun und die sie strahlen lassen. Unser Anspruch ist es dabei, den Anteil nachhaltiger Fasern weiter auszubauen. Wir stellen fest, dass unseren Kunden Nachhaltigkeit immer wichtiger wird und die Kaufentscheidung beeinflusst.

Am Austausch mit unseren Stakeholdern möchten wir wachsen, daher sehen wir diese Berichterstattung auch als Aufforderung in den Dialog zu treten.

Wir möchten eine Welt gestalten, in der wir friedlich miteinander leben und der Respekt vor der Umwelt und den Menschen alltäglich wird.

Angelika Schindler-Obenhaus
Chief Executive Officer
CEO | GERRY WEBER

Florian Frank
Chief Financial Officer
CFO | GERRY WEBER

NACHHALTIGKEITS- BERICHT GERRY WEBER

2022

Berichtsprofil

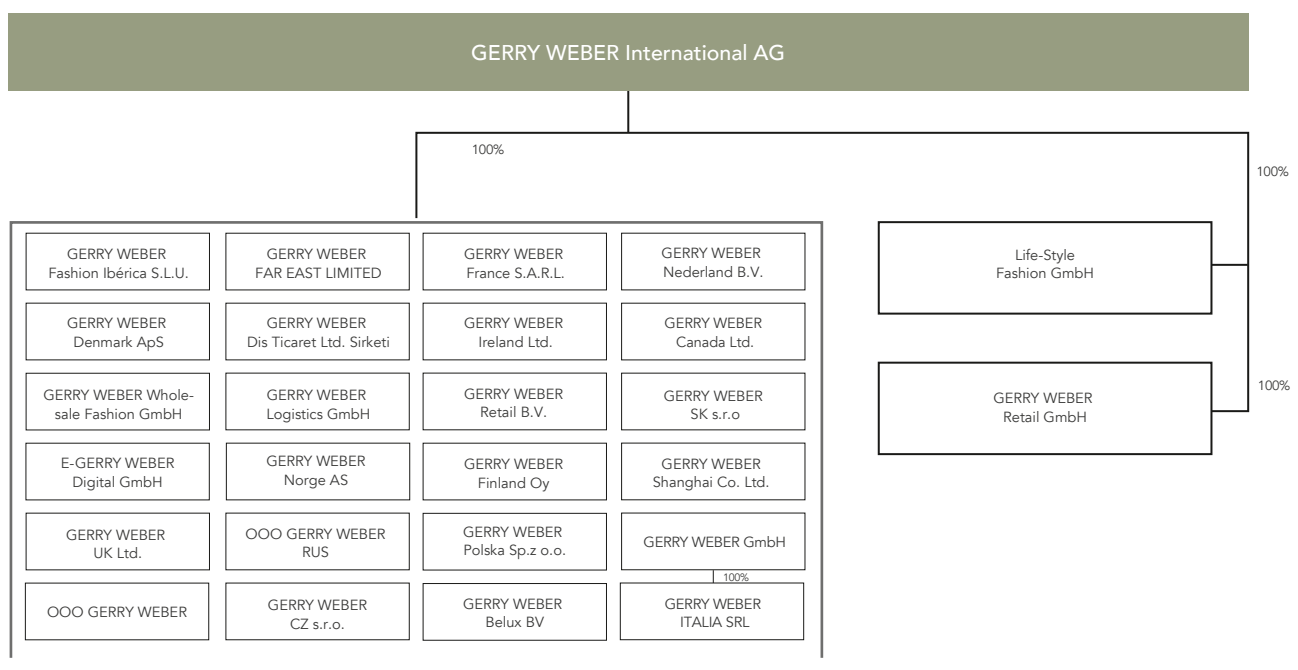
GERRY WEBER legt seinen vierten Nachhaltigkeitsbericht vor. Die GERRY WEBER International AG erfüllt damit die Berichtsanforderungen gemäß CSR-Richtlinienumsetzungsgesetz (CSR-RUG) auf Gesellschafts- und Konzernebene. Darüber hinaus möchten wir unserem Anspruch gerecht werden, unsere interessierten Stakeholder transparent über unsere Nachhaltigkeitsaktivitäten und -ziele zu informieren. Der Bericht wendet sich vor allem an Geschäftspartner, Investoren und Privataktionäre, Mitarbeiter, Kunden und Nichtregierungsorganisationen sowie Interessierte aus gesellschaftlich engagierten Gruppen, Politik, Wirtschaft und Wissenschaft. Berichtszeitraum ist das Geschäftsjahr 2022 mit Stichtag 31. Dezember. Die Berichtsinhalte hat GERRY WEBER anhand einer Wesentlichkeitsanalyse 2019 bestimmt und priorisiert. Im Berichtsjahr wurde die Analyse auf Aktualität überprüft und entsprechend angepasst.

Wesentliche Aktivitäten, die nach diesem Datum eingetreten sind, wurden bis zum Redaktionsschluss am 24.03.2023 ebenfalls berücksichtigt. Der Nachhaltigkeitsbericht wurde durch den Vorstand der GERRY WEBER International AG und dem Aufsichtsrat freigegeben und liegt in deutscher und englischer Sprache vor.

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird zur Bezeichnung von Personengruppen in der Regel nur die männliche Sprachform verwendet. Diese Aussagen sind geschlechtsunabhängig zu verstehen, sofern dies nicht anders gekennzeichnet ist.

Die quantitativen Angaben des Berichts beziehen sich auf die GERRY WEBER Gruppe. Wenn möglich, wurden die Kennzahlen per Volldatenerhebung – also auf Basis tatsächlich vorliegender Daten – ermittelt.

Die GERRY WEBER International AG und die mit ihr verbundenen Unternehmen





Unternehmensprofil

Geschäftstätigkeit und Organisation

Die GERRY WEBER Gruppe ist eines der bekanntesten deutschen Mode- und Lifestyleunternehmen. Die Marke GERRY WEBER hat eine Markenbekanntheit von 91% in Deutschland (Erhebung MEDIAPLUS Insights November 2020).

Der heutige GERRY WEBER Konzern wurde 1973 von Gerhard Weber und Udo Hardieck in Halle/Westfalen gegründet. Seinen Ursprung hat das Unternehmen im Wholesale. Der Konzern umfasst drei Vertriebs- und Berichtsegmente: Das Segment GERRY WEBER Retail, das die in Eigenregie oder in Concession geführten Retail-Umsätze mit den GERRY WEBER Marken (GERRY WEBER, TAIFUN, SAMOON) beinhaltet, das Segment GERRY WEBER Wholesale, das die mit unseren Partnern aus dem Modefachhandel realisierten Umsätze der drei Marken betrifft und das Segment GERRY WEBER E-Commerce. GERRY WEBER E-Commerce umfasst den digital erwirtschafteten Umsatz aller drei Marken über eigene Online-Shops sowie über externe Plattformen wie Amazon, Zalando, Boozt, ABOUT YOU und OTTO.

Im Retail-Segment betrug die Anzahl der Stores zum 31. Dezember 2022 insgesamt 511 (Vorjahr: 559). Diese Zahl beinhaltet neben unseren 273 Retail Stores unsere 36 Outlets sowie unsere 202 Concession-Flächen. Im Wholesale Segment betrug die Anzahl der Franchise GERRY WEBER Stores 211 und der Shop-in-Shop-Flächen 1.249 (davon 292 Depot-Flächen, Vorjahr: 1.410). Zum 31. Dezember 2022 unterhielt GERRY WEBER weltweit Vertriebsstrukturen in 71 Ländern (zum 31. Dezember 2020 54 Länder).

Die GERRY WEBER International AG mit Sitz in Halle/Westfalen ist die operative Holding-Gesellschaft des Konzerns.

Zum 31. Dezember 2022 setzte sich der Konsolidierungskreis der GERRY WEBER Gruppe aus der GERRY WEBER International AG sowie 26 Tochtergesellschaften im In- und Ausland zusammen. (Vorjahr: 26 Tochtergesellschaften).

GERRY WEBER

GERRY WEBER steht für einen unkomplizierten, selbstbewussten und weiblichen Look – hochwertig, klar und immer am Puls der Zeit. Es geht um alltagstaugliche Lieblingsstücke, die die Modetrends kommerziell an die Frau bringen. Jede Saison ist geprägt von einer klaren Vorgabe an Kombinationsmöglichkeiten, für jeden Moment passend, die einen selbstverständlichen, entspannten Stil transportieren.

GERRY WEBER fokussiert sich auf eine lebensnahe, emotionale, begeisterte und moderne Umsetzung. Eine Marke, die mehr ist als nur Fashion-Anbieter – **GERRY WEBER** ist eine Inspirationsquelle, die Frauen – unabhängig vom Alter – gerne mit anderen Frauen teilen.





TAIFUN

Der Leitgedanke „We love to move“ ist bei der Marke **TAIFUN** Programm: vielfältige Farbkombinationen und klare, ausdrucksstarke Prints sind in den Kollektionen federführend. Das Knowhow in Schnitt, Passform und Material-Qualitäten wird jede Saison vom Design-team flexibel umgesetzt. Die Marke **TAIFUN** bewegt sich zwischen den Polen Sportivity und Lebensfreude. Neugierig, mutig, leidenschaftlich, motiviert – unsere **TAIFUN**-Kundin ist immer in Bewegung. Das Leben? Immer bereit für eine Überraschung.

SAMOON

Die Marke **SAMOON** kreiert mit viel Mut, Leidenschaft und Liebe individuelle Plus-Size-Styles, die Lebensfreude ausstrahlen und das Selbstbewusstsein ihrer Trägerin in jedem Moment unterstreicht. Dabei steht das Thema Body Positivity immer im Vordergrund. Das Credo der **SAMOON** Curvy-Community „Because I’m happy“ übersetzt dabei die Zufriedenheit mit dem eigenen Körper. Denn Curvy ist schön, Curvy ist weiblich, Curvy ist selbstverständlich!



Verantwortungsvolle Unternehmensführung – WE ARE GERRY

Nachhaltiges Wirtschaften bedeutet für uns nicht nur, die Langlebigkeit und Qualität unserer Produkte sicherzustellen. Es bedeutet für uns den Wandel in eine nachhaltige Zukunft aktiv mitzugestalten. Dies spiegelt sich in der Herstellung unserer Produkte, dem Engagement für unsere eigenen Mitarbeitenden sowie denen unserer Partner in der Lieferkette, der Umwelt und der Gesellschaft wider.

Den Mittelpunkt bilden dabei unsere Mitarbeiter. Als international tätiges Unternehmen in einem wettbewerbsintensiven Marktumfeld ist sich die GERRY WEBER Gruppe bewusst, dass der Unternehmenserfolg auf der Motivation, der Innovationsfähigkeit, der vertrauensvollen Zusammenarbeit und dem Engagement der Mitarbeitenden beruht. Daher ist es der GERRY WEBER Gruppe sehr wichtig ein Arbeitsumfeld zu schaffen, dass sich den wechselnden Bedarfen der Mitarbeitenden anpasst und gleichzeitig genügend Raum für Innovation lässt.

Unser Unternehmen wird von starken Werten geprägt und geleitet. Der Erfolg des Unternehmens basiert auf Teamgeist, Achtsamkeit, Wertschätzung und Transparenz – Werte, die unser Verständnis von nachhaltigem Unternehmertum untermauern.

Die Werte wurden 2021 in einer Mitarbeiterbefragung ermittelt und anschließend im Unternehmen durch Schulungen etabliert.

1. Teamgeist
2. Wertschätzung
3. Achtsamkeit

Auf die Werte wird näher im Kapitel Mitarbeiter eingegangen.

Im Berichtsjahr haben wir unser Engagement im Bereich Mitarbeiter verstärkt und ausgebaut. Auf die einzelnen Aktivitäten wird im Kapitel Mitarbeiter näher eingegangen.

Aufgrund dieses sehr guten Engagements wurden wir im Berichtsjahr mit dem Preis „Great Place to Work“ (GPTW®) ausgezeichnet. Damit gehören wir zu den besten Arbeitgebern der Modebranche.

Anhand der Ergebnisse von Ratings, Rankings und standardisierten Befragungen misst GERRY WEBER die Leistungen seines Nachhaltigkeitsmanagements. Die Resultate werden dazu genutzt, um für die Unternehmenssteuerung Anreize zu setzen. Unter anderem werden sie dafür verwendet, die Vergütungen für Mitglieder des Vorstands festzulegen.



Corporate Governance

Eine gute und verantwortungsvolle Corporate Governance sicherzustellen, ist für die GERRY WEBER International AG von großer Bedeutung. Wir sehen hierin einen wesentlichen Faktor für einen langfristigen Unternehmenserfolg. Daher betreiben wir ein Corporate Governance-Management gemäß internationalen und nationalen Standards wie dem Deutschen Corporate Governance Kodex (DCGK). Die GERRY WEBER International AG berichtet jährlich in einer Entsprechenserklärung zum DCGK über die Erfüllung der Vorgaben. Weitere umfassende Angaben zur Corporate Governance und Informationen über die Zusammensetzung der Führungs- und Kontrollorgane der GERRY WEBER International AG sowie zu den Aufgaben und die Vergütung ihrer Mitglieder können dem Geschäftsbericht sowie dem Vergütungsbericht entnommen werden.

Wir sind ein internationales Unternehmen, das in verschiedenen Ländern, Regionen und Rechtsordnungen tätig ist. Die GERRY WEBER International AG achtet darauf, dass die verschiedenen Rechtsnormen und Regeln eingehalten werden und zugleich unsere wertorientierte Unternehmenskultur gelebt wird. Sie bildet die Basis für die Zusammenarbeit und den Umgang mit Mitarbeitern, Geschäftspartnern, Investoren und der Gesellschaft. Für uns hat dabei die Achtung und Einhaltung der Menschenrechte oberste Priorität. Eine entsprechende Grundsatzerklärung sowie unsere Human Rights Policy ist auf der Unternehmenswebsite öffentlich einsehbar.

Risikomanagement

Ein wesentlicher Bestandteil von Corporate Governance ist das Risikomanagement. Ziel des Risikomanagements ist es,

Risiken systematisch und rechtzeitig zu identifizieren, angemessen zu quantifizieren, ihre Dimension zu erkennen und durch adäquate Maßnahmen Schäden vom Unternehmen abzuwenden oder zu minimieren. Die frühzeitige Identifikation von gefährdenden Risiken sichert den Fortbestand des Unternehmens. Der Vorstand der GERRY WEBER International AG trägt die Gesamtverantwortung für das Risikomanagementsystem und der Aufsichtsrat ist über seinen Prüfungsausschuss (Audit Committee) eingebunden.

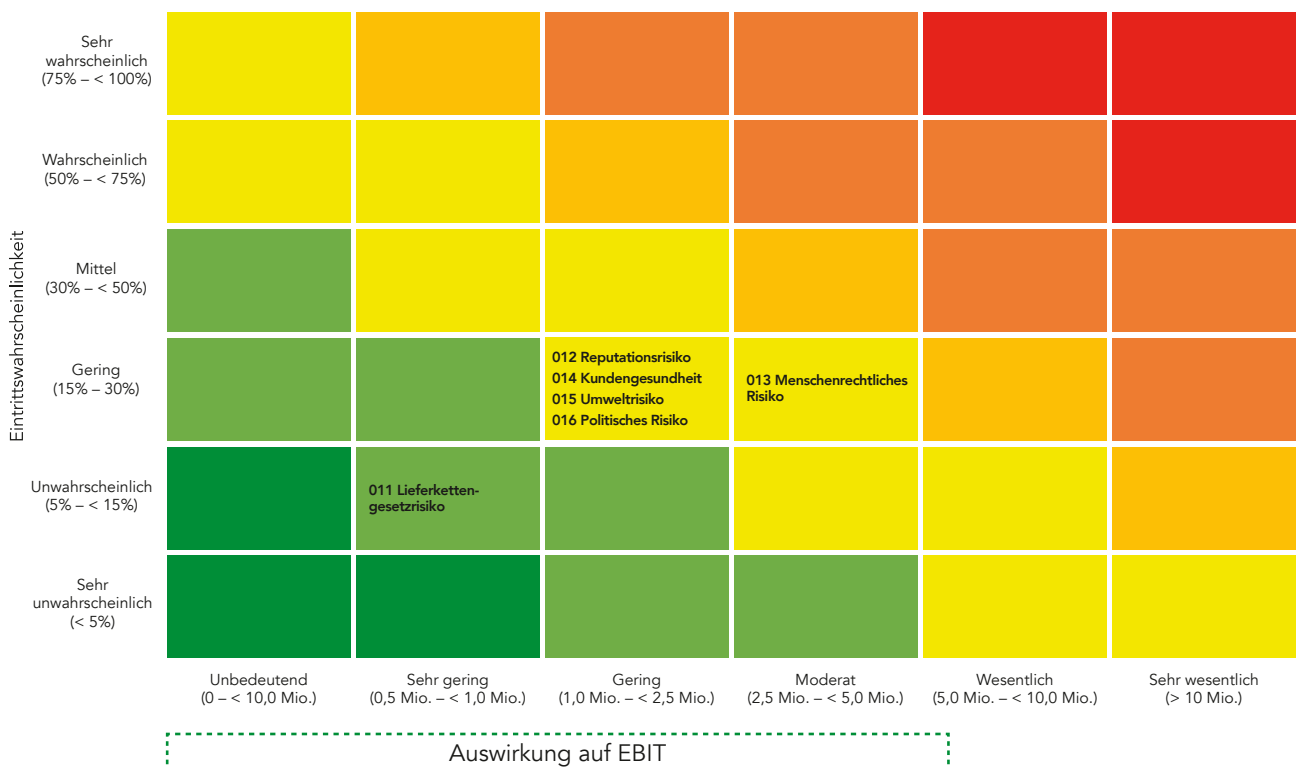
In Anlehnung an das international anerkannte COSO-Modell zum Umgang mit Risiken in Unternehmen haben wir unser Risikomanagement weiterentwickelt. Die Risiken im Bereich Nachhaltigkeit werden seit dem letzten Berichtsjahr differenzierter betrachtet und Maßnahmen werden gezielter den einzelnen Risiken zugeordnet.

Die Nicht-Einhaltung von Menschenrechten, nationalen und internationalen Gesetzen und Sozialstandards sowie die mangelnde Einhaltung unserer Qualitätsansprüche durch unsere Partner kann potenzielle Risiken nach sich ziehen und so zu einem Umsatz- und EBIT-Rückgang führen.

Um die Eintrittswahrscheinlichkeit abzusenken, wurden entsprechende Präventionsmaßnahmen ergriffen. Wir führen vor der Aufnahme neuer Fertigungspartner in das Lieferantenportfolio der GERRY WEBER AG eine Risikoanalyse hinsichtlich menschenrechtlicher und ökologischer Risiken durch. Im weiteren Verlauf der Zusammenarbeit durchlaufen unsere Partner Audits hinsichtlich Einhaltung von Menschenrechten, nationalen und internationalen Gesetzen, Sozialstandards sowie Knowhow und Qualitätsstandards.

Die bedeutsamen Risiken und ihre Auswirkungen auf das EBIT werden in der nachfolgenden Risikomatrix dargestellt:

Risikomatrix



Der umfassende Risiko- und Chancenbericht der GERRY WEBER International AG kann im Lagebericht nachgelesen werden.

Alle weiteren Informationen zu den menschenrechtlichen und ökologischen Risiken finden sich in diesem Bericht in dem Kapitel „Partner“.

