Nachhaltigkeitsbericht
2020

Zuinig bleiben in einem außergewöhnlichen Jahr.

ZEEMAN

Inhalt.

Vorwort.

2020 im Bild.

Über Zeeman.

Nachhaltigkeitsimage.

Verankerung der Nachhaltigkeit in unserer Kultur.

Unser Ziel. Unser Impact.

Sustainable Development Goals.

Wertschöpfung in der Lieferkette.

Konnektivitätsmatrix.

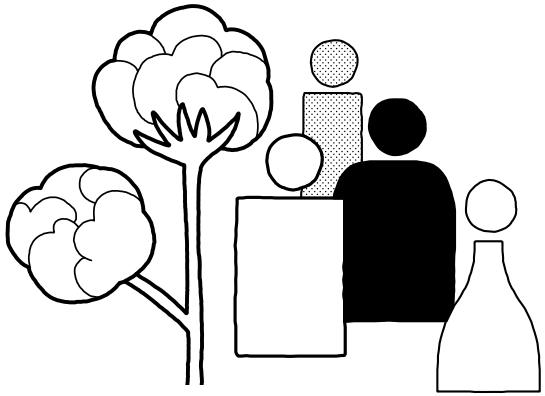
Unser Spielfeld.

Unsere Stakeholder.

Materielle Themen.

Transparenz und Rückverfolgbarkeit in der Lieferkette.

Wir bleiben *zuinig*. Mit dem Blick füreinander.



Nachhaltigkeitsimage.
Gespräch mit dem Aufsichtsratsvorsitzenden Bert Roetert.

Unser Ziel. Unser Impact.
Nachhaltigkeitsleistungen und -ziele.

Unser Spielfeld.
Inmitten einer immer nachhaltigeren Gesellschaft.

Sichere und gesunde Arbeitsbedingungen.

Kinderarbeit und Arbeit unter Zwang.

Nachhaltige Einkaufspraktiken.

Existenzlohn.

Umweltbelastung durch Fabriken.

Nachhaltige Rohstoffe und Materialien.

Kreislaufwirtschaft & Verpackungsmaterial und Abfall.

***Zuinige* Geschäftstätigkeit.**

Ein gutes Produkt.

Gemeinsam wachsen.

Unsere Projekte für eine bessere Welt.

Anlagen.

Vorwort.

Der Tod von Jan Zeeman hat uns 2020 schwer getroffen. Dienstag, der 2. Juni war für uns alle ein trauriger Tag. Der eigenwillige Unternehmergeist von Jan Zeeman hat uns dorthin geführt, wo wir jetzt stehen. Er hat uns gezeigt, wie wichtig es ist, *zuinig* mit den Geschäftspartnern umzugehen und die Belange aller in der Kette im Blick zu behalten. Wir sind ihm für das, was er ermöglicht hat, dankbar. Seine Philosophie wird in unserem Betrieb fortleben.

Auch in diesem außergewöhnlichen Coronajahr halten wir an verantwortungsvollem Unternehmertum fest. 2020 war in dieser Hinsicht wichtiger denn je. Wir sind unseren Grundsätzen treu geblieben und haben den Dialog mit unseren Stakeholdern und Lieferanten in transparenter Weise geführt. Mit dem Blick füreinander. Die COVID-19-Pandemie hat uns gezeigt, wie groß die wechselseitige Abhängigkeit in der weltweiten Lieferkette und wie anfällig auch die Lieferkette selbst ist. Lockdowns in unseren Produktionsländern und in Europa haben sich auf unsere Partner und unseren Geschäftsbetrieb unmittelbar ausgewirkt. So haben wir gesehen, welche Folgen unser Handeln tiefer in der Kette hat, und unsere Verantwortung wahrgenommen. Unter anderem, indem wir unsere Vereinbarungen auf dem Gebiet der Zahlungsfristen und Abnahmevolumen eingehalten und die Löhne der Fabrikangestellten in Bangladesch und Indien für unseren Anteil während der Lockdowns in diesen Ländern ausgeglichen haben. Unter anderem dank unserer soliden finanziellen Basis konnte Zeeman 2020 hervorragende Ergebnisse vorweisen. Somit blicken wir voller Vertrauen in die Zukunft.

Eines der wichtigsten Anliegen, die wir 2020 verwirklicht haben, ist die weitere Zusammenarbeit mit Fair Wear, die weiter Gestalt angenommen und uns neue Einblicke vermittelt hat. Dank der Hilfe von Fair Wear ist es für die Fabrikangestellten einfacher geworden, Beschwerden und Probleme über eine Telefonnummer vor Ort zu melden. Die lokalen Experten von Fair Wear treten dann in Aktion, um die Probleme transparent zu machen und zur Sprache zu bringen und Veränderungen herbeizuführen. Mit Hilfe spezieller Trainingsangebote sorgt Fair Wear dafür, dass die Fabrikangestellten über ihre Rechte besser Bescheid wissen. Auch auf diese Weise kann künftigen Problemen vorgebeugt werden. Außerdem eröffnet Fair Wear unserer Einkaufsstrategie eine neue Perspektive, indem die Lieferanten direkt nach ihrer Meinung gefragt werden.

Außerdem ist es uns gelungen, 2020 unsere Bekleidungs- und Textilkollektion zu mindestens 25% mit nachhaltiger Baumwolle zu produzieren. Mittlerweile haben wir unser Ziel weit überholt, denn 42% unseres gesamten Baumwollverbrauchs besteht aus nachhaltiger Baumwolle. Somit erreicht der Anteil an nachhaltigem Material in unserem gesamten Sortiment 29%.

Ein dritter wichtiger Schritt 2020 betrifft die Erfassung eines Teils der Zulieferer der Fabriken, mit denen wir arbeiten, darunter die Spinnereien und Färbereien. Für uns ist es wichtig, Angaben auch zu diesen indirekten Zwischengliedern transparent zu machen. So können wir bei Problemen in der Kette den Dialog mit den betreffenden Stakeholdern aufnehmen und gemeinsam eine Lösung erwirken.

Wir haben es uns zum Ziel gesetzt, 2021 die Herkunft unserer Baumwolle zu 70% zu kennen und zwar von der Baumwollpflanze bis zum Endprodukt.

2021 stehen wir vor neuen Herausforderungen. In Zusammenarbeit mit dem KreisLauf-Kaufhaus Het Goed werden wir gebrauchte Kleidung sammeln und in einigen unserer größeren Filialen Second-Hand-Kleidung zum Kauf anbieten. Und wir möchten, dass 35% unserer Bekleidungskollektion aus nachhaltigem Material besteht. Außerdem sollte 50% der von uns verwendeten Baumwolle nachhaltig sein. Anhand der 2020 zum Thema Existenzlohn eingeholten Informationen werden wir einen konkreten Aktionsplan erstellen. So werden wir die Latte immer höher anlegen.

Allen, die uns dabei behilflich sein werden, allen unseren sehr engagierten Kolleginnen und Kollegen, Partnern, Nichtregierungsorganisationen, Kritikern und Kunden möchte ich hiermit herzlich danken.

Viel Spaß beim Lesen

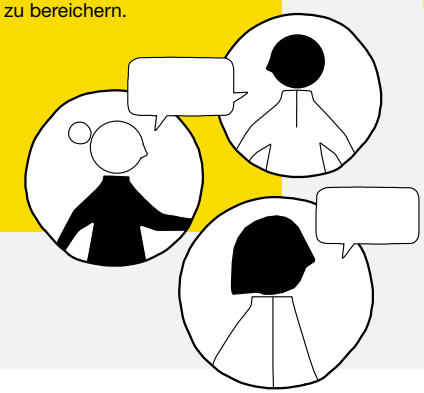
Mit herzlichen Grüßen

Erik-Jan Mares
CEO

2020 im Bild.

Unsere Lieferanten konnten anonym über die Zusammenarbeit urteilen.

2020 hatten wir unsere Lieferanten gebeten zu beurteilen, wie wir mit ihnen zusammenarbeiten. Mit Hilfe eines anonymen Fragebogens konnten sie ihre Meinung zu Themenbereichen wie Sampling, Preisverhandlungen, Forecast und Planung äußern. Die Ergebnisse werden wir 2021 dazu nutzen, unsere Einkaufspraxis zu bereichern.



Management-team des Jahres 2020.

Bei der Wahl zum Retailer Of The Year wurde das Management-team von Zeeman zum MT des Jahres gekürt.

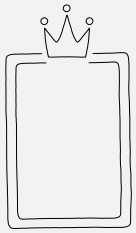
Umsatz 740,6 Millionen.

Jan Zeeman verstorben.

Unser Gründer Jan Zeeman ist in diesem Jahr im Alter von 78 Jahren verstorben. Sein eigenwilliger Unternehmergeist hat uns dorthin geführt, wo wir jetzt stehen.

Nominierung Sustainable Retailer 2020.

Bei den Wahlen zum Retailer Of The Year wurden wir zum Sustainable Retailer des Jahres nominiert. Wir schafften es mit zwei anderen bis in die Endausscheidung, in der Mud Jeans zu Recht den Sieg errang.



42% nachhaltige Baumwolle.

2020 betrug unser Anteil an nachhaltiger Baumwolle 42% gegenüber unserem gesamten Baumwollverbrauch. Das ist nahezu eine Verdoppelung gegenüber 2019. Außerdem bestand unsere gesamte Kollektion zu 29% aus nachhaltigem Material, darunter recyceltem Polyester und nachhaltiger Viskose.

Die Auswirkungen von COVID-19.

Der Verlauf.
2020 war ein turbulentes Jahr. Wir kamen mit den Auswirkungen der Coronakrise erstmals in Berührung, als mehrere unserer Lieferanten ihre Fabrik schließen mussten. Zuerst in China und später auch in anderen Produktionsländern. Der Warenverkehr kam im Februar ins Stocken. Als das Virus dann auch Europa erreichte, mussten wir alle unsere 784 Filialen in Spanien, Frankreich, Luxemburg, Österreich, Belgien und Deutschland schließen. Nur die Filialen in den Niederlanden waren nach Maßgabe besonderer Richtlinien vorerst noch alle geöffnet. Beim zweiten Lockdown im Dezember mussten die Filialen in den Niederlanden dann doch schließen.

Online.
Aufgrund der Filialschließungen erlebten unsere Webshops in den Niederlanden und Belgien einen ungeheuren Andrang an Bestellungen. Darauf waren wir unzureichend vorbereitet. Die technischen und logistischen Herausforderungen blieben nicht aus.

Intern in Kontakt bleiben.
Mit Hilfe einer neuen App, die nach dem Ausbruch der Coronakrise innerhalb einer Woche ans Netz ging, schufen wir uns eine neue Möglichkeit, untereinander in Kontakt zu bleiben. Im Kollegenkreis teilen wir regelmäßig Videos, positive Beiträge und kleine Erfolge, aber auch Dinge, mit denen wir uns schwertun.

Leitprinzipien
‚In Krisenzeiten zeigt sich der wahre Charakter einer Marke' hat einmal jemand gesagt. Zeeman hält sich vom allerersten Tag an an folgende Leitprinzipien:

- Wir gewährleisten die Gesundheit und Sicherheit aller Zeeman-Beschäftigten. Deshalb halten wir uns an die Richtlinien der zuständigen Behörden und kommunizieren darüber.
- Wir garantieren sowohl kurz- als auch langfristig die Kontinuität von Zeeman.
- Zur Kommunikation und Umsetzung der Maßnahmen befolgen wir unsere eigene Methode. Das heißt im Klartext: *zuinig* gegenüber Mensch, Umwelt und Gesellschaft. Konkret bedeutet das:
  Gegenüber unseren Stakeholdern inner- und außerhalb des Betriebs ist für uns der Mensch das Maß aller Dinge. Wir treten in den Dialog, nehmen ihn ernst und verkünden keine einseitigen Beschlüsse. Wir halten uns in allen Bereichen und jedem gegenüber transparent. Wir zeigen unsere Verbundenheit und unser Familiengefühl inner- und außerhalb des Betriebs.

Lieferantenmanagement
An diese Grundsätzen halten wir uns auch im Umgang mit unseren Vertretern und Lieferanten in Fernost. Dabei hat sich deutlich gezeigt, wie abhängig wir voneinander sind.

Im Umgang mit unseren Lieferanten und Partnern, mit denen wir teilweise schon seit Jahrzehnten Geschäfte machen, verfolgen wir ein maßgeschneidertes Konzept und orientieren uns dabei an Kontinuität für unsere Partner und für Zeeman Die drei wichtigsten Punkte unserer COVID-19-Strategie im Umgang mit unseren Lieferanten:

- Unsere 14-tägige Zahlungsfrist haben wir während der Krise ganz normal beibehalten und nicht verlängert. Das haben wir unseren Lieferanten gegenüber auch noch einmal bestätigt.
- Wir haben uns individuell mit unseren Lieferanten über laufende Orders kurzgeschlossen:
  Die Frühjahrsorders wurden größtenteils vereinbarungsgemäß verschifft, einzelne Orders wurden nach Absprache später abgerufen. Ein kleinerer Teil wurde eingelagert und wird in diesem Jahr verschifft.
  Unser Sortiment besteht zum größten Teil aus Basic-Textilien. Darüber haben wir Verträge mit langer Laufzeit abgeschlossen. Innerhalb dieser Frist können wir vorbehaltlich der Garantie, dass wir im vereinbarten Zeitraum 100% der Menge abnehmen, mengenmäßig manövrieren.
- Wir stellen unser Bekenntnis zu unseren Lieferanten im Hinblick auf künftige Orders unter Beweis.

Im April haben unsere Lieferanten von uns direkt einen Fragebogen erhalten, damit sie uns über die Folgen der Pandemie detaillierte Auskünfte geben konnten. Die Fragen betrafen die finanzielle Kontinuität, aber auch die Gesundheit der Beschäftigten. Die Antworten ergaben, dass die politisch Verantwortlichen in Bangladesch, Indien und Pakistan den Arbeitgebern gestattet hatten, die Löhne während des Lockdowns im April zu kürzen. Ferner stellte sich heraus, dass von unseren Lieferanten in Pakistan die Löhne weitergezahlt, aber die Löhne der Fabrikangestellten in Bangladesch um 35% und in Indien um 50% gekürzt wurden. Auf der Grundlage dieser Informationen haben wir entschieden, den Lohnverlust für unseren Anteil an der Produktion bei diesen Lieferanten auszugleichen. Der Lohnausgleich wurde Anfang 2021 an die Fabrikangestellten ausgezahlt.

„Wir zahlen den Fabrikangestellten einen Lohnausgleich für den durch den Lockdown erlittenen Lohnverlust."

Als Fair-Wear-Mitglied konnten wir uns dem Standpunkt von Fair Wear anschließen, wonach den Marken eine größere Rolle bei der Entlohnung der Beschäftigten der Textilindustrie zukommt. Um unserem Konzept Nachdruck zu verleihen, haben wir zudem den ‚Call to action' unterzeichnet, der von der IAO in Zusammenarbeit mit verschiedenen internationalen Parteien in der Textilwirtschaft erstellt wurde.

Die Post-Corona-Perspektive
Da Zeeman vor Ausbruch der Krise finanziell gut dastand, konnten wir den Auswirkungen der Coronamaßnahmen standhalten. Ein wichtiger Ausgangspunkt ist, dass wir als Familienbetrieb langfristig orientiert sind und unsere Wachstumsstrategie deshalb nicht kurzfristig ändern müssen. Außerdem haben wir gemerkt, dass wir in diesen Krisenzeiten für viele relevant sind und bleiben. Nicht zuletzt deswegen haben wir 2020 mit einem hervorragenden Gewinnergebnis abgeschlossen.

Über Zeeman.

Zeeman ist eine Textilkette mit fast 1.300 Filialen in sieben Ländern Europas sowie mit einem Webshop. Zeeman steht für Qualitätsbasics und -textilien.

Unsere Produkte sind einfach. Deshalb können wir sie günstig und in großer Menge produzieren lassen. Und indem wir das Ganze gut durchdacht organisieren, kommen wir auf den kleinstmöglichen Preis. Wir haben ein breites Angebot in unseren vier Kerngruppen Baby- & Kinderkleidung, Strümpfe und Strumpfhosen, Heimtextilien, Unterwäsche und Nachtwäsche. Außerdem führen wir Damen- und Herrenmode und nicht textile Artikel wie Lebensmittel, Wohnaccessoires und Reinigungsbedarf. Zeeman ist ein Familienunternehmen: 100% der Aktien sind im Besitz der Familie Zeeman.

Eine zentrale Servicestelle und Distributionszentrum.

Die Wurzeln von Zeeman liegen im niederländischen Alphen aan den Rijn. Dort eröffnete Jan Zeeman 1967 den ersten Laden für Heimtextilien und Basic-Kleidung. Heute besteht unser Unternehmen aus der Zeeman Groep B.V. (Holdinggesellschaft) und unseren Tochtergesellschaften in den Niederlanden und anderen europäischen Ländern und Hongkong. Die Servicestelle befindet sich nach wie vor in Alphen aan den Rijn. Außerhalb der Niederlande haben wir lediglich die Verkaufsorganisation. Einkauf, Distribution und alle anderen unterstützenden Dienste regeln wir zentral von der Zeeman textielSupers B.V. aus. Alle Läden werden vom zentralen Distributionszentrum in Alphen aan den Rijn aus bevorratet.

	2018	2019	2020
Nettoumsatz in Millionen €	609,0	639,1	616,6
Kundenumsatz in Millionen €	732,3	768,6	740,6
Anzahl verkaufte Artikel in Millionen	284,4	284,0	261,9
Durchschnittliche Anzahl Mitarbeiter in FTE	6.019	6.067	6.246

Niedrigerer Umsatz 2020 wegen vorübergehender Filialschließungen aufgrund der COVID-19-Maßnahmen

Profil

1.279 **Textilgeschäfte**

7 **Europäische Länder**
Belgien, Deutschland, Frankreich, Luxemburg, die Niederlande, Österreich und Spanien

2 **Onlineshops**
Für die Niederlande und Belgien

4 **Kerngruppen**
Baby- & Kinderbekleidung, Strümpfe und Strumpfhosen, Haushaltstextilien, Unter- & Nachtwäsche

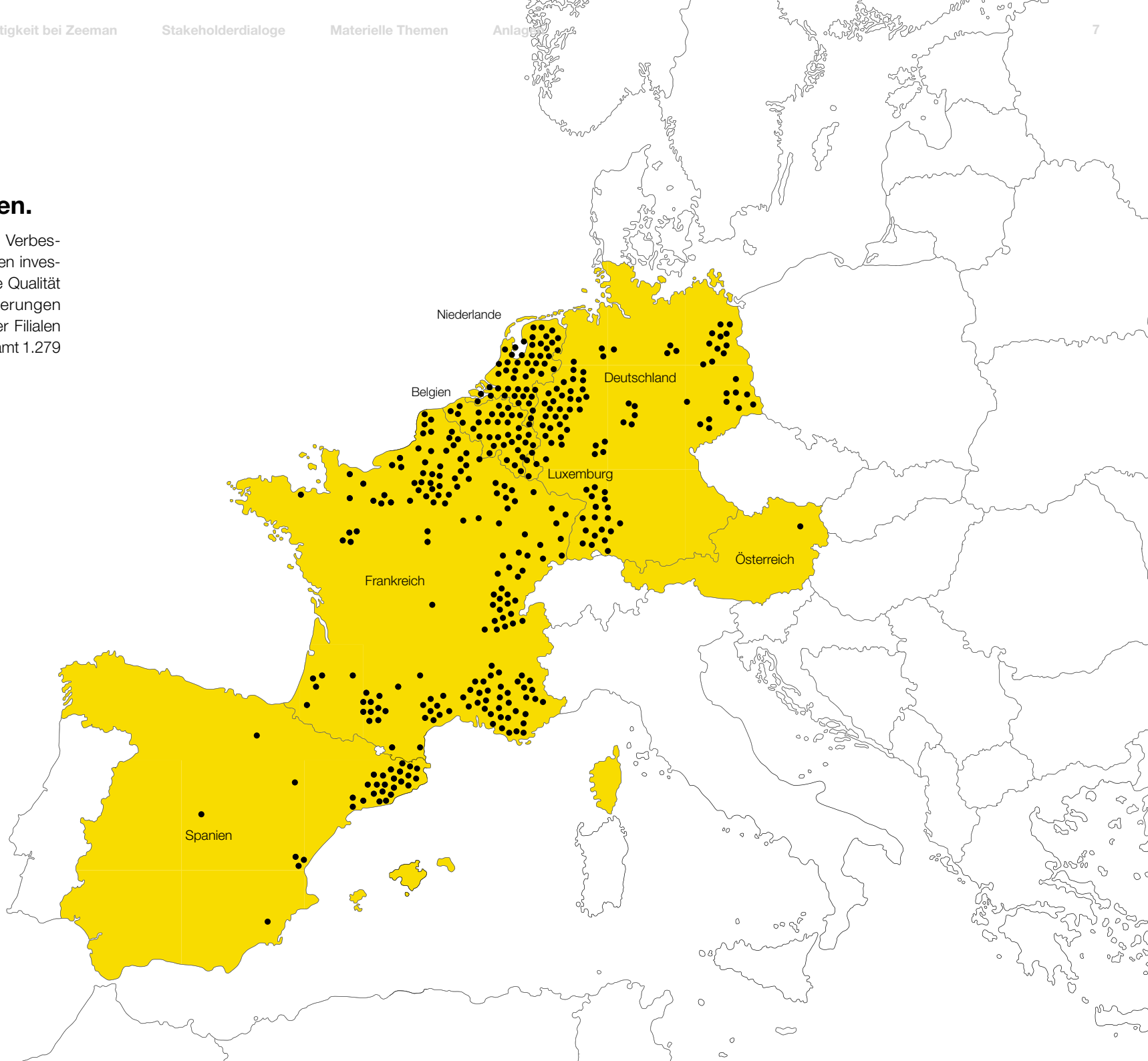
1 **Zentrale Servicestelle und Distributionszentrum**
Alphen aan den Rijn, Niederlande

seit 1967 **Familienbetrieb**
100% der Geschäftsanteile im Besitz der Familie Zeeman

Investitionen in die Qualität unserer Läden.

2020 hat Zeeman vor allem in die Verbesserung und Erweiterung seiner Läden investiert. In den Niederlanden wurde die Qualität des Filialbestands durch Renovierungen und Schließungen weniger rentabler Filialen verbessert. Ende 2020 gab es insgesamt 1.279 Zeeman-Filialen

Niederlande	468 Filialen + Webshop
Belgien	268 Filialen + Webshop
Deutschland	149 Filialen
Frankreich	298 Filialen
Luxemburg	12 Filialen
Spanien	83 Filialen
Österreich	1 Filiale



Bemerkenswert einfach

Wertorientierte Strategie.

Kontinuität.

Langfristige Geschäftsbeziehungen.

Eine solide finanzielle Basis.

Verteidigen die Wettbewerbsfähigkeit.

Erstreben die Marktführerschaft in den Kerngruppen.

***Zuinig* gegenüber Menschen, Umwelt und Gesellschaft.**

Langfristig orientiert

Zeeman ist ein Familienbetrieb und zu hundert Prozent im Besitz der Familie Zeeman. Wir haben eine solide finanzielle Basis und sind unabhängig. Was von uns geschätzt wird: Zeeman orientiert sich an Kontinuität und langfristigen Geschäftsbeziehungen anstelle kurzfristiger Gewinnmaximierung.

Unsere Mission

Bei Zeeman erleben wir viel Komplexität in der Welt. Und das erstaunt uns oft. Denn wir glauben, dass die Dinge besser werden, wenn man sie einfach macht. Und das tun wir gerne für möglichst viele Menschen.

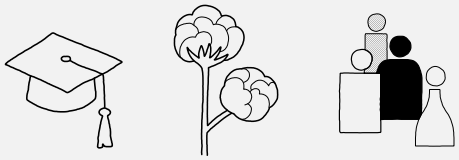
Wir betrachten bei Zeeman alles mit unserem eigenen nüchternen Blick. Produkte, Prozesse, Trends, Mode und Gewohnheiten. Geht es nicht einfacher? Immer wieder selbst nachdenken, so lautet unsere Devise.

Zuinig steckt in unserer Strategie.

Zusammenarbeit mit den anderen Parteien in der Lieferkette, Transparenz darüber, wie wir arbeiten, und die interne Einbeziehung sind wichtige Grundlagen, die unserer Strategie Gestalt verleihen.

- Wir bevorzugen Wachstum auf einer soliden finanziellen Basis.
- Wir verteidigen unsere Wettbewerbsposition, nämlich gut und günstig im Vergleich zu unserer Konkurrenz zu sein.
- Wir streben die Marktführerschaft in unseren vier Kerngruppen in allen Ländern, in denen wir aktiv sind, an.
- Wir verhalten uns *zuinig* gegenüber Menschen, Umwelt und Gesellschaft.

Unsere Nachhaltigkeitsziele



Mensch. **Umwelt.** **Gesellschaft.**

Zuiniger Umgang mit unseren Mitarbeitern, *zuinig* gegenüber Umwelt und Gesellschaft ist das Ziel des Nachhaltigkeitskonzepts von Zeeman.

Mehr dazu auf Seite 15

Nachhaltigkeitsimage.

Gespräch mit dem Aufsichtsratsvorsitzenden Bert Roetert.

Wie sind Sie als Aufsichtsratsvorsitzender dem Unternehmen Zeeman verbunden?
Als Aufsichtsratsvorsitzender bin ich den Geschicken Zeemans und auch dem Nachhaltigkeitskonzept eng verbunden.

Wie sieht aus Ihrer Perspektive als Aufsichtsrat die Vision auf das Nachhaltigkeitskonzept von Zeeman aus?
Das von Zeeman praktizierte Nachhaltigkeitskonzept war für mich ein gewichtiger Grund, ja zu sagen, als ich 2018 gebeten wurde, Aufsichtsratsvorsitzender bei Zeeman zu werden. Als Aufsichtsorgan für dieses Konzept kann ich nach drei Jahren nur sagen, dass sich dieses Nachhaltigkeitskonzept auch weiterhin fortentwickelt. Und das muss auch so sein, denn ein einwandfreies Nachhaltigkeitskonzept ist proaktiv orientiert und darf keinesfalls reaktiv angelegt sein.

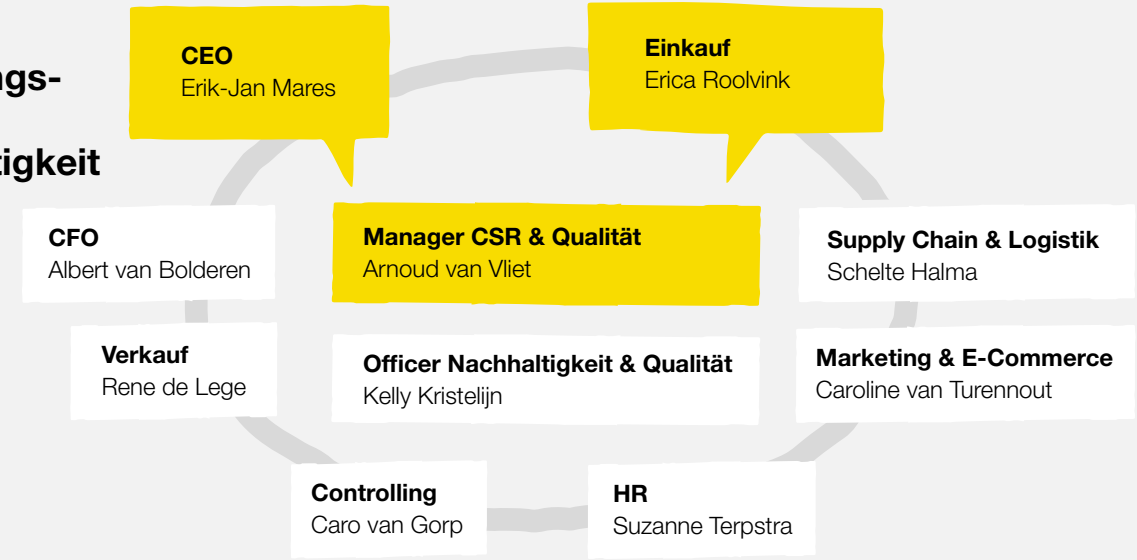
Wie sorgen Sie dafür, dass Nachhaltigkeit bei Zeeman hinreichend integriert ist und die Ziele erreicht werden?
Es geht darum, dass Zeeman die Verantwortung für ein gesellschaftlich verantwortliches Unternehmertum in der ganzen Kette wahrnimmt. Möglichst den ganzen Prozess hindurch. Vom Baumwollpflücker bis zum Endverbraucher mit allem, was dazwischen liegt. Das ist ein schwieriges Unterfangen, da sich nicht alle Umstände beeinflussen lassen. Aber bei denjenigen Dingen, über die wir mitentscheiden, müssen wir diese Verantwortung wahrnehmen. Das bedeutet auch, dass das Management nach der Umsetzung der Ziele des Nachhaltigkeitskonzepts beurteilt wird. 2021 geht es nicht nur um Zahlen, sondern auch um die Kontinuität des Unternehmens auf gesellschaftlicher Ebene. Nur diejenigen Betriebe, die Faktoren wie der Nachhaltigkeit und dem Allgemeinwohl einen wichtigen Stellenwert in ihrem Konzept einräumen, werden am Ende überleben, da der Sympathiefaktor auf dem Markt schlicht und ergreifend eine immer wichtigere Rolle spielen wird.

Welches ist Ihrer Ansicht nach das wichtigste Nachhaltigkeitsthema und warum?
Meiner Meinung nach wäre es im Hinblick auf die oben genannten Rahmenbedingungen nicht richtig, den Fokus nur auf ein einziges Nachhaltigkeitsthema zu lenken. Wir müssen die von uns gesteckten Ziele jedes Jahre erreichen und proaktiv neue Ziele an die Trends und Entwicklungen anschließen lassen, denen wir in der Gesellschaft begegnen. Soziale und empathische Geschäftspraktiken gehören zu meinem Credo. Das ist keine holistische Vision, sondern notwendige Grundlage einer gesunden und zukunftsorientieren Geschäftsstrategie.

Aufsichtsrat siehe Seite 55

„Es geht darum, dass Zeeman seine Verantwortung für gesellschaftlich verantwortungsvolles Unternehmertum in der gesamten Kette wahrnimmt.“

Steuerungsgruppe Nachhaltigkeit



Verankerung der Nachhaltigkeit in unserer Kultur.

