



# PEOPLE REPORT



Christian Schneidermeier,  
CEO ORTOVOX

Bei ORTOVOX verstehen wir uns als Gemeinschaft, die mit einer klaren Haltung und einer klaren Vision die gesellschaftliche Transformation mitgestalten möchte. Als Unternehmen haben wir es in der Hand, zu entscheiden, was wir tun und wie wir es tun. Dabei ist die Sorgfaltspflicht eine der tragenden Säulen und für uns oberste Priorität.

Über die Jahrzehnte unseres Bestehens haben wir entlang der Lieferkette enge Partnerschaften aufgebaut, die auf Vertrauen, Wertschätzung und Fairness fußen. Und seit jeher haben wir proaktiv agiert, um den ArbeitnehmerInnen sichere und faire Arbeitsbedingungen zu ermöglichen. Das zu Jahresbeginn 2023 in Deutschland in Kraft getretene Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz (LkSG) gibt uns eine zusätzliche rechtliche Grundlage unsere Ziele voranzutreiben.

Unsere Motivation geht jedoch über die gesetzlichen Vorgaben hinaus, etwa durch die Ausweitung unseres Monitorings auf die tiefere Lieferkette. Doch bei allem Eigenantrieb, ist uns doch vor allem eines sehr bewusst: Echte Nachhaltigkeit lässt sich nicht durch isolierte Lösungen erreichen, sondern nur im Verbund.

Das erfahren wir in der Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten, mit Mitbewerbern und natürlich mit unabhängigen Organisationen wie etwa der Fair Wear Foundation. Nach vier Jahren haben wir in ihrem Brand Performance Check den „Leader“ Status verfehlt und die Bewertung „Good“ erhalten. Eine Enttäuschung – aber gleichzeitig auch ein großer Anreiz, umso ambitionierter an unseren Zielen zu arbeiten.

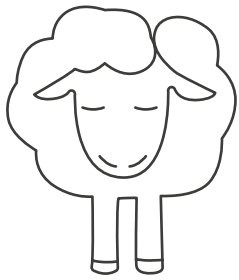
Im People Report zeigen wir, wie und mit wem wir dies umsetzen möchten.

Euer ORTOVOX Team



<b>DAS UNTERNEHMEN</b>	<b>4</b>	<b>MONITORING</b>	<b>31</b>
Wir sind ORTOVOX	5	Übersicht	32
Wertschöpfungskette	9	Bewertung nach Land und Fabrik	34
Doppelte Wesentlichkeit	10	Bedeutung einer guten Geschäftsführung	35
Unsere Fortschritte	12	Open Supply Hub	40
<b>EIN BLICK ZURÜCK</b>	<b>13</b>	<b>AUSBLICK</b>	<b>41</b>
Unsere Ziele für 2022/23	14	Unsere Ziele für 2023/24	42
Resultat FWF Brand Performance Check 2022	15	<b>VERZEICHNISSE</b>	<b>43</b>
Finalist Deutscher Nachhaltigkeitspreis 2023	16	SGD-Verzeichnis	44
<b>SOZIALE VERANTWORTUNG IN DER LIEFERKETTE</b>	<b>17</b>	DNK-Verzeichnis	45
Weitsichtiger Produktzyklus	18	GRI-Verzeichnis	46
Partnerschaftliche Einkaufsstrategie	20	Archiv	47
Starke Partner in Europa und Asien	21	Impressum	48
Hintergrund: Mehr Produktion in Asien	22		
Lieferkettengesetz	27		
Code of Conduct	28		

Mit dem People Report berichten wir über unser Engagement für bessere Arbeitsbedingungen entlang der ORTOVOX-Lieferkette. Dieser ergänzt den Planet Report, unser Nachhaltigkeitsbericht 2023, in dem wir einen Einblick in die vielfältigen Umwelt- und Klimaschutzmaßnahmen zur Erreichung unserer Vision geben.



# DAS UNTERNEHMEN



# WIR SIND ORTOVOX

Seit der Firmengründung 1980 im Süden von München steht ORTOVOX für höchstmöglichen Schutz bei alpinen Unternehmungen. Als Pionier im Lawinensicherheitsbereich wurde die Entwicklung von Notfallprodukten am Berg maßgeblich mitgestaltet. Bergsportbekleidung aus und mit Wolle bereichert seit 1988 das Sortiment von ORTOVOX.

## ORTOVOX SCHÜTZT

Schutz als Markenwert Nr. 1 steht bei ORTOVOX im Fokus jeglichen Handelns. Schutz bezieht sich dabei nicht nur auf Produkte, sondern beinhaltet den Schutz des Menschen, der Umwelt und der Tierwelt. Nachhaltiges Wirtschaften, faire Arbeitsbedingungen und hohe Standards beim Tierschutz sind dabei zentrale Werte, denen sich jede/r MitarbeiterIn verschrieben hat. Die Leidenschaft für die Berge geht einher mit dem Bewusstsein, dass nachhaltiges Handeln in der Arbeit sowie im Privaten notwendig ist. Nur so kann man von nachhaltigem, unternehmerischen Erfolg sprechen. Die Arbeitspraxis von ORTOVOX und seinen Partnern ist dabei geprägt durch die ethischen und moralischen Wertvorstellungen des Unternehmens und seiner MitarbeiterInnen. ▶



# ORTOVOX IN ZAHLEN

## Am Standort

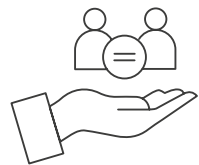


ANZAHL MITARBEITENDE  
157

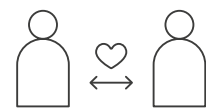
ALTERSDURCHSCHNITT  
40 Jahre



GESCHLECHTERVERTEILUNG  
55% weiblich, 45% männlich

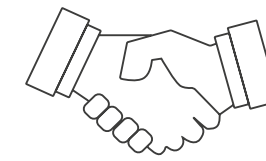


ANTI-DISKRIMINIERUNGSBEAUFTRAGTE  
1



SOZIALES ENGAGEMENT DER MITARBEITENDEN  
328 h

## In unserer Lieferkette



JAHRE DER ZUSAMMENARBEIT MIT DEN FABRIKEN  
Ø 5,82 Jahre

LÄNGSTE ZUSAMMENARBEIT  
seit 1990 mit HeraTex aus Österreich



ANZAHL DER AUDITS 22/23  
13



FORMALE BESCHWERDEN 22/23  
2

## WIR ÜBERNEHMEN VERANTWORTUNG

Die Stabsstelle CSR – Corporate Social Responsibility – ergänzt die fünf Unternehmensabteilungen People & Transformation, Supply Chain & Operations, Sales & Marketing, Finance & Governance sowie Product. Diese Bereiche werden durch ein sechsköpfiges Executive Board verantwortet, das dem Managing Director Christian Schneidermeier zur Seite steht. Die direkte Anbindung des CSR-Bereichs an die Geschäftsführung verankert das Thema Nachhaltigkeit fest im Unternehmen und verleiht ihm mehr Kraft und Präsenz.

Die Abteilung CSR ist zuständig für die strategische und operative Koordination und Implementierung von Nachhaltigkeit in allen Unternehmensbereichen. Das fünfköpfige Team stellt sicher, dass zukunftsweisende Nachhaltigkeitsrichtlinien definiert und eingehalten werden – mit Fokus auf Lieferkette und Produkt.

Dafür ist das Team in ständigem Austausch mit allen Bereichsverantwortlichen. In Meetings mit den Fachabteilungen teilt es fundiertes Wissen zu den aktuellen Entwicklungen der Industrie. Und auch bereits im Onboardingprozess sowie in regelmäßigen Informationsveranstaltungen werden die MitarbeiterInnen zu den Nachhaltigkeitsbestrebungen des Unternehmens informiert.▷

Die große Bedeutung des Themas Nachhaltigkeit zeigt sich ebenfalls in der Verankerung der CSR-Ziele in den strategischen Unternehmenszielen von ORTOVOX.



## UNSERE ZIELE UND DEREN KONTROLLE

Als Unternehmen haben wir die Nachhaltigkeitsstrategie ProtAct2024 entwickelt, die unseren Anspruch an volle Verantwortung für Mensch und Umwelt sowie für unternehmerisches Handeln widerspiegelt. ProtAct2024 ist der nächste Schritt auf dem Weg zu mehr Nachhaltigkeit bei ORTOVOX. Hierbei wurden folgende Fokusbereiche ausgewählt:

### UNSERE FOKUSBEREICHE

- Tierwohl
- Soziale Verantwortung
- Lieferkette
- Klimaschutz
- Umweltschutz
- Langlebigkeit



Für jeden Fokusbereich wurde ein Projektauftrag erstellt, der Meilensteine und integrierte Leistungsindikatoren definiert und auch die Verantwortlichkeiten innerhalb des Unternehmens darlegt. Die Kennzahlen werden in internen Prüfprozessen regelmäßig erfasst, die bereits umgesetzten und geplanten Maßnahmen zur Zielerreichung neu bewertet.

