

Jack 
Wolfskin

DRAUSSEN ZU HAUSE

LIEFERANTEN-SOZIALBERICHT 2012

INHALT

1	VORWORT	3
2	ÜBER JACK WOLFSKIN	4
2.1	Zahlen und Fakten 2012 (Stand 04/2013)	4
2.2	Internationale Vertriebskanäle	5
2.3	Umsatzentwicklung der letzten Jahre	6
2.4	Organisations-Struktur JACK WOLFSKIN	7
2.5	Das JACK WOLFSKIN CR-Management	8
2.6	Produktsegmente	9
2.7	Schwerpunktthemen innerhalb der Produktsegmente	10
3	SOZIALE VERANTWORTUNG	12
3.1	Soziale Verantwortung entlang der Lieferkette	13
3.2	Studien zum Thema Nachhaltigkeit 2012	14
3.2.1	Kampagne für Saubere Kleidung Outdoor-Studie 2012	14
3.2.2	Stiftung Warentest	16
4	ZIELSETZUNG UND ERGEBNISSE 2012	18
5	EINKAUFS- UND BESCHAFFUNGS-STRATEGIE	20
5.1	Sozial verantwortliches Produzenten-Management	20
5.2	Das ganzheitliche Lieferanten-Bewertungssystem	22
5.3	Sozial-Auditierungs- und Bewertungskriterien	23
5.4	Produzenten, Produktionsländer und Audits 2012	24
5.4.1	Übersicht der auditierten Produzenten	25
5.4.2	Übersicht der Audit-Ergebnisse 2012	30
5.5.	Zusammenfassungen der Audit-Ergebnisse pro Land	31
5.5.1	Vietnam	31
5.5.2	China	32
5.5.3	Thailand	33
5.5.4	Bangladesch	34
5.5.5	Indien	35
5.5.6	Kambodscha	36
5.5.7	Indonesien	37
5.5.8	Bulgarien	38
5.5.9	Slowenien	39
5.5.10	Italien	40
5.5.11	Türkei	41
5.5.12	Rumänien	42
5.6.	Umgang mit Beschwerden von Mitarbeitern aus Herstellungsbetrieben	43
5.6.1	Laufende und abgeschlossene Beschwerden 2012	44
6	SCHULUNGS- UND FÖRDERMASSNAHMEN	47
7	HERAUSFORDERUNGEN 2012 UND AUSBLICK 2013	48
7.1	Herausforderungen 2012	48
7.2	Ausblick 2013	49
8	ZIELE 2013	50



LIEBE LESERINNEN UND LESER,

in den letzten Monaten hat die Textilindustrie aufgrund tragischer Unglücke in Südostasien im Fokus der Öffentlichkeit gestanden. Das Thema Produktions-Bedingungen und Verantwortung für die Lieferkette ist damit wieder in das Bewusstsein der Öffentlichkeit gelangt. Das ist notwendig und richtig, denn durch den öffentlichen Druck werden hoffentlich viele, die noch keine Verantwortung übernehmen, dazu bewegt, sich auf den Weg zu machen. Es ermahnt aber auch uns, nicht stehenzubleiben, sondern weiterzugehen.

Uns ist dabei wichtig, dass Sie sich darauf verlassen können, dass wir es ernst meinen, Verantwortung zu übernehmen und zu handeln. Uns ist wichtig, dass wir gemeinsam mit unseren Lieferanten an der Verbesserung der Arbeits- und damit auch der Lebensbedingungen vor Ort arbeiten. Uns ist es auch wichtig, dass wir hierzu transparent berichten und Sie sich auf Basis von Fakten eine eigene Meinung über uns bilden können.

Wir behaupten nicht, die Besten zu sein, aber wir wollen, dass Sie unsere Produkte mit gutem Gewissen kaufen können.

Wir stehen seit langem zu unserer Verantwortung und möchten nun mit unserem dritten Lieferanten-Sozialbericht wieder detaillierte Einblicke in unseren Umgang mit unseren Lieferanten geben.

Wir bei JACK WOLFSKIN sind glücklich, in der Fair Wear Foundation einen Partner gefunden zu haben, der uns beim verantwortlichen Umgang mit unseren Lieferanten und der Sicherstellung guter Arbeitsbedingungen in den Herstellerländern begleitet und immer wieder kritisch

überprüft. Als Multi-Stakeholder-Initiative versammelt die Fair Wear Foundation auch kritische Gruppen unter ihrem Dach. Und nur im Dialog mit unseren Kritikern können wir uns stetig weiterentwickeln.

Die Medien-Berichterstattung hat deutlich gemacht, dass die Mitglieder in der Fair Wear Foundation einen Unterschied bei den Arbeits- und Produktions-Bedingungen für die Menschen machen. Viele Outdoor-Unternehmen sind mittlerweile Mitglied der Fair Wear Foundation und wir freuen uns über die breite Akzeptanz dieser Organisation in unserer Branche.

Die Philosophie von JACK WOLFSKIN ist es, möglichst stabile und lang anhaltende Lieferanten-Beziehungen zu haben. Niemandem ist geholfen, wenn ein Lieferant bei der Auditierung schlecht abschneidet, ausgetauscht wird und dann auf demselben niedrigen Niveau für andere Kunden weiterarbeitet. Wir haben gute Erfahrungen damit gemacht, Lieferanten über Jahre und Jahrzehnte zu entwickeln und mit ihnen zusammenzuarbeiten.

Nichtsdestotrotz haben wir uns im letzten Jahr entschieden, uns von einigen Produzenten zu trennen, die es auch nach mehreren Anläufen und trotz aller Anstrengungen durch die Fair Wear Foundation, die Auditoren und uns nicht geschafft haben, die Arbeits- und Produktions-Bedingungen ausreichend zu verbessern.

Als Marke JACK WOLFSKIN haben wir uns Ihnen gegenüber dazu verpflichtet, Ihnen verantwortlich hergestellte Produkte in höchster Qualität zu liefern.

DAZU STEHEN WIR HEUTE UND AUCH IN ZUKUNFT.

Christian Brandt

2 ÜBER JACK WOLFSKIN

MISSION: WIR WERDEN EINE DER FÜHRENDEN OUTDOOR-MARKEN FÜR DIE MENSCHEN SEIN. JACK WOLFSKIN IST AMBITIONIERT, INNOVATIV, AUTHENTISCH, ÜBERRASCHEND, SOZIAL, VERANTWORTLICH, VERLÄSSLICH UND STEHT FÜR QUALITÄT. WIR SIND GETRIEBEN VON DER LEIDENSCHAFT,

HERAUSRAGENDE PRODUKTE ZU ENTWICKELN. NEUE IDEEN TREIBEN UNS AN. WIR HABEN UNS DER FUNKTION VERPFLICHTET. UNSERE PRODUKTE SOLLEN SCHÜTZEN, WARM UND TROCKEN HALTEN UND DAZU KOMFORTABEL SEIN, ALL DAS ZUVERLÄSSIG UND VIELE JAHRE LANG.

2.1 ZAHLEN UND FAKTEN 2012 (STAND 04/2013)

WER WIR SIND:

JACK WOLFSKIN wurde 1981 gegründet und entwickelt seitdem in ständiger Rückkopplung zur Anwendung erstklassige funktionelle Produkte.

Mit verschiedenen Patenten und innovativen eigenen Technologien sind JACK WOLFSKIN Produkte heute wegweisend in Funktion, Komfort und Anwendernutzen. Sie werden mittlerweile weltweit verkauft und genutzt.

GRÜNDUNG:

1981 IN FRANKFURT

SITZ:

IDSTEIN (HESSEN, TAUNUS) SEIT 1997

RECHTSFORM:

GMBH & CO. KGAA

MITARBEITER: CA. 700 (STAND 04/2013)

GESCHÄFTSFÜHRUNG:

GESCHÄFTSFÜHRER (CEO): MICHAEL RUPP

GESCHÄFTSFÜHRERIN MARKETING UND

PRODUKTENTWICKLUNG (CMO): ELKE STEIN

GESCHÄFTSFÜHRER OPERATIONS (COO):

CHRISTIAN BRANDT

GESCHÄFTSFÜHRER VERKAUF (CSO): MARKUS BÖTSCH

SITZ EUROPÄISCHES

ZENTRALLAGER: NEU WULMSTORF

UMSATZ JAHR 2012: 351 MIO. €

MARKTPositionierung:

JACK WOLFSKIN IST EINER DER FÜHRENDEN ANBIETER VON FUNKTIONELLER

OUTDOOR-BEKLEIDUNG, -SCHUHEN UND -AUSRÜSTUNG IN EUROPA UND

STELLT SEIT ÜBER 30 JAHREN DAS THEMA WETTERSCHUTZ IN DEN MITTELPUNKT.

2.2 INTERNATIONALE VERTRIEBSKANÄLE

JACK WOLFSKIN STORES

EUROPA (STAND 05/2013)

DEUTSCHLAND 242

ÖSTERREICH 22

SCHWEIZ 12

BELGIEN 9

GROSSBRITANNIEN 7

ITALIEN 7

POLEN 5

LUXEMBURG 5

FRANKREICH 4

RUSSLAND 3

NIEDERLANDE 1

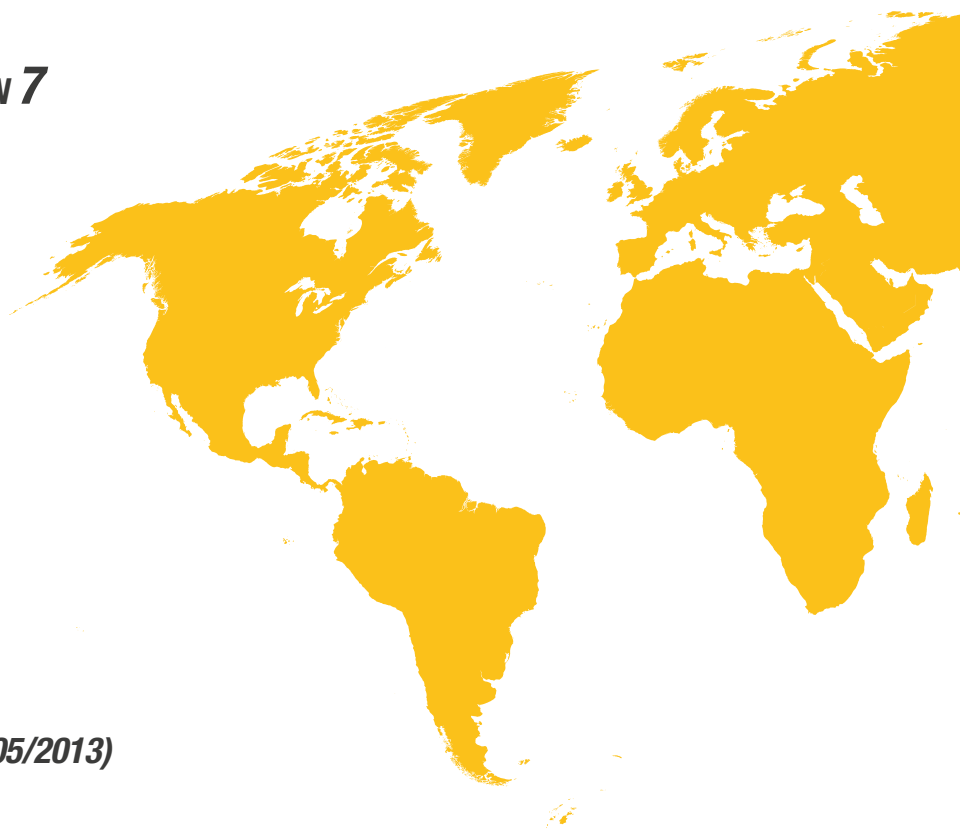
SLOWENIEN 1

TÜRKEI 1

ASIEN (STAND 05/2013)

CHINA 466

KOREA 35



JACK WOLFSKIN vertreibt seine Produkte über verschiedene Handelskanäle: den Outdoor-Fachhandel, den Sportfachhandel und JACK WOLFSKIN Franchise-Stores. Im deutschen Sportartikel-Handel ist JACK WOLFSKIN der größte Franchisegeber. Europaweit gibt es inzwischen über 4000 Verkaufsstellen, an denen JACK WOLFSKIN Produkte erhältlich

sind. Diese setzen sich zusammen aus den JACK WOLFSKIN Stores, deren Betreiber nahezu ausnahmslos Franchisenehmer sind, Shop-in-Shop-Lösungen, so genannte „Authorized Dealer“, die ein umfangreiches Sortiment aus allen drei Produktparten anbieten sowie vielen weiteren Verkaufsstellen im Outdoor- und Sportfachhandel.

2.3 UMSATZENTWICKLUNG DER LETZTEN JAHRE

Im Geschäftsjahr 2012 lag der konsolidierte Umsatz von JACK WOLFSKIN bei 351 Mio. € und damit fast pari im Vergleich zu einem Wachstum von ca. +22,5 % im Vorjahr. Der leichte Rückgang resultiert hauptsächlich aus der schwierigen Marktsituation in dem derzeit größten Absatzmarkt Deutschland und Österreich. Dafür konnte auf den internationalen Märkten – insbesondere Asien, Großbritannien und Osteuropa – weiterhin ein hohes Wachstum verzeichnet werden.

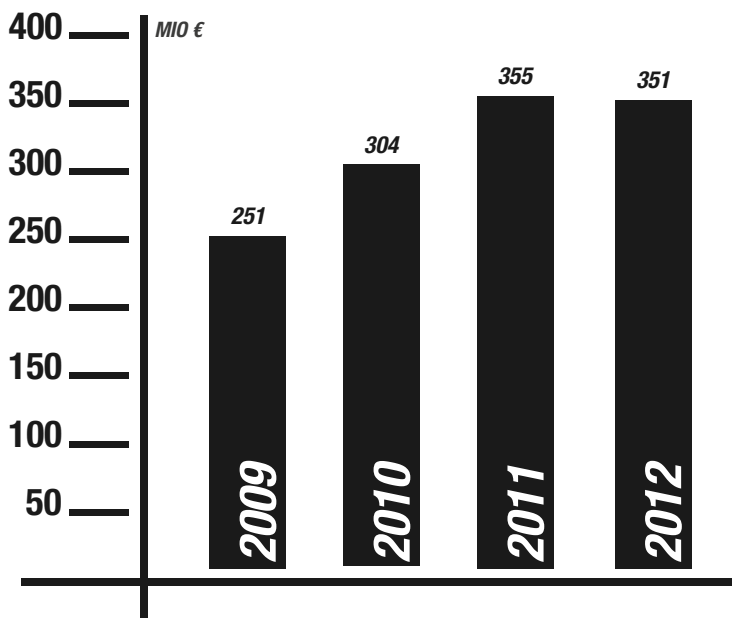


Abbildung: Umsatzentwicklung 2009-2012



2.4 ORGANISATIONS-STRUKTUR JACK WOLFSKIN

JACK WOLFSKIN HAT SICH IN DEN VERGANGENEN MONATEN UMSTRUKTURIERT.

WIE IN FOLGENDER GRAFIK DEUTLICH WIRD, IST DER BEREICH „VENDOR CONTROL“ ENG MIT DEN PRODUKTDIVISIONEN SOWIE MIT DER GESCHÄFTSLEITUNG VERNETZT.

Im Bereich „Vendor Control“ werden sowohl die sozialverträgliche Produktion der Waren als auch die ökologischen Aspekte der Produktion und der Produkte kontrolliert. Dieser Aufgabenbereich verlangt eine enge und vertrau-

ensvolle Kooperation sowohl mit allen Akteuren der Lieferkette als auch mit den drei Produktdivisionen Bekleidung, Schuhe und Ausrüstung.

Neben „Vendor Control“ kümmert sich die Abteilung „Corporate Sustainability“ um Umweltaspekte, die nicht unmittelbar mit der Herstellung der Produkte verknüpft sind. Es wird beispielsweise darauf geachtet, den ökologischen Fußabdruck des gesamten Unternehmens so gering wie möglich zu halten. Emissionen, die sich nicht vermeiden lassen, werden kompensiert (für weitere Infos siehe Umweltbericht 2011/2012).

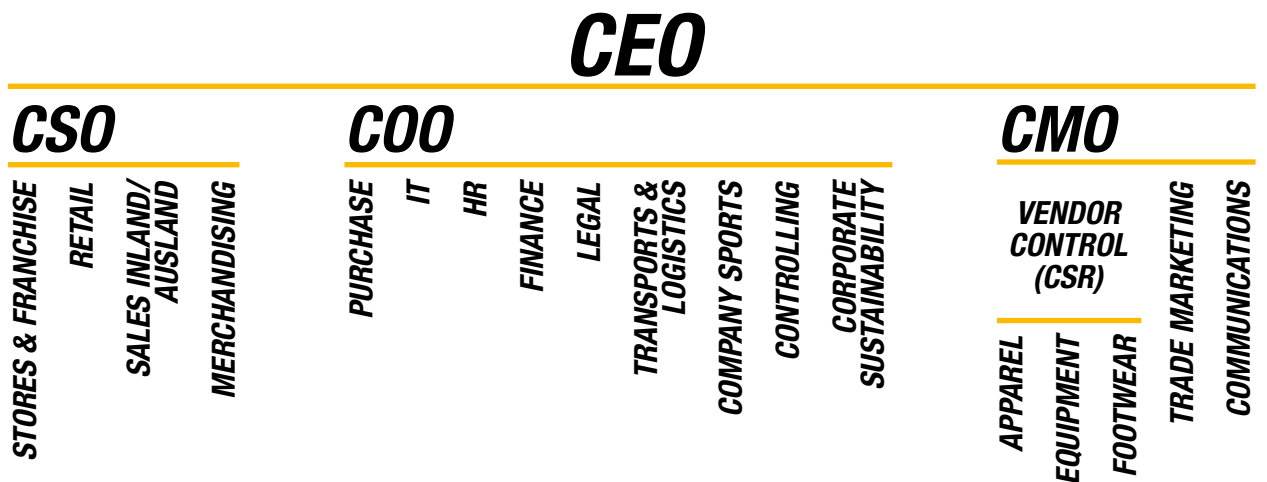


Abbildung: Organigramm JACK WOLFSKIN 2012

2.5 DAS JACK WOLFSKIN CR-MANAGEMENT

DAS CR-MANAGEMENT VON JACK WOLFSKIN IST GANZHEITLICH ÜBER MEHRERE ABTEILUNGEN AUFGESTELLT UND UMFASST FOLGENDE HANDLUNGSFELDER:

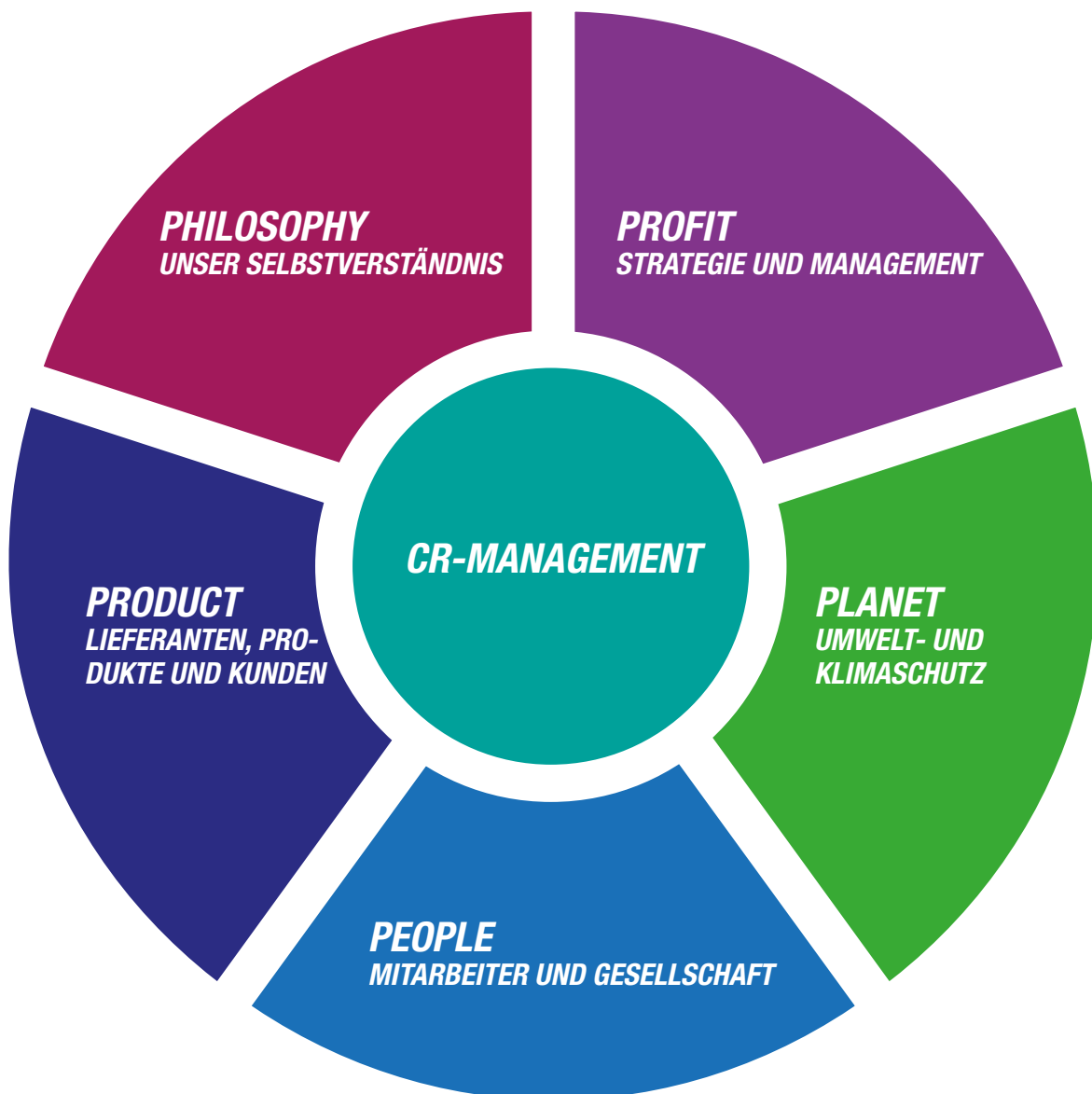


Abbildung: Handlungsfelder unseres Corporate Responsibility-Managements

2.6 PRODUKTSEGMENTE

JACK WOLFSKIN BIETET SEINEN KUNDEN JEDES JAHR EINE UMFASSENDE SOMMER- UND WINTER-KOLLEKTION. DIESE BEIDEN KOLLEKTIONEN UMFASSEN ALLE DREI PRODUKTSEGMENTE BEKLEIDUNG, SCHUHE UND AUSTRÜSTUNG. SAISONAL BEDINGT UNTERSCHIEDEN SICH DIE PRODUKTE IN VIELEN BEREICHEN WEGEN DER SPEZIALISIERUNG AUF SOMMER- BZW. WINTER-AKTIVITÄTEN SIGNIFIKANT VONEINANDER.



