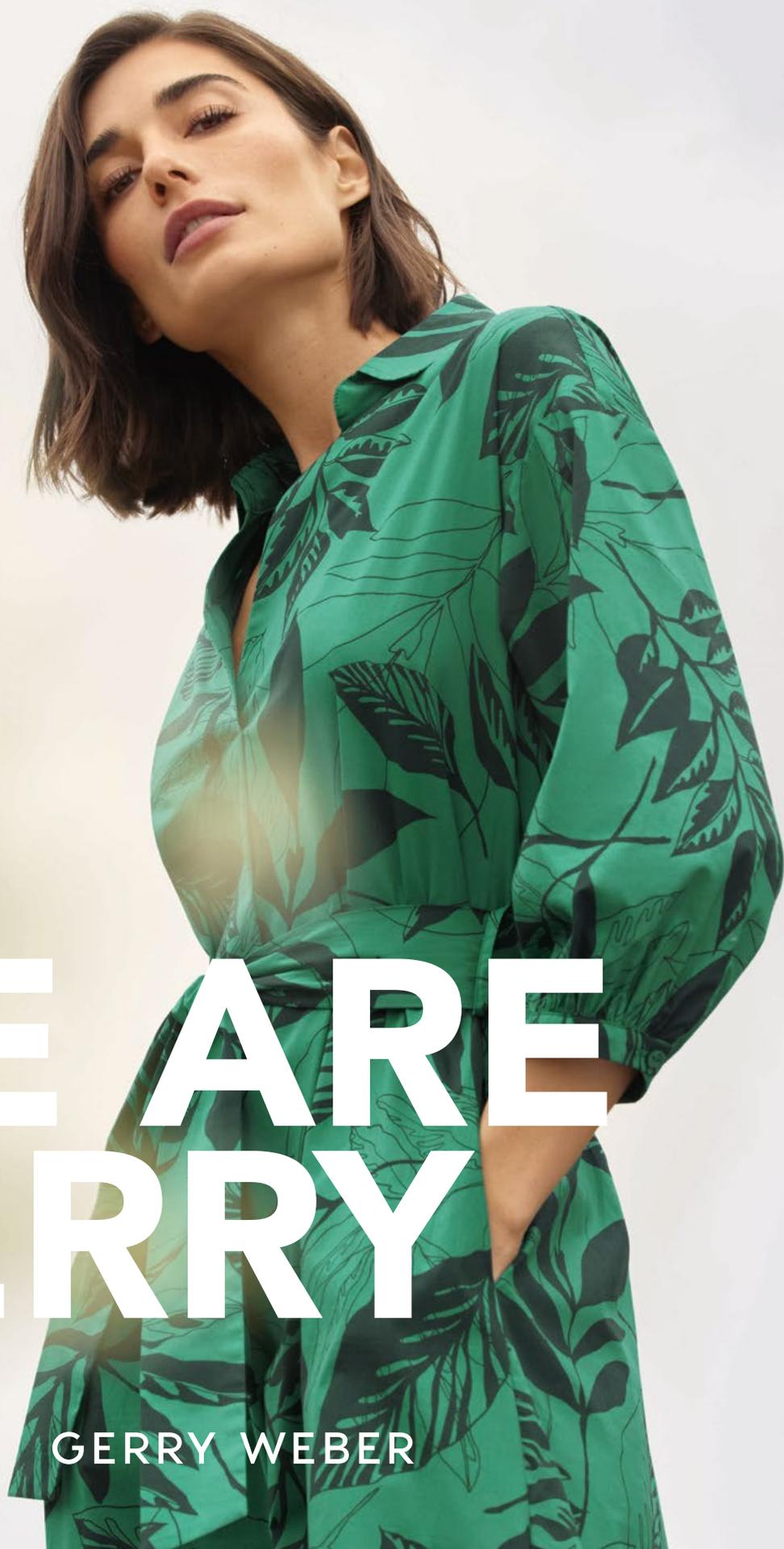


NACHHALTIGKEITSBERICHT
2021



**WE ARE
GERRY**

GERRY WEBER

MISSION STATEMENT:

Der Verantwortung für eine Balance zwischen Mensch, Natur und Gesellschaft stellen wir uns selbstverständlich und sehr gerne! Was diese Verantwortung in der Praxis bedeutet, und wie sich der Anspruch an diese Balance ständig wandelt, damit setzen wir uns täglich auseinander in multiprofessionellen und diversen Teams. Ziel ist es, unsere gesellschaftliche Verpflichtung nachhaltigen Wirtschaftens in alle Prozesse unserer Geschäftstätigkeit zu integrieren. Daran arbeiten wir jeden Tag.

„I wear. I care“ – unser nachhaltiges Label ist uns Anspruch und Ansporn zugleich, schöne und verantwortungsbewusste Mode zu kreieren. Wir übernehmen mit der strengen Prüfung von Materialien und Herstellungsmethoden Verantwortung. Weil wir gemeinsam stärker sind und wir die umfassenden Kontrollen nicht alleine umsetzen können, vertrauen wir dabei auch unseren verlässlichen Partnern: bioRe®, OEKO-TEX®, amfori und GOTS.

In unserer großen Verantwortung sehen wir nicht nur eine Pflicht, sondern besonders auch eine Chance für unsere Gesellschaft und deren zukünftige Entwicklung. Bei GERRY WEBER wollen wir Teil dieser gemeinsamen Zukunft sein und die Welt ein kleines Stück besser machen da, wo wir es können. Als lernende und sich stetig weiter entwickelnde Organisation haben wir besonders durch die Zeit der Coronapandemie erfahren, dass Zukunft ohne Verantwortungsübernahme nicht positiv und nachhaltig zu gestalten ist.



INHALT

- 4 VORWORT DES VORSTANDS**
- 8 NACHHALTIGKEITSBERICHT GERRY WEBER**
 - 8 BERICHTSPROFIL**
 - 9 UNTERNEHMENSPROFIL**
 - 12 VERANTWORTUNGSVOLLE UNTERNEHMENSFÜHRUNG – WE ARE GERRY**
 - 13 COMPLIANCE**
 - 13 Werte und Leitlinien
 - 13 Compliance Management System
 - 13 Anti-Corruption and Bribery
 - 13 Code of Conduct
 - 13 Social Compliance Agreement
 - 14 DATENSCHUTZ UND INFORMATIONSSICHERHEIT**
 - 14 NACHHALTIGKEITSMANAGEMENT**
 - 15 NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE**
 - 15 Wesentliche Themen
 - 17 DIE ZIELE FÜR NACHHALTIGE ENTWICKLUNG: SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS (SDGS)**
 - 18 Unsere Stakeholder
 - 18 Mitgliedschaften
 - 19 Produkt
 - 21 Partner
 - 22 Menschenrechtliche Risikoanalyse
 - 23 Soziale Verantwortung in der Lieferkette
 - 24 Regelmäßige Audits
 - 25 Living Wage
 - 26 Ökologische Verantwortung in der Lieferkette
 - 26 OEKO-TEX 100 Zertifizierung
 - 27 Global Organic Textile Standard (GOTS)
 - 27 MITARBEITER*INNEN**
 - 28 Managementansatz
 - 29 Unsere Personalstruktur
 - 31 Diversity bei GERRY WEBER
 - 31 Work-Life-Balance
 - 31 Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz
 - 32 Aus- und Weiterbildung
 - 34 UMWELT**
 - 34 Managementansatz
 - 34 EU-Taxonomie
 - 35 Klimaschutz
 - 36 Energie
 - 36 Emissionen
 - 37 Umweltschonende Färbemethoden
 - 38 GESELLSCHAFT**
 - 38 Managementansatz
 - 38 Fokuspunkte unseres gesellschaftlichen Engagements
 - 40 GRI VERZEICHNIS**
 - 44 IMPRESSUM**

VORWORT DES VORSTANDS

Nachhaltigkeitsbericht 2021 der GERRY WEBER International AG

Liebe Leserinnen und Leser,

das vergangene Jahr 2021 hat uns vor globale und tiefgreifende Veränderungen gestellt: Die Pandemie ging in ihr zweites Jahr und der Klimawandel hinterlässt seine Spuren auch für uns immer spürbarer, was uns als Gesellschaft, als Volkswirtschaft und auch die Regierungen vor immer größere Herausforderungen stellt.

Die Notwendigkeit und das Gebot der Stunde sind, dass wir als Gemeinschaft den Klimawandel und damit die Nachhaltigkeit in den Fokus auf allen Ebenen unseres Handelns stellen und in unserer Existenz fest verankern.

Die existentielle Relevanz von Nachhaltigkeit hat eine Vielzahl an resultierenden Auswirkungen auf das Konsumverhalten – auch im Zusammenhang mit Bekleidung. 74 Prozent der Verbraucher*innen in Deutschland geben an, ihr Konsumverhalten zugunsten der Nachhaltigkeit verändert zu haben. 40 Prozent sind sogar bereit, für nachhaltige Mode mehr Geld auszugeben.

Diese erfreuliche Entwicklung, die eine Studie der Strategie- und Marketingberatung Simon-Kucher & Partners 2021 belegt, bestätigt uns bei GERRY WEBER darin, unsere Nachhaltigkeitsstrategie weiter voranzutreiben. Nachhaltigkeit ist für uns kein kurzlebiger Trend, sondern eine Investition in die Zukunft. Wir investieren damit in den Werterhalt und in die nachhaltige Wertschöpfung.

Die Art der Umsetzung und Messbarkeit haben wir 2021 in unserer Nachhaltigkeitsagenda festgelegt:

- Hier haben wir 25 konkrete messbare Ziele systematisch über alle Unternehmensbereiche erarbeitet, integriert und veröffentlicht.
- Entwickelt worden ist dieses zukunftsrelevante Fundament von unserer im vergangenen Jahr neu gegründeten CSR-Taskforce mit Mitgliedern aus allen Unternehmensbereichen. Diese intensiviert nun die fortwährende Weiterentwicklung und begleitet die zielgerichtete Umsetzung unseres qualitativen Wachstums.

Das erste erfreuliche Ergebnis ist: Die Taskforce CSR und der Bereich CSR übernehmen mehr übergreifende Verantwortung und verfügen damit auch über einen größeren individuelleren Gestaltungsraum

Dies ist eine logische und zukunftsrelevante Weiterentwicklung unserer Marke und unseres Markenversprechens # I WEAR I CARE-# WE ARE GERRY



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

Wir sind mutig in diesem Bereich vorangegangen.

Wir haben ausprobiert, Fehler gemacht, neu gedacht und alle überrascht. Folgende Erfolgsprojekte haben wir in nur einem Jahr gemeinsam ins Rollen gebracht:

1. Unsere erste Secondhand-Testfläche ist installiert und wir sind gespannt auf die Ergebnisse und die Reaktionen unserer Kund*innen
2. Der Rollout unserer Recyclingboxen über alle Stores in Deutschland und Österreich
3. Eine Kooperation mit der Leibniz Universität zu Recyclaten
4. Die Zusammenarbeit mit Studierenden der AMD Düsseldorf zeigt uns, was mit Restanten und Dead Stock möglich ist: Aktueller Renner sind derzeit Hundebetten.

Wir haben gelernt: Unsere Kund*innen sind gerne bereit, sich auf die Reise zur Kreislaufwirtschaft mitnehmen zu lassen.

Als Vorstandsvorsitzende verantworte ich die essentielle Verankerung des Nachhaltigkeitsgedankens in unserem Konzern. Aber auch für meinen Vorstandskollegen und CFO Florian Frank ist Nachhaltigkeit ein hochrelevantes Thema: Auf dem Kapitalmarkt ist das Vorhandensein einer substantiellen Nachhaltigkeitsstrategie für Unternehmen inzwischen von signifikanter Bedeutung.