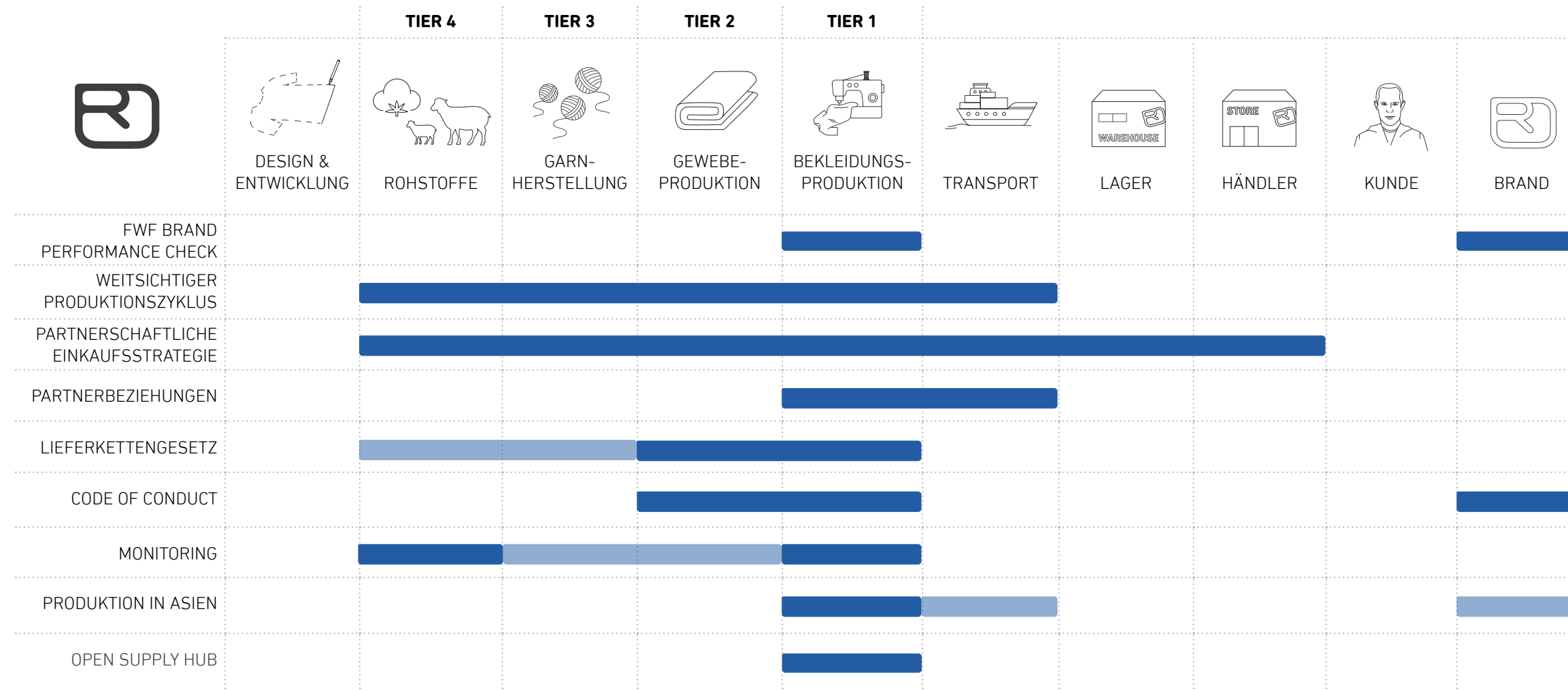
Zudem ist ORTOVOX seit 2015 Mitglied in der Fair Wear Foundation und im Bündnis für nachhaltige Textilien. Im Zuge dieser Mitgliedschaften werden wir seit 2015 jährlich im Rahmen des Brand Performance Checks und des Review-Prozesses des Textilbündnis extern geprüft und legen unsere Tätigkeiten transparent offen. □

Unser Ziel ist es, besser zu sein als das gesetzliche Minimum. Wir wollen Vorreiter sein. Etwas bewegen.





# WERTSCHÖPFUNGSKETTE



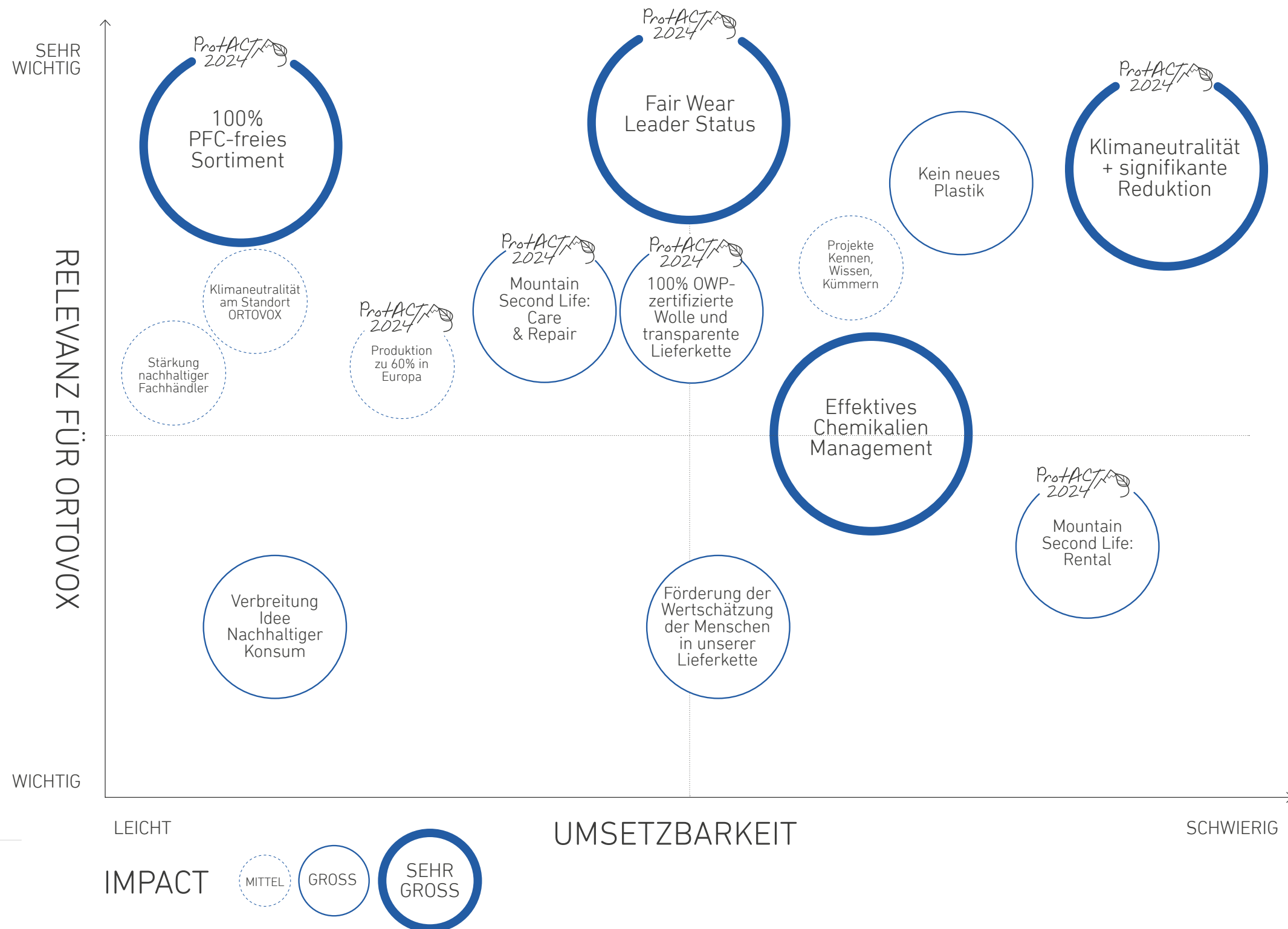
All unsere in diesem Report aufgeführten Tätigkeiten und Engagements im Bereich Nachhaltigkeit haben direkte (dunkelblaue Felder) und indirekte (hellblaue Felder) Auswirkungen auf verschiedene Interessensgruppen. Mit dieser Übersicht wollen wir aufzeigen, in welchen Stufen entlang der Wertschöpfungskette die Maßnahmen greifen. Zudem zeigt die Darstellung, dass wir unsere Ressourcen und Kapazitäten über alle Phasen hinweg verteilen.

## UNSERE PARTNER / INITIATIVEN





# WESENTLICHKEITSMATRIX – INTERNE BETRACHTUNG



Möglichkeiten zur Steigerung der Nachhaltigkeit gibt es viele, alle haben ihre Berechtigung. Und trotzdem müssen wir für uns als Unternehmen die zahlreichen Themenbereiche und Aktivitäten objektiv analysieren, bewerten und priorisieren. Nebenstehende Wesentlichkeitsmatrix spiegelt unsere interne Betrachtungsweise wider. Diese ist aus einem partizipativen Ansatz mit allen Mitarbeitenden entstanden und umfasst drei Dimensionen:

### RELEVANZ FÜR ORTOVOX

Klar, keines der Themen ist unwichtig. Daher sortieren wir von „wichtig“ bis „sehr wichtig“ und haben dabei stets unsere sechs definierten Fokusbereiche im Blick.

### UMSETZBARKEIT

Wie leicht oder schwer ist es für uns, die Ziele einer Maßnahme zu erreichen? Welche Kapazitäten und Ressourcen sind notwendig, wie viel Zeit benötigt ein Projekt?

### IMPACT

Welchen Effekt hat ein Engagement? Wo haben wir den größten Einfluss? Wie können wir wirklich etwas bewirken?



ProtACT 2024

Die mit dem ProtAct2024 Logo versehenen Themenfelder haben wir für uns als Kernbereiche identifiziert und in unserer Nachhaltigkeitsstrategie verankert.