Hochwertige und verantwortlich produzierte Kleidung und Textilien zum kleinstmöglichen Preis. Bei Zeeman ist das möglich, da wir alles einfach halten.

Was uns antreibt.

Alles einfach halten: das ist es, was uns antreibt. Denn wir glauben, dass die Dinge besser werden, wenn man sie einfach macht. Das gilt auch für unsere Wortwahl. Alle reden heutzutage von Nachhaltigkeit. Wir nennen es einfach *zuinig*. Als Familienbetrieb waren wir immer schon *zuinig*. *Zuinig* gegenüber den Ressourcen, die wir benötigen. Und *zuinig* gegenüber den Menschen, die für uns arbeiten, gegenüber der Umwelt und unserer Gesellschaft. Denn wenn wir mit allem *‚zuinig'* umgehen, sind Gut und Günstig sehr gut miteinander vereinbar.

Wie wir das schaffen.

Unsere drei Werte beschreiben unsere besondere Kultur: engagiert, *zuinig* und eigensinnig. Wir gehen an die Dinge mit unserem eigenen nüchternen Blick heran. So ziehen wir an einem Strang und bilden einen Zeeman. Und das trotz der physischen Entfernung zwischen den Läden und der Servicestelle.

Engagiert.
Bei Zeeman arbeiten wir als ein Team. Ganz gleich, ob man einen Maßanzug, ein Oberhemd, ein Kostüm oder einen Blaumann trägt: Überall sitzen Ärmel daran, die man hochkrempeln kann. Wir glauben an eine langfristige Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten und halten es für wichtig, fairen und gerechten Handel zu treiben.

***Zuinig*.**
Dieses typisch niederländische Wort hat zwei Bedeutungen: sorgsam und kostenbewusst. Wir sind kostenbewusst, aber wir finden es auch wichtig, sorgsam mit Menschen, Ressourcen, Umwelt und Gesellschaft umzugehen. Dabei suchen wir stets das richtige Gleichgewicht und verhalten uns dabei transparent. Jeder, der bei Zeeman arbeitet, überlegt es sich dreimal, bis er etwas ausgibt. Denn wenn man *zuinig* mit etwas umgeht, behandelt man es mit Respekt.

Eigensinnig.
Wir sind unabhängig und bestimmen unseren Kurs selbst. Wir brauchen vor keinen externen Aktionären Rechenschaft abzulegen. Aber wir hören unseren Stakeholdern genau zu. Selbst nachdenken und kreative Lösungen bieten: das findet man in der Organisation überall wieder. Wenn wir von etwas überzeugt sind, probieren wir es am liebsten selbst aus. Wir lagern Dinge erst aus, wenn es wirklich nicht anders geht. Das hat etwas mit den Kosten zu tun, aber noch mehr mit dem, was uns logisch erscheint.

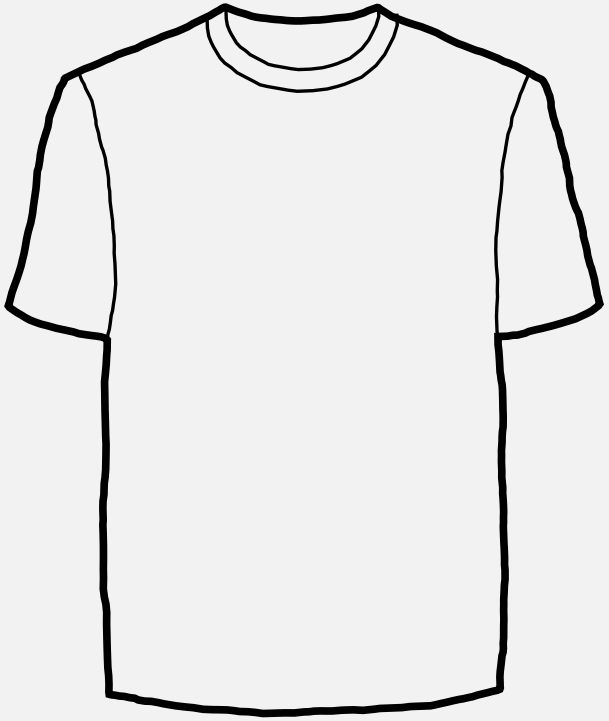
Was die Welt davon merkt.

Mensch.
Wir arbeiten mit Respekt voreinander, vor unseren Kunden, unseren Teammitgliedern und unseren Partnern. Wir halten die Meinung unserer Teammitglieder für wichtig und beziehen jeden in das ein, was wir tun. So können wir unsere Ziele gemeinsam erreichen. Wir investieren auch in langfristige Geschäftsbeziehungen zu unseren Lieferanten und gehen von Win-win-Situationen aus.

Umwelt.
Indem wir *zuinig* mit dem Material umgehen, sparen wir bei Zeeman Kosten ein und sorgen gleichzeitig für eine geringere Umweltbelastung. Darum sind Gut und Günstig bei uns sehr gut miteinander vereinbar.

Gesellschaft.
Zeeman ist dank seines *zuinigen* Unternehmertums schon seit Jahren ein stabiler Arbeitgeber für 8.000 Beschäftigte, ein verlässlicher Kunde für eine große Anzahl von Produktions- und Dienstleistungsunternehmen und stellt verantwortlich hergestellte Produkte her, die für jedermann zugänglich sind.

So machen es die anderen.



Markenshirt

24,95

So machen wir es.

Unsere intelligente Betriebsführung sorgt für den niedrigen Preis.

Unsere Produkte sind einfach.

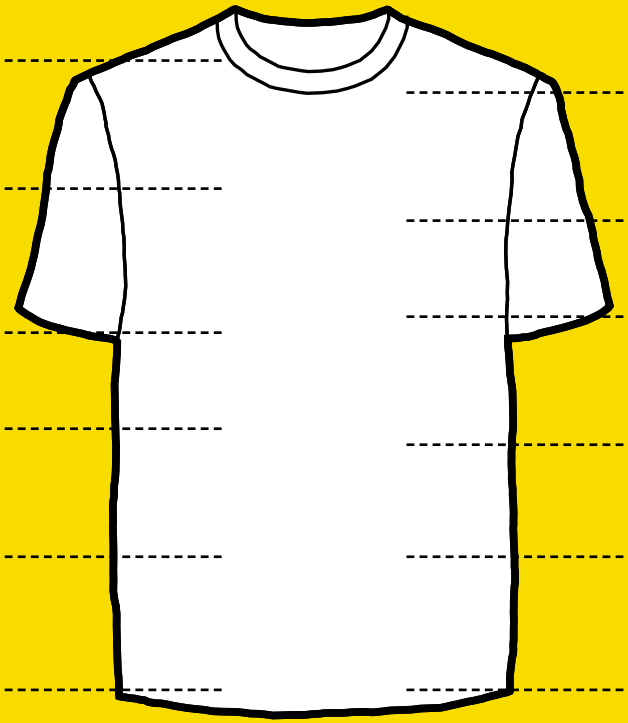
Wir stellen große Mengen in wenigen Ausführungen her.

Wir kaufen in der Fabrik direkt ohne Zwischenhändler.

Wir verwenden keine kostspieligen Verpackungen.

Keine Fast-Fashion; die Hersteller planen effizient und es bleibt wenig Vorrat über.

Kleine Servicestelle, in der wir möglichst viel selber erledigen.



Die Hersteller müssen nicht für verspätete Lieferungen aufkommen.

Einfache Läden ohne Ankleidekabine.

Intelligent zu Wasser transportiert.

Niedrige Gewinnspannen. Der Vorteil kommt also dem Kunden zugute.

Niedrige Marketingkosten.

Wir zahlen unseren Lieferanten sofort nach der Verschiffung.

Zeeman-Shirt

2,49

Unser Ziel. Unser Impact.

Und der Einsatz, der von Zeeman zur Erreichung seiner Ziele erwartet wird.

Korrigierte große Verbesserungspunkte aus den Fabrikaudits

100%

Erreicht 2020

Fabriken, in denen die Differenz zwischen Mindestlohn, tatsächlichem Lohn und Existenzlohn transparent gemacht wurde.

33%

Erreicht 2020

Qualitätsstichproben mit beanstandungsfreiem Ergebnis.

97%

Erreicht 2020

ZEEMAN

Ziele

Zuinig **gegenüber der Gesellschaft einschließlich der Optimierung der Arbeitsbedingungen in der Kette.**

Zuinig **mit der Umwelt umgehen.**

Zuinig **gegenüber unseren Mitarbeitern.**

Die Nachhaltigkeitsziele (SDG), zu denen wir unseren Beitrag leisten.

1 3 6 8 12 13 17

Nachhaltige Baumwolle im Verhältnis zum gesamten Baumwollverbrauch.

42%

Erreicht 2020

Summe nachhaltige Materialien im Verhältnis zum gesamten Verbrauch.

29%

Erreicht 2020

Fehlzeiten.

7,0%

Erreicht 2020

Weitere Information unter Seite 16

Sustainable Development Goals.

Die 17 Sustainable Development Goals (SDG) wurden von den Vereinten Nationen entwickelt und sind Teil der Agenda für nachhaltige Entwicklung. Die Bekämpfung von Hunger und Armut sind zwei wichtige Ziele. Aber auch Gesundheit und Wohlergehen, nachhaltige Energie, der Schutz des Klimas und wirtschaftliche Ziele spielen eine Rolle. Bis 2030 müssen alle Ziele erreicht sein. Mit unseren Aktivitäten tragen wir zum Erreichen der unten genannten SDGs bei.

Das erste Ziel betrifft die Beendung der Armut. Niemand darf 2030 noch in extremer Armut leben. Wir finden, dass jeder, der an Zeeman-Produkten arbeitet, einen Existenzlohn erhalten sollte. Mehr dazu auf Seite 35.

Das dritte Ziel betrifft Gesundheit und Wohlergehen für Menschen jeden Alters. Bei Zeeman orientieren wir uns an dauerhafter Einsetzbarkeit und dem Eindämmen des Krankenstandes. Außerdem haben wir Trainingsangebote zur gesundheitlichen Förderung unserer Mitarbeiter.
Mehr dazu auf Seite 50.

Seit 2018 arbeiten wir aktiv an der Eindämmung der möglichen Umweltbelastung durch unsere Produktion. Einer der Schwerpunkte ist, dass in den Fabriken, in denen für uns produziert wird, ein Klärsystem zur Eindämmung der Wasserverunreinigung in Betrieb ist. Mehr dazu auf Seite 38.

Seit Jahr und Tag setzen wir uns dafür ein, die Arbeitsbedingungen in unserer Lieferkette zu verbessern. Dank der Zusammenarbeit mit unseren Stakeholdern, dank des sozialen Dialogs und langfristiger Geschäftsbeziehungen zu unseren Lieferanten haben wir die Arbeitsbedingungen strukturell verbessert. Wir suchen weiterhin die Zusammenarbeit und wollen es immer einen Schritt besser machen.
Mehr dazu ab Seite 26.

Wir finden es wichtig, mit unserem Planeten *zuinig* umzugehen. Deshalb verwenden wir immer mehr nachhaltiges Material, zum Beispiel Bio-Baumwolle. Dabei gehen wir *zuinig* mit dem Wasser um und verwenden keine umweltschädlichen Chemikalien. Außerdem werden wir in den kommenden Jahren das Kreislaufprinzip immer weiter in unser Konzept einbetten.
Mehr dazu ab Seite 41.

Um unseren Beitrag gegen den Klimawandel zu leisten, überlegen wir auch vor unserer eigenen Haustür, wie wir nachhaltiger werden und unseren Fußabdruck begrenzen können. So transportieren wir möglichst viel zu Wasser und orientieren uns an der Senkung unseres CO_2-Ausstoßes pro Rollcontainer.
Mehr dazu ab Seite 47.

Bei den großen gesellschaftlichen Themen ist die Zusammenarbeit unerlässlich. Wir tun das innerhalb des Bangladesh Accords und des Abkommens über nachhaltige Kleidung und Textilien und mit Branchenorganisationen und Nichtregierungsorganisationen. Gemeinsam arbeiten wir unter anderem an sicheren und fairen Arbeitsbedingungen und einer Verringerung der Umweltbelastung.
Mehr dazu auf Seite 29.

Wertschöpfung in der Lieferkette.

Unsere Strategie und unsere Nachhaltigkeitsthemen bestimmen gemeinsam, wo wir für unsere Stakeholder Wert hinzufügen. Von verschiedenen Standpunkten aus arbeiten wir an der Nachhaltigkeit unseres Sortiment und unserer Betriebsführung. *Zuinig*, das in unserer Strategie verankert ist, zeigt sich an den acht aktuellen Nachhaltigkeitsthemen, auf die Hersteller, Kunden, Mitarbeiter und andere betroffene Stakeholder Wert legen.

Das Wertschöpfungsmodell zeigt, wo und auf welche Weise wir Wert hinzufügen. Die Basis bilden die Materialitätsmatrix, unsere Strategie, Nachhaltigkeitsthemen und Sustainable Development Goals. Investitionen ermöglichen uns unsere Arbeit. Zum Beispiel Filialen, Produkte, Transport, Mitarbeiter und ausreichende Finanzen. Wir bieten ca. 8.000 Beschäftigten eine Beschäftigungsmöglichkeit. Selbstverständlich ist auch die Kontinuität der Organisation eine wichtige Voraussetzung.

Glied in der Kette.

Lokale Bevölkerung Produktionsländer.

Input.
€ 85.000
Spenden für Projekte in Indien und Bangladesch.

Resultat.
Unterbringung und Training für Mädchen nach der Befreiung aus der Prostitution.

Wirkung.
Endlich wieder sicher im vertrauten Umfeld.

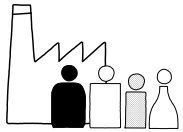
Baumwollerzeuger.

Input.
5.097.800 kg
nachhaltige Baumwolle gesourct.

Resultat.
42%
der gesamten Baumwollbekleidung und -textilien besteht aus nachhaltiger Baumwolle.

Wirkung.
Verringerung der Umweltbelastung durch nachhaltigen Baumwollanbau.

Vertreter vor Ort. Lieferant & Fabrikangestellte



Input.
30
Fabrikaudits durchgeführt.

Resultat.
11 große Verbesserungspunkte des Jahres 2019, die 2020 inzwischen korrigiert wurden.

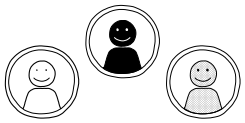
Wirkung.
Sichere Arbeitsbedingen für die Fabrikangestellten.

Input.
3 Trainingsangebote zu lokalen Themen in der Lieferkette.

Resultat.
Seminar in Pakistan zum Thema Gleichstellung, Training Gewalt und Belästigung in Bangladesch, Tool zur Arbeitskostenkalkulation in Indien, Chemiemanagement in China.

Wirkung.
Verbesserte Arbeitsbedingungen durch Capacity Building.

Mitarbeiter.



Input.
Als Reaktion auf eine Mitarbeiterzufriedenheitsbefragung wurde die Vision ‚Verbindender Führungsstil' entwickelt

Resultat.
41% weniger Fehlzeiten bei einem mitarbeiterorientierten Führungsstil, so das Ergebnis der Erhebung.

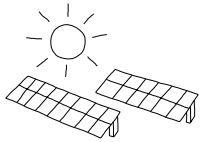
Wirkung.
Engagierte und motivierte Mitarbeiter.

Input.
Konzept Vitalität und dauerhafte Einsetzbarkeit.

Resultat.
7,0%
Fehlzeiten.

Wirkung.
Vitale Mitarbeiter.

Servicestelle.

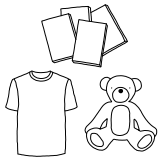


Input.
8.654
Sonnenkollektoren sorgen für nachhaltige Energie.

Resultat.
2,2 Megawatt Energieerzeugung.

Wirkung.
Verringerung des CO_2-Ausstoßes.

Kunde.



Input.
452
Qualitätsstichproben aus unserem Sortiment.

Resultat.
97% der Stichproben zeigten ein beanstandungsfreies Ergebnis.

Wirkung.
Qualitativ hochwertiges und sicheres Sortiment in unseren Filialen.

Gesamte Betriebstätigkeit:

Input. **€ 24,1 Millionen** Investitionen.

Resultat. **740,6 Millionen** Umsatz.

Wirkung. **Beschäftigungsmöglichkeit für 8.317 Menschen in 7 Ländern.**

Konnektivitätsmatrix.

Die Matrix unten gibt wieder, auf welche Weise unsere Ziele, materiellen Themen und KPIs miteinander verknüpft sind. Die Matrix kann für die Navigation zum dazugehörigen Content verwendet werden. Wir sind uns bewusst, dass die Folgen unserer Arbeit für die Stakeholder über diese Zahlen hinausgehen. Hier erläutern wir unsere materiellen Themen näher. Für mehrere Themen nehmen wir zunächst eine Nullmessung vor, um sie anschließend mit konkreten Zielen zu verbinden.

Zuinig gegenüber der Gesellschaft einschließlich der Optimierung der Arbeitsbedingungen in der Kette.

Transparenz und Rückverfolgbarkeit in der Lieferkette.

KPI
% Lieferanten in Fernost und der Türkei, bei denen unabhängige Lieferantenaudits vorgenommen wurden.

2020	Ziel 2021
100%	1

SDG 8 SDG 17

Sichere und gesunde Arbeitsbedingungen.

KPI
% korrigierte große Problempunkte aus dem Zeeman Social Audit.

2020	Ziel 2021
100%	1

SDG 8 SDG 17

Kinderarbeit und Arbeit unter Zwang.

KPI
% Baumwolle unseres gesamten Baumwollverbrauchs, deren Zulieferer bekannt sind (sodass sich die Herkunft zurückverfolgen lässt).

2020	Ziel 2021
39,5%	0.7

SDG 8 SDG 17

Nachhaltige Einkaufspraktiken.

KPI
% des Einkaufswertes bei den 50 größten Lieferanten in Fernost und der Türkei.

2020	Ziel 2021
70%	0.75

% der 50 größten Lieferanten in Fernost und der Türkei, mit denen wir seit mindestens fünf Jahren zusammenarbeiten.

2020	Ziel 2021
93%	0.95

SDG 8 SDG 17

Existenzlohn.

KPI
% Fabriken in Fernost und der Türkei, bei denen die Differenz zwischen Mindestlohn, tatsächlichem Lohn und Existenzlohn transparent gemacht wurde.

2020	Ziel 2021
33%	0.6

SDG 1 SDG 17

Zuinig mit der Umwelt umgehen.

Produktqualität und -sicherheit.

KPI
% Stichproben, die im Berichtszeitraum ein beanstandungsfreies Ergebnis ergeben haben.

2020	Ziel 2021
97%	0.98

Anzahl Artikel aus dem Verkauf.

2020	Ziel 2021
3	15

SDG 12

Umweltbelastung durch Fabriken.

KPI
Anzahl Hersteller in Fernost und der Türkei, die zumindest eine Nassprozessanlage mit einem Klärsystem (ETP, effluent treatment plant) verwenden.

2020	Ziel 2021
80%	0.95

SDG 3 6 SDG 17

Nachhaltige Rohstoffe und Materialien.

KPI
% von Zeeman-Lieferanten eingekaufte Baumwolle im Verhältnis zum gesamten Baumwollverbrauch.

2020	Ziel 2021
42%	0.5

% nachhaltige Materialien bei Bekleidung und Textilien insgesamt im Verhältnis zum gesamten Verbrauch.

2020	Ziel 2021
29%	0.35

SDG 12 SDG 17 SDG 12

Kreislaufwirtschaft & Verpackungsmaterial und Abfall.

KPI
% recycelter Abfall.

2020	Ziel 2021
90%	91%*

SDG 12 SDG 17

Zuinig gegenüber unseren Mitarbeitern.

Dauerhafte Einsetzbarkeit und Weiterbildung.

KPI
% Fehlzeiten.

2020	Ziel 2021
7%*	-20%*

SDG 3

*Verringerung um 20% bis 2023 (im Vergleich zu 2019)

Unser Spielfeld.

Inmitten einer immer nachhaltigeren Gesellschaft.

Hat Corona euren Kurs verändert?
‚Nein, eigentlich nicht. Zeeman ist unbeirrbar. Wir glauben an die langfristige Perspektive. Vor der Coronakrise hatten wir schon eine solide finanzielle Basis. Auch wenn es unsere Branche hart getroffen hat, haben wir ein ideales Sortiment mit vielen Basic-Textilien und verkaufen nur wenig trendanfällige Fashion. Darum bleiben wir auch in dieser Zeit für viele relevant.‘

Haben das eure Lieferanten zu spüren bekommen?
‚Zu Beginn des ersten Lockdowns haben wir die 14-tägige Zahlungsfrist noch einmal bestätigt und unser langfristiges Bekenntnis zu unseren Lieferanten zum Ausdruck gebracht. Nach eingehender Rücksprache mit unseren Lieferanten haben wir einzelne Mengen unserer Basic-Artikel später abgerufen. Fakt ist, dass wir auf unsere Lieferanten angewiesen sind und sie auf uns. Corona hat gezeigt, dass unsere Zusammenarbeit so manchen Stoß verkraften kann.‘

2020 landete vieles an Kleidung im Schlussverkauf. Bei euch auch?
‚Bei Zeeman haben wir jeden Tag die kleinstmöglichen Preise. Wir haben uns deshalb 2020 an größeren Schlussverkaufsaktionen und Rabattaktionen wie den Black Friday nicht beteiligt. Das können wir uns erlauben, weil wir wenig Fashion verkaufen. Wir müssen unsere Vorräte deshalb nicht schleunigst loswerden. Unser Sortiment bleibt aktuell. Was wir in diesem Jahr nicht verkaufen, verkaufen wir eben im nächsten Jahr.‘

Sind die Kunden immer noch auf der Suche nach Nachhaltigkeit?
‚Ja, 2020 haben wir erlebt, dass die Verbraucher zu einem großen Teil der Ansicht sind, dass eine nachhaltige Welt bei ihnen beginnt. 43% sind bereit, mehr für Produkte auszugeben. Aber zugleich bleiben die Kunden preisbewusst. Das ist eine interessante Entwicklung. Man will ein gutes Gefühl haben. Auf dem Markt erleben wir, dass diesem Bedürfnis auch immer häufiger Rechnung getragen wird. Die für den Verbraucherschutz zuständige Autoriteit Consument en Markt (ACM) hat deshalb 2020 einen Leitfaden zur Formulierung von Nachhaltigkeitsbekenntnissen erstellt. Ab 2021 wird die ACM Kontrollen zur Umsetzung der Nachhaltigkeitsbekenntnisse vornehmen. Wir gehen offen damit um, was wir tun. Und wir erläutern es immer besser.‘

Orientiert sich Zeeman am Kreislaufprinzip?
‚Wir erleben, dass das Kreislaufprinzip auch in unserer Branche einen immer prominenteren Stellenwert erhält. So wissen wir, dass der Markt für Second-Hand-Kleidung 21 Mal schneller als der herkömmliche Einzelhandel wächst. Andererseits erleben wir, dass immer noch 55% der gebrauchten Kleidung im Restmüll entsorgt wird. Diese beiden Entwicklungen haben wir in unsere Kreislaufagenda aufgenommen. 2021 möchten wir in den Niederlanden mit unserem Partner Het Goed ein Pilotprojekt starten, bei dem Kunden bei uns gebrauchte Kleidung abgeben und Second-Hand-Kleidung kaufen können.’

Wie sieht die Zusammenarbeit mit Het Goed aus?
Het Goed sortiert die gebrauchte Kleidung, die unsere Kunden bei uns abgeben. Ein Teil davon gelangt danach wieder in den Verkauf. Kleidung, die nicht mehr verkauft werden kann, wird ‚zerfasert’ und auf diese Weise wiederverwertet. So leisten unsere Kunden selbst einen direkten Beitrag zur Kreislaufwirtschaft und finden bei uns im Laden tolle Second-Hand-Kleidung.‘

Arnoud van Vliet, Manager Nachhaltigkeit & Qualität.

Du warst 2019 Nachhaltigkeitsmanager des Jahres. Teilst du dein Wissen auch mit Jüngeren?
‚Für uns ist es wichtig, unseren nachhaltigen Ansatz mit der nachfolgenden Generation zu teilen. Das Thema Nachhaltigkeit fließt auch zunehmend in die Bildung ein. Wir halten regelmäßig Gastvorträge an der Wageningen University, dem Amsterdam Fashion Institute und der TMO Fashion Business School. So inspirieren wir Schüler und Studenten und leiten sie selbst zu nachhaltigen Entscheidungen an. 2020 waren wir auch Partner bei der Entwicklung des Buches ‚Die Welt der Kleidung’, einer Initiative der Stiftung Duurzame Pabo. Aus diesem Buch wurde am Tag der Nachhaltigkeit im Unterricht an mehr 4000 Grundschulen vorgelesen. Ein internationales Studententeam führte für uns ein Fallbeispiel für das Kreislaufprinzip vor. Das war eine SDG-Challenge, die von der Hochschule Windesheim mit Soapbox organisiert wurde. Das Zeeman-Team überzeugte die Expertenjury und gewann die Challenge. Für 2021 hoffen wir, dass wir die preisgekrönte Idee auch tatsächlich umsetzen werden.’

Entwicklungen auf dem Markt.

Die Einzelhandelsbranche wurde in diesem Jahr von der Coronakrise schwer gebeutelt. Angst vor Ansteckung in Kombination mit den behördlichen Coronamaßnahmen haben das Shoppen für einen großen Kundenkreis unattraktiv gemacht. Allerdings zeigen sich bemerkenswerte Unterschiede. Der Verkauf von Autos, Kleidung und Schuhen ging in den Keller, während Supermärkte, Elektronik und Baumarkt einen Absatzboom verzeichneten. Das belegen die Transaktionsdaten von ABN AMRO. Für 2021 ist zu erwarten, dass die Konsumausgaben wieder steigen, die Verbraucher im Allgemeinen aber vorsichtiger bei ihren Ausgaben sein werden.

Der Monitor Merk & Maatschappij (Fortsetzung des Dossier Duurzaam) ist eine Kooperation von B-open und MarketResponse. Er führt jährlich Markterhebungen zur Bedeutung der Nachhaltigkeit unter Verbrauchern durch. Die Hälfte der Verbraucher achtet bei der Anschaffung von Produkten oder Dienstleistungen auf die gesellschaftliche Rolle oder Nachhaltigkeit. Dieser Anteil entspricht dem des Vorjahres. Eine Erklärung hierfür besteht darin, dass die Coronakrise einerseits für ein zunehmendes Interesse an Nachhaltigkeit und gesellschaftlicher Verantwortung sorgt. Anderseits führt die wirtschaftliche Talfahrt infolge der Coronakrise dazu, dass die Verbraucher das Thema Nachhaltigkeit wieder etwas aus dem Blick verlieren. Beide Effekte gleichen sich aus. Die Politik und die Wirtschaft tragen nach Ansicht der Verbraucher 2020 die größte Verantwortung für eine bessere Welt.
Beim Konsum wird auf verschiedene Themen geachtet, zum Beispiel auf die Umwelt, die Produktion vor Ort und den Tierschutz. 30% der Verbraucher sympathisieren mit der Kreislaufwirtschaft. Sie sehen die Dinge im Wesentlichen als Gebrauchsgegenstände und müssen sie nicht unbedingt besitzen.

Das Vertrauen von 58% der Verbraucher wächst, sobald die Marken zeigen, dass sie einen positiven Beitrag zur Gesellschaft leisten. Trotz der Coronakrise und ihre ökonomischen Folgen sind 43% der Verbraucher bereit, für nachhaltige Produkte oder Dienstleistungen mehr auszugeben. Dieser Prozentwert ist von 36% im Jahr 2018 auf 38% im Jahr 2019 gestiegen. Zugleich scheint beim Einkauf der Preis immer noch den Ausschlag zu geben.

Die Verbraucher sind zu einem großen Teil der Ansicht, dass eine nachhaltige Welt bei ihnen beginnt. Die Unternehmen greifen in ihrer Kommunikation zum Thema Nachhaltigkeit dieses Bedürfnis immer häufiger auf. Die für den Verbraucherschutz zuständige Autoriteit Consument en Markt (ACM) hat deshalb 2020 einen Leitfaden zur Formulierung von Nachhaltigkeitsbekenntnissen durch Unternehmen erstellt. Außerdem geht die ACM gegen irreführende Nachhaltigkeitsbekenntnisse von Unternehmen vor, damit sich die Verbraucher darauf verlassen können, dass die Nachhaltigkeitsbekenntnisse stimmen. In einigen Faustregeln der ACM heißt es, dass für den Verbraucher klar sein muss, welchen Nachhaltigkeitsvorteil ein Produkt besitzt und dass diese Bekenntnisse begründet sein müssen. Außerdem sollten visuelle Ansprüche und Gütesiegel die Verbraucher aufklären und nicht unnötig verwirren. Ab 2021 wird die ACM-Kontrollen zur Umsetzung der Nachhaltigkeitsbekenntnisse der Unternehmen durchführen.

Kundenzufriedenheit.

Der Verbesserung der Kundenzufriedenheit wurde in unseren Filialen fortlaufend Beachtung geschenkt. Der Fokus lag 2018 und 2019 auf dem Thema Aufmerksamkeit für den Kunden, zum Beispiel bei der Begrüßung des Kunden beim Betreten des Ladens. Zur Messung der Kundenfreundlichkeit wurden wie schon in den vorangegangenen Jahren an der Kasse Kärtchen mit einem Link zu einer Kundenbefragung mitgegeben.

„Kunden geben unseren Läden die Note 8,46.“

So konnten die Kunden gleich nach ihrem Besuch eintragen, wie sie unsere Filiale erlebt haben. Am 31. Dezember 2020 war die Bewertung in den Niederlanden im Vergleich zu 2019 leicht von 8,4 auf einen Wert von 8,46 im Schnitt gestiegen (Messung seit 01.01.2020). Der NPS-Wert ist 2020 von 50,9 auf 53,3 und der NLS von 61,1 auf 64,7 gestiegen.

Nachhaltigkeitsimage.

In unserer Kommunikation und den Kampagnen heben wir immer stärker unsere *zuinige* Art und unsere verantwortungsvolle Produktion hervor. Im Oktober haben wir unsere Kunden aktiv über unser *‚Zuinig‘*-Konzept mit Instore-Material und T-Shirts mit der Aufschrift *‚Zuinig‘* informiert. Zweimal haben wir eine Kollektion ausschließlich mit Produkten aus nachhaltigem Material in einer dazugehörigen Kampagne herausgebracht. Um zu messen, ob das auf die Niederländer wirkt, verwenden wir den Brand Asset Valuator.