Mit vielen kleinen und großen Schritten wollen wir bei GERRY WEBER Sustainability aus der Peripherie holen und zum integralen Bestandteil unserer Unternehmenskultur und unserer Marke machen. Wir sehen es als unsere unternehmerische Verantwortung, unseren Beitrag für eine bessere Umwelt zu leisten und der nächsten Generation eine Zukunftsperspektive zu geben. Wir wollen eine Welt gestalten, in der wir alle gesund und friedlich miteinander arbeiten und leben können!

Die Nachhaltigkeitsagenda ist nur der Anfang. Unser Ziel ist es, dass Nachhaltigkeit von jeder Mitarbeiterin und jedem Mitarbeiter bei jeder Entscheidung mitgedacht wird. Diesen Gedanken bis zur ganz konkreten Umsetzung möchten wir mit den „Nachhaltigkeitsbotschafter*innen“ aus

„Neue Denkweisen und Konzepte sind gefragt um Unternehmen – für die **Zukunft** und den gesellschaftlichen Wandel genügend – aufzustellen.“

Angelika Schindler-Obenhaus, CEO GERRY WEBER

der Taskforce in jedem Bereich des Unternehmens fest implementieren. Um alle Mitarbeitenden zu Nachhaltigkeitsexperten zu machen, werden wir in 2022 erstmals alle Themen systematisch über eine Nachhaltigkeitswoche in die Breite transportieren. CSR ist bei GERRY WEBER kein Spezialthema mehr, sondern geht jeden einzelnen etwas an. Fortsetzung folgt!

Während der Schlussredaktion unseres Nachhaltigkeitsberichts haben auch wir bei GERRY WEBER dem russischen Angriff auf die Ukraine zusehen müssen. Krieg ist die am wenigsten nachhaltige Lösung, um die eigentlichen Herausforderungen auf unserem Planeten zu bewältigen. Unser Ausblick auf das kommende Jahr wird deshalb neben den im Bericht geschilderten Aktivitäten im Wesentlichen davon geprägt sein, die wirtschaftlichen Folgen dieses Krieges abzumildern. Zum jetzigen Zeitpunkt können wir nur hoffen, dass es eine friedliche Lösung geben kann. Wir bei GERRY WEBER sind mit allen Menschen solidarisch, die sich für eine solche friedliche Lösung einsetzen und wir unterstützen alle Opfer dieses Krieges und die Menschen, die zu uns geflüchtet sind. GERRY WEBER wird Möglichkeiten im und außerhalb des Unternehmens suchen, bei der Bewältigung dieser enormen Aufgabe einen Beitrag zu leisten.

Die Gerry Weber Mitarbeiter*innen haben mit großer Solidarität Sachspenden auf den Weg in die Ukraine gebracht und über die Organisation betterplace.org Geldspenden für die Hilfsorganisationen gesammelt.



Angelika Schindler-Obenhaus
Chief Executive Officer
CEO | GERRY WEBER



Florian Frank
Chief Financial Officer
CFO | GERRY WEBER



NACHHALTIGKEITS- BERICHT GERRY WEBER

2021

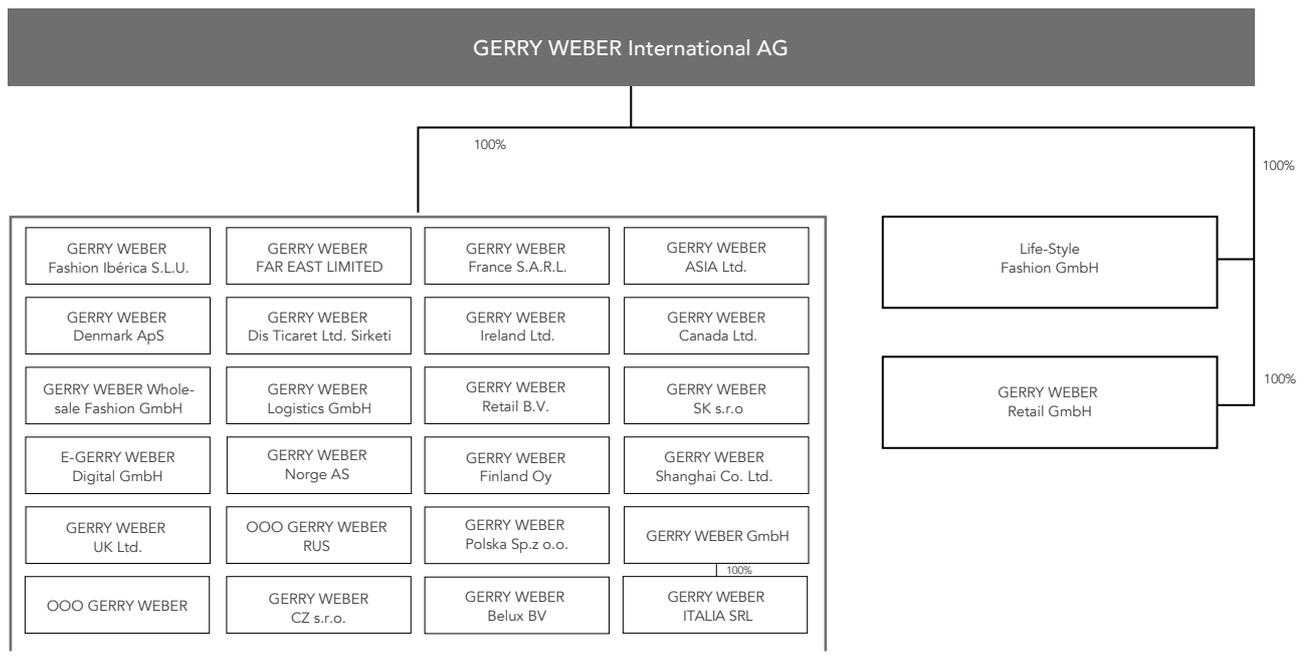
BERICHTSPROFIL

GERRY WEBER legt hiermit seinen Nachhaltigkeitsbericht vor. Der Bericht wendet sich vor allem an Geschäftspartner*innen, Investor*innen und Privataktionäre, Mitarbeiter*innen, Kund*innen und Nichtregierungsorganisationen sowie Interessierte aus gesellschaftlich engagierten Gruppen, Politik, Wirtschaft und Wissenschaft. Der Bericht informiert über die Nachhaltigkeitsaktivitäten und -ziele des Unternehmens und hält sich an die Vorgaben der Richtlinien des Corporate Social Responsibility Richtlinienumsetzungsgesetzes (CSR-RUG) und orientiert sich an den Richtlinien der Global Reporting Initiative (GRI). Die Berichtsinhalte hat GERRY WEBER anhand einer

Wesentlichkeitsanalyse bestimmt und priorisiert. Berichtszeitraum ist das Geschäftsjahr 2021 mit Stichtag 31. Dezember. Wesentliche Aktivitäten, die nach diesem Datum eingetreten sind, wurden bis zum Redaktionsschluss am 31. März 2022 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.

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





Bildrechte: Nicole Donath

UNTERNEHMENSPROFIL

Die GERRY WEBER International AG mit Sitz in Halle/Westfalen ist ein weltweit operierender Mode- und Lifestyle-Konzern, der drei starke Markenfamilien unter einem Dach vereint: GERRY WEBER, TAIFUN und SAMOON. Unsere Marken stehen für hochwertige und trendorientierte Mode sowie Accessoires für die anspruchsvolle, qualitätsbewusste und modische Kundin. Dabei unterstreicht

jede Marke auf ihre ganz eigene Weise den individuellen Stil der Trägerin. Seit der Gründung im Jahr 1973 hat sich die an der Frankfurter Börse notierte GERRY WEBER International AG zu einem der bekanntesten Mode- und Lifestyleunternehmen entwickelt. Der Konzern verfügt über Vertriebsstrukturen in mehr als 60 Ländern und zählt zu den größten Modekonzernen in Deutschland.

GERRY WEBER

GERRY WEBER ist die führende Womenswear Lifestyle Marke im Modern Classic Mainstream Markt – Sie begeistert und inspiriert Frauen auf der ganzen Welt.



TAIFUN

TAIFUN ist die relevante Marke im Modern Casual Mainstream Markt – Sie begleitet jeden Moment im Tag der modernen aktiven Frau.





SAMOON

SAMOON ist die führende Curvy Womenswear Marke im Modern Mainstream Segment.



VERANTWORTUNGSVOLLE UNTERNEHMENS- FÜHRUNG – WE ARE GERRY

Als international tätiges Unternehmen in einem sehr wettbewerbsintensiven Marktumfeld ist sich GERRY WEBER Gruppe bewusst, dass der Unternehmenserfolg vor allem auf der Motivation, der Innovationsfähigkeit, der vertrauensvollen Zusammenarbeit und dem Engagement der Mitarbeiter*innen beruht.

Daher ist es der GERRY WEBER Gruppe sehr wichtig ein Arbeitsumfeld zu schaffen, dass sich den wechselnden Bedarfen der Mitarbeiter*innen anpasst und gleichzeitig genügend Raum für Innovation lässt.

GERRY WEBER hat im Berichtsjahr eine weltweite Umfrage unter den Mitarbeiter*innen durchgeführt, um zu ermitteln, welche Werte besonders wichtig für die Mitarbeiter sind und worauf der Fokus gelegt werden sollte.

Den Mitarbeiter*innen der GERRY WEBER International AG sind besonders die folgenden Werte wichtig:

1. Teamgeist
2. Wertschätzung
3. Achtsamkeit

Auf dieser Grundlage wurde ein spezielles Training für die Führungskräfte entwickelt, was diese Werte aufgreift und regelmäßig auf Wirksamkeit überprüft wird.

Die GERRY WEBER Gruppe bietet ihren Mitarbeiter*innen ein Arbeitsumfeld mit flachen Hierarchien, einer Duz-Kultur und direkter Kommunikation zum Vorstand.

Im Berichtsjahr wurde das Mobile Working Concept eingeführt, welches sich den einzelnen Bedarfen der Mitarbeiter*innen anpasst. Auf dieses Thema wird noch genauer im Kapitel Mitarbeiter*innen eingegangen. Das Konzept stellt die vertrauensvolle Zusammenarbeit in den Vordergrund.

Da die Zufriedenheit unserer Mitarbeiter*innen für uns als Unternehmen die entscheidende Grundlage für unseren Erfolg bildet, messen wir in regelmäßigen Umfragen die Zufriedenheit unserer Mitarbeiter*innen. Durch diese Umfragen können wir wichtige Punkte aufgreifen und rechtzeitig, falls notwendig, Veränderungen einleiten.

Transparente Kommunikation ist für die GERRY WEBER Gruppe ein wesentliches Anliegen. Unsere Mitarbeiter*innen werden regelmäßig per Newsletter oder sogenannten



Town Halls über Neuigkeiten oder Updates zu Programmen und Initiativen informiert. Dabei hält GERRY WEBER alle gesetzlichen Vorschriften zu Mitteilungsfristen ein.

COMPLIANCE

Werte und Leitlinien

Die vertrauensvolle und wertebasierte Zusammenarbeit mit Mitarbeiter*innen, Geschäftspartner*innen, Aktionär*innen 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, Kund*innen, Geschäftspartner*innen, Aktionär*innen oder Kolleg*innen 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 Mitarbeiter*innen 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, Verstößen 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, zum Umgang mit Geschenken und Einladungen, zum Umgang mit Daten und Informationen, Social Compliance,

Kapitalmarkt und Gesundheit, Umwelt und Sicherheit, schaffen wir einen verbindlichen Rahmen, der uns hilft, unsere Ziele zu erreichen.

