



LIEFERANTEN- SOZIALBERICHT 2011



INHALT

1	VORWORT	3
2	ÜBER JACK WOLFSKIN	4
2.1	Zahlen und Fakten 2011 (Stand 02/2012)	5
2.2	Internationale Vertriebskanäle	7
2.3	Umsatzentwicklung 2006-2011	8
2.4	Organisations-Struktur JACK WOLFSKIN	10
2.5	Produktsegmente	13
3	CORPORATE RESPONSIBILITY	16
3.1	Wandel der Gesellschaft	18
3.1.1	Studien zum Thema Nachhaltigkeit 2011	18
3.1.2	Wandel der Gesellschaft in Asien am Beispiel Vietnam	19
4	ZIELSETZUNGEN UND ERGEBNISSE 2011	20
5	EINKAUFS- UND BESCHAFFUNGS-STRATEGIE	22
5.1	Sozial verantwortliches Produzenten-Management	22
5.2	Neuer Prozess des Produzenten-Sourcings	24
5.3	Auditierungs- und Bewertungskriterien	25
5.3.1	Erweiterung der JACK WOLFSKIN Bewertungsskala	26
5.3.2	Wage Ladder	28
6	AUDITS 2011	29
6.1	Übersicht über die auditierten Produzenten	30
6.2	Übersicht der Audit-Ergebnisse 2011	34
6.3	Zusammenfassungen der Audit-Ergebnisse pro Land	35
6.3.1	Vietnam	35
6.3.2	China	36
6.3.3	Thailand	37
6.3.4	Bangladesch	38
6.3.5	Indien	39
6.3.6	Kambodscha	40
6.3.7	Indonesien	41
6.3.8	Bulgarien	42
6.3.9	Slowenien	43
6.3.10	Italien	44
6.3.11	Türkei	45
6.3.12	Rumänien	46
6.3.13	Taiwan	47
6.3.14	Südkorea	48
7	SCHULUNGS- UND FÖRDERMASSNAHMEN	49
8	ZIELE 2012	49
9	FAQ ZUM SOZIAL VERANTWORTLICHEN PRODUZENTEN-MANAGEMENT	50



**LIEBE JACK WOLFSKIN FREUNDE,
MIT DEM LIEFERANTEN-SOZIALBERICHT FÜR 2011
SETZEN WIR UNSEREN KONSEQUENTEN WEG IN BE-
ZUG AUF SOZIALE VERANTWORTUNG UND CORPO-
RATE RESPONSIBILITY FORT UND LEGEN ERNEUT
OFFEN UND TRANSPARENT BERICHT VOR IHNEN AB.**

Dies einmal, um uns selbst in die Verantwortung zu bringen, zum anderen, um Ihnen zu ermöglichen, sich mit uns im Detail auseinandersetzen zu können. Wir können nie perfekt und fehlerlos sein. Aber unser Anspruch war es und muss es immer sein, zu lernen und besser zu werden. Das nehmen wir ernst und stellen uns daher der öffentlichen und unabhängigen Kontrolle und Diskussion. Über die Jahre haben wir gelernt, dass es viel Ausdauer und Überzeugung braucht, um seine Ziele zu erreichen. Das gilt auch im Bereich der sozialen Verantwortung. Für das Jahr 2011 hatten wir uns erneut viel vorgenommen – und wir haben auch wieder viel erreicht: Mit dem Jahr 2011 konnten wir unsere Auditierungs-Quote wie geplant auf 100 % erhöhen. Bei 27 % unserer Lieferanten konnten wir dabei die Produktions-Bedingungen verbessern, 66 % haben sie gehalten, nur 7 % haben sich verschlechtert. Wir sind aber noch lange nicht am Ziel. 26 % unserer Lieferanten befinden sich weiterhin in einem kritischen und zu verbessernden Bereich, 7 % sind hoch kritisch. Überall dort, wo eine Verschlechterung der Situation festgestellt

wurde, sind aktiv Maßnahmen ergriffen worden; sofern keine positive Entwicklung zu verzeichnen war, wurde oder wird in der Konsequenz die Zusammenarbeit mit den Produzenten beendet.

Um unser Produzenten-Portfolio nachhaltig zu erweitern, haben wir 2011 einen neuen Sourcingprozess implementiert. Dieser sichert die Prüfung und Entwicklung neuer Produzenten vor dem ersten Produktionsauftrag ab. Damit stellen wir uns eindeutig gegen das in der Textil-industrie weit verbreitete „Lieferanten-Hopping“, bei dem Aufträge kurzfristig und saisonal an neue Lieferan-ten vergeben werden, meistens mit dem alleinigen Ziel der Preisreduzierung.

Erfreulicherweise stellen wir fest, dass es bei qualitativ guten Lieferanten zunehmend Bewusstsein bezüglich der sozialen Bedingungen und Offenheit für Kontrollen gibt. Wir treten immer mehr in Dialog- und Entwicklungs-Prozesse ein, da die Lieferanten von der qualitativen Ent-wicklung langfristig profitieren und sich absichern.

Wie immer gilt es, alle diese Ergebnisse und Prozesse mit fairem Augenmaß, gegenseitigem Respekt sowie größt-möglicher Verantwortung zu betrachten und entspre-chend zu handeln.

Wir werden unseren Weg weiter gehen und freuen uns, wenn Sie uns begleiten.

VIELLEICHT SEHEN WIR UNS EINMAL, DRAUSSEN!

Christian Brandt, im Mai 2012

2 ÜBER JACK WOLFSKIN

OUTDOOR IST UNSERE LEIDENSCHAFT: EGAL OB IN DEN BERGEN, DER WILDNIS, IN FERNEN LÄNDERN ODER IN DER NATUR VOR DER EIGENEN HAUSTÜR – UNSER ANSPRUCH AN DIE JACK WOLFSKIN PRODUKTE IST ES, UNSERE KUNDEN BESTMÖGLICH AUSZUSTATTEN, SIE GEGEN WIND, REGEN UND KÄLTE ZU SCHÜTZEN, SODASS SIE SICH JEDERZEIT „DRAUSSEN ZU HAUSE“ FÜHLEN.

Dabei richten wir uns an Menschen, die gerne und oft draussen sind, die Spaß daran haben, sich zu bewegen, Ziele zu erreichen, Fremdes zu erkunden, Landschaften zu genießen und der Natur sowie den Menschen mit Respekt zu begegnen. Das schließt den Bergsport genauso ein wie die Trekkingtour, die Tageswanderung oder die Fernreise.

UNSER ZIEL IST ES, MÖGLICHST VIELE MENSCHEN DAZU ZU MOTIVIEREN UND ZU UNTERSTÜTZEN, DIE NATUR ZU ERLEBEN.

Der Grundgedanke aller JACK WOLFSKIN Produkte ist, bestmögliche Funktionalität mit hohem Komfort zu verbinden. Outdoor-Aktivitäten sollen Spaß machen, der Anwender soll sich mit den Produkten der Marke jederzeit draussen wohl fühlen können. Mit dieser Überzeugung produzieren wir seit 1981 erfolgreich Funktionskleidung, Ausrüstung und Schuhe für Outdoor-Aktivitäten, Reise und Freizeit. Wir achten darauf, dass alle unsere Produkte die Anforderungen der Anwender und der unterschiedlichen Einsatzmöglichkeiten erfüllen, aber auch so nachhaltig wie nur möglich hergestellt werden – Menschen und Natur stehen dabei im Mittelpunkt.

Mit einem hohen Investment in Forschung und Entwicklung arbeitet JACK WOLFSKIN ständig an neuartigen Konstruktionen und Materialien, die die Produkte noch vielseitiger und anwenderorientierter machen. Wetterschutz, hohe Atmungsaktivität sowie Klima- und Tragekomfort stehen im Fokus der Produktentwicklung.

Wetterschutz ist unser Kernthema:

Bei Wind, Regen, Schnee oder Kälte müssen sich unsere Kunden auf unsere Bekleidung, Schuhe und Ausrüstung verlassen können. Wir verfolgen dafür anwendungsorientierte Konzepte, die spezielle Anforderungen bei der jeweiligen Aktivität umfassend berücksichtigen. Selbstentwickelte und teilweise patentierte Technologien sowie Funktions-Materialien aus unterschiedlichsten Entwicklungslabors von spezialisierten Herstellern bilden hierzu die Basis. Darauf aufbauend entstehen mit dem Know-how von über 30 Jahren Produktentwicklung sowie dem Feedback unserer Anwender die typischen durchdachten JACK WOLFSKIN Produkte. Dabei ist es immer unser Bestreben, Funktionalität und Komfort miteinander zu verbinden. Erstklassige Qualität ist für uns selbstverständlich.

(STAND 02/2012) 2.1 ZAHLEN UND FAKTEN 2011

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

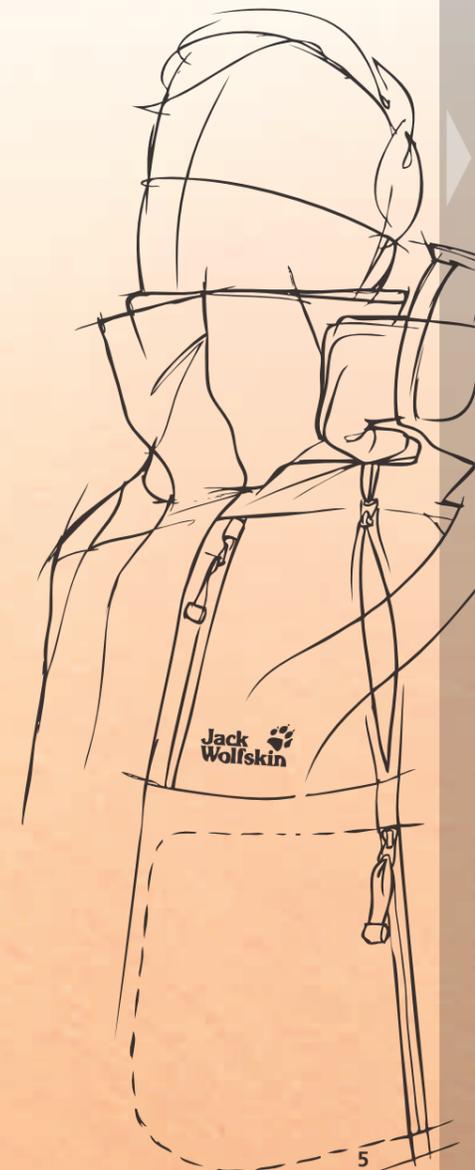
MITARBEITER: CA. 630 (STAND 02/2012)

GESCHÄFTSFÜHRUNG:
GESCHÄFTSFÜHRER: MICHAEL RUPP (AB 1. JULI 2012)
GESCHÄFTSFÜHRER OPERATIONS: CHRISTIAN BRANDT
GESCHÄFTSFÜHRER FINANZEN: ANDREAS KLOTZ
GESCHÄFTSFÜHRER VERKAUF: MARKUS BÖTSCH

**SITZ EUROPÄISCHES
ZENTRALLAGER:** NEU WULMSTORF

UMSATZ JAHR 2011: 355 MIO. €

MARKT-POSITIONIERUNG:
EUROPAS FÜHRENDER ANBIETER VON FUNKTIONELLER
OUTDOOR-BEKLEIDUNG, SCHUHEN UND AUSTRÜSTUNG
UND GRÖSSTER FRANCHISEGEBER IM DEUTSCHEN
SPORTFACHHANDEL



2.2 INTERNATIONALE VERTRIEBSKANÄLE

EUROPA (STAND 02/2012)

JACK WOLFSKIN STORES IN:

DEUTSCHLAND 235

ÖSTERREICH 17

SCHWEIZ 12

BELGIEN 8

ITALIEN 7

GROSSBRITANNIEN 6

LUXEMBURG 4

FRANKREICH 4

POLEN 2

NIEDERLANDE 2

RUSSLAND 1



ASIEN (STAND 02/2012)

CHINA 322

KOREA 14

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 4.000 Verkaufsstellen, an denen JACK WOLFSKIN Produkte erhältlich sind.

2.3 UMSATZENTWICKLUNG 2006-2011

DIE UMSATZENTWICKLUNG DER JAHRE 2006 BIS 2011 ZEIGT EIN STETIGES WACHSTUM VON JÄHRLICH ÜBER 20%.

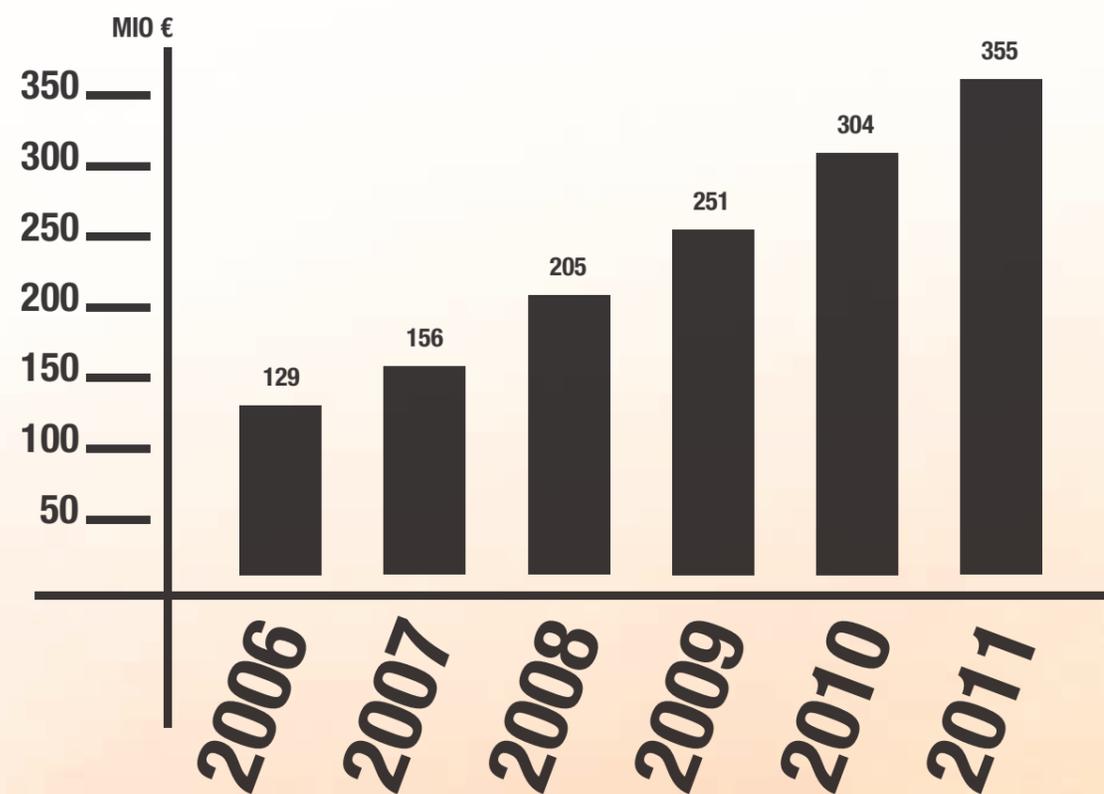


Abbildung 1: Umsatzentwicklung 2006-2011





2.4 ORGANISATIONS-STRUKTUR JACK WOLFSKIN

SCHON IM AUFBAU DER ORGANISATION IST DAS SELBSTVERSTÄNDNIS ERKENNBAR, MIT DEM BEI JACK WOLFSKIN VON DER OBERSTEN FÜHRUNGSSPITZE AUSGEHEND AN DAS THEMA „NACHHALTIGKEIT“ AUF ALLEN EBENEN HERANGEGANGEN WIRD.



Abbildung 2: Organigramm von JACK WOLFSKIN

FÜR DIE UNTER DEN BEGRIFF NACHHALTIGKEIT GEHÖRENDE EINZELNE THEMENBEREICHE „BETRIEBLICHER UMWELTSCHUTZ“, „BETRIEBLICHE SOZIALVERANTWORTUNG“ SOWIE „PRODUKTBEZOGENER UMWELTSCHUTZ UND SOZIALE VERANTWORTUNG GEGENÜBER DEN PRODUZENTEN“ GIBT ES BEI JACK WOLFSKIN EIGENE ZUSTÄNDIGKEITS-BEREICHE, DIE JEWEILS DIREKT DER GESCHÄFTSLEITUNG UNTERSTELT SIND. DAMIT IST GEWÄHRLEISTET, DASS ENTSCHEIDUNGSWEGE KURZ SIND UND ALLE GRUNDLEGENDE ENTSCHEIDUNGEN VON DER GESCHÄFTSLEITUNG GETRAGEN, ALS ZIEL DEFINIERT UND IN DER GESAMT-ORGANISATION VERANKERT WERDEN.

Die Eigenständigkeit der drei Bereiche stellt sicher, dass allen drei Themenfeldern die größtmögliche Aufmerksamkeit zuteil wird. Bei sich überschneidenden Themenfeldern wie z. B. dem Umweltschutz wird eng kooperiert, um bestehende Synergien bestmöglich auszuschöpfen.



Abbildung 3: Die 3 Themenfelder der Nachhaltigkeit bei JACK WOLFSKIN

2.5 PRODUKTSEGMENTE

JACK WOLFSKIN BIETET SEINEN KUNDEN JEDES JAHR EINE UMFASSENDE SOMMER- UND WINTERKOLLEKTION. 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. INNERHALB DER PRODUKTSEGMENTE GIBT ES DIE SCHWERPUNKTTHEMEN „ALPINISM“, „TREKKING“, „HIKING“, „ACTIVE TRAIL“ UND „FAMILY“.