„Zeeman erzielt 72% beim Nachhaltigkeits-image.“

Wie nachhaltig der niederländische Verbraucher Zeeman im Vergleich zu 1000 anderen Marken findet, wird dort seit 2018 jedes Jahr im Februar/März gemessen. Der Imageaspekt ‚Nachhaltig‘ erreichte 2020 für Zeeman einen Wert von 72,0. Das bedeutet, dass die Niederländer unter den 1000 gemessenen Marken 719 als weniger nachhaltig und 280 als nachhaltiger beurteilt haben.

Quelle: Monitor Merk & Maatschappij von b-open und MarketResponse

Lokales Engagement.

Unsere Filialteams wissen, was sich in ihrer Kundengruppe tut. Um unseren Filialen Hilfestellung zu leisten, bieten wir mehrere Möglichkeiten für Aktivitäten vor Ort. Zum Beispiel die Ausgabe von Sportshirts an Vereine und Schulen im näheren Umfeld und das Sammeln von Artikeln für einen guten Zweck. So haben wir bereits in der Vergangenheit unter anderem mit Initiativen wie Carebags, Patenschaften in Entwicklungsländern, der Tafel e.V. und der Stiftung Babysachen zusammengearbeitet.

Außerdem spielen die sozialen Netzwerke ebenfalls eine große Rolle beim Unternehmertum vor Ort. Deshalb werden unsere Filialen ermuntert, einen eigenen Filialstandort in den Social-Media-Kanälen einzurichten, an dem sie selbst den Kontakt zur Kundschaft vor Ort herstellen können. So kann die Filiale mit Hilfe der sozialen Netzwerke ihre Kunden über neue Artikel im Laden und andere Aktionen zu informieren. Außerdem ist es für die Kunden dann einfach, mit der Filiale in Verbindung zu bleiben, wenn sie sich Artikel zurücklegen lassen oder einen Shoppingtermin buchen möchten.

Kundenjury.

Zeeman hat eine Kundenjury, der 22.678 Kunden angehören. Diese Kunden können wir befragen und von ihnen unsere Produkte testen lassen.

Kein Black Friday.

Bei Zeeman haben wir jeden Tag die kleinstmöglichen Preise. Wir haben uns deshalb 2020 auch nicht an größeren Rabattaktionen im Rahmen spektakulärer Verkaufstage wie den Black Friday beteiligt. Wir haben den geeigneten Moment gewählt, um mit dem hier abgebildeten Ladenposter unseren Standpunkt darzulegen.

Unsere Stakeholder.

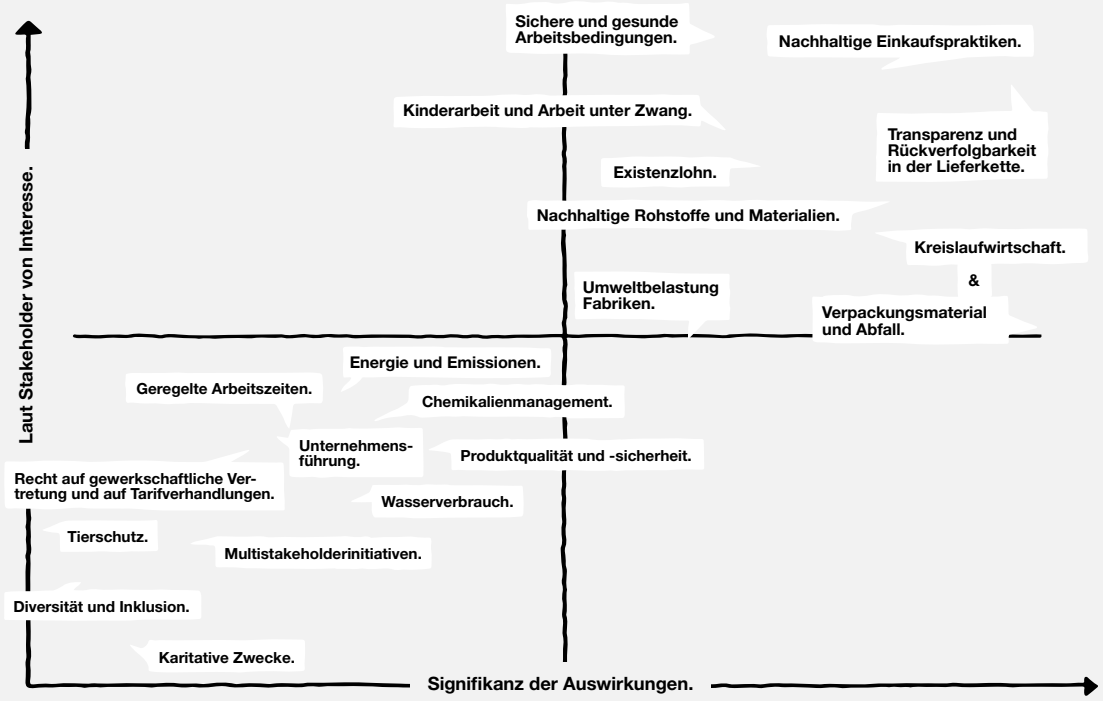
Stakeholdergruppe.	Ausgangspunkt.	Tagesordnungspunkte.	Dialogform.	Häufigkeit.
Kunden.	Unsere (potenziellen) Kunden sind unsere wichtigsten Stakeholder. Wir möchten hochwertige und verantwortungsvoll produzierte Kleidung und Textilien möglichst vielen Menschen zugänglich machen.	Qualität & Produktsicherheit, Informationen zu Produktionsstandorten und Arbeitsbedingungen in den Lieferketten, nachhaltiges Material.	Filialen, Website, Newsletter, Werbeanzeigen und Prospekte, soziale Medien, der Nachhaltigkeitsbericht, Kundenservice.	Täglich.
Lieferanten und Vertreter in Produktionsländern.	Wir arbeiten mit unseren Lieferanten und Vertretern zusammen und orientieren uns an langfristigen Geschäftsbeziehungen. Damit wir unsere Ziele erreichen können, ist ein gemeinsames Engagement wichtig.	Die Arbeitsbedingungen bei unseren Herstellern, Rohstoffe, Recycling, die Folgen unserer Produktion für die Umwelt.	Digitaler Schriftverkehr, Besuch von Büros und Fabriken, Lieferantensitzung, Ausschreibungsverfahren, Vertreter-Newsletter.	Täglich.
Mitarbeiter.	Unsere Mitarbeiter sind das Herzstück unserer Organisation. Nur mit engagierten Mitarbeitern können wir Wachstum erreichen.	Mitarbeiterzufriedenheit, Diversität, Kommunikation über Nachhaltigkeit mit Mitarbeitern, Mitarbeiterschulungen.	Betriebsrat, Sitzung der Steuerungsgruppe Nachhaltigkeit, Sitzung von Geschäftsleitung & Aufsichtsrat, Sales & Service Tage, Ladenpraktikum, interne Facebook-Seite, E-Learning Nachhaltigkeit.	Täglich.
Politische Entscheidungsträger.	Eine engagierte Politik kann für eine branchenweite Nachhaltigkeit hilfreich sein. Wir halten es für wichtig, transparente Gespräche mit der Politik zu führen und sie in unsere Ziele und Herausforderungen einzubeziehen.	Die Arbeitsbedingungen in unserer Lieferkette, Qualität & Produktsicherheit, die Folgen unserer Produktion und Geschäftstätigkeit für die Umwelt.	Digitaler Schriftverkehr, Sitzungen, Kontrollbesuche.	Monatlich.
Nichtregierungsorganisationen und Branchenorganisationen.	Wir glauben, dass sich Transparenz bezahlt macht. Deshalb suchen wir das offene Gespräch mit Nichtregierungsorganisationen und Branchenorganisationen.	Die Arbeitsbedingungen in unserer Lieferkette, nachhaltiges Material, die Folgen unserer Produktion für die Umwelt.	Arbeitsgruppen, Sitzungen über Multi-Stakeholder-Initiativen.	Wöchentlich.
Familie Zeeman.	Wir sind bereits seit unserer Gründung 1967 ein Familienunternehmen. Die Familie Zeeman ist gut 50 Jahre später immer noch am Kurs beteiligt, den wir gemeinsam fahren.	Strategische Entscheidungen und Ziele.	Sitzungen und Versammlungen.	Einmal vierteljährlich.
Aufsichtsrat.	Der vierköpfige Aufsichtsrat ist ein Aufsichtsorgan. Der Aufsichtsrat tritt mindestens einmal im Vierteljahr in unserer Servicestelle zusammen.	Strategische Entscheidungen und Ziele.	Sitzungen und Versammlungen.	5x im Jahr 2020.
Peers.	Wir suchen die Zusammenarbeit mit anderen Peers und lernen gerne aus den Best Practices. Die Zusammenarbeit in der Lieferkette ist ein wichtiger Bestandteil unserer Strategie.	Arbeitsbedingungen, nachhaltiges Material, die Folgen der Produktion für die Umwelt.	Über Sitzungen des Bangladesh Accord, Abkommen über nachhaltige Kleidung und Textilien, Fair Wear.	Regelmäßig.
Medien.	Wir möchten gerne erläutern, wie gut sich bei uns Günstig und Verantwortungsvoll miteinander vereinbaren lassen. Wir möchten uns in allem, was wir richtig machen, und dort, wo noch Luft für Verbesserungen ist, transparent verhalten.	Die Arbeitsbedingungen in unserer Lieferkette, nachhaltiges Material, Qualitätsbeanstandungen und Rückrufaktionen.	Telefonische oder physische Interviews. Pressemitteilungen.	Regelmäßig.

Materielle Themen.

Auf einen Blick sieht man die Bedeutung der verschiedenen Nachhaltigkeitsthemen, die wir mit unseren Stakeholdern benannt haben. Rechts oben stehen die Themen mit der größten ‚Materialität'. Sie sind sowohl für Zeeman als auch für unsere Stakeholder von großer Bedeutung. Die Matrix kann dazu verwendet werden, bequem zum zugrundeliegenden Content zu navigieren.

Für die materiellsten Themen dieser Matrix wurde eine Risikoanalyse vorgenommen. Dabei wurde die Wahrscheinlichkeit geprüft, dass das Risiko eintritt und wie gravierend seine Folgen sind. Was sind die möglichen Folgen und sind diese Folgen reversibel? Dabei wurde auch das Ausmaß untersucht, in dem Zeeman an dem möglichen Risiko beteiligt ist.

Materialitätsmatrix.



Transparenz und Rückverfolgbarkeit in der Lieferkette.

Eine Lieferkette, in der alle Glieder des Produktionsprozesses transparent sind, sodass sich die Herkunft eines Produkts zurückverfolgen lässt.

Sichere und gesunde Arbeitsbedingungen.

Die Mitarbeiter müssen die Möglichkeit haben, ihrer Arbeit ohne das Risiko körperlicher oder geistiger Probleme nachzugehen.

Kinderarbeit und Arbeit unter Zwang.

Die Arbeit muss jederzeit freiwillig sein, zudem muss das geltende Mindestalter berücksichtigt werden.

Nachhaltige Einkaufspraktiken.

Bei nachhaltigen Einkaufspraktiken wird nicht nur auf Preis und Qualität, sondern auch auf die Folgen für Mensch und Umwelt geachtet.

Existenzlohn.

Es ist ein Menschenrecht, dass jedem, der eine Arbeit verrichtet, ein Anspruch auf eine Entlohnung zukommt, die ihm und seiner Familie ein menschenwürdiges Dasein garantiert. Das bedeutet, dass der Lohn ausreichen muss, um die Grundbedürfnisse zu decken.

Umweltbelastung Fabriken.

Die Folgen der Produktion für das Klima und das lokale Lebensumfeld. Der verantwortungsvolle Umgang mit Chemikalien sowie nachhaltiger Energie- und Wasserverbrauch.

Nachhaltige Rohstoffe und Materialien.

Nachhaltiger Umgang mit Rohstoffen, Einkauf nachhaltiger Rohstoffe und Entscheidungen zugunsten nachhaltigen Materials mit geringer Umweltbelastung.

Kreislaufwirtschaft & Verpackungsmaterial und Abfall.

Anstrengungen, damit Material oder Produkte am Ende ihres Lebenszyklus nicht vernichtet, sondern recycelt und wiederverwertet werden, sowie die Begrenzung des Materials zur Verpackung der Produkte.

hohes Risiko | mittleres Risiko | geringes Risiko

Thema 1

8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH

17 PARTNERSHIPS FOR THE GOALS

Zusammenarbeit zur Vorbeugung von Risiken.

Sander Jongerius
Sekretariat Grundsatzerklärung Nachhaltige Kleidung und Textilien

„Zeeman hat in den vergangenen beiden Jahren den Beweis erbracht, dass Transparenz für Zeeman Priorität hat. Das Sekretariat begrüßt die offene Haltung und das Besprechen der Vorteile und der Herausforderungen einer transparenten Kommunikation der Produktionsstandorte mit anderen Betrieben. Die Textilkette ist vielen Herausforderungen ausgesetzt und es sind noch viel mehr Risiken zu verringern. Dank der transparenten Kommunikation der Produktionsstandorte erhalten Non-profit-Organisationen und andere Parteien die Möglichkeit, auf die dortigen Probleme hinzuweisen. Das war im vorigen Jahr auch bei Zeeman der Fall. Zeeman erkennt darin einen großen Nutzen, da dadurch die Risiken in der Kette verringert und in Angriff genommen werden können. Im vorigen Jahr gingen Beschwerden ein, bei denen Zeeman bewiesen hat, dass es nicht nur bei Worten bleibt, sondern Zeeman aktiv wird, gemeinsam mit den Non-profit-Organisationen die Beschwerden aufgreift und darüber hinaus nachdenkt, wie sich in Zukunft die Risiken in der gesamten Kette verringern lassen.”

Unsere Lieferkette.

Unsere Artikel werden ausnahmslos in Fernost und in der Türkei produziert. Wir haben dort keine eigenen Fabriken, sondern arbeiten mit spezialisierten Lieferanten zusammen, zu denen wir langjährige Geschäftsbeziehungen pflegen. Mit einigen Lieferanten arbeiten wir schon seit 20-30 Jahren zusammen. Die Auslagerung der Produktion ins Ausland ist jedoch mit Risiken verknüpft. Da es sich nicht um unsere eigenen Fabrikanlagen handelt, können wir einen geringeren Einfluss auf die Arbeitsbedingungen ausüben, als es sonst der Fall wäre. Wir holen deshalb nicht jeden Lieferanten ins Boot. Bevor wir mit einem Hersteller eine Kooperation eingehen, kontrollieren wir, ob die Arbeitsbedingungen einwandfrei und sicher sind und ob nach unserem Code of Conduct, auch als Verhaltenskodex bekannt, gearbeitet wird.
In den Produktionsländern arbeiten wir mir den dortigen Vertretern zusammen. Diese Vertreter spielen eine wichtige Rolle. Sie besuchen unsere Lieferanten regelmäßig und kontrollieren die Qualität unserer Artikel während der Produktion und bevor sie verschifft werden. Wenn sich aufgrund von Fabrikkontrollen ergibt, dass Verbesserungsbedarf besteht, sorgen sie für eine rechtzeitige Behebung.

Im Sinne einer größeren Transparenz in unserer Lieferkette handhaben wir klare Abläufe, an die sich sowohl Zeeman als auch unsere Lieferanten und Vertreter halten. Für einen Lieferanten besteht beispielsweise die Verpflichtung, den exakten Produktionsstandort und die zur Verfügung stehenden Auditberichte mit uns zu teilen, bevor für uns produziert werden darf. Außerdem muss der Hersteller unseren Verhaltenskodex zur Kenntnis genommen und unterzeichnet haben. So steht es in unserem Verfahren zur Vergabe von Orders. In der Textil- und Bekleidungsindustrie kommt es vor, dass die Hersteller Orders weitervergeben. Das nennt man auch Subcontracting. Auch wenn das häufig unbemerkt bleibt, birgt es ein Risiko, da wir nicht verifizieren können, ob die Fabrik in Übereinstimmung mit unserem Verhaltenskodex produziert.

„Wir haben klare Abläufe, an die sich sowohl Zeeman als auch unsere Lieferanten und Vertreter halten.“

Transparency Pledge.

Zu unserer Lieferkette gehören 300 direkte Lieferanten in 17 verschiedenen Ländern. Mit einer anderen Kultur und anderen Normen in jedem Land. Aber auch anderen Risiken und Herausforderungen. Obwohl diese Zahlen sehr hoch sind, ist unser Anteil an der weltweiten Industrie trotzdem klein. Deshalb sind Transparenz und Rückverfolgbarkeit in unserer Strategie essenziell. Wir möchten transparent damit umgehen, wo und unter welchen Bedingungen unsere Produkte hergestellt wurden. Deshalb haben wir im Mai 2019 die Transparency Pledge (transparencypledge.org) unterzeichnet und die Daten unserer Lieferanten auf unserer Website veröffentlicht. Außerdem sind unsere Lieferanten auch auf der Website openapparel.org zu finden, wo auch eventuelle Berührungspunkte mit anderen Marken und Anbietern sichtbar werden. Außerdem berichten wir jährlich über die großen Problempunkte, die sich bei Fabrikkontrollen ergeben. Indem wir uns offen verhalten, ermöglichen wir es unseren Stakeholdern, uns auf mögliche Problempunkte anzusprechen. Unsere Offenheit hat dafür gesorgt, dass wir größeren Einblick in die Berührungspunkte mit anderen Anbietern haben, mit denen wir uns Fabriken teilen. Indem wir gemeinsam auftreten, vergrößern wir unseren Einfluss, um eine nachhaltige Veränderung in unseren weltweiten Lieferketten zu bewirken.

Tiefer in der Kette.

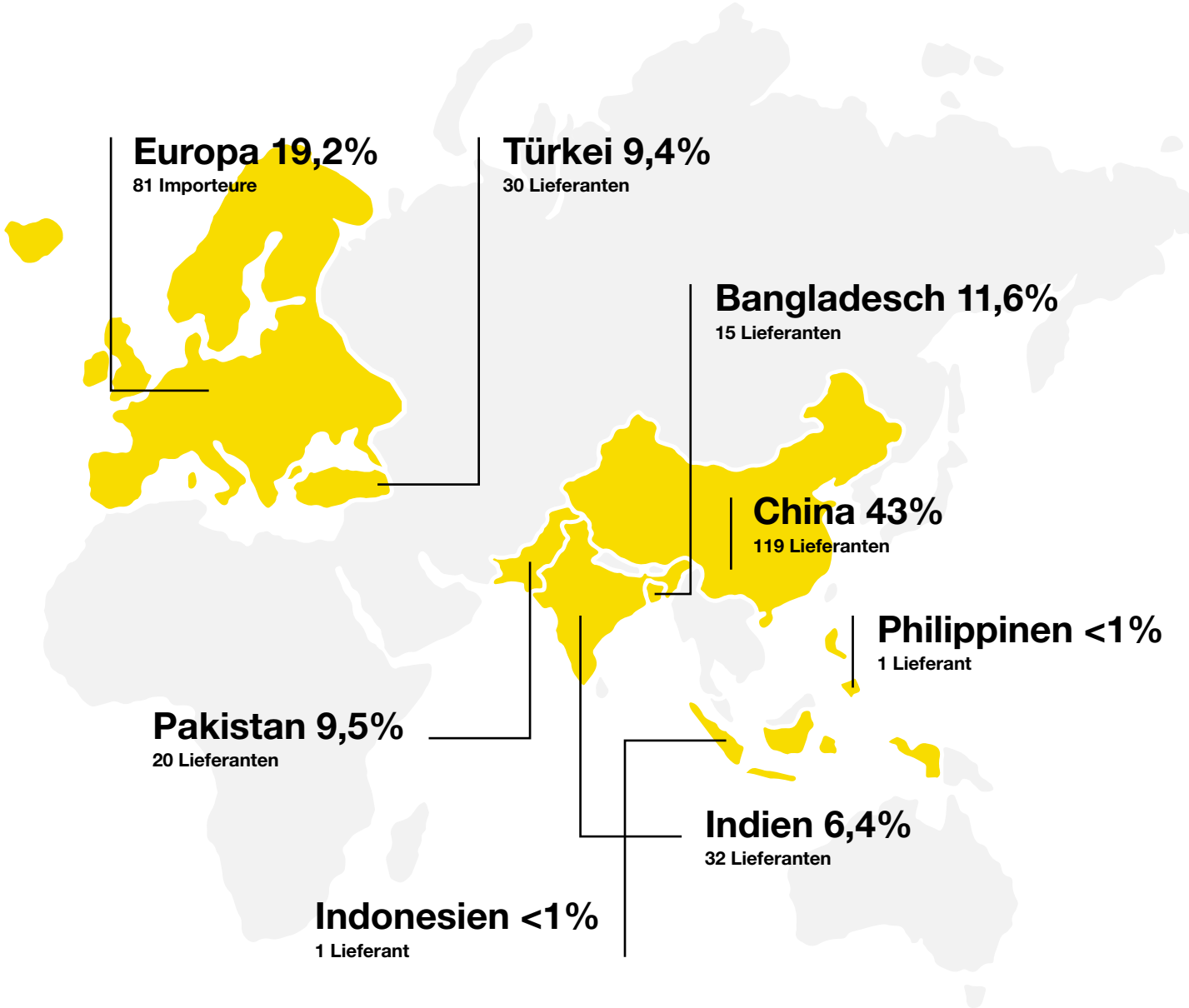
Hinter diesen Fabriken stecken noch viel mehr Zwischenglieder. Ein Artikel hat nämlich einen weiten Weg hinter sich, bevor er bei uns in den Filialen liegt. Auf unserer Website machen wir die Daten unserer 300 direkten Lieferanten publik. Das sind Fabriken, in denen unsere Artikel genäht, fertiggestellt und eingepackt werden. Dem gehen noch mehrere Schritte voran. Zuerst ist ein Rohstoff nötig, dann muss er gesponnen werden und anschließend wird daraus Tuch gefertigt. Danach wird das Tuch gefärbt, bedruckt oder mit anderen Techniken bearbeitet. Diese Prozesse werden gern an andere Fabriken vergeben.

„Auf unserer Website sind die Daten unserer 300 direkten Lieferanten einsehbar."

In den letzten Jahren richtete sich unser Fokus vornehmlich auf die Verbesserung der Arbeitsbedingungen und die Umweltbelastung bei unseren direkten Lieferanten. Dort konnten wir nämlich dank unserer langjährigen Geschäftsbeziehungen Einfluss auf die Arbeitsbedingungen ausüben. Wir haben gelernt, dass soziale und ökologische Risiken insbesondere tiefer in unserer Kette auftreten. Daher sind wir bestrebt, immer mehr von diesen Zwischengliedern transparent zu machen.

Zu den Produktionsstandorten ›

Auf dieser Weltkarte geben wir für jedes Land den Prozentanteil des Einkaufswerts und die Anzahl der Lieferanten und Importeure an, mit denen wir zusammenarbeiten.



Thema 1. Transparenz und Rückverfolgbarkeit in der Lieferkette.

2020 haben wir einen Teil unserer ‚Tier 2'-Lieferanten transparent gemacht. Nämlich diejenigen Fabriken, in denen unsere Artikel bedruckt, gewaschen und gefärbt werden, sofern nicht alles unter einem Dach geschieht. Aufgrund der risikobehafteten sozialen Arbeitsbedingungen in Tamil Nadu (Südindien) haben wir die Spinnereien in dieser Region auf der Website von Open Apparel Registry (OAR) openapparel.org transparent und publik gemacht. Wir möchten in den kommenden Jahren immer mehr Information über unsere Produkte sammeln. Wir beginnen bei allen Artikeln aus Baumwolle. Davon möchten wir von der Baumwollpflanze bis zum Endprodukt jedes Zwischenglied transparent machen.

„2020 haben wir einen Teil der Zulieferer transparent gemacht."

Seit 2019 kommunizieren wir über unsere Artikel auch, wo sie hergestellt wurden. Im Waschetikett geben wir über einen Link zu einer Website das Herstellungsland an. Auf dieser Webseite bieten wir Hintergrundinformationen zum betreffenden Herstellungsland.

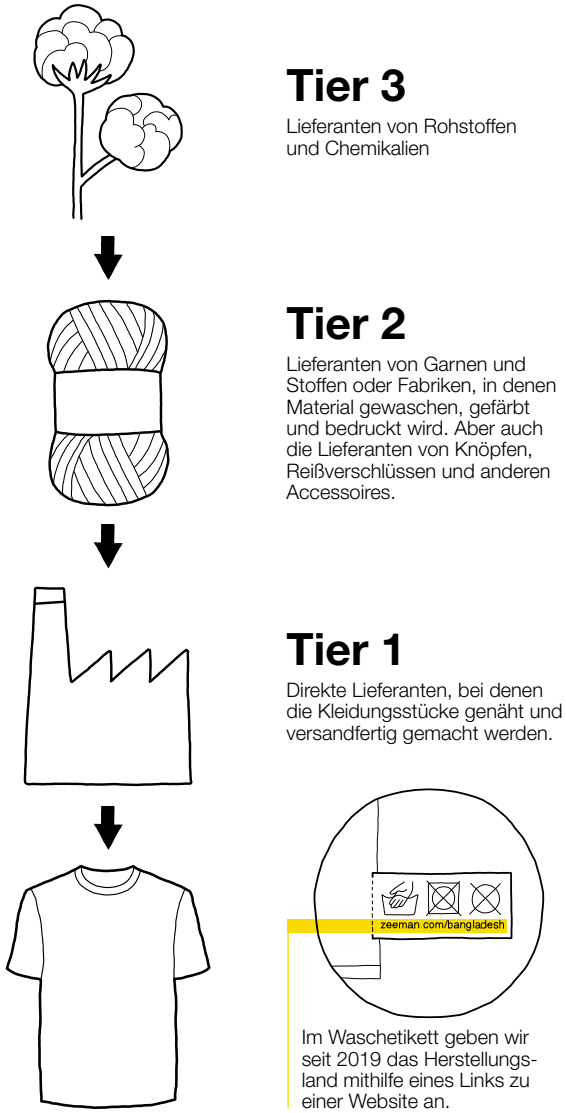
Unser Lieferantenbestand.

Bei Zeeman setzen wir auf langfristige Partnerschaften. Wir nutzen die Geschäftsbeziehungen zu unseren Lieferanten, um positive Veränderungen in den Fabriken zu erwirken und die Arbeitsbedingungen zu verbessern. Unser Ziel ist ein konsolidierter Lieferantenbestand mit einem positiven Einfluss auf die Qualität, die Transparenz und den Wert des Produkts sowie eine Verringerung des Risikos, dass Arbeitnehmerrechte missachtet werden. 2020 haben unsere 50 größten Lieferanten 71% unseres Einkaufswertes produziert. Wir haben uns außerdem mit unseren Einkäufern und Vertretern das hintere Ende unseres Lieferantenbestandes angesehen. Dieses hintere Ende, auch Tail-end genannt, umfasst Lieferanten, mit denen wir nur einen geringen Umsatz haben. Die Gespräche ergaben, dass ein Großteil dieser Lieferanten einzigartige Produkte herstellt, die von unseren vorhandenen Lieferanten nicht produziert werden können. Dabei handelt es sich häufig um ‚Hardware' wie zum Beispiel Wohnaccessoires. Außerdem gab es einzelne Lieferanten, mit denen wir nach Rücksprache mit Vertreter und Lieferant die Zusammenarbeit langsam abbauen werden.

„Unsere 50 größten Lieferanten produzieren 71% unseres Einkaufswertes."

Verantwortungsvolle Ausstiegsstrategie.

Obwohl wir nicht jede beliebige Partnerschaft eingehen, sondern uns an langfristigen Geschäftsbeziehungen orientieren, ist es manchmal unvermeidlich, die Zusammenarbeit mit einem Lieferanten einzustellen. Das kann an dauernden Qualitäts- oder Lieferproblemen, an der mangelnden Bereitschaft zur Mitwirkung an der Verbesserung der Arbeitsbedingungen, an einer veränderten Marktnachfrage, an geopolitischen Entwicklungen oder an sonstigen geschäftlichen und strategischen Gründen liegen. Daher haben wir 2020 eine Ausstiegsstrategie erarbeitet. Wichtiger Ausgangspunkt dabei ist, dass wir eine Geschäftsbeziehung nicht auf verantwortungslose Weise beenden, sondern die Folgen für die Fabrikangestellten berücksichtigen. Wenn wir zum Beispiel an einer Fabrik einen großen Anteil haben, erarbeiten wir in Zusammenarbeit mit dem Lieferanten einen Ausstiegsplan. So hat der Lieferant Zeit genug, andere Orders anzunehmen, und der Produktionsfluss bleibt konstant. Außerdem ist die Missachtung von Arbeitnehmerrechten kein Grund, sich von einem Hersteller umgehend zu trennen. Wir nutzen unseren Einfluss lieber, um die Situation zu verbessern. In solchen Fällen nehmen wir erst einmal den Dialog mit dem Lieferanten auf. Erst wenn ein Lieferant keinerlei Bereitschaft zeigt, an einer Lösung mitzuwirken, trennen wir uns von ihm. Das ist 2020 nicht vorgekommen.



Thema 1. Transparenz und Rückverfolgbarkeit in der Lieferkette.

Thema 2

8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH

17 PARTNERSHIPS FOR THE GOALS

Eindeutige Abmachungen.

Elaine Au Intertrading, Vertreterin in China

„2020 besteht die Zusammenarbeit zwischen Zeeman und Intertrading als Agentur für Hongkong und China seit 50 Jahren. 2020 war wegen des weltweiten Ausbruch des Coronavirus, der zu Kontaktbeschränkungen und sogar Lockdowns führte, ein besonderes Jahr. Es war eine ungeahnte Situation, die noch nie jemand miterlebt hatte.

Audit durch Fair Wear

Als sich Zeeman Fair Wear anschloss, wurden unsere Lieferanten einem Fair-Wear-Audit unterzogen. Die Fair-Wear-Audits, die sich einigermaßen von den herkömmlichen Audits unterscheiden, konzentrieren sich auf die Arbeitsbedingungen des Fabrikpersonals und die Art und Weise, wie Zeeman einkauft. Neben dem Follow-up mit korrigierenden und präventiven Aktionsplänen hilft Fair Wear den Lieferanten auch bei der Verbesserung der Arbeitsbedingungen mit Hilfe von Workshops für die Beschäftigten und die Aufklärung über die europäischen Standards und Arbeitsbedingungen, auf die sie einen Anspruch haben.“

Wir finden, dass jeder in unserer Lieferkette unter einwandfreien und sicheren Bedingungen arbeiten sollte. Unsere Grundlagen finden sich in unserem Code of Conduct.