Das Compliance Programm wird flankiert durch ein unternehmensweites Hinweissystem, welches die Mitarbeiter 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, gewährt der Ombudsmann auch die Anonymität des Hinweisgebers gegenüber GERRY WEBER.

Im Berichtsjahr wurden Fragen vornehmlich zu Corona eingereicht. Diese wurden durch den Compliance Officer geklärt. Es gab im Berichtsjahr keine Korruptionsfälle.

Informationen und Dokumente zum Verhaltenskodex, den Konzernrichtlinien sowie dem Hinweismanagement und allen relevanten Ansprechpartnern sind für alle Mitarbeitende jederzeit über das Unternehmensintranet abrufbar.

Verhaltenskodex

Wir wollen allen Mitarbeiter*innen 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 Kolleg*innen, Kund*innen, Zulieferer*innen, Geschäftspartner*innen sowie weiteren Stakeholdern. Er ist für alle im gleichen Maße gültig – für Vorstand, Führungskräfte und die Mitarbeiter weltweit. Wir wollen damit den gesellschaftlichen und eigenen Anforderungen gerecht werden.

Social Compliance Agreement

Die GERRY WEBER International AG sieht sich nicht nur in der Verantwortung, sich aktiv für die Einhaltung von Gesetzen, Richtlinien und Menschenrechten einzusetzen, es ist vielmehr in unserem Selbstverständnis und in unseren Werten verankert.

Das gilt für unsere Mitarbeiter*innen sowie für alle Beschäftigten entlang der Wertschöpfungskette.

Wir haben uns daher 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 der amfori BSCI sind die Schulung des Bewusstseins und Wissens für die Bedürfnisse der Mitarbeiter*innen 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 multinationale Unternehmen, UN Global Compact und International Labour Organization (ILO) und Children’s Rights and Business.

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 unserem Geschäftspartner*innen und deren eventuellen Unterlieferanten unterschrieben werden muss.

Das Social Compliance Agreement soll 2022 durch ein Beschwerdeverfahren vervollständigt werden. Das Beschwerdeverfahren soll den Mitarbeiter*innen unserer Lieferanten die Möglichkeit geben, Beschwerden über Verletzungen des amfori BSCI Code of Conducts direkt an uns zu richten. Die Beschwerden werden dann von amfori kommuniziert und in Zusammenarbeit mit dem betroffenen Unternehmen entsprechend gelöst. Dieses System entwickeln wir gemeinsam mit amfori BSCI und erwarten das Go-Live in Q3 des Berichtsjahres.

DATENSCHUTZ UND INFORMATIONSSICHERHEIT

Informationen, egal ob analoger oder digitaler Natur, sind von zentraler Bedeutung für 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.

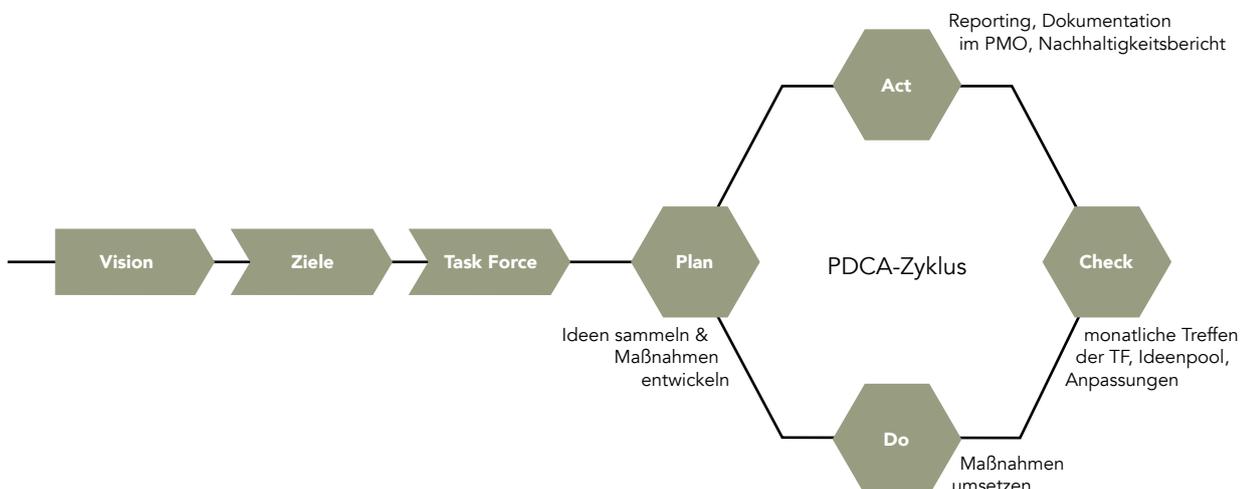
Daten, insbesondere auch personenbezogene, von Kund*innen, Mitarbeiter*innen sowie Geschäftspartner*innen und Aktionär*innen haben nicht nur eine hohe Relevanz für die Einzelnen, sondern sind auch für die GERRY WEBER International AG besonders schützenswert. Um das Risiko von Verstößen gegen die regulatorischen 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.

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 beim Vorstand der GERRY WEBER International AG. Der Vorstand beschließt die konzernweit geltenden nachhaltigkeitsrelevanten Richtlinien und Standards. Strategisch und operativ wird das Thema im Bereich Corporate Social Responsibility gesteuert und umgesetzt.

Vorgehen



Die Abteilung Corporate Social Responsibility arbeitet eng mit den Fachabteilungen Einkauf, Supply Chain Management oder Design für die Umsetzung zusammen. In unseren Lieferländern wurden Einkaufs- und Qualitätssicherungsteams installiert. Diese wurden durch Corporate Social Responsibility Mitarbeiter*innen insbesondere zu Aspekten der Umwelt- und Sozialstandards geschult und wirken bei der Einhaltung mit.

Im Berichtsjahr wurde die Sustainability Task Force installiert, die neben der Corporate Social Responsibility Abteilung ein funktions- und abteilungsübergreifendes Steuerungsgremium darstellt. Die Leitung der Sustainability Task Force obliegt dem Vorstand, der damit direkten Einfluss auf die eingeleiteten Maßnahmen sowie deren Umsetzung hat.

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 Priorisierung wird in enger Absprache mit dem Vorstand getroffen. Mit dem Vorstand finden dazu regelmäßige Meetings im Abstand von 4 Wochen statt. Die Task Force trifft sich regelmäßig alle vier Wochen. Themen im Berichtsjahr waren zum Beispiel, die

Re-Zertifizierung des Unternehmens nach der ISO 50001, 14001, GOTS, das Instore Recycling und das Leasen von E-bikes für Mitarbeiter*innen.

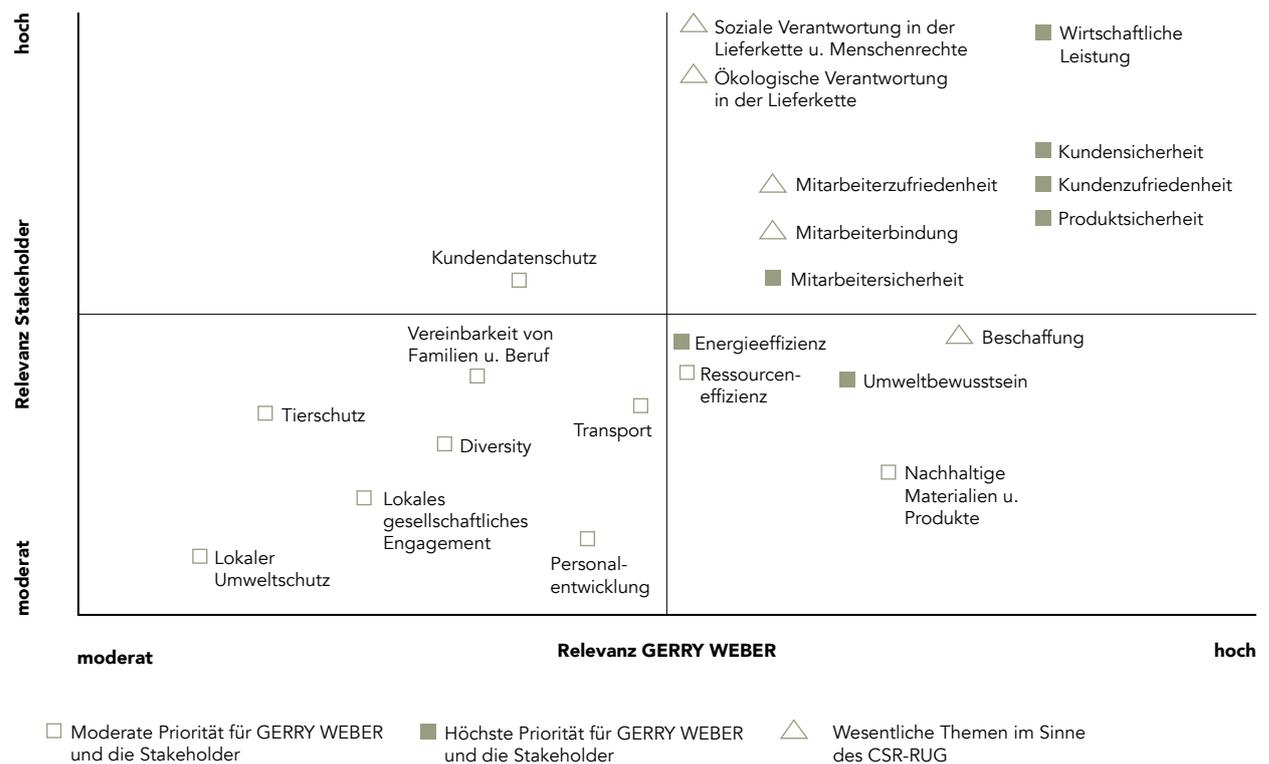
Nachhaltigkeit ist für die GERRY WEBER International AG wichtig, aber wir werden sie nur erfolgreich umsetzen können, wenn das Bewusstsein dafür über alle Unternehmensebenen hinweg vorhanden ist – und von jedem Einzelnen verstanden und gelebt wird. Deshalb informieren wir unsere Mitarbeiter*innen regelmäßig über die Projekte der Sustainability Task Force, sowie über die Strategie und Ziele. Wir motivieren sie, sich an unseren Nachhaltigkeitsprojekten zu beteiligen und selbst proaktiv tätig zu werden.

NACHHALTIGKEITS-STRATEGIE

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.

Wesentlichkeitsmatrix



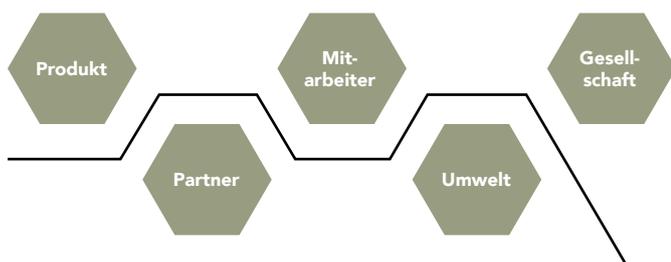


In der durchgeführten Wesentlichkeitsanalyse wurden die besonderen Herausforderungen der COVID-19-Pandemie berücksichtigt und gesellschaftliche Themen mit einbezogen. Als Ergebnis ergab sich durch die Befragung unterschiedlicher Stakeholdergruppen eine hohe Einstufung des Themas „Mitarbeiter*innen“.