BEKLEIDUNG | SCHUHE | AUSTRÜSTUNG

Abbildung: Divisions-Aufteilung bei JACK WOLFSKIN

2.7 SCHWERPUNKTTHEMEN INNERHALB DER PRODUKTSEGMENTE

ALPINISM

UNSERE TECHNOLOGIEN FÜR BEKLEIDUNG, SCHUHE UND AUSTRÜSTUNG GEHÖREN ZU DEN BESTEN AM BERG. IDEAL ABGESTIMMT FÜR ALPINE ANFORDERUNGEN UND DAS INDIVIDUELLE LEISTUNGSPROFIL.



ACTIVE TRAIL

IDEAL FÜR KURZE, AKTIVE EINSÄTZE UND SEHR SCHNELLE OUTDOOR-AKTIVITÄTEN OHNE VIEL GEPÄCK. KLIMAKOMFORT, KLEINES PACKMASS UND NIEDRIGES GEWICHT STEHEN AN ERSTER STELLE.

KIDS / YOUTH

PRODUKTE FÜR KINDER UND JUGENDLICHE MIT ERSTKLASSIGEM WETTERSCHUTZ. IM FOKUS STEHEN ZUVERLÄSSIGE FUNKTIONSMATERIALIEN, SICHERHEIT UND ALTERS- SOWIE AKTIVITÄTSGERECHTE DETAILS. DIE DESIGNS UND TECHNOLOGIE-AUSWAHL DER PRODUKTLINIE ENTSPRECHEN ALLEN ANFORDERUNGEN FÜR URLAUB, FERIE NLAGER SOWIE SCHULE UND FREIZEIT.

TREKKING

FÜR MEHRTÄGIGE TOUREN IN UNWEGSAMEM GELÄNDE. TREKKING-BEKLEIDUNG, -SCHUHE UND -AUSRÜSTUNG SIND ZUVERLÄSSIG UND ÄUSSERST STRAPAZIERFÄHIG.



HIKING

WETTERSCHUTZ UND TRAGEKOMFORT HABEN EINEN SEHR HOHEN STELLENWERT.

PRODUKTE AUS DER HIKING-LINIE SIND BESONDERS GEEIGNET FÜR:

- SPONTANE WOCHENENDTOUREN
- AKTIVER OUTDOOR-SPORT
- MOUNTAINBIKING

DEMENTSPRECHENDER EINSATZ VON VIELSEITIGEN MATERIALIEN UND TECHNOLOGIEN.

TRAVEL

GÜNSTIGE EINSTIEGSPRODUKTE, DIE SPEZIELLE FUNKTIONALITÄTEN FÜR DAS REISEN MITBRINGEN: SIE SIND PFLEGELEICHT, HALTEN VIELFACH SONNE UND/ODER INSEKTEN AB, HABEN BELÜFTUNGS-ÖFFNUNGEN UND/ODER EIN EXZELLENTES FEUCHTIGKEITS-MANAGEMENT.

3 SOZIALE VERANTWORTUNG

WIR SIND UNS BEWUSST, DASS WIR VERANTWORTLICH SIND FÜR DAS, WAS WIR TUN UND WIE WIR ES TUN. WIR STEHEN ZU UNSEREM WORT UND UNSEREN VERPFLICHTUNGEN; DAS GILT AUCH FÜR UNSERE PRODUKTE. VERTRAUEN IST UNSER FUNDAMENT.

Wir respektieren die Vielfalt der Natur und aller Lebewesen, die in ihr leben. Unsere Erde ist der schönste Ort im Universum und wir haben nur diese eine. Wir setzen uns dafür ein, sie zu schützen, wollen sie erleben und mit allen teilen.

JACK WOLFSKIN lebt soziale und ökologische Verantwortung als Firma und ist stets bestrebt, sowohl die eigenen Mitarbeiter als auch die Gesellschaft zu begeistern, aktiv am Schutz und Erhalt der Natur mitzuwirken und den fairen Umgang mit ihren Mitmenschen zu fördern.



3.1

SOZIALE VERANTWORTUNG ENTLANG DER LIEFERKETTE

JACK WOLFSKIN HAT SICH VOR VIELEN JAHREN AUS EIGENEM VERANTWORTUNGSGEFÜHL GEGENÜBER UNSEREN PRODUZENTEN UND DEREN MITARBEITERN DER AUFGABE GESTELLT, SOZIALSTANDARDS AUSZUARBEITEN UND DIESE EFFEKTIV IN DER LIEFERKETTE ZU IMPLEMENTIEREN.

So haben wir 2008 unseren ersten Code of Conduct ausgearbeitet, unsere Vorstellungen an die Lieferanten kommuniziert, sie im ersten Schritt geschult und anschließend die Einhaltung der Anforderungen kontrolliert. Noch heute arbeiten wir nach dem gleichen Grundprinzip.

Durch die Mitgliedschaft bei der Fair Wear Foundation und einem immer intensiveren Stakeholderdialog im In- und Ausland konnten wir in den letzten Jahren weitere Verbesserungen des Systems erzielen.

Nach wie vor arbeiten wir aktiv mit unseren Lieferanten an kontinuierlichen Verbesserungs-Prozessen. Der Austausch mit anderen FWF-Mitgliedsfirmen sowie die aktive Kooperation von FWF-Mitgliedern bei gemeinsamen Lieferanten helfen, Verbesserungs-Prozesse effektiver voranzutreiben und Hersteller optimal bei der Umsetzung zu unterstützen.

JACK WOLFSKIN IST MITTLERWEILE SEIT DREI JAHREN MITGLIED BEI DER MULTI-STAKEHOLDER-INITIATIVE FAIR WEAR FOUNDATION. WIR SIND STOLZ, DASS WIR ALLE ANFORDERUNGEN AN DIE MITGLIEDER VOLLUMFÄNGLICH ERFÜLLEN UND ZUM TEIL ÜBERTREFFEN.

Besonders hervorheben möchten wir, dass wir von Anfang an nicht unterschieden haben, in welchen Ländern Lieferanten ansässig sind (high risk countries), für welche Division sie arbeiten (Bekleidung, Ausrüstung oder Schuhe) oder wie viel Umsatz wir mit dem jeweiligen Hersteller machen. Wir haben unsere Vision verfolgt, alle Hersteller in unserem Auditierungs- und Weiterbildungs-Prozess gleichermaßen zu berücksichtigen, denn jeder Produzent ist für uns ein wertvoller Partner, der seinen Teil zum gemeinsamen Erfolg beiträgt. Dementsprechend sind uns die Mitarbeiter aller Hersteller in gleichem Maße wichtig.

Wir verstehen unsere Lieferanten als Partner, mit denen uns vielfach jahre-, sogar jahrzehntelange Geschäftsbeziehungen verbinden. Daher investieren wir gerne in den Ausbau der Fähigkeiten jedes einzelnen.

Wir verstehen soziale Verantwortung als eine kontinuierliche Aufgabe, die niemals abgeschlossen ist. Mit der außergewöhnlich ambitionierten Mitarbeit vieler unserer Lieferanten konnten wir in der Vergangenheit bereits viel bewegen. Wir freuen uns auf die weiteren Aufgaben und Herausforderungen, mit denen wir auch zukünftig konfrontiert werden, um Jahr für Jahr besser zu werden.

3.2 STUDIEN ZUM THEMA NACHHALTIGKEIT 2012

Im Jahr 2012 wurden verschiedene unabhängige Überprüfungen der Wirksamkeit des CR-Engagement einzelner Firmen durchgeführt. Einige dieser Studien nahmen explizit Bezug auf die Outdoor-Industrie. Als führendes Outdoor-Unternehmen wurde JACK WOLFSKIN bei diesen Tests ebenfalls berücksichtigt.

3.2.1 KAMPAGNE FÜR SAUBERE KLEIDUNG – OUTDOOR-STUDIE 2012

ARBEITSBEDINGUNGEN IN DEN ZULIEFERBETRIEBEN UND UNTERNEHMENSEIGENE STRATEGIEN DER CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY UND SOZIALEN NACHHALTIGKEIT.

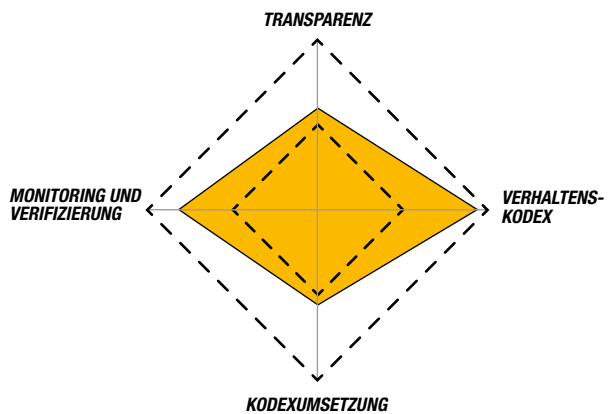
Im Jahr 2012 hat die Kampagne für Saubere Kleidung (CCC) im Rahmen der Kampagne „Discover Fairness – aktiv für Menschenrechte“ bereits zum dritten Mal eine Befragung von internationalen Outdoor-Unternehmen durchgeführt und die Ergebnisse in Form von Unternehmens-Profilen im November 2012 veröffentlicht. Die Studie ist als Fortschrittsbericht zur Entwicklungen von Outdoor-Unternehmen im Bereich der sozialen Nachhaltigkeit zu verstehen. Der 2012 erschienene Report ist die Fortsetzung der Untersuchungen der Jahre 2009 und 2010.

JACK WOLFSKIN konnte sich von Befragung zu Befragung steigern und wurde im Jahr 2012 in die höchste Kategorie der „Fortgeschrittenen“ eingestuft.

Bewertet wurden vier Schwerpunktthemen:

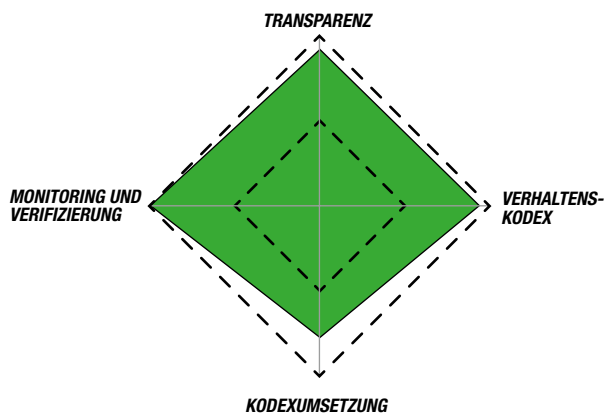
- **TRANSPARENZ,**
- **VERHALTENSKODEX,**
- **KODEXUMSETZUNG UND**
- **MONITORING UND VERIFIZIERUNG.**

ERGEBNIS 2010



Quelle: <http://www.cleanclothes.ch/p18310.html>, Zugriff: 30.07.2013

ERGEBNIS 2012



Quelle: <http://www.cleanclothes.ch/p20494.html>, Zugriff: 30.07.2013

IN DER UNTERSUCHUNG VON 2012 BEWERTET DIE CCC JACK WOLFSKIN WIE FOLGT:

„Jack Wolfskin wurde Mitte 2010 Mitglied der Multi-Stakeholder-Initiative Fair Wear Foundation (FWF). Mit der Mitgliedschaft ging das Unternehmen eine umfassende Verpflichtung zur Verbesserung der Arbeitsbedingungen in den Produktionsstätten ein. Diese beinhaltet eine Verifizierung in den Fabriken vor Ort unter Einbezug von lokalen NGOs und Gewerkschaften, wie auch eine regelmäßige Bewertung der Managementprozesse in der Markenfirma selbst.

Neben dem Sozialbericht von 2011 ist ein so genannter Brand Performance Check von 2012 auf der Webseite der FWF zu finden. Die FWF bescheinigt Jack Wolfskin, dass das Unternehmen die Management-Anforderungen der FWF erfüllt und teilweise noch darüber hinaus geht.

Es wird eine hohe Transparenz über Fortschritte und Herausforderungen in der Verbesserung der Arbeitsbedingungen gewährleistet. Bei der Verifizierung wird der konkrete Umsetzungsfortschritt in den Fabriken gemessen und überprüft, ob die von der Mitgliederrfirma und der Fabrik getroffenen Maßnahmen auch tatsächlich zu Verbesserungen führen. Jack Wolfskin übernimmt damit einen wichtigen Teil der Verantwortung bei der Umsetzung der Richtlinien und schiebt diese nicht einfach an den Lieferanten ab. Hervorzuheben ist zudem, dass sich die Firma zur Bezahlung von existenzsichernden Löhnen verpflichtet. Dies ist eine Voraussetzung dafür, dass den ArbeiterInnen ein menschenwürdiges Leben ermöglicht wird. Jack Wolfskin hat eine eigene Abteilung, die sich ausschließlich um das Lieferantenmonitoring kümmert.

Im Jahr 2011 hat Jack Wolfskin großes Engagement im Umgang mit Beschwerden von ArbeiterInnen gezeigt. Jack Wolfskin reagierte zeitnah auf die Klage indonesischer ArbeiterInnen. Noch bevor das System der Beschwerdeverfahren der FWF anlief, hatte das Unternehmen mit der Problemlösung begonnen. Um die Missstände abzustellen, hat Jack Wolfskin aktiv die Zusammenarbeit mit anderen Unternehmen, die ebenso in der indonesischen Fabrik fertigen lassen, gesucht.

Als positive Weiterentwicklung ist die von der Fair Wear Foundation erarbeitete Leitlinie für Kinderarbeit zu nennen (erfolgt nach Abschluß der CCC-Befragung und veröffentlicht im Oktober 2012). Sie präzisiert das Vorgehen, wenn Kinderarbeit in einem Zulieferbetrieb aufgedeckt wurde. Die Leitlinie ist für alle Mitgliedsunternehmen gültig, d. h. auch für Jack Wolfskin.“

*Quelle: http://www.ci-romero.de/ccc_jackwolfskin/
Zugriff: 30.07.2013*

3.2.2 STIFTUNG WARENTEST

AUCH DIE STIFTUNG WARENTEST VERANLASSTE 2012 EINE UNTERSUCHUNG VON 17 FUNKTIONSJACKEN, BEI DER UNTER ANDEREM DIE SOZIALEN ASPEKTE BEI DER HERSTELLUNG BEWERTET WURDEN. DIE ERGEBNISSE ERSCHIENEN IN DER AUSGABE 08/2012.

Stiftung Warentest beauftragte zu diesem Zweck eine dreigeteilte Prüfung der ausgewählten Unternehmen.

Im ersten Schritt wurden sehr umfangreiche Fragebögen ausgegeben, in denen Bezug auf alle Bereiche der Unternehmens-Verantwortung genommen wurde. Es wurde sowohl der Umgang mit Zulieferfirmen als auch mit eigenen Mitarbeitern, der Natur und dem verantwortlichen Handeln gegenüber Kunden bewertet.

JACK WOLFSKIN ERHIELT VON STIFTUNG WARENTEST IN BEZUG AUF TRANSPARENZ DIE BESTNOTE „SEHR GUT“.

Die zweite Stufe bildete ein eintägiges Unternehmens-Audit, bei dem ein externer Prüfer bei JACK WOLFSKIN vor Ort Unterlagen zu den angegebenen Informationen in Augenschein nahm und damit den Wahrheitsgehalt der Aussagen verifizierte.

DIE UNTERNEHMENS-POLITIK VON JACK WOLFSKIN WURDE DABEI VON DEN UNABHÄNGIGEN PRÜFERN

MIT „GUT“ BEWERTET, WAS GLEICHZEITIG DIE BESTE BEWERTUNG IN DIESER KATEGORIE DARSTELLTE.

Im dritten Schritt wurde der Produktionsbetrieb in Vietnam, in dem die ausgewählte Jacke genäht wurde, von drei Auditoren besucht und bewertet. Es handelte sich um einen Betrieb, der bereits mehrfach von JACK WOLFSKIN geprüft und geschult worden war.

DIE PRODUKTIONS-BEDINGUNGEN UND DER UMWELTSCHUTZ IM KONFEKTIONSBETRIEB WURDEN VON DEN UNABHÄNGIGEN AUDITOREN MIT „BEFRIEDIGEND“ BEWERTET.

Die vorgelagerten Stufen, wie die Produktion von Knöpfen, Reißverschlüssen, Geweben und Membranen sowie das Färben der Stoffe, wurden ausschließlich auf Basis von verfügbaren schriftlichen Unterlagen beurteilt. Ein Besuch in diesen Produktionsstätten fand nicht statt.

Auf dieser Basis wurden die Arbeitsbedingungen in den meisten Fällen wegen wenigen zur Verfügung stehenden Informationen mit „ausreichend“ bewertet, der Umweltschutz in diesen Produktionsstufen erhielt von den Auditoren die Note „gut“. Nachholbedarf sah Stiftung Warentest im Bereich der Gewebe, den sie mit mangelhaft bewerteten.

Von Stiftung Warentest wird das abschließende Urteil gefällt, dass JACK WOLFSKIN eines von drei Unternehmen ist, das Engagement zeigt.

JACK WOLFSKIN überzeugte die Prüfer in puncto CR-Strategie.

Kritisch äußerten sich die Autoren darüber, dass in dem Produktionsbetrieb teilweise mehr Überstunden gemacht wurden, als erlaubt waren.