Compliance

Werte und Leitlinien

Die vertrauensvolle und wertebasierte Zusammenarbeit mit Mitarbeitern, Geschäftspartnern, Aktionären und der Öffentlichkeit bildet die Grundlage der GERRY WEBER International AG. Dieses Vertrauen zu rechtfertigen und auszubauen gehört zu den Aufgaben jedes einzelnen Mitarbeiters.

Achtung und Respekt sind für uns Grundwerte. Wir achten individuelle und kulturelle Unterschiede. Darüber hinaus stehen wir für Chancengleichheit ein und respektieren die Menschenrechte. Respektlose, einschüchternde oder beleidigende Handlungen gegenüber der GERRY WEBER International AG, Kunden, Geschäftspartnern, Aktionären oder Kollegen dulden wir nicht. Unser eigenes persönliches vorbildliches Verhalten trägt maßgeblich dazu bei, dass GERRY WEBER als verantwortungsbewusstes und zuverlässiges Unternehmen wahrgenommen wird.

Compliance Management System

Der Compliance Officer berichtet direkt an den Vorstand. Er hat vor allem die Aufgabe, das Compliance-Programm konzernweit fortzuentwickeln und Mitarbeitende und Führungskräfte zu schulen. Daneben hat der Compliance Officer den Vorsitz im Compliance Committee. Dieses Gremium verfolgt unter anderem die kontinuierliche Verbesserung des Compliance-Programms und tritt in regelmäßigen Abständen zusammen. In seiner Steuerungsfunktion wirkt es fachübergreifend bei der Ausrichtung des Compliance-Programms und der Compliance-Aktivitäten im Unternehmen mit. In seiner Beratungsfunktion begleitet es die Untersuchung erheblicher Verstöße gegen die Compliance-Regeln und kann angemessene Maßnahmen empfehlen.

Anti-Korruption und Bestechung

Die GERRY WEBER International AG agiert global in unterschiedlichsten Regionen. Daher besteht die Notwendigkeit, illegale Verhaltensweisen zu verhindern und strikte Regeln gegen Korruption, Bestechung, Verstöße gegen das Kartellrecht und andere, nicht rechtskonforme Verhaltensweisen, aufzustellen.

Der Verhaltenskodex bildet das Fundament für unsere Compliance-Konzernrichtlinien, die die wichtigsten Themen ausführen. Mit den Richtlinien zum Kartell- und Wettbewerbsrecht, zum Vermeiden von Interessenkonflikten, zur Korruptionsbekämpfung im Umgang mit Geschenken und Einladungen, zum Umgang mit Daten und Informationen, Social Compliance, Kapitalmarkt sowie Gesundheit, Umwelt und Sicherheit, schaffen wir einen verbindlichen Rahmen, der uns hilft, unsere Ziele zu erreichen.

Das Compliance Programm wird flankiert durch ein unternehmensweites Hinweisgebersystem, das die Mitarbeitenden ermutigt, ihre Ideen offen anzusprechen und auf Umstände hinzuweisen, die sich auf die Verletzung von Gesetzen oder internen Richtlinien beziehen. Als Ansprechpartner stehen Vorgesetzte, die jeweilige Geschäftsleitung, der Betriebsrat und der Compliance Officer zur Verfügung. Mitarbeitende und Dritte können sich daneben auch an einen unabhängigen, externen Ombudsmann von GERRY WEBER wenden. Soweit gewünscht, wahrt der Ombudsmann auch die Anonymität des Hinweisgebers gegenüber GERRY WEBER. Damit wird zugleich das Beschwerdemanagement nach dem Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz (LkSG) abgebildet.

Im Berichtsjahr gab es keine Hinweise auf materiellrechtliche Verstöße.

Informationen und Dokumente zum Verhaltenskodex, den Konzernrichtlinien sowie dem Hinweismanagement und allen relevanten Ansprechpartnern sind für alle Mitarbeiter jederzeit über das Unternehmensintranet abrufbar und für Dritte auf der Unternehmenswebsite einsehbar.

Verhaltenskodex

Wir wollen allen Mitarbeitenden eine einheitliche und sichere Grundlage bieten und haben Leitlinien für verantwortungsbewusstes Handeln aufgestellt. Diese sind im GERRY WEBER-Verhaltenskodex zusammengefasst.

Der Verhaltenskodex beinhaltet Richtlinien im Umgang mit Kollegen, Kunden, Zulieferern, Geschäftspartnern sowie weiteren Stakeholdern. Wir wollen damit den gesellschaftlichen und eigenen Anforderungen gerecht werden.

2023 werden wir diesen Verhaltenskodex aktualisieren und an neue Richtlinien und Gegebenheiten anpassen.

Social Compliance Agreement

Die GERRY WEBER International AG sieht sich in der Verantwortung, sich aktiv für die Einhaltung von Gesetzen, Richtlinien und Menschenrechten einzusetzen. Das entspricht vielmehr unserem Selbstverständnis und unseren Werten.

Das gilt für unsere Mitarbeitenden sowie für alle Beschäftigten entlang der Wertschöpfungskette.

Wir haben uns bereits 2010 der Business Social Compliance Initiative, die sich 2018 zu amfori BSCI umbenannt hat, angeschlossen. Die amfori BSCI ist eine Initiative für Einzelhändler, Industrie und Importeure zur Überwachung und Verbesserung von sozialen Standards, Arbeitsbedingungen bei Zulieferern und Farmen in einer weltweiten Wertschöpfungskette. Kernelemente des Programms sind die Schulung des Bewusstseins und Wissens um die Bedürfnisse der Mitarbeitenden und eine partnerschaftliche Zusammenarbeit zur Erreichung einer Verbesserung bei möglichen Missständen.

Die Basis jeder Zusammenarbeit mit den Lieferanten bildet der amfori Code of Conduct, der zusammen mit den Terms of Implementation, vor dem Beginn jeder Zusammenarbeit unterzeichnet werden muss.

Der amfori BSCI Code of Conduct basiert auf den UN Guiding Principles for Business and Human Rights, der UN Menschenrechtserklärung, OECD Guidelines für multi-nationale Unternehmen, UN Global Compact und International Labour Organization (ILO) und Children's Rights and Business.



Mehr Informationen finden Sie hier: [Amfori Verhaltenskodex](#)

Die Details zur Einhaltung und Umsetzung des amfori BSCI Code of Conducts sind im Social Compliance Agreement festgehalten, das ebenfalls vor dem Beginn jeder Geschäftsbeziehung von unseren Geschäftspartnern und deren Unterlieferanten unterschrieben werden muss.

Datenschutz und Informationssicherheit

Informationen, egal ob analoger oder digitaler Natur, sind von zentraler Bedeutung für die GERRY WEBER International AG. Um ein angemessenes Schutzniveau aufrecht zu erhalten, haben wir eine entsprechende Organisation sowohl für den Datenschutz als auch für das Management von Informationssicherheit aufgebaut. So können wir unter anderem auch den hohen gesetzlichen Anforderungen der Datenschutz-Grundverordnung nachkommen.

Daten, insbesondere auch personenbezogene, von Kunden, Mitarbeitenden sowie Geschäftspartnern und Aktionären haben nicht nur eine hohe Relevanz für die Einzelnen, sondern sind auch für die GERRY WEBER International AG besonders schützenswert. Um das Risiko von Verstößen gegen die regulatorischen Auflagen im Bereich Datenschutz gering zu halten, haben wir entsprechende verpflichtende Richtlinien erstellt. Diese Richtlinien werden in Übereinstimmung mit dem Datenschutzbeauftragten und dem Compliance Officer sowie den betroffenen Funktionsbereichen auf ihre Aktualität und ihre Wirkung überprüft, gegebenenfalls angepasst und vom Vorstand freigegeben.

Ende des Berichtsjahres haben wir angefangen, ein modulares Schulungs- und Awareness-Tool einzuführen. Dies soll uns dabei unterstützen, sowohl im Bereich Daten- und Informationssicherheit als auch im Bereich Datenschutz immer auf dem neuesten Stand zu bleiben. Unsere Mitarbeitenden haben von allen Endgeräten und Orten Zugang zu diesen Schulungen. Dieses System soll 2023 weiter ausgerollt werden.



Nachhaltigkeitsmanagement

Die GERRY WEBER International AG legt größten Wert darauf, Umweltschutz, soziale Verantwortung und wirtschaftlichen Erfolg in Einklang zu bringen. Nachhaltiges Handeln entlang der Wertschöpfungskette ist sowohl Teil unseres Selbstverständnisses als auch ein Grundprinzip unserer unternehmerischen Verantwortung.

Die Gesamtverantwortung für alle Nachhaltigkeitsbelange liegt aufgrund seiner Bedeutung beim Vorstand der GERRY WEBER International AG. Der Vorstand beschließt die konzernweit geltenden nachhaltigkeitsrelevanten Richtlinien und Standards. Er befasst sich in seinen Sitzungen regelmäßig mit dem Thema und berichtet über die Fortschritte der Nachhaltigkeitsstrategie an den Aufsichtsrat.

Strategisch und operativ wird das Thema im Bereich Corporate Social Responsibility gesteuert und umgesetzt.

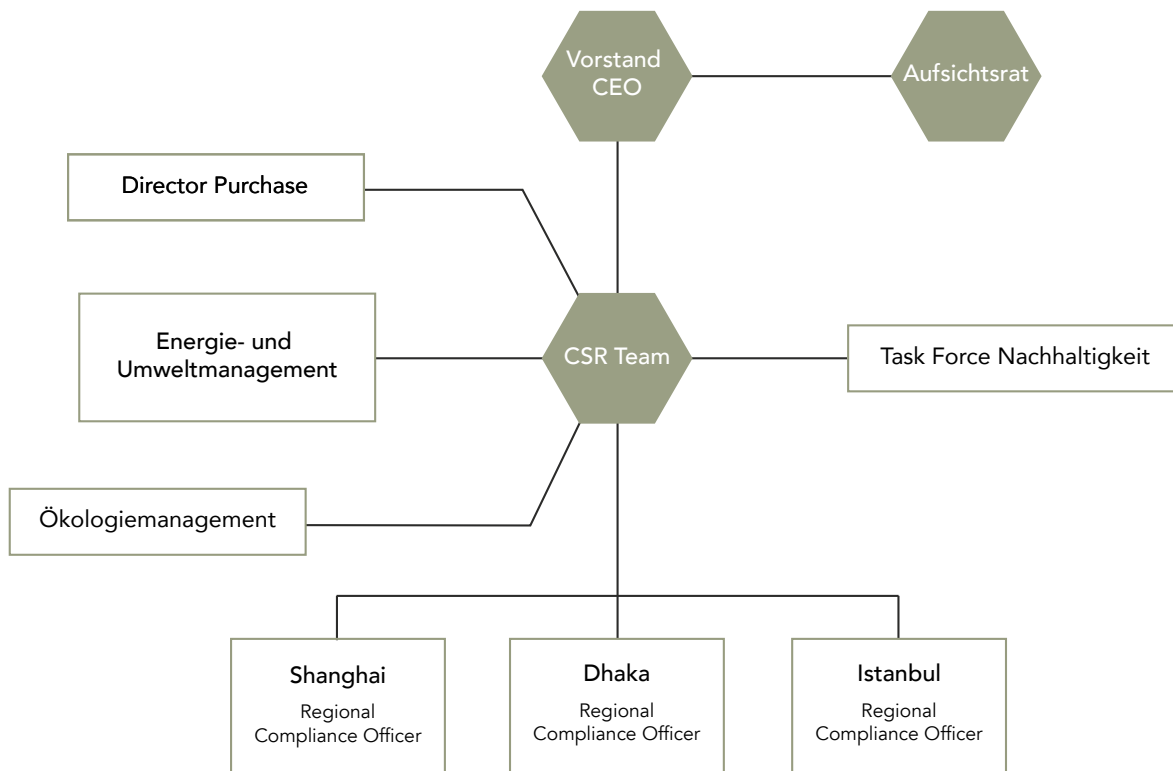
Die Abteilung Corporate Social Responsibility arbeitet eng mit den Fachabteilungen Einkauf, Supply Chain Management und Design für die Umsetzung zusammen. In unseren Lieferländern wurden Einkaufs- und Qualitätssicherungsteams installiert. Diese wurden durch Corporate Social Responsibility Mitarbeiter insbesondere zu Aspekten

der Umwelt- und Sozialstandards geschult und wirken bei der Einhaltung mit.

Aufgrund der besonderen Wichtigkeit des Themas haben wir eine Sustainability Task Force eingerichtet. Mitglieder dieser Task Force sind Vertreter der Fachbereiche Einkauf, Produktentwicklung, Supply Chain, Kommunikation sowie Retail. Sie bringen ihre spezifische Fachkompetenz, etwa in den Bereichen Human Resources (HR), Marketing oder Supply Chain, mit ein und helfen uns dabei, unsere Nachhaltigkeitsziele zu erreichen. Ebenso wird durch die Task Force eine funktionsübergreifende Priorisierung sichergestellt. Die Task Force trifft sich regelmäßig alle vier Wochen. Themen im Berichtsjahr waren zum Beispiel, die Re-Zertifizierung des Unternehmens der ISO 50001, 14001, GOTS und die Nachhaltigkeitswoche für Mitarbeiter.

Nachhaltigkeit ist für die GERRY WEBER International AG wichtig, aber wir werden sie nur erfolgreich umsetzen können, wenn das Bewusstsein dafür auf allen Unternehmensebenen vorhanden ist – und von jedem Einzelnen verstanden und gelebt wird. Deshalb informieren wir unsere Mitarbeiter regelmäßig über die Projekte der Sustainability Task Force sowie über Strategie und Ziele. Wir motivieren sie, sich an unseren Nachhaltigkeitsprojekten zu beteiligen und selbst proaktiv tätig zu werden. Die Task Force prüft mögliche Innovationen und Projekte auf Relevanz und Machbarkeit, und erstellt einen Ideenspeicher für zukünftige Projekte.

Struktur CSR



Anhand der Ergebnisse von Ratings, Rankings und standardisierten Befragungen misst GERRY WEBER die Leistungen seines Nachhaltigkeitsmanagements. Aufgrund der Resultate erfolgen Vergütungen an die Vorstandsmitglieder und setzen somit Anreize für die Unternehmenssteuerung.

Nachhaltigkeitsstrategie

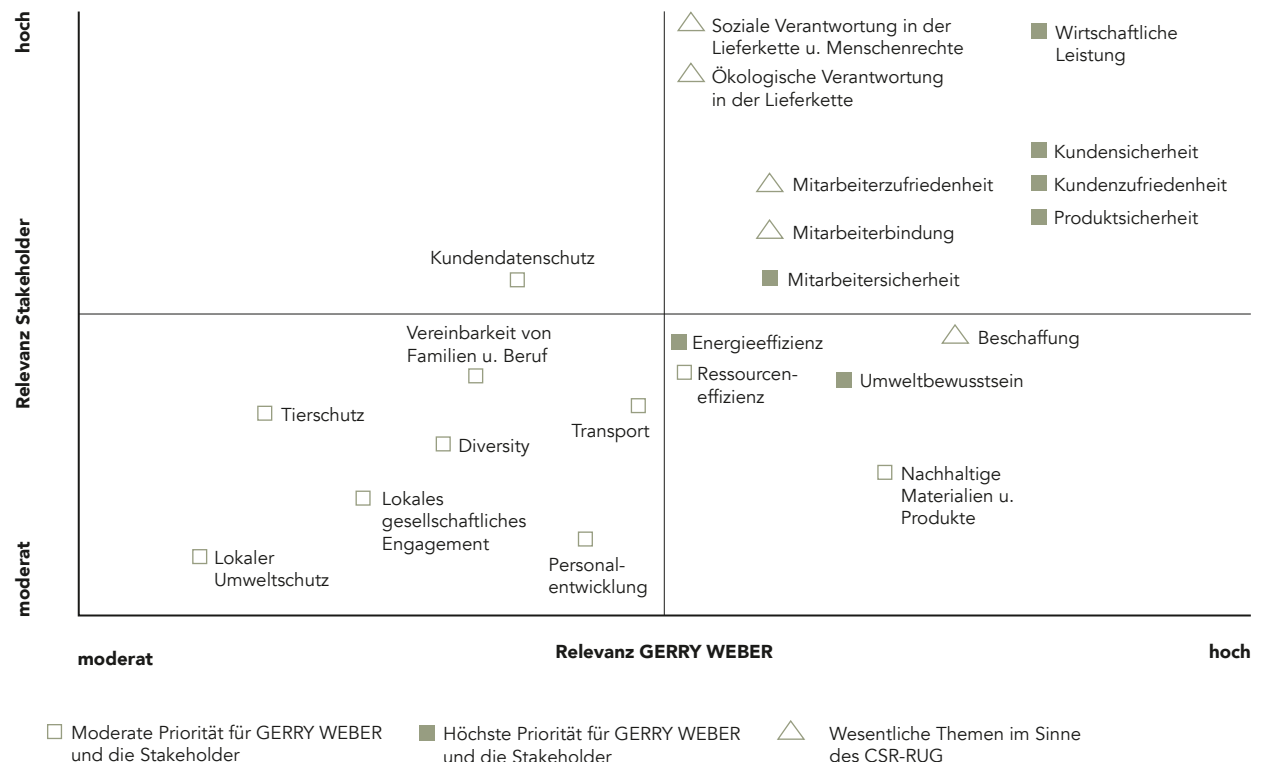
Wesentliche Themen

Die GERRY WEBER International AG hat 2020 eine Wesentlichkeitsanalyse durchgeführt, um alle für das Unternehmen bedeutenden Nachhaltigkeitsthemen zu identifizieren und die Schwerpunkte seiner Nachhaltigkeitsstrategie und -berichterstattung festzulegen. Hierbei werden sowohl die Vorgaben der Global Reporting Initiative (GRI) als auch die des CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetzes (CSR-RUG) beachtet.

2022 haben wir die Ergebnisse der Wesentlichkeitsanalyse überprüft und den neuen Entwicklungen angepasst. Zunächst haben die Mitglieder der Sustainability Task

Force die in den Vorjahren wichtigen Themen auf Aktualität überprüft und angepasst. Im nächsten Schritt wurden die Ergebnisse des Risikomanagements mit einbezogen. Aufgrund der Einführung des Lieferkettensorgfaltspflichtengesetzes erhielten die aus dem Gesetz abgeleiteten regulatorischen Themen wie Risikoanalyse, Beschwerdeverfahren, Abhilfe- und Präventionsmaßnahmen eine höhere Einstufung als die anderen Themen. Dagegen wurde das Thema „verantwortungsvoller Umgang mit Chemikalien in der Produktion“ aufgrund der bereits sehr hohen angewendeten Standards hinsichtlich der Auswirkungen des Unternehmens niedriger eingestuft. Die Anpassungen wurden mit den relevanten Fachbereichen diskutiert und finalisiert. Die abschließende Freigabe der Wesentlichkeitsmatrix erfolgte durch den Vorstand.