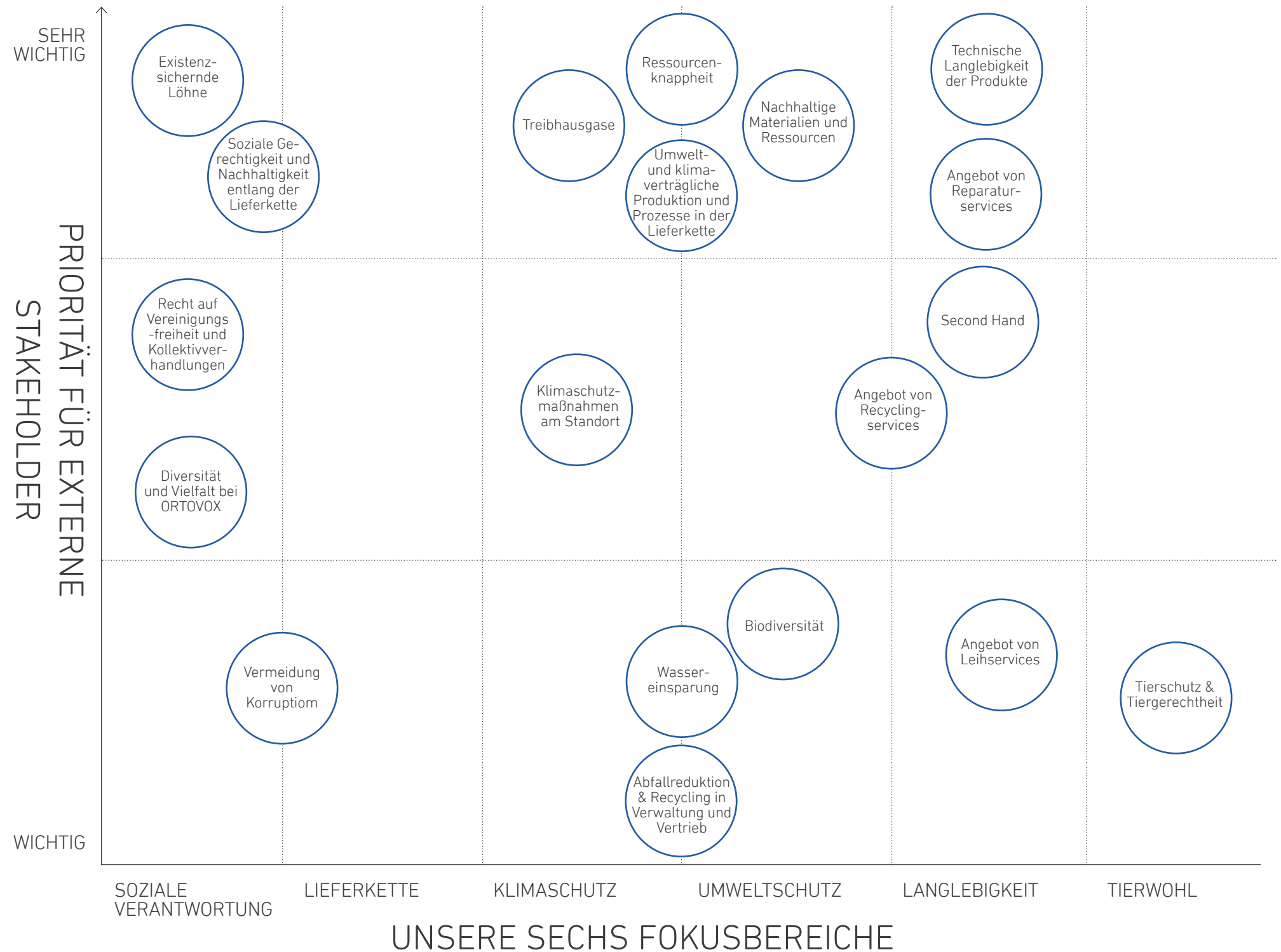
# WESENTLICHKEITSMATRIX

## – EXTERNE BETRACHTUNG

Die Matrix auf der vorherigen Seite ist wichtig und richtig, allerdings auch nur unsere interne Sicht. Als zeitgemäßes und kundenorientiertes Unternehmen ist es für uns essenziell, auch die externe Betrachtung in die Weiterentwicklung unserer Nachhaltigkeitsstrategie einzubinden.

Daher haben wir insgesamt 118 EndkundInnen, HändlerInnen, LieferantInnen, JournalistInnen und Partnerorganisationen nach ihren Meinungen gefragt: Was sind die aktuell und zukünftig größten Herausforderungen der Weltbevölkerung? In welchen Feldern sollte sich ORTOVOX besonders engagieren? Welche Anforderungen an die Produkte gibt es?

Wir haben wertvolles Feedback und interessante Einblicke in die Ansichten der Befragten erhalten. Die ersten Ergebnisse sind in der nebenstehenden Matrix aufgeführt. Nun geht es an eine umfassende Analyse, in der die interne und externe Bewertung übereinandergelegt werden, um Gemeinsamkeiten und Abweichungen zu identifizieren. Basierend darauf leiten wir aktualisierte Ziele ab, die schließlich in der überarbeiteten Nachhaltigkeitsstrategie ProtAct2030 ausformuliert und auch als übergeordnete Unternehmensziele verankert werden.



# UNSERE FORTSCHRITTE

Nachhaltigkeit ist komplex, die Wege dorthin sind vielfältig und individuell. Um fokussiert zu arbeiten und wirklich Fortschritte zu machen, haben wir im Jahr 2019 mit ProtAct2024 sechs Kernbereiche für unsere Nachhaltigkeitsziele definiert. Viele Teilziele sind bereits erreicht, doch darauf ruhen wir uns nicht aus. Wir arbeiten kontinuierlich daran, unsere negativen Einflüsse weiter zu minimieren, um unseren Planeten zu schützen. □

## UMWELTSCHUTZ

100% UNSERER PRODUKTE WERDEN OHNE DEN EINSATZ VON PFC HERGESTELLT.

[MEHR INFOS](#)

## LIEFERKETTE

WIR HINTERFRAGEN UNSERE LIEFERKETTE STETIG. 49,33% UNSERER PRODUKTE WERDEN IN EUROPA PRODUZIERT, DIE RESTLICHEN 50,67% IN ASIEN.

[MEHR INFOS](#)

## KLIMASCHUTZ

ORTOVOX IST KLIMANEUTRAL GESTELLT.

[MEHR INFOS](#)

## SOZIALE VERANTWORTUNG

WIR SIND STOLZES MITGLIED DER FAIR WEAR FOUNDATION UND HABEN 71 PUNKTE BEIM LETZTJÄHRIGEN BRAND PERFORMANCE CHECK ERHALTEN.

[MEHR INFOS](#)

## TIERWOHL

100% UNSERER WOLLE SIND MULESING-FREI.

[MEHR INFOS](#)

## LANGLEBIGKEIT

UNSER SECOND HAND SHOP GIBT UNSEREN PRODUKTEN EIN ZWEITES LEBEN.

[MEHR INFOS](#)



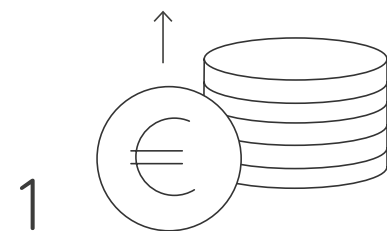
# EIN BLICK ZURÜCK



# WAS WURDE AUS ... ?

# UNSERE ZIELE

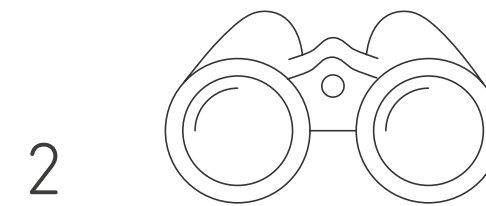
# FÜR 2022/23



## ERHÖHEN

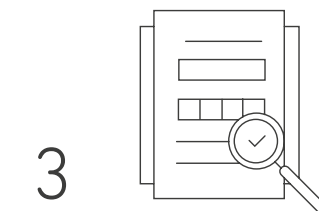
Im vergangenen Jahr wurden die Berechnung des Living Wage in Serbien sowie die Umsetzung der entsprechenden schrittweisen Lohnanpassung bei unserem dort ansässigen Produzenten als Ziel formuliert. Die Berechnungen wurden erfolgreich abgeschlossen, doch durch einen branchenweiten Einbruch der Absatzzahlen ist die tatsächliche Realisierbarkeit zu einer großen Herausforderung geworden. ORTOVOX allein kann die nötigen finanziellen Mittel dafür nicht aufbringen. Die Mitarbeitenden unseres serbischen Produktionspartners sind uns jedoch wichtig.

Wir sind daher fest entschlossen, sie auch in diesen schwierigen Zeiten angemessen zu unterstützen. Nun gilt es, gemeinsam mit den anderen dort produzierenden Unternehmen eine für alle Seiten umsetzbare Lösung zu finden.



## REDUZIEREN

Die Berechnung unserer Baseline Erhebung ist abgeschlossen (siehe [Planet Report 2023](#)). Die Analyse zur Identifikation von Vermeidungs- und Reduktionspotentialen sowie die Definition von entsprechenden Maßnahmen sind jedoch noch in vollem Gange. Die größten Herausforderungen sind schlichtweg die höheren Kosten und die benötigten Kapazitäten im Unternehmen. Auch die Auswirkungen auf andere Nachhaltigkeitsfelder müssen beachtet werden.



## INTENSIVIEREN

Um gemeinsam mit unseren Partnern den Herausforderungen der Lieferkette einen Schritt voraus zu sein, wollten wir die Zusammenarbeit im vergangenen Jahr weiter vertiefen. Durch die Durchführung von zahlreichen Audits konnten Unterstützungspotentiale identifiziert werden. Zudem wurde ein Konzept zum Monitoring von Tier 2 Lieferanten entwickelt, das in den kommenden Wochen eingeführt wird. Die Implementierung eines weiteren Tools zum besseren Austausch von Lieferantendaten befindet sich aktuell in der Prüfung.

# „GOOD“ IST OKAY, ABER UNS NICHT GUT GENUG

Um unser Engagement für bessere Arbeitsbedingungen transparent und unabhängig bewerten zu lassen, stellen wir uns jährlich dem Brand Performance Check der Fair Wear Foundation. In 2022 haben wir nach vier Jahren, in denen wir den „Leader“-Status innehielten, nur die Bewertung „Good“ erhalten. Für uns ist das eine Enttäuschung, aber auch eine neue Motivation.

Schutz von Mensch und Natur ist bei ORTOVOX die oberste Maxime, der wir auch mit der Produktion von fairen, nachhaltigen Produkten nachkommen möchten. Aus diesem Grund zählt die soziale Verantwortung zu einem der sechs Themenbereiche der Nachhaltigkeitsstrategie ProtACT 2024. Seit 2015 sind wir auch Mitglied der Fair Wear Foundation, die im jährlichen Brand Performance Check den Mitgliedsunternehmen hilft, festzustellen, was sie in

diesem Feld gut machen und wo sie sich verbessern können, um weiterhin positive Veränderungen zu bewirken.

Unser Engagement wurde seit 2018 jährlich mit der höchsten Kategorie, dem „Leader“-Status, ausgezeichnet – bis zum letztjährigen Brand Performance Check. ORTOVOX erhielt nach der Bewertung 2022 den Status „Good“, die Note 2 sozusagen. ▶

Im Brand Performance Check stellen sich die FWF Mitgliedsunternehmen einer unabhängigen Organisation, die interne Prozesse prüft und öffentlich darüber berichtet. Die Bewertung „Good“ erhalten Unternehmen, die sich ernsthaft und auch mehr als der Durchschnitt der BekleidungsHersteller um die Umsetzung des „Kodex für Arbeitspraktiken und Arbeitnehmerrechte“ bemühen.





Grund dafür ist die bisher fehlende, systematische Implementierung von zukunftsweisenden Einkaufspraktiken seitens ORTOVOX. Dies lässt sich unter anderem auf systemische Probleme und Entwicklungen innerhalb der gesamten Branche bzw. den Produktionsstätten zurückführen. Zu den ausschlaggebenden Faktoren zählen beispielsweise Überstunden, Unklarheit über Löhne oder die unzureichende Förderung existenzsichernder Entlohnung. Der vollständige [Brand Performance Check](#) kann auf der Website der FWF eingesehen werden.