Die wichtigsten Punkte lauten: keine Kinderarbeit oder Arbeit unter Zwang, normale Arbeitszeiten sowie Sicherheit und Hygiene am Arbeitsplatz. Um die Einhaltung zu kontrollieren, nimmt ein unabhängiger Dritter schon seit Jahren Kontrollen vor. Seit 2020 ist das für die Textillieferanten Fair Wear.

Dank unserer Methode erkennen wir eine strukturelle Verbesserung im Hinblick auf die Gebäudesicherheit und die Arbeitsbedingungen. In den letzten Jahren haben wir einen deutlichen Rückgang bei der Anzahl großer Problempunkte erlebt. Wir sprechen von einem ‚großen Problempunkt', wenn er dringlicher Natur ist. Beispielsweise, wenn ein Notausgang nicht frei ist oder wenn Lohn- und Anwesenheitslisten bei einem Audit nicht verifiziert werden können.

2020 wurden 30 Fabriken einem Audit durch den TÜV SÜD unterzogen. Das waren weniger als geplant, da Audits wegen der COVID-19-Pandemie nur begrenzt durchgeführt werden konnten. Die Fabriken werden im Rahmen eines Audits auf 252 Punkte kontrolliert. Während der 30 Audits, die der TÜV SÜD 2020 durchgeführt hat, ergaben sich sieben große Problempunkte bei drei Fabriken. In drei Fällen konnten Lohn/Arbeitszeiten nicht verifiziert werden, da sich keine optimale Verbindung zur Verwaltung herstellen ließ. Die anderen Problempunkte betrafen Qualitätsprozesse in der Fabrik. Zum Beispiel gab es keinen Metalldetektor oder ein Verfahren beim Abbrechen von Nadeln. Sämtliche Problempunkte wurden im gleichen Jahr behoben.

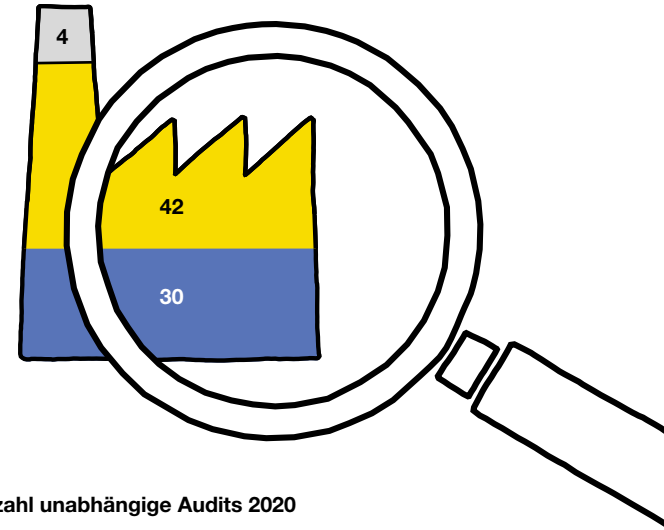
Im abgelaufenen Jahr haben wir außer unseren unabhängigen Audits in Zusammenarbeit mit dem TÜV SÜD auch mit den Audits durch Fair Wear begonnen. Diese Audits wurden bei vier wichtigen Lieferanten vorgenommen, davon zwei in China, einem in Bangladesch und einem in der Türkei.

Ab 2021 werden unsere Textillieferanten nur noch einem Audit durch Fair Wear unterzogen. Der Fokus richtet sich hierbei auf unsere 50 größten Lieferanten. 2021 möchten wir 30 Audits durch Fair Wear vornehmen lassen.

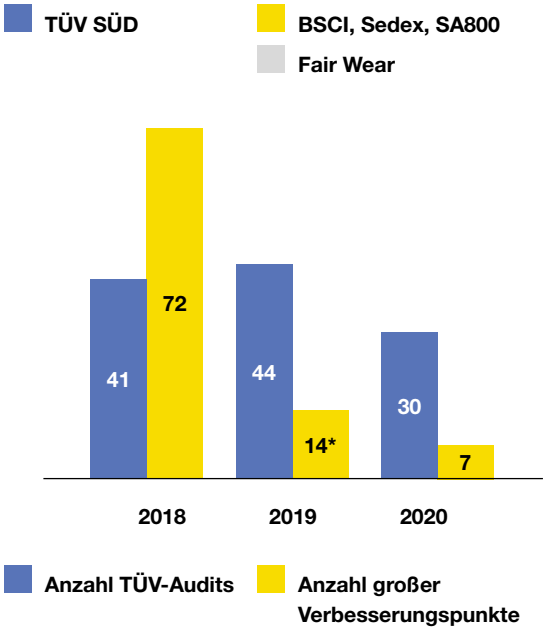
Der Hauptgrund für diesen Wechsel besteht darin, dass die Auditmethoden von Fair Wear auf dem Gebiet der Arbeitsbedingungen in der Fabrik vollständiger sind. Es werden mehr Gespräche mit Fabrikangestellten geführt und diese Gespräche finden außerhalb des Fabrikgeländes statt, sodass die Fragen in einer geschützten Atmosphäre beantwortet werden können.

Außerdem bewegen sich die Fair-Wear-Auditmethoden eine Ebene weiter unten, wenn nach Ursachen für Versäumnisse bei der Einhaltung gesucht wird. So wird beispielsweise auch untersucht, ob sich unsere Einkaufspraktiken auf die Arbeitsbedingungen in der Fabrik möglicherweise negativ auswirken. Außerdem hat Fair Wear in den Produktionsländern lokale Niederlassungen, sodass unsere Lieferanten aktiv bei der Implementierung von Verbesserungen begleitet und Trainingsveranstaltungen zu bestimmten Themen in der Fabrik organisiert werden können.

Damit die Fabrik nicht zu oft einem Audit unterzogen werden und somit Kosten durch mehrere Einzelhandelspartner und Marken verursacht werden, fordern wir den Bericht eines jüngst vorgenommenen Audits an. Bei neuen Lieferanten oder Lieferanten, von denen wir nur eine verhältnismäßig begrenzte Anzahl Orders abnehmen, genügt der Auditbericht eines unabhängigen Dritten wie BSCI, Sedex oder SA8000. Wir befragen die Lieferanten nach den Fortschritten bei den Problempunkten in diesen Berichten.



Anzahl unabhängige Audits 2020



* 2019 wurden mehr Audits ausgeführt als im vorigen Jahr berichtet, sodass auch drei Verbesserungspunkte nicht berichtet wurden. Sie wurden jedoch im gleichen Jahr oder 2020 behoben.

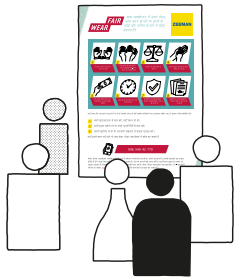
Beschwerdemechanismus.

In den Fabriken in denen unsere Kleidung und Textilien hergestellt werden, hängt jetzt ein Infoposter mit dem Code of Labour Practices von Fair Wear in der jeweiligen Sprache mit einer Telefonnummer. Bei Beschwerden können sich die Fabrikangestellten anonym an die Hilfe-Hotline von Fair Wear wenden. Wenn eine Beschwerde eingeht, untersucht Fair Wear zuerst ihre Gültigkeit. Anschließend wird sie mit uns geteilt. Wir treten mit dem Lieferanten in den Dialog, um eine passende Lösung herbeizuführen. Der Wunsch, dass keine Klagen eingehen, ist nicht sehr realistisch. Wir sehen es als positives Signal, dass der Mechanismus genutzt wird, da es für uns wichtig ist, wenn sich die Fabrikangestellten Gehör verschaffen.

„Es ist wichtig, dass die Stimme der Fabrikangestellten Gehör findet.“

2020 gingen über den Beschwerdemechanismus von Fair Wear zwei Beschwerden ein, beide in Bangladesch. Eine der Beschwerden betraf eine Fabrik, mit der wir seit Ende 2019 zusammenarbeiten. Dabei handelte es sich um eine Mitarbeiterin, die nach einem Fehler bei der Nummerierung eines Schnittbündels Schikanen sowie physischer und verbaler Gewalt ausgesetzt war. Nachdem sie das Management davon unterrichtet hatte, wurde ihr gekündigt. Dabei wurde ihr nicht der vollständige Betrag ausgezahlt, der ihr zustand. Wir haben diese Beschwerde sehr ernst genommen und in enger Zusammenarbeit mit unserem dortigen Vertreter, dem Management der betreffenden Fabrik, dem Opfer und Fair Wear eine Lösung herbeigeführt. Die Mitarbeiterin hat ein angemessenes Entgelt und eine neue Anstellung in einer anderen Fabrik erhalten.

Die andere Meldung betraf eine Fabrik, mit der wir schon seit Jahren zusammenarbeiten. Nach Auskunft des Beschwerdemelders wurde das betriebliche Mitbestimmungsorgan vom Fabrikmanagement ernannt und nicht demokratisch von den Beschäftigten gewählt. Dieses Mitbestimmungsorgan soll die Interessen aller Mitarbeiter vertreten und muss deshalb vom Personal gewählt werden. Wir haben uns gemeinsam mit einem anderem Fair-Wear-Mitglied, das diesen Lieferanten mit uns teilt, um eine Lösung bemüht. Wir konnten unser gemeinsames Einkaufsmacht dazu nutzen, eine faire Wahl durchzusetzen. Alle Beschwerden, die über die Hilfe-Hotline von Fair Wear gemeldet wurden, werden im Internet veröffentlicht.



Beyond auditing.

Auch wenn ein Audit einen zutreffenden Eindruck von den Bedingungen in einer Fabrik vermitteln kann, handelt es sich dabei immer nur um eine Momentaufnahme. Außerdem konzentrieren sich Audits auf die Beurteilung der Konformität und gelten weniger der Untersuchung der dahinter liegenden Ursachen. Audits waren uns in den letzten Jahren dabei behilflich, sichtbare Problempunkte zu korrigieren. Aber um eine wirklich nachhaltige Veränderung zu erzielen, setzen wir in den kommenden Jahren auf Capacity Building. Das bedeutet, dass wir uns stärker den Ursachen der Versäumnisse bei der Problembeseitigung widmen werden. Daher folgt nach jedem Audit, das von Fair Wear vorgenommen wurde, ein Workplace Education Programm (WEP). Dieses WEP-Training ist sowohl für das Fabrikmanagement als auch für die Beschäftigten konzipiert und bietet Tools, die erforderlich sind, um mit Hilfe eines offenen Dialoges die Bedingungen am Arbeitsplatz zu verbessern. Ein wichtiges Ziel ist es auch, dass sich die Fabrikangestellten ihrer Rechte besser bewusst werden und in der Praxis des Beschwerdemechanismus geschult werden.

Zu den Risiken in der Textil- und Bekleidungsindustrie gehört die geschlechtsspezifische Diskriminierung. Insbesondere Frauen sind aufgrund ihrer eingeschränkten Verhandlungsposition und Vertretung in den Gewerkschaften hierfür anfällig. 2020 haben wir deshalb für unsere pakistanischen Lieferanten in Zusammenarbeit mit der Nichtregierungsorganisation IDH Trade ein Training zum Thema Gleichstellung veranstaltet. Anhand eines Fragebogens haben wir eine Bestandsaufnahme gemacht, welche Position unsere Lieferanten zu diesem Thema einnehmen. Außerdem haben wir für jede Fabrik drei Ziele formuliert, nämlich:

1) mindestens 50% der Vertreter in den betrieblichen Mitbestimmungsorganen sind Frauen;
2) mindestens 10% Frauen im Management/höheren Positionen 2021, wobei wir eine jährliche Erhöhung um 5% erwarten;
3) höhere Sensibilität in der Fabrik durch sozialen Dialog und Workplace-Training.

Vereinigungsfreiheit.

Das Recht auf gewerkschaftliche Vertretung ist Kernstück des Projekts Amplify, an dem wir seit 2020 aktiv beteiligt sind. Im Laufe dieses Projekts wird einer unserer wichtigsten Lieferanten in Bangladesch teilnehmen, damit es zu Verbesserungen bei Themen wie sozialem Dialog und Vereinigungsfreiheit kommt. Das ist wichtig, da der soziale Dialog zwischen Management und Beschäftigten häufig noch nicht vorhanden ist. Außerdem besteht nur unzureichender oder gar kein Schutz vor Verstößen durch die örtlichen Behörden. In den Gewerkschaften sind auch Frauen vertreten. Dieses Projekt läuft 2021 an. Dabei werden unter anderem in Zusammenarbeit mit anderen dortigen Experten und Fair Wear Trainingsangebote geschaffen, um das Wissen in der Fabrik zu erhöhen.

Nachhaltige Zusammenarbeit in der Lieferkette.

Um konstruktive Verbesserungen erzielen zu können, ist die Zusammenarbeit mit anderen Anbietern und Unternehmen, den dortigen Nichtregierungsorganisationen und den Behörden wichtig. Deshalb arbeiten wir in mehreren Multi-Stakeholder-Initiativen zusammen, um die Arbeitsbedingungen zu verbessern.

RMG Sustainability Council (RSC).

Der Bangladesh Accord, der 2013 ins Leben gerufen wurde und in 2018 in Transition Accord umbenannt wurde, ist zum 1. Juni 2020 in die nationale Organisation RMG Sustainability Council (RSC) übergegangen. Dabei handelt es sich um ein einzigartiges Kooperationsbündnis zwischen verschiedenen Stakeholdern. Wir setzen uns – verbindlich – für die Verbesserung der Arbeitsbedingungen in der Textilbranche in Bangladesch ein. Die Fabriken haben vieles unternommen, um die Punkte, die sich aus den Sicherheitsinspektionen des Bangladesh Accord ergeben haben, zu verbessern. Bei allen Fabriken in Bangladesch wurden von Accord folgende Inspektionen vorgenommen: Brandschutz, Gebäudekonstruktion und Elektrizität. Außerdem wurden die Fabrikangestellten darin geschult, ihren Vorgesetzten Gefahrensituationen zu melden, und es gibt einen Beschwerdemechanismus, Bei den Fabriken, bei denen Zeeman aktiv ist, wurden bis Ende 2020 95% der ursprünglichen Problempunkte behoben. (2019: 92%) Der Accord-Durchschnitt aller Fabriken betrug Ende 2020 92%. Gemeinsam mit unseren Herstellern wünschen wir uns für 2021, dass 100% der Problempunkte behoben sind.

Grundsatzerklärung Nachhaltige Kleidung und Textilien.

Im vierten Jahr des Abkommens wurde Zeeman vom Sekretariat erneut bewertet. Ein Wert von 70 Prozent der maximalen Punktzahl - 78,9 – wurde erreicht. Der Einblick in unseren Materialverbrauch war ein Kritikpunkt bei der Beurteilung und wurde im Laufe des Jahres 2020 verbessert. Außerdem werden wir in Jahr 5 den Maßnahmenplan aufgrund der Empfehlungen des Sekretariats überprüfen. Die Laufzeit des Abkommens wurde bis zum 31. Dezember 2021 verlängert.

Seit 2019 sind wir Vollmitglied der ETI.

Wir beteiligen uns aktiv am Tamil Nadu Spinning Mill Programm, in dessen Rahmen Trainingsveranstaltungen in den Spinnereien organisiert werden.

Fair Wear.

Fair Wear ist eine Multi-Stakeholder-Initiative mit etwa 130 Mitgliedern und einer breiten Basis, darunter InRetail, Modint, CNV Internationaal, Mondiaal FNV und die Kampagne für saubere Kleidung. Fair Wear setzt sich als Nichtregierungsorganisation schon seit Jahren für einwandfreie Arbeitsbedingungen in der Bekleidungsindustrie in den Ländern, in denen Bekleidung produziert wird, ein. Die Mitglieder von Fair Wear unterziehen sich jährlich dem sogenannten ‚Brand Performance Check'. Das Ergebnis dieses Checks wird im zweiten Quartal 2021 auf unsere Website gestellt werden.

Hier einige Ergebnisse des Jahres 2020, die sich aus der Zusammenarbeit mit Fair Wear ergeben:

- Erstellung einer verantwortungsvollen Ausstiegsstrategie;
- Konsolidierung des Lieferantenbestandes;
- Training Open costing tool für das Einkaufsteam Zeeman und die Lieferanten in Indien und Bangladesch;
- Unterzeichnung der Code of Labor Practices durch die Textillieferanten von Zeeman;
- Einführung des Kundenmechanismus bei den Textillieferanten von Zeeman.

Möchtest du noch mehr über diese Formen nachhaltiger Zusammenarbeit in der Lieferkette erfahren?

Dann lies weiter über die folgenden Links:

RMG Sustainability Council Bangladesh Accord >

Grundsatzerklärung Nachhaltige Kleidung und Textilien >

Ethical Trading Initiative >

Fair Wear >

Thema 3

KINDERARBEIT UND ARBEIT UNTER ZWANG.

8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH

17 PARTNERSHIPS FOR THE GOALS

Mehr Kenntnis, was vor sich geht.

Silvia Mera Direktorin Bekleidungsprogramm GoodWeave International

„2020 hat sich Zeeman dem Programm von GoodWeave International, das der Kinderarbeit und Arbeit unter Zwang in den Lieferketten für Bekleidung und Haushaltstextilien in Nordindien ein Ende bereiten will, angeschlossen. GoodWeave erfasst alle Lieferketten von Fabriken bis zu häuslichen Arbeitsstätten und kontrolliert sie mit Hilfe willkürlicher, häufiger und unangekündigter Inspektionen. Mit Hilfe örtlicher Programme werden Kinderarbeit und Arbeit unter Zwang behoben und unterbunden. Infolge der COVID-19-Pandemie hat das Risiko von Kinderarbeit und Arbeit unter Zwang zugenommen. Zum Schutz der Menschenrechte ist es für die Marken so wichtig wie noch nie, Einblick in ihre vollständigen Lieferketten zu erhalten. Unser Team arbeitet zurzeit mit fünf Lieferanten von Zeeman zusammen, um dieses Ziel zu erreichen.“

Kinderarbeit und Arbeit unter Zwang sind unannehmbar und dürfen in unserer Produktionskette nicht vorkommen. Unsere Lieferanten unterzeichnen hierzu unseren Verhaltenskodex, der auf dem Kodex der Ethical Trading Initiative (ETI) fußt. Um dessen Einhaltung zu kontrollieren, werden die Fabriken, in denen für uns produziert wird, von unabhängigen Dritten kontrolliert. Seit diesem Jahr auch durch Fair Wear.

Während der Audits wird kontrolliert, ob das ausführliche Fair-Wear-Verfahren zur Altersüberprüfung eingehalten wird und ob keine Arbeit unter Zwang verrichtet wird. Außerdem ist der Beschwerdemechanismus von Fair Wear den Fabrikangestellten dabei behilflich, Missstände wie Kinderarbeit oder Arbeit unter Zwang anonym zu melden. 2020 gingen diesbezüglich keine Meldungen ein.

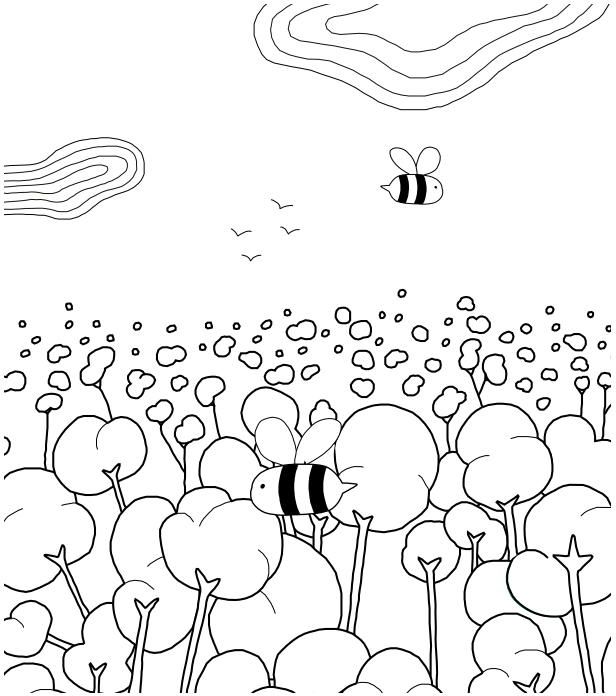
Obwohl das Risiko von Kinderarbeit und Arbeit unter Zwang bislang nicht in den Fabriken, in denen für uns produziert wird, nachgewiesen werden konnte, ist es in der weltweiten Produktionskette leider immer noch ein aktuelles Thema. In den letzten Jahren hat Kinderarbeit weltweit abgenommen, aber seit jüngster Zeit hat sich gezeigt, dass das Risiko von Kinderarbeit und Arbeit unter Zwang infolge der Coronakrise wieder zunimmt. Die Armut hat sich verschärft und die Nachfrage nach billigen Arbeitskräften ist groß. Außerdem deuten Hinweise darauf hin, dass das Risiko nach wie vor tiefer in den Produktionsketten besteht. Wir haben einige Risikogebiete identifiziert, nämlich:

- Baumwolle aus der Region Xinjiang (China), in der eine ethnische Minderheit unter unzumutbaren Bedingungen zur Arbeit auf Baumwollfeldern und in Spinnereien gezwungen wird;
- Spinnereien in Tamil Nadu (Südindien), in denen nachweislich Arbeit unter Zwang vorkommt;
- Baumwollfelder in der Türkei, auf denen das Risiko besteht, dass Flüchtlinge aus Syrien illegal und unter schlechten Arbeitsbedingungen beschäftigt werden.

Da die Wahrscheinlichkeit höher ist, dass das Risiko tiefer in der Produktionskette auftritt, ist es wichtig, die Zwischenglieder in unserer Lieferkette transparent zu machen. Vom Rohstoff bis zum Endprodukt. Aufgrund der Komplexität der Industrie und der zahlreichen Zwischenglieder, die auf dem Weg zum Endprodukt erforderlich sind, besteht hierin eine Herausforderung. Wir favorisieren daher die Offenlegung unserer Zulieferer bei Artikeln aus Baumwolle, da hier das Risiko von Missständen größer ist.

„2021 wollen wir über die Herkunft von 70% unserer Baumwolle Bescheid wissen.“

Damit wir die Herkunft der Baumwolle zurückverfolgen und somit ausschließen können, dass sie aus Risikogebieten stammt, haben wir uns folgendes Ziel gesetzt: 2021 wollen wir, dass uns die Herkunft der Baumwolle, die für unsere Artikel verarbeitet wurde, zu 70% bekannt ist. Aus diesem Grund machen wir unsere Zulieferer transparent. Dieses Jahr waren es dank eines hohen Anteils an zertifizierter Baumwolle bereits 39,5%. Wir kaufen immer mehr Baumwolle über die Better Cotton Initiative (BCI) oder andere als nachhaltig zertifizierte Baumwolle wie GOTS (Global Organic Textile Standard) ein. Dort wird bei der Baumwollgewinnung außer an den Umweltstandards auch an besseren Arbeitsbedingungen gearbeitet. Im nächsten Schritt wird die Herkunft des Anteils konventioneller Baumwolle festgestellt. 2022 wollen wir vom Baumwollfeld bis zum Endprodukt alles lückenlos erfasst haben.



TNMS-Programm ETI.

Seit 2015 beteiligt sich Zeeman am Tamil Nadu Spinning Mill Programm der ETI in Südindien. Dieses Programm zielt darauf ab, Frauen mit Hilfe von Trainingsangeboten darin zu schulen, sich für ihre Rechte einzusetzen. Aber auch dem Management zu vermitteln, einen korrekten Führungsstil zu pflegen. Leider hat die ETI dieses Programm 2020 eingestellt und sich für ein neues Konzept entschieden, bei dem die ETI eher eine koordinierende Funktion wahrnimmt, wobei im Sinne einer größeren Wirksamkeit der Scope von den Mills auf die vollständige Lieferkette verlagert wurde. Lokale Nichtregierungsorganisationen wie SIMA und TASMA sollen darin geschult werden, die Programme in den Mills zu übernehmen. Das ist wichtig, denn es ist erwiesen, dass in Spinnereien in Südindien das Risiko der Arbeit unter Zwang und der Kinderarbeit besteht.

Projekt Kinderrechte in der Türkei.

2020 haben wir gemeinsam mit den Unterzeichnern des Abkommens und der Unicef ein Projekt gestartet, das sich auf die Abschaffung von Kinderarbeit und die Verbesserung der Kinderrechte in und um die Textilfabriken in der Türkei konzentriert. Dieses Projekt hatte sich schon in Bangladesch bewährt.

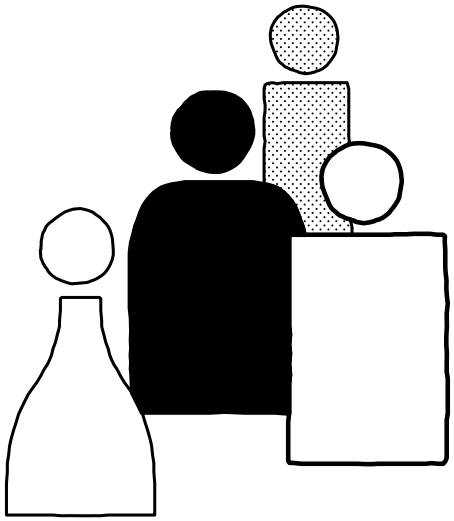
Goodweave.

2020 haben wir uns einem Programm angeschlossen, das in der Region Panipat in Nordindien Hilfestellung bei der lückenlosen Erfassung der Lieferkette leistet. Vier unserer direkten Lieferanten haben sich diesem Programm angeschlossen und gemeinsam mit Goodweave werden auch die Zulieferer transparent gemacht und beurteilt. Das Ziel besteht in der Schaffung von Transparenz, sodass sich mit größerer Sicherheit feststellen lässt, dass Kinderarbeit und Arbeit unter Zwang nicht vorkommen. Wo das dann unerwartet doch der Fall ist, sieht das Programm eine Schulung in der Gemeinschaft vor, in der das Kind lebt. Aus dem ersten Quartalsbericht geht hervor, dass während der Audits an den Produktionsstandorten keine Kinderarbeit nachgewiesen werden konnte. 2021 wird die Überprüfung fortgeführt, indem auch die Unterauftragnehmer dem Programm unterzogen werden.

Hier einige Fakten zum Fortschritt:

- 98 Gespräche mit Fabrikangestellten geführt (insgesamt 1.854 Arbeiter);
- sieben kleinere Problempunkte festgestellt (kein Verfahren zur Unterbindung von Kinderarbeit, keine Kommunikation über das verfolgte Konzept, kein reibungslos funktionierender Beschwerdemechanismus, keine Anwesenheitslisten für die Zeiterfassung, keine Kommunikation über die Dienstpläne, kein Arbeitsvertrag für Akkordarbeiter, keine Gehaltsabrechnung für Arbeiter).

Neben den Audits veranstaltete Goodweave in den Gemeinschaften, in denen sich die Fabriken befinden, auch bestimmte Aktivitäten, die sogenannten ‚Child Friendly Communities' (CFC). Zum Beispiel: Bildungsprogramme für insgesamt 8.998 Kinder. Allerdings ist das Programm derzeit ins Stocken geraten, da wegen der Pandemie Schulen geschlossen sind. In der Zwischenzeit wurde allerdings mit dem E-Learning begonnen, an dem 2.870 Kinder teilnehmen. Zudem werden die Eltern in das Programm einbezogen und über die Rechte der Kinder aufgeklärt. Außerdem werden Konten für Familien eröffnet, die noch keines haben, und Lebensmittel für Familien bereitgestellt, die unter Ernährungsengpässen leiden.



Thema 4

8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH

17 PARTNERSHIPS FOR THE GOALS

Offen gegenüber Dingen, die wir selbst verbessern können.

Alexander Kohnstamm Vorsitzender von Fair Wear

„Wir haben uns gefreut, dass wir im Oktober 2019 Zeeman als neues Mitglied von Fair Wear begrüßen durften. Als großer europäischer Anbieter kann Zeeman für die Menschen in den Textilfabriken viel Positives bewirken. Zeeman hat gemeinsam mit den Fabriken und den Einkäufern immer wieder vieles geleistet, vor allem auf dem Gebiet der höheren Löhne. Jeder kann erleben, welche Schritte Zeeman in der nächsten Zeit noch auf dem Weg in Richtung bessere Arbeitsbedingungen unternehmen wird. Jährlich kontrollieren wir das nämlich während des Fair Wear Performance Check, der öffentlich geteilt wird. Diese Arbeitsweise passt gut zu Zeeman, bei dem Transparenz großgeschrieben wird.“

Nachhaltigere Einkaufspraktiken berühren das Herzstück unseres Unternehmens. Zeeman ist einkaufsgesteuert. Das heißt, dass die Kollektion und der Einkaufspreis, aber auch der Verkaufspreis, die Qualität, Vorräte und Gewinnspannen in die Zuständigkeit der Abteilung Einkauf fallen.

Um nachhaltiger zu werden, können wir am meisten bewirken, wenn wir in bei jeder Facette des Einkaufsprozesses die Folgen für Mensch und Umwelt berücksichtigen. Es ist kein Zufall, dass in diesem Bericht alle Nachhaltigkeitsthemen direkt unsere Einkaufspraktiken berühren. Um die Integration zwischen Nachhaltigkeit und Einkauf zu vergrößern, finden regelmäßig Beratungen zwischen den Abteilungen CSR & Qualität und Einkauf statt. Bei sämtlichen Herausforderungen in der Lieferkette 2020 haben unsere Einkaufspraktiken festen Halt geboten. Das haben wir kurz nach Ausbruch der Pandemie in Europa noch einmal schriftlich bestätigt.

Vereinbarungen treffen.