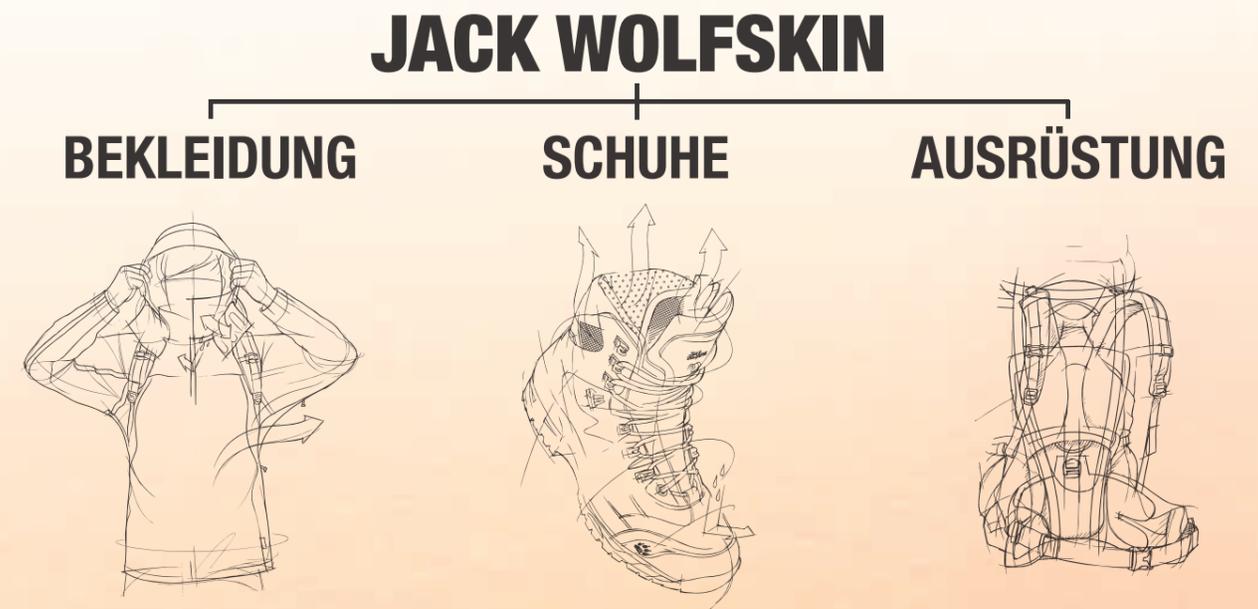


Abbildung 4: Divisionsaufteilung bei JACK WOLFSKIN

DIE SCHWERPUNKTTHEMEN INNERHALB DER PRODUKTSEGMENTE

ALPINISM

EXTREM WECHSELNDE ANFORDERUNGEN AN DIE AUSRÜSTUNG DES BERGSTEIGERS PRÄGEN DEN ALPINSPORT. SCHWEISSTREIBENDEN AUFSTIEGEN FOLGEN RUHEPHASEN UND AUCH DIE WETTER-BEDINGUNGEN ÄNDERN SICH SCHNELL.

Unsere Alpinprodukte werden einzeln oder im technischen Lagensystem diesen Anforderungen gerecht und bieten höchste Zuverlässigkeit, umfassenden Wetterschutz, felstaugliche Strapazierfähigkeit und Stabilität, gleichzeitig aber auch Leichtigkeit, Atmungsaktivität und Bewegungskomfort.



HIKING

HIKING UMFASST EINE GROSSE BANDBREITE VON AKTIVITÄTEN, VOM SPORTLICH SCHWEISSTREIBENDEN TRAILRUNNING BIS ZUM SPAZIERENGEHEN BEI JEDEM WETTER.

Daher bieten wir hier auch das weiteste Spektrum an Material- und Produktvarianten an. Komfortaspekte in Wetterschutz, Atmungsaktivität, Konstruktion und Ausstattung haben wir bei der Entwicklung besonders berücksichtigt. Die HIKING-Produkte sind eine zuverlässige Ausstattung für viele Aktivitäten und multifunktional zu nutzen.



TREKKING

TAGE- ODER WOCHENLANGE TREKS BEDEUTEN FÜR MENSCH UND AUSRÜSTUNG EINE DAUERLEISTUNG AUF GLEICH BLEIBENDEM AKTIVITÄTS-NIVEAU, ALLERDINGS OFTMALS BEI UNTERSCHIEDLICHSTEM WETTER.

Wir haben diese Produkte also in ihrer Robustheit und ihren Eigenschaften hinsichtlich Wetterschutz auf Dauerhaftigkeit ausgelegt. Dazu sind (Trage-)Komfort und geringes Gewicht weitere wichtige Merkmale dieser Linie.

ACTIVE TRAIL

ACTIVE TRAIL UMFASST FÜR UNS SPORTLICHE, BEWEGUNGSINTENSIVE (AUSDAUER-)AKTIVITÄTEN WIE TRAILRUNNING, (NORDIC) WALKING, MOUNTAINBIKEN, BERGLAUF ODER SPEED HIKING.

Die Kleidung ist so leicht wie möglich und deshalb puristisch ausgestattet. Exzellente Atmungsaktivität und gute Bewegungsfreiheit sind weitere wichtige Merkmale. Darüber hinaus ist sie möglichst körpernah geschnitten und hat ein besonders kleines Packmaß.

FAMILY

IN UNSEREN PRODUKTEN FÜR KINDER UND JUGENDLICHE STECKT UNSERE GANZE KOMPETENZ IM KLEINEN MASSSTAB.

Denn „Outdoor“ findet nicht nur im Urlaub oder im Ferienlager statt, sondern auch im Alltag zwischen Schule und Freizeit. Das müssen wir bei den Designs und der Technologie-Auswahl berücksichtigen. Zuverlässige Funktions-Materialien stehen genauso im Fokus wie Sicherheit und alters- sowie aktivitätsgerechte Details.

3 CORPORATE RESPONSIBILITY

JACK WOLFSKIN LEBT SOZIALE UND ÖKOLOGISCHE VERANTWORTUNG ALS FIRMA UND IST STETIG BESTREBT, SOWOHL DIE EIGENEN MITARBEITER ALS AUCH DIE GESELLSCHAFT ZU MOTIVIEREN, AKTIV AM SCHUTZ UND ERHALT DER NATUR MITZUWIRKEN UND DEN FAIREN UMGANG MIT IHREN MITMENSCHEN ZU FÖRDERN.

An den ökologischen und sozialen Grundwerten orientiert sich das Unternehmen seit Jahren. Corporate Responsibility (CR) ist ein fest verankerter Unternehmenswert, für den langfristige Ziele und Strategien entwickelt wurden. Jährlich prüfen wir intern, ob die gesetzten Etappenziele erreicht wurden und an welchen „Stellschrauben“ weiter gedreht werden kann, um dem Ziel, das nachhaltigste Unternehmen der Branche zu werden, ein weiteres Stück näher zu kommen.

JACK WOLFSKIN möchte mit beispielhaftem Verhalten gegenüber Mensch und Natur unter Beweis stellen, dass Fairness, Umweltbewusstsein und soziale Verantwortung keinesfalls im Gegensatz zu unternehmerischem Erfolg stehen. Vielmehr sieht sich JACK WOLFSKIN in der Position, eine Vorbildfunktion einzunehmen und andere von seinen Überzeugungen zu begeistern.

DER BEITRAG JEDES EINZELNEN KANN DAZU FÜHREN, DASS SICH IN DER GESELLSCHAFT GROSSES BEWEGT – JACK WOLFSKIN HAT SICH BEREITS SEIT LÄNGEREM AUF DEN WEG GEMACHT – BEGLEITEN SIE UNS!



Abbildung 5: Die 5 Handlungsfelder des CR-Managements bei JACK WOLFSKIN

3.1 WANDEL DER GESELLSCHAFT

DIE GESELLSCHAFT BEFINDET SICH IM WANDEL. IMMER MEHR MENSCHEN NEHMEN NOTIZ VON DEN KONSEQUENZEN, DIE IHRE HANDLUNGSWEISE AUF UMWELT UND MITMENSCHEN HAT. DEMENTSPRECHEND ENTWICKELT SICH PARALLEL ZUR KONSUMGESELLSCHAFT EIN TREND HIN ZU EINER BEWUSSTEREN LEBENSWEISE. KONSUMENTEN INTERESSIEREN SICH SOWOHL FÜR DEN ENTSTEHUNGSPROZESS DER PRODUKTE ALS AUCH FÜR DIE EINGESETZTEN RESSOURCEN.

Von diesem Trend begünstigt steigt die Nachfrage nach einer unabhängigen und vergleichbaren Bewertung der CR-Aktivitäten von Unternehmen.

NGOs und Verbraucher-Magazine haben diesen Trend erkannt und führen mittlerweile regelmäßig Firmen-Bewertungen rund um Themen der Corporate Responsibility durch.

3.1.1 STUDIEN ZUM THEMA NACHHALTIGKEIT 2011

Die Outdoor-Branche lebt von der intakten Natur und hat sich den Erhalt dieser verschrieben. Daher verfolgen NGOs und Verbraucher-Initiativen die Verhaltensweise der gesamten Branche mit besonderer Aufmerksamkeit. JACK WOLFSKIN kommuniziert bereits seit den ersten Studien im Jahr 2009 mit großer Offenheit und Transparenz. Wir begrüßen es, dass sich immer mehr Verbraucher für soziale und ökologische Standards interessieren und sich darüber informieren. Deshalb halten wir eine umfassende Information aller interessierten Gruppen für unabdingbar.

IM JAHR 2011 WURDEN MEHRERE STUDIEN DURCHFÜHRT UND VERÖFFENTLICHT. JACK WOLFSKIN KONNTE DABEI STETS GUTE BEWERTUNGEN VERZEICHNEN:



4 ½ VON 5 MÖGLICHEN STERNEN VON GEODEWAAR.NL (<http://www.goedewaar.nl>) ist eine Verbraucher-Initiative, die ihren Fokus auf die Nachhaltigkeit von Verbraucher-Produkten legt. Jedes Jahr veröffentlicht Goede-Waar.nl eine Studie, in der sie die CR-Aktivitäten verschiedener Unternehmen bewertet. JACK WOLFSKIN erhielt 4 ½ von 5 möglichen Sternen und ist damit eines der besten Unternehmen der Studie.



SILBERMEDAILLE VOM BUNDESVERBAND „DIE VERBRAUCHER INITIATIVE E.V.“

(www.nachhaltig-einkaufen.de – „Unternehmens-Check“)

Die Verbraucher Initiative stellt mit dem „Unternehmens-Check“ eine Datenbank zur Verfügung, in der Verbraucher sich über das Umwelt- und Sozialengagement von Handels-Unternehmen informieren können. Die Ergebnisse der Datenbank basieren auf einer bundesweiten Handelsbefragung zum Umwelt- und Sozialengagement entlang der gesamten Lieferkette.



3.1.2 WANDEL DER GESELLSCHAFT IN ASIEN AM BEISPIEL VIETNAM

Auch in den Produktionsländern beginnt sich die Gesellschaft langsam zu wandeln. Arbeiter fordern zunehmend ihre Rechte ein, was zu massiven Umwälzungen der gesellschaftlichen Strukturen führt.

Aufgrund der rasanten Inflation sowie der wirtschaftlichen Entwicklung kam es in den vergangenen Jahren immer häufiger zu Streiks. Firmen begannen, mit den Arbeitern in Lohnverhandlungen einzusteigen und auch der staatliche Mindestlohn hat sich in den Großstadtreionen wie Ho Chi Minh City oder Hanoi von 2007-2012 mehr als vervierfacht.

Durch die Grafik wird die kontinuierliche Anhebung der gesetzlichen Mindestlöhne deutlich. Zu der Anhebung der gesetzlichen Löhne haben die Arbeiter vielfach weitere Erhöhungen und zusätzliche Boni mit ihren Arbeitgebern ausgehandelt, sodass in vielen Betrieben mittlerweile weitaus mehr als der gesetzlich festgelegte Mindestlohn gezahlt wird.

Gerade Firmen der Textilindustrie müssen sich immer stärker bemühen, die Arbeit für ihre Mitarbeiter attraktiv zu gestalten, da aufgrund der wirtschaftlichen Entwicklungen andere Branchen – wie z. B. die für Arbeiter vielfach interessantere Elektronikindustrie – zunehmend an Bedeutung gewinnen.

Ein weiterer Faktor, der diese Entwicklung begünstigt ist, dass sich neben der staatlichen Gewerkschaft zunehmend unabhängige Arbeitnehmer-Vertretungen formieren, die Kollektiv-Verhandlungen mit dem Firmenmanagement führen.

Da Vietnam eine rasante wirtschaftliche Entwicklung durchläuft, veranschaulicht dieses Beispiel besonders deutlich den allgemeinen Trend in den asiatischen Ländern.

Abbildung 6: Entwicklung des gesetzlichen Mindestlohns in Vietnam von 2007 bis 2012

4 ZIELSETZUNGEN UND ERGEBNISSE 2011

FÜR DAS JAHR 2011 SIND FÜR JACK WOLFSKIN FOLGENDE ZIELSETZUNGEN IM BEREICH SOZIALE NACHHALTIGKEIT DEFINIERT UND UMGESETZT WORDEN:

ZIELSETZUNG	UMSETZUNG DER ERGEBNISSE
SOZIALAUDITS BEI DEN PRODUZENTEN	
ERFÜLLUNG DER FWF-AUDITIERUNGS-VORGABE VON 60% DES EINKAUFSVOLUMENS IM 2. MITGLIEDSJAHR	<ul style="list-style-type: none"> 100 % des Einkaufsvolumens wurden von JACK WOLFSKIN auditiert.
INTEGRATION ALLER PRODUZENTEN (AUCH DER „LOW-RISK“-LÄNDER) IN DAS AUDITIERUNGS-SYSTEM	<ul style="list-style-type: none"> Es wurden alle Produzenten und zugelassene Subunternehmen auditiert. Alle Produzenten in der Testphase wurden auditiert.
VERIFIZIERUNGS-AUDITS DURCH DIE FWF	<ul style="list-style-type: none"> Die FWF hat 2011 zusätzlich zu den von JACK WOLFSKIN beauftragten Sozialaudits bei drei Produzenten in Thailand, Bangladesch und der Türkei Verifizierungs-Audits durchgeführt.
FIRMENÜBERGREIFENDE (GEMEINSAME) AUDITIERUNG VON PRODUZENTEN	<ul style="list-style-type: none"> Die Auditoren der FWF haben im gemeinsamen Auftrag von JACK WOLFSKIN und einem weiteren FWF-Mitglied eine Lieferanten-Auditierung durchgeführt. Auch die nachfolgende Überwachung der Verbesserungsmaßnahmen erfolgte gemeinschaftlich.
KOMMUNIKATION DER FWF-MITGLIEDSCHAFT	
FWF-LOGO AUF JACK WOLFSKIN HANGTAGS	<p>Die FWF erlaubt Mitgliedern ab einem auditierten Umsatzvolumen von 60% die Verwendung des FWF-Logos am Produkt.</p> <ul style="list-style-type: none"> JACK WOLFSKIN hat sich bewusst für eine Produktkennzeichnung ab der Sommerkollektion 2012 entschieden, nachdem alle Produzenten erfolgreich in das Auditierungs-System eingeschlossen werden konnten.
ALLGEMEINE KOMMUNIKATION DER FWF-MITGLIEDSCHAFT	<ul style="list-style-type: none"> Über die Website Über den Katalog Über Verkaufsunterlagen Auf Messen In den Stores und Verkaufsstellen
SCHULUNGEN	
MITARBEITER	<ul style="list-style-type: none"> Individualschulung neuer Mitarbeiter zu ökologischen und sozialen Standards von JACK WOLFSKIN.
PRODUZENTEN	<ul style="list-style-type: none"> 3-tägige Intensivschulung durch das Vendor Control Team bei und für die Lieferanten in Thailand. Schulungs- und Weiterentwicklungs-Angebot der FWF für Lieferanten in Indien und Bangladesch zur Stärkung der Frauenrechte und Aufbau entsprechender Strukturen.
ENDVERBRAUCHER	<ul style="list-style-type: none"> Sensibilisierung der Endverbraucher auf ökologische und soziale Aspekte der Produktion. Auslage des JACK WOLFSKIN Lieferanten-Sozialberichts 2010 in allen Stores.

	<ul style="list-style-type: none"> Entwicklung einer Strategie zur direkten Endverbraucher-Kommunikation. Diese beinhaltet: <ul style="list-style-type: none"> Visitenkarte zur Auslage in Stores zur direkten Kommunikation bei Fragen zu Nachhaltigkeits-Themen. Diverse Social Media Tools wie Twitter und den JACK WOLFSKIN Blog. Regelmäßige Informationen zu CR-Fragen über den JACK WOLFSKIN Blog und Newsroom. Teilnahme an öffentlichen Podiumsdiskussionen und Vorträgen zum Thema „Sozialstandards“ (GlobeWelt in Köln; Beyond Fashion Summit in Berlin). Mehrtägige Präsenz des Vendor Control Teams im Globetrotter Store in Köln, um Kunden für soziale Nachhaltigkeit zu sensibilisieren.
PERFORMANCE CHECK	
JACK WOLFSKIN PERFORMANCE CHECK DURCH DIE FWF	<ul style="list-style-type: none"> Im Juni 2011 fand der erste Performance Check bei JACK WOLFSKIN in Idstein statt (siehe Bericht auf FWF-Homepage). Daraus geht hervor, dass JACK WOLFSKIN den hohen Anforderungen der Fair Wear Foundation gerecht wird und diese in vielen Bereichen übertrifft.
TRANSPARENTE KOMMUNIKATION DER ERGEBNISSE	
KOMMUNIKATION DES LIEFERANTEN-SOZIALBERICHTES 2010	<ul style="list-style-type: none"> Information per Pressemitteilung Veröffentlichung auf der JACK WOLFSKIN Website Veröffentlichung auf der FWF-Website Auslage des Berichts in allen Stores, auf Messen und Veranstaltungen Mehrsprachige Bereitstellung des Berichts: <ul style="list-style-type: none"> Deutsch Englisch Französisch Niederländisch Polnisch
KOMMUNIKATION DER ERGEBNISSE DES PERFORMANCE CHECKS (FRÜHER: MANAGEMENT SYSTEM AUDIT) DER FWF	<ul style="list-style-type: none"> Pressemitteilung zur Veröffentlichung der Ergebnisse Berichterstattung in diversen Online- und Printmedien Information am Messestand auf der ISPO
BERICHTERSTATTUNG ÜBER ERGEBNISSE ALLGEMEIN	<ul style="list-style-type: none"> Auf dem jährlichen Multi-Stakeholder-Meeting wurden detailliert Ergebnisse an die FWF, anwesende FWF-Mitglieder, NGOs und Gewerkschaften kommuniziert.
BESCHWERDE IN EINER INDONESISCHEN PRODUKTIONSSTÄTTE	<ul style="list-style-type: none"> Detaillierte Berichterstattung zur eingereichten Beschwerde von Arbeitern in einer indonesischen Produktionsstätte über die Website der FWF. Enge Kommunikation und Kooperation mit NGOs in diesem Fall.
SYSTEMOPTIMIERUNG	
SA8000 BASIC AUDITOR COURSE VON MITARBEITERN	<ul style="list-style-type: none"> Das JACK WOLFSKIN Vendor Control Team hat den von SAI angebotenen 5-tägigen Kurs zum SA8000-Auditor erfolgreich absolviert.
VERTIEFENDE SYSTEMOPTIMIERUNG DES „WAGE LADDER-SYSTEMS“.	<ul style="list-style-type: none"> Integration der „Wage Ladder“ in alle Auditberichte.
AUSZEICHNUNGEN	
ZWEITER PLATZ BEIM „BEST PRACTICE AWARD“ 2011 DER FWF	<ul style="list-style-type: none"> Mit der Wage Ladder konnte JACK WOLFSKIN bei der Jahreskonferenz der FWF 2011 den zweiten Platz beim „Best Practice Award“ gewinnen.