Wichtig ist: Die Herabstufung ist nicht gleichbedeutend mit einem Rückschritt! Die Situation ist gut vergleichbar mit der Schulzeit: Wir hatten vier Jahre lang die Note 1 erhalten. Jetzt ist es nur eine 2, und trotzdem sind wir insgesamt intelligenter, sprich weiter und besser als im Vergleich zu vor fünf Jahren.

Wir bei ORTOVOX sehen dieses Ergebnis als Motivation, unsere derzeitigen Praktiken zu überarbeiten und systematisch neue Strukturen entsprechend der Anforderungen zu schaffen. Unser Anspruch und Ziel ist es, mit dem nächsten Brand Performance Check im Oktober 2023 wieder die Note 1, den „Leader“-Status, zu erreichen. Denn das Streben nach globaler Gerechtigkeit und die Einhaltung hoher Sozialstandards ist und bleibt ein zentraler Teil von ORTOVOX, um gemeinsam zu schützen, was wir lieben. □



## KEIN SIEGER, ABER TROTZDEM EIN GEWINNER

Wir freuen uns, vom Deutschen Nachhaltigkeitspreis (DNP) im Jahr 2023 unter die Finalisten in der Kategorie „Unternehmen“ gewählt worden zu sein. Der DNP prämiiert Vorreiter der Nachhaltigkeit in der Wirtschaft. Zu den Nominierten zählen Unternehmen jeder Größe und aller Branchen, die Verantwortung übernehmen und Transformation als wirtschaftliche Chance nutzen.

Wir konnten die Jury mit unseren innovativen und langlebigen Produkten, unserer Safety Academy sowie unserem ORTOVOX WOOL PROMISE überzeugen. Auch das ProtACT Lab, unsere interaktive Wissensplattform für einen verantwortungsvollen Bergsport, wurde als besonders vorbildlich genannt.

Wir haben den Preis zwar nicht gewonnen, jedoch zeigt uns die Nominierung, dass unsere Arbeit im Bereich Gesellschaft wahrgenommen und geschätzt wird.



# SOZIALE VERANTWORTUNG IN DER LIEFERKETTE



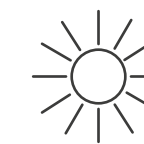
# WEITSICHTIGER PRODUKTZYKLUS

ORTOVOX strebt auch aus sozialen Gründen eine langfristige Produktionsplanung an. Am Beispiel der Winterkollektion 2022/23 wird erklärt, wie Kontinuität durch Weitsicht sichergestellt wird.



Um den Farmern durch langfristige Abnahmeverträge mehr Sicherheit zu geben, wird die Wolle (z.B. von OWP-Farmen) knapp drei Jahre im Voraus bestellt. Der Abruf der Rohwolle für die Bekleidung 2022/23 fand dann im März 2021 statt. Aufgrund von langen Lieferzeiten für einige der exklusiven Stoffe von ORTOVOX startete im August 2021 die Absatzprognose für den Verkauf. Ebenfalls zu diesem Zeitpunkt erfolgte die Kommunikation der Zahlen an die Stofflieferanten und Konfektionäre. Basierend auf diesen Mengen wurde die Bestellung der weiteren Rohware bei den Stofflieferanten platziert. ▶

## ÜBERSICHT KOLLEKTIONEN



SOMMER  
ca. 39%



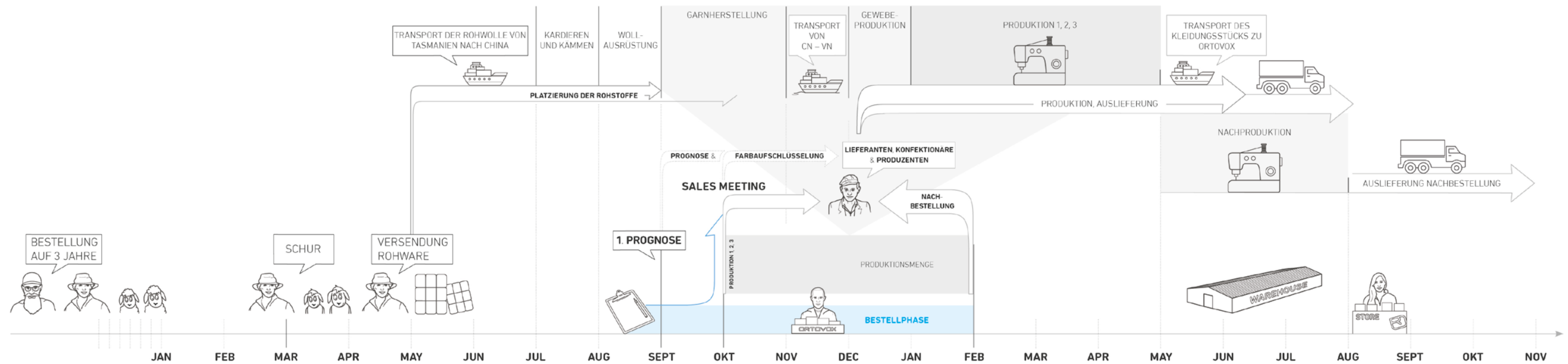
WINTER  
ca. 61%

ORTOVOX produziert zwei Kollektionen im Jahr, Winter und Sommer. Die Winterkollektion nimmt hierbei mit ca. 61% den größeren Teil ein. Die Sommerprodukte ergeben die restlichen 39%.



Im Anschluss an das Sales Meeting im Oktober 2021 entstand die aktualisierte Prognose inklusive Farbaufschlüsselung. Diese Information ging wiederum an die Lieferanten und weitere Bestellungen wurden platziert. Eine erste Nachbestellung fand im Januar 2022 statt, die Auslieferung erfolgte einige Monate nach der ersten Bestellung. □

Von der Bestellung bis zur Auslieferung beträgt die Lieferzeit des finalen Produktes acht bis neun Monate.



# PARTNERSCHAFTLICHE EINKAUFSTRATEGIE

Freundschaft prägt jede Interaktion im Unternehmen – im Team, gegenüber KundInnen, Geschäftspartnern und Lieferanten, draußen am Berg und im täglichen Leben. Diese Philosophie charakterisiert insbesondere die Beziehung zwischen ORTOVOX und seinen Lieferanten.

ORTOVOX verwendet hochqualitative Stoffe, von denen die meisten selbst entwickelt und exklusiv für die eigenen Produkte produziert werden. Entsprechend muss sichergestellt werden, dass die Stoffe mit Sorgfalt und Kompetenz behandelt werden. Dies stärkt das Bedürfnis nach stabilen Lieferantenbeziehungen. Häufiges Wechseln von Lieferanten ist für ORTOVOX keine Option.

Das Unternehmen wächst: Die Kollektion wird, gemessen an der Anzahl an Styles in den letzten drei Jahren, durchschnittlich 10% pro Jahr erweitert. Daher suchen wir stets nach neuen Lieferanten, die sich mit unserer Philosophie identifizieren können. ▶

<i>Dauer der Geschäftsbeziehung (in Jahren)</i>	<i>Anzahl der Lieferanten (Fabriken)</i>	<i>Anzahl der Lieferanten in % (Fabriken)</i>
< 1	7	13,36%
1 – 4	21	40,38%
5 – 10	15	28,85%
> 10	9	17,31%

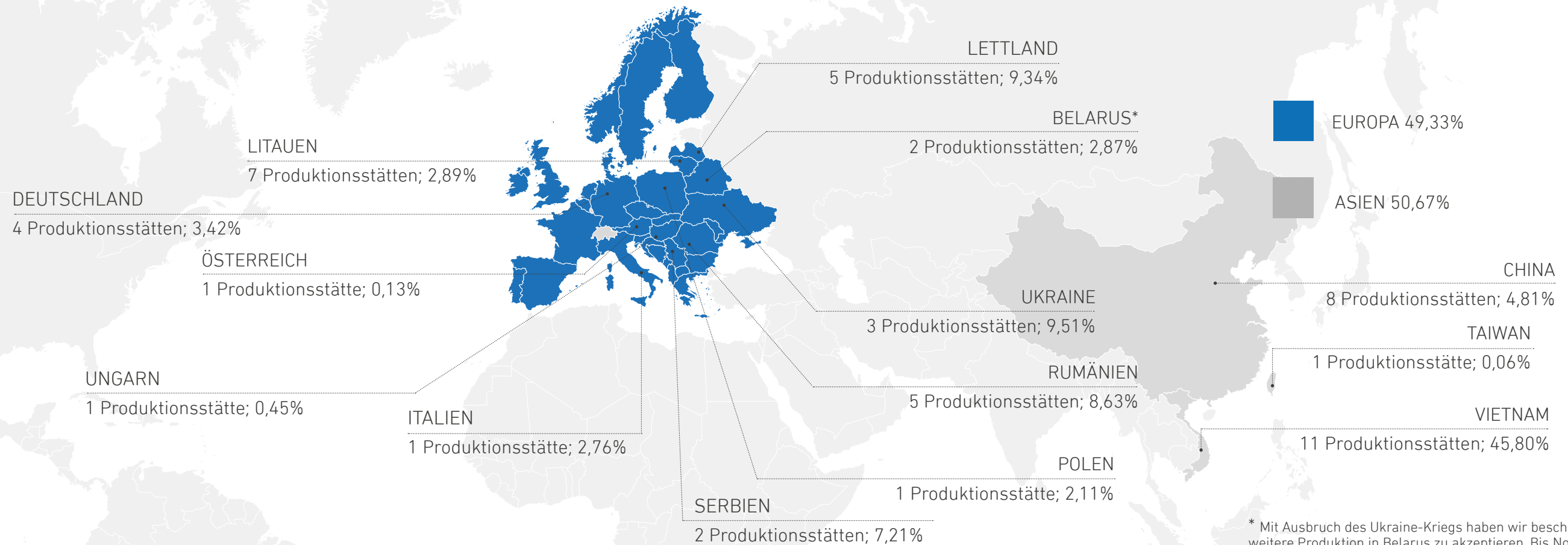
» Mit 46,16% unserer Geschäftspartner arbeiten wir seit fünf Jahren oder länger zusammen. Das schafft Vertrauen und resultiert in höchster Produktqualität! «



Robert Hellwig,  
ORTOVOX CSR Manager

# STARKE PARTNER IN EUROPA UND ASIEN

Unsere Produktion konzentriert sich auf Europa und Vietnam, es gibt jedoch auch Produktionsstätten in Taiwan und China. Die Auswahl der Partner und die Bestimmung des Produktionsumfangs basieren auf einer agilen Risikomanagementbewertung, die vielfältige Faktoren einbezieht.