Wesentlichkeitsmatrix



Die Ziele für nachhaltige Entwicklung: Sustainable Development Goals (SDGs)

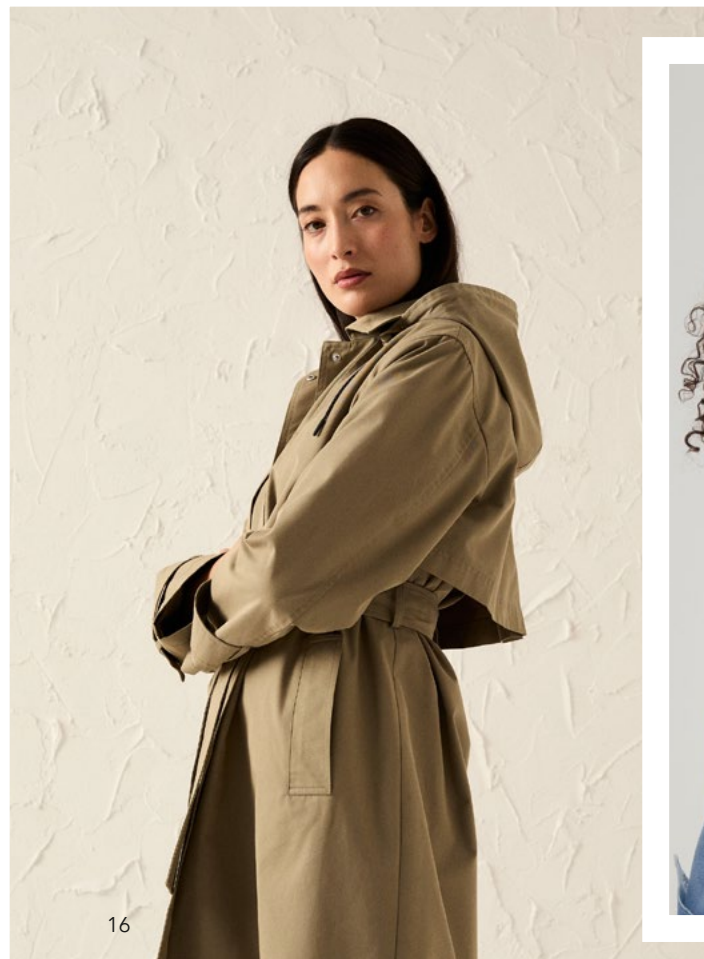
Wir leisten einen Beitrag zu den Zielen für nachhaltige Entwicklung



Die SDG's, die insgesamt 17 Ziele umfassen, wurden 2015 im Zuge der Agenda 2030 von den Vereinten Nationen veröffentlicht. Sie bestehen aus 169 sozialen, ökologischen und ökonomischen Unterzielen und bedingen sich gegenseitig. Diese 17 Ziele können den fünf Kernanliegen, den „5 Ps“ zugeordnet werden: **People, Planet, Prosperity, Peace, Partnership**. Die Würde und Gleichheit der Menschen sollen in den Mittelpunkt gerückt, das Klima und Ressourcen geschützt, der Wohlstand und der Frieden für alle gefördert und globale Partnerschaften aufgebaut werden.

Alle Staaten (Entwicklungsländer, Schwellenländer, Industriestaaten), Zivilgesellschaften als auch Privatwirtschaften sind dazu aufgefordert, sich diesen Themen und Zielen anzunehmen. Die GERRY WEBER International AG stellt sich dieser Verantwortung und hat sechs Ziele identifiziert, zu denen wir aktiv einen Beitrag leisten können und wollen. Wir haben Unterziele und Maßnahmen definiert, deren Erreichungsgrade jährlich kontrolliert und somit gegebenenfalls angepasst werden.

In den folgenden Kapiteln des Berichts wird die Verknüpfung der SDGs zu den einzelnen Nachhaltigkeitsaktivitäten der GERRY WEBER International AG erläutert.





Unsere Stakeholder

Der Austausch mit unseren Stakeholdern hat für uns eine große Bedeutung und unterstützt uns bei der Identifikation relevanter Themen. Wir unterscheiden in unmittelbare und mittelbare Stakeholder. Unmittelbare Stakeholder der GERRY WEBER Gruppe sind Investoren, Kunden, Analysten, Geschäftspartner, Mitarbeitende und Lieferanten. Diese Gruppen haben einen direkten Einfluss auf unsere Geschäftstätigkeit und Wertschöpfungskette und/oder sind von unseren unternehmerischen Tätigkeiten direkt betroffen.

Mittelbare Stakeholder stellen für uns folgende Akteure dar: Öffentlichkeit, Mitbewerber, Zivilgesellschaften (Verbände, Initiativen, Nichtregierungsorganisationen), Rating-Agenturen, Behörden, Banken, Politik bzw. Gewerkschaften und Medien.

Unsere Endkunden stellen eine wichtige Anspruchsgruppe für die GERRY WEBER Gruppe dar. Daher haben ihre Meinungen, Fragen und Sorgen eine hohe Bedeutung. Regelmäßig werden Kundenanfragen analysiert. Auch unsere Social-Media-Aktivitäten über soziale Netzwerke wie Facebook oder Instagram führen zu einem schnellen und direkten Austausch mit unseren Endkunden.

Wir sind Mitglied verschiedener Verbände und Initiativen. Dadurch stehen wir im regelmäßigen Austausch mit Vertretern von Nicht-Regierungsorganisationen/Non-Governmental Organizations (NGOs), Politik, der Zivilgesellschaft sowie anderen Unternehmen der Branche. Dadurch gelingt es, die frühzeitige Identifikation von wesentlichen Themen unserer Stakeholdergruppen, Mitbewerber und NGOs zu erkennen und aufzugreifen. Immer mehr rücken dabei Themen wie Menschenrechte in der Lieferkette, nachhaltige Materialien und Tierschutz in den Mittelpunkt.

Wir führen in regelmäßigen Abständen eine Medienanalyse durch. Wir analysieren, zu welchen Themen und wie oft die GERRY WEBER Gruppe in der (Fach-)Presse genannt wird, vergleichen die Ergebnisse mit den vorherigen Analysen und identifizieren so Themen, die für die Öffentlichkeit von Relevanz sind. Auch haben wir einen Blick auf die gesamte Modebranche und unsere Mitbewerber.

Mitgliedschaften



Die GERRY WEBER International AG engagiert sich in Initiativen und Kooperationen, um systemische Veränderungen in der Modebranche anzustoßen. Durch unsere Partnerschaften können wir mehr erreichen. Mit unserem Engagement in den diversen Organisationen leisten wir einen Beitrag zu SDG 17.

Die GERRY WEBER International AG engagiert sich in Initiativen und Kooperationen, um systemische Veränderungen in der Modebranche anzustoßen. Durch unsere Partnerschaften können wir mehr erreichen. Mit unserem Engagement in den diversen Organisationen leisten wir einen Beitrag zu SDG 17.



AMFORI BSCI

Die GERRY WEBER International AG ist seit 2010 aktives Mitglied bei der Amfori Business Social Compliance Initiative (BSCI). Wir machen uns in unterschiedlichen Projektgruppen dafür stark, dass internationale Arbeits- und Sozialstandards bei unseren weltweit produzierenden Lieferanten eingehalten und verbessert werden. Zusammen mit über 2 500 anderen Unternehmen arbeitet die GERRY WEBER International AG systematisch an dem Ziel, die Bedingungen entlang der Lieferkette mit gebündelter Kraft nachhaltig zu verbessern.

BÜNDNIS FÜR NACHHALTIGE TEXTILIEN



Die GERRY WEBER International AG arbeitet aktiv am 2014 vom damaligen Bundesentwicklungsminister Dr. Gerd Müller gegründeten Textilbündnis mit. Regierung, Unternehmen, Nichtregierungsorganisationen, Gewerkschaften und Standardorganisationen haben sich im Textilbündnis zusammengeschlossen, um einen Beitrag zu leisten, die sozialen und ökologischen Bedingungen entlang der Lieferkette nachhaltig zu verbessern. Dazu wurden in den vergangenen Jahren zahlreiche Maßnahmen und Projekte auf den Weg gebracht und auch in unserem Konzern implementiert.

GERMAN FASHION



Wir sind Mitglied im GermanFashion Modeverband Deutschland e. V., der die deutsche Modeindustrie repräsentiert. Er steht seinen Mitgliedsfirmen bei allen branchenspezifischen und tagesaktuellen Fragestellungen zur Verfügung und vertritt ihre Interessen gegenüber Gesetzgeber, Behörden und anderen Organisationen. Darüber hinaus werden Mitglieder über aktuelle Entwicklungen in der Modeindustrie informiert.

DIALOG TEXTIL-BEKLEIDUNG



Der Dialog Textil-Bekleidung (DTB) ist eine Plattform für den offenen Dialog zwischen Fachleuten, die regelmäßig von uns genutzt wird. Firmen der gesamten textilen Kette (u. a. Marken, Händler) finden sich mit Bildungseinrichtungen, Instituten und branchenrelevanten Gremien in Arbeitskreisen zusammen, um Lösungsvorschläge für Fragen rund um das Thema Textil zu erarbeiten. Innerhalb der Textil- und Bekleidungsindustrie steht vor allem die Verbesserung der Produktqualität im Vordergrund. Der Dialog Textil-Bekleidung stärkt die Wirtschaftlichkeit und die Wettbewerbsfähigkeit seiner internationalen Mitglieder.

GESAMTVERBAND DER DEUTSCHEN TEXTIL- UND MODEINDUSTRIE



Die Branche wird in Fragen der Wirtschaftspolitik sowie als Arbeitgeberverbund im Bereich Sozial- und Tarifpolitik vom Gesamtverband der deutschen Textil- und Modeindustrie e. V. (textil+mode) vertreten. Zu den Zielen des Gesamtverbandes textil+mode gehört es, die Innovationskraft und damit die Spitzenposition der Textil- und Modeunternehmen weltweit zu sichern und die Attraktivität des Standortes Deutschland im In- und Ausland aufzuzeigen. Er ist gegliedert in Landes- und Fachverbände. Ihre Aufgabe ist es, gemeinsame wirtschaftliche, fachliche und technische Industrieinteressen wahrzunehmen und zu fördern.

Produkt



Die GERRY WEBER International AG möchte ihren Kunden Produkte anbieten, die sozial und gesundheitlich unbedenklich sind und nicht die natürlichen Ressourcen der Erde belasten. Zugleich möchten wir unseren Kundenansprüchen nach langlebigen, qualitativ hochwertigen und innovativen Produkten gerecht werden.

Dementsprechend haben wir uns Ziele gesetzt, den Anteil nachhaltiger Produkte zu erhöhen und auf eine verantwortungsvolle Gewinnung der Rohstoffe zu achten. Durch den stetig steigenden Einsatz recycelter und umweltverträglicher Materialien können wir auch langfristig Transparenz in der Lieferkette erreichen und das Prinzip der Kreislaufwirtschaft fördern.

Ebenso wie der Schutz der natürlichen Ressourcen hat für uns Tierwohl und Artenschutz eine sehr große Bedeutung. Die GERRY WEBER International AG hat sich daher schon bereits 2015 der Tierschutz-Initiative „FUR FREE RETAILER“ angeschlossen und den Einsatz bestimmter Materialien tierischer Herkunft untersagt.

Eine erhebliche Auswirkung auf die Umwelt haben jedoch nicht nur die von uns eingesetzten und verwendeten Materialien, sondern auch die Verpackungen, die wir für unsere Produkte verwenden. Wir werden unsere Verpackungsmaterialien nach und nach auf nachhaltigere Alternativen umstellen.

Mit diesem umfassenden Ansatz leistet GERRY WEBER einen Beitrag zur Umsetzung des Sustainable Development Goals 12.



Managementansatz

Die GERRY WEBER International AG hat mit ihren Produkten erheblichen Einfluss auf die Umwelt und die natürlichen Ressourcen. Um die natürlichen Ressourcen und die Umwelt zu schonen, haben wir uns daher das Ziel gesetzt, den Anteil nachhaltiger Materialien schrittweise zu erhöhen.

Es wurden dabei Materialien ausgewählt, die entweder einen hohen Anteil am Gesamtvolumen haben oder aber aufgrund der verbesserten Prozesse die negativen Umwelt- und Ressourcenauswirkung vermindern.

Bei der Kollektionserstellung wird neben den qualitativen Kriterien auch auf die Auswahl nachhaltiger Materialien geachtet. Nachhaltige Materialien sind, soweit es die Produktanforderungen zulassen, immer bevorzugt einzusetzen.

Nachhaltige Produkte

Nachhaltige Produkte sind an dem GERRY WEBER-Etikett „I WEAR I CARE“ erkennbar. Diese werden nach den Richtlinien der GERRY WEBER Material Policy gekennzeichnet. Wir haben 2022 eine Material-Policy eingeführt, die für alle Mitarbeitenden aus dem Marketing, Sales- und Produktbereich sowie für die Lieferanten darstellt und erläutert, wann welches Material als nachhaltig bezeichnet werden kann. Ebenso finden sich in diesen Material-Policy Erläuterungen zu der Verwendung von Labels und Materialstandards. Dabei kann es sich um nachhaltige Rohstoffe wie zertifizierter Bio-Baumwolle handeln oder auch um nachhaltige Prozesse wie Wasch- oder Färbeverfahren. Diese Verfahren sparen wichtige Ressourcen wie Wasser und Chemikalien und schonen somit die Ressourcen.



Die Voraussetzung, dass ein Produkt mit „I WEAR I CARE“ ausgezeichnet werden kann, ist, dass es bei den Naturmaterialien mindestens 50 Prozent nachhaltigen Rohstoff enthält. Bei recycelten Rohstoffen ist der Minimumanteil 20 Prozent. Dabei setzen wir vor allem bevorzugt auf etablierte Zertifikate und Standards, die wir einsetzen:

Wir überprüfen die Ziele regelmäßig mit den Produkt- und Beschaffungsverantwortlichen. Sollten wir Abweichungen feststellen, werden die Ursachen analysiert und gegebenenfalls Anpassungen vorgenommen.

Bio-Baumwolle

Baumwolle ist für die GERRY WEBER Gruppe eines der Materialien, das am meisten bei unseren Produkten eingesetzt wird. Es hat verschiedene positive Eigenschaften. Baumwolle bietet ein angenehmes Tragegefühl. Der Stoff ist sehr weich, atmungsaktiv, hautverträglich und lange haltbar. Jedoch werden beim herkömmlichen Anbau von Baumwolle viel Wasser verbraucht und oftmals Pestizide und Düngemittel eingesetzt. Da Baumwolle sehr stark nachgefragt wird, arbeitet man im konventionellen Baumwollanbau mit gentechnisch verändertem Saatgut.

Aufgrund dieser Umweltauswirkungen und der Wichtigkeit des Materials haben wir uns entschieden, den Anteil zertifizierter, nachhaltigerer Baumwolle schrittweise zu erhöhen und auszubauen.

Im Berichtsjahr betrug der Anteil der Bio-Baumwolle 51 Prozent.

Nachhaltige Zellulosefasern

Ein weiteres wichtiges Material für GERRY WEBER ist Viskose. Viskose ist ein weiches, atmungsaktives Material mit seidigem Look. Sie wird aus einer Zellulosefaser auf Holzbasis gefertigt, mit Chemikalien behandelt, gefiltert und zu Fäden gesponnen. Die Herstellung ist mit einem hohen Energie- und Wasserverbrauch und chemischen Prozessen verbunden, die sich negativ auf Mensch und Umwelt auswirken.

Daher haben wir uns entschieden, den Anteil konventioneller Viskose stufenweise durch nachhaltigere Alternativen zu ersetzen, die nachstehend beschrieben werden.

40

Im Berichtsjahr betrug der Anteil nachhaltiger Modelle in der Kollektion bereits über 40 Prozent.



TENCEL™ Lyocell

Lyocell wird von der österreichischen Lenzing AG unter dem Markennamen TENCEL™ Lyocell produziert und ist eine besonders nachhaltige Cellulosefaser, die aus Eukalyptusholz gewonnen wird.

TENCEL™ Lyocell ist umweltfreundlich, da es kompostierbar und biologisch abbaubar ist. Zudem ist keine künstliche Bewässerung und Düngung des natürlichen Rohstoffes Eukalyptus notwendig, da das Prozesswasser recycelt wird. Ebenso wird das Lösungsmittel recycelt.

TENCEL™ Modal

TENCEL™ Modalfasern werden aus natürlich wachsendem Buchenholz europäischer Wälder gewonnen. Durch die Eco Soft-Technologie der Lenzing AG, ein chlorfreies Bleichungsverfahren, ist der entstehende Stoff besonders langanhaltend weich, atmungsaktiv und angenehm auf der Haut.

TENCEL™ Modal ist umweltfreundlich, da es kompostierbar und biologisch abbaubar ist. Es wird in einem umweltschonenden FSC®-zertifizierten Herstellungsprozess produziert.

Lenzing ECOVERO™ Viskose

ECOVERO™ Viskose, ebenfalls produziert von der österreichischen Firma Lenzing AG, gilt als die ökologischste und sauberste Viskose, die man herstellen kann. Für die innovative Faser aus Holz und Zellstoff sprechen vor allem der ökologische Produktionsprozess, aber auch das angenehme Tragegefühl: Das Material ist weich, atmungsaktiv und hautfreundlich.

ECOVERO™ Viskose ist umweltfreundlich, da es aus FSC®- und PEFC™ -zertifizierte, kontrollierte und nachhaltige Holz- und Zellstoffquellen stammt. Für die Herstellung wird deutlich weniger Wasser und fossile Energie benötigt. Die eingesetzten Chemikalien sowie das Wasser werden recycelt. Dadurch werden die Emissionen und die Wasserbelastung um 50 Prozent gesenkt.

Der Anteil nachhaltigerer Viskose betrug im Berichtsjahr 39 Prozent. Damit konnte das für 2023 gesetzte Ziel von 30 Prozent Anteil von nachhaltigen Viskosefasern bereits früher als geplant deutlich übertroffen werden.

39

Prozent betrug der Anteil nachhaltiger Viskose im Berichtsjahr.

Recyceltes Polyester

Das Recycling von Kunststoffen, wie Polyester zu nutzbaren Materialien, wird zunehmend wichtiger für Mensch und Umwelt. Für die Herstellung von recyceltem Polyester wird daher beispielsweise der PET-Kunststoff aus Plastikflaschen genutzt.

Dafür wird der PET-Kunststoff zunächst gereinigt, zerkleinert und anschließend in eine Polyesterfaser umgewandelt.

Die Vorteile von recyceltem Polyester:

- Reduzierung des Rohstoffverbrauchs
- weniger Abfälle
- langlebig, elastisch und widerstandsfähig

Aufgrund der Umweltauswirkungen von Polyester haben wir uns dazu entschieden, den Anteil recycelter Synthetikfasern bis 2025 stufenweise zu erhöhen.

2022 haben wir einen Anteil von 18 Prozent erreicht. Damit haben wir das für dieses Jahr gesetzte Ziel von zehn Prozent bereits übertroffen.

18

Prozent betrug der Anteil recycelter Synthetikfasern im Berichtsjahr.



Tierwohl

Tierwohl und Artenschutz haben eine große Bedeutung für GERRY WEBER. Wir verzichten auf den Einsatz von Angorawolle, da die artgerechte Haltung bei der Pelzproduktion nicht gewährleistet werden kann. Ebenso wenig verwenden wir Federn und Daunen aus Lebendrupf oder aus der Stopfleberproduktion. Wir verpflichten unsere Lieferanten dazu, alle nationalen und internationalen Regelungen zur artgerechten Tierhaltung einzuhalten.

Die GERRY WEBER International AG untersagt jegliches Mulesing bei Schafen. Hierbei handelt es sich um ein schmerzhaftes operatives Verfahren ohne Schmerzausschaltung, bei dem die Haut rund um den Schwanz des Tieres entfernt wird. Dadurch soll das Tier vor dem Befall aggressiver Fliegen geschützt werden.