Gemeinsam mit unseren Einkäufern haben wir Richtlinien erstellt. Zu den wichtigen Eckpunkten gehört, dass unsere Einkäufer jederzeit über den exakten Produktionsstandort informiert sind und auch möglichst viele nachhaltige Entscheidungen treffen, wenn es um den Materialverbrauch geht. Außerdem muss der Preis, der für einen Artikel bezahlt wird, es dem Lieferanten ermöglichen, seinen Verpflichtungen nachzukommen. Um das Risiko von Überstunden zu verringern, möchten wir unsere Orders rechtzeitig aufgeben, damit die Lieferanten die Produktion einwandfrei einplanen können. Außerdem berücksichtigen wir den Anteil an der gesamten Produktionskapazität, den wir bei einer Fabrik nutzen. Wir möchten gesunde Geschäftsbeziehungen zu unseren Lieferanten aufbauen, ohne dass die Lieferanten in zu große Abhängigkeit geraten oder umgekehrt.

Zeeman auf dem Prüfstand

Die Lieferanten sind es gewohnt, dass sie beurteilt werden. Nach der Sicherheit ihrer Fabriken, den Folgen für die Umwelt, aber auch nach dem Preis und der Qualität und der rechtzeitigen Verschiffung dieser Orders. 2020 haben wir eine Untersuchung eingeleitet und den Spieß umgedreht (360-Grad-Evaluation). Wir haben unsere Fabriken gebeten, uns anhand von 56 Fragen nach unseren Einkaufspraktiken zu beurteilen. Das war anonym möglich, sodass ausreichend Freiheit bestand, ehrliche Antworten zu geben. 171 Lieferanten in Fernost und der Türkei haben unseren Fragebogen ausgefüllt. Mit Hilfe der wertvollen Ergebnisse dieser Befragung werden wir unsere Arbeitsweise 2021 gegebenenfalls weiter ausfeilen.

„2020 gaben uns 171 Lieferanten ein 360-Grad-Feedback.“

Preisverhandlungen.

Unsere Existenzgrundlage besteht darin, Artikel zum kleinstmöglichen Preis zu verkaufen Das tun wir schon seit 54 Jahren. Aber was geht, wird auch von unseren Lieferanten bestimmt. Deshalb stellen wir immer öfter die Frage, wie sich die Anschaffungs- und Herstellungskosten zusammensetzen.

Wir möchten nicht über einen Einkaufspreis verhandeln, der unter dem Anschaffungs- und Herstellungskosten der Produktion liegt und der Fabrik keinen Gewinn bringt. Das kann sich auf die Arbeitsbedingungen der Fabrikangestellten nämlich negativ auswirken. Fair Wear hat im Februar für unser Einkaufsteam und die Geschäftsleitung einen Workshop zum Thema Open Costing anhand des ‚Labour minute costing tool' von Fair Wear organisiert. Diese Tool zeigt detailliert, welche direkten und indirekten Kosten den Anschaffungs- und Herstellungskosten eines Artikels zuzurechnen sind. Diesen Workshop haben die Lieferanten in Indien ebenso wie unsere bengalischen Lieferanten besucht.

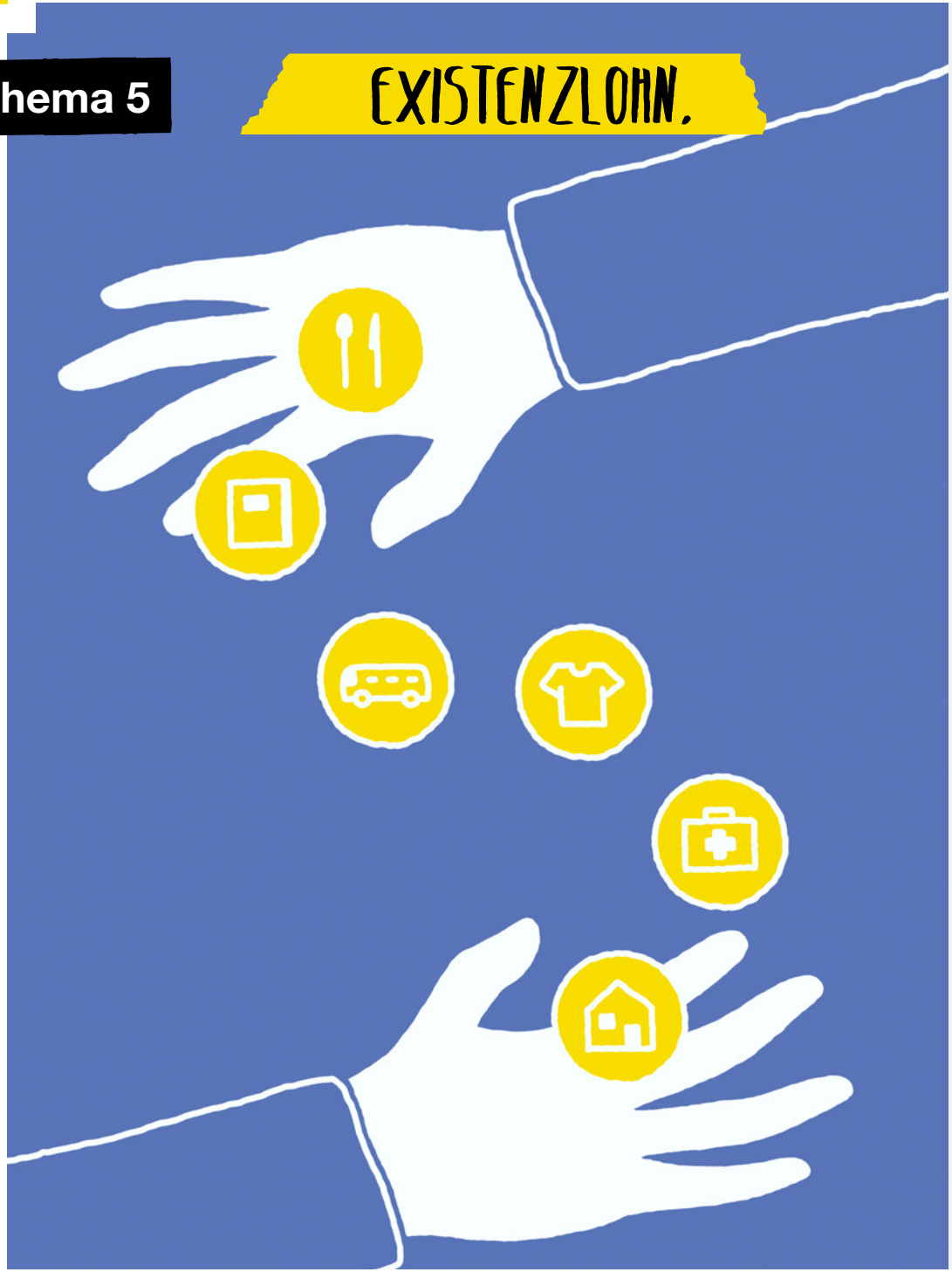
Workshop Responsible design & buying.

80% der Umweltbelastung wird durch Entscheidungen im Laufe des Designprozesses verursacht. Darum haben wir im Dezember in Zusammenarbeit mit der Branchenorganisation Modint einen Workshop zum Thema Responsible design & buying für unsere Einkaufs- und Designabteilung veranstaltet.

Lieferantenmanagement.

Langfristige Geschäftsbeziehungen sorgen für Kontinuität. Wir beobachten, dass 70% unseres Einkaufswertes von nur 50 Lieferanten produziert was wird. Und mit 93% dieser Lieferanten arbeiten wir schon seit fünf Jahren oder länger zusammen. So sorgen wir für Kontinuität und schaffen uns die Einkaufsmacht, um weiterhin das Nötige zu verbessern.

Thema 5



1 NO POVERTY

17 PARTNERSHIPS FOR THE GOALS

Lohnerhöhungen.

Mrs. Shaheen, Mitarbeiterin beim Lieferanten MYM, Pakistan

„Ich arbeite schon seit Jahren als Näherin bei MYM. Ich bin mit meinem Lohn von 22.500 Rupien sehr zufrieden. Dieser Lohn reicht aus, um unsere Grundbedürfnisse zu decken. Da viele Kosten steigen, ist es auch wichtig, dass unsere Löhne wie schon im vorigen Jahr ebenfalls steigen und wir auch noch eine Sonderzahlung für den Ramadan erhalten. Auch während des COVID-19-Lockdowns habe ich mein vollständiges Gehalt und die Sonderzahlung erhalten, wofür ich sehr dankbar bin. Überstunden werden doppelt entgolten, das ist im Einklang mit dem pakistanischen Gesetz und wir erhalten jährlich eine Erhöhung. Meine Familie und Freunde arbeiten bei uns in der Nähe in anderen Fabriken und sind überrascht, dass ich 22.500 Rupien verdiene und sie nur den Mindestlohn von 17.500 Rupien.“

Mr. Shahid, Mitarbeiter beim Lieferanten MYM, Pakistan

„Ich heiße Shahid, bin verheiratet und habe drei Kinder. Ich arbeite seit fünf Jahren als Flatlock-Bediener bei MYM. Meine Frau arbeitet in Teilzeit von zu Haus aus. Wir sind dankbar, dass unser Lohn erhöht wurde. So können wir das Schulgeld für unsere Kinder und auch die Aufnahmegebühr und andere Dinge für unsere Kinder bezahlen. Zwei meiner Freunde arbeiten jetzt auch bei MYM, weil sie durch mich vom Existenzlohn erfahren hatten.“

Wir möchten, dass die Beschäftigten bei den Zeeman-Herstellern einen Existenzlohn erhalten. Das unterzeichnen unsere Lieferanten in unserem Verhaltenskodex. Das bedeutet, einen Lohn, der für alle Grundbedürfnisse wie Unterkunft, Transport, Ernährung und Gesundheit ausreicht. Die von der Politik festgelegten gesetzlichen Mindestlöhne in Ländern wie Indien, Pakistan und Bangladesch reichen oft nicht aus, um diese Grundbedürfnisse zu decken.

2018 Informationen sammeln und eine Roadmap erstellen.

- Input von externen Stakeholdern mit Kompetenz beim Thema Existenzlohn (Abkommen über nachhaltige Kleidung und Textilien, ETI, Kampagne für saubere Kleidung) anfordern.
- Neujustierung der Richtlinien für unsere eigenen Einkaufspraktiken.
- Verbesserung des Managements bei der Führung der Lohn- und Anwesenheitslisten.

2019 Das Thema Existenzlohn vertiefen und darin eine Zusammenarbeit eingehen.

- Teilnahme am Training ‚Collective Project Living Wage' des Abkommens über nachhaltige Kleidung und Textilien.
- Start des ersten Pilotprogramms in einer Fabrik, in der wir gemeinsam mit einem anderen Abkommens-unterzeichner produzieren lassen.
- Erfassung der Mindestlöhne und tatsächlichen Löhne sowie Berechnung eines Existenzlohns während der Audits des TÜV SÜD.
- Einsichtnahme in die Anschaffungs- und Herstellungskosten der Artikel, damit der Einkaufspreis in eine Relation zu den Arbeitsbedingungen gesetzt werden kann.

2020 Aktive Nutzung der Möglichkeiten beim Beitrag zu einem Existenzlohn.

- Entwicklung eines Beschwerdemechanismus und Förderung des Rechts auf gewerkschaftliche Vertretung unter den Arbeitnehmern in den Fabriken.
- Einführung von Pilotprogrammen mit anderen Abkommensunterzeichnern bei unseren wichtigsten Lieferanten.
- Ausgabe eines Frage-bogens an die Hersteller, damit sie unsere Einkaufs-praktiken anonym beurteilen können.

2021 Ein Konzept anhand der Erfahrungen der vorangegangenen Jahre erarbeiten.

- Erstellung eines Aktionsplans anhand der Ergebnisse des Better Buying oder eines eigenes Fragebogens.
- Erstellung eines Aktionsplans anhand der Ergebnisse der Pilotprogramme bei unseren wichtigsten Herstellern.

Anhand unserer Roadmap setzen wir dieses Thema konkret um. Ein wichtiger Bestandteil dabei besteht darin, mit Blick auf den Existenzlohn größeren Einblick in die Verhältnisse bei unseren Herstellern zu bekommen. So können wir besser bestimmen, was ein Existenzlohn ist und ob die Arbeitnehmer in der Fabrik tatsächlich einen Existenzlohn erhalten. Wir glauben, dass der Erhalt eines Existenzlohnes als Katalysator wirkt, durch den andere Risiken in unserer Lieferkette wie exzessive Überstunden und Kinderarbeit vermieden werden können. Wir haben in den letzten Jahren im Rahmen der social audits den Unterschied zwischen dem gesetzlich geltenden Mindestlohn, dem tatsächlichen Lohn und dem Existenz-lohn transparent gemacht. Diese Daten haben wir bei 33% unserer Lieferanten in Fernost und der Türkei gesammelt. Unser Ziel von 40% haben wir leider nicht erreicht, da wir wegen COVID-19 weniger Fabriken als geplant einem Audit unterziehen konnten. 2021 möchten wir mit allen relevanten Stakeholdern einen Aktionsplan mit einem konkreten Konzept erstellen, um den Existenzlohn tatsächlich zu implementieren.

2020 haben wir in unseren Fabriken schon den Beschwerdemechanismus von Fair Wear eingeführt und sie gebeten, anhand eines Fragebogens unsere Einkaufspraktiken zu beurteilen. Inzwischen arbeiten wir gerade mit einem anderen Mitglied des Abkommens an den Vorbereitungen für ein Programm zur Einführung eines Existenzlohns in einer gemeinsam genutzten Fabrik in Indien. Wir erwarten, dass das Pilotprojekt 2021 anlaufen kann.

Wir möchten nicht unterhalb der Anschaffungs- und Herstellungskosten verhandeln. Das kann sich negativ auf Mensch und Umwelt auswirken. Deshalb untersuchen wir mit Hilfe von Kostenkalkulationen, wie sich die Anschaffungs- und Herstellungskosten zu unserem Einkaufspreis verhalten. So können wir bestimmen, ob wir die Zahlung eines Existenzlohns auch wirklich ermöglichen. 2020 haben wir unsere Lieferanten gebeten, unsere Einkaufspraktiken zu beurteilen, wobei wir speziell auf die Verhandlungen mit Blick auf die Anschaffungs- und Herstellungskosten eingegangen sind.

2019 haben wir ein Projekt mit Schijvens, einem Hersteller von Berufskleidung, initiiert, mit dem wir uns eine Fabrik in Pakistan teilen. Schijvens ist ebenso wie Zeeman ein Familienunternehmen, Abkommensunterzeichner und Mitglied von Fair Wear. 2020 lief dieses Pilotprojekt weiter. Gemeinsam mit Schijvens nutzen wir 75% der gesamten Kapazität dieser Fabrik. Die Mitarbeiter haben anhand eines umfassenden Fragebogens angegeben, was sie monatlich für Einkäufe, Fahrtkosten, Mietkosten usw. aufwenden. Auf dieser Basis haben wir anschließend die Berechnung vorgenommen Daraus ergab sich, dass der Existenzlohn in der Region dieser Fabrik 29% über dem gesetzlichen Mindestlohn lag. Damit der Fabrikinhaber seinen Mitarbeitern tatsächlich einen Existenzlohn zahlen kann, haben wir mit Wirkung zum Oktober 2019 unsere Einkaufspreise angehoben. Ein wichtiger Aspekt war dabei die Kommunikation mit Fabrikangestellten, die es gewohnt waren, einen Akkordlohn zu erhalten. Ihnen wird nun bewusst, dass sie bei einem festen Vertrag und einem festen Gehalt größere Sicherheiten haben.

Kontrolle der Buchhaltung.
Wir mussten genau erläutern, dass ein Angestelltenverhältnis für die Mitarbeiter eine Verbesserung mit sich bringt, da sie auch im Krankheitsfall oder bei einer vorübergehenden Auftragsflaute eine Lohnfortzahlung erhalten. Für alle Mitarbeiter wurde ein Konto eröffnet, auf das ihnen ihr Gehalt überwiesen wird. Da wir und Schijvens einen großen Anteil an der Fabrik haben, können wir sehen, ob die Löhne auch wirklich gezahlt werden, indem wir in der Buchhaltung die Lohnabrechnungen kontrollieren. Für den Fabrikinhaber ist das ein großer Schritt, da er Rechenschaft ablegen muss und auf die langfristige Verpflichtung aller beteiligten Parteien setzen muss.

Thema 6

3 GOOD HEALTH AND WELL-BEING
6 CLEAN WATER AND SANITATION
17 PARTNERSHIPS FOR THE GOALS

Ehrgeizige Ziele.

Serge Léon Chemiefachmann bei Modint

„Trotz der herausfordernden Zeiten ist es Zeeman 2020 gelungen, weitere Schritte in Richtung nachhaltige Lieferkette zu unternehmen. Die Chemiemanagementtools, nämlich die „Restricted Substance List (RSL)“ und die „Manufacturing Restricted Substances List (MRSL)“, wurden fortentwickelt und überarbeitet. Beide Listen dienen als Ausgangsbasis für die Entwicklung solider Chemiemanagementverfahren bei den Zulieferern. Zugleich wurde ein erster Schritt mit der Schulung der Zulieferer auf dem Gebiet des Chemiemanagements unternommen. Das Ziel des Training bestand darin, den Lieferanten das Arbeiten mit beiden Listen, die Vorteile eines einwandfreien Chemiemanagements und die Wichtigkeit von Kläranlagen zu erläutern. Alles in allem wegweisende Schritte und ein gelungener Auftakt für das Abstecken ehrgeiziger Ziele für die Zulieferer. Alles Gute, Zeeman!“

Bei einem verantwortungsvollen Unternehmen geht es oft um die Nutzung nachhaltigen Materials oder die Eindämmung von Kunststoffverpackungen. Ein mindestens genauso wichtiges Thema ist, welche Folgen die Herstellung der Artikel für die Umwelt hat. Diese Folgen bleiben unseren Kunden verborgen, wirken sich aber erheblich auf die Umwelt und das Lebensumfeld der dortigen Fabrikangestellten aus. Wir möchten verhindern, dass die Herstellung unserer Artikel nachteilige Folgen für Mensch oder Umwelt hat.

Deshalb haben wir 2018 eine Roadmap entwickelt, um die möglichen negativen Folgen für die Umwelt zu untersuchen und zu verbessern. Die größte Umweltbelastung durch unsere Produktion liegt tiefer in unserer Lieferkette. Nämlich dort, wo unsere Artikel gewaschen, gefärbt und bedruckt werden. Das nennen wir auch Nassverfahren. Diese Prozesse laufen manchmal in der Fabrik ab, in der unsere Artikel genäht werden, werden aber regelmäßig an Fabriken vergeben, zu denen wir keine direkten Geschäftsbeziehungen unterhalten. Das führt dazu, dass der Einfluss auf die Arbeitsbedingungen begrenzter ist.

Letztes Jahr haben wir einen Fragebogen an alle direkten Lieferanten ausgegeben, um einen Einblick zu gewinnen, welche Prozesse in den Fabriken ablaufen, mit denen wir direkt zusammenarbeiten, und welche Prozesse ausgegliedert werden. 2020 waren es insgesamt 205 Fabriken, in denen Nassverfahren für unsere Artikel abliefen. Dabei wurden 19% vertikal integriert. Das bedeutet, dass das Waschen, Bedrucken oder Färben unter einem Dach erfolgt. Bei den übrigen 81% wurden diese Verfahren an Dritte vergeben.

„80% unserer Fabriken haben ein Klärsystem.“

Der Umgang mit Chemikalien und (Ab-)Wasser birgt erhebliche Risiken. Der nachlässige Umgang mit Chemikalien und Abwasser kann zur Wasser- und Bodenverunreinigung führen. Außerdem kann die Freisetzung schädlicher Chemikalien im Lebensumfeld der dortigen Bevölkerung ernsthafte Risiken für deren Gesundheit zur Folge haben. Deshalb haben wir das Ziel aufgestellt, dass alle Fabriken, in denen für Zeeman gewaschen, gefärbt oder bedruckt wird, über ein Klärsystem verfügen müssen. 2020 waren es 80%. Somit haben wir unser Ziel von 90% nicht erreicht. Der Einbau eines Klärsystems erfordert eine erhebliche finanzielle Investition. Wegen der Krise war das für einige Lieferanten nicht möglich. 2021 werden wir folgende Aktionen durchführen, damit wir Ende 2021 unser Ziel von 90% und Ende 2022 unser definitives Ziel von 100% erreichen, indem wir:

- unsere Lieferanten um eine Zusicherung ersuchen, die Kläranlage zeitnah einzubauen;
- die Zusammenarbeit mit Lieferanten ohne Klärsystem herunterfahren;
- unsere direkten Lieferanten bei der Auswahl neuer Wäschereien und Färbereien unterstützen, die den Anforderungen an Kläranlagen genügen.

Chemikalienmanagement

Für die Herstellung unserer Artikel sind Chemikalien nötig. Sie werden verwendet, um Rohstoffe wie Baumwolle zu modifizieren, aber auch um die Maschinen während der Herstellungsprozesse wie zum Beispiel dem Bedrucken und Färben zu reinigen. Wir möchten, dass alle Stoffe, die zur Herstellung unserer Produkte verwendet werden, für Mensch und Umwelt sicher sind. Deshalb führen wir bereits seit 2011 eine Restricted Substances List (RSL). Diese Liste enthält die Grenzwerte für Chemikalien in Endprodukten. 2019 haben wir diese Liste um Chemikalien erweitert, die während des Herstellungsprozesses nicht mehr verwendet werden dürfen, da sie für die Menschen, die damit arbeiten, nicht sicher sind, oder der Umwelt Schaden zufügen können. Unsere neueste Manufacturing Restricted Substances List (MRSL) findet sich auf unserer Website. Diese Liste haben wir 2020 noch erweitert und unseren Lieferanten vorgelegt.

Verantwortliches Arbeiten mit Chemikalien.

Im Dezember haben wir für unsere Hersteller in China ein Webinar veranstaltet. Dort wurden sie von zwei Experten von Modint im verantwortungsvollen Umgang mit Chemikalien geschult. Von der Beschaffung und dem Sourcen bis hin zu besseren und sicheren Alternativen zu Chemikalien, vom Tragen von Schutzkleidung bei ihrer Verwendung bis hin zur Eindämmung der Freisetzung von Chemikalien in der Umwelt.

2020 wurde von der Nichtregierungsorganisation Solidaridad und dem niederländischen Grundsatzerklärung Nachhaltige Kleidung und Textilien ein Handbuch für Hersteller entwickelt, das beschreibt, wie die Auswirkungen der Nassverfahren erfasst und verringert werden können. Dieses Handbuch werden wir einschließlich der von uns formulierten Ziele zugunsten einer fortlaufenden Verbesserung mit unseren Lieferanten teilen.

Bewusstes Design.

Die Umweltbelastung durch einen Artikel hängt sehr von den Entscheidungen ab, die im ersten Schritt des Herstellungsverfahrens getroffen werden, nämlich vom Entwurf. Deshalb haben wir 2020 ein Training für unsere Designer und Einkäufer veranstaltet, bei dem der Fokus auf bewussten Entscheidungen zur Förderung nachhaltiger Produkte und Kreislaufprinzipien lag.

Energie-Audit IDH-Trade in Pakistan.

Außer den Umweltaspekten, die sich direkt mit einem Artikel verknüpfen lassen wie das Färben der Kleidung und der Einsatz von Chemikalien, ist es auch lohnenswert, den Energieverbrauch einer Fabrik zu drosseln. Gemeinsam mit IDH-Trade, der Sustainable Trade Initiative, haben wir in Pakistan mit einer Jeansfabrik begonnen, in der IDH-Trade ein Energieaudit vorgenommen hat. Aus diesem Audit ging hervor, welche energiesparenden Maßnahmen die Fabrik ergreifen kann. Dazu gehören die Isolierung, das Abdichten undichter Stellen und der Einbau energiesparender Beleuchtung. Ein Energieaudit hat den Vorteil, dass es sich außer den positiven Folgen für die Umwelt auch kostendämpfend auswirkt. 2021 möchten wir die übrigen Lieferanten in Pakistan bitten, ein Energieaudit vorzunehmen.

Das Feedback des Jeansherstellers auf das Energieaudit

Meiner Meinung nach war es ein gelungenes Audit. Obwohl ich noch nicht die Möglichkeit hatte, die finanziellen Vorteile und genauen Energieeinsparungen zu vergleichen, kann ich dennoch sagen, dass es nützlich war, weil es mir ein sicheres Gefühl gegeben hat, dass ein professionelles Team ein Audit durchgeführt hat. Ich habe einen detaillierten Bericht über alle Abteilungen und eine Analyse des Stromverbrauchs sowie der Energieverluste erhalten. Wir haben alle von ihnen vorgeschlagenen Korrekturpläne umgesetzt.

Arcadis Dye House Improvement Project in China.

Seit 2019 beteiligen wir uns am Dye House Improvement Project des Abkommens über nachhaltige Kleidung und Textilien.

Eine Färberei, mit der einer unserer chinesischen Lieferanten arbeitet, hat hierzu ein Programm zur Verringerung der Umweltbelastung absolviert. Daran war Arcadis als Externer beteiligt. Obwohl wir mit dieser Fabrik nicht direkt Geschäfte treiben, war das Management bereit, sich an dem Projekt zu beteiligen, nachdem wir das beiderseitige Interesse unterstrichen hatten.

2019 wurden auf behördliche Anweisung zahlreiche Färbereien in China geschlossen, weil sie den gesetzlichen Umweltvorgaben nicht entsprachen. Mit diesem Projekt kann unser Lieferant seine Geschäftstätigkeit in Übereinstimmung mit den dortigen und den europäischen Gesetzen und Vorschriften optimieren. Die Fokusgebiete des Projekts waren unter anderem: Energie-, Wasser- und Chemikalienmanagement, Gebäudesicherheit, Entsorgungsmanagement und die Sicherheit am Arbeitsplatz.

Das Projekt begann mit einem Besuch der Fabrik durch dortige Experten. Während des Besuches wurden Gespräche mit dem Management geführt, Unterlagen kontrolliert und die Fabrik inspiziert. Die Befunde und Empfehlungen wurden mit uns und unserem dortigen Vertreter geteilt. Gemeinsam wurde ein Aktionsplan erstellt, um Verbesserungen durchzuführen. Die Fortschritte werden jeden Monat besprochen. 2020 wurden nahezu alle Verbesserungspunkte von der Fabrik beherzigt. Zum Beispiel wurden Augenduschen eingebaut, damit das Auge beim Eindringen von Chemikalien sofort ausgespült werden kann. Außerdem wurden Orte, an denen Chemikalien aufbewahrt werden, mit Labels und Dokumenten versehen, damit die Mitarbeiter die Gefahren und den Verwendungszweck zur Kenntnis nehmen können. Außerdem wird das Tragen persönlicher Schutzausrüstung strenger kontrolliert, wenn mit Chemikalien gearbeitet wird. Ein Punkt ist noch offen. So ist nämlich ein besseres Lüftungssystem nötig, das den Staub aus der Produktion nicht einfach freisetzt. Da es sich um ein außergewöhnliches Jahr handelt und hierfür beträchtliche Investitionen anfallen, wird dieser Punkt 2021 aufgegriffen.

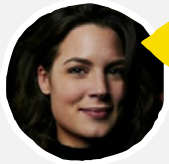
2020 haben wir ein ähnliches Projekt für unsere bengalischen Fabriken in Angriff genommen. Es wird von der Nichtregierungsorganisation Solidaridad geleitet und ihm haben sich drei weitere Mitglieder des Abkommens angeschlossen. Das Ziel besteht darin, mit Hilfe eines Assessments und anschließender Trainingsveranstaltungen die Umweltbelastung durch unsere Produktion einzudämmen.

Thema 7

12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION

17 PARTNERSHIPS FOR THE GOALS

Große Schritte beim nachhaltigen Einkauf.



Romy Zaal, Einkäuferin Kinder- und Teenagerkleidung

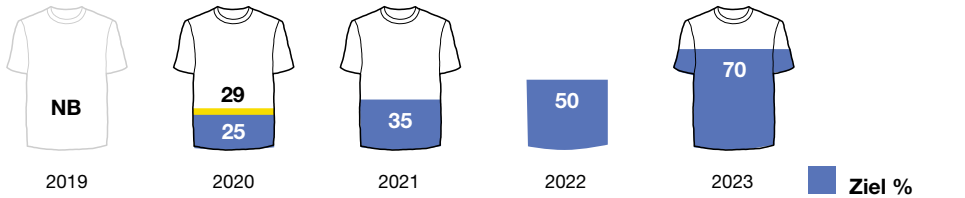
„Baumwolle ist der meistverwendete Rohstoff in der Kinderkollektion. Mein Ziel ist es, bis 2021 mindestens 50% der Baumwolle in BCI-zertifizierte Baumwolle umzusetzen. Ergänzend dazu GOTS-Baumwolle, recycelte Baumwolle/Polyester und nachhaltige Viskose (eco vero/liva eco). Schöne Alternativen, mit denen unsere Kollektion immer nachhaltiger wird. Die Einführung nachhaltigen Materials zu unseren niedrigen Preisen ist dank der engen Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten möglich. Wir arbeiten Schritt für Schritt. Deshalb prüfen wir bei jedem Gespräch mit dem Lieferanten, welcher Folgeschritt möglich ist. In den letzten beiden Jahren haben wir erlebt, dass diese Schritte immer größer werden. Auch das vorige Jahr, in dem wir wegen COVID-19 unsere Zusammenarbeit oft auf Distanz und digital bewerkstelligen mussten, stand uns dabei nicht im Wege. Das ist eine erfreulich Entwicklung in einem Unternehmen mit sozialer Verantwortung und mittlerweile eine feste Größe in unserem Einkaufsprozess.“

Die Entscheidung zugunsten nachhaltigen Materials wirkt sich häufig auf die gesamte Kette aus. 2020 haben wir bedeutende Schritte in Richtung Transparenz unseres Materials unternommen. Wir haben ein Tool entwickelt, mit dem wir jeden Monat den Materialverbrauch pro Land, pro Lieferant, pro Einkäufer und pro Vertreter protokollieren können.

So können wir den Fortschritt optimal überwachen und bei Bedarf korrigierend eingreifen. 2019 haben wir das Ziel formuliert, dass die gesamte Kollektion 2020 aus 25% nachhaltigem Material besteht. Für 2020 können wir die Schlussfolgerung ziehen, dass wir dieses Ziel hinter uns gelassen und am Ende des Jahres auf 29% nachhaltiges Material insgesamt gekommen sind. Wir möchten dieses Wachstum fortsetzen und erstreben 35% nachhaltiges Material für die gesamte Kollektion 2021.