\* Mit Ausbruch des Ukraine-Kriegs haben wir beschlossen, keine weitere Produktion in Belarus zu akzeptieren. Bis November 2022 wurde ein Restauftrag abgewickelt. Anschließend wurde die Produktion unwiderruflich eingestellt.

# KEINE ZIELVERFEHLUNG, SONDERN EINE BEWUSSTE NEUORIENTIERUNG

Sich langfristige Ziele zu setzen und an diesen zu arbeiten, ist wichtig und richtig. Es ist allerdings auch essenziell, das gesteckte Ziel und die sich verändernden Rahmenbedingungen regelmäßig abzugleichen und zu hinterfragen, ob das Vorhaben noch eine Berechtigung hat. Wenn nicht, muss der Fokus neu ausgerichtet werden, so wie bei unserem ProtAct 2024 Ziel "mindestens 60% der Produktion in Europa".

Die Hintergründe zu diesem Umdenken verrät uns Stefanie Rieder-Haas, Mitglied der Geschäftsleitung und Chief Supply Chain Officer (CSCO). ▶





Stefanie Rieder-Haas,  
ORTOVOX Chief Supply Chain Officer (CSCO)  
Division Sustainability and Quality

EINES DER PROTACT 2024 ZIELE LAUTET, DEN ANTEIL DER PRODUKTION IN EUROPA AUF ÜBER 60% ZU STEIGERN. DIESEM ZIEL HABEN WIR UNS ÜBER MEHRERE JAHRE HINWEG STETIG ANGENÄHERT, 57% WAREN DER HÖCHSTWERT. NUN GAB ES EINEN GROSSEN UMSCHWUNG, DER ZIELWERT WIRD NICHT ERREICHT. WIE KAM ES DAZU?

Hier kamen einige Punkte zusammen, die in der Summe den Ausschlag gaben. Der Hauptgrund ist, dass sowohl die Lohn- als auch Transportkosten in Europa stärker gestiegen sind, als wir es 2019 erwartet haben. Allein in Lettland hat sich der Mindestlohn um 24% erhöht, was ja prinzipiell eine gute Sache ist. Dies fordert allerdings auch unsere PartnerInnen vor Ort heraus, da diese ebenso wie wir nach wirtschaftlichen Gesichtspunkten handeln müssen und EndverbraucherInnen aktuell nur sehr eingeschränkt bereit sind, höhere Preise für europäische Produkte zu zahlen. Zudem sind Fabriken in Asien bei neuen Verarbeitungsmethoden und -technologien mehrere Schritte voraus. Für manche Produktgruppen, beispielsweise Rucksäcke, fehlt in Europa schlichtweg das Know-how, der Fachkräftemangel tut sein Übriges. Einer unserer langjährigen Lieferanten wird seine Produktion von Lettland nach Asien verlegen und ich bin mir sicher, dass weitere fol-



gen werden. Wir sind zum Teil abhängig von deren Entscheidungen, wollen aber auch gemeinsam mit ihnen diesen Weg gehen. Die langjährige vertrauensvolle Zusammenarbeit, die technische Expertise und letzten Endes die Qualität sind für uns ausschlaggebende Faktoren, die einem Neuanfang mit alternativen Herstellern gegenüberstehen. ▶



## WARUM IST DIE GESAMTENTWICKLUNG TROTZDEM POSITIV ZU BEWERTEN?

Als wir im Jahr 2019 unsere Nachhaltigkeitsstrategie definierten, haben wir uns die damals vorherrschende Situation angeschaut, eine Risikobewertung durchgeführt und Potentiale bewertet. Für Ziele wie Klimaneutralität, PFC-freie Produkte sowie soziale Verantwortung in der Lieferkette sind wir selbst der aktive Treiber. Bei der Wahl der Produktionsstandorte ist das aber anders. Die Entscheidungen liegen hier nicht allein in unserer Hand und an dem Ziel festzuhalten, nur um einen bestimmten Wert zu erzielen, ist nicht Sinn der Sache. Vielmehr gehen wir in enger Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten den zukunftsweisendsten Weg.

Ja, wenn man nur die Zahlen betrachtet, haben wir das Ziel nicht erreicht. Rückblickend müssen wir auch sagen, dass die Zielformulierung nicht auf „60% Produktion in Europa“ hätte abzielen dürfen. Vielmehr sollten der Aufbau und die Pflege eines werteorientierten, partnerschaftlichen Lieferantennetzwerks im Fokus stehen. Und daran arbeiten wir weiterhin! ▶

»» Wir sind überzeugt, dass dieser Richtungswechsel der für uns richtige Schritt ist, um eine nachhaltige, qualitativ hochwertige und wirtschaftlich solide Produktion zu führen. ««





DIE PRODUKTION IN EUROPA WIRD ÜBERWIEGEND ALS POSITIV BEWERTET, DIE IN ASIEN IST SEHR MIT NEGATIVEN VORURTEILEN BEHAFTET. MIT WELCHEN AUSSAGEN SIEHT SICH ORTOVOX IMMER WIEDER KONFRONTIERT UND WAS IST DRAN?

Wir sehen uns von KundInnen oftmals mit Klischees konfrontiert: Produktion in Asien sei gleichbedeutend mit Kinderarbeit, fehlenden Umweltstandards und unsicheren Fabriken. Wir verstehen das, es gibt ja immer wieder negative Schlagzeilen, speziell in der Fast Fashion Industrie. Auf der anderen Seite wird „Made in Europe“ schnell mit einer fairen und nachhaltigen Produktion gleichgesetzt. Dies stimmt so leider auch nicht immer, denn einige ältere Fabriken erfüllen die heutigen Sozial-, Sicherheits- und Umweltstandards nicht oder nicht mehr. Ein generalisierendes Urteil kann man über Produktionsstätten nicht fällen. Sowohl in Asien wie auch in Europa finden wir professionell geführte, engagierte und zukunftsorientierte Unternehmen. Genauso gibt es auf beiden Kontinenten schwarze Schafe.

Häufig wird auch die große Entfernung als Argument gegen eine Produktion in Asien aufgeführt. Die Länge des Transportwegs ist mit Blick auf den CO<sub>2</sub>-Ausstoß aber nicht allein entscheidend bei der Wahl des Pro-

duktionsstandorts – auch das „Wie?“ muss betrachtet werden. Der Transport mit dem Schiff ist oftmals sogar umweltfreundlicher, da gleichzeitig eine immense Menge an Artikeln befördert wird. In Europa werden eher kleinere Einheiten mit vielen LKWs gefahren.

Von einer Produktion in Europa können und wollen wir aber nicht absehen, denn auch hierfür gibt es valide Gründe: Wir haben eine höhere Flexibilität und können kleinere Mengen produzieren. Und es ist natürlich auch eine Risikostreuung, wenn wir unsere Produktion breit aufstellen.

Zusammengefasst lässt sich sagen, dass die Globalisierung uns als produzierendem Unternehmen vielfältige Möglichkeiten in der Entwicklung und Herstellung der Produkte bietet. Die Herausforderung für uns liegt darin, die Vorteile beider Produktionsstandorte zu nutzen und dabei unsere Verantwortung für soziale und umweltfreundlichere Produktion zu wahren. ▶





WIE STELLT ORTOVOXX SICHER, DASS VOR ALLEM DIE ARBEITSBEDINGUNGEN, ABER AUCH DIE PRODUKTQUALITÄT DEN HOHEN ANSPRÜCHEN GENÜGEN?

Bei der Wahl unserer Produktionsstätten setzen wir hohe Maßstäbe. Es ist unabdingbar, potenzielle und bestehende Produzenten genauestens zu prüfen. Gemeinsam mit unseren unabhängigen Partnern kontrollieren wir vorab und auch während der Zusammenarbeit klar definierte Standards bezüglich der Produktqualität, der sozialen Aspekte sowie der ökologischen und ökonomischen Nachhaltigkeit. Dass dieses Vorgehen wichtig ist, zeigte sich bei einer Beschwerde einer Mitarbeiterin bei einem Lieferanten in Serbien (siehe [People Report](#)

[2022](#)) sowie einem alarmierenden Audit in einer Fabrik in Vietnam (siehe [Seite 35](#)). Hier wurden Missstände deutlich und es konnte aktiv entgegengesteuert werden.

Darüber hinaus sind unsere Mitgliedschaften im Textilbündnis und der Fair Wear Foundation ein Versprechen für Fairness und Transparenz entlang unserer Lieferkette. □

# LIEFERKETTENGESETZ

## SOZIALVERTRÄGLICHE PRODUKTION

### PER GESETZ

Es ist schon immer unser innerer Antrieb, Fairness und Sozialverträglichkeit in der Lieferkette sicherzustellen. Daran haben wir in der Vergangenheit bereits proaktiv mit unseren Partnern gearbeitet. Das neue Lieferkettengesetz verpflichtet uns ab 2024 auch gesetzlich dazu und gibt uns eine rechtliche Grundlage, unsere "Forderungen" bei den Lieferanten mit hoher Priorität zu platzieren.

In Vorbereitung auf die Einführung haben wir bereits einige Maßnahmen umgesetzt:

- Neuer ORTOVOX Code of Conduct, der eine umfassende Selbstverpflichtung zur Einhaltung der entsprechenden Sozial- und Umweltstandards beinhaltet (siehe [Seite 28](#))
- Einführung eines neuen Supplier Code of Conduct
- Einführung einer neuen Chemical Compliance Guideline zum Schutz der ArbeiterInnen und der Umwelt

## LIEFERKETTENGESETZ

Das Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz, kurz Lieferkettengesetz, ist am 1. Januar 2023 in Kraft getreten. Das Gesetz regelt die unternehmerische Verantwortung für die Einhaltung von Menschenrechten in den globalen Lieferketten. Hierzu gehören beispielsweise der Schutz vor Kinderarbeit, das Recht auf faire Löhne sowie der Schutz der Umwelt. Davon profitieren die Menschen in den Lieferketten, Unternehmen und auch die KonsumentInnen. Mehr Informationen auf der [Website des Bundesministeriums für Arbeit und Soziales](#).

# UNSERE ORTOVOX-VERANTWORTUNG

In unseren Köpfen gab es schon immer ganz klare, wichtige Grundregeln und Prinzipien, an denen wir unser Handeln und Verhalten ausrichten. Diese haben wir auch in einem sogenannten "Code of Conduct", zu Deutsch Verhaltenskodex, aufgeschrieben. Dabei handelt es sich um eine Selbstverpflichtung zur Einhaltung gewisser rechtlicher, ethischer und sozialer Standards und Normen, die wir auch von unseren Partnern verlangen.