Tabelle 1: Zielsetzungen und Ergebnisse

5 EINKAUFS- UND BESCHAFFUNGS-STRATEGIE

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

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 BASIS-BESTANDTEILE DES PRODUZENTEN-MANAGEMENTS IM HINBLICK AUF DIE SOZIALE VERANTWORTUNG.

Sorgfältige Produzenten-Auswahl:

JACK WOLFSKIN verfolgt bei der Produzenten-Auswahl das Ziel einer langfristigen Geschäftsbeziehung. Aus unserer Sicht ist eine sorgfältige Auswahl des Partners von herausragender Bedeutung im Hinblick auf nachhaltiges Handeln.

Unterzeichnung des Code of Conduct:

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 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 überprüft. In den Audits wird die Einhaltung des Code of Conduct durch Fabrikrundgänge, Prüfung der Dokumente sowie Interviews mit Arbeitern, dem Management und anderen Interessen-Gruppen kontrolliert 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 Conduct enthält. Aus diesem Bericht wird ein „Corrective Action Plan“ (CAP) abgeleitet, der alle zu verbessernden Punkte auflistet. Die Produzenten erhalten den CAP und müssen selbst Maßnahmen zur Verbesserung festlegen und diese innerhalb eines realistischen Zeitraums nachhaltig implementieren. Der Fortschritt der Umsetzung der Verbesserungs-Maßnahmen („Corrective Actions“) wird durch JACK WOLFSKIN regelmäßig überprüft.

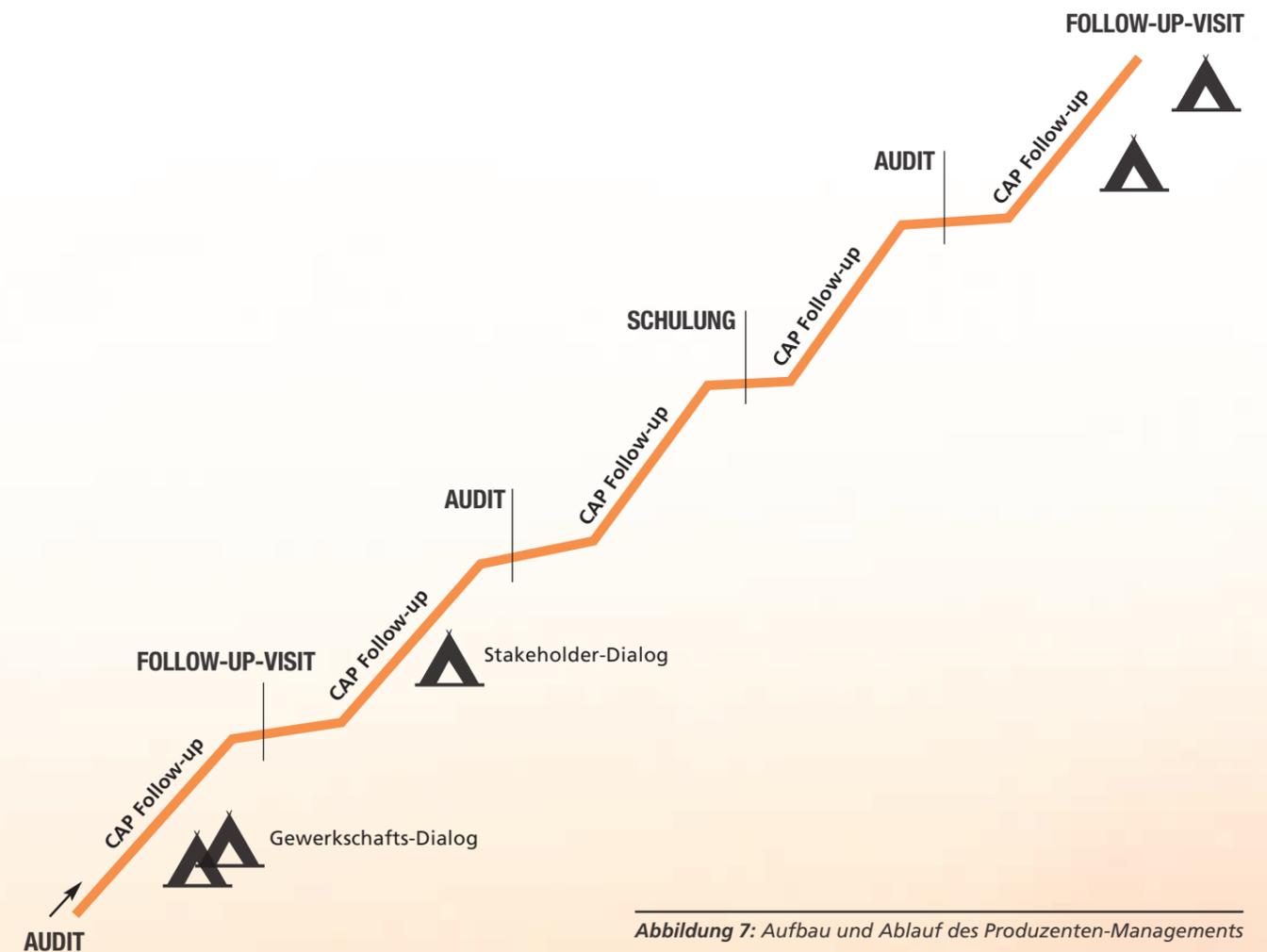


Abbildung 7: Aufbau und Ablauf des Produzenten-Managements

Folgebesuche:

In Abhängigkeit von dem Auditergebnis werden bei den Produzenten bis zu drei Folgebesuche, sogenannte „Follow-up-Visits“ zwischen den Audits durchgeführt. 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 innerhalb der Produktionsländer. Gleichzeitig liefert die Fair Wear Foundation ebenfalls wertvolle Anregungen 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.

5.2 NEUER PROZESS DES PRODUZENTEN- SOURCINGS

IM LAUFE DES JAHRES 2011 WURDE DER PROZESS DER PRODUZENTEN-AKQUISE ÜBERARBEITET. ALS WICHTIGSTE NEUERUNG WURDE EIN BEWERTUNGSSYSTEM GESCHAFFEN, DAS DIE VERSCHIEDENEN BETEILIGTEN BEREICHE DES UNTERNEHMENS BERÜCKSICHTIGT UND EINE DIFFERENZIERTE BEWERTUNG ALLER EINZELKRITERIEN ERMÖGLICHT UND SOMIT SCHWACHSTELLEN UND POTENZIALE VISUALISIERT. POTENTIELLE NEUE LIEFERANTEN WERDEN DABEI ÜBER DEN ZEITRAUM VON ETWA EINEM HALBEN JAHR INTENSIV AUF DIE SPEZIELLEN ANFORDERUNGEN VON JACK WOLFSKIN GESCHULT. WÄHREND DIESER ZEIT WERDEN TESTAUFTRÄGE PRODUZIERT, DIE EBENFALLS IN DAS AUSGEWOGENE BEWERTUNGSSYSTEM EINFLIEßEN.

Der Prozess im Einzelnen:

1) Lieferanten-Sourcing: Bewertung der Gegebenheiten bei dem potentiellen Produzenten. Relevante Faktoren sind beispielsweise der zur Verfügung stehende Maschinenpark, die Qualität der produzierten Produkte, die verfügbaren Kapazitäten, die örtlichen Gegebenheiten des Fabrikstandorts, vorhandene Sozialzertifizierungen wie SA8000 etc.

2) Erste Auswahlphase: Vorentscheid, ob der Produzent grundsätzlich das Potential und die Kapazität hat, um für JACK WOLFSKIN zu produzieren.

3) Testphase: Verschiedene Abteilungen nehmen Kontakt zu dem potentiellen neuen Lieferanten auf und überprüfen, ob der Produzent auch im Rahmen einer Testphase den Anforderungen standhalten kann:

- Ein Technikteam, das sich ausschließlich um die Entwicklung neuer Produzenten kümmert, begleitet vor Ort die ersten Testproduktionen.
- Das Vendor Control Team informiert die Produzenten über die Anforderungen aus Code of Conduct und Green Book und veranlasst eine unabhängige Sozialauditierung.
- Das Purchasing Team informiert den Produzenten über Abläufe, Zeitfenster, Beschaffungs-Prozesse etc.
- Das Pricing Team erörtert zusammen mit dem Produzenten Kalkulationsfaktoren.

4) Entscheidungsphase: Nachdem alle beteiligten Abteilungen mit dem potentiellen neuen Produzenten gearbeitet haben, werden Bewertungen der Einzelleistungen vergeben. Diese werden abschließend in einer Entscheidungsmatrix zusammengeführt, die aufzeigt, ob ein Produzent die Anforderungs-Kriterien von JACK WOLFSKIN erfüllen kann und eine nachhaltige Zusammenarbeit künftig möglich ist.

Bewertung bestehender Geschäftsbeziehungen mit Produzenten:

Auch die bestehenden Geschäftsbeziehungen werden regelmäßig hinterfragt und von den einzelnen Fachabteilungen bewertet. Die jeweiligen Einschätzungen fließen beim Prozess der Auftragsvergabe mit in die Entscheidungsfindung ein.

Kalkulierbare Produktionsplanung:

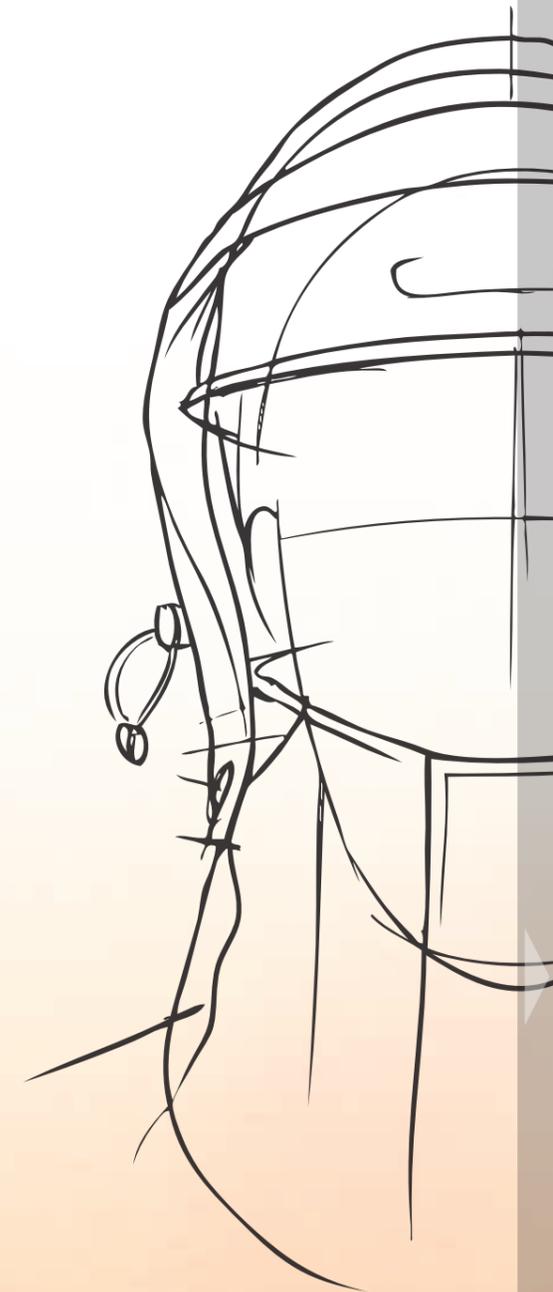
JACK WOLFSKIN bietet pro Jahr zwei Kollektionen an. Die Artikel werden in Abhängigkeit von den verfügbaren Kapazitäten auf die Produzenten verteilt. Dabei werden für jede Saison die Bestellungen durch mehrere Ordertermine gestaffelt. So kann dem Produzenten eine relativ genaue Produktionsmenge für jede Order frühzeitig bekannt gegeben werden.

5.3 AUDITIERUNGS- UND BEWERTUNGS- KRITERIEN

Die Auditbewertung erfolgt bei JACK WOLFSKIN bis Ende des Jahres 2011 über eine 5-stufige Bewertungsskala, die von 0 (hoch kritisch) bis 4 (sehr gut) reicht.

Die Bewertung bezieht sich auf Einzelaspekte des Code of Conduct und trifft zudem eine Gesamtaussage über den Grad der Übereinstimmung mit dem CoC jedes einzelnen Produzenten.

Anhand der detaillierten Aufsplittung der Ergebnisse können Maßnahmen abgeleitet werden, die zur Verbesserung der Lieferanten-Performance beitragen.





5.3.1 ERWEITERUNG DER JACK WOLFSKIN BEWERTUNGSSKALA

Im Rahmen der Prozess-Restrukturierung für die Aufnahme neuer Lieferanten wurde die bisher 5-stufige Bewertungsskala auf eine 10-stufige Skala erweitert. Die Teilaspekte

- Management-Methoden,
- Arbeitszeit,
- Vergütung,
- Kinderarbeit,
- Zwangsarbeit,
- Gewerkschafts- & Kollektiv-Verhandlungen,
- Diskriminierung,
- Gesundheit/Sicherheit/Arbeits-Bedingungen und
- Umwelt

werden ab 2012 mit der neuen Skala visualisiert.

Das hat die folgenden Vorteile:

- detailliertere Lieferanten-Bewertung,
- Trends werden schneller ersichtlich,
- frühzeitige Reaktion bereits auf geringe Leistungs-Veränderungen möglich,
- Leistungsansporn, da schon geringe Verbesserungen früher sichtbar werden.