Um dem Tierschutz besser gerecht werden zu können, haben wir uns dazu entschlossen, den Anteil von zertifizierter oder recycelter Wolle schrittweise bis 2025 auf 30 Prozent zu erhöhen. Ferner haben wir uns ebenfalls zum Ziel gesetzt, den Anteil von zertifiziertem oder aber recyceltem Kaschmir auf 100 Prozent bis 2025 zu erhöhen. Wir möchten damit sicherstellen, dass die für uns verwendeten Rohmaterialien unter artgerechten Bedingungen gewonnen werden.

Wir verwenden ausschließlich Leder und Felle aus Nutztierhaltung. Die GERRY WEBER Gruppe verzichtet auf den Einsatz von Echtpelz und ist im Jahr 2015 dem internationalen „Fur Free Retailer“-Programm beigetreten.

Nachhaltigere Verpackung

An verschiedenen Stufen in der Wertschöpfungskette kommen Verpackungen zum Einsatz, um unsere Ware vor verschiedenen äußeren Einflüssen zu schützen. Aus der Nachhaltigkeitsperspektive stellen Verpackungen jedoch eine besondere Herausforderung für uns als Modeunternehmen und die gesamte Modebranche dar. Zur Herstellung der Verpackungen werden große Mengen an Ressourcen verbraucht. Da sie oftmals nur einmalig oder kurzzeitig verwendet werden, belastet der Abfall die Umwelt. Wir versuchen daher an den Stellen, an denen es uns möglich ist, die Verpackungseinheiten zu reduzieren und damit weniger Abfall zu verursachen. Als ersten Schritt hin zu nachhaltigerer Verpackung setzen wir nur noch Polybags aus

recyceltem Polyester ein. Die Bags sind wesentlich dünner geworden, so haben wir im Berichtsjahr ca. 200 000 Kilogramm Plastik einsparen können.

Wir wissen aber, dass dies noch nicht ausreichend ist und arbeiten an einer ganzheitlichen Verpackungsstrategie, die unsere gesamte Lieferkette, von den Produktionspartnern bis hin zu den Kunden, miteinbezieht.

200.000 KG

Plastik konnten im Berichtsjahr eingespart werden.

Innovationen – KI als Treiber für die Nachhaltigkeit

Prozessoptimierung und Ressourceneinsparung ist die innovative Lösung, die durch das 3D Produktentwicklungsprojekt unter der Leitung von Elena Weege, Director Digital Fashion Technologies, eingeführt und umgesetzt werden soll.

In Kooperation mit Yoona.ai, die eine Softwarelösung zur Digitalisierung und Automatisierung von Designprozessen in der Fashion-Industrie entwickelt haben, sollen im Idealfall nach erfolgter Implementierung bis zu 80

Prozent der Zeit in der Entwurfs- und Kollektionsentwicklungsphase gespart und entsprechend der Kosten- und der Ressourceneinsatz gesenkt werden.

Derzeit befinden wir uns in der Implementierungsphase, die Schulungen werden bald abgeschlossen sein. Im ersten Schritt sollen die Durchlaufzeiten der Prototypenentwicklung verringert werden, somit Zeit, Materialeinsatz und CO₂ eingespart werden. In der Implementierungsphase müssen viele Kollegen zu dem Thema geschult werden, der Umgang mit digitalen Styles muss sich noch festigen.

3D-Projektziel Jahre 1 und 2

Schnelle Kommunikation

Digitale Kommunikation direkt mit dem Produzenten & Intern

Kürzere Produktentwicklungszeit

Schnellere Entscheidungsfindung bei Schnittanpassungen, Beurteilung von Stoff-, Print- und Stil-Optionen

3D Produktentwicklungs-Team & 3D Prozesse aufbauen

Einzelne Looks digitalisieren & präsentieren/ Wettbewerbsfähigkeit steigern

3D-Projektziel Jahre 3 und 4

Digitaler Showroom

Ein 3D Showroom für die Kollektionen

Digitale Anprobe und Passformkontrolle

Schnellere Entscheidungsfindung und Einsparung von Musterteilen

Steigerung der Kostenreduzierung

Erneute Kostenreduzierung durch weitere rein digitale Prozesse und Einsparung von Ressourcen

Partner



Die vertrauensvolle und wertebasierte Zusammenarbeit mit Mitarbeitern, Geschäftspartnern, Aktionären und der

Öffentlichkeit bildet die Grundlage unserer Arbeit bei GERRY WEBER. Dieses Vertrauen zu rechtfertigen und auszubauen gehört zu den Aufgaben jedes einzelnen Mitarbeitenden.

Wir als GERRY WEBER übernehmen sowohl Verantwortung für unsere eigenen Mitarbeitenden als auch für die Mitarbeitenden unserer Lieferanten.

Wir unterstützen diese mit dem Ziel, die Einhaltung der Menschenrechte, der Sozialstandards und Arbeitsrechte sowie die Bezahlung fairer Löhne zu gewährleisten. Wir verurteilen und verbieten Kinder- Zwangs- und Pflichtarbeit und werden solche ausbeuterischen und menschenfeindlichen Praktiken in keinem Fall tolerieren.

GERRY WEBER ist sich der Umweltauswirkungen durch sein Geschäftsmodell bewusst. Wir haben es uns daher zum Ziel gesetzt, unseren ökologischen Fußabdruck in unseren Produktionsländern zu reduzieren. Als wesentliches Handlungsfeld haben wir den Einsatz von Chemikalien identifiziert. Darauf gehen wir im Kapitel Ökologische Verantwortung in der Lieferkette weiter ein.

Somit leisten wir einen Beitrag zu den SDGs 8 und 12.

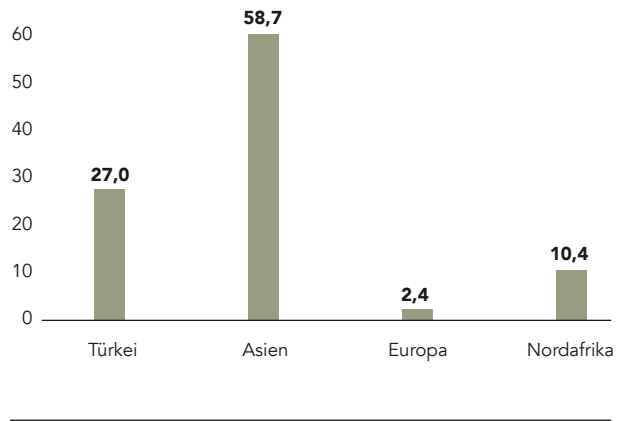
Managementansatz

Die GERRY WEBER International AG ist ein global tätiges Unternehmen. Unsere Produkte werden überwiegend in Asien und der Türkei im Vollkauf gefertigt.

Die GERRY WEBER Gruppe engagiert sich als verantwortungsvolles Unternehmen für faire und sichere

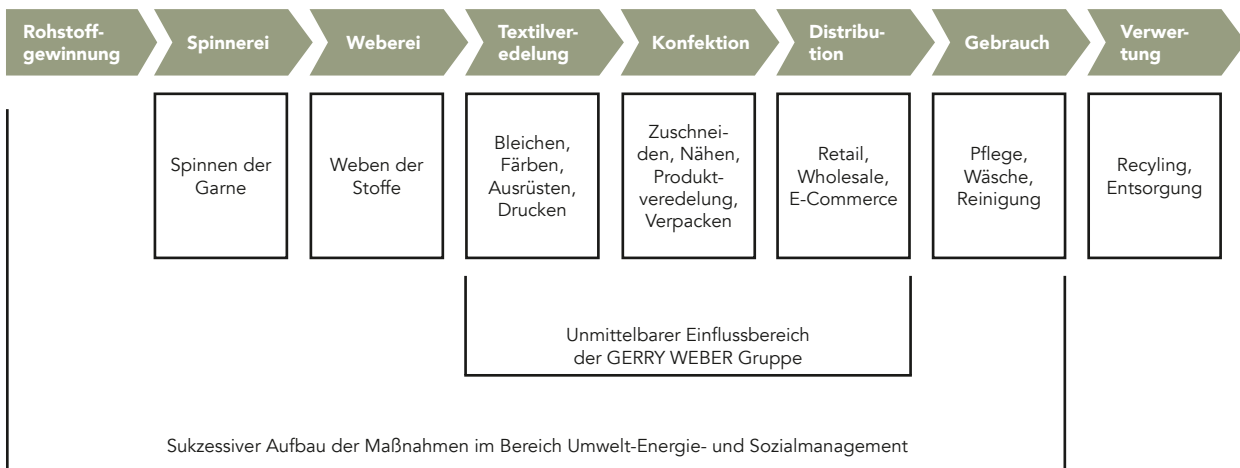
Arbeitsbedingungen in den für uns tätigen Fabriken der globalen Beschaffungskette. Wir betrachten dies als einen grundlegenden Baustein zur Wahrung der Menschenrechte. Grundlage unseres Handelns bilden dabei eine menschenrechtliche Risikoanalyse, der Code of Conduct der amfori BSCI und das darauf beruhende Social Compliance Agreement. Diese müssen von den Produzenten vor Beginn jeder Geschäftsbeziehung unterzeichnet werden. Sie gewährleisten gesundheitsverträgliche und sichere Arbeitsbedingungen sowie umweltgerechte Abläufe in den Produktionsbetrieben. Wenn der Code of Conduct und das Social Compliance Agreement nicht unterzeichnet werden, kommt es zu keiner Geschäftsbeziehung.

Beschaffungsvolumen pro Land/Region (in %)



Verantwortlich für die Durchführung, Umsetzung und Implementierung unserer Maßnahmen sind die Verantwortlichen aus den Bereichen Purchase sowie Corporate Social Responsibility der GERRY WEBER International AG.

Unsere textile Lieferkette





Menschenrechtliche Risikoanalyse

Als weiteres Instrument unseres grundlegenden Handelns nutzen wir eine menschenrechtliche Risikoanalyse, anhand derer wir Risiken in unseren Zulieferbetrieben identifizieren, minimieren oder verhindern können. Die Risikoanalyse wird anlassbezogen und mindestens vor Beginn jeder neuen Geschäftsbeziehung durchgeführt. Auf Basis der Ergebnisse der Risikoanalyse werden Maßnahmen entwickelt, um die Risiken zu minimieren, zu verhindern oder deren Folgen zu beheben. Die folgenden menschenrechtlichen Risiken haben wir betrachtet:

- Kinderarbeit
- Zwangsarbeit
- Arbeitssicherheit
- Diskriminierung
- unfaire / schlechte Entlohnung
- Überstunden (unbezahlt, zu häufig, unfreiwillig)
- mangelnder Gesundheitsschutz
- kein Recht auf Vereinigungsfreiheit und Tariffreiheit (Gewerkschaften)
- kein Umweltschutz
- prekäre Beschäftigung

Um die menschenrechtlichen Risiken und Auswirkungen unserer unternehmerischen Tätigkeit für jedes Produktionsland zu gewichten, haben wir vier Kriterien definiert:

1. Eintrittswahrscheinlichkeit
2. Umfang
3. Impact
4. Behebung

Als Grundlage für die Bewertung dienen uns die fortlaufend aktualisierten Länderprofile, das Due Diligence Instrument der amfori BSCI und der öffentlich zugängliche CSR Risk Checker der MVO Nederland. Der MVO Nederland ist eine Bewegung niederländischer Unternehmer für nachhaltiges Wirtschaften und strategischer Partner des Bündnisses für nachhaltige Textilien. Aus diesen Quellen erstellen wir eine Gesamtbewertung der Eintrittswahrscheinlichkeit eines jeden Risikos.

Der Umfang ergibt sich aus der Gesamtanzahl aller Beschäftigten in den für uns produzierenden Nähereien des jeweiligen Beschaffungslandes, die von diesem Risiko betroffen werden sein könnten.

Des Weiteren analysieren wir beim Kriterium „Impact/ Einfluss“, welche Akteure für den Eintritt des Risikos verantwortlich sind. Wir bewerten, ob wir einen direkten oder indirekten Einfluss auf das Risiko nehmen. Nur bei einem direkten Einfluss unseres Unternehmens sind wir in der Lage, präventive Maßnahmen zu ergreifen.

Um die aktuellen, außergewöhnlichen oder aber temporären Entwicklungen in jedem Lieferland beurteilen und einschätzen zu können, haben wir zusätzlich zu den vier genannten Kriterien noch weitere Faktoren für eine länderspezifische Risikobewertung aufgenommen. Diese weiteren Kriterien beinhalten Punkte wie häufige Streiks, politische Instabilität oder Unwetterkatastrophen.

Ausgehend von dieser Risikoanalyse ist es uns möglich, Maßnahmen zu ergreifen, dazu haben wir ein Auditmanagement-System eingerichtet. Diese Maßnahmen können z. B. gezielte Trainings, Besuche der Lieferanten durch Mitarbeiter vor Ort oder die Initiierung eines sofortigen Audits sein. Dies wird im Kapitel „Regelmäßige Audits“ weiter erläutert.

Soziale Verantwortung in der Lieferkette

Lieferanten durchlaufen einen strikten Auswahl- und Prüfungsprozess; sie müssen den Code of Conduct und das Social Compliance Agreement unterzeichnen

Lieferantenmanagement

Für ein verantwortungsvolles Lieferantenmanagement ist es wichtig, seine Partner sorgfältig auszuwählen. Daher sind die folgenden Bereiche Bestandteile des strikten Aufnahme- und Auswahlprozesses: Liefertreue, Einhaltung hoher Qualitäts- und Verarbeitungsstandards, der gesetzlichen Vorgaben, wettbewerbsfähige Preise und Einhaltung der sozialen Standards. Jeder neue Lieferant muss vor Beginn seiner Produktion für die GERRY WEBER Gruppe ein amfori BSCI oder ein vergleichbares Audit vorweisen. Liegt vor der Zusammenarbeit kein Sozialaudit vor, muss dieses von unabhängigen, von der amfori BSCI akkreditierten Prüfungsgesellschaften, durchgeführt werden. Sollten nicht akzeptable Auditergebnisse vorliegen, kommt keine Zusammenarbeit zustande. Kinder- und Zwangsarbeit erachten wir als Null-Toleranz-Kriterien. Tritt bei einem unserer Lieferanten bewusste bzw. gewollte Kinderarbeit auf, wird die Geschäftsbeziehung in letzter Konsequenz beendet. Zugleich leiten wir, soweit es möglich ist, mit der Unterstützung von NGOs oder Initiativen Wiedergutmachungsmaßnahmen ein.

Die Geschäftsbeziehung wird ebenso konsequent beendet, wenn trotz wiederholter Aufforderung die in einem Audit festgestellten Mängel nicht im vereinbarten Zeitraum behoben worden sind.

Die Produkte der GERRY WEBER International AG durchlaufen verschiedene Produktionsstationen bis hin zum fertigen Kleidungsstück und unsere Lieferanten arbeiten daher mit verschiedenen Sublieferanten zusammen.

Die genaue Kenntnis über unsere Lieferanten und ihre Sublieferanten ist für uns von großer Bedeutung, da wir nur so die vollständige Kontrolle und Transparenz über unsere Lieferkette bestmöglich wahren können. Die Angabe vollständiger Informationen über Sublieferanten ist für uns daher obligatorisch. Die Überprüfung der Sublieferanten wird im Rahmen des amfori BSCI-Audits kontrolliert. GERRY WEBER-Mitarbeitende überprüfen dies stichprobenartig vor Ort.

Wir sehen die intensive Betreuung und Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten durch speziell ausgebildete Mitarbeitende und Techniker als einen kontinuierlichen Entwicklungsprozess.

Transparenz in der Lieferkette

Um unserer Verantwortung vollumfänglich nachzukommen, ist es unser Ziel, Transparenz auf die kompletten Fertigungsstationen unserer Produkte zu erhalten. Nur so können wir sicherstellen, dass auch bei den Sublieferanten unserer direkten Vertragspartner unsere Werte und Richtlinien eingehalten werden.

Wir haben uns zum Ziel gesetzt, bis 2025 eine hundertprozentige Erfassung unserer kompletten Lieferkette zu erreichen. 2022 haben wir bereits 35 Prozent der kompletten Lieferkette erfasst, d. h. wir haben die Vorlieferanten auf Stufe 2 identifiziert, ebenso wie die den Lieferanten vorgelagerten Nassbetriebe. Um die Einhaltung der Menschenrechte und Sozialstandards auch bei den Sublieferanten der direkten Fertigteillieferanten sicherzustellen, sollen die Lieferanten ein angemessenes Monitoring-System oder aber amfori BSCI-Auditsystem bis 2024 entwickeln.

2022 haben wir uns dazu entschieden, für die bessere Rückverfolgbarkeit der CSR-bezogenen Daten unserer Lieferanten eine Software-Lösung einzusetzen. Durch diese soll der Datenaustausch zwischen den Lieferanten, ihren Sublieferanten und uns vereinfacht und anonymisiert werden. Zurzeit arbeiten wir mit dem Softwareanbieter daran, unsere Lieferanten auf die Plattform anzubinden und den Datenaustausch zu testen. 100 Prozent der Lieferanten sollen im laufenden Geschäftsjahr angebunden werden und 100 Prozent der Daten erfasst werden. Dadurch können wir gezieltere Maßnahmen aufsetzen.

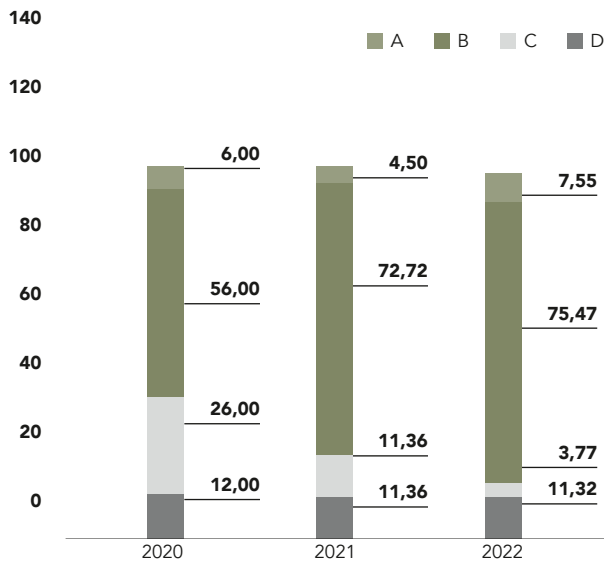
Regelmäßige Audits

Im Rahmen der weiteren Zusammenarbeit mit einem Lieferanten, muss dieser nach einem festgelegten Zyklus Audits für seinen Geschäftsbetrieb durchführen lassen. Die Wiederholung des Audits ist abhängig von der im letzten Audit erhaltenen Bewertung. Ist das Audit Ergebnis A, weit über dem Durchschnitt, oder B, erfüllt der Produzent vollständig unsere Sozialstandards. Die Bewertungen C bis E zeigen, dass bestimmte Prozesse, Maßnahmen oder Bereiche des Produzenten Mängel aufweisen. Diese müssen innerhalb eines angemessenen Zeitraums verbessert, bzw. ausgeräumt werden. Mit einem Follow-Up-Audit innerhalb eines Zeitraums von bis zu einem Jahr muss die Verbesserung nachgewiesen werden.