4 ZIELSETZUNG UND ERGEBNISSE 2012

ZIEL NICHT UMGESETZT
ZIEL TEILWEISE ERREICHT
ZIEL ERREICHT

ZIELSETZUNG FÜR 2012

ERGEBNISSE

ZIELE, DIE IM LIEFERANTEN-SOZIALBERICHT 2011 FORMULIERT WURDEN

<p>REGELMÄSSIGE AUDITS BEI PRODUZENTEN ALLER DIVISIONEN ZUM ERHALT DER AUDIT-ABDECKUNG VON 100%</p>	<p>100% des Einkaufsvolumens von JACK WOLFSKIN stammt von auditierten Lieferanten.</p>			
<p>DURCHFÜHRUNG VON SCHULUNGEN, UM NOCH INDIVIDUELLER AUF DIE SCHWACHSTELLEN DER PRODUZENTEN BZW. LÄNDER EINGEHEN ZU KÖNNEN</p>	<p>Im Juli 2012 hat JACK WOLFSKIN zwei Trainings für chinesische Schuhhersteller zum Thema „Chemical Health and Safety in Shoe Production“ angeboten. Die Teilnahme an dem Workshop war für unsere umsatzmäßig wichtigsten Lieferanten verpflichtend.</p>			
<p>OPTIMIERUNG UNSERES NEUEN PROZESSES FÜR DIE NACHHALTIGE INTEGRATION NEUER LIEFERANTEN</p>	<p>Der Prozess wurde für alle potentiellen neuen Lieferanten angewendet. Erste Erfolge sind, dass die Qualität der Lieferanten mit denen eine Zusammenarbeit realisiert wird, in allen Bereichen (Produktqualität, Bereitschaft zur Umsetzung von unseren Sozialstandards, Kommunikation mit beteiligten Abteilungen etc.) verbessert werden konnte.</p>			
<p>UMSETZUNG DER ERWEITERTEN BEWERTUNGSSKALA</p>	<p>Der Umstellungsprozess konnte nicht wie ursprünglich geplant im Januar 2012 starten. Die Audit-Ergebnisse werden seit Dezember 2012 nach der neuen Bewertung erstellt. Alle Audit-Ergebnisse des Jahres 2012 wurden mit der Hilfe unseres Auditierungs-Unternehmens nachträglich auf die neue Skala umgerechnet.</p>			
<p>WEITERENTWICKLUNG UND OPTIMIERUNG DES LIEFERANTEN-BEWERTUNGSSYSTEMS</p>	<p>Da das Beschwerdesystem der FWF sowie die zusätzlich von JACK WOLFSKIN eingeführte Com-Box gut funktionierende Mechanismen sind, haben wir uns gegen einen weiteren Ausbau unseres Systems entschieden. Stattdessen wird JACK WOLFSKIN versuchen, möglichst viele Produzenten für das „Workplace Education Programme“ der FWF zu gewinnen. In dem Programm werden Arbeitern unter Anderem alle Möglichkeiten erklärt, die ihnen im Falle einer Beschwerde zur Verfügung stehen.</p>			
<p>ERWEITERUNG UNSERES VENDOR CONTROL TEAMS</p>	<p>Im Juli 2012 konnten wir unser Team um eine Person erweitern. Die neu geschaffene Stelle bezieht sich in erster Linie auf die gemeinschaftliche Umsetzung von umweltrelevanten Standards mit unseren Lieferanten. Besonders im Fokus steht dabei das bluesign® System sowie ein generelles Input Stream Management.</p>			
<p>IN KOOPERATION MIT DER FWF: PRÜFUNG DER MÖGLICHKEIT ZUR INSTALLATION EINES GEMEINSCHAFTLICHEN HILFSFONDS, DER IN BESCHWERDEFÄLLEN BEI BEDARF ZUR UNTERSTÜTZUNG VON ARBEITERN AUSGESCHÜTTET WERDEN KANN</p>	<p>Die Fair Wear Foundation hat einen Fonds eingerichtet, der in erster Linie Mitarbeitern von Produktionsbetrieben im Beschwerdefall geeignete Kommunikations-Mittel zur Verfügung stellt. Die Idee für einen solchen Fonds wurde von JACK WOLFSKIN eingebracht.</p>			

ZIELSETZUNG FÜR 2012

ERGEBNISSE

ZIEL NICHT UMGESETZT
 ZIEL TEILWEISE ERREICHT
 ZIEL ERREICHT

WEITERE PERMANENTE AUFGABEN				
VERIFIZIERUNGS-AUDITS DER FWF	Die FWF hat 2012 nur ein Verifizierungs-Audit bei JACK WOLFSKIN Lieferanten durchgeführt.			
KOMMUNIKATION DER FWF-MITGLIEDSCHAFT EXTERN	JACK WOLFSKIN hat die Mitgliedschaft bei der FWF über folgende Medien kommuniziert: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Auf allen Hangtags genähter Produkte ▪ Auf der JACK WOLFSKIN Website ▪ Im JACK WOLFSKIN Katalog (Auflage 1,5 Mio) und über diverse Folder ▪ Über Verkaufsunterlagen ▪ Auf Messen über den Messestand ▪ Über den Lieferanten-Sozialbericht, der 2011 in einer Auflage von 5000 Stück in deutscher und englischer Sprache gedruckt wurde ▪ Gezielte Information von Großkunden ▪ Endkunden-Kommunikation über den JACK WOLFSKIN Blog, in dem z. B. der Film „Fair Wear Fourmula“ verbreitet wurde 			
KOMMUNIKATION DER FWF-MITGLIEDSCHAFT INTERN	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Alle JACK WOLFSKIN Mitarbeiter, die Produktionsstätten besuchen, wurden ausführlich auf den Code of Conduct geschult ▪ Mitarbeiter im Verkauf erhalten regelmäßig Informationen über die Nachhaltigkeits-Aktivitäten von JACK WOLFSKIN, um Kunden Rede und Antwort stehen zu können 			
BEGLEITENDE KOMMUNIKATION ZUM LIEFERANTEN-SOZIALBERICHT 2011	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Pressemitteilung ▪ Veröffentlichung auf der JACK WOLFSKIN Website ▪ Veröffentlichung auf der FWF-Website ▪ Auslage des Berichts in Stores, auf Messen und Veranstaltungen (Auflage 5000 + Digitalversion) ▪ Mehrsprachige Bereitstellung des Berichts 			
INFORMATION ÜBER DIE ERGEBNISSE DES „BRAND PERFORMANCE CHECK 2012“	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Pressemitteilung ▪ Veröffentlichung auf der JACK WOLFSKIN Website ▪ Veröffentlichung auf der FWF Website ▪ Informationen auf unseren Messeständen 			
STAKEHOLDER-DIALOG	<ul style="list-style-type: none"> ▪ JACK WOLFSKIN pflegt den Dialog mit diversen Nicht-Regierungs-Organisationen. Darunter zum Beispiel auch mit den verschiedenen Trägerinnen der CCC in Deutschland, Österreich, den Niederlanden etc. 			

Tabella: Zielsetzung und Ergebnisse

5 EINKAUFSS- UND BESCHAFFUNGS-STRATEGIE

**DAS ZIEL VON JACK WOLFSKIN IST DIE NACHHALTIGE HERSTELLUNG VON QUALITATIV HOCHWERTIGEN UND LANGLEBIGEN PRODUKTEN UNTER BERÜCKSICHTIGUNG WIRTSCHAFTLICHER, ÖKOLOGISCHER UND SOZIALER ASPEKTE. DESHALB BAUT JACK WOLFSKIN AUF LANGJÄHRIGE LIEFERANTEN-BEZIEHUNGEN. JACK WOLFSKIN PRODUKTE WERDEN IN ASIEN UND EUROPA GEFERTIGT. DIE HAUPTPRODUKTIONS-LÄNDER SIND CHINA, VIETNAM, BANGLADESCH UND IN-
DONESIEN.**

5.1 SOZIAL VERANTWORTLICHES PRODUZENTEN-MANAGEMENT

JACK WOLFSKIN IST SICH SEINER VERANTWORTUNG GEGENÜBER SEINEN PRODUZENTEN UND DEREN MITARBEITERN BEWUSST UND STELLT SICH DIESER AUFGABE AUS ÜBERZEUGUNG UND MIT ENGAGEMENT. DIE FOLGENDEN PUNKTE BESCHREIBEN DIE BASISBESTANDTEILE DES PRODUZENTEN-MANAGEMENTS IM HINBLICK AUF DIE SOZIALE VERANTWORTUNG.

AUSWAHL DER PRODUZENTEN:

JACK WOLFSKIN verfolgt bei der Produzenten-Auswahl das Ziel einer nachhaltigen und langfristigen Geschäftsbeziehung. Aus unserer Sicht ist dabei die sorgfältige Auswahl des Partners von herausragender Bedeutung. Jeder neue potentielle Lieferant durchläuft zuerst eine Testphase, in der bewertet wird, ob er die Voraussetzungen für eine Zusammenarbeit erfüllt.

UNTERZEICHNUNG DES CODE OF CONDUCTS:

Jeder Produzent, der mit JACK WOLFSKIN zusammenarbeitet, muss im Vorfeld einen Verhaltenskodex, den sogenannten Code of Conduct (CoC) akzeptieren und

unterzeichnen.

Der Code of Conduct beinhaltet Vorgaben zu Management-Methoden, Arbeitszeiten, Vergütung, Kinderarbeit, Zwangsarbeit, Gewerkschafts- und Kollektiv-Verhandlungsfreiheit, Diskriminierung, Gesundheitsschutz und Arbeitssicherheit sowie zu Umweltthemen. Der CoC ist in verschiedenen Sprachen auf der JACK WOLFSKIN Website einsehbar.

MONITORING:

Seit 2008 werden die Produktionsstätten, in denen JACK WOLFSKIN seine Produkte fertigen lässt, systematisch durch ein unabhängiges Unternehmen kontrolliert. Bei den Audits wird die Einhaltung des Code of Conducts durch Fabrikrundgänge, Prüfung von Unterlagen und Dokumenten sowie Interviews mit Arbeitern, dem Management und anderen Interessensgruppen überprüft und bewertet.

„CORRECTIVE ACTION PLAN“ (CAP):

Im Anschluss an ein Audit wird ein Bericht erstellt, der ausführlich die Ergebnisse des Audits aufzeigt und eine



Bewertung der einzelnen Punkte des Code of Conducts enthält. Aus diesem Bericht wird ein Korrekturplan (CAP) abgeleitet, der alle zu verbessernden Punkte auflistet. Die Produzenten erhalten den CAP, in dem die Verbesserungs-Maßnahmen festgelegt sind und müssen diese innerhalb eines realistischen Zeitraums nachhaltig implementieren. Der Fortschritt der Umsetzung der Verbesserungs-Maßnahmen wird regelmäßig überprüft.

FOLGEBESUCHE:

In Abhängigkeit vom Audit-Ergebnis können bei den Produzenten Folgebesuche, sogenannte „Follow-up-Visits“ zwischen den Audits durchgeführt werden. Diese Kurzbesuche der Auditoren in den Produktionsstätten dienen dazu, eingeleitete Verbesserungs-Maßnahmen zu überprüfen und gegebenenfalls gemeinsam Lösungsansätze zu erarbeiten, welche die Produzenten selbstständig weiterverfolgen.

DIALOG MIT GEWERKSCHAFTEN UND ANDEREN ORGANISATIONEN:

Um sich zeitnah über Veränderungen, Probleme oder Neuentwicklungen bei lokalen Gewerkschaften, regionalen Arbeitergruppen bzw. anderen Stakeholdern auf dem

Laufenden zu halten, steht das externe Auditierungs- und Qualifizierungs-Unternehmen im permanenten Dialog mit verschiedenen Organisationen in den Produktionsländern. Gleichzeitig liefert die Fair Wear Foundation wertvolle Anregungen und Informationen zu aktuellen Themenschwerpunkten der lokalen Organisationen. Ein gemeinschaftlicher Austausch zwischen der Fair Wear Foundation und deren Mitgliedern auf nationaler und internationaler Ebene fördert zudem das Verständnis für die Probleme beteiligter Gruppen und kann bei Lösungsansätzen helfen.

WEITERBILDUNGS-MASSNAHMEN:

JACK WOLFSKIN bietet für seine Produzenten Schulungsmaßnahmen an, um die Fähigkeiten auf den verschiedenen Ebenen (Management, mittleres Management, Arbeiter) auszubauen und zu fördern. Die Themen der Schulungen werden individuell auf die Bedürfnisse der betroffenen Personengruppen zugeschnitten und sind für die Produzenten kostenlos. Auch die FWF stellt ein umfangreiches Trainingsprogramm bereit, das von den Mitgliedsfirmen und deren Produktionsstätten in Anspruch genommen werden kann und soll.

5.2 DAS GANZHEITLICHE LIEFERANTEN-BEWERTUNGSSYSTEM

MIT DER GANZHEITLICHEN LIEFERANTEN-BEWERTUNG HAT JACK WOLFSKIN EIN NEUES UND EFFEKTIVES INSTRUMENT ENTWICKELT, UM DIE PERFORMANCE EINES LIEFERANTEN ODER VERSCHIEDENER LIEFERANTEN IN UNTERSCHIEDLICHEN BEREICHEN GLEICHZEITIG SCHNELL UND LEICHT ZU ERFASSEN. DAS BEWERTUNGSSYSTEM BIETET ZUDEM WEITERFÜHRENDE INFORMATIONEN ZU JEDEM BEWERTUNGSPUNKT AUS DER GESAMTBEWERTUNG AN. JEDER LIEFERANT WIRD ZWEIMAL PRO JAHR, ALSO NACH JEDER KOLLEKTION, BEWERTET.

Das hier beschriebene Bewertungssystem bezieht sich auf die Gesamtperformance eines Lieferanten bezogen auf verschiedene Anknüpfungspunkte bei JACK WOLFSKIN. Mit dieser Methode wird sichergestellt, dass Lieferanten nicht nur einen bewertungskritischen Bereich, wie z. B. den Preis, optimieren, dafür aber andere Aspekte wie die Qualität oder die Einhaltung des CoC vernachlässigen. Auch hilft es dabei, Schwachstellen einzelner Lieferanten zu identifizieren und mit ihm gezielt daran zu arbeiten. Auch diese Eigenschaft der ganzheitlichen Bewertung begünstigt lange Lieferanten-Beziehungen.

Die Bewertungsskala geht von 1 = sehr schlecht bis 10 = "best practice".

- LIEFERANT 1 VN
- LIEFERANT 2 VN
- LIEFERANT 3 ID
- LIEFERANT 4 CN

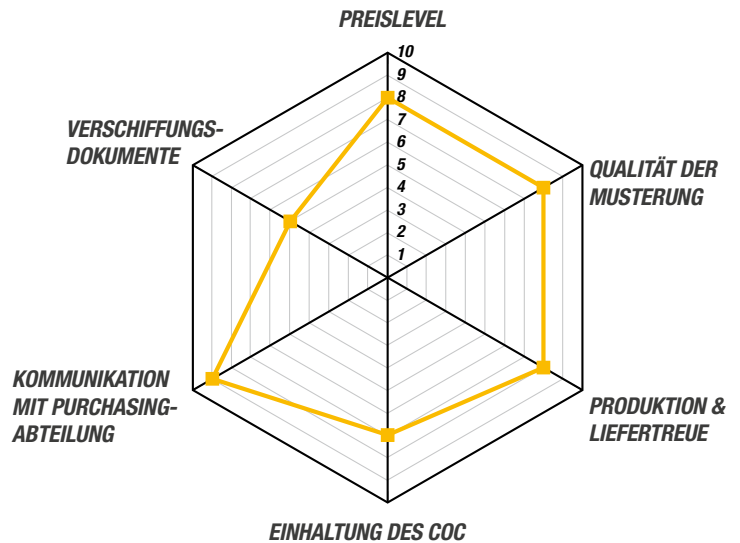


Abbildung: Darstellung der Bewertung eines einzelnen Lieferanten im ganzheitlichen Lieferanten-Bewertungssystem

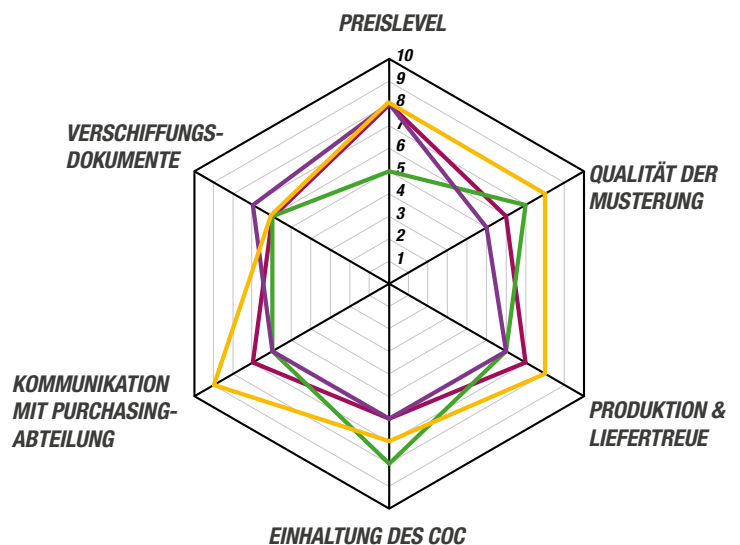


Abbildung: Darstellung der Bewertungen mehrerer Lieferanten in einer Grafik

10 PUNKTE

“BEST PRACTICE” ODER IDEALE VORGEHENSWEISE

9 PUNKTE

ABSOLUT KONFORM MIT DEM VERHALTENSKODEX

8 PUNKTE

SYSTEMATISCH GEMANAGT; ALLERDINGS WURDEN KLEINIGKEITEN ÜBERSEHEN

7 PUNKTE

SYSTEMATISCH GEMANAGT; NICHT ALLES KANN ÜBER BELEGE BEWIESEN WERDEN

6 PUNKTE

VERBESSERUNGEN EMPFOHLEN

5 PUNKTE

BEDARF VERBESSERUNGEN; IN ERSTER LINIE IN UNKRITISCHEN BEREICHEN

4 PUNKTE

BEDARF VERBESSERUNGEN

3 PUNKTE

KRITISCH

2 PUNKTE

HOCH KRITISCH

1 PUNKT

NICHT AKZEPTABEL

5.3 SOZIAL-AUDI- TIERUNGS- UND BEWERTUNGSKRITERIEN

JACK WOLFSKIN bewertet seine Lieferanten seit 2012 in einer 10-Punkte-Skala, wobei 1 die schlechteste und 10 die beste Note ist. Die Noten der einzelnen Kategorien werden ausschließlich durch die externen Sozial-Auditoren vergeben.

Mit der Umstellung von einer 5-stufigen auf eine 10-Stufige Bewertung werden bereits kleine Veränderungen der Lieferanten-Performance in den Auditberichten deutlich. Dadurch hat sowohl JACK WOLFSKIN als auch der Lieferant die Möglichkeit frühzeitig gegenzusteuern.

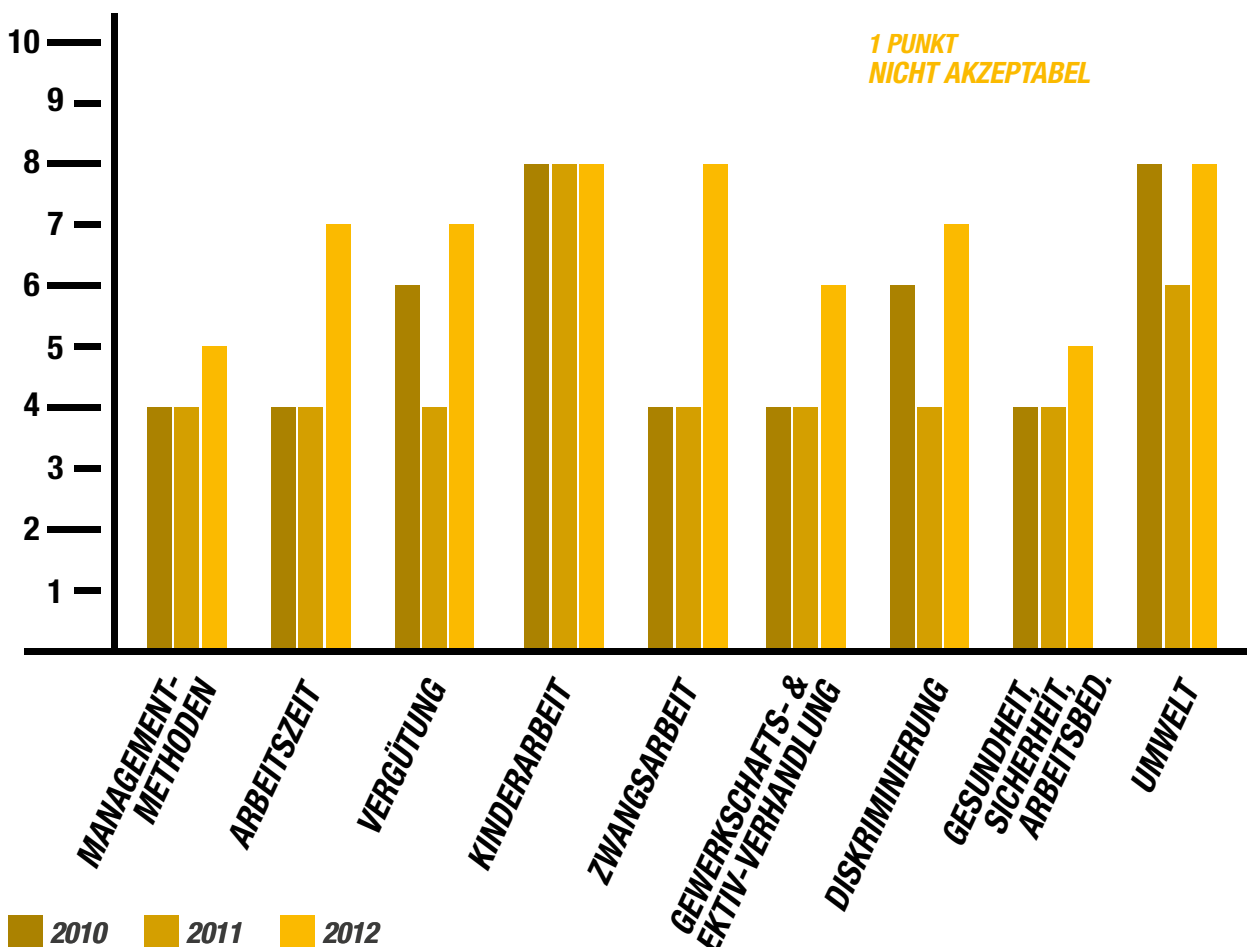


Abbildung: Bewertung der Social Performance eines Lieferanten von 2010-2012



5.4 PRODUZENTEN, PRODUKTIONSLÄNDER UND AUDITS 2012

Im Jahr 2012 hat JACK WOLFSKIN insgesamt 71 Audits und 22 Folgebesuche über ein externes Auditierungs-Unternehmen bei den Produzenten durchführen lassen. Es wurden dabei nicht nur Lieferanten überprüft, mit denen bereits eine aktive Zusammenarbeit besteht, sondern auch solche,

mit denen eine zukünftige Zusammenarbeit geprüft wird. Das Audit-Ergebnis potentiell neuer Lieferanten spielt eine entscheidende Rolle, ob eine langfristig angelegte Zusammenarbeit zustande kommt.