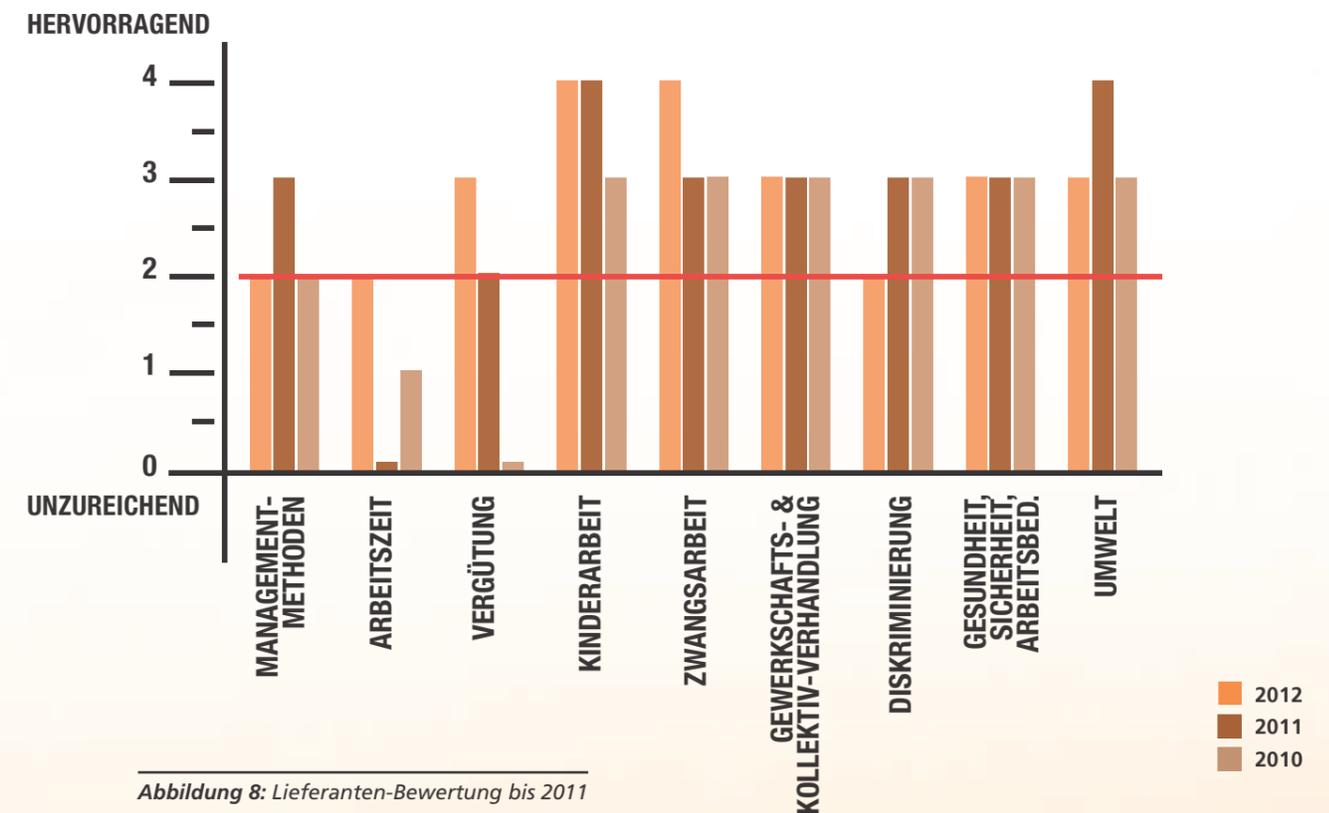


Abbildung 8: Lieferanten-Bewertung bis 2011

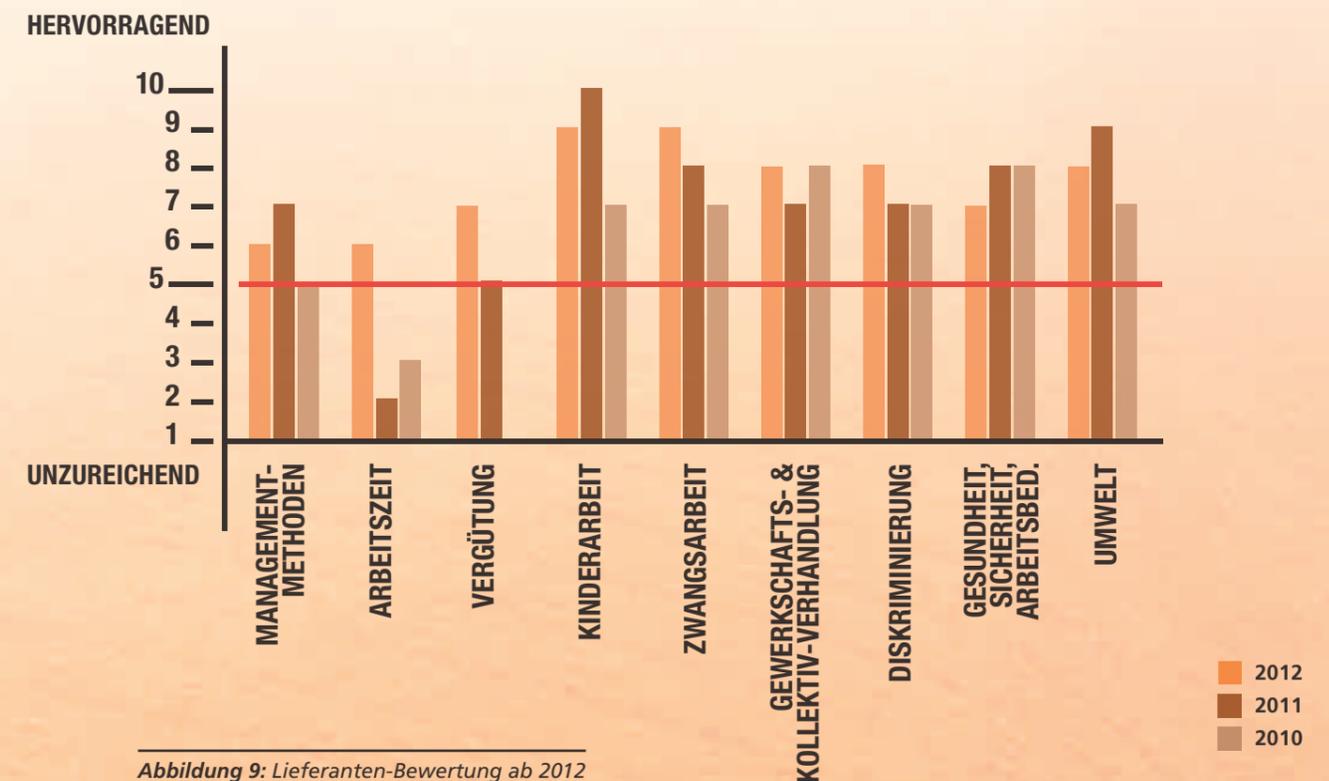


Abbildung 9: Lieferanten-Bewertung ab 2012

5.3.2 WAGE LADDER

Seit Anfang 2011 wird in alle Auditberichte eine Gehaltsleiter, die sogenannte „Wage Ladder“ integriert. Sie zeigt das Durchschnittseinkommen eines Nähers/einer Näherin in der regulären Arbeitszeit (ohne Überstunden). Dieser Lohn wird mit anderen zugänglichen Lohnkennzahlen in Vergleich gesetzt. Das können z. B. der Asia Floor Wage, der gesetzliche Mindestlohn, die von der World Bank definierte Armutsgrenze oder der vom IMF (Int. Monetary Fund) angegebene, auf der Armutsgrenze basierende, Existenzminimum-Lohn sein.

Die Gegenüberstellung der einzelnen Lohnstufen verdeutlicht, auf welchem Niveau sich der Produzent bewegt und wie er im Vergleich zum angestrebten „Living Wage“ aufgestellt ist (siehe dazu FAQ-Frage „Was ist ein Living Wage“).

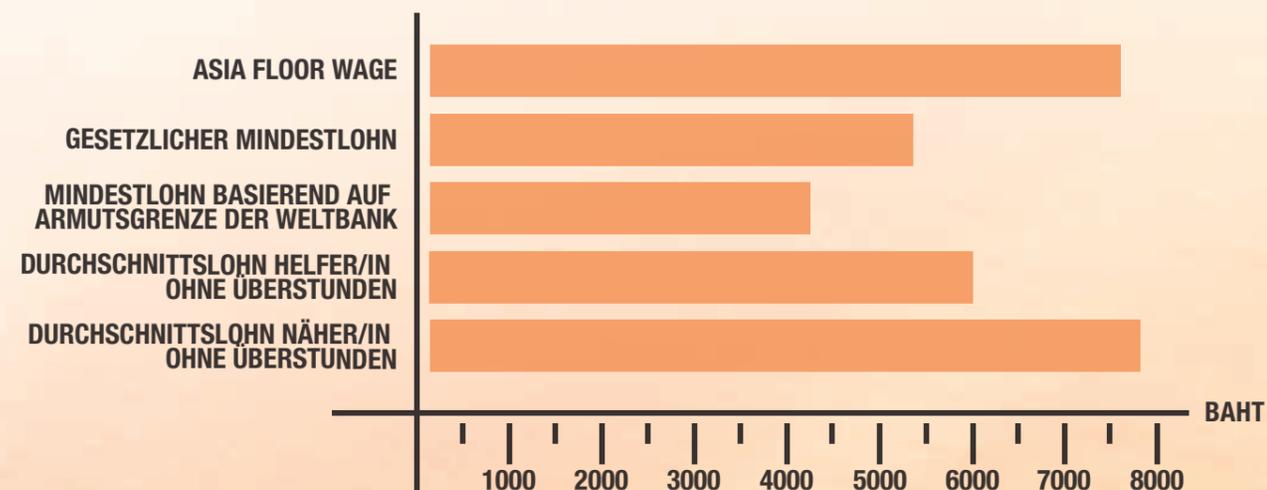


Abbildung 10: Beispiel einer "Wage Ladder" eines Produzenten in Thailand

6 AUDITS 2011

Das gesetzte Ziel, den Anteil des auditierten Einkaufsvolumens von 99 % auf 100 % bis Ende 2011 zu steigern, konnte erreicht werden. Es wurden nun auch alle Produzenten aus „Low-Risk“-Ländern in das Auditsystem integriert. Im Jahr 2011 wurden 83 Audits bei unseren Produzenten von einem unabhängigen Auditierungs-Unternehmen durchgeführt. Die Vorgabe der FWF, nach der 60 % des Einkaufsvolumens nach dem zweiten Jahr der Mitgliedschaft von auditierten Produzenten bezogen werden müssen, wurde bei weitem übertroffen.

	JAN	FEB	MRZ	APR	MAI	JUN	JUL	AUG	SEP	OKT	NOV	DEZ	GESAMT
GESAMTANZAHL AUDITS 2011	0	2	5	7	8	11	10	11	6	5	16	2	83
GESAMTANZAHL FOLLOW-UP-BESUCHE 2011	0	0	0	4	0	2	0	0	3	3	0	0	12

6.1 ÜBERSICHT ÜBER DIE AUDITIERTEN PRODUZENTEN

Die folgende Tabelle zeigt eine Übersicht über die durchgeführten Audits bei den im Jahr 2011 aktiven Lieferanten. Es wurde jeder unserer Produzenten seit 2009 mindestens einmal auditiert, somit haben wir 100% unseres Produzenten-Stammes durch Audits abgedeckt. Die Tabelle enthält keine Folgebesuche oder Audits bei Produzenten, welche die Testphase nicht bestanden haben. JACK WOLFSKIN lässt nach genauer Prüfung der Qualitäts- und Sozialstandards vereinzelt die Zusammenarbeit mit Sub-Produzenten zu. Diese Sub-Produzenten werden im Rahmen der Sozialauditierungen wie jede andere Produktionsstätte behandelt.

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	Sub-Produzent
	keine Zusammenarbeit
-	kein Audit durchgeführt

ÜBERSICHT ÜBER DIE AUDITIERTEN PRODUZENTEN

DIVISION	LAND	NR. PRODUZENT	ART	DAUER DER ZUSAMMENARBEIT	EINKAUFSVOLUMEN 2011 IN %	AUDITS 2009	AUDITS 2010	AUDITS 2011	ANMERKUNG
AP	ID	2751	H	>10 Jahre	17,19	Aug. 09	Nov. 10	Nov. 11	
AP	ID	2752	S	>5 Jahre		Aug. 09	Okt. 10	Nov. 11	
AP	ID	2753	S	<5 Jahre		-	-	Nov. 11	
AP	VN	2750	H	>5 Jahre		Mai 09	Aug. 10	Jul. 11	
AP	VN	2754	S	<5 Jahre		Jun. 09	Aug. 10	Jul. 11	
AP	VN	2755	S	>5 Jahre		-	-	Aug. 11	SA8000-zertifiziert
AP	VN	2756	S	<5 Jahre		-	-	Aug. 11	
AP	VN	2757	S	<5 Jahre		-	-	Jul. 11	
AP	BD	2220	H	>5 Jahre	15,46	-	Aug. 10	Mai 11	FWF-Verifizierungs-Audit Mai 11
AP	TH	0130	H	>10 Jahre	8,03	Okt. 09	Dez. 10	Apr. 11	FWF-Verifizierungs-Audit Apr. 11
AP	TH	0131	S	>5 Jahre		Nov. 09	Nov. 10	Jan. 12	Audit wurde aufgrund der Flut auf Jan. 2012 verschoben
AP	TH	0132	S	>5 Jahre		Okt. 09	Nov. 10	Jan. 12	Audit wurde aufgrund der Flut auf Jan. 2012 verschoben
AP	TH	0133	S	>10 Jahre		Okt. 09	Nov. 10	Jan. 12	Audit wurde aufgrund der Flut auf Jan. 2012 verschoben
AP	TH	0134	S	>10 Jahre		Nov. 09	Nov. 10	Jan. 12	Audit wurde aufgrund der Flut auf Jan. 2012 verschoben
AP	TH	0135	S	>10 Jahre		Okt. 09	Nov. 10	Jan. 12	Audit wurde aufgrund der Flut auf Jan. 2012 verschoben
AP	TH	0136	S	>5 Jahre		Okt. 09	Nov. 10	Jan. 12	Audit wurde aufgrund der Flut auf Jan. 2012 verschoben
AP	VN	4300	H	>5 Jahre		6,41	Mai 09	Jul. 10	Aug. 11
AP	VN	4301	S	>5 Jahre	6,41	Jun. 09	Aug. 10	Aug. 11	
AP	CN	4890	H	>5 Jahre	5,59	-	Jan. 10	Mrz. 11	
AP	VN	4530	H	>5 Jahre	3,52	Jun. 09	Jun. 10	Okt. 11	Gemeinsam durchgeführtes Audit mit anderem FWF-Mitglied Okt. 11

DIVISION	LAND	NR. PRODUZENT	ART	DAUER DER ZUSAMMENARBEIT	EINKAUFSVOLUMEN 2011 IN %	AUDITS 2009	AUDITS 2010	AUDITS 2011	ANMERKUNG
AP	CN	4030	H	>5 Jahre	3,51	Jan. 09	-	Mrz. 11	
AP	CN	4031	S	>5 Jahre		-	Mrz. 10/ Sep. 10	Okt. 11	
AP	CN	4032	S	>5 Jahre		-	Mrz. 10/ Sep. 10	Okt. 11	
AP	CN	4033	S	<5 Jahre			Sep. 10	Okt. 11	
AP	CN	4034	S	<5 Jahre				Apr. 11	
AP	CN	4035	S	<5 Jahre				Apr. 11	
AP	TR	3360	H	>10 Jahre	2,91	-	Mai 10	Aug. 11	
AP	CN	0780	H	>10 Jahre	2,30	-	Jan. 10	Apr. 11	
AP	CN	0781	H	>5 Jahre		Mrz. 09	-	Jun. 11	
AP	ID	5750	H	<5 Jahre	2,04		Nov. 10	Nov. 11	
AP	CN	5220	H	>5 Jahre	0,96	Jan. 09	-	Apr. 11	
AP	VN	5190	H	>5 Jahre	0,94	Jun. 09	Jun. 10	Jul. 11	
AP	ID	4790	H	>5 Jahre	1,54	Aug. 09	Nov. 10	Nov. 11	
AP	VN	5200	H	>5 Jahre	0,90	Nov. 09	Jul. 10	Jul. 11	SA8000-zertifiziert
AP	CN	5730	H	<5 Jahre	0,79		Aug. 10		Zusammenarbeit 2011 beendet
AP	CN	5120	H	>5 Jahre	0,67	Jan. 09	Mrz. 10	Mai 11	
AP	IN	5250	H	>5 Jahre	0,63	Sep. 09	Aug. 10	Nov. 11	
AP	TH	5670	H	<5 Jahre	0,58		Nov. 10	Jan. 12	
AP	IN	5260	H	>5 Jahre	0,44	Sep. 09	Aug. 10	Okt. 11	
AP	CN	5460	H	>5 Jahre	0,43	Feb. 09	Mrz. 10		Zusammenarbeit 2011 beendet
AP	IT	4520	H	>10 Jahre	0,31	-	Jun. 10	Jun. 11	
AP	IT	4522	S	>10 Jahre		-	-	Jun. 11	
AP	IT	4523	S	>10 Jahre		-	-	Jun. 11	
AP	IT	4524	S	>10 Jahre		-	Jun. 10	-	
AP	SI	4521	H	>5 Jahre		-	Apr. 10	Jun. 11	
AP	SI	4525	S	>5 Jahre		-	Apr. 10	Jun. 11	
AP	SI	4526	S	>5 Jahre	-	Apr. 10	Jun. 11		
AP	BG	4900	H	>5 Jahre	0,27	-	-	Dez. 11	
AP	BG	4901	S	<5 Jahre			-	Dez. 11	
AP	ID	5790	H	<5 Jahre	0,18		Nov. 10	Nov. 11	
AP	IT	2190	H	>5 Jahre	0,14	Jun. 09	Jun. 10	-	
AP	KH	5660	H	<5 Jahre	0,14		Jun. 10	-	
AP	CN	0980	H	>10 Jahre	0,12	-	Jan. 10		Zusammenarbeit 2011 beendet
AP	ID	5980	H	<5 Jahre	0,11		Nov. 10	Nov. 11	
AP	ID	5800	H	<5 Jahre	0,08			Nov. 11	
AP	ID	6000	H	<5 Jahre	0,00			Nov. 11	Testphase
AP	IN	6010	H	<5 Jahre	0,00			Nov. 11	Testphase
AP	IN	6011	H	<5 Jahre	0,00			Nov. 11	Testphase

DIVISION	LAND	NR. PRODUZENT	ART	DAUER DER ZUSAMMENARBEIT	EINKAUFSVOLUMEN 2011 IN %	AUDITS 2009	AUDITS 2010	AUDITS 2011	ANMERKUNG	
AP/EQ	CN	2490	H	>10 Jahre	2,94	-	-	Mrz. 11		
AP/EQ	CN	2491	H	<5 Jahre				Jan. 10	Jun. 11	
EQ	VN	4720	H	>5 Jahre	2,57	Jun. 09	Jul. 10/ Dez. 10	-	FWF-Verifizierungs-Audit Dez. 10 SA8000-zertifiziert	
EQ	VN	4721	S	<5 Jahre					Aug. 11	
EQ	VN	5130	H	>5 Jahre	1,42	Jun. 09	Jul. 10	Aug. 11		
EQ	CN	4730	H	>5 Jahre	0,86	Jan. 09	Feb. 10	Mai 11		
EQ	CN	4731	H	>5 Jahre		-	Feb. 10	Mai 11		
EQ	CN	0030	H	>10 Jahre	0,75	Feb. 09	Jan. 10	Mrz. 11		
EQ	VN	4750	H	>5 Jahre	0,62	Jun. 09	Jul. 10	Aug. 11		
EQ	VN	5400	H	<5 Jahre	0,62	Jun. 09	Jul. 10	Aug. 11		
EQ	CN	4620	H	>5 Jahre	0,16	Mrz. 09	Mrz. 10	Apr. 11		
EQ	CN	4621	H	>5 Jahre		Feb. 09	Mrz. 10	Mai 11		
EQ	VN	5140	H	>5 Jahre	0,11	Jun. 09	Aug. 10		Zusammenarbeit 2011 beendet	
EQ	VN	5141	H	>5 Jahre		Jun. 09	Aug. 10		Zusammenarbeit 2011 beendet	
EQ	TW	3200	H	>10 Jahre	0,04	-	-	Jun. 11		
EQ	KR	4230	H	>5 Jahre	0,04	-	-	Jun. 11		
EQ	CN	3560	H	>10 Jahre	0,02	-	Sep. 10		Zusammenarbeit 2011 beendet	
EQ	BD	5840	H	<5 Jahre	0,04			Feb. 11		
FW	KH	3921	H	<5 Jahre	9,60			Nov. 11		
FW	KH	3922	H	<5 Jahre				-	Nov. 11	
FW	VN	3923	H	>5 Jahre		Jun. 09	Jun. 10	Jul. 11		
FW	VN	3924	H	<5 Jahre					Jul. 11	
FW	VN	3925	H	<5 Jahre					Jul. 11	
FW	VN	3926	H	>5 Jahre					Aug. 11	
FW	CN	5681	H	<5 Jahre			-	Mai 11		
FW	CN	5682	H	<5 Jahre	2,63			Sep. 11		
FW	CN	5683	H	<5 Jahre					Apr. 11	
FW	CN	5684	H	<5 Jahre					Mai 11	
FW	CN	5685	H	<5 Jahre					Sep. 11	
FW	CN	5686	H	<5 Jahre				-	Mrz. 11	
FW	CN	5687	H	<5 Jahre					Mai 11	
FW	CN	5820	H	<5 Jahre	0,91			Sep. 11		
FW	CN	5821	H	<5 Jahre					Jun. 11	
FW	RO	5410	H	<5 Jahre	0,32	-	-	Jul. 11		
FW	CN	5920	H	<5 Jahre	0,16			Sep. 11		

➔ Auditiert: 100% des Einkaufsvolumens seit FWF-Mitgliedschaft

6.2 ÜBERSICHT DER AUDIT-ERGEBNISSE 2011

93 % der Produzenten konnten ihre Leistungen des Jahres 2010 während der Sozialauditorien 2011 bestätigen oder verbessern.