Uns ist bewusst, dass Audits lediglich einen Status Quo aufzeigen. Das Audit allein ist nicht hilfreich für die Entwicklung der Lieferanten. Unser Fokus liegt daher vielmehr auf der Fortführung des Verbesserungsprozesses.

Die Ergebnisse unserer Audits für das Geschäftsjahr 2022

Auditergebnisse (in %)



A: überdurchschnittlich gut B und C: gut bis akzeptabel
 D: weitere Prüfung erforderlich E: nicht akzeptabel

Durch weiterhin eingeschränkte Reisemöglichkeiten und mangelnde Verfügbarkeit von Auditoren konnten wir einige Audits bzw. Trainings und Besuche nicht so durchführen wie geplant.

Die in den Audits häufig festgestellten Abweichungen betreffen vor allem die Bereiche Sozialmanagement-System, Arbeitssicherheit und zumutbare Arbeitszeiten.

GERRY WEBER ist sich der Auswirkungen seiner internationalen Geschäftstätigkeiten bewusst. Wir haben uns als Ziel gesetzt, unsere Maßnahmen zum verantwortungsvollen Handeln entlang der Wertschöpfungskette auszubauen.

Als eine Maßnahme haben wir unsere Fertigteillieferanten, die eine direkte Geschäftsbeziehung zu GERRY WEBER haben, dazu verpflichtet, ein amfori BSCI durchzuführen. Dadurch soll eine gewisse Vergleichbarkeit der Lieferanten im Hinblick auf die Einhaltung der Sozialstandards erreicht werden. Zusätzlich möchten wir damit auch unsere Mitgliedschaft bei amfori BSCI als wichtiges Instrument zur Verankerung der Sozialstandards unterstreichen.

Das Monitoring der Geschäftspartner wird kontinuierlich weitergeführt.

Als weiteres Ziel haben wir uns die Verbesserung der Sozialstandards bei unseren Lieferanten gesetzt. Dazu arbeiten wir gemeinsam mit unseren Lieferanten an den im Auditbericht festgestellten Mängeln und leiten gemeinschaftlich Verbesserungsmaßnahmen ein. Ein wichtiges Instrument, um Verbesserungen zu erreichen, sind Schulungen der Lieferanten und ihrer Verantwortlichen. Die Lieferanten können über die amfori BSCI Academy Trainings, auch online, besuchen und werden zu einzelnen Punkten geschult. Unsere Lieferanten haben im Berichtsjahr unter anderem an folgenden Trainings teilgenommen:

- Responsible Recruitment-Workshop
- Building Safety and Fire Safety
- Fair Remuneration and Decent Working Hours

Fertigteillieferanten mit einer direkten Geschäftsbeziehung zu GERRY WEBER sollten 2022 ein zu 100 Prozent zufriedenstellendes Ergebnis in den amfori BSCI-Audits erzielen. Durch die Corona-Krise konnten wir aber die Audits, Verbesserungsmaßnahmen und Trainings nicht wie geplant durchführen. So haben im Berichtsjahr 95 Prozent unserer Fertigteillieferanten ein zu 100 Prozent zufriedenstellendes Auditergebnis erreicht. Im nächsten Jahr wollen wir die als Ziel gesetzten 100 Prozent erreichen.

Beschwerdemechanismus

GERRY WEBER International AG setzt sich auf verschiedenen Ebenen und zusammen mit verschiedenen Stakeholdern für eine nachhaltige, branchenweite Veränderung der gesamten Modebranche ein.

So beteiligen wir uns in verschiedenen Steuerungsgremien von amfori BSCI und dem Textilbündnis und treiben Änderungen in Kollaboration mit anderen Stakeholdern voran. So können die verschiedenen Stakeholder und Akteursgruppen ihre jeweilige Erfahrung und Expertise in die Projekte und Bündnisinitiativen einbringen. Zu einer effizienten Risikoanalyse der Lieferkette gehört ein wirksamer Beschwerdemechanismus für die Mitarbeiter unserer Partner. Da wir davon überzeugt sind, dass gemeinschaftliche Beschwerdeverfahren und -mechanismen eine größere Reichweite und bessere Lösungen erzeugen, haben wir uns in den verschiedenen Initiativen für die Einrichtung eines gemeinschaftlichen Beschwerdeverfahrens eingesetzt. Ein entscheidender Punkt dabei ist, dass laut Empfehlung des Bundesamtes für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle (BAFA) das Beschwerdeverfahren von einer unparteiischen und nicht weisungsgebundenen Person verantwortet werden soll.

Im Berichtsjahr hat amfori BSCI mit seinem Programm „Speak For Change!“ die Umsetzung eines Beschwerdeverfahrens als Pilotprojekt in Vietnam gestartet. Dieses Programm wird gemeinschaftlich mit der Fair Wear-Foundation und dem Textilbündnis umgesetzt und weiterentwickelt. So soll das Programm ab April 2023 in Bangladesch, der Türkei und Indien weiter ausgerollt werden. Zurzeit finden Trainings für die amfori-Mitglieder statt. Trainings für die Lieferanten werden folgen. Nähere Informationen dazu finden sich auf: [Amfori – Trade with Purpose](#)

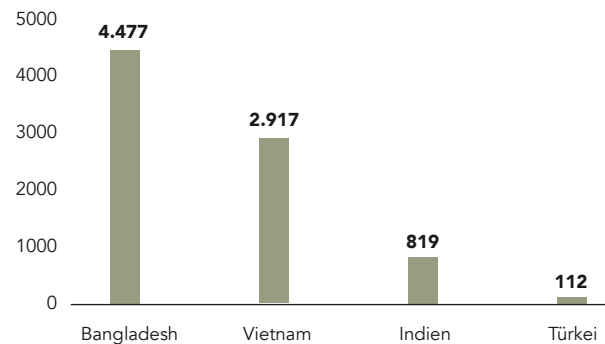
Im laufenden Geschäftsjahr werden wir Informationen zu dem Beschwerdeverfahren auf unserer Website veröffentlichen.

Zusätzlich haben wir uns an einer Mitarbeiterbefragung im Rahmen unserer Mitgliedschaft beim Textilbündnis im Berichtsjahr beteiligt.

In Zusammenarbeit mit dem Bündnispartner Ulula wurde eine Mitarbeiterbefragung in den Fabriken der Bündnispartner durchgeführt, um die genauen Herausforderungen der Mitarbeiter bei den Lieferanten festzustellen.

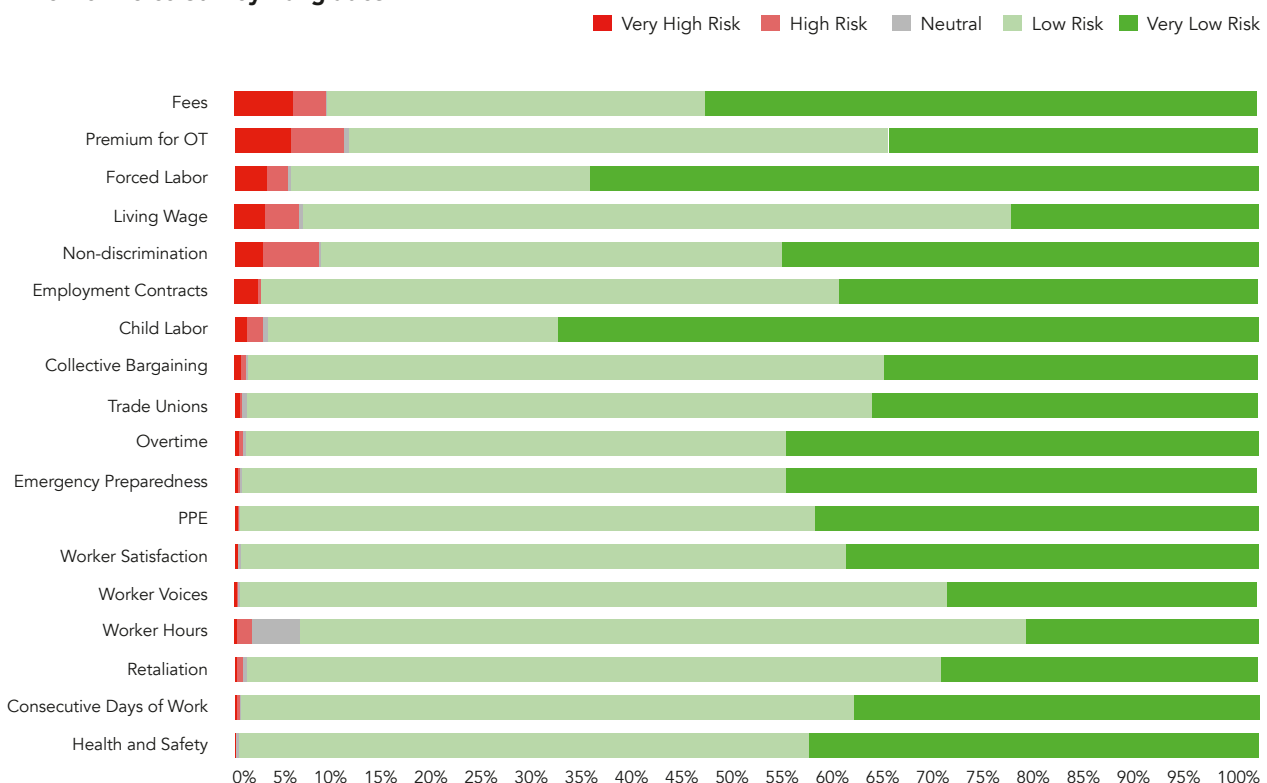
Nachfolgend ist die Antwortrate der Mitarbeiter pro teilnehmendem Land dargestellt:

Umfrage unter Arbeitnehmern



Die Mitarbeiter sehen vor allem eine Herausforderung bei der Bezahlung, dem Aufschlag auf den Lohn bei Überstunden sowie eine Reihe an weiteren Themen. Beispielhaft ist nachfolgend das Ergebnis für Bangladesch dargestellt:

Worker Voice Survey Bangladesh



Living Wage

GERRY WEBER verdankt seinen Erfolg nicht nur den Mitarbeitern an den unternehmenseigenen Standorten, sondern auch den Beschäftigten seiner Lieferanten. Unsere Produkte werden oftmals in Ländern gefertigt, in denen die Zahlung eines lebensnotwendigen Lohns, Living Wage, nicht immer gegeben ist. Ein lebensnotwendiger Lohn enthält je nach den im Haushalt lebenden Personen bestimmte prozentuale Anteile für die Verpflegung, Medikamente, Sparen, Ausbildung und weitere Aspekte. Die Herausforderung ist, dass es keine einheitliche Definition des Living Wage gibt und die Löhne auch innerhalb eines Landes je nach Region unterschiedlich sein können. Das macht die Ermittlung eines Living Wage sehr kompliziert. Dieser Herausforderung wollen wir uns stellen. Wir haben uns deshalb als erstes Ziel gesetzt, eine Roadmap zu entwickeln, um unseren Beitrag zu diesem Thema leisten zu können.

In einem ersten Schritt haben wir Mitarbeiterdaten bei unseren Lieferanten erhoben, um festzustellen, wie die Mitarbeiterstruktur ist:

Mitarbeiterstruktur bei GERRY WEBER Lieferanten

Geschlecht	Weiblich	Männlich
Arbeiter-Typ	Anzahl Arbeiter	Anzahl Arbeiter
Total Workfoce	15.581	14.562
Directly Hired	15.422	14.405
Total Workers Day of Audit	14.919	13.291
Permanent Workers	14.625	14.185
Domestic Migrant Workers	3.746	4.588
Unionised Workers	1.767	644
Probation Workers	1.735	1.397
Under CBA Workers	1.185	233
Management	570	1.097
Temporary Workers	287	80
Nightshift Workers	130	1.241
Pregnant Workers	130	
Indirectly Hired	107	109
Parental Leave Workers	95	2
Dissability Workers	58	73
Apprentices	20	3
Foreign Migrant Workers	4	21
Seasonal Workers	0	0



Im nächsten Schritt haben wir ermittelt, wie die Mitarbeiter unserer Lieferanten bezahlt werden und wie das Lohnniveau im Vergleich zum Living Wage in der Region ist. Dabei haben wir festgestellt, dass keiner der Beschäftigten unserer Lieferanten Lohn unter dem lokal geltenden gesetzlichen Minimumlohn erhält.

Wir haben dabei aber auch festgestellt, dass wir mit unseren Lieferanten gemeinschaftlich an dem Thema arbeiten müssen. Wir werden entsprechend der Ergebnisse der Datenerhebung weitere Maßnahmen im laufenden Geschäftsjahr aufsetzen, um eine bessere Bezahlung der Beschäftigten in der Lieferkette anzustreben.

Ökologische Verantwortung in der Lieferkette

Die GERRY WEBER International AG hat sich dem Grundsatz verpflichtet, ausschließlich gesundheitlich unbedenkliche Produkte anzubieten. Daher betreibt GERRY WEBER schon seit Jahren ein umfassendes Qualitätsmanagement, nach dem die Rohstofflieferanten ausgewählt werden. Die Anforderungskriterien gehen zum Teil weit über die gesetzlichen oder die Anforderungen des Oeko-Tex Standard 100 hinaus. Dieser Anforderungskatalog, zusammengefasst in den sogenannten „Besonderen Bedingungen“, muss von jedem Lieferanten unterzeichnet und eingehalten werden. Zu ihnen gehört unter anderem die Verpflichtung zur Einhaltung der Europäischen Chemikalienverordnung REACH (Registration, Evaluation, Authorisation and Restriction of Chemicals), die Chemikalien auflistet, die nur begrenzt oder gar nicht in unseren Endprodukten vorhanden sein dürfen. Zusätzlich zu den Anforderungen aus REACH bilden die folgenden Verordnungen die Grundlage für unsere Anforderungskriterien an unsere Rohstofflieferanten: § 30 LFBG und die zugeordneten Gesetze und Verordnungen:

- Chemikalien-Verbotsverordnung
- Brennbarkeitsverordnung der Schweiz und Niederlande
- Europäische Richtlinie 76/769/EEC mit ihren entsprechenden Änderungen und Ergänzungen
- REACH Annex XIV (Candidate List)
Complying with article 57 REACH
(Europäische Richtlinie 1907/2006)
- Verpackungsverordnung

Im Berichtsjahr sind keine Beanstandungen über Stoffe, die unter REACH gelistet sind, vorgekommen.

Die akkreditierten Prüflaborvertragspartner prüfen sämtliche Artikel, sowohl aus Europa als auch aus Asien, nach einem vorgegebenen Prüfplan auf krebserregende, fortpflanzungsgefährdende und erbgutverändernde Substanzen, ebenso auf möglicherweise allergisierende Farbstoffe. Ausschließlich unbedenkliche Rohwaren werden für die Produktion freigegeben. Das fertige Kleidungsstück wird in einem sogenannten Full Gament-Test stichprobenartig zusätzlich auf die möglichen Risikoparameter geprüft.

Im Jahr 2022 haben wir keinerlei Stoffe gefunden, die unter nach der REACH-Verordnung meldepflichtig gewesen wären.

Weitere Tests auf Dimethylformamide bei Kunstleder, Formaldehyd, extrahierbare Schwermetalle und Nickel waren ohne Beanstandung. Der Vollaufschluss auf Cadmium und Blei ergab einen positiven Befund, das Material wurde ersetzt. Nicht nur unsere Bekleidung wird getestet, sondern auch die in Lizenz vergebenen Handtaschen und Schuhe. Auch hier haben wir mit unserem Prüflaborpartner ein umfangreiches eigenes Prüfpaket erarbeitet.

Die Anforderungen für die Besonderen Bedingungen werden laufend kontrolliert und in Abstimmung mit dem German Fashion Verband sowie den Chemikern der Laboratorien ergänzt und erweitert. Im Jahr 2023 wird hier ein Up-Date an unsere Lieferanten erfolgen.

2021 haben wir uns entschlossen, unser bereits gutes Engagement in diesem Bereich auszuweiten und auszubauen. Die GERRY WEBER International AG hat einen weiteren Kriterienkatalog für alle Lieferanten mit Nassbetrieben eingeführt, um auch den Einsatz von Chemikalien während der Herstellungsphase eines Kleidungsstücks zu beschränken oder sogar ganz zu untersagen. Damit soll gewährleistet werden, dass die human- und ökotoxikologische Belastung durch Chemikalien reduziert wird. Dieser Anforderungskatalog, die „Material Restricted Substances List“, ist nach den Vorgaben der Initiative „Zero Discharge of Hazardous Chemicals“ (ZDHC) erstellt. 2022 sollen alle Lieferanten mit Nassbetrieben daraufhin Konformität anstreben.

Im Berichtsjahr haben nahezu 100 Prozent unserer direkten Lieferanten sowie 95 Prozent unserer nominierten Stofflieferanten erreicht.

Langfristig planen wir die fortlaufende Erhöhung des Anteils von Lieferanten mit ökologischen Zertifikaten, um unser Risikomanagement in der Lieferkette auszuweiten und zu unterstützen.

Global Organic Textile Standard (GOTS)

2022 haben wir uns erneut nach dem Global Organic Textile Standard (GOTS) zertifizieren lassen. Es ist uns somit weiterhin möglich, unseren Kunden Baumwollprodukte aus kontrolliert biologischem Anbau anzubieten.

Bei GOTS handelt es sich um einen weltweit führenden Standard für die Verarbeitung von Textilien aus biologisch erzeugten Naturfasern. Er betrachtet dabei die gesamte textile Produktionskette hinsichtlich umwelttechnischer Kriterien und verlangt zusätzlich die Einhaltung von Sozialstandards. Alle Betriebe, die am Herstellungsprozess beteiligt sind, werden jährlich kontrolliert und zertifiziert. Beim Anbau der Biobaumwolle ist der Einsatz gefährlicher Pestizide zum Schutz der Bauern und der Umwelt grundsätzlich verboten. Auch genetisch verändertes Saatgut ist nicht gestattet. In der gesamten Herstellungskette unterliegt der Einsatz von Chemikalien strengen Anforderungen.

Alle Abwässer müssen geklärt werden, um die Arbeiter, Umwelt und Wasservorräte zu schützen. Ausschließlich Textilien, die aus mindestens 70 oder 95 Prozent kontrolliert biologischen Rohfasern (in unserem Fall Baumwolle) hergestellt werden, können nach GOTS zertifiziert werden. Die GERRY WEBER International AG nutzt für seine Biobaumwollkollektionen sowohl die Labelstufe 1, mit mindestens 95 Prozent kbA-Baumwolle (Baumwolle aus kontrolliert biologischem Anbau), als auch die Labelstufe 2 für Produkte mit einem Anteil zwischen 75 bis 94 Prozent kbA-Baumwolle.

Organic Content Standard (OCS)

Seit 2022 verwenden wir für zertifizierte Bio-Baumwolle neben dem GOTS-Standard auch den Organic Content Standard (OCS).

Dies ist ein internationaler, freiwilliger Standard, der eine Überprüfung der Produktkette für Materialien ermöglicht, die von einem nach anerkannten nationalen Bio-Standards zertifizierten Betrieb stammen. Der Standard wird verwendet, um ökologisch angebaute Rohstoffe vom Bauernhof bis zum Endprodukt zu verifizieren.

Die einzelnen Standorte werden von unabhängigen, externen Zertifizierungsstellen durch jährliche Audits zertifiziert. Das Material wird von der Farm bis zum Endprodukt gemäß den spezifischen Anforderungen von Textile Exchange verfolgt.