Baumwolle ist unser wichtigster Rohstoff. Unser Textilsortiment besteht nämlich zu 66% aus Baumwolle. Wir stellen Unterwäsche, Socken und Bodys aus Baumwolle her. Aber auch Geschirrtücher und Badehandtücher. Die Produktion der Baumwolle belastet die Umwelt, da hierfür viel Wasser benötigt wird und Pestizide und Kunstdünger eingesetzt werden. Deshalb entscheiden wir uns immer häufiger für Bio-Baumwolle als Rohstoff. Dafür werden keine schädlichen Chemikalien und Kunstdünger verwendet. Außerdem nutzen wir recycelte Baumwolle. Restmaterial aus früheren Produktionen wird dann wiederverwendet, sodass neue, kostbare Rohstoffe geschont werden. Unser Baumwollverbrauch besteht inzwischen zu 42% aus nachhaltigen Optionen. Für 2021 streben wir an, dass mindestens 50% unserer Baumwolle aus nachhaltigen Quellen stammt.

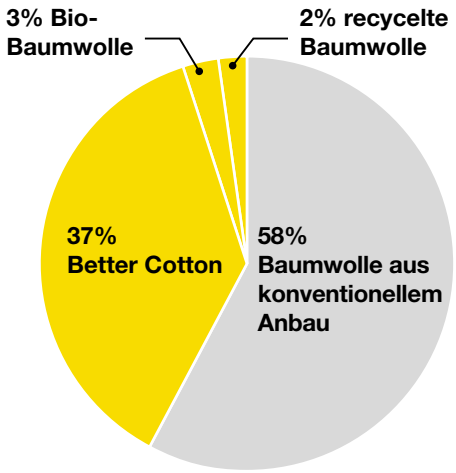
Anteil der Bio-Baumwolle an unserem gesamten Baumwollverbrauch.



Anteil nachhaltiger Materialien an unserem gesamten Textilverbrauch.

Better Cotton Initiative.

Damit die Kollektion auf breiter Ebene nachhaltig wird und die Umweltbelastung durch die Baumwollproduktion weltweit verringert wird, arbeiten wir seit 2015 mit der Better Cotton Initiative (BCI) zusammen. Die Better Cotton Initiative ist eine Organisation, die sich weltweit für bessere Bedingungen in der Baumwollwirtschaft einsetzt. Die BCI hilft den Baumwollerzeugern, ihre Baumwolle besser anzubauen. Das sollte einerseits zu einem größeren Baumwollertrag und somit für mehr Geld für die Erzeuger sorgen. Und andererseits zu einer effizienteren Arbeitsweise mit weniger Chemikalien führen. Das bedeutet: Weniger Energie, weniger Wasser und weniger Schäden an der Umwelt.

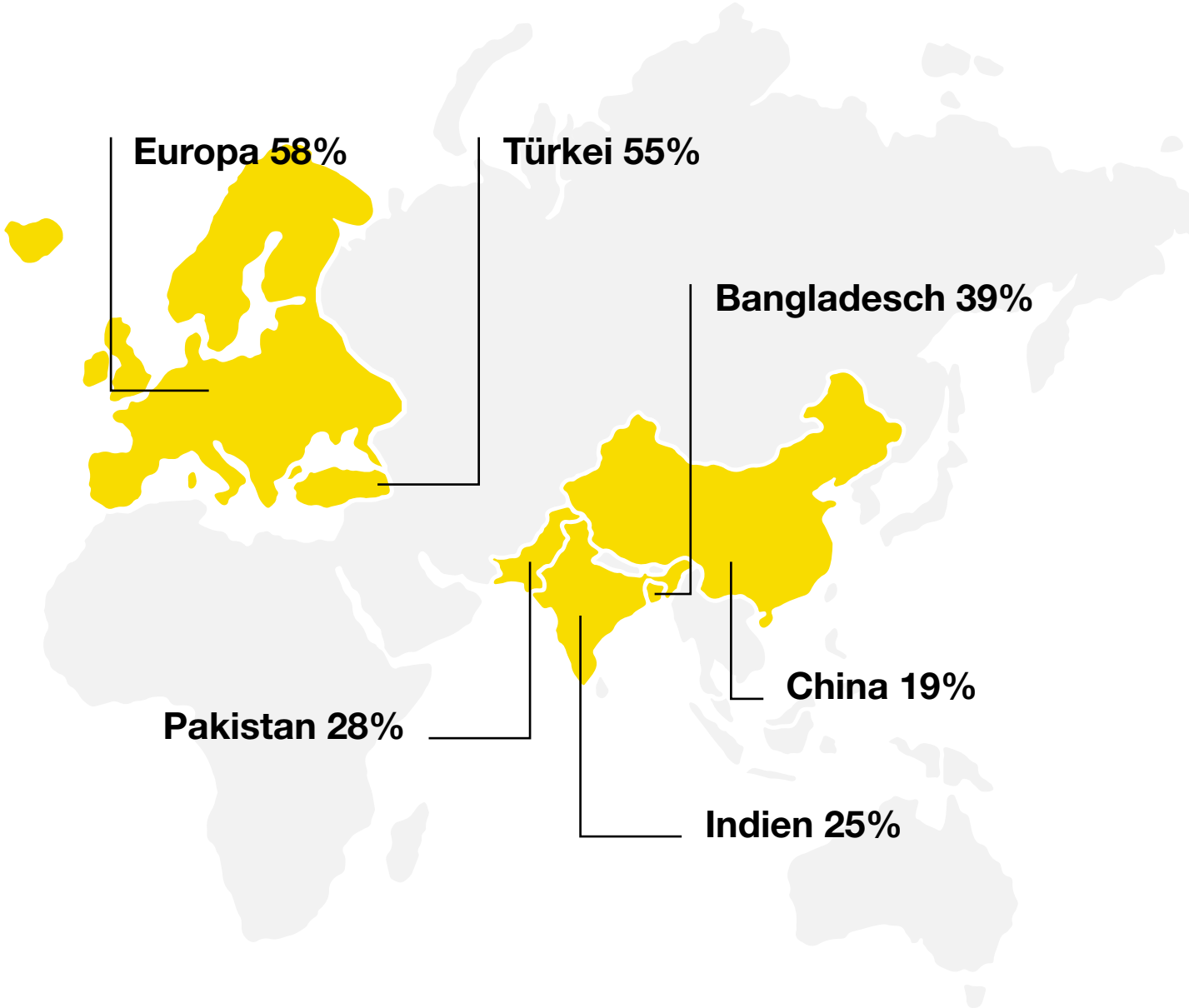


Baumwollverbrauch

2020 wurde unsere Baumwolle zu 37% über die BCI gesourct. Dank unserer Mitgliedschaft konnte die BCI 2020 mehr als 7.000 Baumwollerzeuger erreichen und 2,3 Milliarden Liter Wasser einsparen. Außer aus Baumwolle bestehen unsere Produkte auch noch aus anderen Materialien. Dabei handelt es sich sowohl um natürliche als auch um synthetische Fasern. Nach der Baumwolle ist Polyester das in unseren Kollektionen meistverwendete Material. Öl ist der wichtigste Rohstoff für Polyester. Damit wir 2021 unser Ziel von 35% nachhaltigem Material erreichen, müssen wir den Fokus auf die Verwendung recycelten Polyesters richten. 2020 bestand unsere Kollektion aus 6% recyceltem Polyester.

Anhand der Daten, die wir 2020 gesammelt haben, konnten wir uns auch einen zuverlässigen Überblick über die nachhaltigen Materialien pro Land verschaffen. China ist unser größtes Produktionsland. Wir beobachten, dass die Verwendung nachhaltigen Materials dort im Vergleich zu anderen Ländern hinterherhinkt. Die Produkte, die wir in geringerer Entfernung in der Türkei und Europa einkaufen, weisen eine positive Entwicklung auf

Prozentanteil eingekaufter nachhaltiger Materialien pro Land.



Thema 8

KREISLAUFWIRTSCHAFT & VERPACKUNGSMATERIAL UND ABFALL.

12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION

17 PARTNERSHIPS FOR THE GOALS

Zuinig mit Blick auf die Zukunft.

Miriam Geelhoed, Beraterin Einkauf und Produktion, Modint

„Ungefähr 80% der Belastung durch ein Produkt ist in der Designphase angelegt. Indem wir uns gemeinsam mit den Designern und Einkäufern von Zeeman an die Arbeit machen, tragen wir gerne zu einer konstanten Verbesserung bei. Mit einem aktuellen Kenntnisstand über nachhaltige und kreislaufwirtschaftliche Entwicklungen kann das Team bereits in einer frühen Phase die richtigen Entscheidungen treffen. Wir haben das gemeinsam praktisch gestaltet, indem wir eine klare Checkliste für den Alltagsgebrauch entwickelt haben. Sie enthält auch Aspekte zu den Themen Wiederverwertbarkeit, Kreislaufkonzepte, *zuinige* Materialverwendung, besseres Material und lange Lebensdauer. Wir von Modint finden die Arbeit mit dem Team von Zeeman stets inspirierend und freuen uns schon auf das Ergebnis in den neuen Kollektionen, den Einfluss auf die Produktionskette, die Serviceleistungen für die Kunden und die Kommunikation im weitesten Sinne.2

Linearwirtschaft.

Das jetzige Businessmodell im Einzelhandel ist vor allem linear und unzureichend zukunftstauglich. Dazu werden zuerst Rohstoffe zur Produktion der Artikel verwendet. Sie werden angeboten und verschwinden nach ihrer Verwendung durch den Verbraucher oft im Abfall. Beim Kreislaufprinzip geht es um die effiziente Verwendung von Rohstoffen und ihren größtmöglichen Erhalt, damit sie nicht aufgebraucht werden.

Recycling-Wirtschaft

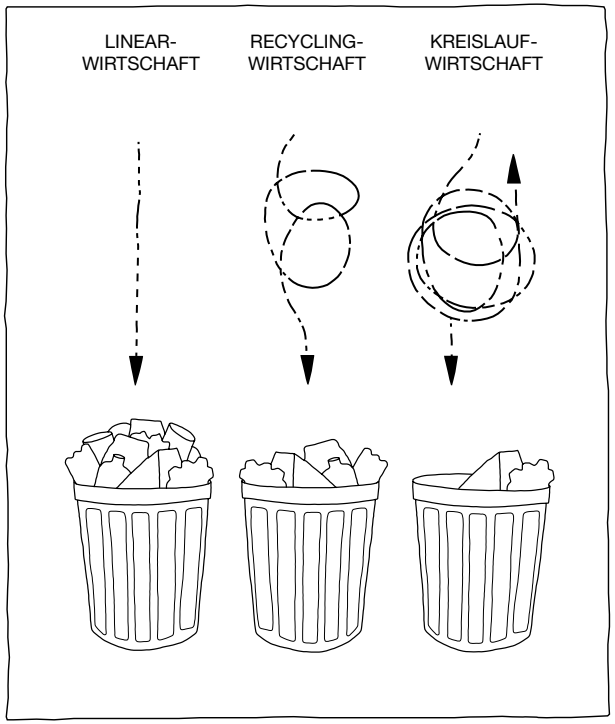
Eine Pfandtasche aus recyceltem Polyester.
Bereits 2014 haben wir unsere Pfandtasche eingeführt, die komplett aus recyceltem Polyester besteht. Wenn die Kunden zum Transport ihrer Einkäufe eine Tasche benötigen, besteht die Möglichkeit zum Erwerb einer Pfandtasche. Wenn sie diese Tasche später zurückbringen, bekommen sie ihren Euro Pfandgeld in jedem Fall wieder. Zurückgenommene Pfandtaschen werden zu unserem Distributionszentrum geschickt und landen nicht mehr in der Umwelt, wie es früher bei Plastiktüten mitunter der Fall war.

Verwendung von Recycling-material.

Wir verwenden immer mehr Recyclingmaterial für unsere Bekleidung und Textilien. 2020 waren es 6% recycelter Polyester und 2% recycelte Baumwolle. Aber auch recyceltes Plastik und Glas wird immer öfter für unsere Wohnaccessoires verwendet.

Getrennte Abfallströme

Von den Abfallströmen aus unserer Geschäftstätigkeit konnten wir 2020 90% recyceln. 2019 waren es 89%. Dazu gehört unter anderen, dass Kunststoff und Papier, aber auch Material aus anderen Abfallströmen unsere Filialen getrennt verlassen. Hierzu bestimmen wir gemeinsam mit unserem Entsorgungspartner RCN die richtige Abfallverarbeitungsmethode. Außerdem führen wir bereits seit Jahren Bericht über das Gesamtgewicht unseres Abfalls und seit zwei Jahren auch separat über die Gefahrenstoffe. Unser Ziel ist es, jedes Jahr mehr Material zu recyceln und die Gesamtmenge der Abfallströme zu verringern. Das gelingt uns unter anderem, indem wir für unsere Artikel möglichst wenig Verpackungsmaterial verwenden.



„Wir recyceln 90% unserer Abfallströme.“

Beim Kreislaufprinzip geht es um die effiziente Verwendung von Rohstoffen und ihren größtmöglichen Erhalt.
Unsere Kreislaufagenda bestand in den vergangenen Jahren insbesondere aus einem nachhaltigeren Materialverbrauch wie beispielsweise der Verwendung von recycelter Baumwolle und recyceltem Polyester. Dazu gehört unsere Pfandtasche. 2021 nehmen wir eine Veränderung anhand eines Kreislaufpilotprojekts vor, das folgende Elemente umfasst.

Kreislaufwirtschaft.

Kreislaufdesign.
Wenn bereits bei der Entwicklung der Kollektionen Nachhaltigkeitserwägungen getroffen wurden, wirken sie auf den gesamten Lebenszyklus eines Artikels positiv weiter. Während des Workshops Responsible buying & design haben wir uns alle darüber ausführlich Gedanken gemacht. Auf der Grundlage dieses Workshops werden wir für unsere Designabteilung eine Checkliste zusammenstellen, um sie darin zu unterstützen. Diese Checkliste wird einen Bestandteil unseres Dokuments ‚Design practice’ bilden. Unser Fokus auf Basics statt auf Fashion sorgt dafür, dass unsere Artikel weniger trendanfällig sind und eine längere Haltbarkeit haben. Da die Kollektion zeitlos ist, bleiben wir kaum auf unverkäuflichen Restposten sitzen.

Ein wichtiger Aspekt ist auch die Qualität unserer Artikel. So wird die Lebensdauer den Erwartungen gerecht. 2021 werden wir sie bei mehreren Basic-Artikeln mit Hilfe einer Kundenjury untersuchen. Die Kunden in dieser Jury werden den Qualitätsverlauf über einen bestimmten Zeitraum verfolgen. Aufgrund der Ergebnisse können wir anschließend mit unseren Einkäufern und Lieferanten das Gespräch aufnehmen, um bei Bedarf eventuelle Verbesserungen an der Qualität, Passform, Farbechtheit usw. vorzunehmen.

Lokale und kreislauforientierte Produktion.

2020 haben wir uns einem Bündnis aus mehreren Partnern angeschlossen, um gemeinsam an der Herstellung eines Produkts nach dem Kreislaufprinzip zu arbeiten. Dahinter steckt der Gedanke, dass in den Niederlanden aus 100% Post-consumer-Textilabfällen ein neuer Artikel hergestellt wird. Dieser Gedanke nahm immer mehr Gestalt bei einem Gespräch am runden Tisch im Rahmen der Dutch Sustainable Fashion Week an, das von Modint und RVO organisiert wurde. Bei diesem Gespräch war auch Staatsekretärin Stientje van Veldhoven zugegen. Die folgenden Partner bilden die Recyclingkette, mit der wir einen Artikel entwickeln werden: Cirkelwaarde, Frankenhuis, Wieland Textiles und Enschede Textielstad.

Kleidersammlung.

2021 starten wir ein Pilotprojekt, bei dem wir in einer kleineren Anzahl niederländischer Filialen den Kunden die Möglichkeit bieten, gebrauchte Kleidung abzugeben. Nicht nur Zeeman-Artikel. Jede Kleidung ist willkommen. Studien belegen, dass nur 45% aller Kleidung und Textilien in die Kleidersammlung gegeben werden und somit 55% im Müll landen. Indem wir auf die Kleidersammlung besonders hinweisen, hoffen wir, hierzu einen positiven Beitrag zu leisten. Für die Sammlung haben wir mit Het Goed einen geeigneten Kooperationspartner gefunden. Het Goed verfügt über ein eigenes Sortierzentrum, das auf das Aussortieren sämtlicher Kleidung und Textilien spezialisiert ist. Bei Het Goed erhalten Hunderte Menschen täglich die Chance, auf niedrigschwellige Weise am Berufsleben teilzuhaben. Deshalb hat diese Kooperation auch eine starke soziale Komponente.

Pilotprojekt Verkauf von Second-Hand-Kleidung.

Zu den Vereinbarungen mit Het Goed gehört, dass Kleidung, die zur Wiederverwendung geeignet ist, bei uns zum Wiederverkauf abgeliefert wird. Im Rahmen dieses Pilotprojekts wird unter dem gemeinsamen Nenner ‚Resale' in sechs Zeeman-Filialen in den Niederlanden ein abwechslungsreiches Angebot an Damen-, Baby- und Kinderkleidung zu finden sein. Diese Entwicklung trägt dazu bei, dass für die Herstellung neuer Kleidung weniger Rohstoffe beansprucht werden. Und dass Kleidung, die aus irgendeinem Grund nicht mehr getragen wird, einen neuen Besitzer findet. Marktzahlen belegen, dass der Markt für Second-Hand-Mode 21 Mal schneller als die herkömmliche Bekleidungsbranche wächst.

Zuinige Geschäftstätigkeit.

COVID-19 hat international großen Einfluss auf die einzelnen Bestandteile unserer Lieferkette gehabt. Im ganzen Jahr 2020 herrschte ein Ungleichgewicht im Seefrachtverkehr. Der größte Knackpunkt war der Kapazitätsmangel für die Verschiffung der Seecontainer von Fernost. Infolgedessen wurde die Lieferplanung unsicherer. Das sehen wir auch an der durchschnittlichen Auslastung eines Seecontainers und dem Teil, der über die Binnenschifffahrt vom Hafen zum Distributionszentrum von Zeeman transportiert wird. Zwei KPIs, die sich auf den Containertransport beziehen.

Die durchschnittliche Auslastung eines Seecontainers lag bei 75%, während das Ziel 79% betrug. Zeeman hat für fast zwei Drittel aller verschifften Container den größten Containertyp genutzt. Für 2021 liegt das Ziel wieder bei einer Auslastung von 79%. Wegen dieser hohen Auslastung begrenzen wir die Anzahl Seecontainer, die verschifft werden müssen, und somit auch den Ausstoß. Eine höhere Auslastung möchten wir dadurch erreichen, dass die Logistikplanung von Zeeman und die Vertreter der Lieferanten über das Supply Chain Portal noch intensiver zusammenarbeiten.

Für den Transport vom Hafen zum Distributionszentrum von Zeeman in Alphen aan den Rijn wird nach Möglichkeit die Binnenschifffahrt genutzt. Somit wird auch die Anzahl der Transportbewegungen zu Lande und somit der Ausstoß verringert. Dazu wird der ‚grüne Korridor' genutzt, über den verschiedene Unternehmen die Transportströme über die Binnenschifffahrt bündeln. Die eingesetzten Schiffe verwenden als Treibstoff Flüssiggas. 2020 wurden 73% der Seecontainer über die Binnenschifffahrt transportiert, während unser Ziel bei 80% lag. Das ist eine Folge der gesunkenen Planungssicherheit für Verschiffungen infolge der Situation auf dem internationalen Seefrachtmarkt. Für 2021 liegt das Ziel für den Transport über die Binnenschifffahrt wieder bei 80%. Dieser Anteil muss durch die Kombination aus einer weiteren Verbesserung unserer Logistikplanung und der Normalisierung des internationalen Containertransports erreicht werden.

2020 wurde der Entwurf für eine neue Einrichtung des Distributionszentrums und eines neuen mechanisierten Lager- und Sortiersystems abgeschlossen. 2021 wird der größte Teil dieses Projekts mit folgendem Ergebnis realisiert werden: eine neue Einteilung des Distributionszentrums, ein neues Warehouse Management System und ein Shuttle-System für automatisierte Lagerung und Sortierung. Das Projekt wird Mitte 2022 abgeschlossen sein. Außer dem wirtschaftlichen Interesse an der Erhöhung der Kapazität für den Verteilprozess sind zwei wichtige Eckpfeiler der Nachhaltigkeit Gegenstand dieser Großinvestition: die Verbesserung der Arbeitsbedingungen im Distributionszentrum und die Verringerung der erforderlichen Transportbewegungen zu den Filialen. Mit Hilfe des ‚Goods-to-man'-Prinzips wird schwere Arbeit unter den neuen Bedingungen begrenzt. Es muss weniger gegangen und gehoben werden. Und durch Nutzung intelligenter Systeme bei der Steuerung erhöhen wir die Auslastung der Rollcontainer, sodass für das gleiche Warenvolumen weniger Transportfahrten anfallen. Die Folge ist eine Verringerung des Ausstoßes.

2020 wurde unser Konzept auf dem Gebiet des *zuinigen* Transportmaterials fortgeführt. So haben wir zwei Lkws mit Flüssiggasantrieb speziell für größere Entfernungen eingesetzt. Außerdem wurden 12 neue Lkws mit den sauberstmöglichen Dieselmotoren angeschafft, die für eine weitere Senkung des Ausstoßes sorgen. Zudem sind diese neuen Lkws besonders leise, sodass die Belastung der Lieferumgebung minimiert wird. Der Einsatz moderner Antriebsformen in Kombination mit der Schulung der Fahrer schlägt sich im durchschnittlichen Verbrauch des aufgewendeten eigenen Materials pro Kilometer nieder. Der Kraftstoffverbrauch pro Kilometer ist gesunken. 2019 wurden mit einem Liter Diesel 4,0 km gefahren. 2020 waren es schon 4,2 km.

Die Transportstrategie, bei der Zeeman das Gleichgewicht zwischen der eigenen Bedienung der Touren und der Vergabe der Lieferungen in einem Netzwerk optimiert, wurde 2020 weiter fortgesetzt. Dank der Zusammenarbeit mit spanischen Logistikdienstleistern konnte die Anzahl Leerfahrten verringert werden. Außerdem wurde der intermodale Verkehr nach Spanien mit der Bahn fortgesetzt. 2021 ist es unser Ziel, den durchschnittlichen Ausstoß pro Rollcontainer weiter zu senken. Hier zeigt sich ein starker Anstieg, da unsere Filialen im Schnitt immer weiter von unserem zentralen Vertriebszentrum

in den Niederlanden entfernt liegen. Indem wir die Planung des eigenen Transports und den Teil, der im europäischen Netzwerk ausgelagert wurde, weiter integrieren, können wir diesen Anstieg reduzieren. Indem wir langfristig ein zweites Distributionszentrum in Südeuropa eröffnen, können wir den Ausstoß für jeden zu den Filialen transportierten Rollcontainer weiter verringern.

Außerdem haben wir 2020 weiter an einer größeren Nachhaltigkeit unseres Pkw-Fuhrparks gearbeitet. Wir hatten schon vorher damit begonnen, den Einsatz von Dieselmotoren für Pkws möglichst durch Fahrzeuge mit Hybridantrieb zu ersetzen. 2020 wurde beschlossen, Elektrofahrzeuge für diejenigen Funktionen einzusetzen, in denen das möglich ist.

Neue Lkws und Anhänger.

2020 wurden zwölf neue Trucks angeschafft, die mit den sauberstmöglichen Dieselmotoren ausgerüstet sind. Bei der Anschaffung dieser Lkws richtete sich das Augenmerk stärker auf die Kraftübertragung, einen geringeren Kraftstoffverbrauch und einen geringeren Ausstoß durch den Einsatz einer spezifischen Kombination von Motoren, Motorinhalt und PS-Leistung. Von diesen zwölf neuen Lkws wurden zwei mit Flüssiggasantrieb geliefert. Diese beiden Lkws erlauben eine zusätzliche CO_2-Reduzierung um 20% und bei Verwendung von Biogas sogar eine Reduzierung bis zu 80%. Außerdem wurde eine spezielle Kombination mit einem Doppelstockauflieger geliefert. Dadurch können wir mit der gleichen Tour noch mehr Volumen mitnehmen. Im Vergleich zum Citytrailer beträgt das Ladevolumen gut 200%. Außerdem sind die neuen Lkws besonders leise, sodass die Belastung während der Belieferung minimiert wird. Unter den neu angeschafften Anhängern wurden vier zusätzliche Doppelstockauflieger eingesetzt. Diese Auflieger können im Vergleich zu den Citytrailern 190% Ladevolumen mitnehmen und werden außer im Pendelbetrieb auch zunehmend bei der Filialdistribution eingesetzt.

Optimierung der Transportstrategie.

Die Transportstrategie, bei der Zeeman das Gleichgewicht zwischen der eigenen Bedienung der Touren und der Vergabe der Lieferungen in einem Netzwerk optimiert, wurde weiter fortgesetzt. Dank der Zusammenarbeit mit spanischen Logistikdienstleistern werden Leerfahrten nach Spanien und innerhalb der Benelux-Länder begrenzt. Die Senkung der regionalen Lieferhäufigkeit und die Zusammenlegung von Lieferungen sorgte für weniger Transportbewegungen. Dazu hat die Abteilung Transport vermehrt Doppelstockauflieger eingesetzt.

Intermodal nach Spanien 2020.

2020 hat Zeeman mit dem intermodalen Transport nach Spanien begonnen. Zwei 45-Foot-Container gehen mit der Bahn nach Barcelona. Im Vergleich zum Transport zu Lande sind das fast 300.000 kg CO_2 weniger.

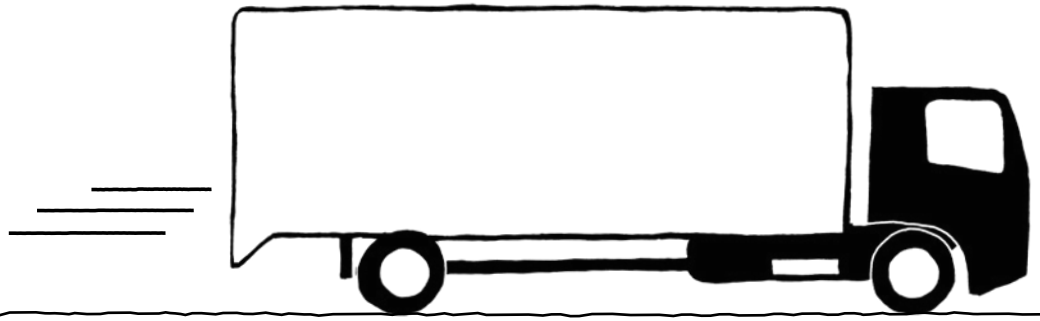
Mehr Pkws mit Hybrid- und Elektroantrieb.

2020 wurde bei den Pkws der Wandel zu Fahrzeugen mit Hybrid- und Elektroantrieb fortgesetzt. Damit wurde die Reduzierung der Anzahl Dieselfahrzeuge eingeleitet. Auch in Belgien, Frankreich, Deutschland und Spanien.

In unseren Läden leisten wir uns keinen überflüssigen Luxus. Wohl aber LED-Beleuchtung.

Ende 2020 waren 845 (der 1279) Filialen mit LED-Beleuchtung ausgestattet. Das sind also 66%. LED-Beleuchtung verbraucht weniger als ein Drittel der Energie, die für herkömmliche Leuchtstoffröhren verbraucht wird. Die 845 Filialen mit LED-Beleuchtung sorgen somit für eine niedrigere Energierechnung. Gut für die Umwelt und für den Geldbeutel.
Die Vorteile:

- Eine Einsparung von etwa 45% kWh pro Laden im Vergleich zu Neonröhren.
- LED-Leuchtstoffröhren halten gut viermal so lange wie herkömmliche Leuchtstoffröhren, unter anderem weil sie aus nachhaltigem recycelbarem Kunststoff hergestellt werden.



Ein gutes Produkt.

Nachhaltigkeit bedeutet auch, dass wir Artikel mit einer langen Lebensdauer anbieten möchten. Deshalb widmen wir auch große Aufmerksamkeit der Qualität unserer Produkte. Eine dauerhafte Partnerschaft mit einem Lieferanten ist sehr wichtig, um die Qualität gewährleisten zu können. Die Kunden können der Qualität unserer Produkte vertrauen, da unsere Lieferanten unsere Standards kennen.

Handbuch für Lieferanten.

Die Qualitätsabteilung von Zeeman ist für die Umsetzung und Handhabung des Qualitätskonzepts zuständig. Sämtliche Anforderungen an das Produkt, das Labelling, die Logistik und die Tests werden im Handbuch für unsere Lieferanten beschrieben. Da sich die Gesetze und Vorschriften in Europa ändern können, wird das Handbuch regelmäßig aktualisiert.

Product Council.

In der Entwurfsphase werden die Qualitätsspezifikationen festgelegt. Alle Entwürfe werden einem sogenannten ‚Product Council' vorgelegt, der untersucht, ob mit dem Gegenstand keine Qualitätsrisiken verbunden sind. Außerdem wird darauf geachtet, dass das geistige Eigentum Dritter nicht verletzt wird. Der Product Council besteht aus Vertretern der Geschäftsleitung, CSR & Qualität sowie Marketing & Kommunikation.

Produkttests durch den TÜV Rheinland.

Um uns zu vergewissern, dass die Produkte unseren Qualitätsstandards entsprechen, lassen wir die Artikel weltweit vom TÜV Rheinland testen. Dieses Kompetenz- und Innovationszentrum für die Textilindustrie untersucht außerdem, ob die mit den Herstellern getroffenen Vereinbarungen auch tatsächlich eingehalten wurden. Erst nach Annahme der Testberichte dürfen die Artikel nach Europa verschifft werden.

Worauf wir testen:

- Auf Chemikalien oder andere Schadstoffe, die auf der Restricted Substances List (RSL) stehen. So können wir ausschließen, dass die Artikel Substanzen erhalten, die für die Gesundheit und die Umwelt schädlich sind (zum Beispiel AZO-Farbstoffe und Weichmacher in Kunststoff).
- Ob Kindernachtwäsche brandsicher ist: Wir erfüllen die europäische Norm uneingeschränkt. Unsere Nachtwäsche erfüllt außerdem die niederländische Vereinbarung zur Brandsicherheit von Nachtkleidung (Pakt Brandveiligheid Nachtkleding).
- Auf allgemeine Produktsicherheit, zum Beispiel Kleinteile bei Spielzeug oder Kordeln an der Kinderkleidung.
- Ob die Qualität der Produkte gut ist, z. B. die Passform, Verschleißfestigkeit und Verarbeitung.