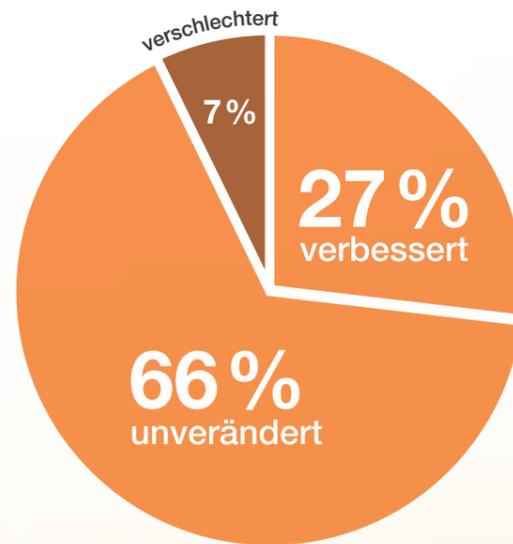


Abbildung 11: Entwicklung der Produzenten-Performance von 2010 zu 2011

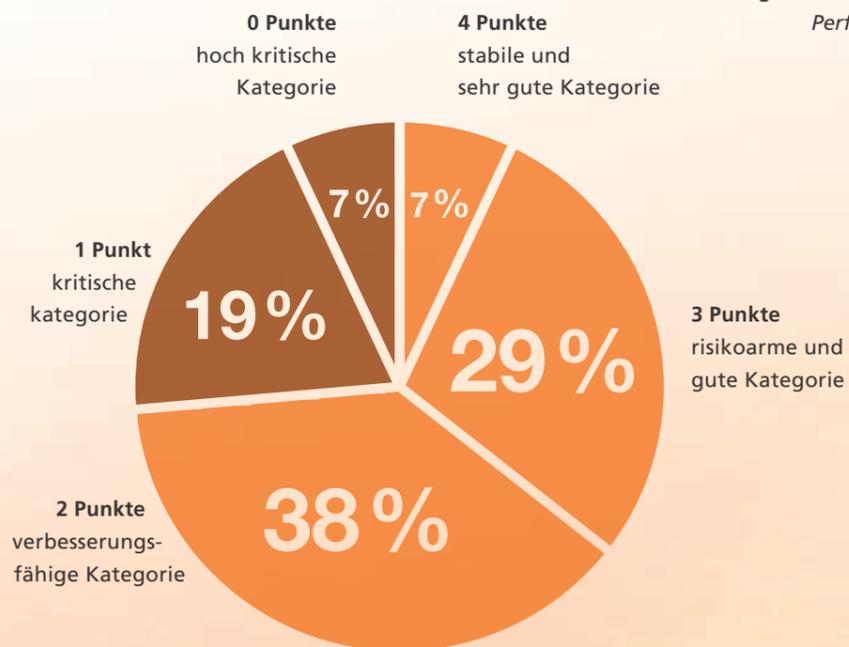


Abbildung 12: Audit-Ergebnisse 2011

In dieser Grafik sind die Audit-Ergebnisse der aktiven Produzenten 2011 enthalten. Knapp dreiviertel der Audit-Ergebnisse liegen zwischen zwei und vier Punkten und weisen somit Produktionsstätten aus, welche die Anforderungen weitgehend bis voll erfüllen.

6.3 ZUSAMMENFASSUNGEN DER AUDIT-ERGEBNISSE PRO LAND

DIE AUDIT-ERGEBNISSE ALLER PRODUZENTEN SIND AUF LÄNDERBASIS ZUSAMMENGEFASST UND DARAUS RESULTIEREND DIE DURCHSCHNITTS-ERGEBNISSE BERECHNET WORDEN.

6.3.1 VIETNAM

In den Bereichen Arbeitszeit und Gesundheits-Sicherheit konnten im Durchschnitt Verbesserungen erzielt werden. Die Kategorie Kinderarbeit wurde leicht abgewertet, da bei einigen neuen Produzenten im Erstaudit nicht nachgewiesen werden konnte, dass die Prozesse zum Einstellungsverfahren, bei dem eine Alters-Verifikation vor der Einstellung zwingend durchgeführt werden muss, ausreichend implementiert wurden. Da bei den Folgebesuchen bzw. beim CAP-Follow-up schon Verbesserungen erkennbar waren, gehen wir davon aus, dass sich die Lieferanten bis zum nächsten Audit weiter verbessern werden.

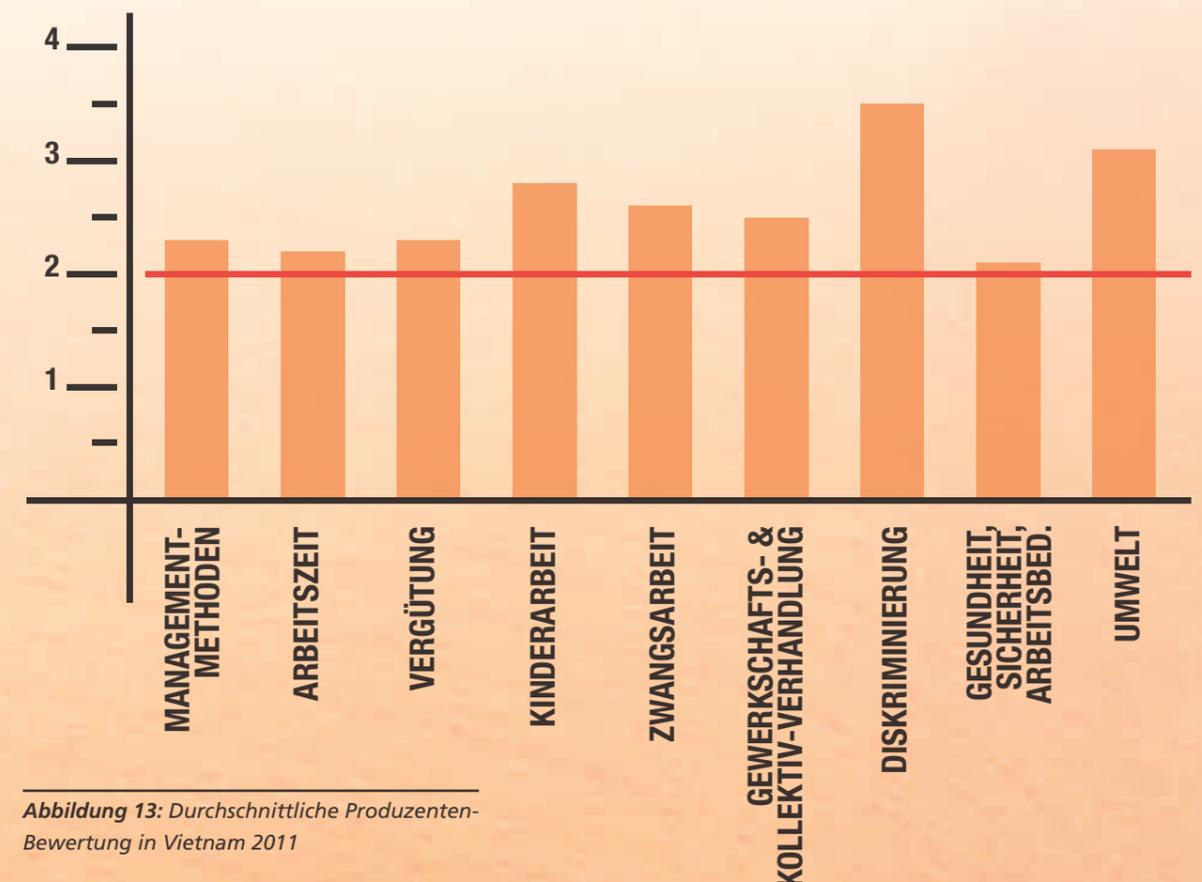


Abbildung 13: Durchschnittliche Produzenten-Bewertung in Vietnam 2011

6.3.2 CHINA

In China ist es für die Fabrikanten nach wie vor schwer, ausreichend Arbeiter zu finden. Daher sind Überstunden immer noch ein großes Problem. Auch aufgrund der teilweise unzureichenden oder gefälschten Dokumentation war es für das Auditorenteam nicht immer möglich, eine korrekte Bezahlung der Überstunden zweifelsfrei sicherzustellen. Dies führte in der Konsequenz zu einer Abwertung in den Bereichen Management-Methoden und Arbeitszeiten.

2011 hat JACK WOLFSKIN einige neue Lieferanten in China, hauptsächlich für den Bereich Schuhe, in sein Lieferanten-Portfolio aufgenommen. Im Vergleich zum Jahr 2010 wurden bei den Audits häufiger Defizite im Bereich Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz festgestellt, was zu einer Abwertung dieser Kategorie in der Durchschnittsbewertung für China führte. Um hier eine Verbesserung zu erzielen, bietet JACK WOLFSKIN den Schuhherstellern im Sommer 2012 eine kostenfreie Schulung im Bereich Chemikalien-Sicherheit und Arbeits- und Gesundheitsschutz mit anschließender Nachverfolgung und persönlicher Betreuung der einzelnen Produktionsstätten an. Damit wird die nachhaltige Implementierung der Schulungsinhalte sichergestellt.

In der Kategorie Gewerkschafts- und Kollektiv-Verhandlung kam es zu Abwertungen, da die Gewerkschaften oftmals durch Mitarbeiter in Management-Positionen besetzt wurden oder die Gewerkschaften unter staatlicher Kontrolle stehen, wodurch eine unabhängige Vertretung von Arbeiter-Interessen nicht immer garantiert werden kann.

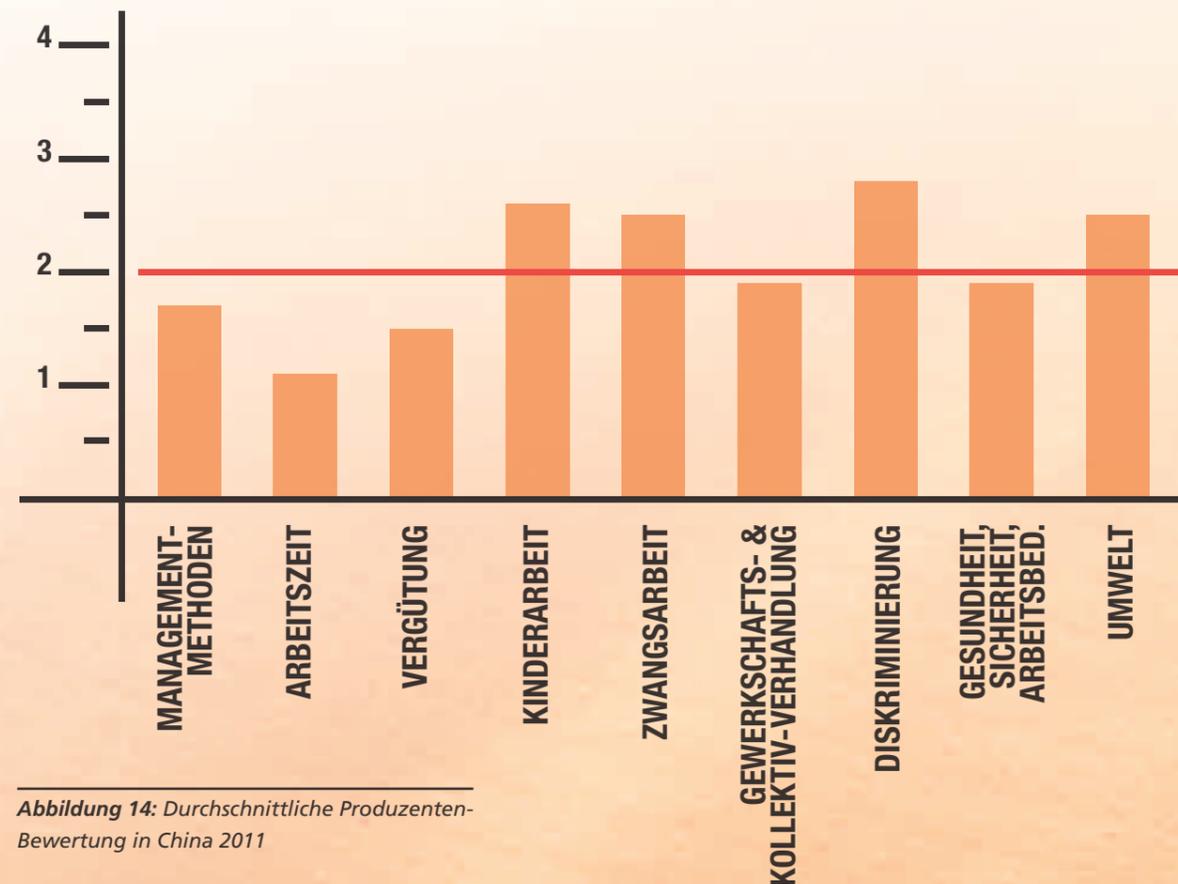


Abbildung 14: Durchschnittliche Produzenten-Bewertung in China 2011

6.3.3 THAILAND

Bei einigen unserer thailändischen Produzenten konnten wir unzureichendes Engagement des Managements hinsichtlich sozialer Standards feststellen, welches gut strukturierte Prozesse und eine effiziente Produktionsplanung mit einschließt. Dies hat sich bei der Bewertung auf die Punkte Management-Methoden, Arbeitszeiten und Vergütung ausgewirkt. Um ein besseres Bewusstsein beim Management und den Verantwortlichen für die Umsetzung und Einhaltung sozialer Standards zu schaffen, waren Mitarbeiter unseres Vendor Control Teams sowie unserer Sourcing-Abteilung bei den Produzenten vor Ort und haben drei Tage intensiv mit dem zuständigen Personal an Möglichkeiten und Verbesserungs-Maßnahmen gearbeitet. Die Entwicklungen und implementierten Schritte werden bei den Folgebesuchen kontrolliert. Somit sind wir zuversichtlich, im nächsten Jahr eine Verbesserung in diesen Bereichen Schritt für Schritt erzielen zu können.

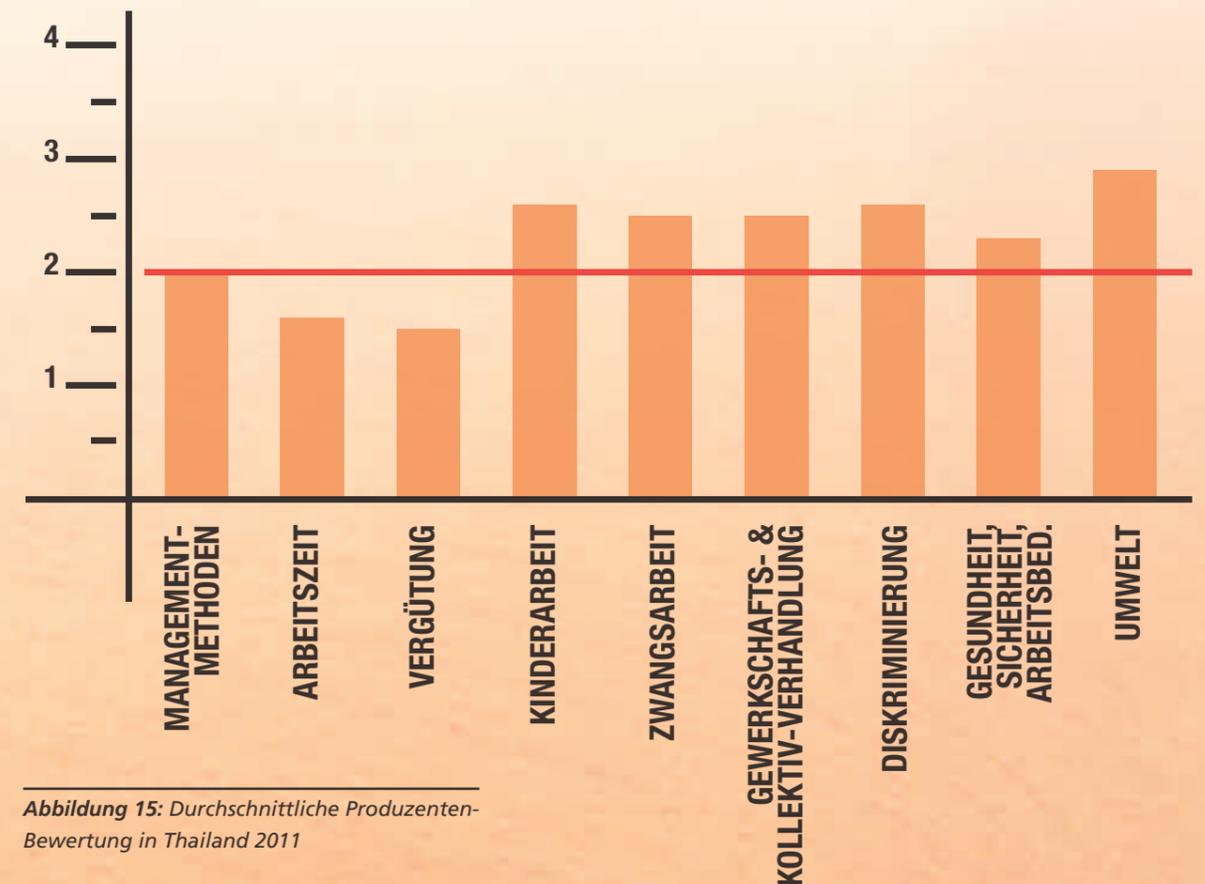


Abbildung 15: Durchschnittliche Produzenten-Bewertung in Thailand 2011

6.3.4 BANGLADESCH

In Bangladesch hat JACK WOLFSKIN einen neuen Produzenten in sein Portfolio aufgenommen. Da dort Verbesserungs-Potenzial in der Strukturierung interner Prozesse festgestellt wurde, fällt die durchschnittliche Bewertung in einigen Punkten niedriger aus als im Jahr zuvor.

Bei den Arbeiter-Unruhen Ende 2010/Anfang 2011 wegen der allgemein zu geringen gesetzlichen Mindestlöhne in Bangladesch, standen wir in permanentem engen Kontakt zu unserem Produzenten sowie zu den lokalen Auditoren, um uns über die aktuellen Entwicklungen vor Ort auf dem Laufenden zu halten, und um bei Bedarf Unterstützung leisten zu können.

Die FWF führte im Mai 2011 in unserer wichtigsten Produktionsstätte in Bangladesch ein Verifizierungs-Audit durch. Dabei stellte die FWF für die Bereiche Zwangsarbeit, Kinderarbeit und Diskriminierung keinerlei Verstöße fest. In den anderen Kategorien wurden vereinzelt geringfügige Abweichungen zum Code of Conduct festgestellt.