Die Ergebnisse aus der Wesentlichkeitsanalyse haben wir im Berichtsjahr genutzt, um unsere Nachhaltigkeitsstrategie zu finalisieren. Dabei wurden auch die Auswirkungen unserer Geschäftstätigkeiten auf soziale und Umweltbelange in die Bewertung der Themen miteinbezogen. Auf dieser Grundlage definierte das Unternehmen in

seinem Nachhaltigkeitsprogramm strategische Ziele für seine Handlungsfelder. Die Handlungsfelder sind Fokusfelder, die den gesamten Einfluss unserer Aktivitäten entlang der Wertschöpfungskette abbilden. Diese entsprechen den im HGB § 289 c festgelegten nichtfinanziellen Aspekten. Insgesamt umfasst die Nachhaltigkeitsstrategie insgesamt 25 Ziele und 5 Handlungsfelder. Die festgelegten Ziele der einzelnen Handlungsfelder entsprechen den vorgeschriebenen wesentlichen nichtfinanziellen Leistungsindikatoren. Auf diese Indikatoren gehen wir in den jeweiligen Themenblöcken darauf ein. Wir werden fortlaufend über den Fortschritt der identifizierten Ziele berichten.

Handlungsfelder



Erläuterung

- die Ziele der GERRY WEBER Nachhaltigkeitsstrategie sind auf die fünf Handlungsfelder aufgeteilt
- die Handlungsfelder decken alle ESG-Kriterien und die Anforderungen der gesetzlichen nicht-finanziellen Berichterstattung ab
- durch die Aufteilung auf Handlungsfelder lässt sich das umfangreiche Thema Nachhaltigkeit besser clustern
- durch einen kontinuierlichen PDCA-Zyklus werden die Fortschritte dokumentiert und reportet

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 Investor*innen, Kund*innen, Analyst*innen, Geschäftskund*innen, Mitarbeiter*innen und Lieferant*innen. 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, Zivilgesellschaft (Verbände, Initiativen, Nichtregierungsorganisationen), Rating-Agenturen, Behörden, Banken, Politik bzw. Gewerkschaften und Medien.

Unsere Endkund*innen 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 Endkund*innen.

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 Modeunternehmen der Branche. Dadurch gelingt uns die frühzeitige Identifikation von wesentlichen Themen unserer Stakeholdergruppen, Mitbewerber*innen 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*innen.

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.



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 German Fashion 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 Arbeitgeberverband 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 Kund*innen Produkte anbieten, die sozial und gesundheitlich unbedenklich sind und nicht die natürlichen Ressourcen der Erde belasten. Zugleich möchten wir aber auch unseren Kundenansprüchen nach langlebigen, qualitativ hochwertigen und innovativen Produkten gerecht werden.

Dementsprechend haben wir uns 2021 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.

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.

Wir setzen bereits seit 2016 nachhaltige Materialien ein, aber erstmals im Berichtsjahr wurden für bestimmte Materialien strategische Ziele gesetzt, um diese durch nachhaltigere Alternativen zu ersetzen.

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

Die Ziele für die schrittweise Erhöhung des Anteils nachhaltiger Materialien wurden innerhalb der Sustainability Taskforce zusammen mit den Produktverantwortlichen im Berichtsjahr festgelegt und verabschiedet.

Strategische Ziele Produkt

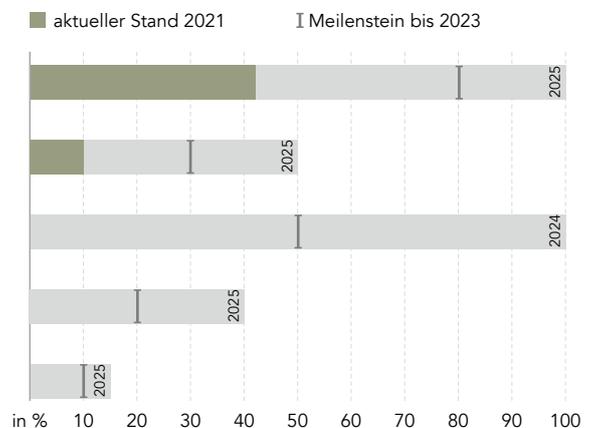
Erhöhung des Anteils zertifizierter/nachhaltigerer Baumwolle auf 100% des Gesamtvolumens bis 2025

Erhöhung des Anteils nachhaltiger Zellulosefasern (Lenzing™ Lyocell/Tencel™, Ecovero™) auf 50% bis 2025

Erhöhung des Anteils zertifiziertem/recyceltem Kaschmirs auf 100% bis 2024

Erhöhung des Anteils zertifizierter/recycelter Wolle auf 30% des Gesamtvolumens bis 2025

Erhöhung des Anteils recycelter synthetischer Fasern auf 15% bis 2025



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

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

Im folgenden Abschnitt werden die nachhaltigen Materialien erläutert.

Der stetig erhöhte Einsatz zertifizierter und recycelter Materialien erhöht die Transparenz der Lieferkette und fördert das Prinzip der Kreislaufwirtschaft.

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 wird beim herkömmlichen Anbau von Baumwolle viel Wasser verbraucht und oftmals Pestizide und Düngemittel eingesetzt. Da Baumwolle sehr stark nachgefragt wird, arbeitet man im 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.

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 Menschen und Umwelt auswirken.

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

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™-zertifizierten, kontrollierten und nachhaltigen 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 somit um 50% gesenkt.

Recyceltes Polyester

Das Recycling von Kunststoffen wie z. B. 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.



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 2021 dazu entschlossen den Anteil von zertifizierter oder recycelter Wolle schrittweise bis 2025 auf 30% zu erhöhen. Ferner haben wir uns ebenfalls zum Ziel gesetzt den Anteil von zertifiziertem oder aber recyceltem Kaschmir auf 100% bis 2024 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.“

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.

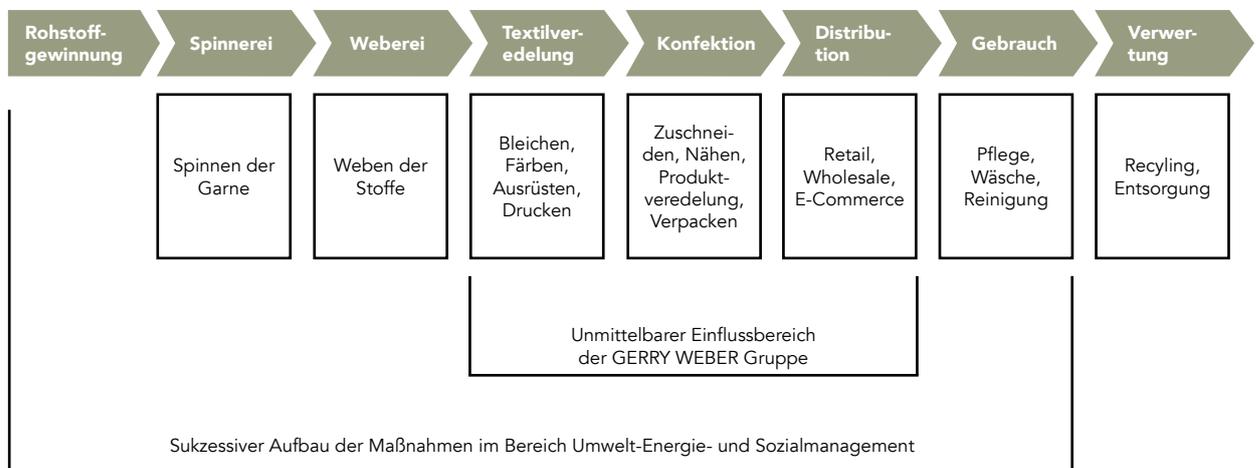
Wir unterstützen diese mit dem Ziel, die Einhaltung der Menschenrechte, der Sozialstandards und Arbeitsrechte sowie die Bezahlung fairer Löhne zu gewährleisten. Wir verurteilen und verbieten Kinder-Zwangs- und Pflichtarbeit und werden solche ausbeuterischen und menschenfeindlichen Praktiken in keinem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

Unsere textile Lieferkette



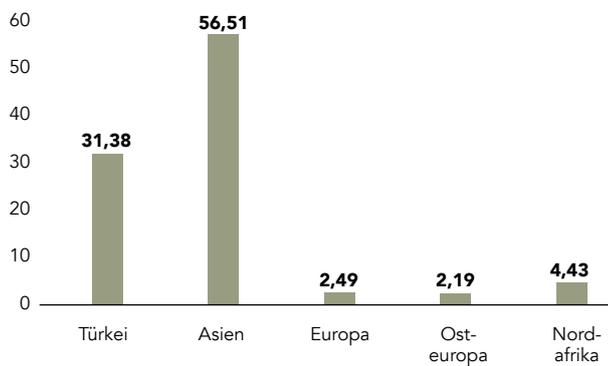
Managementansatz

Die GERRY WEBER International AG ist ein global tätiges Unternehmen. Unsere Produkte werden überwiegend in Asien und der Türkei gefertigt. Es wurde im Berichtsjahr nicht mit lokalen Zulieferern zusammengearbeitet. Im Berichtsjahr verteile sich die Beschaffung wie folgt:

Beschaffungsvolumen nach Art der Beschaffung



Beschaffungsvolumen pro Land/Region (in %)



Es gab keine signifikanten Änderungen in der Lieferkette im Berichtsjahr.

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 gezeichnet werden, kommt es zu keiner Geschäftsbeziehung.



Heike Wendorf, Director Purchase

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

Menschenrechtliche Risikoanalyse

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

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 Näreieien des jeweiligen Beschaffungslandes, die von diesem Risiko betroffen werden sein könnten.

Des Weiteren analysieren wir beim Kriterium „Impact/Einfluss“, welcher Akteur für den Eintritt des Risikos verantwortlich wäre. 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.

Die menschenrechtliche Risikoanalyse ist ein kontinuierlicher Prozess, den wir aufgrund von aktuellen Entwicklungen und Erkenntnissen stetig analysieren, überprüfen und gegebenenfalls anpassen.

Soziale Verantwortung in der Lieferkette



Annette Koch, Head of CSR

Lieferantenmanagement

Jeder neue Lieferant muss vor Beginn seiner Produktion für die GERRY WEBER Gruppe ein amfori BSCI oder ein vergleichbares Audit vorweisen

Für ein verantwortungsvolles Lieferantenmanagement ist es wichtig, seine Partner*innen sorgfältig auszuwählen. Daher

sind die folgenden Bereiche Bestandteile des strikten Aufnahme- und Auswahlprozesses: Liefertreue, Einhaltung hoher Qualitäts- und Verarbeitungsstandards, der gesetzlichen Vorgaben, wettbewerbsfähiger 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 Mitarbeiter*innen überprüfen dies stichprobenartig vor Ort.

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

In einem ersten Schritt haben wir uns zum Ziel gesetzt bis 2025 eine 100%ige Erfassung unserer kompletten Lieferkette zu erreichen. 2021 haben wir bereits 30% 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. 2021 haben bereits 70% der Lieferanten der GERRY WEBER International AG ein

eigenes Monitoring- oder aber Auditsystem für ihre Lieferkette entwickelt. 2024 sollten 100% unserer Fertigteillieferanten dieses Ziel erreicht haben.

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

Regelmäßige Audits

Das Audit als eine Maßnahme des Risikomanagements, soll uns dabei unterstützen, das Risiko pro Lieferanten zu identifizieren. 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 2021 sind der Grafik (auf Seite 25) zu entnehmen.