Ziel der Textile Exchange-Zertifizierungen ist es, die Nachhaltigkeit in der Textilindustrie voranzutreiben und die Verwendung von recycelten, biologischen und/oder bevorzugten Materialien in Produkten zu fördern, um die durch die Produktion verursachten Schäden zu reduzieren bzw. zu beseitigen.

Mitarbeiter



Die wesentlichen Erfolgsfaktoren für den Erfolg der GERRY WEBER International AG sind die Kreativität, das Fachwissen und das Engagement seiner Mitarbeiter. Nur durch ihren Einsatz und ihre persönliche Motivation, durch ihre Begeisterung für Mode, Trends und den Mut für neue Ideen entstehen unsere modernen Kollektionen.

Unsere Beschäftigten bilden somit den zentralen Punkt unseres Unternehmens und ihr Wohlergehen liegt uns am Herzen. Wir fördern eine Unternehmenskultur der gegenseitigen Wertschätzung und des Respekts. Die GERRY WEBER International AG ist in einem internationalen Wettbewerbsfeld tätig. Die Anforderungen an das Unternehmen steigen stetig. Hinzu kommen die gesellschaftlichen Veränderungen und Herausforderungen, denen sich das Unternehmen stellen muss, zum Beispiel der demografische Wandel sowie die COVID-19-Pandemie. Um langfristig erfolgreich sein zu können, ist es wichtig, die Talente von morgen zu gewinnen und an uns zu binden. Wir haben daher ein Employer-Branding-Programm unter dem Namen „JOIN & STAY“ entwickelt.

An allen Standorten bekennen wir uns zur Einhaltung und Achtung der Menschenrechte sowie zu den in unserem Verhaltenskodex festgelegten Werten.

Mit diesen Punkten tragen wir zu dem SDG 8 bei.



Managementansatz

Die Fashion-Branche unterliegt gesellschaftlichen und technologischen Veränderungen. Dies stellt uns als Unternehmen vor Herausforderungen, auf die wir reagieren müssen.

Wir bei der GERRY WEBER International AG stellen uns aktiv dieser Herausforderung mit unserem Employer-Branding-Programm „JOIN & STAY“. Zentraler Punkt dieses Programms sind unsere People Values.



Unsere Werte/People Values:

Teamegeist: bildet durch unser Knowhow das Fundament für unseren Erfolg bei GERRY WEBER und auch gerade in schwierigen Situationen halten wir zusammen.

Wertschätzung: wird jedem entgegengebracht und wir respektieren die Leistung des jeweils anderen.

Achtsamkeit: schafft die Basis für kreative Lösungen und wir lernen aus unseren Fehlern.

Mit diesem Programm haben wir es uns als Ziel gesetzt, zu einem der führenden Arbeitgeber der Modebranche zu werden. Gleichzeitig sollen unsere Mitarbeiter befähigt werden, Veränderungen proaktiv mitzugestalten.

Arbeiten bei GERRY WEBER International ist geprägt durch einen vertrauensvollen und offenen Umgang miteinander auf allen Ebenen, transparente Kommunikation sowie eine wertschätzende Führungskultur. Die Schulungen der Führungskräfte wurden im Berichtsjahr weiterentwickelt und weiter ausgerollt.

Das Ziel als attraktiver Arbeitgeber der Modebranche zu gelten, hat für uns einen hohen Stellenwert, nicht nur beim Wettstreit um neue Talente, sondern auch um qualifizierte Mitarbeiter an das Unternehmen zu binden. Zu den Eckpunkten des Programms „JOIN & STAY“ gehören deshalb ein Work-Life-Balance-Konzept, ein informelles und legeres Arbeitsklima, Aufstiegs- und Weiterbildungsmöglichkeiten sowie Projektverantwortung und Karrierechancen als auch die Förderung von Frauen in Führungspositionen. Für alle Punkte wurden Maßnahmen identifiziert und bereits voll umfänglich umgesetzt. Jedes Jahr überprüfen wir die Aktualität dieses Programms aufs Neue und passen es bei Bedarf an. Dazu führen wir regelmäßig Mitarbeiterumfragen durch und beteiligen uns an Arbeitgeberrankings und -bewertungen.



Unsere Maßnahmen zur Steigerung der Arbeitgeberattraktivität evaluieren wir jährlich unter anderem in einer globalen Mitarbeiterbefragung. Diese führen wir in Kooperation mit Great Place To Work® durch. Die Ergebnisse geben darüber Aufschluss, welche Bedürfnisse unsere Beschäftigten haben und wie die Zufriedenheitsquote ist. Besonders positiv wurden 2022 die wertorientierte Führungskultur, der Teamgeist, die Transparenz und die Fairness unabhängig von sexueller Orientierung und Ethnie bewertet. Die Gesamtmitarbeiterzufriedenheit betrug im Berichtsjahr 77 Prozent. Dieses sehr gute Ergebnis wollen wir zukünftig mindestens halten. Die Mitarbeiterbefragung wird von weiteren Evaluationsprozessen für das Personalmanagement und das Arbeitssicherheits- und Gesundheitsmanagement flankiert.

Ein weiteres Messinstrument für unsere Bemühungen im Bereich „New Work“ oder Personalmanagement ist das jährliche Ranking der Textilwirtschaft „Working-in-Fashion“. Hier konnten wir unseren Platz als attraktiver Arbeitgeber der Branche in dem Berichtsjahr weiter verbessern.



Verantwortlich für die kontinuierliche Überprüfung und Weiterentwicklung des konzernweiten Personalmanagements ist die Abteilung Human Resources mit Sitz in Halle/Westfalen. Sie arbeitet eng mit den Leitern anderer Zentralbereiche sowie den Führungskräften der Konzerngesellschaften zusammen. Die Personalabteilung untersteht dem Director Human Resources, der direkt an den Vorstand berichtet.

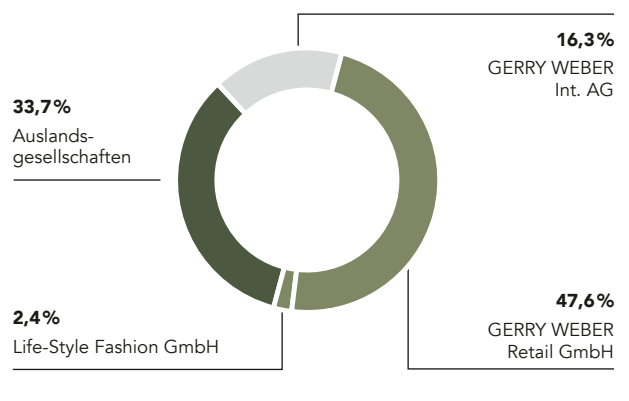
Die Grundprinzipien unseres Personalmanagements beruhen auf unseren Richtlinien. In unserem Verhaltenskodex (COC) wurden die Eckpunkte für ein vertrauensvolles Miteinander im Unternehmen sowie im Umgang mit Kunden und Lieferanten des Unternehmens festgehalten. Unsere Erwartungshaltung in der Zusammenarbeit mit Lieferanten haben wir in unserem Social Compliance Agreement zusammengefasst.

Damit wollen wir Klarheit über die verbindlichen Regeln des Unternehmens in Bezug auf ethische und rechtliche Fragen schaffen.

Unsere Personalstruktur

Im Berichtsjahr sah die Personalstruktur für GERRY WEBER wie folgt aus:

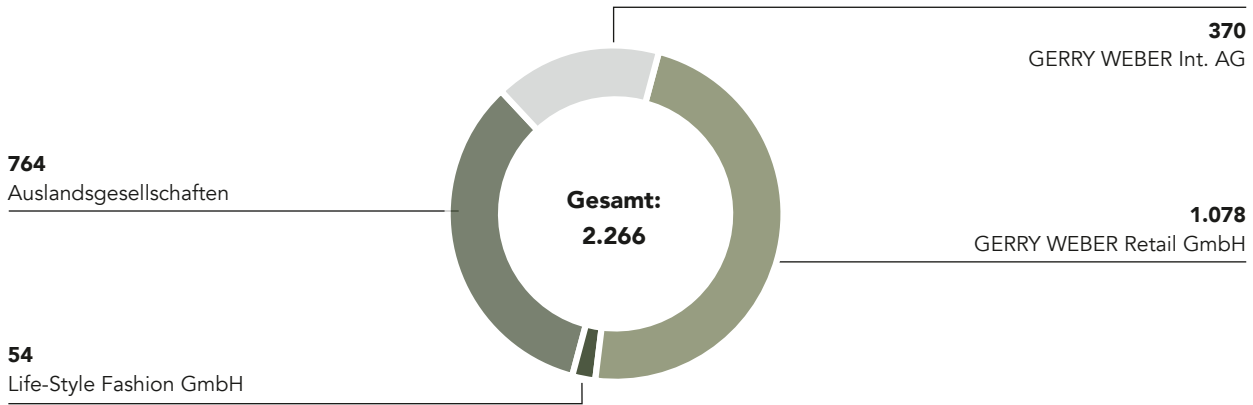
Personalstruktur



Zum 31.12.2022

	Mitarbeiter gesamt	Davon Männer	Davon Frauen	Mitarbeiter gesamt in %	Davon Männer in %	Davon Frauen in %
GERRY WEBER International AG	370	116	254	16,3	5,1	11,2
GERRY WEBER Retail GmbH	1.078	22	1.056	47,6	1,0	46,6
Life-Style Fashion GmbH	54	8	46	2,4	0,4	2,0
Auslandsgesellschaften	764	48	716	33,7	2,1	31,6
Gesamt	2.266	194	2.072		8,6	91,4

Arbeitsvertrag permanent & temporär



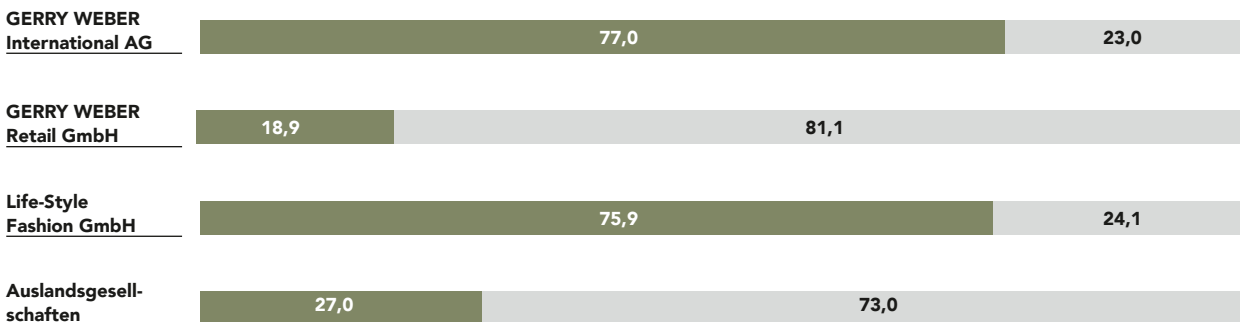
Arbeitsvertrag permanent & temporär

Zum 31.12.2021

	Mitarbeiter gesamt	permanent			temporär		
		gesamt in %	davon Männer	davon Frauen	gesamt in %	davon Männer	davon Frauen
GERRY WEBER International AG	370	87,6	102	222	12,4	14	32
GERRY WEBER Retail GmbH	1.078	96,5	21	1.019	3,5	1	37
Life-Style Fashion GmbH	54	98,1	8	45	1,9	0	1
Auslands-gesellschaften	764	26,3	9	192	73,7	39	524
Gesamt	2.266		140	1.478		54	594

Arbeitsvertrag Voll- und Teilzeit zum 31.12.2022 in %

■ Vollzeit ■ Teilzeit



Position und Alter in %

	Zum 31.12.2022		
	< 30	30–50	über 50
Leitende Angestellte	0,0	52,9	47,1
Angestellte Mitarbeiter	7,6	31,6	60,8
Gewerbliche Mitarbeiter	9,1	15,9	75,0
Auszubildende	100,0	0,0	0,0
Temporäre Mitarbeiter	49,4	20,0	30,6

Position und Geschlecht in %

	Zum 31.12.2022	
	Männlich	Weiblich
Leitende Angestellte	58,8	41,2
Angestellte Mitarbeiter	10,1	89,9
Gewerbliche Mitarbeiter	4,3	95,7
Auszubildende	14,8	85,2
Temporäre Mitarbeiter	15,3	84,7

Fluktuationsquote

	Kalenderjahr 2022	
	Anzahl	%
Unternehmensaustritte		
Arbeitnehmerbedingt	27	12,8
Arbeitgeberbedingt	41	19,4
Ruhestand	86	40,8
Auswanderung	0	0,0
Tod	0	0,0
Ende des Zeitvertrages	54	25,6
Einvernehmlich	3	1,4
Gesamt	211	100

Beschäftigungsdauer (in Jahren)	10
---------------------------------	----

Diversity bei GERRY WEBER

Für GERRY WEBER ist Diversität ein fester Bestandteil der Unternehmenskultur. Wir sind davon überzeugt, dass unsere heterogene Mitarbeiterstruktur ein wichtiger Erfolgsfaktor ist. Die verschiedenen Perspektiven, Kulturen und Denkweisen ermöglichen es uns, innovative Produkte für zunehmend vielfältige Märkte und eine vielfältige Kundenschaft anzubieten.

Wir schützen ein diskriminierungsfreies und chancengleiches Arbeiten. In unserem Verhaltenskodex haben wir festgehalten, dass für alle Mitarbeiter ausschließlich ihre Leistungen und Fähigkeiten zählen.

Mit zahlreichen Trainings stärken wir das Verständnis sowie die Wertschätzung für Vielfalt und fördern so eine inklusive Unternehmenskultur.

Work-Life-Balance

Leistung wird bei uns am Ergebnis und nicht an der Präsenz gemessen. Daher fördern wir bereits seit 2011 flexible Arbeitszeitmodelle. Basierend auf einer Vertrauenskultur sind Teilzeit, flexible Arbeitszeiten, neue Arbeitsplatzkonzepte und mobiles Arbeiten für uns selbstverständlich.

So haben wir bereits ein umfassendes und innovatives Mobile-Working-Konzept, das den Mitarbeitern maximale Flexibilität, eine individuelle Vereinbarkeit und eine gute Work-Life-Balance bietet. Unsere Mitarbeiter können von dort aus arbeiten, wo es gerade passend ist. Damit signalisieren wir ihnen Vertrauen und Eigenverantwortlichkeit und möchten maximale zeitliche und örtliche Flexibilität ermöglichen.



Unsere Arbeitszeitmodelle haben wir im Berichtsjahr weiterentwickelt und sind mit der Umsetzung des neuen Konzeptes „ZEITHOCH3“ ab dem 01.01.2023 gestartet.

Ein Bestandteil des neuen Konzeptes ist die Wahl-Möglichkeit einer 5-Tage- oder 4-Tage-Woche bei gleichbleibender Wochenarbeitszeit. Die Mitarbeiter können in Abstimmung mit ihrem Vorgesetzten ihr Wochenarbeitszeitmodell wählen.

Zusätzlich führen wir die Möglichkeit der Reduzierung der Arbeitszeit von mindestens 10 bis zu 25 Prozent bei einer Reduzierung des Gesamtgehalts ein. Dies können unsere Mitarbeiter individualvertraglich vereinbaren.

Der dritte Baustein unseres neuen Konzeptes „ZEIT-HOCH3“ ist die Möglichkeit, dass Mitarbeiter eine Auszeit als unbezahlten Urlaub mit entsprechender Entgeltkürzung nehmen können. Dabei können maximal vier Wochen Auszeit in zwei Jahren beantragt werden. Diese Auszeit kann mit bis zu zwei Wochen Urlaub verbunden werden.

Wir geben unseren Beschäftigten damit mehr Möglichkeiten, Beruf und Freizeit besser vereinbaren zu können. Dieses neue Konzept soll einen weiteren wichtigen Beitrag dazu leisten, die Mitarbeiterzufriedenheit weiterhin auf einem hohen Niveau halten zu können und uns als attraktiven Arbeitgeber der Branche zu etablieren.

Unsere Führungskräfte sind angehalten, die Möglichkeiten flexiblen Arbeitens vorzuleben und aktiv zu unterstützen.

Die Vereinbarkeit von Familie und Beruf ist ein wichtiger Aspekt der GERRY WEBER-Personalpolitik. Damit wir auch Mitarbeitern mit Kindern ein ideales Arbeitsumfeld anbieten können, haben wir eine Kooperation mit der in der Nähe der Unternehmenszentrale befindlichen Kindertagesstätte KIDS WORLD geschlossen. Durch eine Betreuungszeit von 45 Stunden und einer werktäglichen Öffnungszeit bis 17 Uhr, können wir Eltern den Wiedereinstieg ins Berufsleben erleichtern. Die räumliche Nähe zu GERRY WEBER beruhigt die Eltern, so dass sie im Notfall schnell und jederzeit bei ihren Kindern sein können.

Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz

Die Erhaltung und der Schutz der Gesundheit der Mitarbeiter hat für uns eine hohe Bedeutung.

Die GERRY WEBER International AG fördert die Gesundheit seiner Beschäftigten durch das speziell entwickelte Rückenschulprogramm SALUTO. Einmal pro Woche können alle Übungen zur Stabilisierung der Rückenmuskulatur zu einem vergünstigten Preis absolvieren.

Damit wir die Gesundheit der Mitarbeiter erhalten können, fördern wir auch gesunde Ernährung. Wir haben daher in unserer Zentrale ein Betriebsrestaurant eröffnet, in dem täglich frisch und gesund gekocht wird.

Bei ärztlicher Verordnung werden den Mitarbeitern entsprechende Hilfsmittel, z. B. höhenverstellbare Schreibtische, Stehhilfen, Hörschutz usw. zur Verfügung gestellt. Darüber hinaus werden die Kosten für Bildschirmarbeitsbrillen übernommen. Am Firmensitz in Halle sowie für alle Stores besteht eine betriebsärztliche Betreuung.

Aus- und Weiterbildung

Die GERRY WEBER Gruppe bietet jungen, zielstrebigem Menschen die Möglichkeit einer intensiv begleiteten und vielfältigen Ausbildung an. Jedes Jahr bieten wir bedarfsorientiert Ausbildungsplätze der Berufe Industriekaufrau/-mann, Fachinformatiker Systemintegration, Einzelhandelskauffrau/-mann, Kauffrau/Kaufmann im E-Commerce sowie Textil- und Modeschneider an.

Zum 31. Dezember 2022 waren 29 Auszubildende beschäftigt. Es ist unser erklärtes Ziel, die Auszubildenden für den eigenen Bedarf auszubilden und nach dem erfolgreichen Abschluss zu übernehmen.

GERRY WEBER ermöglicht auch Studierenden den Einstieg ins Berufsleben mit einem dualen Studium an der Fachhochschule der Wirtschaft (FHDW). Zwei Studenten absolvieren an der FHDW den Studiengang Wirtschaftsinformatik in Kooperation mit GERRY WEBER.

Eine intensive Zusammenarbeit hat sich auch mit der Digital Business University entwickelt.

Die Digital Business University bietet mehrere berufsbegleitende Bachelorstudiengänge an:

- Digital Business Management
- Data Science Business Analytics
- Digital Marketing
- Communication Management

Im Berichtszeitraum haben zwei Mitarbeiter das berufsbegleitende Angebot im Studiengang Digital Business Management genutzt.