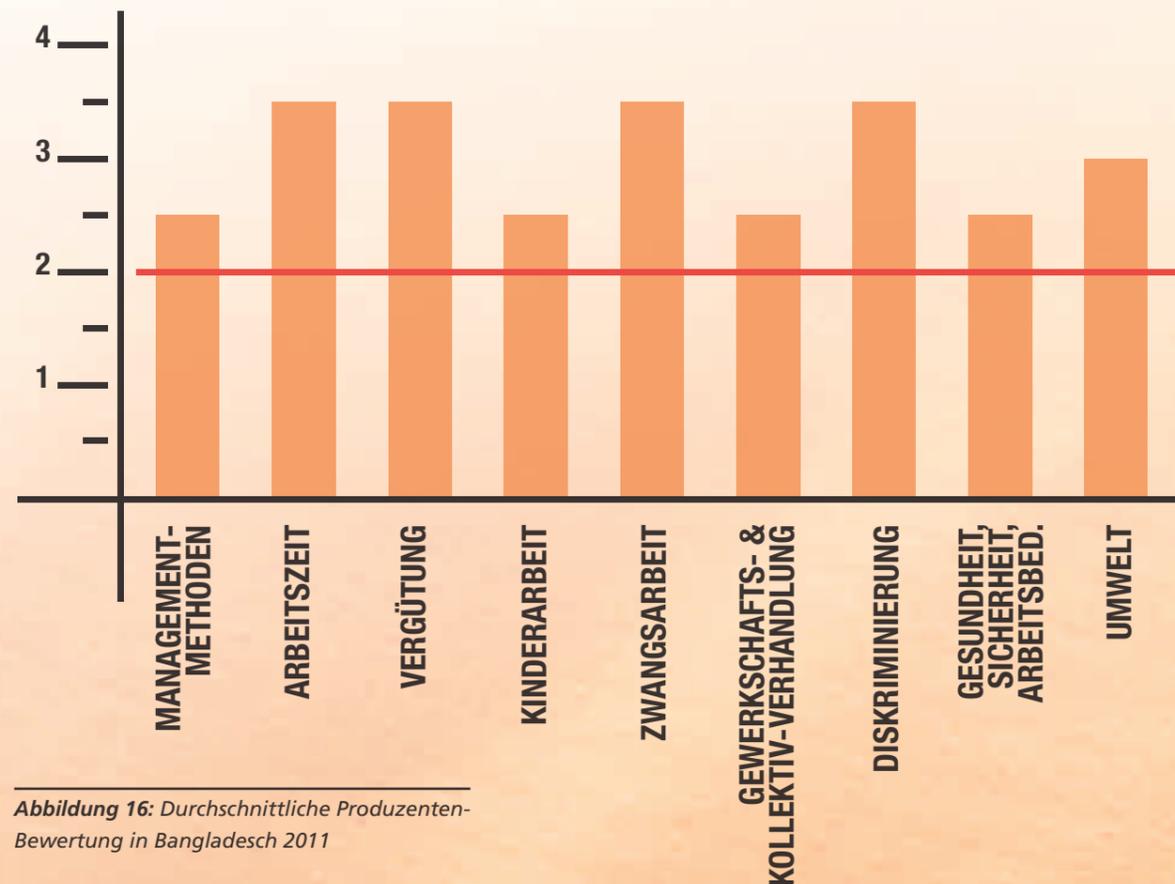


Abbildung 16: Durchschnittliche Produzenten-Bewertung in Bangladesch 2011

6.3.5 INDIEN

Bei einem unserer Produzenten in Indien wurden beim Audit Unstimmigkeiten in den Dokumenten bezüglich Arbeitszeiten-Erfassung und Überstunden-Bezahlung festgestellt. Der Verdacht von 2010, dass das Unternehmen nicht SA8000-konform arbeitet und die Prozesse nicht nachhaltig verankert sind, hat sich beim erneuten Audit 2011 bestätigt. Das SA8000-Zertifikat wurde dem Produzenten aberkannt. Diese Punkte führten daher erneut zu einer Abwertung in den Bereichen Management-Methoden, Arbeitszeit und Vergütung. Nach Gesprächen mit dem Management des Produzenten hat dieser sich Ende des Jahres 2011 entschieden, erneut auf eine SA8000-Zertifizierung hinzuarbeiten und überlegt sich auf Anraten von JACK WOLFSKIN, zusätzlich der Fair Wear Foundation beizutreten. Die ersten Gespräche laufen bereits. Dies ist eine sehr erfreuliche und positive Entwicklung.

Des Weiteren konnten wir einen unserer indischen Lieferanten für die Teilnahme an einem Projekt der Fair Wear Foundation gewinnen, das sich speziell auf die Gewalt- und Belästigungs-Prävention – in erster Linie von Frauen – bei der Arbeit bezieht. Dieses Projekt wurde für Indien und Bangladesch konzipiert.

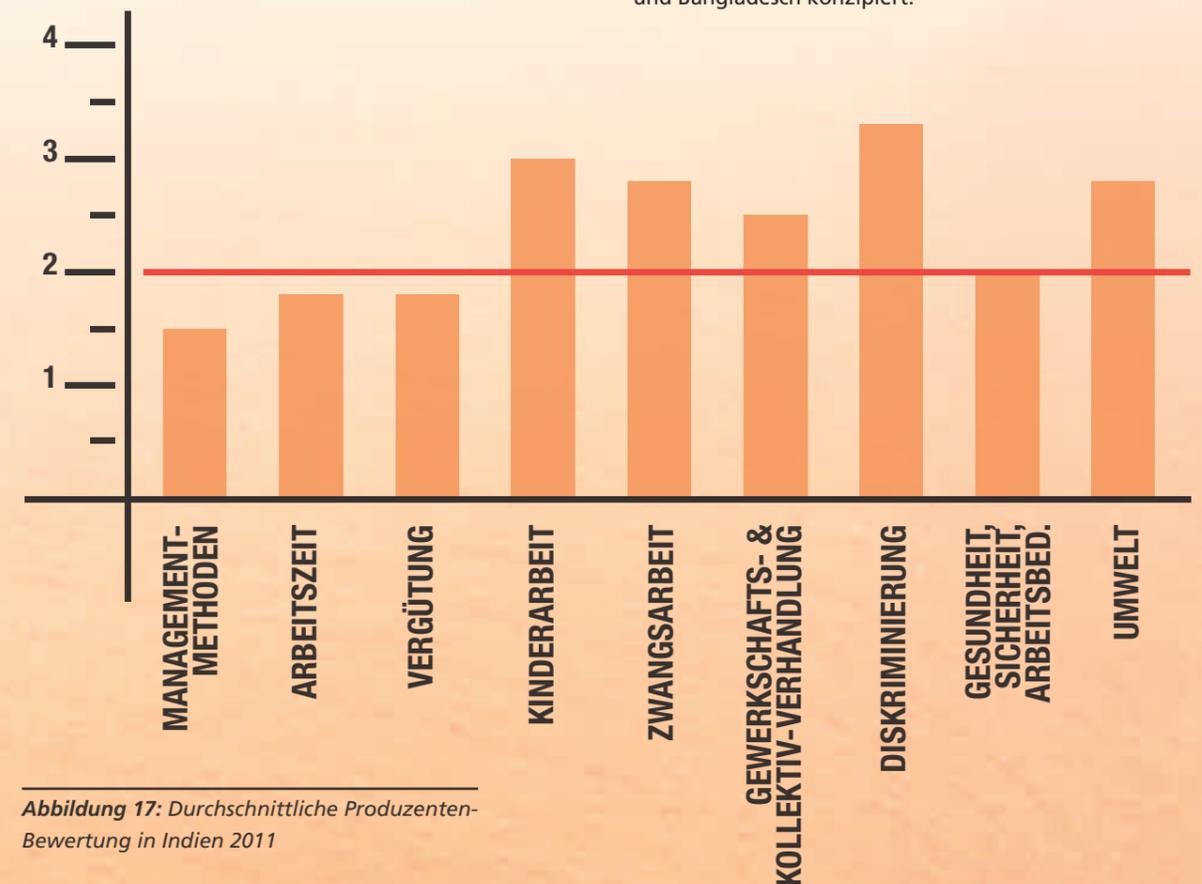


Abbildung 17: Durchschnittliche Produzenten-Bewertung in Indien 2011

6.3.6 KAMBODSCHA

Generell ist die Lohnsituation in Kambodscha schwierig. Der gesetzliche Mindestlohn liegt bei gerade einmal etwas über \$60 pro Monat. Damit kostet die Arbeitskraft in Kambodscha weit weniger als in den Nachbarländern Vietnam (ca. \$70-\$95) und Thailand (ca. \$150-\$175). Unter diesem Gesichtspunkt ist es verständlich, dass es im Jahr 2011 verstärkt zu Protesten, Streiks und Auseinandersetzungen kam.

JACK WOLFSKIN hat diese Proteste zum Anlass genommen, bei seinen beiden Produzenten, die sich bisher nicht dem „Better Factories Cambodia“-Projekt angeschlossen haben, verstärkt auf dieses Thema einzugehen. Im Rahmen der Follow-up-Besuche wurden daher nicht nur die Verbesserungen des CAPs, sondern auch die allgemeine Lohnsituation und mögliche Verbesserungs-Ansätze thematisiert.

Eine weitere große Herausforderung bei der Entwicklung dieser beiden Lieferanten ist, das jeweilige Management zu entwickeln, sodass die Standards von Grund auf umgesetzt werden können.

Der dritte Hersteller hat sich, wie bereits erwähnt, dem Projekt „Better Factories Cambodia“ angeschlossen. Dieser Hersteller konnte eine nahezu vollständige Übereinstimmung mit unserem Code of Conduct erreichen.

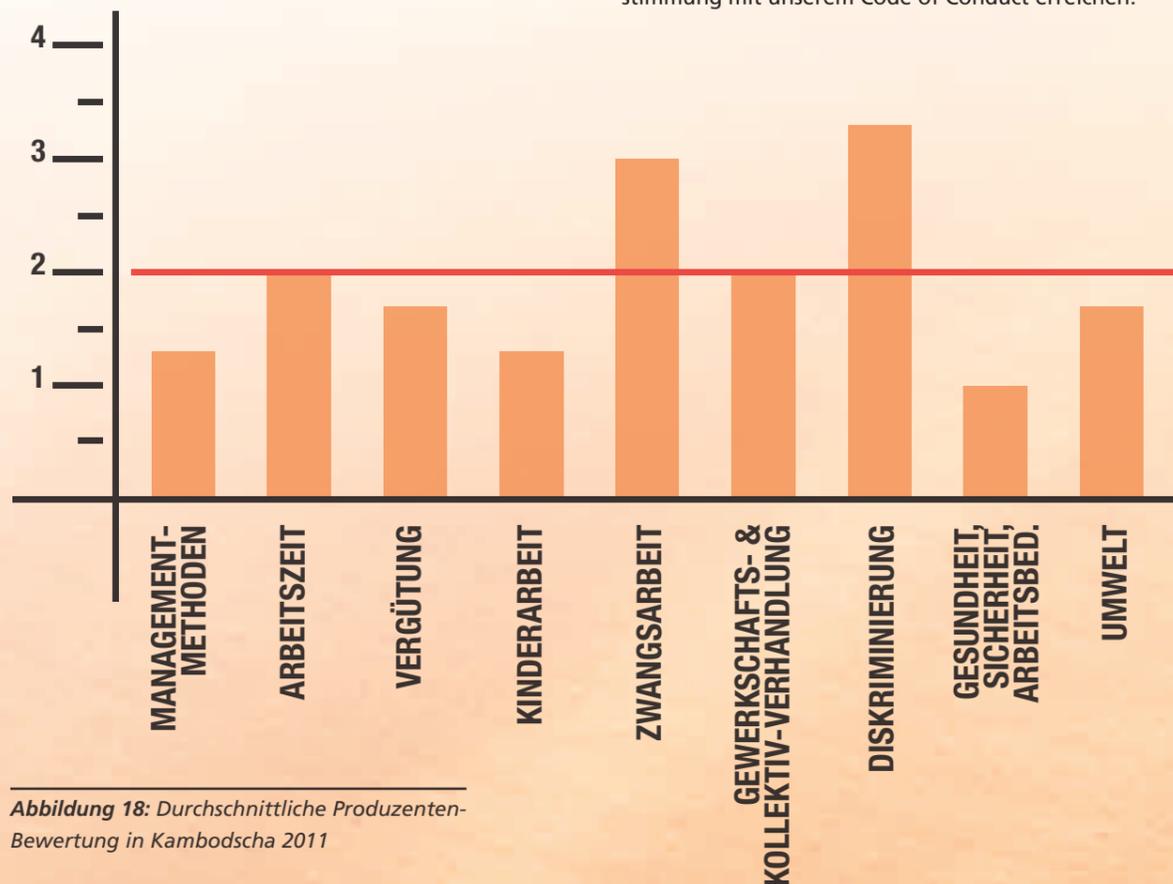


Abbildung 18: Durchschnittliche Produzenten-Bewertung in Kambodscha 2011

6.3.7 INDONESIA

In Indonesien wurden – neben den bestehenden – auch zwei neue Produzenten und ein Sub-Produzent auditiert. Die Genehmigung zur Zusammenarbeit mit dem Sub-Produzenten wird aufgrund der verbesserungsbedürftigen Kodex-Implementierung und mangelnder Kooperations-Bereitschaft wieder entzogen.

Zur Abwertung in fast allen Kategorien kam es erneut bei dem schon im letzten Jahr kritisierten Produzenten in Indonesien. Arbeiter dieser Fabrik haben im April 2011 über das FWF-Beschwerdesystem eine offizielle Beschwerde eingereicht. In Kooperation mit der FWF, lokalen Gewerkschaften und NGOs wurde versucht, auf den Produzenten Einfluss zu nehmen.

Alle Details zur Beschwerde und den von JACK WOLFSKIN ergriffenen Maßnahmen können auf der Webseite der Fair Wear Foundation nachgelesen werden.

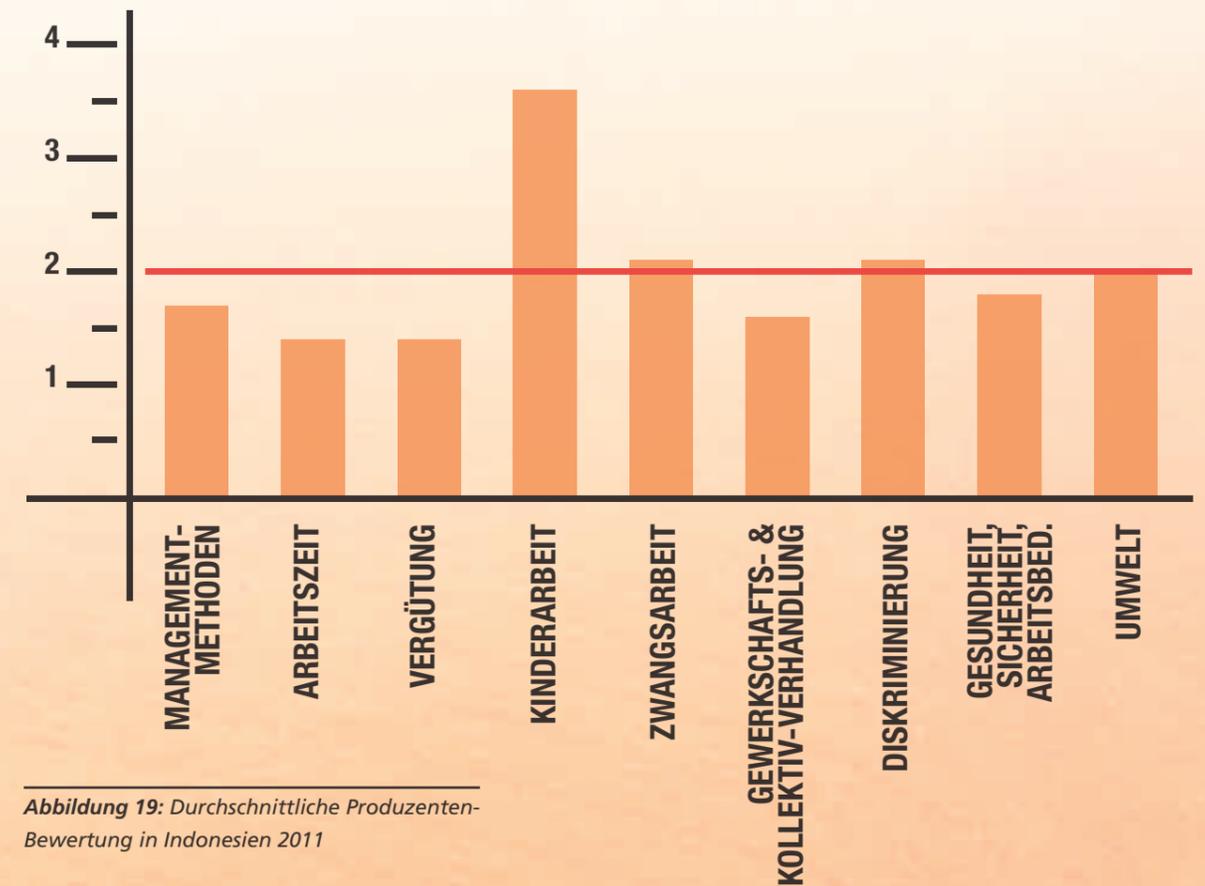


Abbildung 19: Durchschnittliche Produzenten-Bewertung in Indonesien 2011

6.3.8 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.

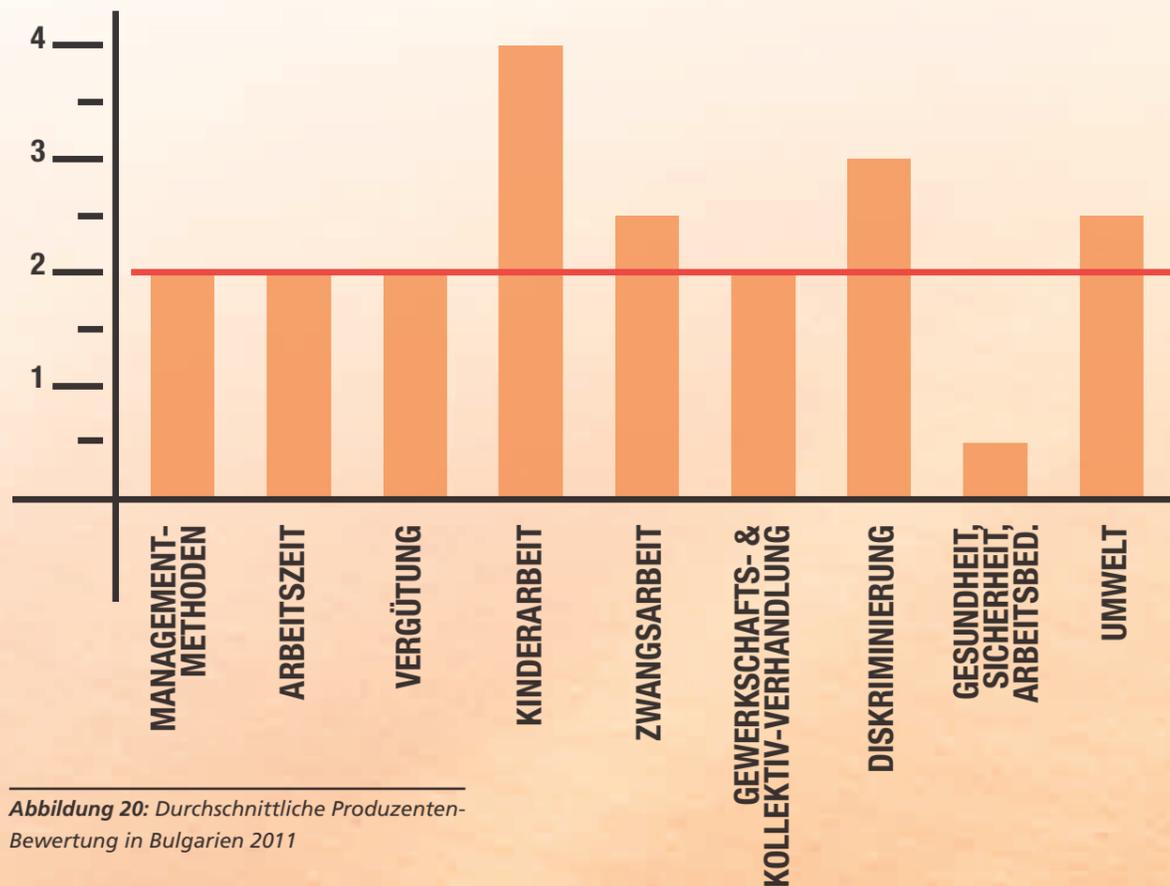


Abbildung 20: Durchschnittliche Produzenten-Bewertung in Bulgarien 2011

6.3.9 SLOWENIEN

Die Produzenten in Slowenien erfüllen weitestgehend die Vorgaben des Code of Conduct.