Strategische Ziele Partner

Fertigteillieferanten mit einer direkten Geschäftsbeziehung zu GW sind zu 100% durch Amfori BSCI Audit geprüft bis 2021

100% transparente Erfassung und Kommunikation der Lieferkette aller Stufen bis 2025

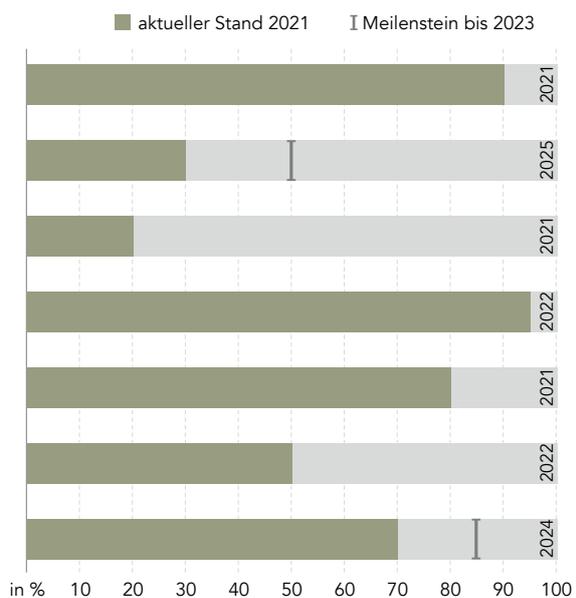
Entwicklung einer Strategie zur Förderung von angemessenen und fairen Löhnen in der Lieferkette bis 2021

Fertigteillieferanten mit einer direkten Geschäftsbeziehung zu GW haben zu 100% ein zufriedenstellendes Auditergebnis bis 2022

Erstellung einer ökologischen Risikoanalyse bis 2021

Einführung der ZDHC MRSL – alle Lieferanten mit Nassprozessen streben nach Konformität bis 2022

Alle Fertigteillieferanten haben ein angemessenes System ihre Lieferkette zu prüfen, Subcontractor zu 100% geprüft, durch BSCI Audit oder andere Monitoring Maßnahmen bis 2024



Durch die COVID-19-Pandemie konnten wir Audits nicht so durchführen, wie geplant. Ebenso mussten wir aufgrund der Pandemie ausstehende Verbesserungen bei unseren Lieferanten verschieben. Daher ging die Quote der Lieferanten mit einem guten Audit leicht zurück.

Im Berichtsjahr wurden keine schwerwiegenden Verletzungen festgestellt die in den Audits häufig festgestellten Abweichungen betreffen vor allem die Bereiche Management System und Kaskadeneffekt, sowie Arbeitssicherheit und angemessene Arbeitsstunden.

GERRY WEBER ist sich der Auswirkungen seiner internationalen Geschäftstätigkeiten bewusst, daher haben wir 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.

Im Berichtsjahr haben 95 % unserer Fertigteillieferanten ein amfori BSCI Audit durchlaufen. Die restlichen 5 % werden im Jahr 2022 auditiert werden.

Als weiteres Ziel haben wir uns die Verbesserung der Sozialstandards bei unseren Lieferanten gesetzt. Fertigteillieferanten mit einer direkten Geschäftsbeziehung zu GERRY WEBER sollen bis 2022 ein zu 100 % zufriedenstellendes Ergebnis in den amfori BSCI Audits erzielen.

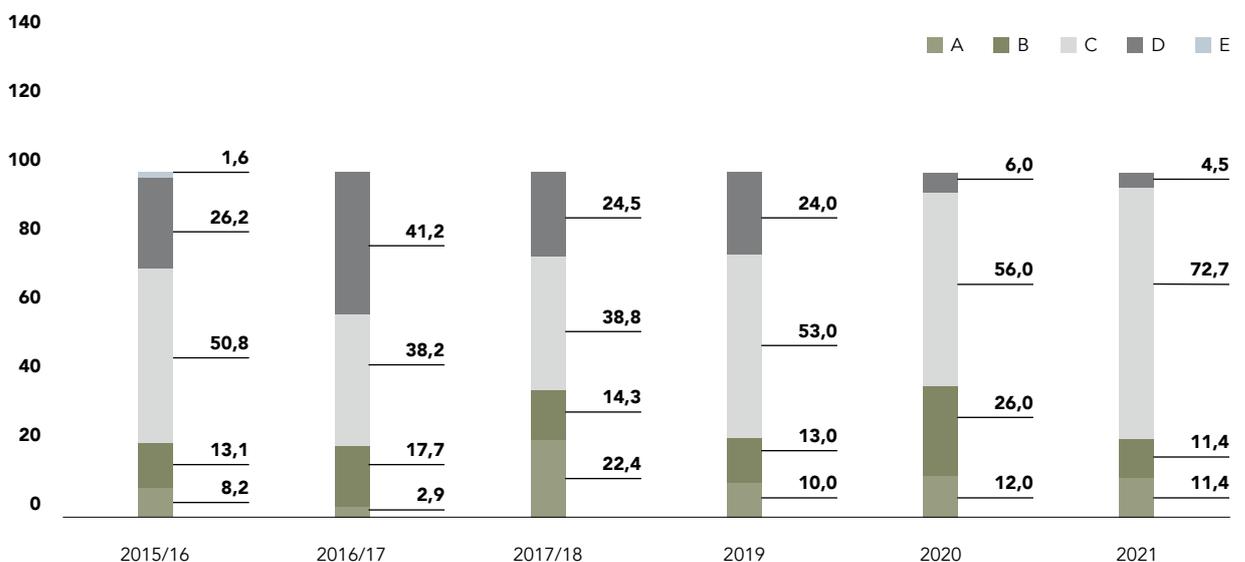
Dazu arbeiten wir gemeinsam mit unseren Lieferanten an den im Auditbericht festgestellten Mängeln und leiten gemeinschaftlich Verbesserungsmaßnahmen ein. Ein wichtiges Instrument, um Verbesserungen zu erreichen, sind Schulungen der Lieferanten und ihrer Verantwortlichen. Die Lieferanten können über die amfori BSCI Academy Trainings, auch online, besuchen und werden zu einzelnen Punkten geschult.

Durch diese Mittel konnten im Berichtsjahr 95% unserer Fertigteillieferanten ein zu 100 % zufriedenstellendes Auditergebnis erreichen. Im nächsten Jahr sollten die als Ziel gesetzten 100% erreicht werden können.

Living Wage

GERRY WEBER verdankt seinen Erfolg nicht nur den Mitarbeiter*innen an den unternehmenseigenen Standorten, sondern auch den Mitarbeiter*innen 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 weiteren Aspekten. Die Herausforderung ist, dass es keine einheitliche Definition des Living Wages 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

Entwicklung der Audit-Ergebnisse (in %¹)



1 Aufgrund von Rundungen ergeben die Summen nicht immer 100%.

2 A/ gut bis E/ sofortige Maßnahmen erforderlich

zu entwickeln, um unseren Beitrag zu diesem Thema leisten zu können. Da wir durch COVID-19 auch im Berichtsjahr wieder vor Herausforderungen gestellt waren, mussten wir das Thema etwas zurückstellen und konnten so nur erste Schritte der Roadmap entwickeln. Diese Entwicklung soll aber 2022 fortgesetzt und beendet werden.

Ökologische Verantwortung in der Lieferkette



Antje Finke, Quality Management,
Ecological Requirements

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. Dazu 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 Direktive 76/769/EEC mit ihren entsprechenden Änderungen und Ergänzungen
- REACH Annex XIV (Candidate List)
Complying with article 57 REACH
(Europäische Direktive 1907/2006)
- Verpackungsverordnung

Die akkreditierten Prüflaborvertragspartner prüfen sämtliche Artikel, sowohl aus Europa als auch aus Asien, nach vorgegebenem 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 sogenannten Full Gament Test stichprobenartig zusätzlich auf die möglichen Risikoparameter geprüft.

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 gar 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 wurde dies bei 50% der Betriebe erlangt.

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

OEKO-TEX 100 Zertifizierung

Seit 2020 haben wir die Zertifizierung nach dem Oeko-Tex 100 Standard. Der Oeko-Tex Standard 100 garantiert, dass alle Bestandteile des Produktes auf Schadstoffe geprüft wurden und diese die gesetzlichen Höchstwerte unterschreiten. Darüber hinaus werden auch noch nicht gesetzlich geregelte, aber gesundheitlich bedenkliche, Materialien ausgeschlossen.

Global Organic Textile Standard (GOTS)

2021 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 sind gefährliche 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 an Abbau- bzw. Eliminierbarkeit sowie Toxizität.

Alle Abwässer müssen geklärt werden, um Arbeiter*innen, Umwelt und Wasservorräte zu schützen. Ausschließlich Textilien, die aus mindestens 70% oder 95% 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, also mit mindestens 95% kbA-Baumwolle (Baumwolle aus kontrolliert biologischem Anbau) als auch die Labelstufe 2 für Produkte mit einem Anteil zwischen 75 bis 94% kbA Baumwolle.

MITARBEITER*INNEN



Die wesentlichen Erfolgsfaktoren für den Erfolg der GERRY WEBER International AG sind die Kreativität, das Fachwissen und das Engagement seiner Mitarbeiter*innen. Nur durch ihren Einsatz und ihre persönliche Motivation,

durch ihre Begeisterung für Mode, Trends und den Mut für neue Ideen entstehen unsere modernen, anspruchsvollen Kollektionen.

Unsere Mitarbeiter*innen 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, wie 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 zu der Einhaltung und Achtung der Menschenrechte sowie zu den in unserem Verhaltenskodex festgelegten Werten.

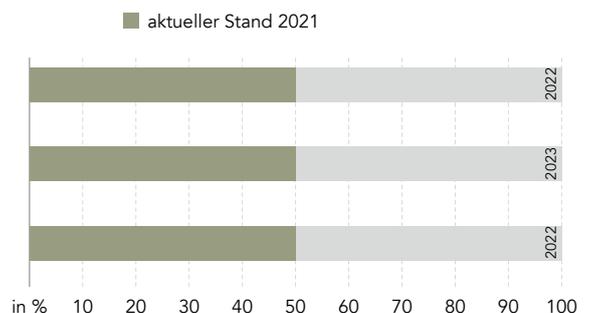
Mit diesen Punkten tragen wir zu dem SDG 8 bei.

Strategische Ziele Mitarbeiter

Employer Branding „Join and Stay“ bis 2022

Steigerung Mitarbeiterzufriedenheit an Hand von Befragung, Verbesserung von GW als Arbeitgeber bis 2023 (Cultural Change zur Leistungs- & Spaßkultur)

Intensivierung der Personalentwicklung und Weiterbildung bis 2022



Managementansatz



Dirk Wefing, Director Human Resources

Mit unserem Programm „Join & Stay“ haben wir es uns als Ziel gesetzt, zu einem der führenden Arbeitgeber der Modebranche zu werden. Dieses Programm haben wir im Berichtsjahr unter Einbezug der Mitarbeiter*innen entwickelt. So haben wir als ersten Schritt, die für unsere Mitarbeiter*innen wichtigen Werte in einer Umfrage festgestellt. Die folgenden Werte wurden als sehr wichtig von unseren Mitarbeitern eingestuft:

1. Teamgeist
2. Wertschätzung
3. Achtsamkeit

Diese Werte bilden die Grundlage unserer Unternehmenskultur und die Basis für unsere Personalarbeit.

Zu den Eckpunkten des Programms „JOIN & STAY“ gehören ein Work-Life-Balance-Konzept, ein informelles und legeres Arbeitsklima, Aufstiegs- und Weiterbildungsmöglichkeiten sowie Projektverantwortung und Karrierechancen sowie die Förderung von Frauen in Führungspositionen.

Für alle Punkte wurden Maßnahmen identifiziert und zum Teil bereits voll umfänglich eingeleitet. In regelmäßigen Abständen werden wir die für unsere Mitarbeiter*innen wichtigen Werte und Fokusthemen überprüfen und gegebenenfalls anpassen.

Einige Maßnahmen, z. B. im Bereich der Schulungen mussten jedoch aufgrund der COVID-19-Pandemie zurückgestellt werden. Diese werden wir in 2022 implementiert und abgeschlossen haben. Das Ziel „Implementierung eines Employer Branding- Programms“ haben wir 2021 zu 50% erreichen können.