Das Förderpotenzial der Mitarbeiter wird in jährlich stattfindenden, zukunftsorientierten Gesprächen mit dem direkten Vorgesetzten erhoben und umgesetzt. Seit August 2022 nutzen wir das Instrument des Performance & Development Dialogues, mit dessen Hilfe ein offener und vertrauensvoller Austausch und die Ermittlung von Personal-Entwicklungsmaßnahmen erleichtert wird. Das können individuelle oder Gruppenmaßnahmen sein.

Weiterbildungsmaßnahmen werden je nach Bedarf mit den Fachbereichen abgestimmt und gefördert. Ziel ist es, sowohl die persönliche als auch die fachliche Entwicklung zu fördern und zu unterstützen und Fachkräfte auszubilden und damit an das Unternehmen zu binden. GERRY WEBER profitiert dabei von einem Knowhow-Zuwachs und gezielt weitergebildeten Mitarbeitern, um gezielt dem Fachkräftemangel entgegenzuwirken. 2022 haben wir vor allem im Bereich Retail Trainings durchgeführt, wie zum Beispiel Schulungen der Store Manager. Insgesamt wurden 171 bis 190 Mitarbeiter zu verschiedenen Themen geschult.

Im Berichtszeitraum sind diverse Bildungs- und Fördermaßnahmen wahrgenommen worden, unter anderem waren dies:

- berufsbegleitendes, digitales Bachelorstudium an der Digital Business University
- berufsbegleitende Studien an der Fachhochschule des Mittelstands (FHM) in Bielefeld. Hier wird die Ausbildung anerkannt und das Studium kann um 12 Monate verkürzt werden. Um dem Bedarf in der Region gerecht zu werden, wird die FHM ab Oktober 2023 den berufsbegleitenden Studiengang Fashion Management anbieten.
- Stipendien der IHK für Auszubildende mit sehr guten Abschlüssen. Dies haben ehemalige Auszubildende zur Weiterbildung z. B. zur Schnitttechnikern, Make-Up Artist oder Modemanagement genutzt.
- EU-geförderte Auslandsaufenthalte

Besonders freuen wir uns, dass auch im Berichtsjahr wieder eine Auszubildende für hervorragende Leistungen in der regionalen Bestenehrung ausgezeichnet wurde.

Umwelt



GERRY WEBER ist sich seiner Verantwortung im Bereich des Klima- und Umweltschutzes bewusst. Ein wichtiger Teil unserer Arbeit ist daher die Reduzierung der Umweltauswirkungen an unseren eigenen Standorten sowie

entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Wir wollen die Natur, die Umwelt und den Planeten schützen. Daher haben wir 2021 aktualisierte strategische Ziele für den Bereich „Umwelt“ festgelegt. Damit möchten wir einen stärkeren Fokus auf das Thema legen und unsere Aktivitäten in dem Bereich intensivieren. Wir sind fest entschlossen, unseren Energieverbrauch sowie unsere CO₂-Emissionen zu reduzieren und auf saubere Energien umzusteigen.

Mit unserem Beitrag zum Umwelt- und Klimaschutz leisten wir einen Beitrag zu den SDG 13.

Managementansatz

Unser erklärtes Ziel ist es, die Umweltauswirkungen unserer Tätigkeiten auf ein Minimum zu begrenzen. Dafür ergreifen wir Maßnahmen zu einer ressourcenschonenden Produktion und zur Reduktion unseres CO₂-Fußabdrucks. Dabei ist ein wichtiger Fokus die Reduzierung der Umweltauswirkungen an unseren eigenen Standorten sowie in der Lieferkette. Gleichzeitig arbeiten wir an verschiedenen Stellen an der Umsetzung des Prinzips der Kreislaufwirtschaft. Darüber hinaus betreiben wir ein umfassendes Umwelt- und Energiemanagement. Durch den darin enthaltenen Managementansatz des PDCA-Zyklus (Plan-Do-Check-Act) wollen wir uns kontinuierlich verbessern und unsere langfristigen Ziele erreichen. Dadurch ist es uns möglich, etwaigen Umweltverstößen vorzubeugen und vor Eintritt zu eliminieren. So wurden im Berichtsjahr keine Strafzahlungen wegen etwaiger Umweltverstöße verhängt.

Im laufenden Geschäftsjahr wollen wir unser Engagement im Bereich Umwelt auf die Lieferkette ausdehnen und haben uns dazu entschlossen, amfori BEPI beizutreten. amfori BEPI unterstützt Unternehmen dabei, ihre Umweltauswirkungen in der Lieferkette zu managen und zu reduzieren. Dabei konzentriert sich amfori BEPI auf die folgenden acht Umwelt-Performance-Bereiche:

1. Umweltmanagementsystem
2. Energie und Klima
3. Wasser und Abwasser
4. Luftemissionen
5. Abfall
6. Chemikalien
7. Biodiversität
8. Lärmbelästigungen

Dies soll uns auch dabei unterstützen, die Daten der CO₂-Emissionen unserer Lieferanten zu erheben und auszuwerten.

EU-Taxonomie

Laut der Verordnung der EU-Kommission sind Unternehmen ab 2021 verpflichtet, sogenannte Taxonomie-Kennzahlen zu berichten. Durch diese Kennzahlen sollen ökologisch nachhaltige Geschäftsaktivitäten identifiziert und in nachhaltige Investitionen gelenkt werden.

Die Wirtschaftsaktivitäten werden hinsichtlich ihres Beitrags zu den folgenden sechs Umweltzielen klassifiziert:

- Klimaschutz
- Anpassung an den Klimawandel
- nachhaltige Nutzung von Wasser- und Meeresressourcen
- Übergang zu einer Kreislaufwirtschaft
- Vermeidung und Verminderung der Umweltverschmutzung
- Schutz und Wiederherstellung der Biodiversität und der Ökosysteme

Gemäß der EU-Taxonomie-Verordnung sind wir dazu verpflichtet, zu den klimabezogenen Zielen zu berichten. Zum Zeitpunkt der Berichterstellung gab es noch keinen finalen Beschluss der EU Kommission zu den weiteren vier Umweltzielen. Die Berichterstattung erfolgt im Berichtsjahr auf der Angabe des Anteils der taxonomiefähigen und -konformen Wirtschaftsaktivitäten bezogen auf die Umsatzerlöse, Investitionen (CapEx) und operativen Aufwendungen (OpEx) sowie auf darauf bezogene ausgewählte qualitative Angaben.

Da für die Unternehmen der Bekleidungsbranche und deren primärwirtschaftlichen Aktivitäten derzeit keine konkreten Taxonomie-Kriterien vorliegen, sind auch die wirtschaftlichen Aktivitäten von GERRY WEBER International AG bisher weitestgehend nicht als taxonomiefähig oder -konform einzustufen.

Jedoch gibt es im Zusammenhang mit den geltenden Bestimmungen für die beiden Klimaziele sogenannte Querschnittsaktivitäten, die für GERRY WEBER zwar nicht umsatzgenerierend, aber grundsätzlich relevant sind. Die Grundlage zur Ermittlung der taxonomielevanten wirtschaftlichen Aktivitäten bildete die in den Anhängen zur delegierten Verordnung zu den zwei Klimazielen aufgeführte Aktivitätenübersicht.

Im Berichtsjahr gab es keinerlei als taxonomiekonform oder -fähig einzustufenden CapEx.

Die taxonomiekonformen und -fähigen OpEx umfassen im Wesentlichen direkte Kosten, die sich auf die Umstellung auf Nutzung von E-Mobilität, Leasing, und Umstellung auf Nutzung von Strom aus erneuerbaren Energien beziehen. Diese waren im Geschäftsjahr 2022 so gering, dass aus Wesentlichkeitsgründen auf eine Erstellung der KPIs verzichtet wurde.

Umweltschonende Färbemethoden

Bereits heute setzen wir wassersparende und ressourcenschonende Färbemethoden ein, um unserer Verantwortung gegenüber der Umwelt gerecht zu werden.

Dry Indigo®

Das innovative Dry Indigo®-Verfahren ermöglicht es, Denim ressourcenschonend herzustellen. Im Gegensatz zum traditionellen Färbeverfahren wird das Garn durch eine wasserlose Schaumtechnik eingespart. Dadurch ist kein Wasser zum Färben notwendig und somit entstehen auch kein Abwasser. Zusätzlich wird der Energieverbrauch um 65 Prozent und der Einsatz von Chemikalien wird um 89 Prozent reduziert.

Dry Black®

Das neuartige Dry Black®-Verfahren ähnelt dem Dry-Indigo®-Verfahren und erfüllt ebenfalls die notwendigen Voraussetzungen für einen umweltfreundlichen und nachhaltigen Färbeprozess, sodass Auswirkungen auf die Umwelt drastisch minimiert werden. Durch das Dry Black®-Verfahren wird 99 Prozent weniger Wasser verbraucht und somit entsteht kein Abwasser. Zusätzlich verringert sich der Chemikalien-Einsatz um 52 Prozent. Es entsteht eine Energieeinsparung von 72 Prozent.



Klimaschutz (Dekarbonisierung)

Der Klimaschutz ist eine der globalen Herausforderungen unserer Zeit. Deshalb haben wir uns zum Ziel gesetzt, bis 2030 durch Reduktionsmaßnahmen und mithilfe von Kompensation der verbleibenden Emissionen klimaneutral zu werden. Damit wollen wir unseren Beitrag leisten, die Erderwärmung auf maximal 1,5 Grad zu begrenzen.

Auf diesem Weg unterstützt uns die Firma planted. Sie unterstützt uns bei der Berechnung aller Emissionen anhand unserer Verbräuche, die als Grundlage für unsere Reduktionsmaßnahmen und für die anschließende Kompensation dienen. Dabei setzen wir, gemeinsam mit planted, auf zertifizierte Klimaschutzprojekte nach dem „Gold Standard“ oder dem „Verified Carbon Standard“. In einem ersten Schritt fokussieren wir uns auf unsere eigenen Standorte. In diesem Kontext haben wir als ersten wichtigen Teilerfolg die Klimaneutralität in der Firmenzentrale Ende 2021 bereits erreicht.



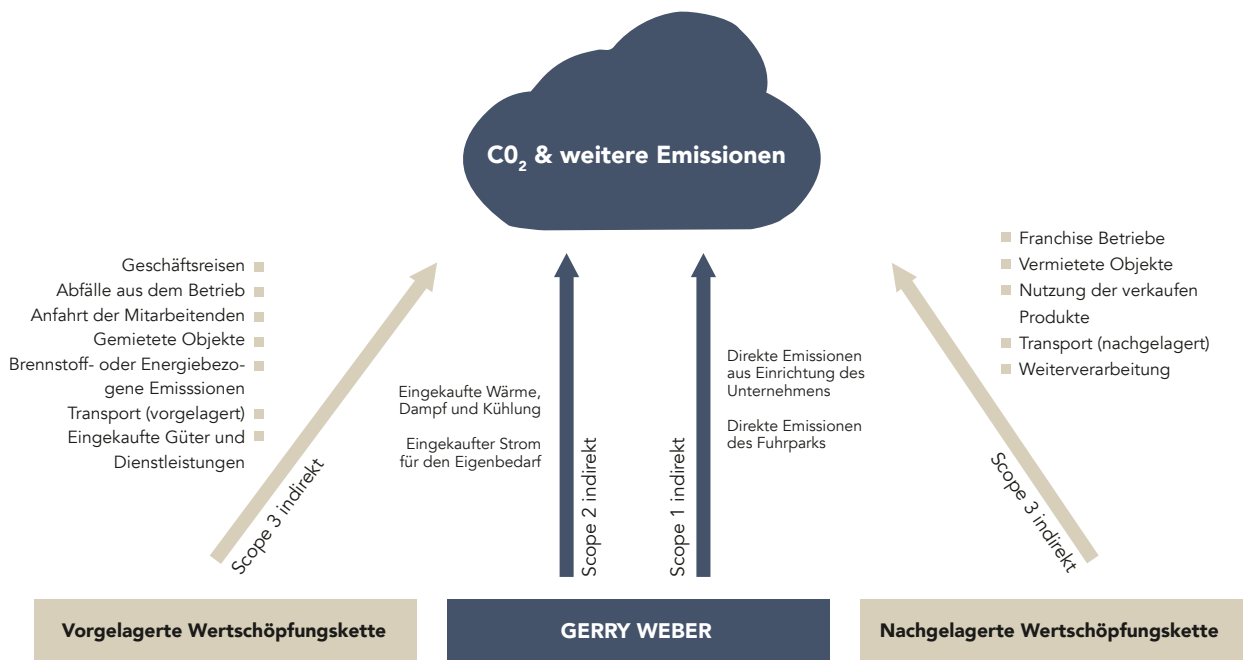
Unserer CO₂-Bilanz liegt das Greenhouse Gas Protocol zu Grunde. Die Emissionen werden dabei in drei „Scopes“ kategorisiert. Dabei wird in die folgenden drei Bereiche unterschieden:

- Scope 1 alle direkten Emissionen (bspw. Heizbedarf)
- Scope 2 indirekten Emissionen (bspw. eingekaufte Energie wie z. B. Strom)
- Scope 3 alle weiteren indirekten Emissionen (bspw. Emissionen in der Lieferkette durch Hersteller und Lieferanten)



Wie bereits erwähnt, haben wir uns auch bei der Bilanzierung zunächst auf unser Headquarter in Halle fokussiert. Im nächsten Schritt wird diese deutschlandweit ausgeweitet und schließlich weltweit für alle Standorte von GERRY WEBER erweitert inkl. der TIER1-Lieferanten.

Neben den Emissionen in unserem Unternehmen (Corporate Carbon Footprint) wollen wir auch den CO₂-Fußabdruck unserer Produkte reduzieren. Dafür haben wir nun begonnen, gemeinsam mit unseren Lieferanten eine erste Erhebung durchzuführen, die als Ausgangsbasis für unsere Produkte dienen soll (Product Carbon Footprint). Anschließend werden wir einen entsprechenden Maßnahmenplan erstellen, um auch hier nachhaltig Erfolge zu erzielen und unsere Kundschaft transparent zu informieren.



Energie

Bei GERRY WEBER wird im Rahmen des Energiemanagement-Systems kontinuierlich an der Reduktion der Energieverbräuche gearbeitet. So werden, entsprechend der Norm ISO 50001, Verbräuche überwacht. Dies ermöglicht eine schnelle Identifikation von Abweichungen und Verbesserungspotenzialen. Abweichungen werden umgehend mit den Verantwortlichen der Bereiche besprochen, sodass Maßnahmen zur Verbrauchsreduktion eingeleitet werden können. Ein entsprechender Aktions- und Maßnahmenplan hält diese Aktivitäten fest. Des Weiteren werden durch interne Audits mögliche Abweichungen getrackt und Erfolge durch angestoßene Maßnahmen kontrolliert. All unsere Managementsysteme (ISO 50001 und ISO 14001) sind durch die Deutsche Management Zertifizierungsgesellschaft (DMSZ) extern zertifiziert und werden auch jährlich überprüft.

Wir nutzen mit der Umstellung des Strombezugs aus erneuerbaren Quellen eine weitere Möglichkeit, den CO₂-Fußabdruck zu reduzieren. So bezieht unsere Firmenzentrale in Halle/Westfalen, seit Anfang 2022 100 Prozent Ökostrom und auch der Großteil unserer restlichen Retail-Stores (>95 Prozent) beziehen seit Anfang des Jahres 2023 Energie aus erneuerbaren Quellen.

Damit wir unsere gesetzten Ziele erreichen können, haben wir verschiedene Maßnahmen eingeleitet, wie die stufenweise Umstellung der Beleuchtung in den Verwaltungs- und Bürogebäuden und den Retail-Stores auf LED-Beleuchtung. So hat das Headquarter der GERRY WEBER International AG 2021 in Verbindung mit seinen Geschäftsaktivitäten noch 2.116,32 t CO₂-Äquivalente in der Zentrale verbraucht. Ein Jahr später im Jahr 2022 waren es nur noch 1.514,83 t. Dies entspricht einer Reduktion von 28 %. Darin eingerechnet sind nicht nur Emissionen aus eigenem Strombezug und -verbrauch, sondern auch die An- und

28 %

Energieeinsparung im Vergleich zum Jahr 2021

Abreisen der Mitarbeiter, Geschäftsreisen und der Verbrauch durch unseren Fuhrpark. Diese Menge an CO₂-Äquivalente haben wir durch ein Klimaschutz-Projekt in Chile ausgeglichen. Bei diesem Projekt wird in Zusammenarbeit mit planted, s. o., das Ziel gefördert, die hydrologischen Ressourcen der Flüsse Tinguiririca, Portillo und Azufre in einem Laufwasserkraftwerk zu nutzen. Dadurch wird emissionsfrei Energie erzeugt und in das zentrale chilenische Stromnetz (SIC) eingespeist. Das Kraftwerk erzeugt zertifizierte Emissionsreduktionen (CERs), indem es die Stromerzeugung aus netzgekoppelten, mit fossilen Brennstoffen betriebenen Kraftwerken ersetzt, die ansonsten Strom erzeugen würden.



Kreislaufwirtschaft

GERRY WEBER hat bereits verschiedene Maßnahmen eingeleitet, um die Ressourcen zu schonen und einen Beitrag zur Kreislaufwirtschaft zu leisten.

Kreislaufwirtschaft ist nicht nur ein Modetrend, sondern essenziell wichtig, wenn wir die Ressourcen schonen wollen. Unter dem Begriff der Kreislaufwirtschaft versteht man verschiedene sogenannte R Strategien, die alle einen Beitrag zu mehr Zirkularität leisten können. Dazu gehört die nützliche Anwendung der Materialien, die Verlängerung der Lebensdauer und smartere Verwendung oder Herstellung der Produkte.

Das Thema Kreislaufwirtschaft bildet einen wichtigen Bestandteil unserer Nachhaltigkeitsstrategie, daher sind wir mit dem Institut für Kunststoff- und Kreislauftechnik (IKK) der Leibniz Universität Hannover eine Kooperation eingegangen. Wir arbeiten gemeinsam an der Wiederverwertung von Textilien, um Umwelt und Ressourcen langfristig zu schonen.

Das IKK unter der Leitung von Prof. Dr.-Ing. Hans-Josef Endres entwickelt in Kooperation mit verschiedenen Industrieunternehmen Verfahren, die eine nachhaltige Wiederverwertung von Textilprodukten und textiler Fasern in Spritzgussbauteilen oder Leichtbauanwendungen ermöglichen soll.

GERRY WEBER stellt in diesem Zusammenhang die Materialien bereit und erhält im Rücktransfer Erkenntnisse zu recyclingtechnischen Fragestellungen ebenso wie zu Konzepten der Bereiche Design for Recycling und Design for Recyclates. So können wir den Kreislauf dann perspektivisch schließen – ein wichtiger Faktor für eine verantwortungsvolle und nachhaltige Gestaltung der Prozesse eines Unternehmens.

Die erste Phase des Projektes wurde 2022 abgeschlossen. In dieser ersten Phase wurden die von uns zur Verfügung gestellten Materialien auf ihre Recyclingfähigkeit geprüft. Unseren Materialien wurde eine sehr gute Umweltbewertung bescheinigt. Das Projekt wird im laufenden Geschäftsjahr fortgeführt. In der zweiten Projektphase soll geprüft werden, wie eine produktionsreife Abnahme erfolgen kann.

Recycling bei GERRY WEBER

In Kooperation mit der Firma I:CO haben wir seit Mitte April 2021 in Stores in Deutschland und Österreich Recycling-Boxen aufgestellt, in denen gebrauchte Kleidung gesammelt wird.