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. Dieser Punkt wird beim nächsten Audit-besuch verstärkt untersucht werden.

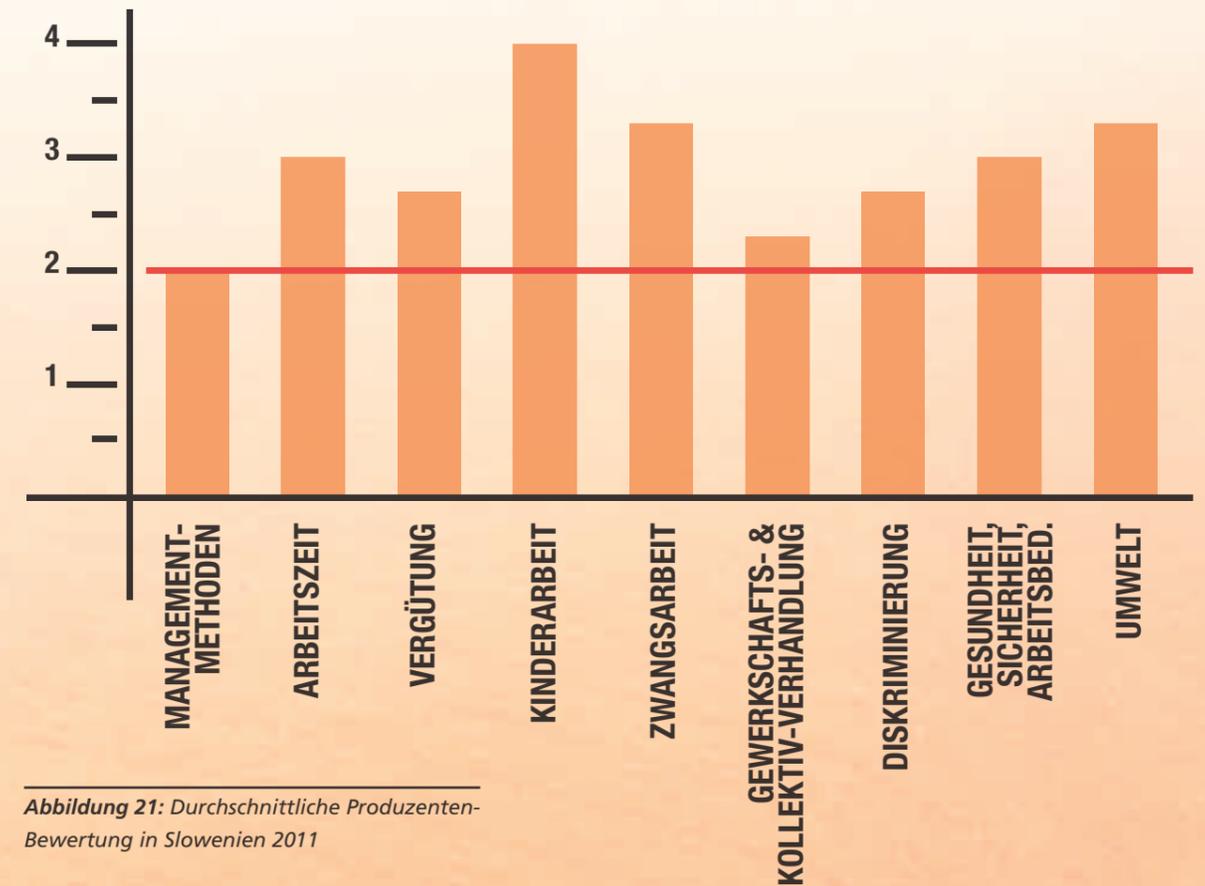


Abbildung 21: Durchschnittliche Produzenten-Bewertung in Slowenien 2011

6.3.10 ITALIEN

In Italien konnte das gute Auditergebnis aus dem Jahr 2010 im Jahr 2011 erneut bestätigt werden.

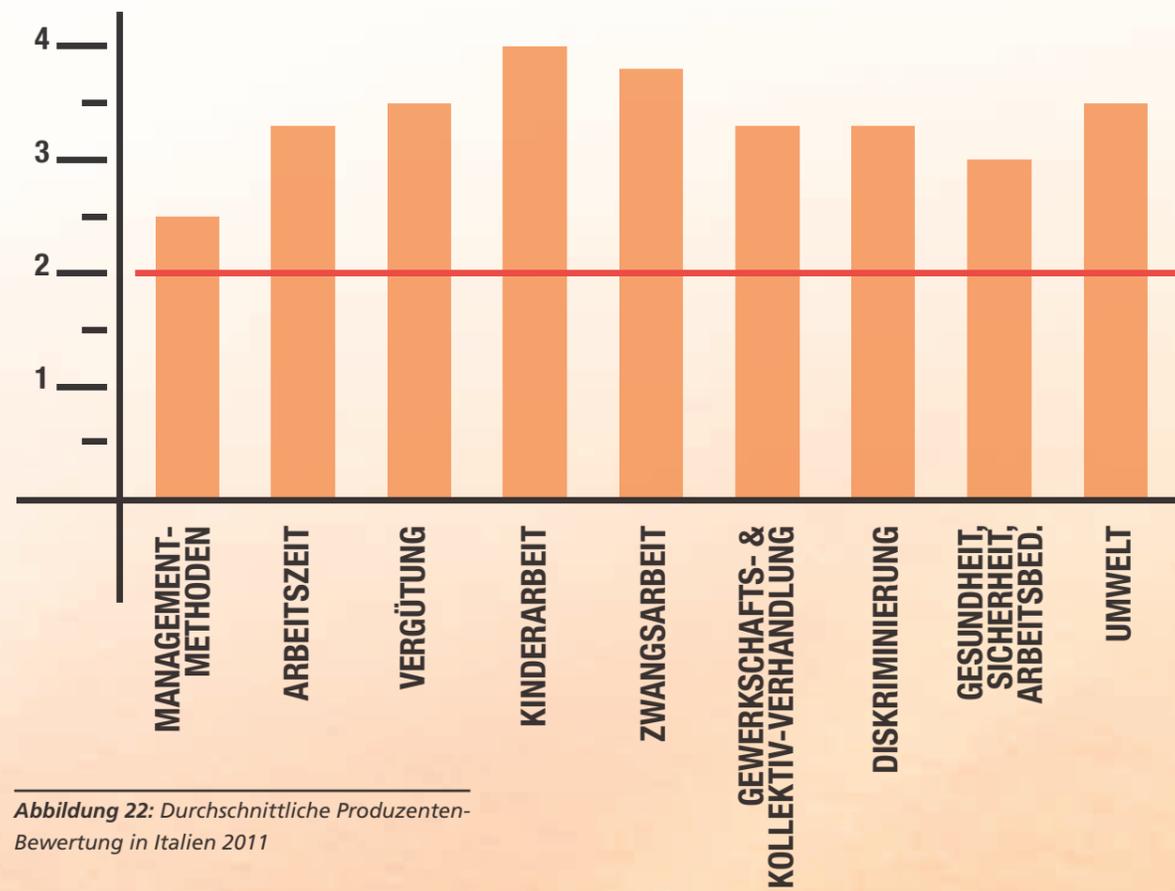


Abbildung 22: Durchschnittliche Produzenten-Bewertung in Italien 2011

6.3.11 TÜRKEI

Unser Produzent in der Türkei wurde 2011 im Rahmen eines Schulungsprojekts der FWF von Auditoren der FWF auditiert. Nach wie vor arbeitet der Lieferant weitestgehend konform mit den Vorgaben des Code of Conduct.

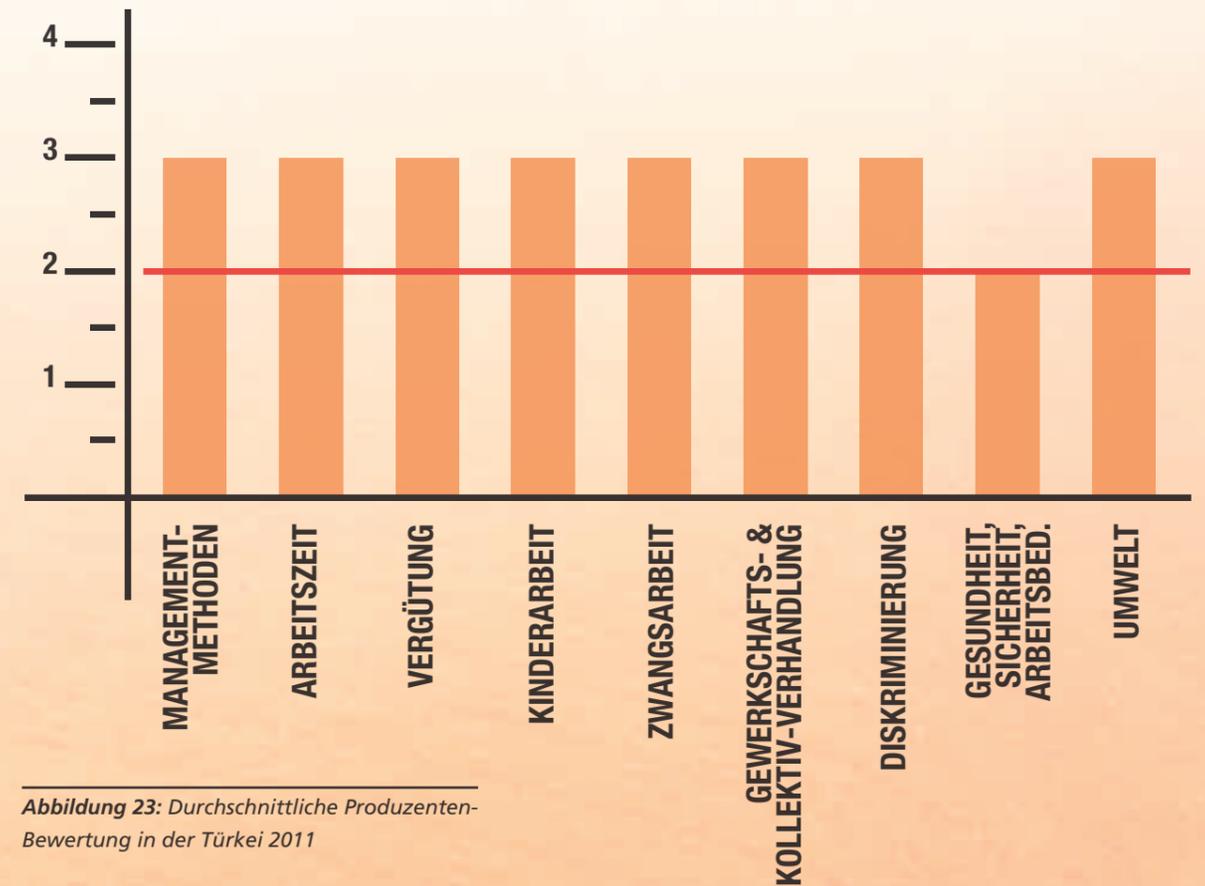


Abbildung 23: Durchschnittliche Produzenten-Bewertung in der Türkei 2011

6.3.12 RUMÄNIEN

Unser Produzent in Rumänien wurde 2011 zum ersten Mal im Auftrag von JACK WOLFSKIN auditiert. Schwerwiegende Verstöße gegen den Code of Conduct konnten nicht festgestellt werden. Zur Abwertung in den Bereichen Arbeitszeit und Vergütung kam es, weil das elektronische Zeiterfassungs-System der Firma lediglich die regulären Arbeitszeiten erfassen kann und daher die Zeiterfassung der Überstunden manuell erfolgt. Dementsprechend ist eine zweifelsfreie und lückenlose Darstellung der Arbeitszeit und darauf basierend der Entlohnung nicht vollumfänglich bewertbar.

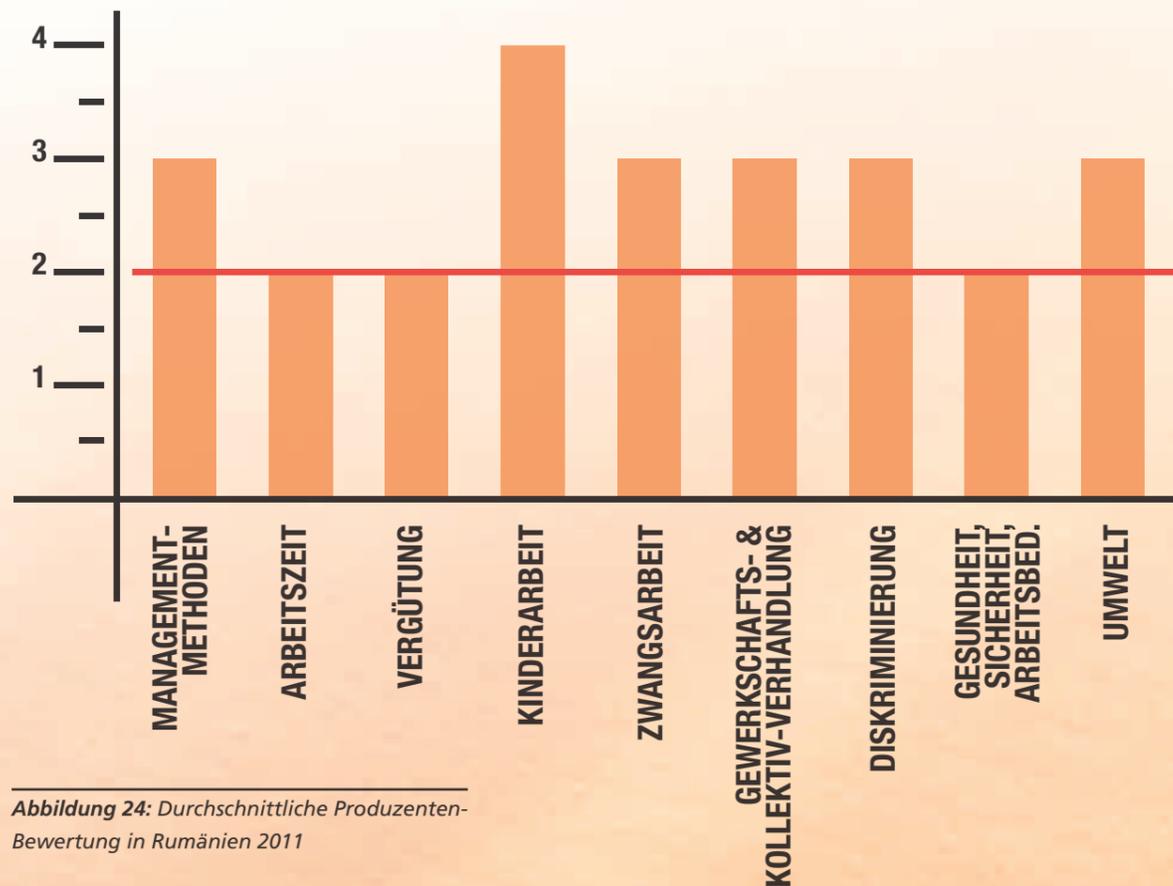


Abbildung 24: Durchschnittliche Produzenten-Bewertung in Rumänien 2011

6.3.13 TAIWAN

Bei dem Audit in Taiwan wurde festgestellt, dass das Beschwerdesystem nicht ausreichend implementiert wurde und Verbesserungen bei der Arbeitssicherheit erzielt werden müssen. Da das Management aber sehr engagiert ist und schon viele Verbesserungen erreicht wurden, kann von einer kontinuierlichen Umsetzung der Verbesserungsmaßnahmen ausgegangen werden.