Es wird zwischen einem internen und externen Kodex entschieden. Beide haben das Ziel, Korruption und Diskriminierung zu verhindern und ein respektvolles Miteinander sowie umweltfreundliches Verhalten zu fördern.

Der interne Code of Conduct (CoC) gilt gemeinhin als die Grundlage des eigenen Schaffens. Er soll sicherstellen, dass von innen heraus alle Mitarbeitenden des Unternehmens gemäß der darin definierten Unternehmenskultur handeln. Und dies unabhängig von ihrer kulturellen oder sozialen Herkunft und ihren persönlichen Wertevorstellungen.▷





Der Kodex umfasst vier Themenfelder:



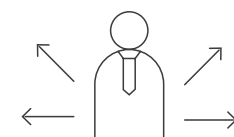
VERHALTEN BEI ALLEN  
GESCHÄFTLICHEN AKTIVITÄTEN

Gültigkeit haben die Verhaltensregeln des internen CoC für alle – vom Management bis zu den PraktikantInnen. Stellvertretend für alle Mitarbeitenden wird der Kodex von der Geschäftsleitung unterschrieben.



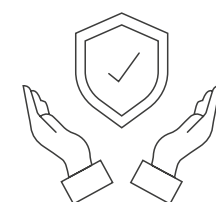
ARBEITSBEZIEHUNGEN UND  
ARBEITSPLÄTZE

Der aktuelle interne [ORTOVOX Code of Conduct](#) ist auf unserer Website einsehbar.



VERHALTEN IN DER  
GESELLSCHAFT

Der externe Kodex baut auf dem internen CoC auf und ist sozusagen die Unterstützung von außen. Denn die Werte, für die ORTOVOX steht, verlieren ja nicht an der Ausfahrt vom Firmengelände an Gültigkeit. Daher haben wir unsere Anforderungen an die Tier 1 und nominierte Tier 2 Lieferanten niedergeschrieben und ihnen zur Unterschrift vorgelegt. Für viele unserer Partner ist das eine Selbstverständlichkeit, nur selten kommen Rückfragen und Anmerkungen, die wir dann in engem Austausch abstimmen.▷



UMGANG MIT VERTRAULICHEN  
DATEN UND INFORMATIONEN



INHALT

Die nachfolgende Tabelle gibt eine Übersicht, wie sich der interne und externe Kodex unterscheiden.

<i>Kriterium</i>	<i>Interner CoC</i>	<i>Externer CoC</i>
<i>Zielgruppe</i>	Alle Mitarbeitenden des Unternehmens	Alle Mitarbeitenden der Produzenten, Zulieferer und externen Partner, die Teil der Lieferkette oder weiterer Geschäftsaktivitäten sind
<i>Geltungsbereich und Inhalte</i>	Gilt für interne Prozesse, Verhaltensweisen und Entscheidungen innerhalb der Organisation und umfasst Themen wie ethisches Verhalten, Integrität, Vertraulichkeit, Interessenkonflikte, Diskriminierung, Arbeitsplatzsicherheit und mehr	Konzentriert sich auf die Einhaltung von Standards in Bezug auf Menschenrechte (insbesondere Arbeitsbedingungen) und Umweltverträglichkeit, faire Geschäftspraktiken und mehr
<i>Durchsetzung</i>	Von ORTOVOX selbst	Umsetzung durch den Lieferanten selbst, durch ORTOVOX angestoßen, unterstützt und "überwacht"

Wir möchten ein verantwortungsbewusstes Unternehmen und ein positives Beispiel für nachhaltiges Wirtschaften sein. Unser Code of Conduct – intern wie extern – spiegelt daher unsere inneren Überzeugungen wider und liefert einen Orientierungsrahmen, der uns und unseren Partnern in der Lieferkette hilft, tagtäglich die richtigen Entscheidungen zu treffen. So können wir mit einem guten Gefühl auf unsere Arbeit blicken und zur Stärkung des Gemeinwohls beitragen. □



# MONITORING

# MONITORING

## 2022/23

Das Geschäftsjahr 2022/23 war das achte Mitgliedsjahr von ORTOVOX in der Fair Wear Foundation. Neben dem bestehenden Monitoring System lag ein großer Fokus auf Transparenz in der Lieferkette, kooperativer Arbeit an Löhnen und Arbeitsbedingungen sowie der Förderung der gegenseitigen Unterstützung.

Die Wahrnehmung unserer Sorgfaltpflicht bezüglich der Kontrolle der Arbeitsbedingungen in den Fabriken hat für uns oberste Priorität. Im vergangenen Jahr haben wir uns gemeinsam mit Auditoren in insgesamt 13 Audits die Entwicklungen vor Ort anschauen können. Parallel ermöglichten virtuelle Meetings einen engen Austausch und die Diskussion offener Themen.

Die Tabelle auf [Seite 34](#) gibt eine Übersicht über noch gültige Audits, die weiterhin in Bearbeitung durch ORTOVOX oder andere FWF Member Brands stehen. Die Fabriken werden gemäß des FWF „Code of Labour Practices“ geprüft und bewertet.▷

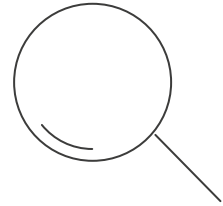


Die Fair Wear Foundation ist auf die Verbesserung der Arbeitsbedingungen in der Textilindustrie spezialisiert. Die Grundlage der Zusammenarbeit zwischen der unabhängigen Organisation und den Mitgliedern ist der sogenannte Code Of Labour Practices – der Kodex für Arbeitsbedingungen. Jedes Jahr bewertet die Fair Wear Foundation im „Brand Performance Check“ die Arbeit und Ergebnisse der Mitglieder hinsichtlich der Einhaltung des Kodex in der Lieferkette mit klar definierten und auf international anerkannten Standards basierenden Kriterien.



## Das ORTOVOX Monitoring System stützt sich auf die folgenden drei Säulen:

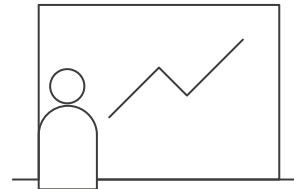
1



### TRANSPARENT SEIN

ORTOVOX legt offen, wo Produkte hergestellt werden und wie die Arbeitsbedingungen vor Ort sind. Dazu gehört die Erfassung aller Fabriken und die Durchführung von Fabrikaudits bzw. die Bewertung bestehender Auditberichte. Viele Lieferanten produzieren auch für andere FWF Mitglieder. Davon werden auch einige nach FWF Vorgaben auditiert und in der Nachbearbeitung (follow-up) von anderen Mitgliedern betreut. ORTOVOX steht mit diesen in ständigem Austausch. Um Doppelauditorien zu vermeiden, erkennt man neben FWF Audits auch andere Audits an, sofern sie den Qualitätsvorgaben entsprechen.

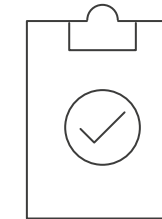
2



### KAPAZITÄTEN AUFBAUEN

Nach einem Fabrikbesuch erstellen die Auditoren einen Maßnahmenkatalog (corrective action plan oder CAP), der alle festgestellten Verstöße gegen die FWF Vorgaben und nötige Verbesserungen enthält. Gemeinsam mit der Fabrik bearbeitet das CSR-Team alle Punkte, um konkrete und messbare Verbesserungen zu erzielen. Um neben den Audits Kapazitäten aufzubauen, sind Trainings ein essentielles Tool. Besseres Verständnis der Thematik begünstigt Verbesserungen allgemein. Trainings gibt es für ORTOVOX MitarbeiterInnen und Lieferanten. Hier werden Verständnis für Nachhaltigkeit und die dazu notwendigen Schritte gelehrt.

3



### BERICHTEN & VERIFIZIEREN

Als Mitglied bei der Fair Wear Foundation verfasst ORTOVOX einmal im Jahr einen Sozialbericht. Der Berichtszeitraum entspricht dem letzten Geschäftsjahr. Die FWF führt jährlich einen sogenannten Brand Performance Check durch, bei dem die internen Prozesse des Unternehmens und das Verständnis von relevanten Nachhaltigkeitsthemen auf dem Prüfstand stehen. Damit verifiziert bzw. prüft die FWF den Beitrag des Unternehmens für bessere Arbeitsbedingungen. Dieser Bericht wird auf [fairwear.org](https://www.fairwear.org) und [ortovox.com](https://www.ortovox.com) veröffentlicht. Der nächste Brand Performance Check findet im Oktober 2023 statt.



# BEWERTUNG NACH LAND UND FABRIK

COUNTRY	DB#	AUDIT DATE	1. MANAGE- MENT	2. WORKING TIME	3. COMPENSA- TION	4. NO CHILD LABOUR	5. NO FORCED LABOUR	6. FREEDOM OF ASSOCIATION & COLLECTIVE BARGAINING	7. NO DISCRIMINATION	8. HEALTH AND SAFETY	9. ENVIRON- MENT	10. LEGAL BINDING EMPLOYMENT RELATIONSHIPS
Vietnam	34137	15.08.22	✓	!	!	✓	✓	!	✓	!	N.A.	✓
Romania	15593	01.09.22	✓	✓	!	✓	✓	!	✓	!	N.A.	✓
Vietnam	10013	28.10.22	↑	↓	↑	✓	✓	↑	✓	→	N.A.	✓
Vietnam	8499	28.03.23	↑	↑	→	✓	✓	↓	→	→	N.A.	→
Vietnam	2945	30.03.23	↑	↑	→	✓	✓	↑	✓	↑	N.A.	→
Serbia	34147	20.04.23	↑	↑	↑	✓	✓	↑	✓	↑	→	✓
Ukraine	34150	27.04.23	!	!	!	✓	✓	!	✓	!	!	✓
China	15229	17.05.23	!	!	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Vietnam	12268	25.05.23	!	!	!	✓	✓	!	✓	!	N.A.	!
China	33335	07.06.23	!	!	!	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
China	34181	19.06.23	✓	!	!	✓	✓	!	✓	!	N.A.	✓
China	4561	20.06.23	✓	!	!	✓	✓	✓	✓	!	N.A.	✓
Vietnam	35730	29.06.23	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*

! 1. Audit in der Fabrik; Nichteinhaltung entdeckt.  
Wir arbeiten an der Lösung des Problems.

✓ Kein Problem gefunden.

↑ Verbesserung im Vergleich zum letzten Audit.  
Kontinuierliche Arbeiten zur Lösung des Problems.