Dabei möchten wir die Unternehmenskultur bei GERRY WEBER durch einen kulturellen Wechsel zu einer Leistungs- und Spaßkultur entwickeln. Als erste Maßnahmen haben wir die DUZ-Kultur bei GERRY WEBER im Berichtsjahr eingeführt. Durch diese Maßnahme werden der vertrauensvolle und offene Umgang der Mitarbeiter*innen auf allen Ebenen gestärkt. Zudem gestalten wir das Gehaltsgefüge zunehmend leistungsorientierter. Gute Leistung soll mit einem guten Gehalt entsprechend entlohnt werden. Diese Maßnahmen sind von weiteren Maßnahmen flankiert worden, wie die Einführung des Mobile-Working-Concepts, flexible Arbeitszeiten, Bike Leasing, ein Betriebsrestaurant mit Koch und eine betriebsnahe Kita.

Der Change Prozess erfordert eine transparente und klare Kommunikation, um von allen mitgetragen werden zu können. Daher gibt es regelmäßige Newsletter und Informationen an die Mitarbeiter*innen. Um Fragen und Anmerkungen der Mitarbeiter*innen zu ermöglichen, ist im Intranet eine Rubrik eingerichtet worden, über die sich die Mitarbeiter*innen anonym an den Vorstand zu allen Themen wenden können. Diese Möglichkeit der Kommunikation wurde im Berichtsjahr häufig genutzt.

GERRY WEBER ist es wichtig, dass auch die Führungskräfte sich den Veränderungen der Arbeitswelt und von Arbeitskonzepten anpassen. Wir haben daher speziell ein Training für unsere Führungskräfte entwickelt, in dem zu Themen, wie zum Beispiel, „Mobile Führung“ geschult wird.

Auf der Grundlage des Ergebnisses der Werte-Umfrage hat GERRY WEBER sein Führungskonzept ergänzt und in die Führungskräfte-Trainings integriert. Im Berichtsjahr konnten wegen der COVID-19-Pandemie nicht alle Führungskräfte zu den Themen geschult werden. Das Training wird nach und nach ausgerollt werden.

Durch die eingeleiteten Maßnahmen hat GERRY WEBER im Berichtsjahr seinen Platz in der von der Textilwirtschaft lancierten Studie „Working-in-Fashion“ aufgrund der oben genannten Maßnahmen bereits um 10 Plätze verbessern können. Diese Verbesserung ist jedoch nur der erste Schritt für uns, denn wir sehen unsere Maßnahmen als langfristig. Grundsätzlich soll uns diese Studie als ein Messinstrument unserer Mitarbeiterzufriedenheit dienen. Ein weiteres Messinstrument zur Mitarbeiterzufriedenheit bilden interne Umfragen, die in regelmäßigen Abständen durchgeführt werden sollen.

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.

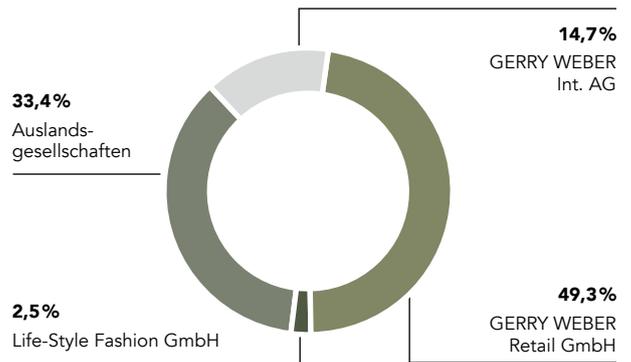
Die Grundprinzipien unseres Personalmanagements beruhen auf unseren Richtlinien. In unserem Verhaltenskodex (COC) wurden die Eckpunkte für ein vertrauensvolles Miteinander im Unternehmen sowie im Umgang mit Kund*innen und Lieferanten des Unternehmens festgehalten. Unsere Erwartungshaltung in der Zusammenarbeit 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 ¹

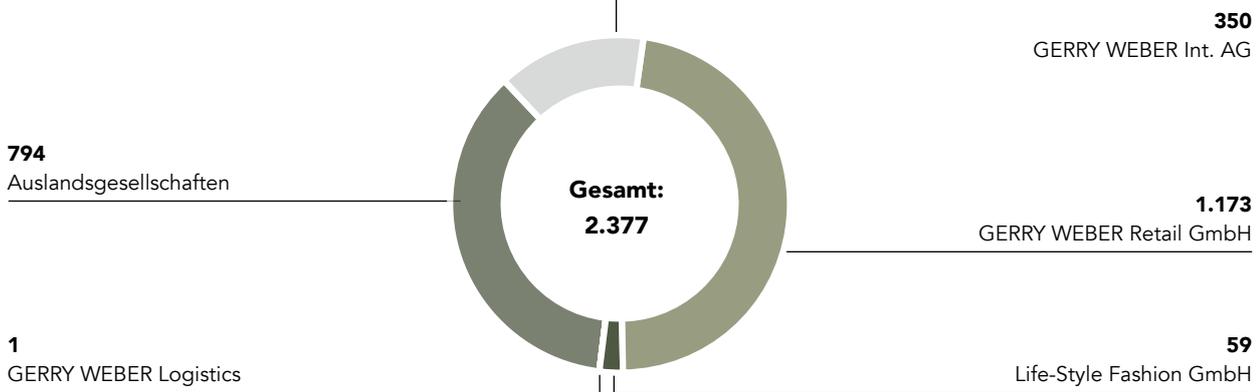


¹ Aufgrund von Rundungen ergeben die einzelnen Prozentangaben zusammen nicht volle 100%.

	Zum 31.12.2020			Zum 31.12.2021		
	Mitarbeiter gesamt	Davon Frauen in %	Davon Männer in %	Mitarbeiter gesamt	Davon Frauen in %	Davon Männer in %
GERRY WEBER International AG	359	68,2	31,8	350	68,0	32,0
GERRY WEBER Retail GmbH	1.145	98,2	1,8	1.173	98,2	1,8
Life-Style Fashion GmbH	58	84,5	15,5	59	84,7	15,3
GERRY WEBER Logistics	153	59,5	40,5	1	100,0	0,0
TB Fashion	97	99,0	1,0	0	0,0	0,0
Auslandsgesellschaften	781	NA	NA	794	93,7	6,3
Gesamt	2.593	88,6	11,4	2.377	91,9	8,1

¹ Aufgrund von Rundungen ergeben die einzelnen Prozentangaben zusammen nicht volle 100%.

Arbeitsvertrag permanent & temporär



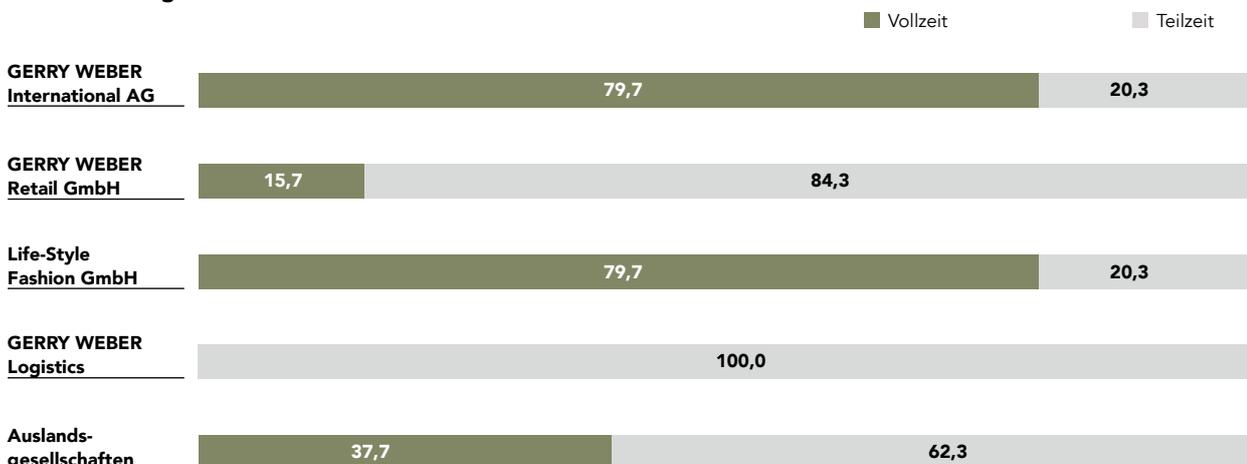
Arbeitsvertrag permanent & temporär

Zum 31.12.2021

	Mitarbeiter gesamt	permanent			temporär		
		gesamt in %	davon Männer	davon Frauen	gesamt in %	davon Männer	davon Frauen
GERRY WEBER International AG	350	86,6	98	205	13,4	14	33
GERRY WEBER Retail GmbH	1.173	88,9	20	1023	11,1	1	129
Life-Style Fashion GmbH	59	98,3	9	49	1,7	0	1
GERRY WEBER Logistics	1	100,0	0	1	0,0	0	0
Auslands-gesellschaften	794	83,2	44	617	16,8	6	127
Gesamt	2.377		171	1.895		21	290

1 Aufgrund von Rundungen ergeben die einzelnen Prozentangaben zusammen nicht volle 100%.

Arbeitsvertrag Voll- und Teilzeit zum 31.12.2021 in %



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 Kund*innen anzubieten.

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

Im Berichtsjahr haben wir die gendergerechte Sprache verpflichtend eingeführt, um unsere Haltung für alle Mitarbeiter*innen transparent darzustellen.

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

Position und Geschlecht in %

	Zum 31.12.2021	
	Männlich	Weiblich
Leitende Angestellte	50,0	50,0
Angestellte Mitarbeiter	9,7	90,3
Gewerbliche Mitarbeiter	4,6	95,4
Auszubildende	25,0	75,0
Temporäre Mitarbeiter	9,6	90,4

Position und Alter in %

	Zum 31.12.2021		
	< 30	30–50	über 50
Leitende Angestellte	0,0	68,8	31,3
Angestellte Mitarbeiter	6,5	33,2	60,2
Gewerbliche Mitarbeiter	12,6	17,7	69,7
Auszubildende	100,0	0,0	0,0
Temporäre Mitarbeiter	33,0	22,7	44,9

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.

Die COVID-19-Pandemie hat nochmal die Wichtigkeit von mobilen Arbeiten stärker ins Zentrum gerückt. Daher haben wir bei GERRY WEBER ein umfassendes und innovatives Mobile-Working-Konzept für maximale Flexibilität, individuelle Vereinbarkeit und Work-Life-Balance eingeführt. Im Durchschnitt sind 40% der Mitarbeiter*innen vor Ort, viele arbeiten an einigen Tagen in der Woche mobil von dort aus, wo es gerade passend ist. Damit signalisieren wir unseren Mitarbeitenden Vertrauen und Eigenverantwortlichkeit und möchten ihnen maximale zeitliche und örtliche Flexibilität ermöglichen.

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 Mitarbeiter*innen 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 im Notfall schnell und jederzeit bei ihren Kindern sein können.

Arbeitsicherheit und Gesundheitsschutz

Sicheres Arbeiten durch Corona-Taskforce und Healthcare (inkl. Test- & Impfzentrum)

Die Erhaltung und der Schutz der Gesundheit der Mitarbeiter*innen hat auch im zweiten Jahr der COVID-19-Pandemie eine hohe Bedeutung. Im zweiten Jahr der COVID-19-Pandemie ist CORONA für uns als Arbeitgeber und ebenso für unsere Mitarbeiter*innen immer noch eines der wichtigsten Themen im Bereich Gesundheitsschutz.