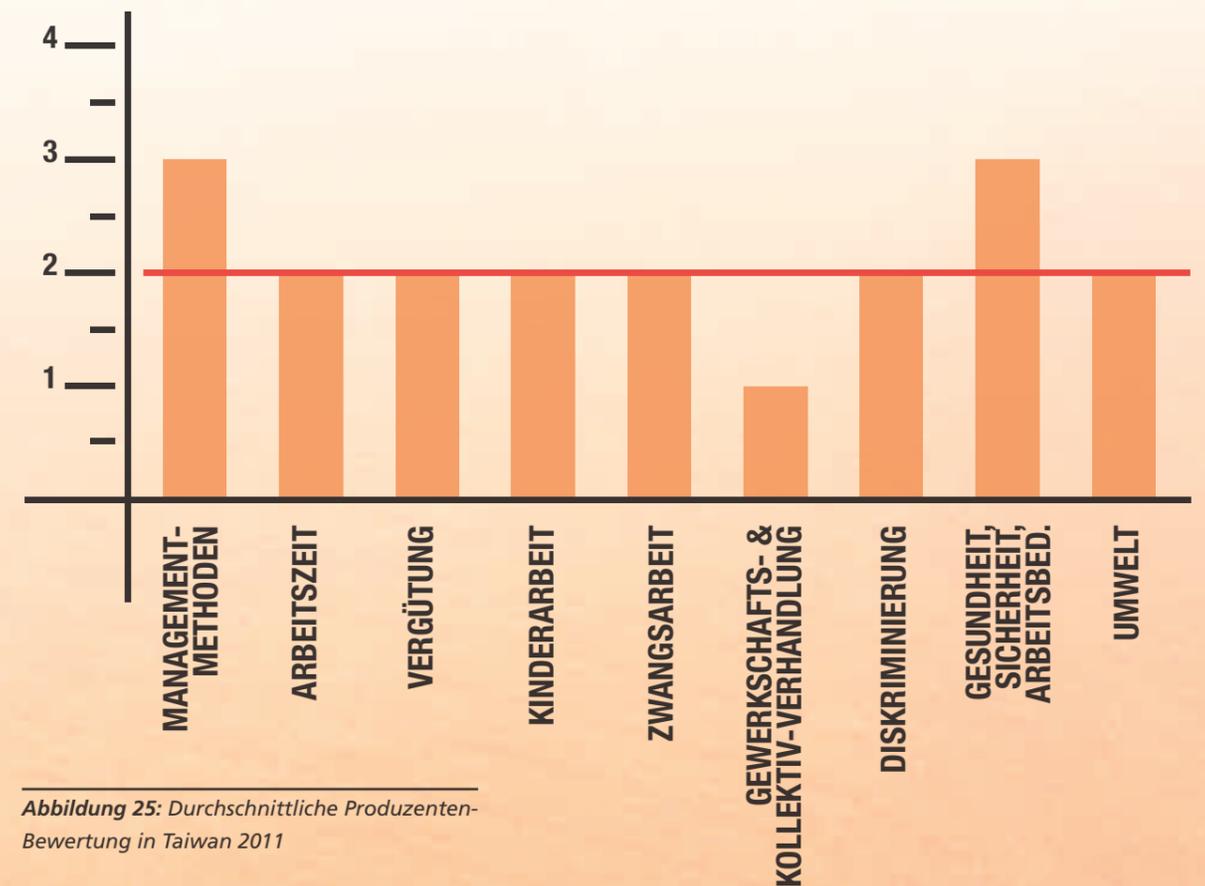


Abbildung 25: Durchschnittliche Produzenten-Bewertung in Taiwan 2011

6.3.14 SÜDKOREA

Beim Produzenten in Südkorea wurde ein Audit durchgeführt, jedoch wurde dieses größtenteils für eine Schulung hinsichtlich sozialer Standards und Anforderungen genutzt. Da die sozialen Standards noch ungenügend in das Management-System des Produzenten implementiert wurden, kam es in dieser Kategorie zu einer Abwertung, welche die Abwertung in anderen Bereichen nach sich zieht. In den Folgebesuchen wird daher verstärkt auf die Schulung des Produzenten gesetzt werden.

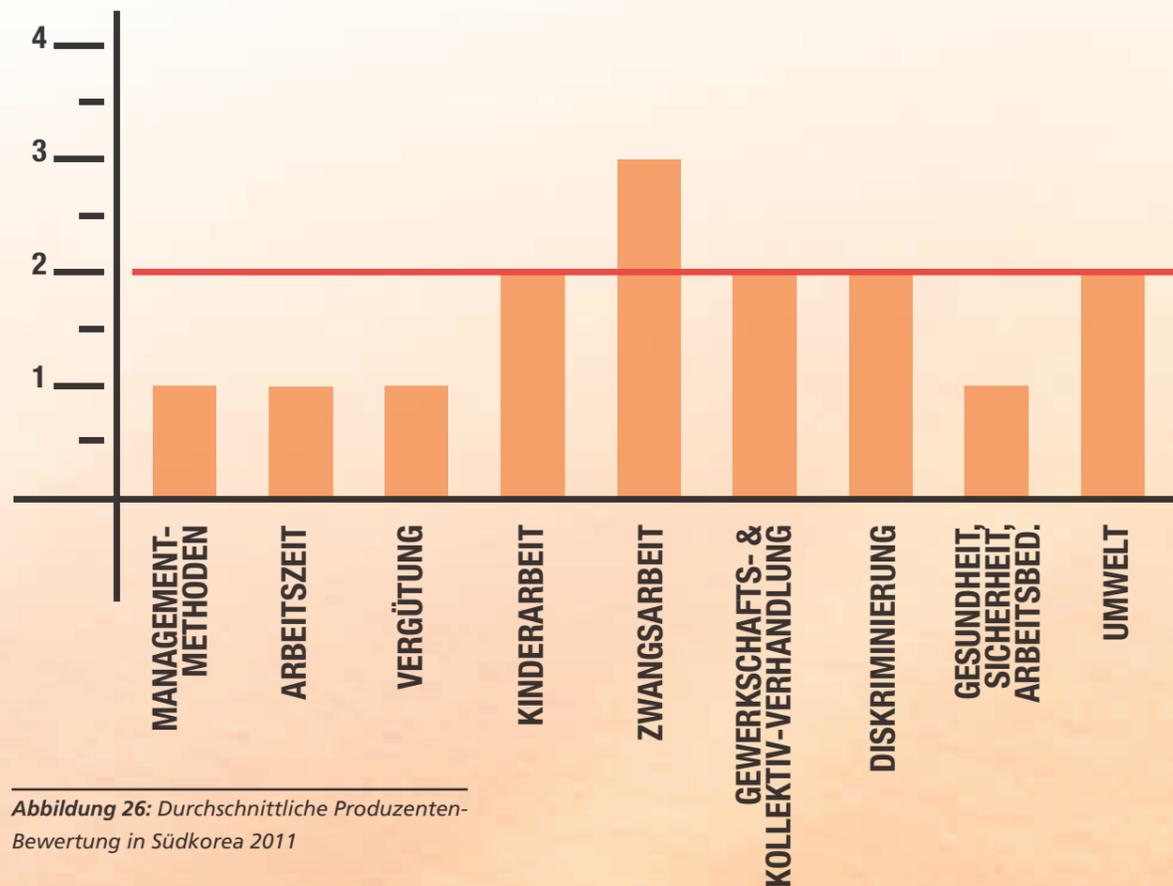


Abbildung 26: Durchschnittliche Produzenten-Bewertung in Südkorea 2011

7 SCHULUNGS- UND FÖRDERMASSNAHMEN

PRODUZENTEN:

- 3-tägige Intensivschulung durch das Vendor Control Team bei den und für die Lieferanten in Thailand. Während des Besuchs wurden mit dem Management die Prozesse sowie Schwachstellen der Standard-Implementierung in den Fabriken und Verbesserungskonzepte diskutiert.
- Beteiligung von JACK WOLFSKIN Produzenten an Schulungen, die über die FWF an die Mitglieds-Unternehmen kommuniziert wurden:
 - Indien/Bangladesch: „Anti-harassment committee and violence prevention system in export-oriented garment factories“. Dieses Projekt wird von einem UN-Fond finanziell unterstützt.
 - Vietnam (Ho Chi Minh City): 2-Tages-Training über Gesetzgebung/Gesundheitsschutz und Sicherheit. Veranstaltet vom „Vietnam Business Council for Sustainable Development (VBCSD)“ und der „Ethical Trading Initiative-Norway (ETI-Norway)“.

- China: Training zum Thema „Arbeiter besser verstehen/ Kollektiv-Verhandlungen“. Veranstaltet von „Business for Social Responsibility (BSR)“ und der „Ethical Trading Initiative-Norway (ETI-Norway)“.
- Vietnam: Erläuterung der Vorgaben des Code of Conduct für die in Vietnam durch staatliche Instanzen eingeschränkte Gewerkschaftsfreiheit bei einem Lieferanten durch einen Vertreter der FWF.
- Im Rahmen des Sourcingprozesses werden neue Produzenten intensiv auf die Arbeitsweise und Prozesse von JACK WOLFSKIN vorbereitet. Alle Vorgaben und Standards werden vor Ort besprochen.

MITARBEITER:

- Neue Mitarbeiter aus den Bereichen Technik, Entwicklung, Produktmanagement und Beschaffung wurden zu den ökologischen und sozialen Standards von JACK WOLFSKIN umfassend geschult.

8 ZIELE 2012

- Weiterhin regelmäßige Audits bei unseren Produzenten und 100% Auditabdeckung.
- Verstärkte Durchführung von Schulungen, um noch individueller auf die Schwachstellen der Produzenten bzw. Länder eingehen zu können.
- Optimierung unseres neuen Prozesses für die nachhaltige Integration neuer Lieferanten.
- Umsetzung der erweiterten Bewertungsskala.
- Weiterentwicklung und Optimierung des Lieferanten-Bewertungssystems.
- Erweiterung unseres Vendor Control Teams.
- 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.



9 FAQ ZUM SOZIAL VERANTWORTLICHEN PRODUZENTEN-MANAGEMENT

Warum produziert JACK WOLFSKIN hauptsächlich in Asien?

Ein Großteil der Verbraucher-Produkte, insbesondere Bekleidung, wird mittlerweile in Asien hergestellt. Für diese Entwicklung gibt es verschiedene Gründe. Die Textilindustrie, einschließlich des damit verbundenen praktischen Know-hows, wurde als einer der ersten Industriezweige ins Ausland verlegt. Ein Hauptgrund dafür waren die kaum zu automatisierenden Prozesse, die einen hohen Zeitaufwand und dementsprechend hohe Kosten verursachen. Des Weiteren stammt ein zunehmender Teil der technischen Stoffe und des Zubehörs aus hoch entwickelten asiatischen Ländern wie z. B. Japan und Korea. Dieser Umstand zog nach sich, dass es mittlerweile keine Betriebe in Deutschland mehr gibt, die technisch komplexe Produkte wie z. B. Outdoor-Jacken in großen Stückzahlen herstellen können.

Was ist eine Multi Stakeholder Initiative (MSI)?

Multi Stakeholder Initiativen bestehen aus verschiedenen Interessengruppen zumeist aus Staat, Wirtschaft, Nichtregierungs-Organisationen und Zivilgesellschaft. Sie tragen gemeinsam mit ihrer jeweiligen Expertise zur Lösung von komplexen Problemen bei und bringen neue Themen auf die Agenda. So versuchen sie, für alle Parteien tragbare Kompromisslösungen zu finden. Auch die Fair Wear Foundation ist eine Multi Stakeholder Initiative bestehend aus Unternehmen, Wirtschaftsverbänden, NGOs und Gewerkschaften.

Was ist eine NGO (in Deutschland auch häufig NRO genannt)?

NGO bedeutet non-governmental-organization oder zu deutsch Nichtregierungs-Organisation. NGOs sind internationale Organisationen, die nicht durch zwischenstaatliche Übereinkünfte errichtet wurden. Im Bezug auf Textilien ist die Clean Clothes Campaign (CCC) die bekannteste NGO mit vielen Träger-Organisationen weltweit. Sie organisiert Kampagnenarbeit und ist unter anderem in der Multi Stakeholder Initiative „Fair Wear Foundation“ vertreten.

Was steht im Code of Conduct?

Der Code of Conduct beinhaltet elementare Vorgaben zu Verhaltens-Grundsätzen, die bei der Produktion berücksichtigt werden müssen. Unter anderem sind darin die ILO-Kernarbeitsnormen enthalten. Die wichtigsten Schlagworte des bei der Fair Wear Foundation und JACK WOLFSKIN umgesetzten Code of Conduct sind: keine Zwangsarbeit, keine Diskriminierung am Arbeitsplatz, keine Kinderarbeit, Vereinigungs-Freiheit und Recht auf Kollektiv-Verhandlungen, existenzsichernde Löhne, keine überlangen Arbeitszeiten, sicheres und gesundes Arbeitsumfeld, rechtsverbindliches Arbeitsverhältnis.

Warum benötigt JACK WOLFSKIN einen Verhaltenskodex (Code of Conduct)?

Im Verhaltenskodex sind klare Verhaltensregeln definiert, an die sich die Produzenten bei der Herstellung der Produkte halten müssen. Es ist eine vertragliche Vorgabe, deren Einhaltung ein verpflichtender Bestandteil der Zusammenarbeit darstellt. JACK WOLFSKIN war und ist es wichtig, Produkte auf den Markt zu bringen, die unter fairen Bedingungen hergestellt wurden. Selbstverständlich löst die Anwesenheit eines CoC alleine keine Probleme, er schafft aber Transparenz über die Anforderungen für die Vertragspartner und deren Mitarbeiter. Um die Einhaltung zu kontrollieren, werden jährlich Audits (siehe FAQ „Was ist ein Audit“) vorgehen, und die Arbeiter(innen) in den Fabriken haben die Möglichkeit, Verstöße an verschiedene unabhängige Stellen zu melden.

Was bedeutet „Living Wage“?

Der Begriff „Living Wage“ bedeutet wörtlich übersetzt „Lohn, der die Lebenshaltung deckt“. Dieser existenzsichernde Lohn ist in einigen Verhaltens-Kodizes (z. B. bei der Fair Wear Foundation oder bei SAI) verankert. Auch JACK WOLFSKIN hat die Zahlung eines existenzsichernden Lohnes im Code of Conduct festgelegt.

Es gibt für die einzelnen Länder oder Regionen keine vorgegebenen Zahlen, wie hoch ein existenzsichernder Lohn genau ist. Um für Unternehmen und Öffentlichkeit etwas mehr Transparenz zu schaffen, wurde der „Asia Floor Wage“ von Gewerkschaftern und Arbeitsrechtlern in Asien für viele Länder, in denen üblicherweise Textilien produziert werden, berechnet. Neben dem „Asia Floor Wage“ gibt es weitere Berechnungen bzw. Berechnungsformeln, die bei der Kalkulation eines „Living Wage“ Anwendung finden.

Was ist ein Audit?

Unter einem Audit versteht man eine Überprüfung der Einhaltung verschiedener Standards. JACK WOLFSKIN führt bei seinen Produzenten regelmäßig sogenannte „Sozialaudits“ durch. Dabei werden die Produzenten von unabhängigen Auditoren besucht, welche die Einhaltung der sozialen Standards, die im Code of Conduct festgelegt sind, überprüfen. Zu dieser Auditierung gehört die Kontrolle von Dokumenten, wie zum Beispiel den Gehalts- oder Zeiterfassungs-Listen. Auch ein Rundgang durch die Produktionsstätte ist essentieller Bestandteil eines Audits, um z. B. die Sicherheits-Vorkehrungen an den Arbeitsplätzen oder den Umgang mit den Mitarbeitern zu erfassen. Im Audit werden außerdem Gespräche mit dem Management und den Arbeitern geführt, um Probleme ermitteln bzw. verifizieren zu können. Die Konformität mit dem Code of Conduct wird dadurch kontrolliert und anschließend bewertet. Am Ende des Audits bekommt der Produzent einen CAP (siehe FAQ „Was ist ein CAP“) mit den zu verbessernden Punkten. Ein Audit dauert je nach Größe des Produzenten zwei bis drei Tage.

Was ist ein CAP „Corrective Action Plan“?

Im Anschluss an ein Audit werden die ermittelten Abweichungen vom Code of Conduct mit dem Management besprochen, und es wird ein Corrective Action Plan (CAP) erstellt. Dieser CAP enthält alle Punkte, die noch verbessert werden müssen. Vom Produzenten werden dann Maßnahmen festgelegt, die in einem selbst gesetzten realistischen Zeitraum nachhaltig umgesetzt werden müssen. Der Stand der Umsetzung wird von JACK WOLFSKIN verfolgt und überprüft. Durch Folgebesuche oder im Rahmen des nächsten Audits wird der Umsetzungsgrad bewertet.

Was ist ein Folgebesuch „Follow-up-Visit“?

Ein Folgebesuch kann im Anschluss an ein Audit durchgeführt werden und nimmt in der Regel weniger Zeit in Anspruch als ein Auditbesuch. Die Auditoren überprüfen vor Ort die Implementierung der Verbesserungs-Maßnahmen und können, wenn nötig oder gewünscht, dem Produzenten weitere Hilfestellung und Erklärungen geben.

Warum auditiert JACK WOLFSKIN alle Lieferanten jährlich?

JACK WOLFSKIN möchte seine Lieferanten weiterentwickeln und auf partnerschaftlicher Ebene an Verbesserungen arbeiten. Dazu gehört selbstverständlich auch die immer wiederkehrende Bewertung des Ist-Zustands, um eventuelle Schwachstellen frühzeitig erkennen und gegensteuern zu können. Gleichzeitig gibt es einen Aufschluss darüber, welche Lieferanten sich in außergewöhnlichem Maß bemüht haben, den Verhaltenskodex umzusetzen. Da diese Entwicklungen durch die Audits sichtbar und bewertbar werden, können derartige Fakten auch bei der Auftragsvergabe berücksichtigt werden.

Ist es sinnvoll, so viel Aufwand in die Lieferanten-Entwicklung zu stecken?

JACK WOLFSKIN ist daran interessiert, dauerhaft mit einem festen Lieferantenstamm zu arbeiten. Das bringt für uns eine gute Planungssicherheit, konstante Qualität, ein gutes Kommunikations-Niveau und vor allem eine stabile Vertrauensbasis zwischen JACK WOLFSKIN und den Geschäftspartnern. So können die Anforderungen des Code of Conduct auf langfristiger Basis umgesetzt werden.

Nach welchen Kriterien werden neue Lieferanten von JACK WOLFSKIN ausgewählt?

Bevor sich JACK WOLFSKIN dazu entscheidet, mit einem Produzenten zusammenzuarbeiten, werden eingehende Prüfungen vorgenommen, die oft ein ganzes Jahr in Anspruch nehmen. Dies ist vor allem wichtig, weil JACK WOLFSKIN grundsätzlich langfristige Geschäftsbeziehungen mit Produzenten anstrebt. Unter anderem werden im vorgelagerten Entscheidungsprozess die geographische Lage des Produzenten, das Land (z. B. wegen der politischen Sicherheit), die Produktionskapazitäten, die Produktqualität, die sozialen und ökologischen Voraussetzungen im Betrieb, der Preis und vieles mehr berücksichtigt.

Was ist die Fair Wear Foundation?

Die Fair Wear Foundation (FWF) ist eine unabhängige Non-Profit-Organisation, die mit Unternehmen und Fabriken zusammenarbeitet, um die Arbeitsbedingungen für Arbeiter in der Textil- und Bekleidungs-Industrie zu verbessern. Dieser Anspruch bezieht sich auf die komplette Herstellungskette. Zur FWF gehören Firmen, Wirtschaftsverbände, NGOs und Gewerkschaften. JACK WOLFSKIN ist seit 1. Juli 2010 Mitglied der FWF.

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 Assistant Manager Vendor Control

LAYOUT:

intention Werbeagentur GmbH, Bonn

WEITERE INFORMATIONEN

ZUR CORPORATE RESPONSIBILITY

VON JACK WOLFSKIN

nachhaltigkeit@jack-wolfskin.com