Die Kosten für alle Audits trägt JACK WOLFSKIN.

	JAN 12	FEB 12	MIRZ 12	APR 12	MAI 12	JUN 12	JUL 12	AUG 12	SEP 12	OKT 12	NOV 12	DEZ 12	GESAMT
AUDIT AKTIVER LIEFERANTEN	6	1	0	5	8	0	9	6	0	5	10	6	56
AUDIT INAKTIVER + AKTIVER LIEFERANTEN	9	3	4	5	8	0	10	6	0	5	13	8	71
FOLLOW-UP-BESUCHE AKTIVER LIEFERANTEN	7	1	0	3	0	2	1	0	0	0	0	2	16
FOLLOW-UP-BESUCHE INAKTIVER + AKTIVER LIEFERANTEN	10	2	0	3	0	4	1	0	0	0	0	2	22

Tabelle: Anzahl der Audits und Follow-up-Besuche 2012



5.4.1 ÜBERSICHT DER AUDITIERTEN PRODUZENTEN

In der folgenden Tabelle sind alle Lieferanten und Subproduzenten enthalten, mit denen JACK WOLFSKIN im Jahr 2012 zusammengearbeitet hat.

Es ist zu erkennen, dass

- alle Produktdivisionen (Bekleidung/Ausrüstung/Schuhe),
- alle Produktionsländer unabhängig davon, ob sie von der Fair Wear Foundation als kritisch oder weniger kritisch angesehen werden,
- Hauptlieferanten und deren autorisierte Subproduzenten,
- bestehende und neuere Lieferanten

durch die regelmäßigen Kontrollen auf die Einhaltung des Verhaltenskodex überprüft werden.

JACK WOLFSKIN hat 100 % seiner Lieferanten in den vergangenen drei Jahren mindestens einmal, häufig sogar zwei- oder dreimal von unabhängigen Auditoren überprüfen lassen.

Damit übertrifft JACK WOLFSKIN die von der FWF geforderte Auditierungs-Quote von 90 % des Einkaufsvolumens bezogen auf eine 3-Jahres-Periode bei weitem.

LEGENDE

AP	Bekleidung
EQ	Ausrüstung
FW	Schuhe
BD	Bangladesch
BG	Bulgarien
CN	China
ID	Indonesien
IN	Indien
IT	Italien
KH	Kambodscha
KR	Südkorea
RO	Rumänien
SI	Slowenien
TH	Thailand
TR	Türkei
TW	Taiwan
VN	Vietnam
H	Hauptproduzent
S	Subproduzent
	Keine Zusammenarbeit
-	Kein Audit durchgeführt

DIVISION	LAND	LIEFERANTEN-NUMMER	PRODUZIERTE MENGE IN %	EINKAUFSVOLUMEN IN %	ART DES PRODUZENTEN	DAUER DER ZUSAMMENARBEIT	AUDITS 2009	AUDITS 2010	AUDITS 2011	AUDITS 2012	KOMMENTAR / ZERTIFIZIERUNG / FWF-AUDIT
AP	TH	0130	6,74	2,74	H	>10 Jahre	Okt 09	Dez 10	Apr 11	Jan 12	FWF-Verifizierungs-Audit April 2011
AP	TH	0132			S	>5 Jahre	Okt 09	Nov 10	-	Jan 12	
AP	TH	0136			S	>5 Jahre	Okt 09	Nov 10	-	Jan 12	
AP	TH	0131			S	>5 Jahre	Nov 09	Nov 10	-	Jan 12	
AP	CN	4030	1,50	3,20	H	>5 Jahre	Jan 09	-	Mrz 11	Apr 12	
AP	CN	4031			S	>5 Jahre	-	Mrz 10 / Sept 10	Okt 11	Dez 12	
AP	CN	4032			S	>5 Jahre	-	Mrz 10 / Sept 11	Okt 11	Dez 12	
AP	CN	4033			S	<5 Jahre		Sep 10	Okt 11	Dez 12	
AP	CN	2490	1,11	2,48	H	>10 Jahre	-	-	Mrz 11	Apr 12	
AP	CN	2491			S	>5 Jahre		Jan 10	Jun 11	Mai 12	
AP	VN	2750	7,48	17,47	H	>5 Jahre	Mai 09	Aug 10	Jul 11	Jul 12	
AP	VN	2755			S	>5 Jahre	-	-	Aug 11	Aug 12	SA 8000
AP	VN	2756			S	<5 Jahre			Aug 11	Jul 12	
AP	VN	2758			S	<5 Jahre				Jul 12	
AP	ID	2751			H	>10 Jahre		Aug 09	Nov 10	Nov 11	Nov 12
AP	CN	0780	7,39	1,96	H	>10 Jahre	-	Jan 10	Apr 11	Apr 12	
AP	CN	0781			H	>5 Jahre	Mrz 09	-	Jun 11	Mai 12	
AP	SI	4521	1,55	0,22	H	>5 Jahre	-	Apr 10	Jun 11	-	Implementierung eines „Social Management Systems“ im Jahr 2012
AP	SI	4525			S	>5 Jahre	-	Apr 10	Jun 11	-	Implementierung eines „Social Management Systems“ im Jahr 2012
AP	SI	4526			S	>5 Jahre	-	Apr 10	Jun 11	-	Implementierung eines „Social Management Systems“ im Jahr 2012
AP	IT	4520			H	>10 Jahre	-	Jun 10	Jun 11	-	Implementierung eines „Social Management Systems“ im Jahr 2012

DIVISION	LAND	LIEFERANTEN-NUMMER	PRODUZIERTE MENGE IN %	EINKAUFSVOLUMEN IN %	ART DES PRODUZENTEN	DAUER DER ZUSAMMENARBEIT	AUDITS 2009	AUDITS 2010	AUDITS 2011	AUDITS 2012	KOMMENTAR / ZERTIFIZIERUNG/ FWF-AUDIT
AP	IT	4522	1,55	0,22	S	>10 Jahre	-	-	Jun 11	-	Implementierung eines „Social Management Systems“ im Jahr 2012
AP	IT	4523			S	>10 Jahre	-	-	Jun 11	-	Implementierung eines „Social Management Systems“ im Jahr 2012
AP	IT	4524			S	>10 Jahre	-	Jun 10	-	-	Implementierung eines „Social Management Systems“ im Jahr 2012
AP	VN	4300	9,60	6,97	H	>5 Jahre	Mai 09	Jul 10	Aug 11	Aug 12	
AP	VN	4302			S	<5 Jahre				Jul 12	
AP	BG	4900	0,16	0,09	H	>5 Jahre	-	-	Dez 11	-	
AP	BG	4901			S	<5 Jahre		-	Dez 11	-	
AP	IN	6010	0,27	0,80	H	<5 Jahre			Nov 11	Nov 12	
AP	IN	6012			S	<5 Jahre			Nov 11	Nov 12	
AP	IN	6013			S	<5 Jahre			Nov 11	Nov 12	
AP	VN	4530	1,72	2,83	H	>5 Jahre	Jun 09	Jun 10	Okt 11	Jul 12	gemeinsames Audit mit anderem FWF-Mitglied Oktober 2011
AP	TR	3360	2,70	1,50	H	>10 Jahre	-	Mai 10	Aug 11	-	FWF-Verifizierungs-Audit August 2011
AP	CN	5120	1,07	0,52	H	>5 Jahre	Jan 09	Mrz 10	Mai 11	Mai 12	
AP	ID	4790	0,70	1,03	H	>5 Jahre	Aug 09	Nov 10	Nov 11	Nov 12	
AP	IN	5250	1,50	0,53	H	>5 Jahre	Sep 09	Aug 10	Nov 11	Nov 12	
AP	VN	5200	1,25	1,05	H	>5 Jahre	Nov 09	Jul 10	Jul 11	Jul 12	SA 8000
AP	VN	5190	1,65	0,97	H	>5 Jahre	Jun 09	Jun 10	Jul 11	Jul 12	
AP	CN	4890	3,86	5,59	H	>5 Jahre	-	Jan 10	Mrz 11	Apr 12	
AP	IT	2190	0,43	0,08	H	>5 Jahre	Jun 09	Jun 10	-	-	
AP	VN	4020	1,09	0,59	H	>5 Jahre	Jun 09	Aug 10	Aug 11	-	
AP	CN	5220	3,82	0,68	H	>5 Jahre	Jan 09	-	Apr 11	Dez 12	

<i>DIVISION</i>	<i>LAND</i>	<i>LIEFERANTEN-NUMMER</i>	<i>PRODUZIERTE MENGE IN %</i>	<i>EINKAUFSVOLUMEN IN %</i>	<i>ART DES PRODUZENTEN</i>	<i>DAUER DER ZUSAMMENARBEIT</i>	<i>AUDITS 2009</i>	<i>AUDITS 2010</i>	<i>AUDITS 2011</i>	<i>AUDITS 2012</i>	<i>KOMMENTAR / ZERTIFIZIERUNG / FWF-AUDIT</i>
AP	BD	2220	8,48	17,79	H	>5 Jahre	-	Aug 10	Mai 11	-	FWF-Verifizierungs-Audit Mai 2011
AP	KH	5660	0,46	0,39	H	<5 Jahre		Jun 10	-	-	
AP	TH	5670	0,51	0,97	H	<5 Jahre		Nov 10	-	Jan 12	
AP	ID	5750	1,33	3,00	H	<5 Jahre		Nov 10	Nov 11	Nov 12	
AP	ID	5790	0,51	0,39	H	<5 Jahre		Nov 10	Nov 11	Nov 12	
AP	ID	5980	0,51	0,74	H	<5 Jahre		Nov 10	Nov 11	Nov 12	
AP	ID	5800	0,74	0,28	H	<5 Jahre			Nov 11	Nov 12	
AP	IN	5260	3,48	0,89	H	>5 Jahre	Sep 09	Aug 10	Okt 11	-	Zusammenarbeit 2012 beendet
EQ	VN	5130	2,04	1,93	H	>5 Jahre	Jun 09	Jul 10	Aug 11	Aug 12	
EQ	CN	0030	2,31	0,48	H	>10 Jahre	Feb 09	Jan 10	Mrz 11	Apr 12	
EQ	VN	4720			H	>5 Jahre	Jun 09	Jul 10/ Dez 10	-	Jul 12	FWF-Verifizierungs-Audit Dez 2010; SA 8000
EQ	VN	4721	6,71	2,74	S	<5 Jahre			Aug 11	Jul 12	
EQ	VN	4722			S	<5 Jahre				Jan 12	
EQ	CN	4730			H	>5 Jahre	Jan 09	Feb 10	Mai 11	Mai 12	
EQ	CN	4731	0,40	0,80	H	>5 Jahre	-	Feb 10	Mai 11	Mai 12	
EQ	CN	4620			H	>5 Jahre	Mrz 09	Mrz 10	Apr 11	Mai 12	
EQ	CN	4621	0,54	0,16	H	>5 Jahre	Feb 09	Mrz 10	Mai 11	Mai 12	
EQ	VN	4750	0,16	0,52	H	>5 Jahre	Jun 09	Jul 10/ Dez 10	Aug 11	Aug 12	
EQ	VN	5400	1,60	0,79	H	<5 Jahre	Jun 09	Jul 10/ Dez 10	Aug 11	Aug 12	
EQ	TW	3200	0,04	0,05	H	>10 Jahre	-	-	Jun 11	-	
EQ	KR	4230	0,17	0,04	H	>5 Jahre	-	-	Jun 11	-	
EQ	BD	5840	0,88	0,38	H	<5 Jahre			Feb 11	-	

DIVISION	LAND	LIEFERANTEN-NUMMER	PRODUZIERTE MENGE IN %	EINKAUFSVOLUMEN IN %	ART DES PRODUZENTEN	DAUER DER ZUSAMMENARBEIT	AUDITS 2009	AUDITS 2010	AUDITS 2011	AUDITS 2012	KOMMENTAR / ZERTIFIZIERUNG / FWF-AUDIT
FW	RO	5410	0,06	0,14	H	<5 Jahre	-	-	Jul 11	-	
FW	KH	3922	5,54	7,45	H	<5 Jahre		-	Nov 11	Dez 12	
FW	VN	3923			H	>5 Jahre	Jun 09	Jun 10	Jul 11	Mai 12	FWF-Verifizierungs-Audit Mai 2012
FW	VN	3926			H	>5 Jahre			Aug 11	Aug 12	
FW	CN	3927			H	<5 Jahre				Feb 12	
FW	CN	3928			H	<5 Jahre				Okt 12	
FW	CN	5681			4,62	2,67	H	<5 Jahre		-	Mai 11
FW	CN	5682	H	<5 Jahre					Sep 11	Dez 12	
FW	CN	5683	H	<5 Jahre					Apr 11	Okt 12	
FW	CN	5684	H	<5 Jahre					Mai 11	Okt 12	
FW	CN	5685	H	<5 Jahre					Sep 11	Okt 12	
FW	CN	5820	1,86	1,98			H	<5 Jahre			Sep 11
FW	CN	5821			H	<5 Jahre			Jun 11	-	Zusammenarbeit 2012 beendet
FW	CN	5920	0,86	0,68	H	<5 Jahre			Sep 11	-	Zusammenarbeit 2012 beendet

Tabelle: Produzenten Auditierungen

5.4.2 ÜBERSICHT DER AUDIT-ERGEBNISSE 2012

In der nachfolgenden Grafik sind die Ergebnisse der in 2012 aktiven Lieferanten aufgeführt. Deutlich zu erkennen ist, dass ein Großteil der Lieferanten ein Ergebnis zwischen 5 und 8 Punkten erhalten hat.

Auch wird deutlich, dass es nach wie vor einige Hersteller gibt, die große Probleme bei der Einhaltung von den im Code of Conduct definierten Sozialstandards haben. JACK WOLFSKIN konnte 2012 einige dieser Hersteller speziell zu kritischen Themen schulen. Um die Chancen der Implementierung der gelernten Prozesse zu erhöhen, wurden die Schulungen intensiv durch einen Nachsorgeprozess in den Fabriken der Hersteller begleitet.

Leider musste sich JACK WOLFSKIN im Jahr 2012 von einigen Herstellern trennen, da sowohl Sozial- als auch Qualitätsstandards anhaltend nicht befolgt wurden.

Damit hat knapp die Hälfte der Produzenten zwischen 7 und 10 Punkten für ihre Gesamtpformance erhalten. Weitere 30 % lagen im mittleren Bewertungsbereich. Leider konnten bei 23 % der im Jahr 2012 aktiven Lieferanten nur schlechte Audit-Ergebnisse erzielt werden. Vor allem mit den Herstellern, die sich in den unteren Bewertungsbereichen befinden, wird JACK WOLFSKIN im Jahr 2013 daran arbeiten, Umdenkprozesse einzuleiten und dauerhafte Veränderungen zu erzielen.

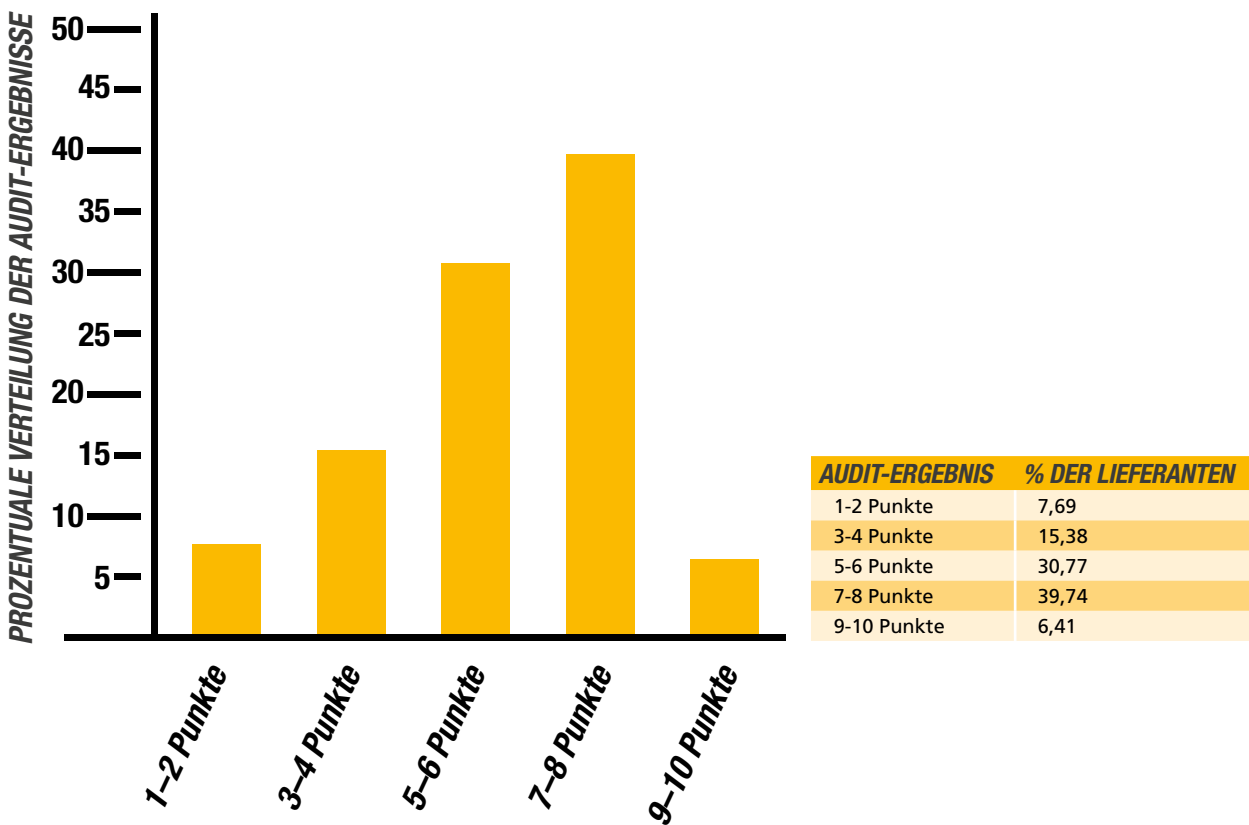


Abbildung: Ergebnisverteilung der Audits aktiver Lieferanten im Jahr 2012

5.5 ZUSAMMENFASSUNGEN DER AUDIT-ERGEBNISSE PRO LAND

DIE AUDIT-ERGEBNISSE ALLER PRODUZENTEN SIND AUF LÄNDERBASIS ZUSAMMENGEFASST UND DAR-AUS RESULTIEREND DURCHSCHNITTSERGEBNISSE BERECHNET WORDEN.

5.5.1 VIETNAM

In Vietnam arbeitete JACK WOLFSKIN im Jahr 2012 mit 18 Nähbetrieben zusammen. Diese Zahl umfasst sowohl die direkten Lieferanten als auch deren autorisierte Subunternehmen. Im Großteil der Betriebe konnten wir eine außergewöhnlich gute Übereinstimmung mit dem Code of Conduct feststellen. Leider gibt es auch in Vietnam einige Betriebe, bei denen Probleme bei der Kodex-Umsetzung festgestellt werden mussten. Häufig liegt die Ursache der Schwachstellen in unzureichender Organisation und häufig wechselndem Management. Auf diese Faktoren haben Marken-Unternehmen als Kunden der Hersteller keinen Einfluss. Der einzige Weg, den Auswirkungen entgegenzutreten, sind kontinuierliche Lieferanten-Schulungen.

Dies versucht JACK WOLFSKIN über eine permanente Lieferanten-Betreuung durch das eigene Nachhaltigkeits-Personal sowie Schulungen im Rahmen von Auditierungs-Prozessen zu gewährleisten.

Von den insgesamt zu bewertenden 162 Positionen (18 Lieferanten x 9 Kategorien) wurde von den Auditoren drei Mal die schlechteste Note „1“ vergeben. Je einmal in den Kategorien Arbeitszeit, Vergütung und Gesundheitsschutz und sichere Arbeitsbedingungen.

JACK WOLFSKIN hat die Probleme mit allen Produzenten ausführlich thematisiert und die Umsetzung effektiver Korrektur-Maßnahmen gefordert. Die Umsetzung der Verbesserungen wird über verschiedene Follow-up-Maßnahmen und durch ein unabhängiges Folgeaudit kontrolliert.