Eine Corona-Taskforce, die wir bei der GERRY WEBER International AG bereits im Februar 2020 eingesetzt haben, hat u. a. ein Maximum an Sicherheit unserer Mitarbeiter*innen während der Pandemie erreichen können. Die Einrichtung eines Test- und Impfzentrums mit nach wie vor kostenlosen Tests für alle Mitarbeiter*innen sowie einem ebenso niedrigschwelligen Impfangebot hat zu einer sehr niedrigen Infektionsrate und einem sicheren Gefühl am Arbeitsplatz beigetragen.

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

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

Bei ärztlicher Verordnung werden den Mitarbeiter*innen entsprechende Hilfsmittel, wie 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 zehn Ausbildungsplätze der Berufe Industriekaufmann/-frau, Fachinformatiker Systemintegration, Einzelhandelskauffrau/-mann, Kauffrau/Kaufmann im E-Commerce sowie Textil- und Modeschneider an.

Zum 31. Dezember 2021 waren 19 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 Student*innen den Einstieg ins Berufsleben mit einem dualen Studium an der Digital Business University. Im Berichtszeitraum hat ein Student*innen das Angebot genutzt.

Das Förderpotenzial der Mitarbeiter*innen wird in jährlich stattfindenden, zukunftsorientierten Gesprächen, den sogenannten Fortschrittsdialogen, mit dem direkten Vorgesetzten erhoben und umgesetzt. Das können individuelle oder Gruppenmaßnahmen sein. Im Berichtsjahr wurden digitale Trainings mit MS-Teams oder Webinaren realisiert.

Weiterbildungsmaßnahmen werden je nach Bedarf empfohlen. Ziel ist es, sowohl die persönliche als auch die fachliche Entwicklung zu fördern und zu unterstützen. Unsere Mitarbeiter*innen sollen mit dem und im Unternehmen wachsen können.





UMWELT



Wir nehmen unseren Führungsanspruch als führende Modemarke ernst. Wir schützen die Natur, die Umwelt und den Planeten. Wir verhalten uns verantwortungsvoll und setzen verlässliche Impulse für ein globales Miteinander in der Wertschöpfungskette der Mode.

2021 haben wir 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.

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. Wir erreichen mithilfe dieser Management-Systeme Effizienzverbesserungen in allen genannten Bereichen und messen kontinuierlich den Grad der Zielerreichung.

Dadurch ist es uns möglich etwaigen Umweltverstößen vorzubeugen und vor Eintritt zu eliminieren.

So wurden im Berichtsjahr keine Strafzahlungen wegen etwaiger Umweltverstöße verhängt

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

Im ersten Jahr der Berichterstattung sind wir lediglich dazu verpflichtet, zu den klimabezogenen Zielen zu berichten. Die Berichterstattung beschränkt sich im ersten Berichtsjahr auf die Angabe des Anteils der taxonomiefähigen und nicht taxonomiefähigen Wirtschaftsaktivitäten bezogen auf die Umsatzerlöse, Investitionen (CapEx) und operativen Aufwendungen (OpEx) sowie auf darauf bezogene ausgewählte qualitative Angaben.

Strategische Ziele Umwelt

CO₂-Neutralität der Firmenzentrale bis 2023

Verwendung von 100% Öko-Strom bis 2025

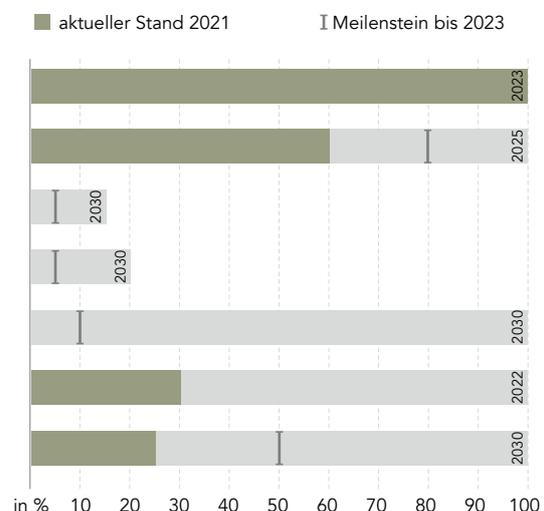
Senkung des externen Strombezugs bezogen auf die Fläche um 15% (Referenzjahr 2021) bis 2030

Reduzierung des relativen, nicht-recyclebaren Abfallaufkommens bezogen auf den Umsatz um 20% (Referenzjahr 2021) bis 2030

CO₂-Neutralität der internen Fahrzeugflotte bis 2030

Erstellung eines nachhaltigen Konzepts zum Thema Kreislaufwirtschaft inkl. Maßnahmen bis 2022

CO₂-Neutralität im gesamten Unternehmen bis 2030



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

Für die als taxonomiefähig einzustufende CapEx wurden beispielsweise Investitionen im Zusammenhang mit der Aufstellung von Instore Recycling-Boxen klassifiziert. Grundlage bildeten hier die Daten der Controlling- und Rechnungswesen-Abteilungen. Da die Summe der als taxonomiefähig einzustufenden CapEx in Relation zu den für das Berichtsjahr gesamt anfallenden CapEx insgesamt weniger als fünf Prozent beträgt, sind diese als unwesentlich einzustufen und werden folglich nicht berichtet.

Die taxonomiefähigen OpEx umfassen im Wesentlichen direkte Kosten, die sich auf Leasing, Wartung und Reparatur sowie auf Installation und Implementierung einer Nachhaltigkeits-Management-Software beziehen. Auch hier liegt der Anteil der taxonomiefähigen OpEx bei unter 5% und muss nicht berichtet werden.

Klimaschutz

Der Klimaschutz ist eine der globalen Herausforderungen unserer Zeit. Wir berücksichtigen den Klimawandel und seine Auswirkungen im Rahmen unseres Nachhaltigkeits- und Risikomanagements.



Wir beachten dabei zum einen den potenziellen Einfluss unserer Geschäftstätigkeiten auf die globale Treibhausgasbilanz und zum anderen den Einfluss des Klimawandels auf unsere Geschäftstätigkeit.

In einem ersten Schritt fokussieren wir uns auf unsere eigenen Standorte, da wir dort den größten Einfluss nehmen können.

Das Unternehmen hat sich als Ziel gesetzt, Klimaneutralität für die Firmenzentrale bis 2023 und für den gesamten Konzern bis 2030 klimaneutral anzustreben. Die Klimaneutralität der Firmenzentrale haben wir bereits Ende 2021 erreicht.

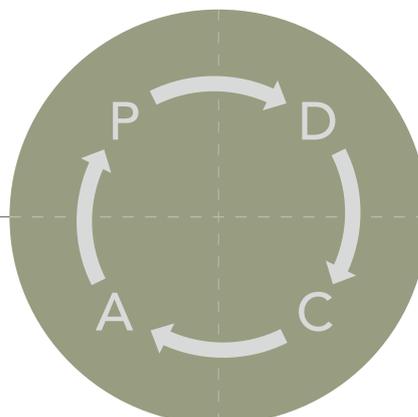
PDCA Zyklus

Plan

- Verantwortung des Top-Management
- Energiepolitik festlegen
- Energiebeauftragten benennen
- Erstbewertung der Energiesituation

Act

- Bewertung durch das Top-Management
- Management-Review
- Ableitung neuer Ziele



Do

- Verwirklichung und Betrieb
- Kommunikation innerhalb des Unternehmens
- Bereitstellung der notwendigen Ressourcen

Check

- Überprüfung
- Analyse
- Korrekturmaßnahmen
- Vorbeugemaßnahmen
- Interne Audits

Energie



Patrick Kühnast, Coordinator Shared Services & PMO

Bei GERRY WEBER wird im Rahmen des Energiemanagement-Systems kontinuierlich an der Reduktion der Energieverbräuche gearbeitet. So werden anhand eines festgelegten Monitoring- Prozesses Verbräuche überwacht. Dies ermöglicht eine schnelle Identifikation von Abweichungen und Verbesserungspotenzialen. Abweichungen werden umgehend von dem Umweltmanagementteam mit den Verantwortlichen der Bereiche besprochen, so dass Maßnahmen zur Verbrauchsreduktion eingeleitet werden können.



Wir betreiben ein zertifiziertes Umwelt- und Energiemanagement-System nach ISO 14001 bzw. ISO-Standard 50001, die einen festen Ablauf vorschreiben.

GERRY WEBER wird seit 2016 jährlich durch den TÜV Rheinland in einem festgelegten Turnus zertifiziert.

Im Berichtsjahr haben wir 13.675.585 kWh (Strom+Gas) in Deutschland verbraucht. Dabei ist das Logistik Zentrum bis zum 31. August 2021 enthalten.

Wir nutzen mit der Umstellung des Strombezugs aus erneuerbaren Quellen eine weitere Möglichkeit den CO₂-Fußabdruck zu reduzieren. Unsere Niederlassung in Österreich bezieht bereits zu 100% Ökostrom. Die Konzernzentrale wurde Anfang 2022 auf 100% Strombezug aus erneuerbaren Quellen umgestellt. Die Stromversorgung hatte vorher einen Ökostrom Anteil von ca. 65%.

Die GERRY WEBER International AG hat den Stromverbrauch des Jahres 2021 als Referenzwert festgelegt.

Wir wollen unseren externen Strombezug, bezogen auf die Fläche, bis 2023 um 15% senken, im Vergleich zum Referenzjahr 2021.

Damit wir dieses Ziel erreichen können, haben wir verschiedene Maßnahmen eingeleitet, wie zum Beispiel die stufenweise Umstellung der Beleuchtung in den Verwaltungs- und Bürogebäuden und den Retail-Stores auf LED-Beleuchtung.

Emissionen

2021 hat GERRY WEBER in Verbindung mit seinen Geschäftsaktivitäten 2.116,32 t CO₂-Äquivalente in der Zentrale verbraucht. Darin eingerechnet sind nicht nur Emissionen aus eigenem Strombezug- und Verbrauch, sondern auch die An- und 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. u., 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.

PLANTED



Planted ermöglicht seinen Kund*innen klimapositiv zu werden, indem Mischwälder in Deutschland lokal gepflanzt und CO₂-Zertifikate von ausgewählten sozial ökologischen Projekten gekauft werden. Es ist eine gemeinnützige Gesellschaft, die den Umweltschutz und die Völkerverständigung fördern möchte.

Zudem haben wir im Berichtsjahr den Versand unserer Ware aus dem E-Shop klimaneutral gestellt.

Wir sind uns bewusst, dass diese Schritte alleine nicht ausreichen, um Klimaneutralität zu erreichen.

Daher streben wir durch weitere Maßnahmen die Reduzierung unserer Emissionen an.

So wollen wir unsere interne Fahrzeugflotte bis 2030 CO₂-neutral stellen. Als erste Maßnahme für dieses Ziel haben wir eine KFZ-Richtlinie erstellt, die unter anderem eine CO₂-Begrenzung für die Beschaffung neuer Dienstwagen enthält. Zudem werden wir nach und nach unsere Fahrzeugflotte auf vollelektrische Dienstwagen umstellen.

Ebenso wollen wir bis 2030 die Reduzierung des relativen, nicht recycelbaren Abfalls bis 2030 um 20% senken. 2021 haben wir zum ersten Mal diesen Wert erhoben und 2021 wird somit als Referenzjahr gelten.

Im Laufe des kommenden Audits werden wir die Mengen erhoben und validiert haben.

Die Senkung der Abfallmenge wollen wir vor allem durch die Optimierung unserer Prozesse und Schulung der Mitarbeiter und die Reduzierung von überflüssigen Verpackungen und Einsatz von modernen & ökologischen Materialien erreichen.

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 Gran durch eine wasserlose Schaumtechnik eingespart. Dadurch ist kein Wasser zum Färben notwendig und somit entstehen auch kein Abwasser. Zusätzlich wird der Energieverbrauch um 65 % und der Einsatz von Chemikalien wird um 89 % 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 % weniger Wasser verbraucht und somit entsteht kein Abwasser. Zusätzlich verringert sich der Chemikalien-Einsatz um 52 %. Es entsteht eine Energie-Einsparung von 72 %.