→ Keine Veränderung im Vergleich zum letzten Audit.  
Kontinuierliche Arbeiten zur Lösung des Problems.

↓ Rückschritt im Vergleich zum letzten Audit.  
Dringende Arbeiten zur Lösung des Problems.

\*Auswertung des Audits zum Datum der Veröffentlichung noch nicht vollständig abgeschlossen.

# FOKUS MENSCH EINE NEUE ÄRA DER NACHHALTIGKEIT UND TRANSPARENZ

Die Bedeutung einer guten Geschäftsführung darf nicht unterschätzt werden. Sie legt den richtigen Kurs fest, übernimmt Verantwortung und stellt das Wohlbefinden der Belegschaft sicher. Ist all dies nicht gewährleistet, sind Probleme vorprogrammiert. Einer unserer vietnamesischen Zulieferer ist ein starkes Beispiel dafür, wie es mit einer klaren Vision und konsequentem Handeln gelingen kann, nach Rückschritten den Umschwung hin zu einer positiven Entwicklung zu schaffen.

Vietnam war besonders stark von der Coronakrise betroffen. Strenge Lock-downs legten die Arbeit in den Fabriken des Landes teilweise für Monate lahm. Nach den Lockerungen war es daher oftmals die

oberste Priorität, die Wirtschaftlichkeit der Produktionsstätten wieder zu garantieren. Dabei blieben aber große Themen rund um die ArbeitnehmerInnen auf der Strecke.▷





INHALT

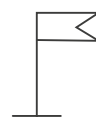
Auch bei VIVA, einem Rucksacklieferanten für ORTOVOX, wurde diese Entwicklung deutlich. Nach einem alarmierenden Audit am Standort in Vina war klar, dass sich einiges rasch ändern muss. Für uns als Brand ist es okay, einen Ausrutscher zu

haben. Wichtig ist es, ehrlich und transparent mit dem Thema umzugehen und einen gemeinsamen Weg zu finden, um wirkliche Veränderung im Sinne der ArbeitnehmerInnen zu erzielen. ▷

## VIVA VINA



STANDORT: Long An Provinz, Vietnam



GEGRÜNDET: 2006



ANZAHL MITARBEITENDE: 746



WEITERE KUNDEN: u.a. Montane, Fond Of (am Standort Saigon)



BEGINN DER PARTNERSCHAFT: 2003

»» Wie gefestigt und vertrauensvoll eine Partnerschaft ist, zeigt sich besonders in herausfordernden Zeiten. Für ORTOVOX ist es unabdingbar, unseren Partnern vielfältige Unterstützung anzubieten und gemeinsam an Lösungen zu arbeiten. ««



Robert Hellwig,  
ORTOVOX CSR Manager



## ZWEI AUDITS GEBEN GRUND ZUR SORGE

### 2019/2020



#### VORBILDLICHES HANDELN

- Kommunikation und Dialog in der Fabrik sind gut
- Interviewte ArbeiterInnen kennen die Arbeitsrichtlinien der FWF, ihre grundlegenden Arbeitsrechte sowie offizielle Arbeitsgesetze
- Das fabrikinterne Beschwerdesystem ist unter den Arbeitenden bekannt, auch wenn es nicht genutzt wird



#### SCHWERWIEGENDE VERSTÖSSE

- Das Audit-Team der FWF konnte keine Überprüfung der Arbeitszeiten und Löhne vornehmen, da die entsprechende Person während des Audits krankheitsbedingt nach Hause gehen musste und niemand anderes in der Lage war, die erforderlichen Unterlagen bereitzustellen
- Aussagen in den Interviews mit den Arbeitenden widersprechen den vorhandenen Unterlagen (z.B. bezüglich der Arbeitszeit)
- VIVA VINA wird im FWF Auditbericht Intransparenz und die Fälschung von Unterlagen vorgeworfen. Dies entsprach nicht unseren bisherigen Erfahrungen mit dem Produzenten.



#### FESTGESTELLTE MÄNGEL UND NOTWENDIGE VERBESSERUNGEN

- Elektronische Zeiterfassung erfasst nur an ausgewählten Tagen die Arbeitszeit bis 18 Uhr
- Überstunden werden manuell erfasst
- Nutzung der Toiletten nicht immer erlaubt

### 2022



#### VORBILDLICHES HANDELN

- 100% der Belegschaft sind der Gewerkschaft beigetreten; zuvor maximal 99%



#### SCHWERWIEGENDE VERSTÖSSE

- Zurückhalten von Daten beziehungsweise Fälschung der Dokumente



#### FESTGESTELLTE MÄNGEL UND NOTWENDIGE VERBESSERUNGEN

- Unterauftragsvergabe ohne Information an ORTOVOX
- Arbeitszeiten wurden nicht eingehalten, Überstunden nicht transparent dokumentiert
- Verspätete Lohnzahlungen



Die Ergebnisse aus den Audits sind selbstverständlich nicht zufriedenstellend. Aber deswegen machen wir sie ja: Um Mängel aufzuzeigen und Verbesserungen zu erarbeiten. Dafür ist es aber auch essenziell, einen verlässlichen und motivierten Partner auf Seiten der Produzenten zu haben. Ein Wechsel im VIVA-Management stimmt uns optimistisch.

Jay Kim, der vor zehn Jahren als Sales Manager bei VIVA angefangen hat, erkannte bereits früh die Notwendigkeit für Veränderung. Er ist sich der Verantwortung gegenüber der Belegschaft, dem Unternehmen sowie seinem Kundenstamm bewusst und war motiviert, entsprechende Maßnahmen

einzuleiten. Die Entscheidungsgewalt in seiner Position reichte jedoch nicht aus. Dank einer internen Umstrukturierung erhielt Jay dann im Februar 2023 die Chance, als neuer General Manager seine Visionen und Ideen, besonders mit Fokus auf die Belegschaft, umzusetzen.

Im ersten Schritt lag der Fokus auf der Optimierung und Weiterentwicklung bestehender Prozesse. Dafür wurde zum Beispiel der Bau einer neuen Fabrik gestoppt, denn die Zufriedenheit der Belegschaft steht an oberster Stelle. Bei einem weiteren persönlichen Fabrikbesuch im Frühjahr 2023 wurden bereits erste Veränderungen ersichtlich:



- Stundenerfassungen sowie Lohnzahlungen sind transparenter
- Überstunden sind deutlich gesunken
- Arbeitsplatzsicherheit wurde erhöht, entsprechende Trainings werden durchgeführt, Warnschilder und Feuerlöscher sind vorhanden
- ZeitarbeiterInnen sind versichert
- ArbeitnehmerInnen wird die Möglichkeit gegeben, ihre Gedanken und Wünsche einzubringen, allgemeine Zufriedenheit ist höher
- Qualität und Auswahl des Essens in der Kantine wurden erhöht ▷



Der Wille zur Veränderung ist unübersehbar. Einzelne Meilensteine sind klar definiert, um die Versäumnisse der Vergangenheit aufzuholen. Wir bleiben mit Jay im engen Aus-

tausch, um den Prozess zu begleiten. Mit unserer Erfahrung aus der Zusammenarbeit mit anderen Produzenten stehen wir ihm beratend zur Seite. □



>> Das ultimative Ziel ist es, einen besseren Arbeitsplatz zu bieten. Ich möchte eine Atmosphäre schaffen, in der die MitarbeiterInnen Vertrauen haben und gerne zur Arbeit kommen. <<

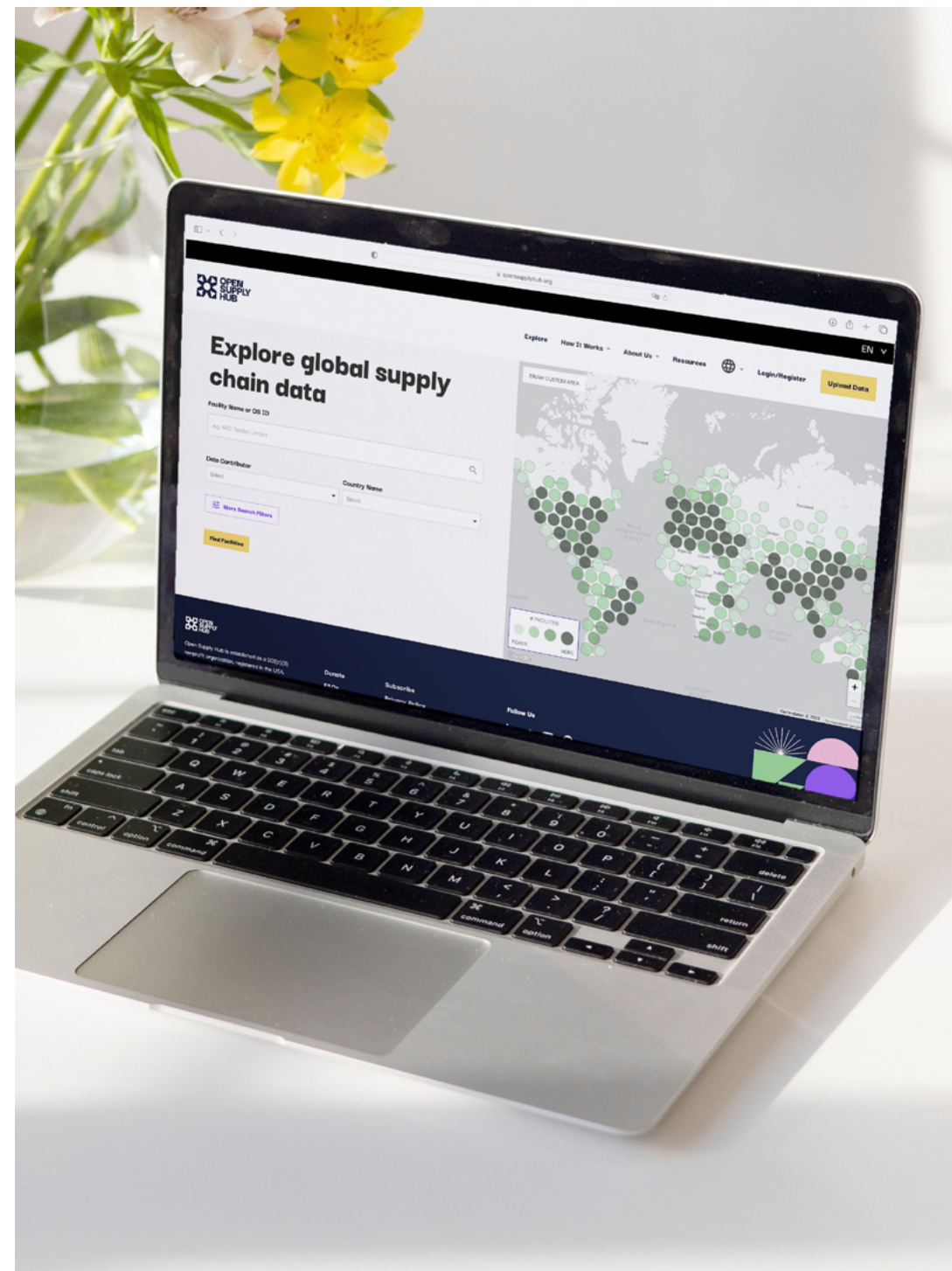
Jay Kim, Geschäftsführer VIVA (seit Februar 2023)