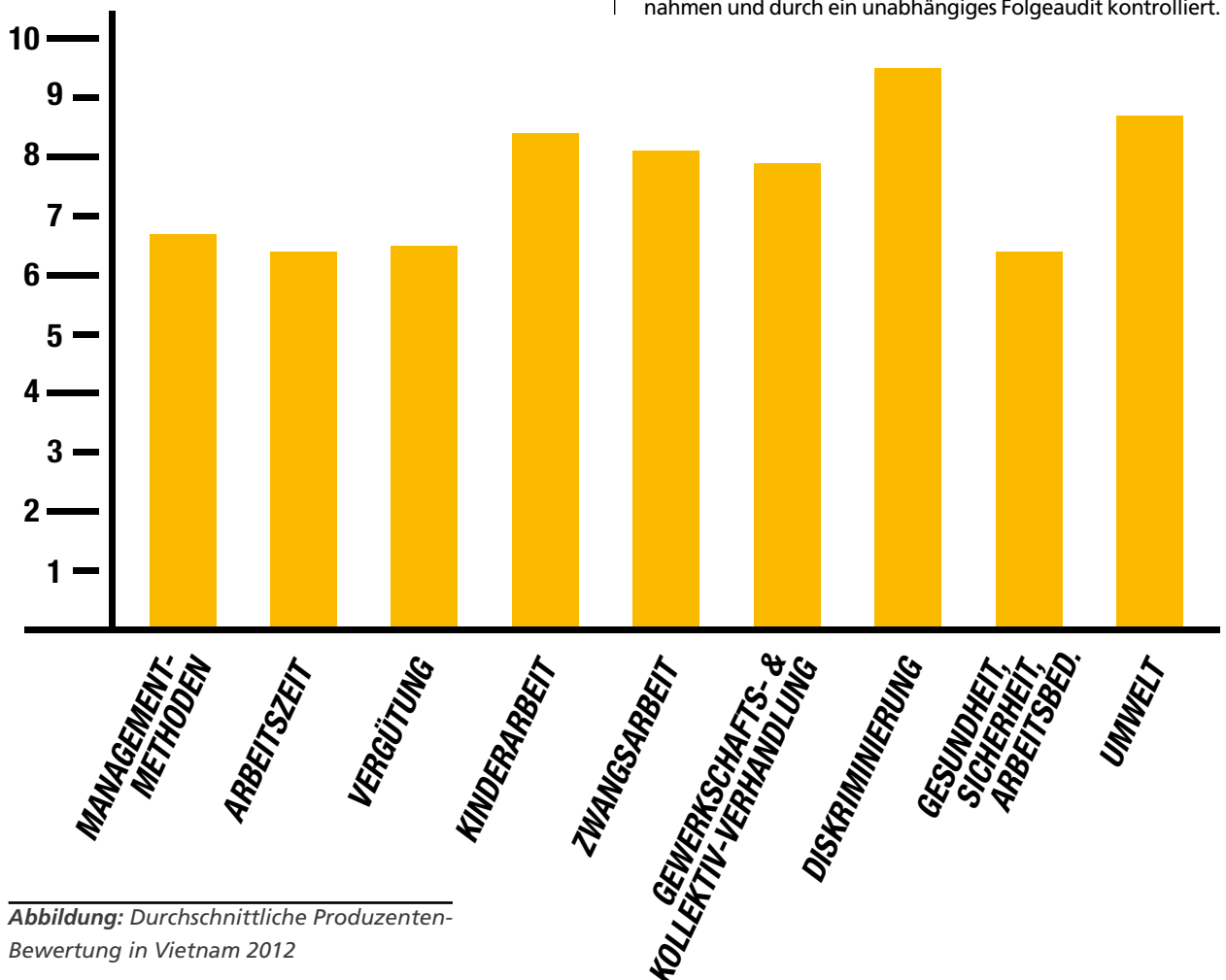


Abbildung: Durchschnittliche Produzenten-Bewertung in Vietnam 2012

5.5.2 CHINA

In China arbeitete JACK WOLFSKIN im Jahr 2012 mit 26 Produktionsstätten zusammen. Davon sind 22 direkte Vertragspartner und vier Subunternehmen bzw. Zweifabriken der Hersteller.

Mit vier Herstellern musste die Zusammenarbeit aus verschiedenen Gründen, die sowohl soziale als auch qualitative Aspekte betrafen, beendet werden.

In unseren Audits konnten wir feststellen, dass gesundheits- und sicherheitsrelevante Themen bei vielen Herstellern nach wie vor ein anhaltendes Problem darstellen.

Um positiv gegenzusteuern, hat JACK WOLFSKIN im Juli 2012 ein „Chemical Health and Safety Training“ für Schuhhersteller in China angeboten.

Dringenden Nachbesserungs-Bedarf konnten wir bei den gemeinsam zu betrachtenden Themenfeldern Management-Methoden, Arbeitszeit und Vergütung sowie Gewerkschaftsfreiheit feststellen. Aus diesem Grund wird JACK WOLFSKIN versuchen, 2013 möglichst viele Lieferanten von der Teilnahme am „Workplace Education Training“ der Fair Wear Foundation zu überzeugen.

Über dieses Schulungsprogramm, das sich über alle Hierarchieebenen einer Fabrik erstreckt, werden alle Bestandteile des Verhaltenskodex geschult. Besonders wichtig sind dabei die Informationen zu Rechten, aber auch Pflichten der Mitarbeiter, dem Beschwerdesystem sowie detaillierte Informationen zur Gründung und Funktion von Gewerkschaften.

Allen Beteiligten wird ein konstruktiver Umgang miteinander vermittelt, um Konflikte nicht eskalieren zu lassen, sondern im Bedarfsfall eine für alle Parteien gute Lösung zu finden.

Im Allgemeinen zeigt der Trend in China in den letzten Jahren, dass Textilfabriken häufig von küstennahen Regionen ins Landesinnere verlegt werden. Ausschlaggebende Gründe sind der Wunsch der Wanderarbeiter, diese Lebensart aufgeben zu können und dadurch mehr Zeit mit ihren Familien zu verbringen.

Ein weiterer Grund für Fabrikbesitzer, sich weiter im Landesinneren anzusiedeln, ist eine stabilere Belegschaft, die auch nach dem chinesischen Neujahrsfest weitgehend konstant bleibt.

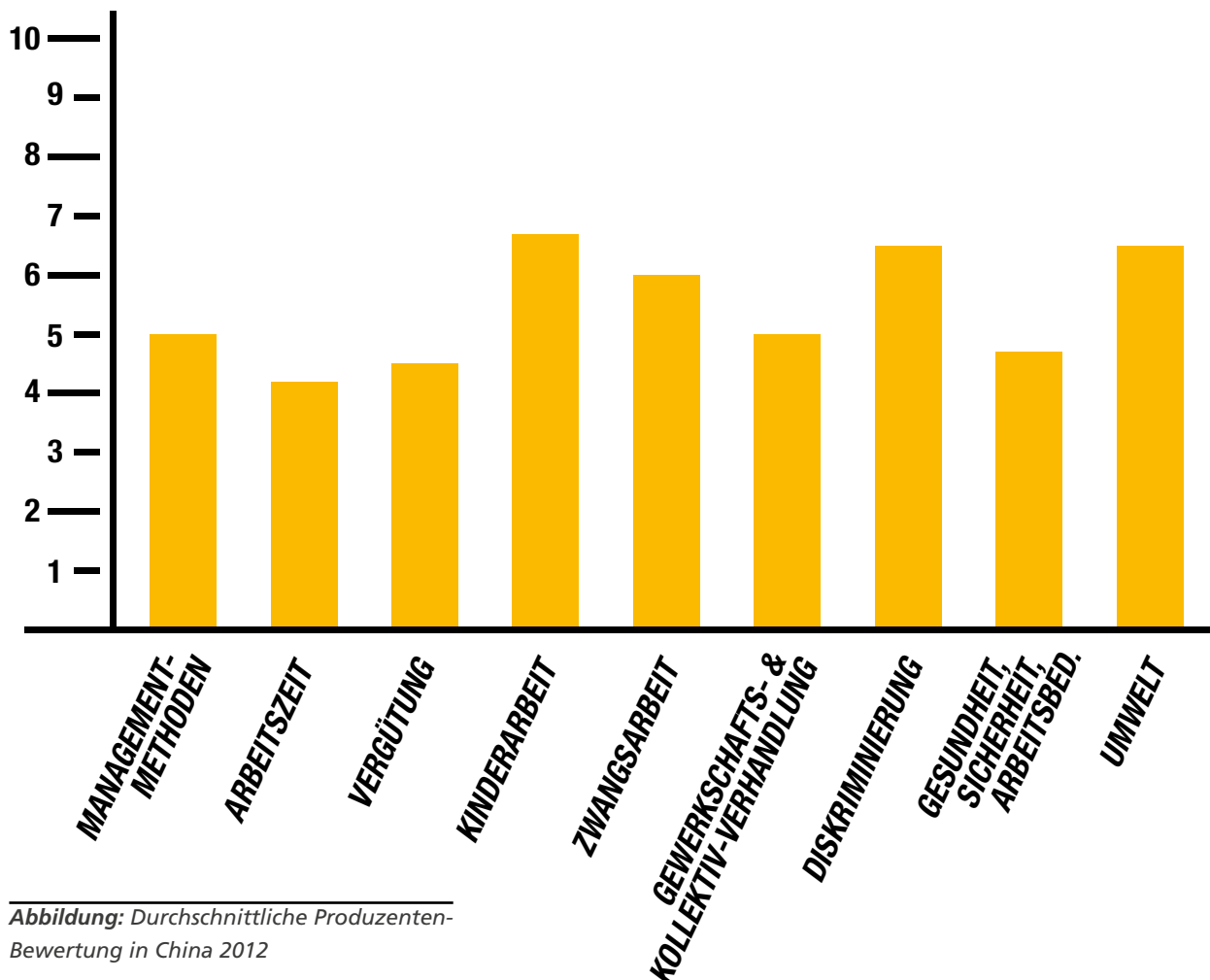


Abbildung: Durchschnittliche Produzenten-Bewertung in China 2012

5.5.3 THAILAND

In Thailand arbeitet JACK WOLFSKIN mit zwei direkten Vertragspartnern und drei Unterauftragnehmern zusammen.

Bei unseren Audits in Thailand haben wir in einigen Fabriken eine hohe Anzahl an burmesischen Gastarbeitern vorgefunden. Solange allen Gastarbeitern gleiche Rechte zugesprochen werden wie den thailändischen Mitarbeitern, für alle eine gültige Arbeitserlaubnis vorliegt und sie nicht in ihrer Bewegungsfreiheit (z. B. durch Einhalten des Ausweises) eingeschränkt werden, spricht nichts gegen die Beschäftigung von Gastarbeitern.

Für das Fabrikmanagement ist die Anstellung von Gastarbeitern ungleich aufwändiger, da durch die Beantragung einer Arbeitserlaubnis ein wesentlich höherer Verwaltungs- und Kostenaufwand entsteht.

In der Grafik ist ersichtlich, dass vor allem die Punkte Arbeitszeit und Vergütung vergleichsweise schlecht bewertet wurden. Grund dafür sind zwei der fünf Fabriken, die

aufgrund eines undurchsichtigen Arbeitszeit-Erfassungssystems die Arbeitszeiten ihrer Mitarbeiter nicht klar ausweisen konnten. In solchen Fällen haben wir das Auditoren-Team gebeten, standardmäßig abzuwerten, da eine korrekte Vorgehensweise nicht einwandfrei belegt werden kann. Die so zustande gekommene Abwertung bedeutet nicht zwangsläufig die Nichteinhaltung des Verhaltenskodex. Viel mehr lässt dieser Umstand auf mangelnde Management-Methoden schließen, was bei angesprochenen Fabriken ebenfalls zur Abwertung führte.

Gut durchorganisierte Betriebe haben in der Regel eindeutige Systeme, die sich über längere Zeiträume lückenlos nachvollziehen lassen und bei denen die gesamten Arbeitszeiten, Überstunden und Löhne sauber gepflegt und erfasst sind.

Die anderen drei Fabriken überzeugen mit jeweils guten Bewertungen.

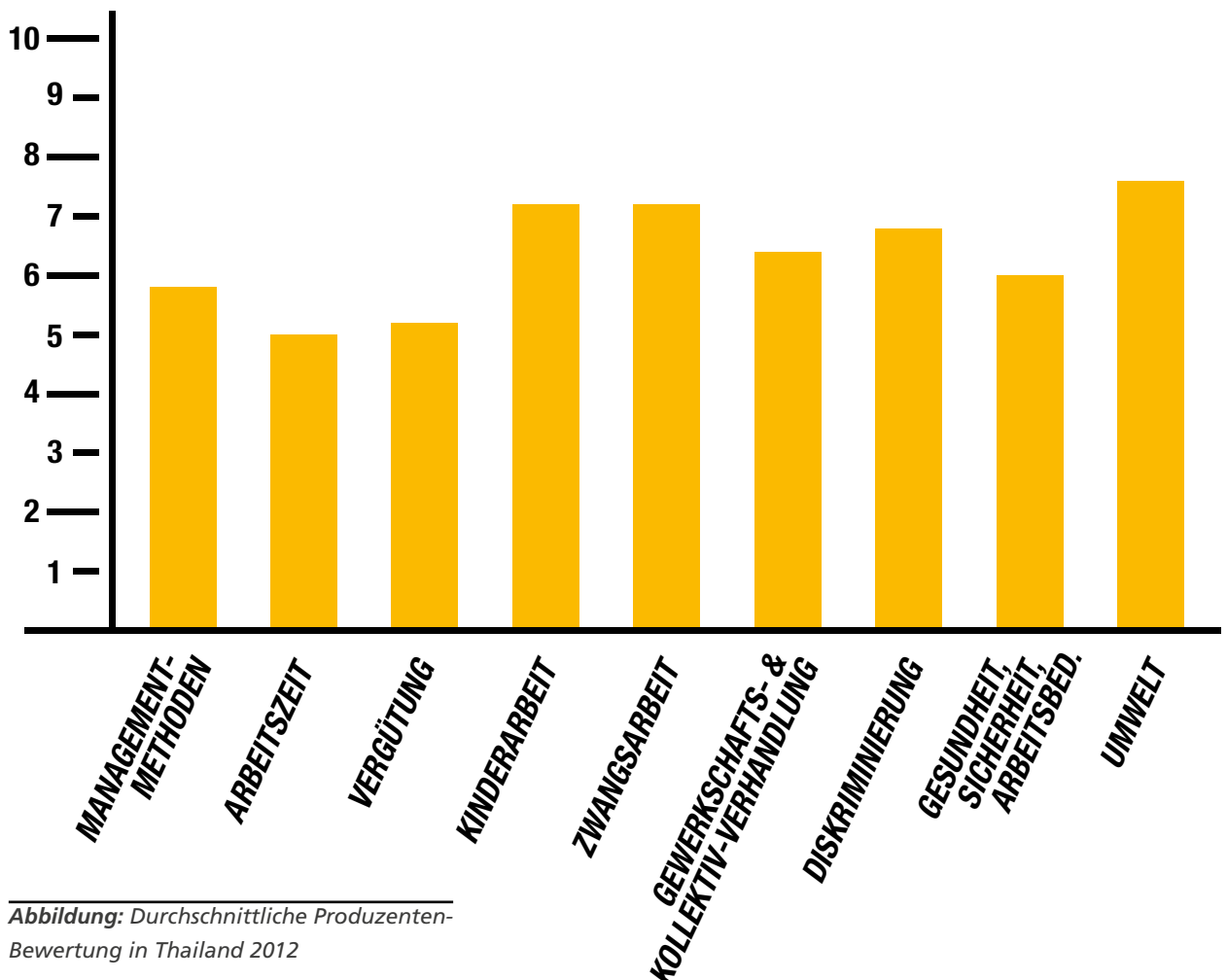


Abbildung: Durchschnittliche Produzenten-Bewertung in Thailand 2012

5.5.4 BANGLADESCH

Bei unseren zwei Lieferanten in Bangladesch wurde im Jahr 2012 kein komplettes Audit durchgeführt. Aufgrund der guten Ergebnisse in der Vergangenheit steht ein Audit dort erst wieder für das Jahr 2013 an. Jedoch wurde der Korrekturplan per E-Mail und einem Folgebesuch nachverfolgt.

Allgemeines: Anfang 2013 kam es in Bangladesch zu vermehrten Unruhen wegen mehrerer dramatischer Zwischenfälle, die ihren Ursprung in der Missachtung von Sozialstandards haben. Zum einen kamen bei einem Großbrand wegen unzureichenden und zum Teil versperrten Notausgängen in der Hauptstadt Dhaka hunderte Menschen ums Leben. Kurz darauf kam es ebenfalls in Dhaka zu dem Einsturz einer Textilfabrik, bei dem mehr als 1000 Menschen starben.

Beide Vorfälle hätten verhindert und damit weit über 1000 Menschenleben gerettet werden können, wenn sowohl die Fabrikbesitzer vor Ort als auch die Textilkonzerne entsprechend der Verhaltenskodizes gehandelt hätten.

Leider begünstigt die aktuelle Situation in Bangladesch tragische Zwischenfälle wie diese, da beispielsweise nicht fertiggebaute Fabrikgebäude steuerlich begünstigt werden oder minderwertiges Baumaterial verwendet wird. Weitere Probleme sind die generelle Armut und dadurch begünstigte Korruptions-Verhältnisse oder die unsichere Verlegung von Stromkabeln „über“ Bangladeschs Straßen, die allgemein die Brandgefahr im ganzen Land erheblich erhöhen.

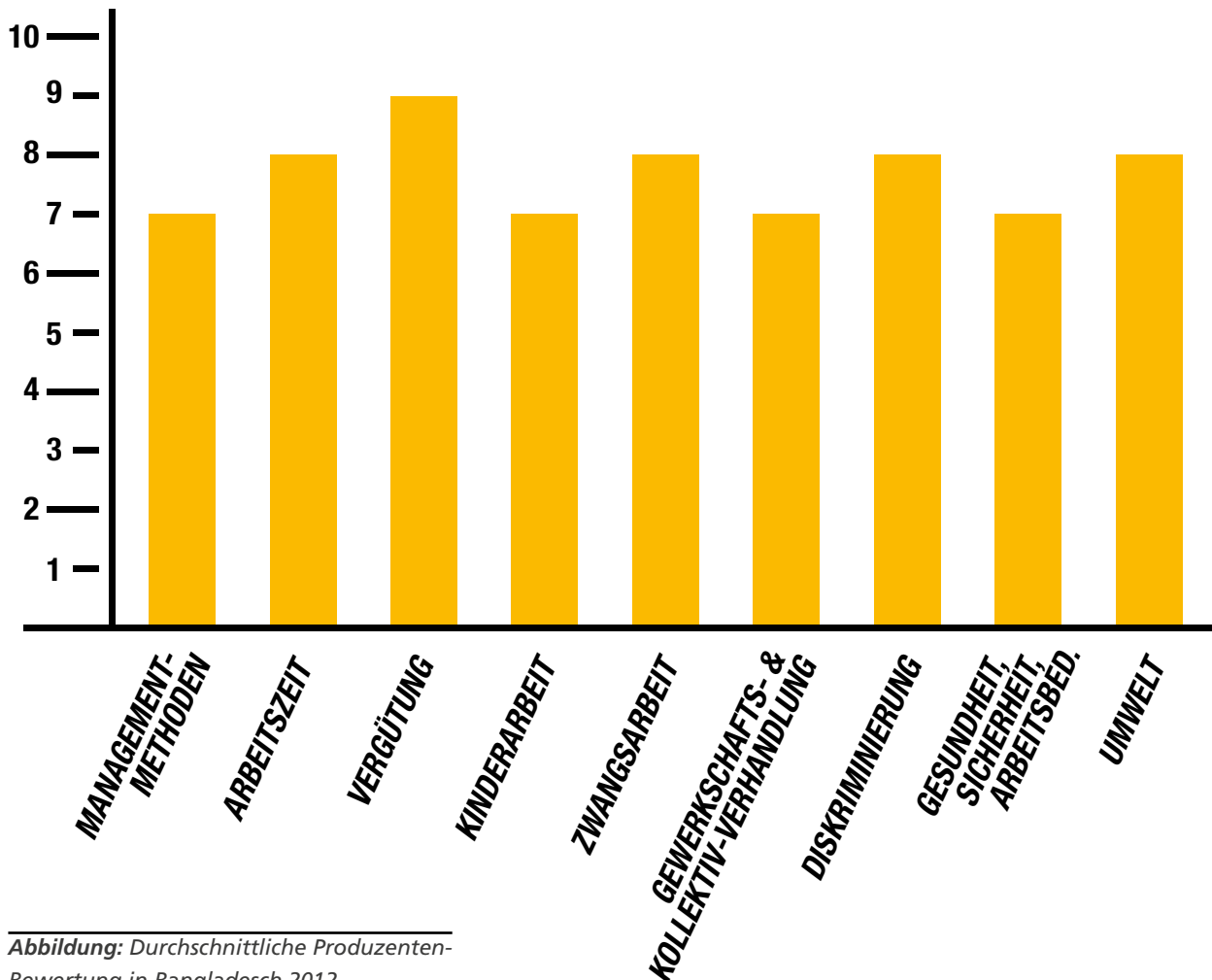


Abbildung: Durchschnittliche Produzenten-Bewertung in Bangladesch 2012

5.5.5 INDIEN

In Indien wurde Mitte des Jahres die Zusammenarbeit mit einem Lieferanten beendet. Auch nach drei Jahren Auditierung und enger Zusammenarbeit konnten keine zufriedenstellenden Verbesserungen erreicht werden. Insbesondere in den Bereichen Arbeitssicherheit, Management-Methoden und Vergütung erzielte der Hersteller anhaltend unzureichende Ergebnisse. Zusätzlich kam es zu qualitativen Problemen.