Wir erheben insbesondere Anforderungen an Spielwaren und Produkte, die mit Lebensmitteln in Berührung kommen. Hat der Kunde eine Reklamation oder eine Anregung zu einem Artikel? Dann geht die Abteilung Kundenservice damit achtsam um. Eine sicherheitsrelevante Reklamation stufen wir hoch. Der Qualitätsmanager nimmt eine Risikobeurteilung vor. Bei anderen Reklamationen erkunden wir zuerst, wie schwerwiegend das Problem ist, und suchen anschließend nach einer passenden Lösung.

Zusätzliche Stichproben.

Zeeman nimmt regelmäßig selbst zusätzliche Stichproben vor. Dabei werden (Risiko-)Artikel aus dem Laden ausgewählt und vom unabhängigen Prüfdienstleister TÜV Rheinland getestet. 2020 wurden 452 Stichproben vorgenommen. 97% der Artikel entsprachen den strengen Standards, die bei Zeeman gehandhabt werden. 2019 waren es 96%.

Investition in Wissen.

Wegen der möglichen Risiken bei Artikeln, die von Kindern benutzt werden wie zum Beispiel Spielzeug, aber auch bei Artikeln, die mit Lebensmitteln in Berührung kommen, haben wir 2020 ein Training für unser Einkaufsteam veranstaltet, um den Wissensstand zu erhöhen.

Gemeinsam wachsen.

Für unsere Kontinuität ist Wachstum unerlässlich. Seit 2019 arbeiten wir mit einer neuen HR-Vision, bei der wir uns an Zeeman als attraktivem Arbeitgeber orientieren, mit dem wir gemeinsam wachsen. Unser Wachstum werden wir unter anderem durch Expansion und Vergrößerung unseres Online-Kanals erreichen. Aber um wirklich gesund zu bleiben, müssen wir außer durch Expansion auch auf ausgewogene Art und Weise mit unseren bestehenden Filialen wachsen.

Ein attraktiver Arbeitgeber.

Auf dem Arbeitsmarkt hat die Anzahl verfügbarer Menschen mit den geeigneten Qualifikationen aufgrund des Konjunkturaufschwungs, der Überalterung und der anhaltenden technologischen Entwicklung abgenommen. Wir müssen dafür sorgen, dass wir als Arbeitgeber die Anziehungskraft besitzen, um auch in Zukunft qualitativ ausreichendes Personal an uns binden können. Um das zu erreichen, müssen wir uns in mehrfacher Hinsicht bewegen, darunter den Kunden in den Mittelpunkt stellen und einen kundenorientierten Unternehmergeist fördern.

Eine neue Generation.

Neue Generationen, die jetzt auf den Arbeitsmarkt stoßen, hegen andere Erwartungen an ihren Arbeitgeber, wie zum Beispiel Purpose und Transparenz. Und sie möchten über zeitgemäße Tools und Mittel verfügen, um ihre Arbeit optimal verrichten zu können. Aufgrund der zu erwartenden Fluktuation der Arbeitnehmer und der geplanten Zunahme der Anzahl Filialen möchten wir in Europa in den nächsten Jahren gut 5000 Mitarbeiter pro Jahr gewinnen, um dieses Wachstum zu ermöglichen. Die Bewegungen, die Zeeman machen will, sorgen auch dafür, dass sich unsere Mitarbeiter weiterentwickeln müssen, um mit uns weiterwachsen zu können. Gemeinsam wachsen wir also.

„Wir möchten ein ansprechender Arbeitgeber sein und dynamische, engagierte und stolze Mitarbeiter hervorbringen.“

Unsere Mitarbeiter sind unsere Botschafter und wenn unsere Leute gerne bei uns arbeiten möchten, strahlen sie das auch gegenüber dem Kunden aus. Deshalb stellen wir unsere Mitarbeiter auf ihrer Reise bei Zeeman in den Mittelpunkt. 2019 haben wir zum ersten Mal in allen Ländern ein Treffen der Teamleitungen organisiert, das das Ziel hatte, sich gegenseitig zu informieren und zu begeistern. Dieses WeAreZeeman Meeting spendete allen viel Energie. Außerdem möchten wir uns das Feedback zunutze machen, das wir von unseren Mitarbeitern erhalten. So können wir dafür sorgen, dass sich unsere Mitarbeiter dynamisch, engagiert und stolz fühlen.

Mehr zur Arbeit bei Zeeman ›

Mitarbeiter im Mittelpunkt.

Um dynamische, stolze und engagierte Mitarbeiter hervorzubringen, stellen wir die Mitarbeiter auf ihrer Reise bei Zeeman in den Mittelpunkt. 2019 haben wir die Mitarbeiterreise erneut in mehreren Punkten verbessert.

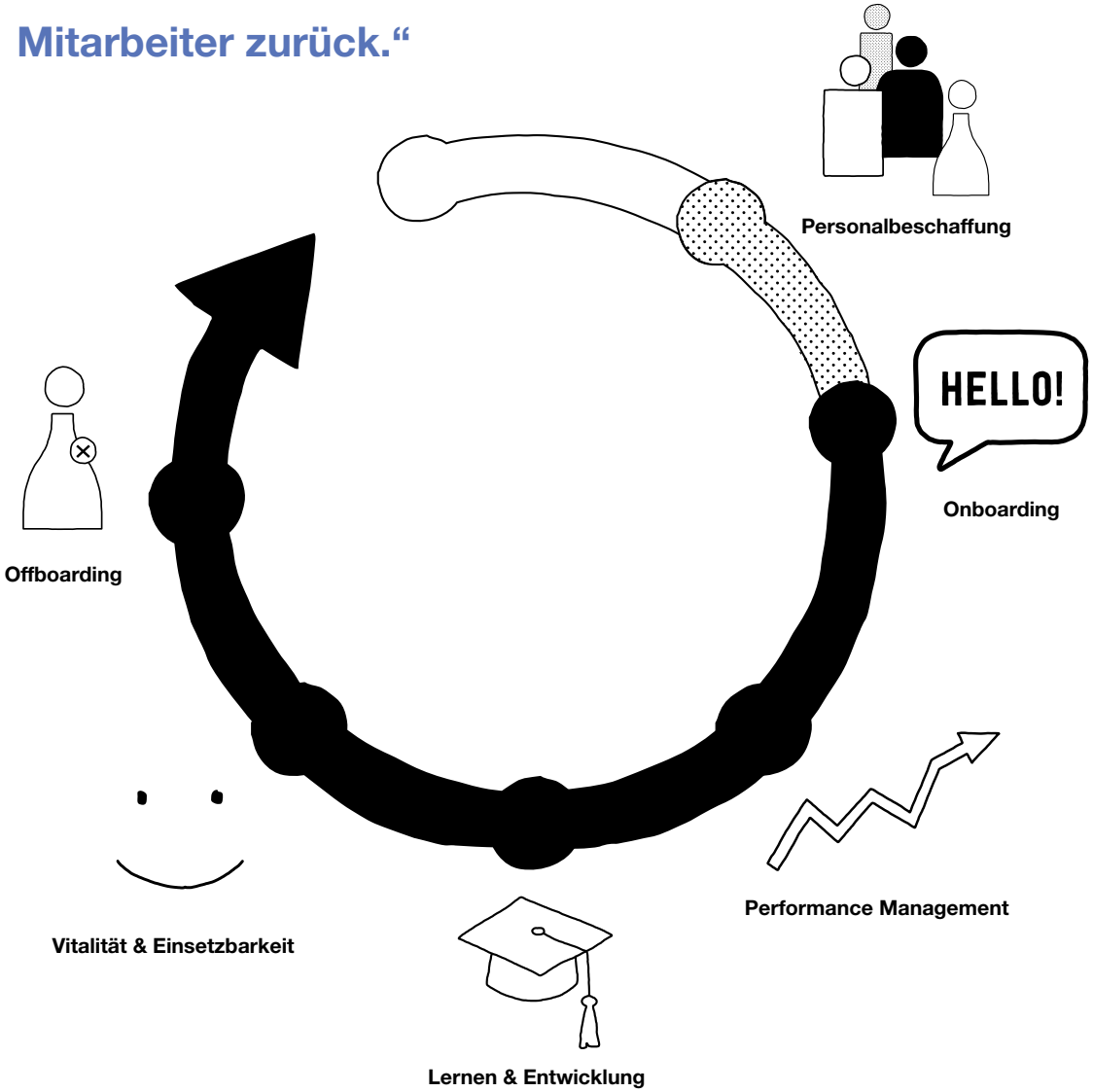
Onboarding.

Im Herbst 2018 haben wir mit der Entwicklung eines neuen und zeitgemäßen Onboarding-Programms begonnen. Im November 2019 ist dieses Programm in ganz Europa ans Netz gegangen. Wir bieten jetzt allen neuen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern im Verkauf beim Start in einer unserer Filialen mit der App Learn@Zeeman ein zeitgemäßes Onboarding-Programm (einen Mix aus E-Learning, kurzen Videos und Praxisaufgaben).

Lernen & Entwicklung.

Wir gehen bei Zeeman mit Talent *zuinig* um. Deshalb bilden wir unsere Mitarbeiter aus und schaffen gemeinsam Chancen zum Wachstum. Bereits seit Jahren bieten wir unseren Filialmitarbeitern über die Zeeman-Schule die Möglichkeit, eine Berufsausbildung zu absolvieren oder einen innerbetrieblichen Workshop zu besuchen. Wir fördern ein kundenorientiertes Unternehmertum, das den Kunden in den Mittelpunkt stellt. Die Teamleiterfunktion betrachten wir im Verkauf als Schlüsselposition.
Aufgrund der ganzen Reisebeschränkungen infolge des Coronavirus haben wir seit März 2020 leider keine Präsenzkurse mehr veranstaltet. Als uns klar wurde, dass wir über längere Zeit mit den Reisebeschränkungen zu tun haben würden, haben wir eine alternative Unterrichtsform gesucht. Im September haben wir mit der Umrüstung des Lernmaterials auf virtuellen Unterricht begonnen. So ist es uns am Ende doch noch gelungen, ab Ende Dezember ein Lerntrajekt für TLs und TLs in der Ausbildung zu starten.

„Wir greifen stärker auf das Feedback unserer Mitarbeiter zurück.“



Unverbindliches Online-Training.

Learn@Zeeman bietet neben einem Onboarding-Programm auch eine große Anzahl Online-Trainingsangebote, da wir es für wichtig halten, dass sich unserer Mitarbeiter persönlich entwickeln und mit uns wachsen können. Dieses Online-Training bieten wir auf freiwilliger Basis an. Es ist üblich, dass unsere Regiomanager zweimal jährlich an zwei Tagen in unserer Servicestelle in Alphen aan den Rijn zusammenkommen, um sich informieren zu lassen. Aufgrund der Reisebeschränkungen wegen COVID-19 haben wir dieses Treffen im September 2020 unter dem Motto Verbindender Führungsstil online veranstaltet. An diesen Tagen haben wir unsere Vision auf den Führungsstil geteilt und alle Regiomanager ermuntert, sinnvolle Online-Trainingsangebote, die den Führungsstil ihrer Teams weiterentwickeln, zu nutzen.

Mitarbeiterzufriedenheitsbefragung.

2019 haben wir die Mitarbeiter online um einen Input gebeten, damit wir das Engagement (die Motivation) unserer Mitarbeiter messen können. Wir sind stolz darauf, dass Zeeman als Arbeitgeber mit 8,6 (auf einer Skala von 1-10) abgeschnitten hat. Aber die Befragung hat auch ein wichtiges Anliegen zum Vorschein gebracht, nämlich die Rolle der Führungskraft.

Die Bedeutung des Engagements.

Als Teil dieser Untersuchen wurde auch eine Datenanalyse vorgenommen, die einen klaren Zusammenhang zwischen geringeren Fehlzeiten und einem höheren Engagement belegt. Die motiviertesten Mitarbeiter haben 41% weniger Fehltage. Außerdem konnte nachgewiesen werden, dass Vorgesetzte mit ihrer menschlichen Art besser beim Engagement abschneiden und somit weniger Fehlzeiten in ihren Teams haben. Deshalb haben wir unsere Vision auf den Führungsstil mit Hilfe eines Videos, in dem wir erläutern, dass wir einen ‚verbindenden Führungsstil' erwarten, formuliert und kommuniziert. Die Orientierung am Ergebnis steckt uns in den Genen. Indem wir sie mit einer am Menschen orientierten Methode kombinieren, entsteht ein verbindender Führungsstil.

Die Fehlzeitenquote ist 2020 auf 6,97% gestiegen, während sie 2019 noch 6,8% betragen hatte. Vor allem im März, zu Beginn der Coronapandemie, war insbesondere in den Niederlanden, Belgien und Luxemburg ein starker Anstieg der Fehlzeitenquote zu verzeichnen. Im Laufe des restlichen Jahres ist die Fehlzeitenquote wieder leicht gesunken. Vermutlich haben die Filialschließungen im Zusammenhang mit den Lockdowns in mehreren Ländern dabei eine Rolle gespielt.

Die Ausfallhäufigkeit – die Anzahl Male, die sich ein Mitarbeiter im Schnitt krankgemeldet hat – hat im Schnitt von 1,02 Mal (2019) auf 1,12 Mal (2020) zugenommen. Auch hier war die stärkste Zunahme im März (von 0,09 auf 0,19) zu beobachten. In den Monaten April, Mai, November und Dezember ist die Ausfallhäufigkeit wieder etwas gesunken, was vermutlich mit den Filialschließungen in mehreren Ländern zusammenhängt.

Wenn wir uns die Verteilung der Fehlzeiten auf die Ausfalldauer ansehen, haben die Fehlzeiten am stärksten in der Ausfalldauerkategorie 7 bis 30 Tage (1,43% im Zeitraum 2020 gegenüber 1,06% im Zeitraum 2019) zugenommen. 2020 gingen 21% der gesamten Fehlzeiten auf Krankmeldungen in dieser Kategorie zurück, 2019 waren es 16%. Die Coronapandemie könnte bei der Zunahme der Krankmeldungen zwischen 7 und 30 Tagen eine Rolle gespielt haben.

Vitalität und dauerhafte Einsetzbarkeit.

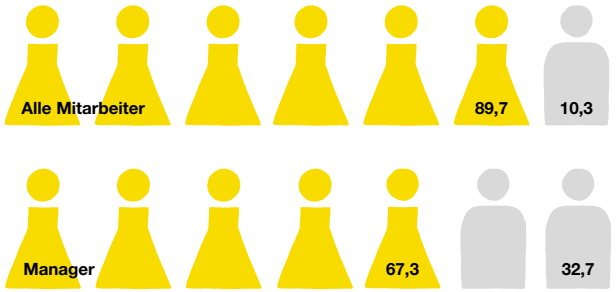
2019 haben wir ein Vitalitätskonzept formuliert, damit unsere Mitarbeiter vital, dauerhaft einsetzbar und seltener krank sind. Das Konzept umfasst drei Eckpunkte:

- Ernährung, Bewegung und Lebensstil
- Work-Life Balance
- persönliche Entwicklung

Im September 2019 haben wir mit einem Kick-off für Mitarbeiter unserer Servicestelle gestartet und einen (verkürzten) Healthcheck angeboten. Außerdem können bei uns alle Mitarbeiter (außer in Frankreich) seit 1. Juli 2020 auf einem Online-Vitalitätsportal eine medizinische Vorsorgeuntersuchung ausfüllen. Wir fördern gesunde Ernährung, Bewegung und eine verantwortungsvolle Lebensweise. Außerdem ermuntern wir unsere Mitarbeiter über Learn@Zeeman, sich fortlaufend persönlich zu entwickeln.

Vielfalt.

Zeeman legt Wert auf Vielfalt. 89,7% unserer Mitarbeiter sind weiblich, von unseren Managern 67,3%. Auch drei der sechs Mitglieder der Geschäftsleitung von Zeeman sind Frauen. Um die Vereinbarkeit von Beruf und Familie zu ermöglichen, bieten wir viele Teilzeitbeschäftigungen. 70% unserer Mitarbeiter arbeitet in Teilzeit. Außerdem sollte unserer Ansicht nach jeder eine faire Chance auf einen Job erhalten.



Anteil Frauen und Männer bei Zeeman

Unsere Projekte für eine bessere Welt.

Seit 2005 unterstützt Zeeman Projekte in Indien und seit 2019 auch in Bangladesch. In Indien wurde in Zusammenarbeit mit einer ortsansässigen Organisation eine Schule direkt neben Dharavi, dem größten Elendsviertel in Zentralasien, gebaut. In dieser Schule werden jetzt 250 Kinder mit einer Beeinträchtigung sowohl schulisch als auch beruflich ausgebildet.

In den vergangenen Jahren unterstützte Zeeman ganz speziell Mädchen, die ungewollt in der Prostitution gelandet sind. Sobald diese Mädchen befreit sind, kommen sie in einem Aufnahmeheim unter. Das Project Save our Sisters sorgt dafür, dass Mädchen, die hierfür in Frage kommen, eine sinnvolle Ausbildung erhalten, damit sie in der Gesellschaft wieder eine Chance bekommen. 2020 hat Zeeman zusätzlich in ein Projekt investiert, bei dem Mädchen, die nicht aus Mumbai stammen, die Möglichkeit erhalten, in ihr Heimatland zurückzukehren. Oft ist das Bangladesch. 2020 sind 25 Mädchen erfolgreich in ihre Familien zurückgekehrt.

Auch in Bangladesch konzentriert sich die Hilfe von Zeeman auf Mädchen, die ungewollt in der Prostitution gelandet sind. Das Projekt umfasst Einsätze zur Befreiung der Mädchen, die Unterbringung in einem eigenen Aufnahmeheim in Faridpur (nicht weit von der Hauptstadt Dhaka) sowie ein Bildungsangebot. 2020 wurden 26 Mädchen in Faridpur untergebracht. Davon haben 24 eine Ausbildung und ein Berufstraining gemacht.

Natürlich hatte COVID-19 auch enorme Auswirkungen auf Indien und Bangladesch. Am Anfang erschien es den Mädchen sogar willkommen, da der Reiseverkehr und die Bordellbesuche stark abgenommen hatten. Die Kehrseite der Medaille ist aber, dass viele ihre Arbeit verloren haben, die Armut weiter zugenommen hat und somit für die Mädchen auch wieder die Gefahr, in der Prostitution zu landen, größer geworden ist. Für 2021 wurde beschlossen, das Projekt Save our Sisters Bangladesh unverändert wie 2020 fortzusetzen. Das Aufnahmeheim funktioniert tadellos und die Notwendigkeit von Befreiungsaktionen ist nur noch größer geworden.

Für das Projekt Save our Sisters India wurde für 2021 ein zusätzliches Ziel formuliert, nämlich solchen Mädchen Hilfestellung zu leisten, die bereits durch Save our Sisters unterstützt worden waren, jetzt aber wegen der COVID-19-Krise keinen Job mehr haben und deshalb in große Schwierigkeiten gekommen sind. Dadurch riskieren sie, erneut der Prostitution zu verfallen. Voraussichtlich 70 Mädchen werden 2021 Hilfe erhalten.

Aufnahmeheim in Faridpur (Bangladesch).

Anlagen.

Ökonomische Aspekte.
Geschäftsleitung.
Über diesen Bericht.
Assurance-Bericht des unabhängigen Wirtschaftsprüfers.
GRI Kenntabelle 2020.
Indikatorenübersicht.
Fußnoten.
Glossar.
Impressum.

Ökonomische Aspekte.

Bei der Zeeman Groep B.V. und ihren Tochtergesellschaften fällt das Geschäftsjahr mit dem Kalenderjahr zusammen. Die Konzernabschlüsse der Zeeman Groep B.V. sind bis zum Geschäftsjahr 2019 bei der Kamer van Koophandel hinterlegt.
Zeeman besteht aus mehreren Gesellschaften:
ZEEMAN textielSupers B.V., Alphen aan den Rijn, Niederlande (100%)
ZEEMAN textielSupers N.V., Merksem, Belgien (100%)
ZEEMAN textielSupers GmbH, Kleve, Deutschland (100%)
G+W Wahler der Modemarkt GmbH, Kleve, Deutschland (100%)
ZEEMAN textielSupers SARL Paris, Frankreich (100%)
ZEEMAN textielSupers SARL, Esch-sur-Alzette, Luxemburg (100%)
ZEEMAN textielSupers, SLU, Barcelona, Spanien (100%)
ZEEMAN textielSupers GmbH, Wien, Österreich (100%)
Profitex Import Export Company Ltd, Hongkong (100%)
Romanee Ltd, Hongkong (100%)

Geschäftsleitung.

Zeeman wird von einem (achtköpfigen) Managementteam geleitet. Erik-Jan Mares (CEO), Albert van Bolderen (CFO), René de Lege (Direktor a.i. Verkauf, Bau & Immobilien), Erica Roolvink (Direktorin Einkauf), Suzanne Terpstra (Direktorin HRM), Caroline van Turennout (Direktorin Marketing & E-Commerce), Schelte Halma (Supply Chain & Logistik) und André Unkel (IT).

Daneben gibt es Ende 2020 einen Aufsichtsrat, dem B. Roetert, T.A. Rövekamp, P. Saman und T.A.J. Burmanje angehören.

Innerhalb des Aufsichtsrates wurden zwei Kommissionen eingerichtet, nämlich die Auditkommission und die Vergütungskommission.

Bei dieser Besetzung besteht die Geschäftsleitung von Zeeman zu 50% aus Frauen. Vom Gesetzgeber werden bei der Sitzverteilung 30% Frauen angestrebt. Im Aufsichtsrat ist das mit 25% noch nicht der Fall.

Über diesen Bericht.

Informationssammlung.
Die Informationen im CSR-Bericht 2020 wurden von einem Zeeman-Team zusammengestellt. Seit 2008 stellen wir diesen Bericht auf diese Weise zusammen.

Transparenz.
Die Geschäftsleitung von Zeeman ist bei ihrer CSR-Strategie um Transparenz bemüht. Nachhaltigkeitskonzept Wir finden es wichtig, dass Aktionäre, Verbraucher, Politik und Mitarbeiter klaren Einblick in unseren Kurs bekommen. Dank dieser Offenheit können die Stakeholder unsere Praxis verfolgen und fundiert beurteilen, was wir als Organisation leisten.

Reichweite.
Dieser CSR-Bericht ist eine jährlich erscheinende Ausgabe und beschreibt die Aktivitäten der Zeeman Groep B.V. auf dem Gebiet der unternehmerischen Gesellschaftsverantwortung. Der CSR-Bericht erstreckt sich über den Zeitraum vom 1. Januar 2020 bis 31. Dezember 2020. Der vorige CSR-Bericht ist im Mai 2020 veröffentlicht worden. Die Reichweite des Berichts ist die Zeeman Groep B.V. mit Sitz in Alphen aan den Rijn.

Assurance-Bericht des unabhängigen Wirtschaftsprüfers

An die Geschäftsleitung der Zeeman Groep B.V.

Assurance-Bericht zum Nachhaltigkeitsbericht 2020

Unsere Schlussfolgerung

Aufgrund unserer Tätigkeiten haben wir keinen Anlass zur Schlussfolgerung, dass der Nachhaltigkeitsbericht 2020 der Zeeman Groep B.V. nicht in allen wesentlichen Aspekten eine verlässliche und zureichende Wiedergabe folgender Punkte enthält:

- der Praxis und Betriebsführung im Hinblick auf die unternehmerische Gesellschaftsverantwortung; und
- die Ereignisse und Leistungen auf diesem Gebiet für das am 31. Dezember 2020 zu Ende gegangene Jahr im Einklang mit den Sustainability Reporting Standards der Global Reporting Initiative (GRI) und der ergänzend angewandten Berichterstattungskriterien wie im Abschnitt ‚Berichterstattungskriterien' dargelegt.

Was wir beurteilt haben

Wir haben den Nachhaltigkeitsbericht 2020 der Zeeman Groep B.V. für das am 31. Dezember 2020 endende Jahr beurteilt.

Der Nachhaltigkeitsbericht enthält eine Beschreibung der Praxis und Betriebsführung der Zeeman Groep B.V. in Alphen aan den Rijn (nachfolgend: „Zeeman") im Hinblick auf die unternehmerische Gesellschaftsverantwortung und die Ereignisse und Leistungen im genannten Bereich im Laufe des Jahres 2020.

Die Grundlage unserer Schlussfolgerung

Wir haben unsere Beurteilung nach niederländischem Recht, darunter dem niederländischen Standard 3810N ‚Assuranceopdrachten inzake maatschappelijke verslagen' (Assurance-Aufträge betreffend Konzernberichte) vorgenommen. Diese Beurteilung verfolgt die Herbeiführung eines begrenzten Maßes an Sicherheit. Unsere diesbezügliche Verantwortung ist im Abschnitt ‚Unsere Verantwortung für die Beurteilung des Nachhaltigkeitsberichts' wiedergegeben.

Die von uns erworbenen Assurance-Informationen stellen unserer Ansicht nach einer ausreichenden und geeigneten Grundlage für unsere Schlussfolgerung dar.

Unabhängigkeit und Qualitätsmanagement

Wir sind unabhängig von Zeeman nach Maßgabe der ‚Verordening inzake de onafhankelijkheid van accountants bij assurance-opdrachten' (ViO, Verordnung betreffend die Unabhängigkeit von Wirtschaftsprüfern bei Assurance-Aufträgen) und anderer für den Auftrag relevanter Unabhängigkeitsvorschriften in den Niederlanden. Außerdem haben wir die ‚Verordening gedrags- en beroepsregels accountants' (VGBA, Verordnung über die Verhaltens- und Berufsvorschriften für Wirtschaftsprüfer) erfüllt.

Wir wenden die ‚Nadere voorschriften kwaliteitssystemen' (NVKS) an. Aufgrund dessen verfügen wir über ein kohärentes Qualitätsmanagementsystem einschließlich fester Richtlinien und Abläufe betreffend die Einhaltung ethischer Vorschriften, professioneller Standards und sonstiger einschlägiger Gesetze und Vorschriften.

Berichterstattungskriterien

Der Nachhaltigkeitsbericht ist im Kontext der Berichterstattungskriterien zu lesen und zu verstehen. Die Geschäftsleitung von Zeeman ist für die Auswahl und Umsetzung dieser Berichterstattungskriterien unter Berücksichtigung der geltenden Gesetze und Vorschriften zur Berichterstattung verantwortlich. Die zur Erstellung des Nachhaltigkeitsberichts angewandten Berichterstattungskriterien sind die Sustainability Reporting Standards der Global Reporting Initiative (GRI) und die ergänzend angewandten Berichterstattungskriterien. Das Fehlen fester Praktiken zur Beurteilung und Messung von Nichtfinanzinformationen bietet die Möglichkeit, unterschiedliche praktikable Messtechniken anzuwenden. Dadurch kann die Vergleichbarkeit von Unternehmen untereinander und in der Zeit beeinflusst werden.

Beschränkungen in der Reichweite unserer Beurteilung

Der Nachhaltigkeitsbericht enthält zukunftsgerichtete Informationen wie Erwartungen im Hinblick auf Ziele, Strategie, Planungen, Schätzungen und Risikoeinschätzungen. Zukunftsbezogenen Informationen ist inhärent, dass die tatsächlichen Ergebnisse in der Zukunft wahrscheinlich von diesen Erwartungen abweichen werden. Die sich daraus ergebenden Abweichungen können von maßgeblicher Bedeutung sein. Wir geben keine Sicherheit für die Annahmen und die Durchführbarkeit der im Nachhaltigkeitsbericht enthaltenen zukunftsgerichteten Informationen.

Die Verweise auf externe Quellen oder Websites im Nachhaltigkeitsbericht sind kein Bestandteil des Nachhaltigkeitsberichts, der von uns beurteilt wurde. Wir können daher keine Sicherheit über diese Informationen außerhalb des Nachhaltigkeitsberichts abgeben.

Verantwortung für den Nachhaltigkeitsbericht und die Beurteilung

Verantwortlichkeiten der Geschäftsleitung und des Aufsichtsrates.

Die Geschäftsleitung von Zeeman ist für die Erstellung zuverlässiger und angemessener Nachhaltigkeitsinformationen im Nachhaltigkeitsbericht in Übereinstimmung mit den Berichtserstattungskriterien wie im Abschnitt ‚Berichterstattungskriterien' dargelegt einschließlich der Identifizierung der vorgesehenen Benutzer und der Festlegung der maßgeblichen Themen verantwortlich. Die von der Geschäftsleitung getroffenen Entscheidungen im Hinblick auf die Reichweite des Nachhaltigkeitsberichts und die Berichterstattungspraxis werden im Abschnitt ‚Unsere Stakeholder', ‚materielle Themen' und ‚Glossar' erläutert.

Die Geschäftsleitung ist auch für eine interne Kontrolle verantwortlich, die die Geschäftsleitung als notwendig erachtet, um die Erstellung des Nachhaltigkeitsberichts ohne Abweichungen von maßgeblichem Interesse infolge von Betrug oder Fehlern zu ermöglichen.

Der Aufsichtsrat ist für die Wahrnehmung der Aufsicht über den Berichterstattungsprozess der Gesellschaft im Hinblick auf die im Nachhaltigkeitsbericht enthaltenen Nachhaltigkeitsinformationen zuständig.

Unsere Verantwortung für die Beurteilung des Nachhaltigkeitsberichts

Unsere Verantwortung besteht in der Planung und Ausführung eines Beurteilungsauftrages in derartiger Form, dass wir damit ausreichende und geeignete Assurance-Informationen für die von uns abzugebende Schlussfolgerung erreichen.

Die Tätigkeiten, die zur Herbeiführung eines begrenzten Maßes an Sicherheit verrichtet werden, richten sich auf die Feststellung der Plausibilität von Informationen, variieren in Art und Timing und sind vom Umfang her geringer als bei einem Kontrollauftrag, der auf die Herbeiführung eines angemessenen Maßes an Sicherheit gerichtet ist. Das Maß an Sicherheit, die bei Beurteilungsaufträgen herbeigeführt wird, ist daher deutlich niedriger als bei Kontrollaufträgen.

Ausgeführte Tätigkeiten

Wir haben diese Beurteilung professionell kritisch ausgeführt und, wo zutreffend, eine professionelle Beurteilung im Einklang mit dem niederländischen Standard 3810N, den Ethikvorschriften und den Unabhängigkeitsanforderungen vorgenommen.