# OPEN SUPPLY HUB

## TRANSPARENZ UND NACHVOLLZIEHBARKEIT

Bisher haben wir die Informationen zu unseren Tier 1 Lieferanten auf dem Member Hub der Fair Wear Foundation gesammelt. Dort sind sie allerdings nicht öffentlich einsehbar. Transparenz ist uns jedoch immens wichtig. Wir haben uns daher entschlossen, alle Daten zu unseren Produktionsstandorten auf dem Open Supply Hub zugänglich zu machen. Dort veröffentlichen wir detailliert, wer wo welche Produkte und Teile für ORTOVOX herstellt – mit voller Nachvollziehbarkeit und einsehbar für alle EndkundInnen.

Zur ORTOVOX [Lieferantenübersicht](#) auf dem Open Supply Hub. □



Die neutrale, gemeinnützige Organisation aus den USA hat sich zum Ziel gesetzt, die Menschenrechts- und Umweltbedingungen in und um Fabriken und Anlagen zu verbessern, indem es Daten aus der globalen Lieferkette als kostenloses, öffentliches Gut zugänglich macht.

Die gelisteten Informationen werden von den produzierenden Unternehmen selbst sowie von Fabriken und Dienstleistern aus der Lieferkette, zivilgesellschaftlichen Organisationen und weiteren Interessensgruppen bereitgestellt. [www.opensupplyhub.org](http://www.opensupplyhub.org)





# AUSBLICK

# UNSERE ZIELE FÜR 2023/24

Wir sind stolz auf das bisher Erreichte, sehen aber auch noch jede Menge Potential, um ORTOVOX noch verantwortungsbewusster, noch nachhaltiger und noch partnerschaftlicher zu machen. Das Fokusthema für das kommende Jahr ist dabei ganz klar das Tier 2 Monitoring.



## *Alle Augen auf Tier 2*

Sorgfaltspflicht endet für ORTOVOX nicht bei den Nähprozessen. Durch die Ausweitung unseres Monitorings auf die tiefere Lieferkette wollen wir sicherstellen, dass die Arbeitsbedingungen und Menschenrechte in jedem Schritt der Produktion gewahrt werden. Dieser nächste Schritt ist nicht ohne Grund: einige der gravierendsten Verstöße treten in den Vorstufen der Produktion auf, beispielsweise bei der Herstellung der Stoffe oder der Rohstoffgewinnung. Wenn Marken ihre Verantwortung nur auf die Cut-Make-Trim-Prozesse in Tier 1 beschränken, könnten Lieferanten verleitet sein, unethische Praktiken in andere Stufen der Lieferkette zu verlagern, um definierte Sozialstandards zu umgehen. Diese Ausdehnung des Monitorings verringert die Gefahr der Auslagerung.

Vor diesem Hintergrund haben wir ein Konzept entwickelt, wie wir unsere Tier 2 Lieferanten effizient und wirksam überprüfen könnten. Basierend darauf erstellen wir ein

Risikoprofil für jede Produktionsstätte und entwickeln entsprechende Gegenmaßnahmen. Über das Textilbündnis haben wir zudem die Möglichkeit, gemeinsam mit weiteren Unternehmen der Outdoor-Branche an zwei Projekten zur Analyse und Bewertung von Beschwerdemechanismen bei gemeinsamen Zulieferern mitzuwirken:

- in Kooperation mit deuter und Care Deutschland in Vietnam
- in Zusammenarbeit mit Sympatex, BP und Deltex in China

Das Ziel beider Projekte ist, dass sich die ArbeiterInnen in den Fabriken ihrer Rechte bewusstwerden und bei Bedarf Gehör verschaffen können.

Unser Engagement soll Vorreiter und Vorbild sein und so langfristige Verbesserungen in der gesamten Textilindustrie fördern. □



# VERZEICHNISSE

# SDG-VERZEICHNIS



Um global nachhaltige Strukturen zu schaffen, haben sich die Mitgliedstaaten der Vereinten Nationen 17 Ziele gesetzt, die in der Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung festgehalten sind: Die UN-Nachhaltigkeitsziele oder Sustainable Development Goals, kurz SDGs genannt.

Wir haben den Anspruch, durch unser tägliches Handeln einen Unterschied zu machen. Wir fühlen uns den Nachhaltigkeitszielen verpflichtet. Nicht jedes einzelne Ziel betrifft ORTOVOX gleichermaßen. Dennoch unterstützen wir alle Ziele auch über unser eigenes Wirtschaften hinaus.

SDG	Seiten
1	14, 37, 38
2	37, 38
3	5, 34
4	7, 16
5	6
6	*
7	*
8	9, 15-21, 26-40
9	15, 40
10	27-40
11	*
12	7-42 bzw. gesamter Bericht
13	siehe <a href="#">Planet Report</a>
14	*
15	siehe <a href="#">Planet Report</a>
16	15
17	9, 15



\* kein expliziter Fokus

# DNK-VERZEICHNIS

<i>DNK Thema</i>	<i>Seiten</i>
0 Allgemeine Informationen	2,5,6,20
1 Strategie	7
2 Wesentlichkeit	10
3 Ziele	8,11,13,15,41
4 Tiefe der Wertschöpfungskette	9,18
5 Verantwortung	5-7
6 Regeln und Prozesse	7, 8,13, 33, 34
7 Kontrolle	37-40
8 Anreizsysteme	6
9 Beteiligung der Anspruchsgruppen	7-9,13,14,19-22,28
10 Innovations- und Produktmanagement	18,19
11 Inanspruchnahme natürlicher Ressourcen	**
12 Ressourcenmanagement	**
13 Klimarelevante Emissionen (THG-GHG)	**
14 Arbeitnehmerrechte	14,15
15 Chancengleichheit	2,6
16 Qualifizierung	7
17 Menschenrechte	6,14
18 Gemeinwesen	29-31
19 Politische Einflussnahme	*
20 Gesetzes- und richtlinienkonformes Verhalten	33, 34

Der Deutsche Nachhaltigkeitskodex, kurz DNK, wurde 2010 vom Rat für Nachhaltige Entwicklung mit VertreterInnen der Politik, des Finanzmarkts, Unternehmen und zivilgesellschaftlichen Organisationen entwickelt.

ORTOVOX berichtet mit dem People Report 2023 freiwillig zu den 20 DNK-Kriterien. Zu wesentlichen Bereichen wird informiert, teilweise sind Leistungsindikatoren hinterlegt. Einige der DNK-Kriterien, die sich auf Umweltthemen fokussieren, wurden im diesjährigen [Planet Report](#) berichtet oder sind für die nächste Berichtsperiode anvisiert.



Deutscher  
NACHHALTIGKEITS  
Kodex

\*hier noch nicht berichtet

\*\* siehe [Planet Report](#)

# GRI- VERZEICHNIS

Die GRI-Standards werden von der unabhängigen und international tätigen Global Reporting Initiative herausgegeben. Die Standards unterstützen Unternehmen, Verantwortung für ihre Auswirkungen zu übernehmen, und erleichtern die nichtfinanzielle Berichterstattung. Dabei stehen neben ökonomischen zahlreiche ökologische und soziale Themen im Vordergrund. Diese wesentlichen Themen und deren Impact liefern detaillierte Informationen zu der nachhaltigen Entwicklung von Unternehmen.

Der DNK hat einige der GRI-Standards ausgewählt und für die Berichterstattung übernommen. Sie sind in der nebenstehenden Tabelle gelistet. □

<i>GRI SRS</i>	<i>Seiten</i>
GRI SRS-102-16	7, 8
GRI SRS-102-35	6
GRI SRS-102-38	*
GRI SRS-102-44	2,3
G4-FS11	*
GRI SRS-301-1	**
GRI SRS-302-1	**
GRI SRS-302-4	**
GRI SRS-303-3	**
GRI SRS-306-2	**
GRI SRS-305-1	**
GRI SRS-305-2	**
GRI SRS-305-3	**
GRI SRS-305-5	**
GRI SRS-403-4	23-25
GRI SRS-403-9 (a + b)	*
GRI SRS-403-10 (a + b)	*
GRI SRS-404-1	*
GRI SRS-405-1	2
GRI SRS-406-1	*
GRI SRS-412-1	6,14,33-39
GRI SRS-412-3	*
GRI SRS-414-1	14
GRI SRS-414-2	15,16
GRI SRS-201-1	*
GRI SRS-415-1	*
GRI SRS-205-1	*
GRI SRS-205-3	*
GRI SRS-419-1	*

\*hier noch nicht berichtet

\*\* siehe [Planet Report](#)



# ARCHIV

Bereits seit einigen Jahren berichtet BORTOVOX transparent zu all den Bestrebungen und konkreten Aktionen rund um Nachhaltigkeitsthemen. Die Reports geben einen Einblick in unsere Beweggründe, stellen unsere Ziele vor und betrachten auch selbstkritisch die umgesetzten Maßnahmen.

Nachfolgend eine Übersicht zu den Berichten der vergangenen Jahre:

**SUSTAINABILITY INSIGHTS 2020/21**

**PLANET REPORT 2022**

**PEOPLE REPORT 2022**

**PLANET REPORT 2023**





## KONTAKT



Lisa Pfeiffer  
CSR Manager | Communications  
[lisa.pfeiffer@ortovox.com](mailto:lisa.pfeiffer@ortovox.com)

---

## IMPRESSUM

ORTOVOX SPORTARTIKEL GMBH  
Rotwandweg 5, D-82024 Taufkirchen

Vertreten durch den Geschäftsführer  
Christian Schneidermeier

Veröffentlichung: 09/2023

Design, Text & Beratung: Studio Leeflang