Aufgrund dieser Resultate wurde entschieden, die Zusammenarbeit zu beenden.

Anstelle dieses Lieferanten wurde ein neuer Hersteller mit drei Produktions-Standorten in Indien in das Portfolio aufgenommen.

Die verbliebenen vier Produktionsstätten können seither mit guten Ergebnissen überzeugen. Lediglich bei den Management-Methoden konnte eine Schwachstelle identifiziert werden, was sich leider auch auf die Bewertung von Arbeitszeit und Vergütung niederschlägt.

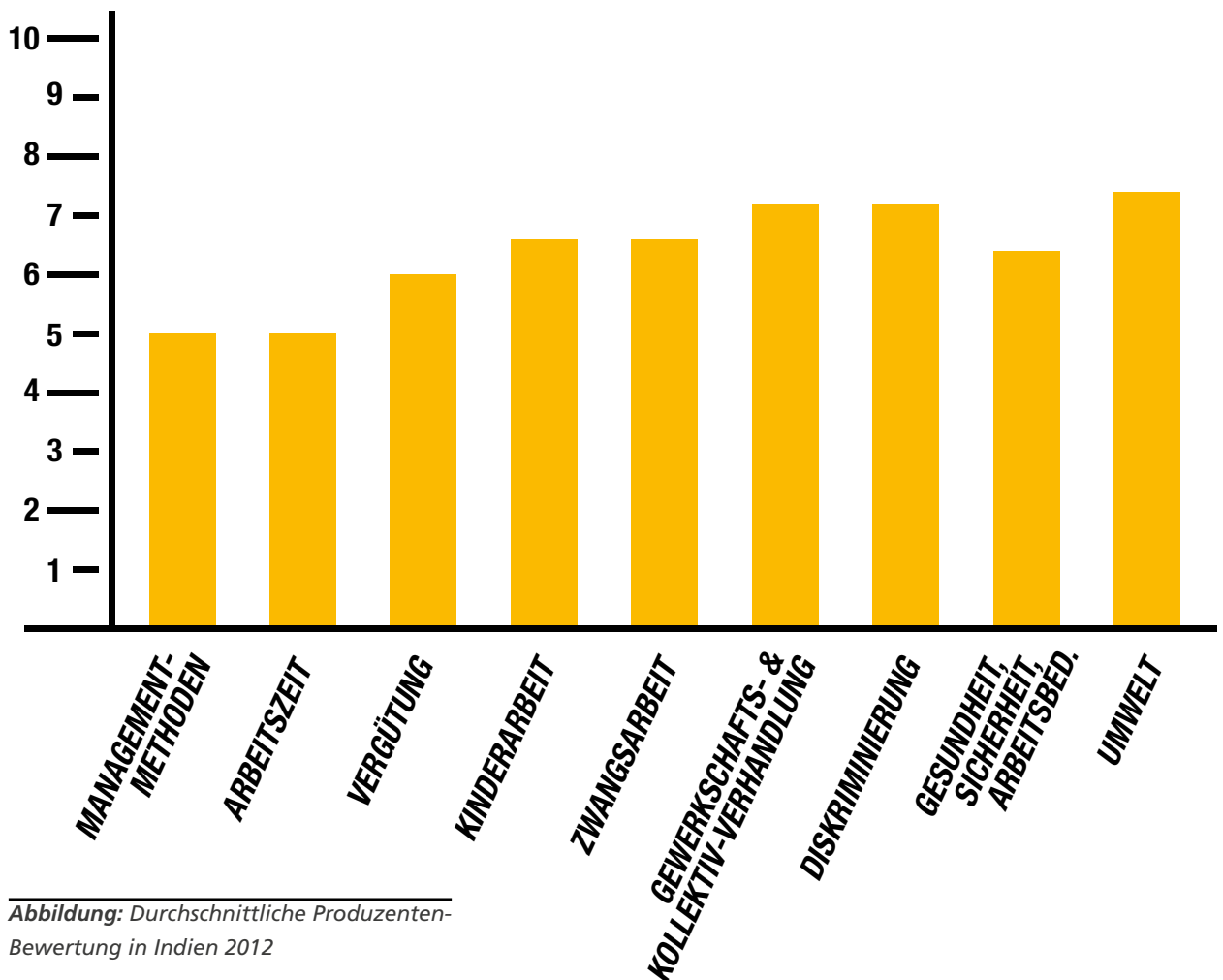


Abbildung: Durchschnittliche Produzenten-Bewertung in Indien 2012

5.5.6 KAMBODSCHA

In Kambodscha arbeitete JACK WOLFSKIN 2012 mit zwei Lieferanten zusammen. Eine der beiden Fabriken beteiligt sich an dem Projekt „Better Work Cambodia“ und zählt damit zu den Herstellern, welche die Einhaltung des Verhaltenskodex aus eigenem Antrieb sehr ernst nehmen und die Situation für die Arbeiter immer weiter optimieren.

Wie in der Grafik zu sehen, ist die Gesamtperformance der Hersteller in Kambodscha erfreulich.

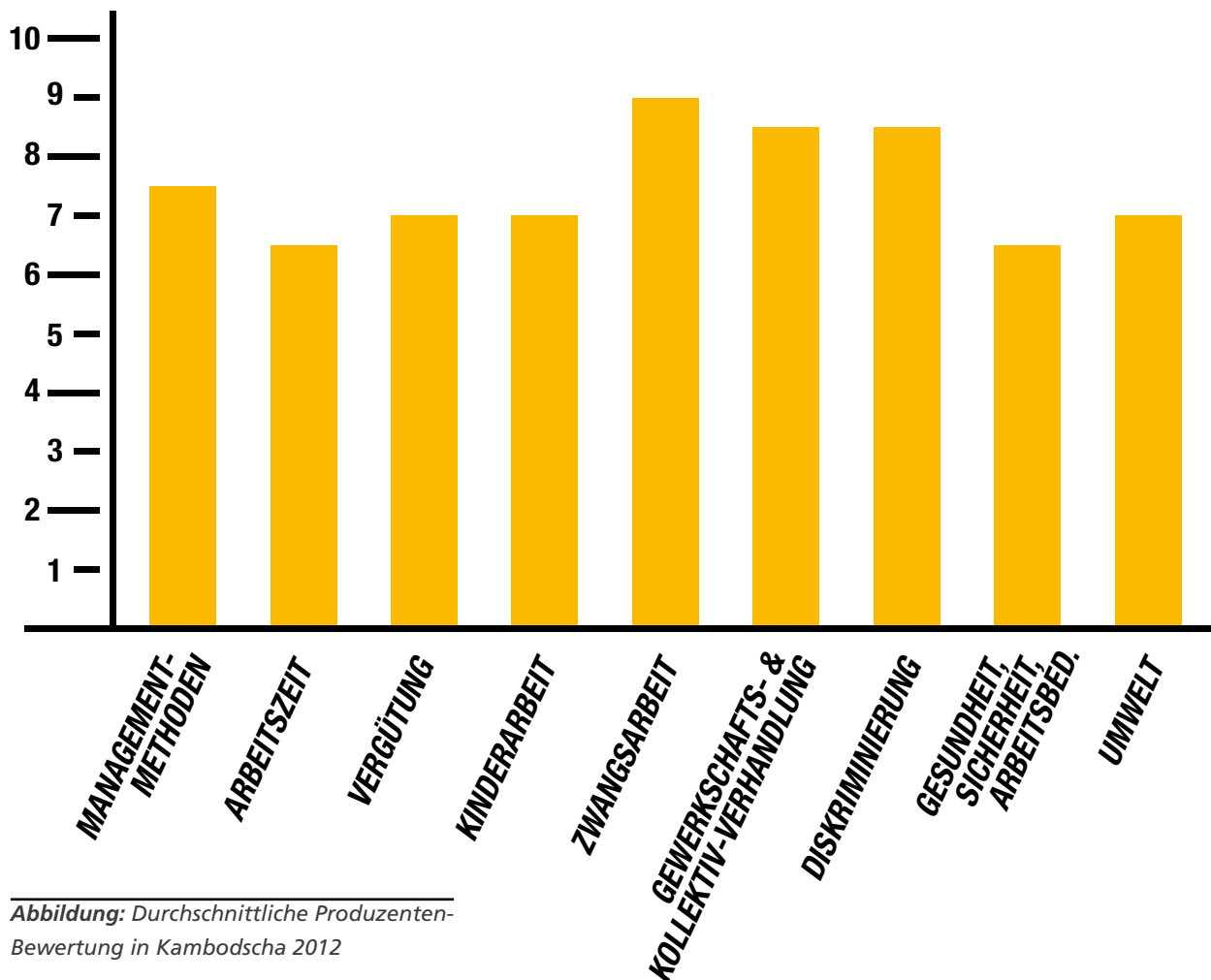


Abbildung: Durchschnittliche Produzenten-Bewertung in Kambodscha 2012

5.5.7 INDONESIEN

JACK WOLFSKIN auditiert seit 2009 Fabriken in Indonesien. Seitdem konnten gute Entwicklungen der Gesamtpformance der Fabriken festgestellt werden. So konnte sich einer unserer langjährigen Partner in erster Linie bei der Arbeitszeit von Jahr zu Jahr verbessern.

Über die Jahre konnten wir häufig auftretende Schwachstellen der Fabriken in Indonesien identifizieren. Die größte Herausforderung und gleichzeitig das größte Potential sehen wir in Indonesien in einem Ausbau der Gewerkschaftsfreiheit. Daher hat JACK WOLFSKIN bei der FWF bereits angeregt, das „Workplace Education Programme“ auch auf Indonesien auszuweiten.

Sowohl Einschnitte in der Gewerkschaftsfreiheit als auch häufig angewendete Kurzzeitverträge erschweren es Ar-

beitnehmern, sich auf einer vernünftigen Ebene mit dem Fabrikmanagement auseinanderzusetzen.

Diese Problematiken haben wir sowohl während der Audits als auch im Anschluss mit dem Management der Fabriken intensiv diskutiert.

In Indonesien wurde der gesetzliche Mindestlohn 2012 drastisch angehoben. In Jakarta beispielsweise um 40%. Aufgrund der plötzlichen Anhebung wurde einigen Fabriken seitens der Regierung eine Übergangsfrist eingeräumt, in der die Gehälter schrittweise angehoben werden müssen. Die weiteren Entwicklungen und die Umsetzung der gesetzlichen Änderungen werden auch 2013 über unabhängige Audits überprüft.

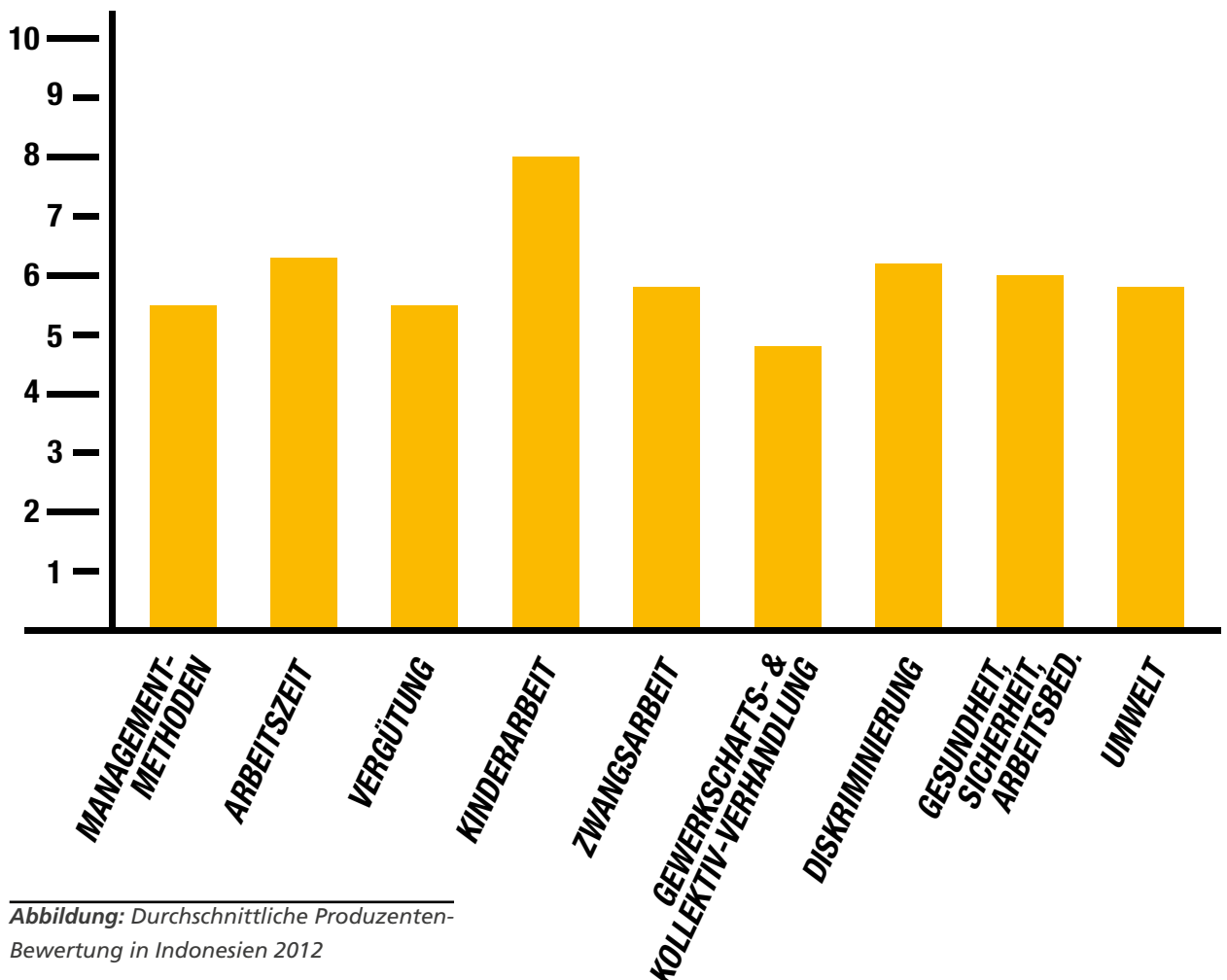


Abbildung: Durchschnittliche Produzenten-Bewertung in Indonesien 2012

5.5.8 BULGARIEN

Die häufigsten Verstöße gegen den Code of Conduct bei den Produktionsstätten in Bulgarien treten im Bereich Arbeitssicherheit auf. Zwar existieren Prozesse und Dokumente, jedoch gibt es Defizite bei der Kontrolle der Umsetzung der Vorschriften. Aufgrund der Einsicht des Managements und der relativ einfach zu beseitigenden Mängel ist von einer Verbesserung bis zum nächsten Audit auszugehen.

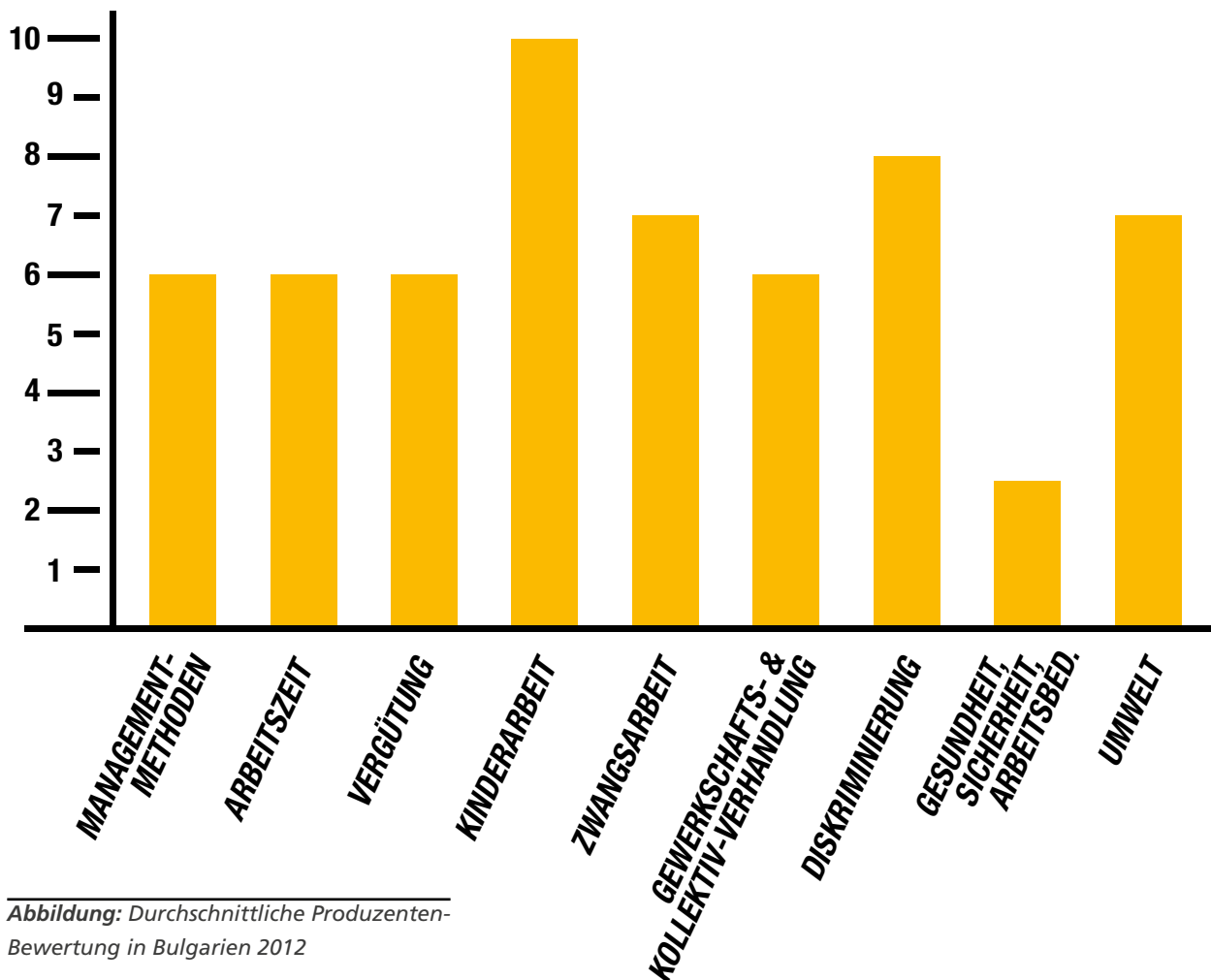


Abbildung: Durchschnittliche Produzenten-Bewertung in Bulgarien 2012

5.5.9 SLOWENIEN

Seit 2004 besteht die Zusammenarbeit mit den in Slowenien ansässigen Herstellern. Alle drei Produktionsstätten wurden von JACK WOLFSKIN bereits zwei Mal auditiert, wobei das letzte Audit im Juni 2011 stattfand. Die Ergebnisse erfüllen weitgehend die im Verhaltenskodex definierten Anforderungen. In einer Produktionsstätte konnte allerdings während des Audits vom Produzenten nicht zweifelsfrei belegt werden, dass die Art und Handhabung der Kurzzeit-Arbeitsverträge den rechtlichen Vorgaben Sloweniens entspricht. Dies führte zu einer Abwertung in der Kategorie Management-Methoden. Das gesamte Umsatzvolumen von JACK WOLFSKIN mit Produzenten in Slowenien ist sehr gering, was im Zusammenspiel mit den guten Ergebnissen dazu führte, dass die drei Betriebe in Slowenien 2012 nicht auditiert wurden.