Zu unseren Tätigkeiten zählten unter anderem:

- Die Durchführung einer Umgebungsanalyse und die Herbeiführung von Erkenntnissen in den relevanten gesellschaftlichen Themen und Fragestellungen und Merkmalen des Unternehmens.
- Die Evaluierung der Eignung der verwendeten Berichterstattungskriterien, deren konsistente Anwendung und die im Nachhaltigkeitsbericht enthaltenen diesbezüglichen Erläuterungen. Dazu gehören die Evaluierung der Ergebnisse des Dialogs mit Betroffenen und die Evaluierung der Angemessenheit der Schätzungen des Vorstands.
- Die Herbeiführung von Einsicht in die Berichterstattungsprozesse, die dem Nachhaltigkeitsbericht zugrundliegen einschließlich der in Grundzügen erfolgenden Kenntnisnahme des internen Managements, soweit sie für unsere Beurteilung relevant ist.
- Die Identifizierung von Bereichen im Nachhaltigkeitsbericht mit einem erhöhten Risiko irreführender oder unausgewogener Informationen oder Abweichungen von maßgeblicher Bedeutung infolge von Fehlern oder Betrug. Die auf der Grundlage dieser Risikoeinschätzung vorgenommene Festlegung und Durchführung von Tätigkeiten, die auf die Feststellung der Plausibilität des Nachhaltigkeitsberichts gerichtet sind. Zu diesen Tätigkeiten zählten unter anderem:
  - Die Durchführung von Befragungen des Managements (und/oder maßgeblicher Mitarbeiter) auf Konzernniveau, die für die (Nachhaltigkeits-)Strategie sowie das -konzept und die -ergebnisse verantwortlich sind;
  - Die Durchführung von Befragungen maßgeblicher Mitarbeiter, die für die Vorlage der Informationen für den Nachhaltigkeitsbericht, die Durchführung interner Überprüfungen der Daten und deren Konsolidierung im Nachhaltigkeitsbericht verantwortlich sind;
  - Die Bestimmung von Art und Umfang der auszuführenden Beurteilungstätigkeiten für die Konzerneinheiten und Standorte. Entscheidend sind dabei Art, Umfang und/oder Risikoprofil der Konzerneinheiten, Standorte oder Aktivitäten;
  - Die Herbeiführung von Assurance-Informationen, dass der Nachhaltigkeitsbericht an die zugrundeliegenden Administrationen des Unternehmens anschließt;
  - Beurteilung der maßgeblichen internen und externen Dokumentation auf der Basis begrenzter Teilwahrnehmungen;
  - Analytische Evaluierung von Daten und Trends, die zur Konsolidierung auf Konzernniveau vorgelegt wurden.
- Die Evaluierung der Präsentation, der Struktur und des Inhalts des Nachhaltigkeitsberichts.
- Das Abwägen, ob der Nachhaltigkeitsbericht als Ganzes der Zielsetzung der angewandten Berichterstattungskriterien entspricht.

Rotterdam, den 1. Juni 2021
PricewaterhouseCoopers Accountants N.V.

Original wurde unterzeichnet von mr. drs. J.A.M. Schrama RA

GRI Kenntabelle 2020.

2020 wurden die materiellen Themen weiterverfolgt, die während des Stakeholderdialogs Ende 2018 festgelegt waren. Bei den acht materiellsten Themen wurde das weitere Vorgehen abgesteckt. Außerdem wurde mehrere relevante KPIs bestimmt, über die wir berichten. Für die Fehlanzeigen im Bericht über 2019 wurden inzwischen auch KPIs bestimmt.

General standard disclosures.

Indikator.		Seite.
102-1	Name der Organisation.	6
102-2	Wichtigste Marken, Produkte und/oder Dienstleistungen.	6
102-3	Sitz der Zentrale.	6
102-4	Anzahl der Länder, in denen die Organisation operiert.	7
102-5	Eigentumsverhältnisse und Rechtsform.	6
102-6	Absatzmärkte.	7
102-7	Größe der Organisation.	6
102-8	Mitarbeiterinformationen.	15, 50-52
102-9	Lieferkette.	23-28
102-10	Wichtige Veränderungen während des Berichtszeitraums bezüglich der Größe, Struktur und Eigentumsverhältnisse der Organisation oder ihrer Lieferkette.	4, 4, 17, 56
102-11	Erklärung über die Behandlung des Vorsorgeprinzips durch die Organisation.	6, 17
102-12	Extern entwickelte ökonomische, ökologische und soziale Chartas, Prinzipien oder andere Initiativen, die die Organisation unterschreibt oder bestätigt.	29, 32, 40, 42
102-13	Mitgliedschaften in Verbänden (wie Industrieverbänden) und nationalen oder internationalen Interessenverbänden.	20, 29
102-14	Erklärung der höchsten Entscheidungsbefugnis der Organisation.	3
102-16	Wert, Prinzipien und Normen, die das Verhalten angehen wie beispielsweise ein Code of Conduct.	10, 27
102-18	Die Führungsstruktur der Organisation, darunter die Kommissionen, die unter das höchste Kontrollorgan fallen (a). Und die Kommission, die über ökonomische, ökologische und soziale Themen entscheidet (b).	9
102-40	Liste der von der Organisation eingebundenen Stakeholdergruppen.	20
102-41	Anteil der Arbeitnehmer mit Kollektivvereinbarungen.	60
102-42	Grundlage für die Erfassung und Auswahl der Betroffenen, die einbezogen werden müssen.	20
102-43	Methode der Einbeziehung der Stakeholder, darunter die Häufigkeit pro Typ und Stakeholdergruppe.	20

Indikator.		Seite.
102-44	Die wichtigsten Themen und Anliegen, die durch die Beteiligung der Stakeholder aufgekommen sind, und wie die Organisation darauf reagiert hat, darunter ihre Berichterstattung.	4, 16, 20-21
102-45	Geschäftsbereiche, die in den Jahresabschluss aufgenommen wurden, oder gleichwertige Dokumente der Organisation.	6, 55
102-46	Prozess für die inhaltliche Festlegung des Berichts.	56
102-47	Auflistung aller materiellen Themen, die bei der inhaltlichen Festlegung des Berichts ermittelt wurden.	21
102-48	Die Auswirkung eventueller Aktualisierungen von in früheren Berichten vorgelegten Informationen und die Gründe für derartige Aktualisierungen.	17
102-49	Angabe eventueller spezifischer Beschränkungen für die Reichweite oder Abgrenzung materieller Themen.	56
102-50	Berichtszeitraum.	56
102-51	Datum des letzten vorherigen Berichts.	56
102-52	Berichtszyklus.	56
102-53	Kontaktstelle für Fragen bezüglich des Berichts.	66
102-54	Gewähltes Anwendungsniveau.	58
102-55	GRI-Tabelle.	58
102-56	Verfahrensweise und gegenwärtige Praktiken hinsichtlich einer externen Prüfung des Berichts.	56, 57

Specific standard disclosures.

Nachhaltige Rohstoffe und Materialien.

103-1	Beschreibung und Abgrenzung materieller Themen.	21
103-2	Managementmethode.	16, 41-43
103-3	Evaluierung Managementmethode.	21, 41-43
Zeeman-Indikator	% nachhaltiges Material insgesamt im Verhältnis zum Gesamtverbrauch% von Zeeman-Lieferanten eingekaufte Baumwolle im Verhältnis zum gesamten Baumwollverbrauch.	62

Indikator.		Seite.
Verpackungsmaterial und Abfall.		
103-1	Beschreibung und Abgrenzung materieller Themen.	21
103-2	Managementmethode.	21, 45
103-3	Evaluierung Managementmethode.	21, 45
Abfall	GRI 306-2: Gesamtgewicht Abfall nach Typ und Entsorgungsmethode.	61
Umweltbelastung Fabriken		
103-1	Beschreibung und Abgrenzung materieller Themen.	21
103-2	Managementmethode.	16, 38-40
103-3	Evaluierung Managementmethode.	21, 38-40
Zeeman-Indikator	KPI: Anzahl Hersteller in Fernost und der Türkei, die zumindest eine Nassprozessanlage mit einem Klärsystem (ETP, effluent treatment plant) verwenden.	62
Nachhaltige Einkaufspraktiken.		
103-1	Beschreibung und Abgrenzung materieller Themen.	21
103-2	Managementmethode.	16, 34
103-3	Evaluierung Managementmethode.	34
Zeeman-Indikator	KPI: % des Einkaufswertes bei den 50 größten Lieferanten in Fernost und der Türkei. % der 50 größten Lieferanten in Fernost und der Türkei, mit denen wir schon mindestens fünf Jahre oder länger zusammenarbeiten.	62
Sichere und gesunde Arbeitsbedingungen.		
103-1	Beschreibung und Abgrenzung materieller Themen.	21
103-2	Managementmethode.	16
103-3	Evaluierung Managementmethode.	27-29
Arbeits- und Gesundheitsschutz & Zeeman-Indikator	GRI 403-9: Arbeitsunfälle. KPI: Arbeitsunfallquote. % korrigierte große Problempunkte aus dem Zeeman Social Audit.	60

Fehlanzeige Nachhaltigkeitsbericht 2017/2018: Die nähere Aufgliederung in Region und Geschlecht lässt keine maßgeblichen Unterschiede hinsichtlich der Zusammensetzung der Belegschaft von Zeeman erkennen.

Indikator.		Seite.
Kreislaufwirtschaft.		
103-1	Beschreibung und Abgrenzung materieller Themen.	21
103-2	Managementmethode.	45-46
103-3	Evaluierung Managementmethode.	45-46
Recyclingmaterial	KPI: % recycelter Abfall.	61
Kinderarbeit und Arbeit unter Zwang.		
103-1	Beschreibung und Abgrenzung materieller Themen.	21
103-2	Managementmethode.	16, 31, 32
103-3	Evaluierung Managementmethode.	31, 32
Zeeman-Indikator	KPI: % Baumwolle unseres gesamten Baumwollverbrauchs, deren Zulieferer bekannt sind (sodass sich die Herkunft zurückverfolgen lässt).	62
Transparenz und Rückverfolgbarkeit in der Lieferkette.		
103-1	Beschreibung und Abgrenzung materieller Themen.	21
103-2	Managementmethode.	16, 23-25
103-3	Evaluierung Managementmethode.	23-25
Zeeman-Indikator	% Lieferanten in Fernost und der Türkei, bei denen unabhängige Lieferantenaudits vorgenommen wurden.	62
Existenzlohn.		
103-1	Beschreibung und Abgrenzung materieller Themen.	21
103-2	Managementmethode.	16, 36, 37
103-3	Evaluierung Managementmethode.	36, 37
Zeeman-Indikator	KPI: % Lieferanten in Fernost und der Türkei, bei denen die Differenz zwischen Mindestlohn, tatsächlichem Lohn und Existenzlohn transparent gemacht wurde.	62

Indikatorenübersicht.

2019 wurden die materiellen Themen weiterverfolgt, die während des Stakeholderdialogs Ende 2018 festgelegt waren. Bei den acht materiellsten Themen wurde die relevanten KPIs bestimmt, über die wir berichten.

	2016	2017	2018	2019	2020
Unsere Mitarbeiter					
Mitarbeiter insgesamt	7.406	7.593	7.927	7.968	8.317
Niederlande	3.491	3.425	3.505	3.518	3.632
Belgien	1.504	1.629	1.615	1.593	1.682
Deutschland	909	865	826	747	708
Frankreich	1.344	1.456	1.680	1.636	1.671
Luxemburg	69	62	64	71	67
Spanien	73	142	217	390	550
Österreich	16	14	20	13	7
Durchschnittliche Anzahl in FTE [4]	5.635	5.868	6.019	6.067	6.247
Niederlande	2.298	2.471	2.430	2.373	2.453
Belgien	1.205	1.216	1.251	1.231	1.234
Deutschland	796	785	743	690	617
Frankreich	1.211	1.223	1.368	1.435	1.459
Luxemburg	67	64	62	66	64
Spanien	43	97	151	260	412
Österreich	15	12	14	12	8
Anzahl Praktikanten insgesamt	4.148	4.043	4.010	3.603	2.468
Niederlande	1.625	1.512	1.307	1.149	850
Belgien	540	630	759	831	668
Deutschland	1.166	1.128	1.192	1.052	724
Frankreich	758	690	674	515	162
Luxemburg	40	32	31	14	8
Spanien	8	27	20	25	46
Österreich	11	24	27	17	10

	2016	2017	2018	2019	2020
% Vollzeit	31,8	30,7	30,4	30,0	30,7
% Teilzeit	68,2	69,3	69,6	70,0	69,3
% befristet	39,5	39,7	39,6	38,9	38,5
% unbefristet	60,5	60,3	60,4	61,1	61,5
% tarifvertraglich beschäftigte Mitarbeiter	87,7	88,5	89,5	90,5	91,4
% arbeitsmarktferne Mitarbeiter	1,5	3,2	2,7	2,5	2,4
% Männern in Managementpositionen (exkl. TL) [2]	28,0	24,7	25,9	28,4	32,7
% Frauen in Managementpositionen (exkl. TL) [2]	72,0	75,3	74,1	71,6	67,3
Alterszusammensetzung					
% 24 und junger	34,6	34,1	32,9	31,4	31,4
% 25-34	33,1	31,8	31,5	30,2	29,0
% 35-44	19,3	20,1	20,8	22,3	22,8
% 45-54	8,9	9,7	10,1	11,0	11,6
% 55 und älter	4,1	4,3	4,7	5,1	5,3
% Fehlzeiten [18]	5,58	6,04	6,51	6,80	6,97
Niederlande	4,72	4,98	5,67	6,21	7,28
Belgien	5,68	5,99	5,94	6,13	5,97
Deutschland	6,44	7,63	7,18	8,61	7,36
Frankreich	7,28	7,74	8,12	8,17	7,51
Luxemburg	5,31	6,31	5,82	5,88	7,54
Spanien	1,35	4,53	5,93	4,28	5,20
Österreich	7,03	5,08	9,63	9,05	1,71
Betriebsunfallrate	2,38	2,47	2,39	2,47	2,26
Anzahl tödlicher Unfälle	0	0	0	0	0
Trainingstage / FTE [1]	1,03	1,36	1,04	0,93	0,66

	2016	2017	2018	2019	2020
Transport [7]					
Kraftstoffverbrauch (Liter / 100 km)					
Lkws	26,49	26,37	26,04	25,00	21,90
Pkws	5,42	5,82	5,78	5,77	5,56
Auslastung Seecontainer (%)	64	64	62	62	75
Durchschnitt CO_2-Ausstoß pro Rollcontainer eigener und externer Transport (Outbound) (kg) [19]	NB	NB	NB	11,5	15,3
Verpackungen & Abfall [6]					
Betriebsabfall (kg)	821.569	807.312	712.987	701.256	592.532
Davon Gefahrstoffe	NB	NB	1,4%	0,2%	0,2%
Sekundäre Verpackungen (kg)	4.588.300	4.670.900	4.802.330	4.766.060	4.364.320
Gesamtgewicht Abfall (kg) [8]	5.409.869	5.478.212	5.515.004	5.467.316	4.956.852
% recycelt	85	87	88	89	90
% Abfallverbrennung mit Energierückgewinnung	NB	13	12	11	10
% Abfallverbrennung [5]	NB	0	0	0	0
Primäre Verpackungen (kg) [17]	2.186.016	2.304.913	2.251.675	2.407.729	2.086.606
Energieverbrauch [9]					
Gasverbrauch (m^3/m^2)					
Niederlande [10]	15	14	14	12	11
Belgien	15	15	13	11	10
Deutschland	21	22	21	20	17
Frankreich [11]	14	15	25	NB	NB
Luxemburg	15	13	16	19	12
DZ + Servicestelle	3	2	2	2	3
Stromverbrauch (kWh/m^2)					
Niederlande	67	66	65	63	59
Belgien	55	53	53	53	45
Deutschland	79	74	73	69	62
Frankreich	88	98	100	72	68
Luxemburg	33	32	40	37	34
DZ + Servicestelle	40	33	38	37	36
CO_2 Footprint (Tonnen) [9, 12]					
Scope 1 / m^2 [13]	**24**	**22**	**29**	**21**	**20**
Gas – Läden Niederlande	30	26	27	23	21
Gas – Läden Belgien	31	28	25	21	19
Gas – Läden Deutschland	42	41	39	37	32
Gas – Läden Frankreich [11]	27	28	47	NB	NB
Gas – Läden Luxemburg	30	24	30	36	23
Gas – DZ + Servicestelle	6	5	5	4	5
Scope 1 / Nettoumsatz [7, 13]	9	9	8	7	6
Transport – Lkws	8	7	7	6	5
Transport – Pkws	1	1	1	1	1
Scope 2 / m^2 [14]	**24**	**22**	**21**	**20**	**15**
Strom – Läden Niederlande	27	29	28	27	33
Strom – Läden Belgien	10	15	15	13	9
Strom – Läden Deutschland	37	46	46	56	38
Strom – Läden Frankreich	5	6	6	6	3
Strom – Läden Luxemburg	13	12	16	15	15
Strom – DZ + Servicestelle	16	15	9	16	20
Scope 3 / Nettoumsatz [15]	**45,32**	**45,62**	**33,31**	**35,69**	**23,72**
Seefracht	25,40	26,43	11,90	15,52	8,53
Luftfracht	NB	NB	0,79	0,35	0,93
Transport zu Lande durch andere Transportunternehmen [16]	0,35	0,57	3,40	1,97	0,38
Binnenschifffahrt	0,64	0,56	0,45	0,38	0,46
Flugreisen	0,52	0,63	0,47	1,56	0,11
Verpackungsmaterial	14,72	14,33	13,75	13,29	11,83
Papier	3,69	3,10	2,55	2,62	1,48

	2016	2017	2018	2019	2020
Einkauf					
% Lieferanten in Fernost und der Türkei, bei denen unabhängige Lieferantenaudits vorgenommen wurden.	NB	84	94	100	100
% von Zeeman-Lieferanten eingekaufte Baumwolle im Verhältnis zum gesamten Baumwollverbrauch. [19]	5,6	8,6	10,4	23,7	41,8
% nachhaltige Materialen bei Bekleidung und Textilien insgesamt im Verhältnis zum gesamten Verbrauch. [20]	NB	NB	NB	NB	29,3
% Baumwolle unseres gesamten Baumwollverbrauchs, deren Zulieferer bekannt sind (sodass sich die Herkunft zurückverfolgen lässt) [20]	NB	NB	NB	NB	39,5
Anzahl Hersteller in Fernost und der Türkei, die zumindest eine Nassprozessanlage mit einem Klärsystem (ETP, effluent treatment plant) verwenden.	NB	NB	NB	NB	80,0
% korrigierte große Problempunkte aus dem Zeeman Social Audit.	NB	NB	100	100	100
% Fabriken in Fernost und der Türkei, bei denen die Differenz zwischen Mindestlohn, tatsächlichem Lohn und Existenzlohn transparent gemacht wurde.	NB	NB	NB	20	33
% des Einkaufswertes bei den 50 größten Lieferanten in Fernost und der Türkei.	NB	NB	NB	72	70
% des Einkaufswertes unserer 50 größten Lieferanten in Fernost und der Türkei, mit denen wir seit mindestens fünf Jahren zusammenarbeiten.	NB	NB	NB	86	93
% Stichproben, die im Berichtszeitraum ein beanstandungsfreies Ergebnis ergeben haben.	97	96	96	96	97
Anzahl Artikel aus dem Verkauf.	22	15	17	19	3

Fußnoten.

1. Im Vergleich zu den Vorjahren geänderte Methode zur Bestimmung der Managementposition. Seit 2020 gilt als Manager, wer eine oder mehrere Personen führt.
2. Seit 2019 berichten wir in Kilogramm. 2018 war dieser Wert in Tonnen Kilogramm berichtet. Deshalb wurde der Wert für 2018 angepasst.
3. Die Geländewagen sind in den Zahlen nicht enthalten.
4. Wie in den vorigen Jahren wurden die Daten aus Spanien und Österreich nicht berücksichtigt.
5. Groninger Erdgas.
6. Der neue Gasanbieter in Frankreich konnte die Verbrauchsdaten nicht rechtzeitig vorlegen, sodass die Daten nicht berichtet werden können.
7. Die Zahlen vor 2016 wurden keiner Beurteilung unterzogen.
8. Scope 1: enthält alle direkten Emissionen, die durch Transportaktivitäten verursacht wurden, die vom Unternehmen selbst mit Quellen im Eigenbesitz oder unter der Kontrolle des Unternehmens wie z. B. der Transport zu den Läden ausgeübt werden. Bei der CO_2-Berechnung 2017 wurden die Umrechnungsfaktoren für den Transport (2017) beim Anbieter und bei www.co2emissiefactoren.nl eingeholt. Der Umrechnungsfaktor für Gas ist für alle Länder gleich.
9. Scope 2: enthält indirekte Emissionen durch Nutzung eingekaufter Energien wie z.B. Strom zur Ausübung der Unternehmensaktivitäten. Bei der CO_2-Berechnung 2017 wurden die Umrechnungsfaktoren beim Anbieter eingeholt. Jedes Land hat seinen eigenen Umrechnungsfaktor.
10. Scope 3: Enthält alle sonstigen indirekten Emissionen Dritter wie Seefracht, Luftfahrt, Binnenschifffahrt und Flugreisen. Die CO_2-Berechnung erfolgte auf der Grundlage des GreenHouse Gas Protocol (2016).
11. Für 2018, 2019 und 2020 wurde auch die Luftfrachtemission in die Berechnung aufgenommen. Für 2016 und 2017 liegen keine Werte vor.
12. Scope 3 Transport zu Lande durch Dritte: Seit 2018 betrifft der Wert nicht nur den Transport zu Lande vom Rotterdamer Hafen nach Alphen aan den Rijn, sondern auch die Fahrten zwischen dem Distributionszentrum und den Hubs in Frankreich, Spanien, Belgien und Österreich durch Dritte. Bei den Fahren Dritter zwischen dem Distributionszentrum und den Hubs handelt es sich um eine Schätzung auf der Grundlage von Daten, die für die letzten Wochen des Jahres 2018 gesammelt waren. Informationen zur weiteren Distribution von den Hubs zu den Filialen durch Dritte liegen nicht vor.
13. Primärverpackungen sind diejenigen Verpackungen, für die wir jährlich die vorgeschriebenen Abfallgebühren an die jeweiligen Länder abführen. Verpackungen von Produkten, die auf dem europäischen Markt eingekauft wurden, werden nicht aufgenommen.
14. 2020 wurde mit einem überarbeiteten Emissionsfaktor für Seefracht gerechnet, sodass sich eine spürbare Verringerung bemerkbar macht. Die Werte der vorangegangenen Jahre wurden nicht überarbeitet.
15. In die Berechnung des ‚CO_2-Ausstoßes Rollcontainer' wurden für 2020 nicht alle Daten betreffend externe Exporteure aufgenommen. Außerdem erfolgten Schätzungen und Annahmen zum Verbrauch von Lkws und dem CO_2-Ausstoß pro Liter Diesel (Quelle TTM.nl).
16. Unter einem ‚beanstandungsfreien' Ergebnis verstehen wir, dass bei einer Stichprobe keine Mängel nachgewiesen werden konnten, die ein (potenzielles) Sicherheits- und/oder Gesundheitsrisiko darstellen können.
17. Seit 2018 nehmen wir Lieferanten in den Bericht auf, die einem Audit durch einen unabhängigen Dritten unterzogen wurden. Da diese Daten für 2017 nicht ermittelt wurden, wurden die Werte für 2015 und 2016 in den Bericht nicht aufgenommen.
18. Seit 2020 werden die Fehlzeiten pro Land aufgenommen.
19. Seit 2020 wird in diese Berechnung außer dem Anteil Better Cotton auch biologisch angebaute und recycelte Baumwolle aufgenommen.
20. Seit 2020 haben wir eine neue Methode zur Berechnung des Materialverbrauchs.
    Für die vorangegangenen Jahre liegen keine Werte vor.

Glossar.

Auditkommission.
Die Auditkommission unterstützt den Aufsichtsrat bei der Erkundung der Zuverlässigkeit der Finanzberichterstattung.

Bangladesh Accord.
Der Bangladesh Accord ist ein einzigartiges Kooperationsbündnis zwischen verschiedenen Stakeholdern. Der Accord dient dem Zweck, die Arbeitsbedingungen in der Textilindustrie in Bangladesch zu verbessern. Fabriken angeschlossener Betriebe werden im Hinblick auf Brandschutz, Gebäudekonstruktion und Elektrizität von unabhängiger Seite geprüft und verbessert.

Better Cotton Initiative (BCI).
Die Better Cotton Initiative ist eine Organisation, die sich weltweit für bessere Bedingungen in der Baumwollwirtschaft einsetzt. BCI hilft den Landwirten, ihre Baumwolle besser anzubauen. Das sollte einerseits zu einem größeren Baumwollertrag und somit für mehr Geld für die Erzeuger sorgen. Und andererseits zu einer effizienteren Arbeitsweise mit weniger Chemikalien führen. Das bedeutet: Weniger Energie, weniger Wasser und weniger Schäden an der Umwelt.

Brand Asset Valuator.
Der Brand Asset Valuator wird verwendet, um das Image eines Unternehmens beim niederländischen Verbraucher zu messen.

Verhaltenskodex.
Ein Verhaltenskodex, der eine explizite Beschreibung der Werte und Normen für die Partner in der Kette formuliert.

Code of Labour Practices.
Ein Verhaltenskodex, auf dem die Zusammenarbeit zwischen Fair Wear und einem Mitglied von Fair Wear fußt, ist der Code of Labor Practices. Der Kern dieses Kodex besteht aus acht Arbeitsstandards, die auf international anerkannten Standards beruhen.

Ethical Trading Initiative (ETI).
Die ETI ist eine Organisation, die es sich zum Ziel gemacht hat, die Arbeitsbedingungen in bestimmten Branchen, darunter der Bekleidungsindustrie und der Lebensmittelindustrie, zu verbessern. Die ETI hat auf der Grundlage internationaler Standards einen Base Code (Verhaltenskodex) entwickelt.

Fair Wear (FW).
Fair Wear ist eine Multi-Stakeholder-Initiative mit etwa 130 Mitgliedern und einer breiten Basis, darunter InRetail, Modint, CNV Internationaal, Mondiaal FNV und die Kampagne für saubere Kleidung. Fair Wear setzt sich als Nichtregierungsorganisation schon seit Jahren für einwandfreie Arbeitsbedingungen in der Bekleidungsindustrie in den Ländern, in denen Bekleidung produziert wird, ein.

Fair Wear Performance Check.
Der Brand Performance Check von FW ist ein Tool zur Evaluierung und Protokollierung der Aktivitäten derjenigen Unternehmen, die an FW angeschlossen sind.

GOTS (Global Organic Textile Standard).
GOTS ist ein Standard für Bio-Textilien, der bis ins Innere der Lieferkette für die Verarbeitung biologischer Fasern Anwendung findet.

IMVO Convenant.
Zeeman ist Mitunterzeichner des Convenant voor Internationaal Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (IMVO), einer Nachhaltigkeitsverpflichtung der Textil- und Bekleidungsindustrie. Betriebe und Organisationen, die das Abkommen unterzeichnen, vereinbaren, gemeinsam gegen Diskriminierung, Kinderarbeit und Arbeit unter Zwang vorzugehen. Außerdem fördern sie das Recht auf freie Tarifverhandlungen durch unabhängige Gewerkschaften, Existenzlohn sowie sichere und gesunde Arbeitsbedingungen für die Beschäftigten. Außerdem streben sie die Verringerung der Umweltbelastung an.

LED.
Light-emitting diode. Energiesparende Beleuchtung.

Vergütungskommission.
Die Vergütungskommission berät den Aufsichtsrat unter anderem über die Arbeitsbedingungen und die Vergütung für die Geschäftsleitung und das (Spitzen-)Management.

(Manufacturing) Restricted Substances List ((M)RSL).
Eine Auflistung der Chemikalien, deren Verwendung vorwiegend aufgrund behördlicher oder gesetzlicher Bestimmungen eingeschränkt ist. Hinter der RSL steht das Ziel, den Einsatz von Gefahrenstoffen in Konsumgütern und Lieferketten zu verringern. Eine MRSL erhält außerdem ein Liste der Chemikalien, die in einer Produktionsstätte nicht verwendet werden dürfen.

Social Audits.
Prozess zur Überprüfung der Betriebsführung an einem Produktionsstandort anhand vorab festgelegter Kriterien. Bei Kriterien, denen ein Hersteller nicht genügt, muss ein Nachbesserungsplan erstellt werden. Dieser Plan sieht vor, welche Korrektur- und Präventionsmaßnahmen zur Erfüllung der Kriterien erforderlich sind. Er wird auch als ‚corrective action plan' (CAP) bezeichnet.

Sustainable Development Goals, SDGs.
Die siebzehn Sustainable Development Goals oder Ziele für nachhaltige Entwicklung für eine bessere Welt 2030, wie es die Vereinten Nationen in ihrem Vorschlag für eine neue globale Agenda formulieren. Erstes und vordringlichstes Ziel ist die Beendigung der extremen Armut, laut Vereinten Nationen ‚die größte Herausforderung unserer Zeit'. Weitere Ziele betreffen die Gesundheit, Bildung und sauberes Trinkwasser, aber auch Ziele über nachhaltige Energie, weniger Ungleichheit und Maßnahmen gegen den Klimawandel.

Transparency Pledge.
Der Transparency Pledge ist eine Initiative unter anderem der Kampagne für saubere Kleider und von Arbeitnehmer- und Menschenrechtsorganisationen. Mit dem Beitritt zum Transparency Pledge ist die Zusage verbunden, durch die Offenlegung der Produktionsstandorte und weitere relevanter Informationen zu einer transparenten Produktion beizutragen.

TÜV SÜD Global Inspection Limited.
Ein international anerkanntes Institut, das für Zeeman weltweit die Fabrikaudits durchführt.

Mai 2021

Zeeman textielSupers
De Schans 15 – 2405 XX
Postbus 301 – 2400 AH
Alphen aan den Rijn
Niederlande
Telefon: +31 172 482 911
Telefax: +31 172 482 293
E-Mail: csr@zeeman.com

Haben Sie noch Fragen zu diesem Bericht? Dann wenden Sie sich bitte an Arnoud van Vliet, Manager CSR & Qualität.