Unsere Kundinnen können ihre gebrauchte Kleidung und Schuhe aller Marken in den Stores abgeben und erhalten dafür einen 15 Prozent-Gutschein auf den nächsten Einkauf. Dieser Gutschein ist direkt einlösbar, mit anderen Aktionen kombinierbar und wird deutschlandweit in allen Stores angenommen.

Gut erhaltene Kleidungsstücke verkaufen wir in unseren Outlets als Secondhand-Ware. Dieses haben wir im letzten Berichtsjahr auf einer Fläche in einem unserer Outlet-Stores getestet. In einem nächsten Schritt haben wir unser Konzept in Bezug auf Prozesse, Wirtschaftlichkeit und Dienstleistungsauswahl optimiert. 2023 wollen wir das Programm auf unsere gesamten Outlet-Stores ausrollen und somit einen Beitrag zur Kreislaufwirtschaft leisten.

Bekleidungsstücke, die nicht mehr verkauft werden können, gehen an I:CO. I:CO organisiert das industrielle Recycling und setzt die recycelten Fasern für Recyclingprodukte in verschiedenen Industrien ein. Derzeit geht ein Großteil als Isolationsmaterial in die Automobil- oder Bauindustrie.

Gesellschaft



#WEAREGERRY steht für unser Nachhaltigkeitsverständnis, das über unser Kerngeschäft hinaus geht. Es ist für uns als globales Unternehmen selbstverständlich, dass wir Verantwortung für die Gesellschaft übernehmen und diese nachhaltig positiv beeinflussen.

Als einer der führenden Anbieter von Mode für Frauen sehen wir uns gerade für Frauen in der Verantwortung, uns für die Stärkung ihrer Wahrnehmung und ihrer Rechte einzusetzen.

GERRY WEBER engagiert sich bereits in einzelnen Projekten. Wir können aber mehr – unser Engagement wollen wir weiter ausbauen und so einen Beitrag zu den SDGs 5, 10 und 12 leisten.

Managementansatz

Die GERRY WEBER International fördert bereits zahlreiche Projekte durch Spendenbeiträge. Wir möchten aber unser Engagement in den für uns bedeutsamen Projekten und Bereichen ausbauen.

So haben wir uns als erstes Ziel gesetzt, dass wir einen detaillierten Kooperationsplan erstellen. Dieser Kooperationsplan wird die Grundanforderungen an Projekte enthalten, die wir fördern wollen. Es ist GERRY WEBER ein wichtiges Anliegen, dass die geförderten Projekte in Übereinstimmung mit den Werten und den Prinzipien des Unternehmens sind.

Als einen ersten Schritt für diesen Kooperationsplan haben wir die für uns wichtigen Fokusthemen identifiziert und festgelegt:

1. Diversity und Inklusion
2. Gleichstellung und Wahrung der Frauenrechte und Gesundheit
3. Biodiversität am Standort

Im Berichtsjahr haben wir eine Kooperation mit der Stadt Halle geschlossen. Diese Kooperation wollen wir im laufenden Geschäftsjahr weiter ausgestalten und gemeinschaftlich mit der Stadt Halle Aktivitäten und Aktionen folgen lassen.

Fokuspunkte unseres gesellschaftlichen Engagements

LebensHeldin! e. V.

Brustkrebs ist ein Thema, das immer noch ca. 70 000 Frauen jedes Jahr trifft. Zurzeit sind ca. 700 000 Frauen weltweit durch Brustkrebs betroffen. In dieser Phase größter seelischer und körperlicher Belastung fehlt oft der Zugang, um die lebensbedrohliche Krankheit positiv zu bewältigen.

Da wir uns der Wichtigkeit der Unterstützung bewusst sind, haben wir uns einen Partner gesucht, mit dem wir gemeinsame Visionen und Werte teilen.

LebensHeldin! e. V. ist die erste gemeinnützige Organisation mit der Schirmfrau Angelika Schindler-Obenhaus, die sich für eine neue Frauengesundheitskultur einsetzt. Die Initiative unterstützt Frauen nach Brustkrebs und engagiert sich für Brustkrebs-Prävention und Aufklärung. Sie stärkt Frauen in ihrer Selbstwirksamkeit und öffnet das Bewusstsein für einen gesunden Lebensstil.

Wir unterstützen den Verein nicht nur mit persönlichem und finanziellem Engagement, sondern unterstützen ihn als Plattform und engagieren uns gemeinschaftlich für seine Inhalte und Visionen. So haben wir T-Shirts und Sweatshirts zum Tag des Brustkrebses mit Motiven aus einem gemeinsam veranstalteten Wettbewerb bedrucken und herstellen lassen. Die Erlöse aus dem Verkauf der Teile wurden dem Verein gespendet.

Die GERRY WEBER International AG hat es zudem ihren Kunden ermöglicht, sich direkt an Spendenaktionen zu beteiligen, in dem Spendenboxen in den Stores aufgestellt worden sind.



Terre des Femmes

GERRY WEBER möchte mit seinem Engagement sich vor allem für Frauen und die Wahrung ihrer Rechte einsetzen. Daher haben wir uns entschlossen, mit der Organisation TERRE DES FEMMEs das Projekt #unhatewoman zu unterstützen. Das Projekt #unhatewoman möchte mit seiner Kampagne auf die verbale Gewalt gegen Frauen in Liedern, Posts oder öffentlichen Beiträgen aufmerksam machen. Diese Beiträge betreffen auch die Kunden der GERRY WEBER International AG. Um für das Thema zu sensibilisieren haben wir spezielle Shirts herstellen lassen, die auf die Probleme der Frauen auf dem gesamten Globus aufmerksam machen sollen. Der Erlös der Shirts wird anteilig an die Kampagne gespendet.

Terre des Femmes – Menschenrechte für die Frau e. V. ist eine gemeinnützige Menschenrechtsorganisation, die sich für ein selbstbestimmtes, gleichberechtigtes und freies Leben für Mädchen und Frauen weltweit einsetzt. Durch öffentlichkeitswirksame Aktionen, Publikationen, Veranstaltungen, Kampagnen und Lobbyarbeit sensibilisiert Terre des Femmes die Öffentlichkeit und Politik für geschlechtsbedingte Gewalt und Diskriminierung. Terre des Femmes unterstützt Mädchen und Frauen durch spezifische Aufklärungsprogramme in Schulen und ihren Communities. Mit anderen Frauenrechtsorganisationen ist Terre des Femmes international vernetzt, fördert Projekte, Organisationen und Initiativen von Frauen für Frauen im Ausland. Die Arbeit des Vereins konzentriert sich auf die Themenschwerpunkte weibliche Genitalverstümmelung, häusliche und sexualisierte Gewalt, Gewalt im Namen der Ehre, Frauenhandel und Prostitution, Gleichberechtigung und Integration sowie internationale Zusammenarbeit. Terre des Femmes finanziert sich durch Spenden, Mitgliedsbeiträge und Zuschüsse und ist eine Frauenrechtsorganisation mit Sitz in Berlin.



Jacken-Spende für das Mädchenhaus Bielefeld

Always be safe – Das ist unser Wunsch für die Mädchen und jungen Frauen im Mädchenhaus Bielefeld. Das Mädchenhaus Bielefeld schafft Räume, in denen Mädchen und junge Frauen mit und ohne Behinderungen, die jegliche Formen von Gewalt erlebt haben, Beratung und Unterstützung sowie geschützten Wohnraum finden. Der Verein, der 1987 gegründet wurde und anerkannter Träger der Kinder- und Jugendhilfe ist, unterstützt Mädchen und junge Frauen dabei eine Orientierung zu finden und dadurch selbstbestimmte Zukunftsaussichten zu entwickeln. Darüber hinaus werden ihnen Hilfsmöglichkeiten aufgezeigt und sie werden mit ihren Problemen nicht allein gelassen.



Links: Elena Weege bei der Übergabe von 30 Jacken an Clara Gawlick vom Mädchenhaus Bielefeld
Rechts: Drei junge Frauen vom Mädchenhaus Bielefeld mit den TAIFUN Jacken

Wir wollten den Mädchen und jungen Frauen mit einer Spende eine kleine Freude bereiten. Elena Weege, die in unmittelbarer Nachbarschaft des neuen Standortes des Mädchenhauses zuhause ist, hat sich hierfür etwas Besonderes einfallen lassen: die ikonischen TAIFUN Puffer-Jacken aus recycelten Materialien, ausgestattet mit Reflektoren und Trillerpfeife. Jacken, die nicht nur vor Wärme schützen, sondern auch in gefährlichen Situationen helfen können.

Bärenstark! Soziales Engagement unseres Teams in Shanghai

Unser Team in Shanghai wurde vor einiger Zeit von Heart2Heart angesprochen und gefragt, ob unser Unternehmen die Organisation einmalig mit einer Spende unterstützen wolle. Heart2Heart wird hauptsächlich von der Expat-Community und Ärzten geführt. Die Organisation unterstützt Familien mit herzkranken Kindern. Dazu wurde das Herzensbären-Projekt ins Leben gerufen:

Private Personen oder Unternehmen kaufen Teddybären zum Preis von ca. 36 Euro pro Stück. Alle Bären haben individuelle Outfits an, welche von der Heart2Heart-Community genäht werden. Mit dem Erlös aus dem Verkauf der Teddybären werden Kindern aus ganz China dringend notwendige Herzoperationen ermöglicht. Somit werden Kinder unterstützt, die sonst sehr lange auf eine solche Operation warten müssten oder diese gar nicht bekommen können, da ihre Familien nicht über die finanziellen Mittel verfügen. Um eine Operation zu finanzieren, müssen 160 Teddybären verkauft werden. Unsere Kollegen waren von der Idee begeistert und haben diese direkt weiterentwickelt. Die Teddybären sollten ein GERRY WEBER-Outfit bekommen. So wurden Heart2Heart nicht mehr benötigte Stoffreste und Labels zur Verfügung gestellt. Die ehrenamtlichen Helferinnen haben kleine Kleider, Hosen und Hemden daraus genäht. Und nicht nur das: Unsere Kollegen haben einige unserer Lieferanten motiviert angesprochen und für die Aktion begeistert. Auf diese Weise konnten zehn weitere Unterstützer für den guten Zweck gewonnen werden. So konnten insgesamt 321 Teddybären verkauft und damit zwei Kindern die Herzoperationen ermöglicht werden.

Nachhaltigkeitswoche @Gerry Weber

Um unserer Verantwortung als Unternehmen in der Gesellschaft, im globalen Wirtschaftsumfeld und für die Umwelt gerecht zu werden, optimieren wir unsere gesamte Wertschöpfungskette. Unser Ziel ist es, als profitables Unternehmen nachhaltig zu agieren, unseren Kunden verantwortungsvolle Kaufentscheidungen zu ermöglichen und ein begehrenswertes Produkt zu bieten.

Das werden wir aber nur erreichen, wenn wir auf unserem Weg zu mehr Nachhaltigkeit, unsere Mitarbeitenden mitnehmen und sie zum einen über unsere Nachhaltigkeitsaktivitäten informiert halten und zum anderen ihnen aufzeigen, wie Nachhaltigkeit im Alltag gestaltet werden kann und was jeder Einzelne dazu beitragen kann.

Wir haben daher in einer Nachhaltigkeitswoche vom 19. bis 23. September verschiedene Veranstaltungsformate zu Nachhaltigkeit angeboten. Dabei waren Themen unter anderem Second Hand, kommende gesetzliche Regulierungen und deren Umsetzung sowie E-Mobilität oder Bike-Leasing. Diese Woche war aufgrund der regen Teilnahme und des großen Interesses unserer Mitarbeiter ein voller Erfolg.

#WEAREGERRY – Transformation zu einer nachhaltigen Zukunft kann nur gemeinsam gelingen, daher wollen wir diese Woche zukünftig einmal jährlich stattfinden lassen.

Wesentliche Nachhaltigkeitsthemen von GERRY WEBER und GRI-Standards

Strategische Intensität	Nachhaltigkeitsthema	Zugeordneter GRI-Standard	Wesentliche Auswirkungen		
			Innerhalb des Unternehmens	Außerhalb des Unternehmens	Innerhalb und Außerhalb des Unternehmens
Hohe strategische Intensität	Klimaschutz in Verwaltung, Vertrieb und Logistik	302: Energie	GERRY WEBER		
		305: Emissionen			
	Arbeitgeberattraktivität	401: Beschäftigung			
		404: Aus- und Weiterbildung			
		405: Vielfalt und Chancengleichheit			
		406: Diskriminierungsfreiheit			
	Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz in der Lieferkette	403: Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz			GERRY WEBER, Lieferanten
		414: Soziale Bewertung der Lieferanten			
	Menschenrechte und Arbeitsstandards in der Lieferkette	401: Beschäftigung			GERRY WEBER, Lieferanten
		402: Arbeitnehmer-Arbeitgeber-Verhältnis			
		405: Diversität und Chancengleichheit			
		406: Diskriminierungsfreiheit			
		407: Vereinigungsfreiheit und Tarifverhandlungen			
		408: Kinderarbeit			
		409: Zwangs- oder Pflichtarbeit			
		412: Prüfung auf Einhaltung der Menschenrechte			
		414: Soziale Bewertung der Lieferanten			
	419: Sozio-ökonomische Compliance				

Strategische Intensität	Nachhaltigkeitsthema	Zugeordneter GRI-Standard	Wesentliche Auswirkungen		
			Innerhalb des Unternehmens	Außerhalb des Unternehmens	Innerhalb und Außerhalb des Unternehmens
Mittlere strategische Intensität	Ressourcenschonung und Schutz der Biodiversität bei Produkten	301: Materialien			GERRY WEBER, Lieferanten
	Klimaschutz in der Lieferkette	302: Energie			GERRY WEBER, Lieferanten
		305: Emissionen			
		307: Umwelt-Compliance			
		308: Umweltbewertung der Lieferanten			
	Abfallreduktion und Kreislaufwirtschaft in der Lieferkette	301: Materialien			GERRY WEBER, Lieferanten
		307: Umwelt-Compliance		Lieferanten	
		308: Umweltbewertung der Lieferanten			
	Abfallreduktion und Kreislaufwirtschaft in Verwaltung, Vertrieb und Logistik	306: Abwasser und Abfall	GERRY WEBER		
	Tierwohl	301: Materialien			GERRY WEBER, Lieferanten
	Kreislaufwirtschaft und Recycling (bei Produkten)	301: Materialien			GERRY WEBER, Lieferanten, Kunden
	Governance und Compliance	201: Wirtschaftliche Leistung			GERRY WEBER, Lieferanten
		205: Korruptionsbekämpfung			
		206: Wettbewerbswidriges Verhalten			
		415: Politische Einflussnahme			
		416: Kundengesundheit und Kundensicherheit			
		419: Sozio-ökonomische Compliance			
	Datenschutz und Informationssicherheit	417: Marketing und Kennzeichnung			GERRY WEBER, Lieferanten, Kunden
		418: Schutz der Kundendaten			
	Vermeidung von Korruption und wettbewerbswidrigem Verhalten	206: Wettbewerbswidriges Verhalten			GERRY WEBER, Lieferanten
419: Sozio-ökonomische Compliance					

Strategische Intensität	Nachhaltigkeitsthema	Zugeordneter GRI-Standard	Wesentliche Auswirkungen		
			Innerhalb des Unternehmens	Außerhalb des Unternehmens	Innerhalb und Außerhalb des Unternehmens
Geringe strategische Intensität	Menschenrechte und Arbeitsstandards in Verwaltung, Vertrieb und Logistik	401: Beschäftigung	GERRY WEBER		
		402: Arbeitnehmer-Arbeitgeber-Verhältnis			
		405: Vielfalt und Chancengleichheit			
		406: Diskriminierungsfreiheit			
		407: Vereinigungsfreiheit und Tarifverhandlungen			
		408: Kinderarbeit			
		409: Zwangs- oder Pflichtarbeit			
		412: Prüfung auf Einhaltung der Menschenrechte			
	Arbeitssicherheit und Gesundheit in Verwaltung, Vertrieb und Logistik	403: Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	GERRY WEBER		
	Verantwortungsvoller Umgang mit Chemikalien in der Produktion	306: Abwasser und Abfall			GERRY WEBER, Lieferanten
		308: Umweltbewertung der Lieferanten			GERRY WEBER, Lieferanten, Kunden
		416: Kundengesundheit und Kundensicherheit			
	Gesellschaftliches Engagement	413: Lokale Gemeinschaften			GERRY WEBER, Lieferanten
	Produktsicherheit	416: Kundengesundheit und Kundensicherheit			GERRY WEBER, Kunden
		417: Marketing und Kennzeichnung			
	419: Sozio-ökonomische Compliance				
Kundenbefähigung und -einbindung	417: Marketing und Kennzeichnung			GERRY WEBER, Kunden	
Ethisch korrekte Entrichtung von Unternehmenssteuern	201: Wirtschaftliche Leistung	GERRY WEBER			
	207: Steuern				

Gerry Weber International AG hat in Übereinstimmung mit den GRI-Standards für den Zeitraum 01.01.2022 bis 31.12.2022 berichtet

Anwendungserklärung :		
	Verwendeter GRI 1 GRI 1: Grundlagen 2021	GRI 1: Grundlagen 2021
	Anwendbare(r) GRI Branchenstandard(s) [Titel der anwendbaren GRI-Branchenstandards]	Textile and Apparel (2016)
GRI-Standard/Andere Quelle	Angabe	Seite
	GRI 2: Allgemeine Angaben 2021	
	2-1 Organisatorische Details	6–9
	2-2 In der Nachhaltigkeitsberichterstattung der Organisation berücksichtigte Entitäten	7
	2-3 Berichtszeitraum, Berichtshäufigkeit und Kontaktstelle	6
	2-4 Neuformulierung von Informationen	
	2-5 Externe Prüfung	
	2-6 Aktivitäten, Wertschöpfungskette und andere Geschäftsbeziehungen	7,22
	Wesentliche Themen	
	3-1 Verfahren zur Bestimmung wesentlicher Themen	15
	3-2 Liste der wesentlichen Themen	15,42–44
	Produkt	
	GRI 3: Wesentliche Themen 2022	18–21
	3-3 Management der wesentlichen Themen	19
	Partner	
	GRI 3: Wesentliche Themen 2022	22–29
	3-3 Management der wesentlichen Themen	22
	Mitarbeiter	
	GRI 3: Wesentliche Themen 2022	30–35
	3-3 Management der wesentlichen Themen	30–31
	Planet	
	GRI 3: Wesentliche Themen 2022	35–39
	3-3 Management der wesentlichen Themen	35
	Gesellschaft	
	GRI 3: Wesentliche Themen 2022	39–41
	3-3 Management der wesentlichen Themen	39



IMPRESSUM

Redaktion und Kontakt

GERRY WEBER International AG
Annette Koch
Neulehenstraße 8
33790 Halle / Westfalen

Telefon: +49 (0) 5201 18 5-0
Fax: +49 (0) 5201 58 57
E-Mail: annette.koch@gerryweber.com
www.group.gerryweber.com

Konzept, Layout und Satz

IR-ONE, Hamburg
www.ir-one.de

Beratung

t+m CSR Consulting GmbH



GERRY WEBER

GERRY WEBER International AG
Neulehenstraße 8 • 33790 Halle / Westfalen
Telefon: +49 (0)5201 185-0 • Fax: +49 (0)5201 5857
annette.koch@gerryweber.com • gerryweber.com