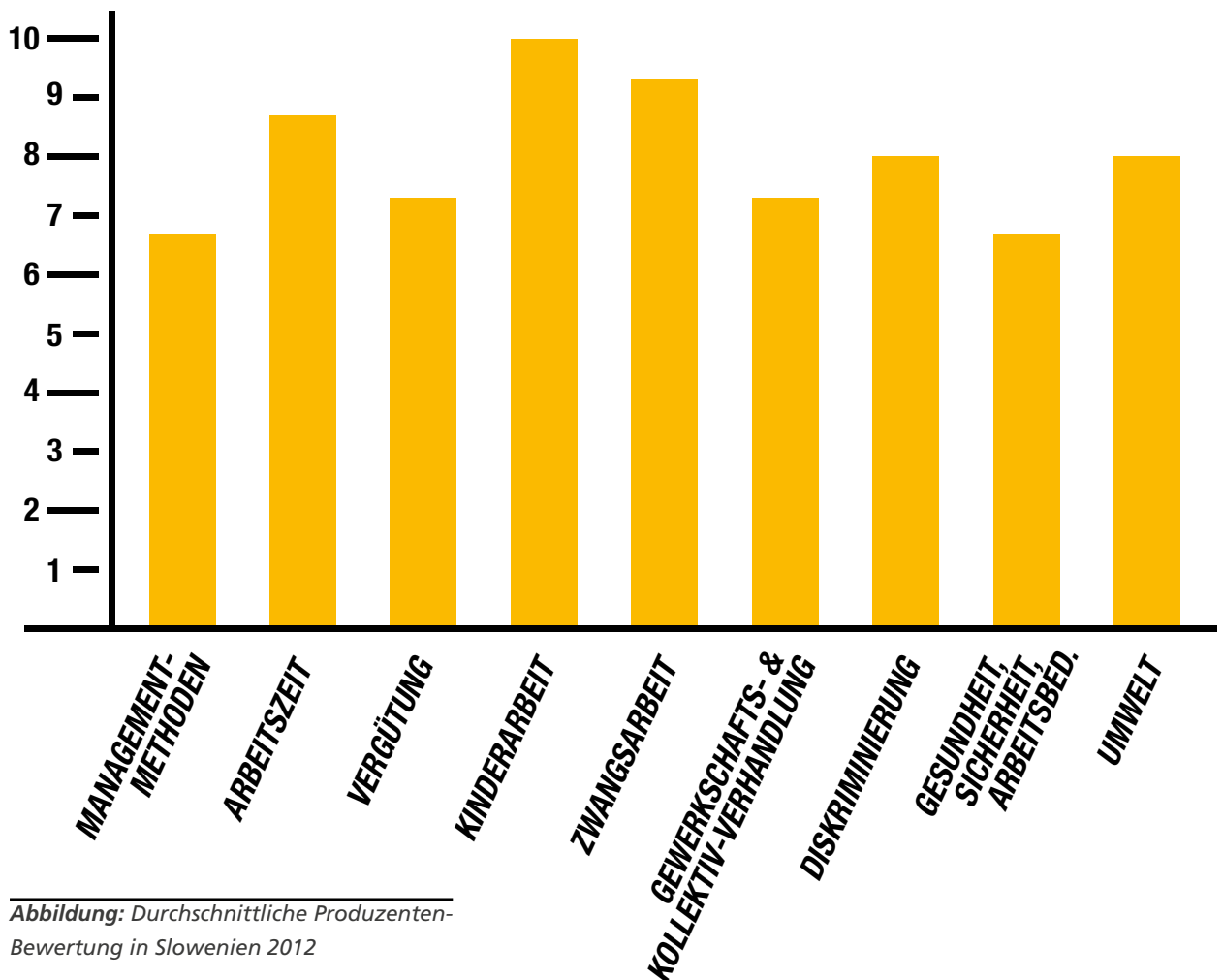


Abbildung: Durchschnittliche Produzenten-Bewertung in Slowenien 2012

5.5.10 ITALIEN

Die Lieferanten in Italien wurden im Jahr 2012 aufgrund der guten Audit-Ergebnisse im Jahr 2011 und dem geringen Umsatzvolumen von insgesamt unter 0,3 % nicht durch Audits überprüft.

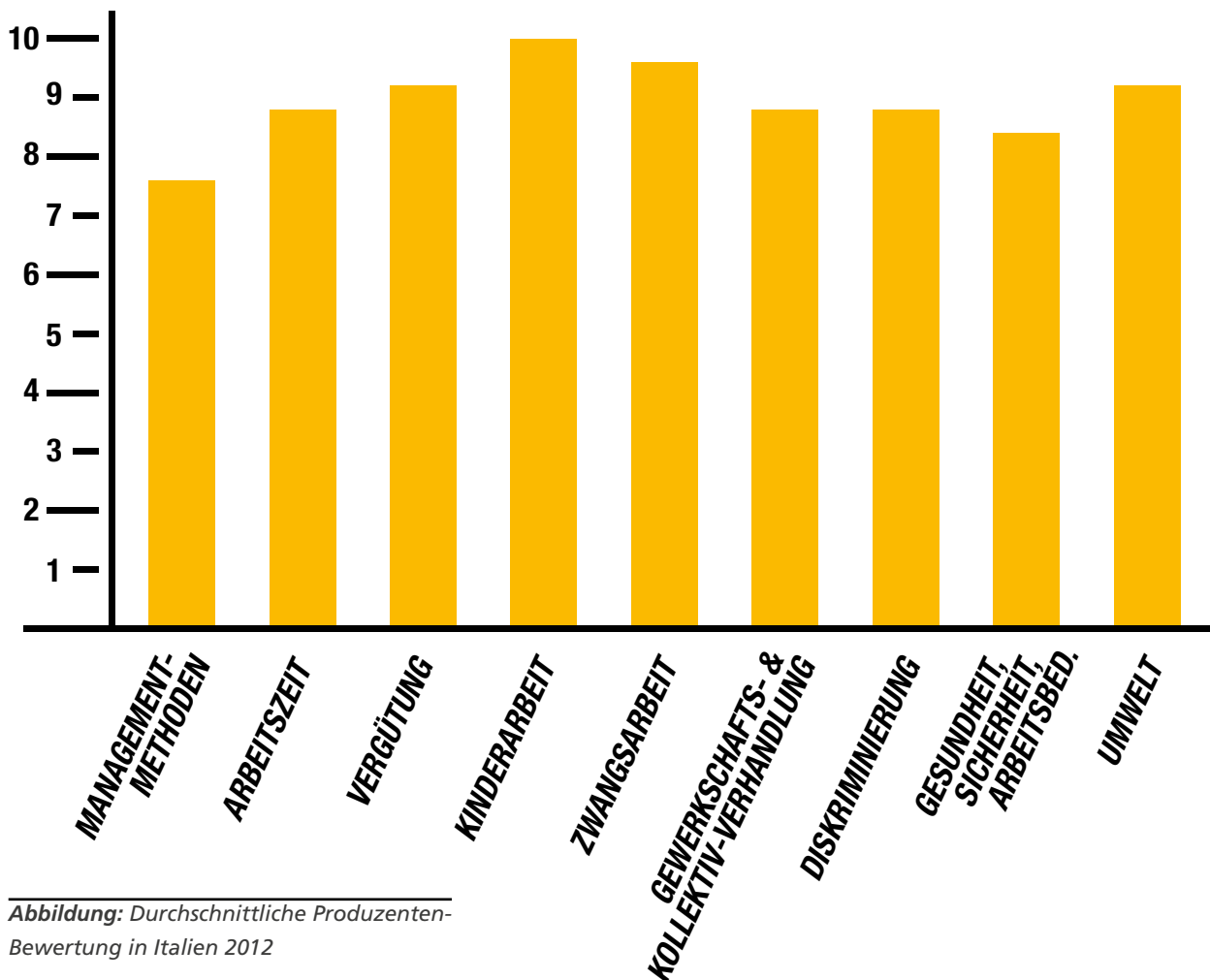


Abbildung: Durchschnittliche Produzenten-Bewertung in Italien 2012

5.5.11 TÜRKEI

Im August 2011 wurde der Hersteller von den Verifizierungs-Auditoren der Fair Wear Foundation besucht. Die Auditoren konnten eine weitgehende Übereinstimmung der Arbeitsweise des Lieferanten mit dem Code of Conduct bestätigen. Aus diesem Grund hat sich JACK WOLFSKIN entschieden, den Hersteller im Jahr 2012 nicht zu kontrollieren.

Es handelt sich bei dem Hersteller in der Türkei um einen Partner, mit dem JACK WOLFSKIN eine mittlerweile 12-jährige Geschäftsbeziehung verbindet.

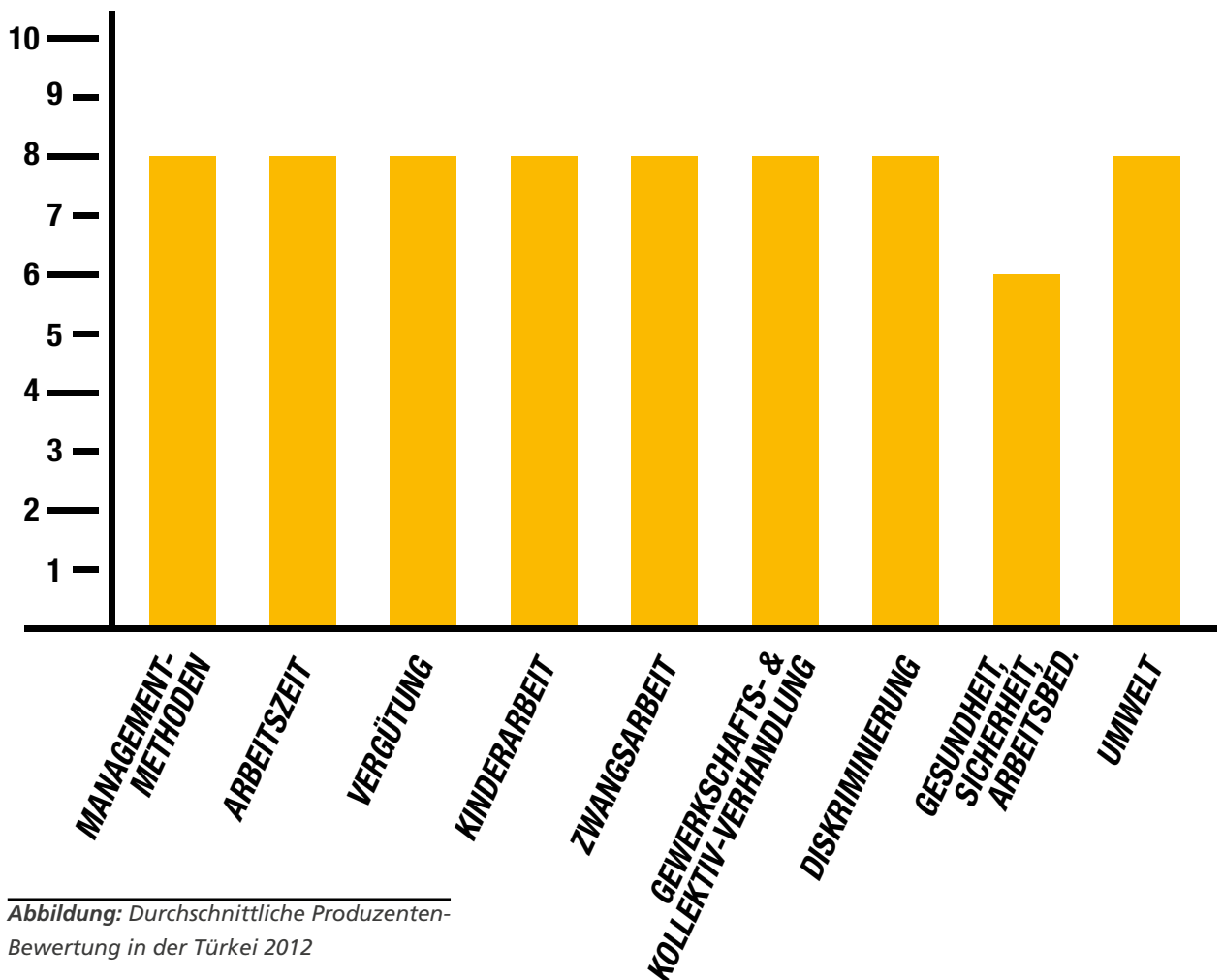


Abbildung: Durchschnittliche Produzenten-Bewertung in der Türkei 2012

5.5.12 RUMÄNIEN

JACK WOLFSKIN arbeitet seit 2009 mit einem kleinen Schuhhersteller in Rumänien zusammen. Das Umsatzvolumen von JACK WOLFSKIN mit dem Hersteller lag im Jahr 2012 bei nur 0,14 %.

2012 wurde kein Audit durchgeführt, weil die Ergebnisse des Audits von 2011 eine weitgehende Übereinstimmung mit dem Code of Conduct belegten.

Defizite konnten in erster Linie bei Arbeitszeiten, Vergütung (wobei die gesetzlichen Anforderungen eingehalten wurden) sowie Gesundheits- und Sicherheits-Maßnahmen festgestellt werden.

Der Hersteller hat angekündigt, ein effektives Managementsystem nach ISO 9000 und SA8000 zu implementieren, um die bekannten Schwachstellen aufzuarbeiten und Maßnahmen einzuführen, die bei der Einhaltung des Code of Conducts unterstützen.

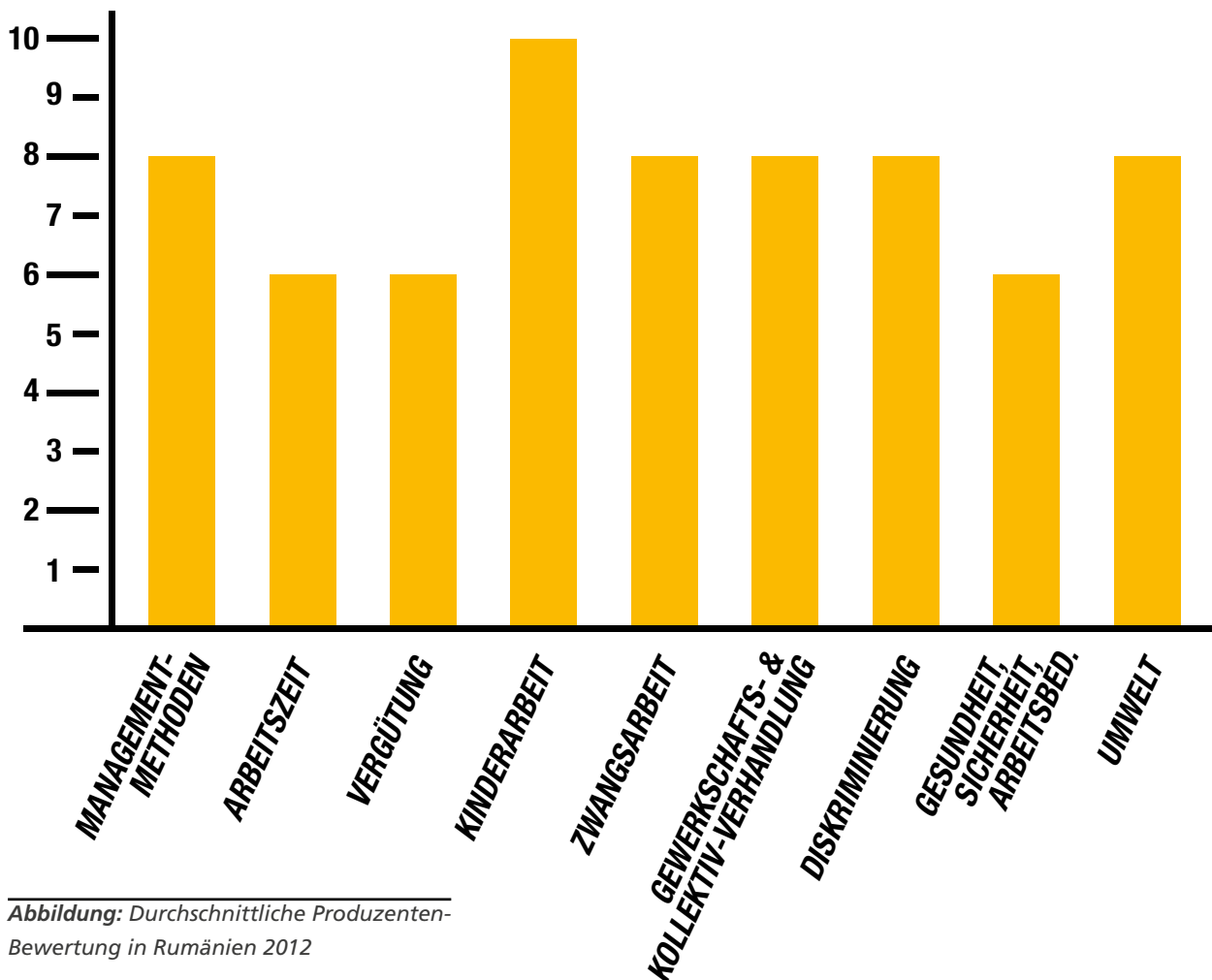


Abbildung: Durchschnittliche Produzenten-Bewertung in Rumänien 2012

5.6 UMGANG MIT BESCHWERDEN VON MITARBEITERN AUS HERSTELLUNGSBETRIEBEN

JACK WOLFSKIN REAGIERT UNMITTELBAR AUF ALLE BESCHWERDEN, DIE ENTWEDER ÜBER UNSER EIGENS ENTWICKELTES SYSTEM DIE „COM-BOX“ (WWW.COM-BOX.NET) EINGEHEN, DIE WIR ÜBER DAS BESCHWERDESISTEM DER FAIR WEAR FOUNDATION ERHALTEN ODER DIE UNS ÜBER ANDERE KANÄLE WIE Z. B. DURCH DIREKTE KONTAKTAUFNAHME VON ARBEITERN MIT AUDITOREN ODER ÜBER DIE TELEFONHOTLINES ERREICHEN. UNSER ZIEL IST ES, ZWISCHEN DEN PARTEIEN ZU VERMITTELN UND BEI BEDARF LANGFRISTIGE VERBESSERUNGEN FÜR DIE ARBEITER UND IDEALERWEISE AUCH FÜR DIE LIEFERANTEN ZU ERREICHEN.

JACK WOLFSKIN hat 2012 unter Beweis gestellt, dass alle angebotenen Beschwerde-Mechanismen funktionieren: **Com-Box:** Im Mai 2012 wurde die Funktionstüchtigkeit der Com-Box im Rahmen des „Brand Performance Checks“ von der Fair Wear Foundation durch verdeckte und fingierte Beschwerden getestet.

Dabei erreichten JACK WOLFSKIN zwei anonyme Beschwerden (von der FWF simuliert) aus verschiedenen Ländern und zu unterschiedlichen Themen.

Entsprechend der festgelegten Vorgehensweise wurden mit Hilfe des Auditoren-Teams Rückfragen gestellt, um genauere Informationen zu den Beschwerdefällen zu erhalten und um feststellen zu können, ob die jeweilige Beschwerden sachlich begründet sind.

Parallel wurde aus Gründen der Transparenz die FWF über die eingegangenen Beschwerden in Kenntnis gesetzt.

Noch bevor weitere Schritte eingeleitet werden konnten, wurden wir von der FWF darüber in Kenntnis gesetzt, dass die Beschwerden von FWF-Mitarbeitern simuliert worden waren, um die Reaktions- und die Vorgehensweise von JACK WOLFSKIN zu überprüfen.

Die Funktionstüchtigkeit und Wirksamkeit der Com-Box konnte vollumfänglich von der FWF bestätigt werden.

FWF-Beschwerdesystem: Seit JACK WOLFSKIN im Jahr 2010 bei der FWF Mitglied geworden ist, steht den Mitarbeitern der Produktionsbetriebe zusätzlich zu den von JACK WOLFSKIN eingeführten Beschwerdesystemen die Möglichkeit offen, sich an die lokalen Beschwerde-Beauftragten der FWF zu wenden.

Der Beschwerde-Beauftragte versucht dann, möglichst im direkten Kontakt mit dem Arbeiter, weitere Details in Erfahrung zu bringen. Wenn eine begründete Beschwerde vorliegt, wendet sich die Fair Wear Foundation an die jeweilige Mitgliedsfirma, die eine Geschäftsbeziehung mit dem Lieferanten pflegt, aus der die Beschwerde vorliegt. Gemeinsam mit dem Management der entsprechenden Fabrik wird daraufhin versucht, eine Lösung zu finden. Der Arbeiter, der die Beschwerde einreicht, kann auf Wunsch – und wenn es die konkrete Beschwerde zulässt – anonym bleiben.

Über diesen Kanal erreichte JACK WOLFSKIN im Jahr 2011 eine Beschwerde, der in Zusammenarbeit mit der Fair Wear Foundation nachgegangen wurde. Alle Details zu dieser Beschwerde sind in nachfolgendem Kapitel nachzulesen.

Direkte Kontaktaufnahme: Immer wieder erhalten Auditoren während eines regulären Audits Zettel von Arbeitern zugesteckt, auf dem die Arbeiter über Missstände in den Fabriken aufmerksam machen möchten. In der Regel enthalten diese Zettel die Telefonnummer des jeweiligen Arbeiters mit der Bitte um Rückruf nach Arbeitsende. In manchen Fällen werden kurze Zusatzinformationen mit angeführt.

Eine weitere Möglichkeit für Arbeiter, ihre Probleme zu äußern ergibt sich bei den Gesprächen, welche die Auditoren einige Tage vor und/oder nach dem eigentlichen Audit außerhalb des Fabrikgeländes führen.

Der persönliche Kontakt ist für viele Arbeiter einfacher, als bei einer unbekanntenen Nummer anzurufen oder – falls er die Möglichkeit hat – eine E-Mail an die Beschwerdestellen zu schicken. Begünstigt wird eine vertrauensvolle Beziehung zwischen Auditor und dem Arbeiter häufig durch kurze Interviews an den Arbeitsplätzen oder beim gemeinsamen Mittagessen. Daher ist es verständlich, dass diese Art der Kontaktaufnahme bei Arbeitern die geringste Hemmschwelle aufweist und unserer Erfahrung nach am häufigsten genutzt wird.

Üblicherweise kann diese Art von Beschwerden kurzfristig und zum Teil noch während des Audits detailliert mit dem Management besprochen und idealerweise direkt behoben werden.