Kreislaufwirtschaft

Rücknahme von Altware in allen HoGWs in Deutschland und Österreich inkl. Aufbereitung und Weiterverkauf in unseren Factory Outlets

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 essentiell 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 immer auf der Suche nach neuen innovativen Ideen, die uns voranbringen. In Zusammenarbeit mit Studierenden der AMD haben wir 75 limitierte Hundebetten aus recyceltem Material entwickelt, die wir Ihnen jetzt stolz

präsentieren und exklusiv online anbieten können! Jedes Unikat wurde nachhaltig aus Produktionsresten oder nicht mehr verwertbaren Retouren hergestellt.

Ferner ist die GERRY WEBER International AG mit dem IKK-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.

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.

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.

„An der Entwicklung innovativer Recycling-Verfahren teilhaben zu können, ist für GERRY WEBER zukunftsweisend und passt in unsere Nachhaltigkeitsstrategie“, erläutert CEO Angelika Schindler-Obenhaus. „So können Textilien nach dem Ende ihrer Nutzung in Zukunft wertvolle Rohstoffe liefern.“

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 Teststores abgeben und erhalten dafür einen 15% 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. 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.

Doch das ist uns nicht genug – wir wollen mehr! Unser Engagement im Bereich Kreislaufwirtschaft möchten wir weiter ausbauen. GERRY WEBER hat sich daher zum Ziel gesetzt, bis 2022 ein nachhaltiges Konzept mit Maßnahmen zum Thema Kreislaufwirtschaft zu entwickeln.

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 13 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 bis 2022 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

Am Ende des Berichtsjahres war der Kooperationsplan zu 60% erstellt.

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.

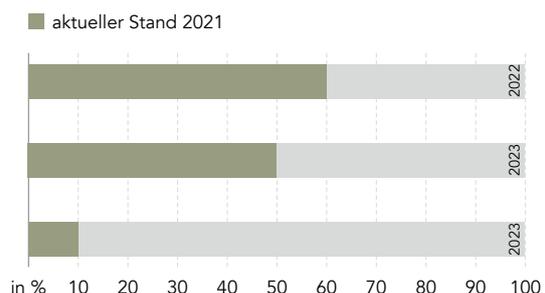
Wir unterstützen den Verein nicht nur mit persönlichem und finanziellem Engagement, sondern unterstützen den Verein als Plattform und engagieren uns gemeinschaftlich für die Inhalte und Visionen des Vereins. So haben wir

Strategische Ziele Gesellschaft

Erstellung eines detaillierten Kooperations-Plans bis 2022

Ausbau der Kommunikation zum Thema Nachhaltigkeit für relevante Stakeholder bis 2023

Förderung der Biodiversität am Standort in Halle (Westf.) bis 2023





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 Kund*innen 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 Kund*innen 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.

Kontinuierlicher Ausbau der Stakeholder relevanten Zertifizierungen

- GOTS, ZDHC
- DIN:EN ISO 50001
- DIN: EN ISO 14001

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.



GRI VERZEICHNIS

GRI	Spezifische Standardangaben	Auslassungen	Seite
Organisationsprofil			
102-1	Name des Unternehmens		9
102-2	Aktivitäten, Marken, Produkte und Dienstleistungen		9
102-3	Hauptsitz des Unternehmens		9
102-4	Betriebsstätten		8
102-5	Eigentumsverhältnisse und Rechtsform		9
102-6	Belieferte Märkte		GB
102-7	Größe des Unternehmens		29–31
102-8	Informationen zu Angestellten und sonstigen Mitarbeitern		29
102-9	Lieferkette		21–26
102-10	Signifikante Änderungen im Unternehmen und seiner Lieferkette		13, 14, 22, 23–25, 26, 28, 29, 31, 32
102-11	Vorsorgeansatz oder Vorsorgeprinzip		5, 17, 19
102-12	Externe Initiativen		17–19
102-13	Mitgliedschaften in Verbänden und Interessengruppen		
Strategie			
102-14	Erklärung des höchsten Entscheidungsträgers		4
102-15	Wichtige Auswirkungen, Risiken und Chancen		
Ethik und Integrität			
102-16	Werte, Grundsätze, Standards und Verhaltensnormen		12–15
102-17	Verfahren zu Beratung und Bedenken in Bezug auf die Ethik		13, 14
Unternehmensführung			
102-18	Führungsstruktur		14
102-19	Delegation von Befugnissen		14, 15
102-20	Zuständigkeit auf Vorstandsebene für ökonomische, ökologische und soziale Themen		5
102-21	Dialog mit Stakeholdern zu ökonomischen, ökologischen und sozialen Themen		16, 18
102-22	Zusammensetzung des höchsten Kontrollorgans und seiner Gremien		GB
102-23	Vorsitzender des höchsten Kontrollorgans		GB
102-24	Nominierungs- und Auswahlverfahren für das höchste Kontrollorgan		GB
102-29	Identifizierung und Umgang mit ökonomischen, ökologischen und sozialen Auswirkungen		15–17
102-31	Überprüfung von ökonomischen, ökologischen und sozialen Themen		8
102-32	Rolle des höchsten Kontrollorgans bei Nachhaltigkeitsberichterstattung		8
Einbeziehung von Stakeholdern			
102-40	Liste der Stakeholder-Gruppen		18
102-42	Ermittlung und Auswahl der Stakeholder		18
102-43	Ansatz für die Einbindung von Stakeholdern		18
102-44	Wichtige Themen und hervorgebrachte Anliegen		15

GRI	Spezifische Standardangaben	Auslassungen	Seite
Vorgehensweise bei der Berichterstattung			
102-45	Im Konzernabschluss enthaltene Entitäten		8
102-46	Vorgehensweise zur Bestimmung des Berichtsinhalts und der Abgrenzung der Themen		8
102-47	Liste der wesentlichen Themen		15
102-48	Neudarstellung von Informationen		
102-49	Änderungen bei der Berichterstattung		
102-50	Berichtszeitraum		8
102-51	Datum des aktuellsten Berichts		
102-53	Ansprechpartner für Fragen zum Bericht		44
102-54	Erklärung zur Berichterstattung in Übereinstimmung mit den GRI-Standards		8
102-55	GRI-Inhaltsindex		40 ff.
102-56	Externe Prüfung		
Abgrenzung wesentlicher Aspekte innerhalb der Organisation			
103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung		14, 15
103-2	Managementansatz und seine Bestandteile		14, 15
103-3	Beurteilung des Managementansatzes		14, 15
Wirtschaftliche Leistung			
201-2	Durch den Klimawandel bedingte finanzielle Folgen und andere Risiken und Chancen für die Aktivitäten der Organisation		34, 35
Beschaffungspraktiken			
103-2	Managementansatz und seine Bestandteile		21, 22
204-1	Anteil an Ausgaben für lokale Zulieferer		
Korruptionsbekämpfung			
103-2	Managementansatz und seine Bestandteile		13
205-1	Geschäftsstandorte, die im Hinblick auf Korruptionsrisiken geprüft wurden		
205-2	Informationen und Schulungen über Maßnahmen und Verfahren zur Korruptionsbekämpfung		
205-3	Bestätigte Korruptionsfälle und ergriffene Maßnahmen		
Ökologie			
103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung		26
103-2	Managementansatz und seine Bestandteile		26, 27
103-3	Beurteilung des Managementansatzes		26, 27
Materialien			
103-2	Managementansatz und seine Bestandteile		19
301-1	Eingesetzte Materialien nach Gewicht oder Volumen		
301-2	Eingesetzte rezyklierte Ausgangsstoffe		

GRI	Spezifische Standardangaben	Auslassungen	Seite
Energie			
103-2	Managementansatz und seine Bestandteile		36
302-1	Energieverbrauch innerhalb der Organisation		36
302-4	Verringerung des Energieverbrauchs		36
Emissionen			
103-2	Managementansatz und seine Bestandteile		36
305-1	Direkte Treibhausgas-Emissionen (Scope 1)		36
305-3	Weitere indirekte Treibhausgas-Emissionen (Scope 3)		36
305-5	Reduzierung der Treibhausgas-Emissionen		
Abfall			
306-1	Anfallender Abfall und erhebliche abfallbezogene Auswirkungen		37
306-2	Management erheblicher abfallbezogener Auswirkungen		37
306-3	Angefallener Abfall		
Umwelt-Compliance			
307-1	Nichteinhaltung von Umweltschutzgesetzen und -verordnungen		
Soziales			
103-2	Managementansatz und seine Bestandteile		38
Beschäftigung			
401-1	Gesamtzahl und Rate neu eingestellter Mitarbeiter:innen sowie Personalfuktuation nach Altersgruppe, Geschlecht und Region		
Arbeitnehmer-Arbeitgeber-Kommunikation			
103-2	Managementansatz und seine Bestandteile		28, 29
402-1	Mindestmitteilungsfrist für betriebliche Veränderungen		
Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz			
403-1	Managementsystem für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz		31, 32
403-4	Mitarbeiterbeteiligung, Konsultation und Kommunikation zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz		31, 32
403-6	Förderung der Gesundheit der Mitarbeiter		31, 32
Aus- und Weiterbildung			
103-2	Managementansatz und seine Bestandteile		32
404-2	Programme für Kompetenzmanagement und lebenslanges Lernen, die zur fortdauernden Beschäftigungsfähigkeit der Mitarbeiter:innen beitragen und diese im Umgang mit dem Berufsausstieg unterstützen		32
Diversität und Chancengleichheit			
103-2	Managementansatz und seine Bestandteile		31
405-1	Diversität in Kontrollorganen und unter Angestellten		31
Vereinigungsfreiheit und Tarifverhandlungen			
103-2	Managementansatz und seine Bestandteile		31, 32

GRI	Spezifische Standardangaben	Auslassungen	Seite
407-1	Ermittelte Geschäftsstandorte und Lieferanten, bei denen das Recht der Beschäftigten auf Vereinigungsfreiheit oder Kollektivverhandlungen verletzt wird oder erheblich gefährdet sein könnte, und ergriffene Maßnahmen zum Schutz dieser Rechte		
Kinderarbeit			
103-2	Managementansatz und seine Bestandteile		22
408-1	Geschäftsstandorte und Lieferanten mit erheblichem Risiko für Kinderarbeit und ergriffene Maßnahmen		
Zwangs- oder Pflichtarbeit			
103-2	Managementansatz und seine Bestandteile		22
409-1	Geschäftsstandorte und Lieferanten mit erheblichem Risiko für Zwangsarbeit und ergriffene Maßnahmen		
Prüfung auf Einhaltung der Menschenrechte			
103-2	Managementansatz und seine Bestandteile		23-25
412-1	Geschäftsstandorte, an denen eine Prüfung auf Einhaltung der Menschenrechte oder eine menschenrechtliche Folgenabschätzung durchgeführt wurde		23-25
Lokale Gemeinschaften			
413-1	Geschäftsstandorte mit Einbindung lokaler Gemeinschaften, Folgenabschätzungen und Förderprogrammen		
Soziale Bewertung der Lieferanten			
103-2	Managementansatz und seine Bestandteile		23-25
414-1	Prozentsatz neuer Lieferanten, die anhand von Kriterien im Hinblick auf Arbeitspraktiken überprüft wurden		23-25
414-2	Negative soziale Auswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Maßnahmen		23-25
Kundengesundheit und Kundensicherheit			
103-2	Managementansatz und seine Bestandteile		26
416-1	Beurteilung der Auswirkungen verschiedener Produkt- und Dienstleistungskategorien auf die Gesundheit und Sicherheit		26



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