Die nachfolgende näher beschriebene Beschwerde aus Indonesien hat JACK WOLFSKIN zunächst über diesen Kanal und anschließend zusätzlich über das FWF-Beschwerdesystem erreicht.

5.6.1 LAUFENDE UND ABGESCHLOSSENE BESCHWERDEN 2012

AM 1. APRIL 2011 WURDE EINE BESCHWERDE VON ARBEITERN EINER INDONESISCHEN BETRIEBSSTÄTTE, DIE UNTER ANDEREM PRODUKTE FÜR JACK WOLFSKIN FERTIGT, DURCH DIE FAIR WEAR FOUNDATION ENTGEGENGENOMMEN.

Zu diesem Zeitpunkt war JACK WOLFSKIN das Problem bereits seit knapp einem Jahr bekannt und Gespräche mit dem Fabrikmanagement des Unterauftragnehmers sowie mit dem direkten Vertragspartner von JACK WOLFSKIN waren in die Wege geleitet geworden

ZEITLICHER ABLAUF:

28./29. August 2009 – JACK WOLFSKIN lässt beim Unterauftragnehmer PT Busana Prima Global (BPG) ein unabhängiges Audit durchführen. Wie sich herausstellt, arbeitet die Fabrik zu dem Zeitpunkt in vielerlei Hinsicht nicht entsprechend der im Code of Conduct festgelegten Standards. Einer der kritischsten Punkte ist bereits zu diesem Zeitpunkt, dass es Arbeitern nicht ohne Freigabe durch deren direkten Vorgesetzten gestattet wird, die Fabrik nach Beendigung der regulären Arbeitszeit zu verlassen (Zwangsarbeit). Zudem kommen während des Audits Zweifel auf, ob Überstunden, die von den Arbeitern zur Erreichung ihres täglichen Produktionsziels gemacht werden, richtig bzw. überhaupt bezahlt werden (Entlohnung). Diese und weitere Mängel veranlassen JACK WOLFSKIN, nach einem halben Jahr einen Folgebesuch anzusetzen, um vor Ort zu überprüfen, ob die vorgegebenen Korrekturmaßnahmen im erforderlichen Umfang umgesetzt werden.

29. April 2010 – An diesem Tag findet der Folgebesuch statt, um die Verbesserungs-Prozesse vor Ort zu begutachten und zu bewerten.

Während des Besuchs erfahren die Auditoren, dass sieben Arbeitnehmer – die alle bei der Gewerkschaft „Pimpinan Tingkat Perusahaan Serikat Buruh Garmen Tekstil dan Sepatu Gabungan Serikat Buruh Independen PT Busana Prima Global“ (in Folgendem SBTGS genannt) sind – von PT Busana Prima Global suspendiert wurden.

Die Auditoren stellen fest, dass das Problem bereits dem Arbeitsministerium (labour department) bekannt ist und dieses BPG aufgefordert hat, die Arbeiter wieder einzustellen. Aufgrund dieser Aufforderung bietet BPG den Arbeitern an, in der Druckerei (zu noch schlechteren Arbeitsbedingungen) wieder in der Fabrik arbeiten zu dürfen. Dieses Angebot lehnen die Arbeiter ab.

Zwischenzeitlich hat sich auch das Workers Rights Consortium (WRC) dem Fall angenommen. Vertreter des WRC treffen sich am Morgen des 29. April 2010 – also an dem Tag des Folgebesuchs – mit Vertretern von BPG. Das Ziel dieses Treffens ist es, innerhalb von einer Woche eine Lösung für die Arbeiter zu finden.

Es kommt zu keiner Einigung oder Lösung des Falls, weshalb dieser vor Gericht geklärt werden soll.

30. April 2010 – Unmittelbar nachdem JACK WOLFSKIN von dem Fall erfährt, wird der direkte Kontakt mit dem obersten Management des Vertragspartners und des Unterauftragnehmers BPG gesucht. JACK WOLFSKIN stellt in einer E-Mail eindeutig klar, dass die Suspendierung der sieben Arbeiter nicht geduldet werden kann und JACK WOLFSKIN BPG auffordert, alle sieben Arbeitnehmer ohne Verzögerung wieder auf ihre alten Positionen einzustellen.

04. Mai 2010 – JACK WOLFSKIN erhält eine Stellungnahme von BPG zum Fall, in welcher der Produzent seine Sicht der Dinge schildert. Unter Anderem will BPG die Arbeiter im Vorfeld schriftlich abgemahnt haben, weil sie unentschuldigt ihren Arbeitsplatz und die Fabrik verlassen haben. Auch eine Wiedereinstellung wird seitens BPG entschieden abgelehnt, da die entlassenen Arbeitnehmer in der Fabrik Unruhe stiften würden.

Im Anschluss daran entscheidet sich JACK WOLFSKIN, den Fall weiterhin zu beobachten, aber abzuwarten, was durch die Schlichtungsversuche von Arbeitsministerium und WRC erreicht wird.

28. Oktober 2010 – JACK WOLFSKIN erkundigt sich bei BPG, was in der Zwischenzeit für die Arbeiter getan wurde und ob diese wieder an ihren ursprünglichen Positionen



in der Firma arbeiten. Die unmittelbare Antwort von BPG ist, dass der Fall mittlerweile an das Gericht übergeben wurde, das die finale Entscheidung über den Verbleib der Arbeiter treffen muss.

09. November 2010 – Das Gericht entscheidet, dass BPG richtig gehandelt und die Arbeiter nach entsprechender Verwarnung entlassen hat. Diese Information wird JACK WOLFSKIN auf Anfrage am 28. Februar 2011 zur Verfügung gestellt.

24. März 2011 – JACK WOLFSKIN zieht die Fair Wear Foundation zu dem Fall hinzu, weil alleine keine zufriedenstellende Lösung erreicht werden kann. Alle bisherigen Informationen und Berichte werden gegenüber der Fair Wear Foundation transparent offengelegt.

01. April 2011 – Die Fair Wear Foundation erhält nun auch eine offizielle Beschwerde der entlassenen Arbeiter von BPG.

05. Mai 2011 – Das Top-Management von JACK WOLFSKIN schreibt sowohl an den Vertragspartner als auch an dessen Subunternehmen einen offiziellen Brief, in dem JACK WOLFSKIN der Sorge Ausdruck verleiht, dass das Recht auf Gewerkschaftsfreiheit bei BPG nicht, wie im Code of Conduct festgeschrieben, gegeben ist. JACK WOLFSKIN bietet gleichzeitig an, einen unabhängigen Mediator zu stellen, der zwischen den beiden Parteien vermitteln soll, um doch noch eine gütliche Einigung zu finden. Gleichzeitig kündigt JACK WOLFSKIN erstmals an, die Geschäftsbeziehung zu beenden, wenn keine Einigung erzielt werden kann und die Anforderungen des Code of Conducts nicht in der Fabrik umgesetzt werden.

Ab Mai 2011 – JACK WOLFSKIN befindet sich zusammen mit der Fair Wear Foundation im permanenten Dialog mit den entlassenen Arbeitern.

Gleichzeitig versucht JACK WOLFSKIN, mit anderen Kunden von BPG Kontakt aufzunehmen, um gemeinsam mit anderen Marken BPG von der Wichtigkeit der Einhaltung von Arbeitsstandards wie im Code of Conduct festgeschrieben zu überzeugen.

16. November 2011 – Die von JACK WOLFSKIN beauftragten Auditoren treffen sich mit den entlassenen Arbeitern im Vorfeld des Audits, um sich ein Bild der Situation zu verschaffen, bevor der Hersteller besucht wird.

In diesem Gespräch informieren die entlassenen Arbeiter die Auditoren darüber, dass sie aufgrund der fehlenden Einkünfte und der damit verbundenen Schwierigkeiten, die Kosten für Telefon und Internetnutzung aufzubringen, Probleme haben, Kontakt zu den Auditoren, JACK WOLFSKIN, der FWF oder anderen Organisationen aufzunehmen.

17./18. November 2011 – Erneut findet ein von JACK WOLFSKIN beauftragtes Audit bei BPG statt. Leider müssen die Auditoren feststellen, dass grundlegende Probleme nicht behoben, sondern lediglich Kleinigkeiten verbessert wurden.

Weiterhin besteht ein enger Kontakt zwischen den entlassenen Arbeitern, den Indonesisch sprechenden Auditoren, JACK WOLFSKIN, der Fair Wear Foundation und der Clean Clothes Campaign.

06. Februar 2012 – Erneut schreibt JACK WOLFSKIN den Vertragspartner sowie dessen Subunternehmen BPG an,

um der Ernsthaftigkeit Ausdruck zu verleihen, dass im Falle einer weiteren Weigerung des Produzenten, grundlegende Anforderungen zu verbessern, die Zusammenarbeit beendet wird. Vorab hat JACK WOLFSKIN mit der Fair Wear Foundation und der Clean Clothes Campaign diesen Schritt abgestimmt.

In dem Schreiben werden erneut ganz explizit die folgenden wichtigsten Anforderungen formuliert, die unmittelbar umgesetzt werden müssen:

- Die Praxis unbezahlter Überstunden muss sofort abgeschafft werden
- Arbeiter dürfen nicht mehr gezwungen werden, Überstunden zu leisten
- Arbeiter müssen unbefristete Verträge erhalten, um es ihnen zu ermöglichen, sich Gewerkschaften (ihrer Wahl) anzuschließen
- Es muss ein existenzsichernder Lohn gezahlt werden, wobei es dem Hersteller ermöglicht wird, die Gehälter Schritt für Schritt zu erhöhen. Um einen existenzsichernden Lohn zu ermitteln, ist der Hersteller aufgefordert, eine solche Berechnung auf seriöse Weise durchzuführen und vorab mit JACK WOLFSKIN zu besprechen
- Nach und nach müssen alle anderen offenen Punkte des Korrekturplans umgesetzt werden

27. Juni 2012 – JACK WOLFSKIN besucht BPG zusammen mit einem Auditor unangekündigt, um sich vor Ort ein Bild der umgesetzten Verbesserungs-Maßnahmen zu machen. Schon nach kurzer Zeit wird ersichtlich, dass keine grundlegenden Verbesserungen in der Fabrik implementiert wurden. Als Konsequenz kündigt JACK WOLFSKIN noch vor Ort die daraus resultierende Beendigung der weiteren Zusammenarbeit an.

Juni 2012 – Die Anregung von JACK WOLFSKIN, einen Fonds für Arbeiter einzurichten, um ihnen zum Beispiel durch die Bereitstellung eines Computers die Möglichkeit zu geben, mit der FWF oder anderen beteiligten Parteien zu kommunizieren, wurde von der Fair Wear Foundation umgesetzt. Die betroffenen sieben Arbeiter von BPG sind die ersten, die in Form eines Computers von diesem Fonds profitieren.

Juli 2012 – Die Vergabe von JACK WOLFSKIN Aufträgen an das Subunternehmen BPG wird dem direkten Vertragspartner ausdrücklich untersagt.

August 2012 – JACK WOLFSKIN erkundigt sich nach Weiterbildungs-Möglichkeiten für die entlassenen Arbeiter, um ihnen für ihr weiteres Leben die Grundlage eines gesicherten Einkommens zu sichern. Dabei wird darauf geachtet, dass die Fortbildung sowohl in räumlicher Nähe zu der Fabrik liegt sowie qualitativ hochwertig ist. Nach intensiver Suche mit lokaler Hilfe in Indonesien kann eine Schule gefunden werden, die ein maßgeschneidertes Schulungsprogramm für die sieben Arbeiter anbieten kann.

19. September 2012 – JACK WOLFSKIN unterbreitet den sieben Arbeitern ein Angebot, um ihnen eine Perspektive für ihr weiteres berufliches Leben zu geben. Darin enthalten ist eine Kompensations-Zahlung, die dem Produktionsanteil von JACK WOLFSKIN Artikeln bei BPG entspricht.

Darüber hinaus erklärt sich JACK WOLFSKIN freiwillig bereit, eine 3-monatige, extra auf die Bedürfnisse der sieben ehemaligen BPG-Arbeiter zugeschnittene Ausbildung zum Supervisor zu finanzieren und ihnen damit die Möglichkeit zu verschaffen, ihren Lebensunterhalt zukünftig wieder selbst zu bestreiten.

21. November 2012 – JACK WOLFSKIN beauftragt die Auditierungs-Firma Sumations, sich mit den entlassenen sieben Arbeitern zu treffen, das Angebot näher zu erläutern und die Erwartungen der Arbeiter zu erfragen, um gegebenenfalls Anpassungen vornehmen zu können.

November 2012 bis Mai 2013 – Um eine einvernehmliche Lösung zwischen Arbeitern, JACK WOLFSKIN, Clean Clothes Campaign und Fair Wear Foundation zu finden, werden verschiedene Angebote verhandelt und letzten Endes wird am 13.06.2013 eine Einigung erzielt.

22. Juli 2013 – Die Übergabe der zugesagten Kompensations-Zahlung an alle sieben Arbeiter erfolgt persönlich durch eine Mitarbeiterin von Sumations, die den Arbeiterinnen aufgrund des langen Prozesses bereits bekannt ist und die Landessprache spricht.

DER BESCHWERDEBERICHT DER FWF IST ONLINE AUF DER WEBSITE DER MULTI-STAKEHOLDER-INITIATIVE EINSEHBAR (WWW.FAIRWEAR.ORG).

6 SCHULUNGS- UND FÖRDERMASSNAHMEN

Im Juli 2012 wurde von JACK WOLFSKIN für alle Schuhproduzenten in China eine mehrtägige, kostenfreie Schulung zum Thema „Gesundheitsschutz und Sicherheit bei der Verwendung von Chemikalien in der Schuhproduktion“ angeboten. Um die Gruppen möglichst klein zu halten und praktische Gruppenarbeit zu ermöglichen, wurde die Schulung auf zwei Termine aufgeteilt.

Nahezu alle Produzenten nutzten die Chance und nahmen an der Schulungsmaßnahme teil. Der Aufbau des Trainings bestand aus einem theoretischen und einem praktischen Teil.

In den zwei intensiven theoretischen Schulungstagen wurden alle Aspekte der sicheren Verwendung von Chemikalien sowie die Verwendung von möglichst wenigen und „guten“ Chemikalien erläutert. Auch übliche Fehler in der Anwendung sowie Früherkennung und eine nachhaltige Implementierung von Verbesserungs-Maßnahmen wurden besprochen und im Rahmen von Gruppenarbeiten erarbeitet.

Der praktische Teil bestand aus einem detaillierten Aufgabenplan, den die Teilnehmer in ihren Fabriken umsetzen sollten. Die Hersteller waren aufgefordert, an JACK WOLFSKIN regelmäßige Zwischenberichte zu schicken. Über diese konnte die Implementierung des Systems aktiv vorangetrieben werden. Der Aktionsplan war mit einer definierten Zeitschiene zur Umsetzung verbunden.

Ein halbes Jahr nach dem Training wurden alle teilnehmenden Hersteller in ihren Fabriken besucht, um die Umsetzung zu begutachten und bei Bedarf Hilfestellung zu leisten.



7 HERAUSFORDERUNGEN 2012 UND AUSBLICK 2013

IM JAHR 2012 SAH SICH JACK WOLFSKIN MIT VERSCHIEDENEN ZUM TEIL NEUEN HERAUSFORDERUNGEN KONFRONTIERT. VIELE HERAUSFORDERUNGEN HABEN NUR INDIREKT VERBINDUNG ZU DEN PUNKTEN DES VERHALTENSKODEX. DENNOCH MÖCHTEN WIR IN NACHFOLGENDEN ÜBERSICHTEN EINEN EINDRUCK DAVON VERMITTELN, WELCHE ASPEKTE BEI DER UMSETZUNG VON SOZIALSTANDARDS BERÜCKSICHTIGT WERDEN MÜSSEN BZW. WELCHEN HERAUSFORDERUNGEN JACK WOLFSKIN SICH GEGENÜBERSIEHT:

7.1 HERAUSFORDERUNGEN 2012

- Der Fokus auf umweltbezogene Themen wurde im Jahr 2012 massiv verstärkt. Die Herausforderungen für Marken bestehen hauptsächlich darin, neben der strategischen und operativen Arbeit mit dem Fokus auf umweltrelevante Themen nicht den Fokus auf die sozialen Aspekte zu verlieren. Beide Themenkomplexe sind eng miteinander verwoben. Dennoch stellen diese Themenkomplexe Unternehmen vor die Herausforderung, die Gewichtung gleichermaßen zu verteilen, um letztendlich mit den Herstellern an einer strukturellen Verbesserung ihrer Betriebe zu arbeiten.
- Marken-Unternehmen stellen ihren Partnern, den Produzenten, zahlreiche Forderungen, die von der Erfüllung von Qualitäts-, Umwelt- und Sozialstandards über genau definierte Vorgaben der Verpackung bis hin zu weiteren Einkaufskriterien reichen. Die Umsetzung aller Vorgaben stellt gerade kleine Produzenten

vor enorme Herausforderungen. Daher möchten einige Produzenten mittlerweile lieber mit lokalen Firmen zusammenarbeiten, für die viele Standards nicht in den Betrieben umgesetzt werden müssen.

JACK WOLFSKIN bedauert diesen Trend sehr, da die Arbeiter in diesen Fabriken unter zum Teil schwierigen Bedingungen Produkte fertigen müssen und keine externe Instanz eine Verbesserung der Situation für die Arbeiter herbeiführt.

- Im Jahr 2012 erhielt JACK WOLFSKIN von sehr vielen Organisationen Fragebögen zu Themen der sozialen Verantwortung. Wir verstehen uns als transparentes Unternehmen, das gerne alle Fragen von interessierten Kunden oder Organisationen beantwortet. Durch die Vielzahl an zum Teil außergewöhnlich umfangreichen Fragebögen wurden wir in Bezug auf unsere personellen Ressourcen im Jahr 2012 vor eine neue Herausforderung gestellt.



7.2 **AUSBLICK 2013**

- Verstärkter Fokus auf die Umsetzung eines existenzsichernden Lohnes in den JACK WOLFSKIN Produktionsstätten.
- Fokus auf Lieferanten-Schulungen, die von der FWF im Rahmen des „Workplace Education Programme“ angeboten werden.
- Fokus Bangladesch in Bezug auf Brandschutz und Gebäudesicherheit. Hier soll in enger Zusammenarbeit mit der FWF gezielt an diesen Punkten gearbeitet werden.
- Fokus Chemikalien-Sicherheit in den Produktionsstätten durch intensivierte Zusammenarbeit mit bluesign®. Für Lieferanten, die noch nicht nach dem bluesign® System arbeiten wird im Rahmen der ZDHC (Zero Discharge of Hazardous Chemicals Programme; <http://roadmaptozero.com>) an alternativen Branchenlösungen gearbeitet.

8 ZIELE 2013

- **DURCHFÜHRUNG VON SOZIAL-AUDITS IN BANGLADESCH MIT FOKUS AUF FEUER- UND GEBÄUDE-SICHERHEIT. IN ABHÄNGIGKEIT VON DEN DURCH DIE FWF ETABLIERTEN PROGRAMMEN SOLLEN DARÜBER HINAUS STATIKEXPERTEN DIE FABRIKEN ÜBERPRÜFEN.**
- **ERSTELLUNG EINES BRANDSCHUTZ-TRAININGS-KONZEPTS, IDEALERWEISE IN ZUSAMMENARBEIT MIT DER FWF UND DURCHFÜHRUNG DER TRAININGS BEI UNSEREN BENGALISCHEN PRODUZENTEN.**
- **SA8000 AUDITORENFORTBILDUNG IN BEZUG AUF FEUER- UND GEBÄUDE-SICHERHEIT ABSOLVIEREN.**
- **MINDESTENS ZWEI LIEFERANTEN VON DER TEILNAHME AM „WORKPLACE EDUCATION PROGRAMME“ DER FAIR WEAR FOUNDATION ÜBERZEUGEN.**
- **VORANTREIBEN GEMEINSAMER AUDITIERUNGEN MIT ANDEREN FWF-MITGLIEDERN BZW. ANDEREN MARKEN MIT GLEICHEN ZULIEFERERN.**
- **OFFENLEGUNG DER PRODUKTIONSSTÄTTEN.**
- **VERTIEFUNG DER GANZHEITLICHEN LIEFERANTEN-BEWERTUNGEN.**
- **ERSTELLUNG EINER INTERNEN ANALYSE ZUR UMSETZUNG DES EXISTENZSICHERNDEN LOHNES IN DEN PRODUKTIONSBETRIEBEN.**



HERAUSGEBER:

JACK WOLFSKIN
AUSRÜSTUNG FÜR DRAUSSEN GmbH & Co. KGaA
D-65510 Idstein
www.jack-wolfskin.com

REDAKTION:

Melanie Kuntnawitz – Head of Vendor Control
Kai-Ingela Gerasch – Junior Manager Vendor Control

LAYOUT:

intention Werbeagentur GmbH, Bonn

***WEITERE INFORMATIONEN
ZUR CORPORATE RESPONSIBILITY
VON JACK WOLFSKIN***

nachhaltigkeit@jack-wolfskin.com