



PLANET REPORT





Christian Schneidermeier,
CEO ORTOVOX

Der Planet Report 2024 markiert den Abschluss unserer Nachhaltigkeitsstrategie ProtACT 2024, die wir vor sieben Jahren lanciert haben. Und so erlebt ihr auf den folgenden Seiten zwei Saisons auf einmal: Wir ernten und säen gleichzeitig. Wir holen die Früchte ein, die unsere Arbeit über all die Jahre erbracht hat. Aber wir blicken natürlich auch selbstkritisch zurück, um zu verstehen, wie wir noch effektiver in die Zukunft gehen können.

Viel ist passiert über die Jahre. Bisher sind wir aus Eigenmotivation in Eigenregie und tollen Partnerschaften vorangegangen. Heute bewegen wir uns in einer sich wandelnden Nachhaltigkeitswelt – einer Welt etwa der gesetzlichen Regelungen, die einiges an Vorbereitungen, Zeit und Energie fordert. Wir haben über die Jahre enorm viel erreicht und enorm viel Erfahrung und Expertise gesammelt. Und wir haben gelernt, dass wir den Weg der Transformation gemeinschaftlich gehen müssen.

Deshalb findet ihr eine neue Rubrik in unserem Planet Report: Erfahrungsaustausch. So stellen wir unter anderem anderen Unternehmen eine Toolbox zur Verfügung, die wir für das komplexe Monitoring der tieferen Lieferkette erarbeitet haben. Sie können dadurch deutlich schneller in die Umsetzung kommen. Wir teilen aber auch sehr offen unsere Learnings. Und natürlich analysieren wir unser Engagement rund um die Themen, Umweltschutz, Klimaschutz und Verlangsamung des Konsumkreislaufs.

Zeiten des Umbruchs sind fordernde Zeiten. Allerdings zeigt speziell dieser Planet Report auch, wie ertragreich sie sein können. Wir wollen weiterhin Treiber der Transformation sein, weiterhin danach streben, Gemeinschaften zu stärken und ein neues Verständnis für Wachstum und Nachhaltigkeit zu leben.

Wir hoffen, Ihr könnt viel Mitnehmen aus unserem Planet Report 2024!

CHRISTIAN SCHNEIDERMEIER



DAS UNTERNEHMEN

Wir sind ORTOVOX	05
Wertschöpfungskette	09
Doppelte Wesentlichkeit	10
Unsere Fortschritte	12

KLIMASCHUTZ

ORTOVOX Klimastrategie	14
Carbon Reduction Project	19
Klimabilanz	21

UMWELTSCHUTZ

Bluesign-Partnerschaft	25
Impact Reporting Narzissental	27
Chemikalien Management	29

LANGLEBIGKEIT

Kreislaufwirtschaft	32
Langlebiger(er) Kollektionsrhythmus	35
Upcycling Workshops	37

ERFAHRUNGSUSTAUSCH

Nein zu rPet – unsere Learnings	39
Monitoring Konzept	41

PROTACT 2024 – REVIEW 43

VERZEICHNISSE

SGD-Verzeichnis	50
DNK-Verzeichnis	51
GRI-Verzeichnis	52
Archiv	53
Impressum	54



Mit dem Planet Report, unserem Nachhaltigkeitsbericht 2024, geben wir einen Einblick in die vielfältigen Umwelt- und Klimaschutzmaßnahmen zur Erreichung unserer Vision. Dieser ergänzt unseren People Report, in dem wir über unser Engagement für bessere Arbeitsbedingungen berichten.



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 dann sprechen wir von nachhaltigem, unternehmerischen Erfolg. Die Arbeitspraxis von ORTOVOX und seinen Partnern ist dabei geprägt durch die ethischen und moralischen Wertvorstellungen des Unternehmens und seiner MitarbeiterInnen. ▷



ORTOVOX IN ZAHLEN

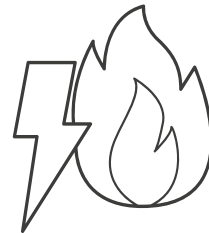
UNSER FUSSABDRUCK IM JAHR 2023:

Scope 1: **42,78 Tonnen CO₂**
 Scope 2: **41,45 Tonnen CO₂**
 Scope 3 : **13.703,98 Tonnen CO₂**



ENERGIEVERBRAUCH FÜR 2023
 AM STANDORT TAUFKIRCHEN:

Gas (Fernwärme): **166.615 kWh**
 Stromverbrauch: **126.961 kWh**



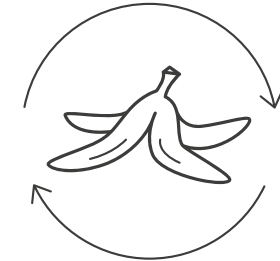
WASSERVERBRAUCH FÜR 2023
 AM STANDORT TAUFKIRCHEN:

701 m³



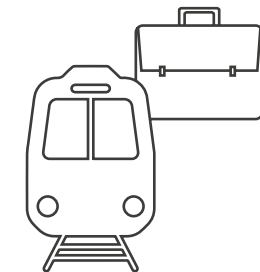
BIOABFALL IN 2023 AM
 STANDORT TAUFKIRCHEN:

300 kg Speisereste, die einer Biogasanlage
 zugeführt wurden



MOBILITÄT UND DIENSTREISEN:

19.352 km Bahnfahrten



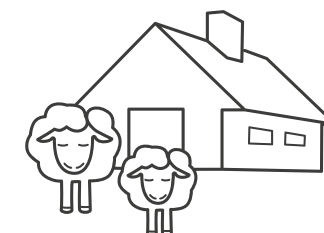
MITARBEITENDE:

Anzahl: **168**
 Emissionen pro Mitarbeitendem:
82 Tonnen CO₂



ANZAHL ALLER SCHAFE AUF DEN FARMEN:

175.000 Schafe auf 13 OWP-Farmen



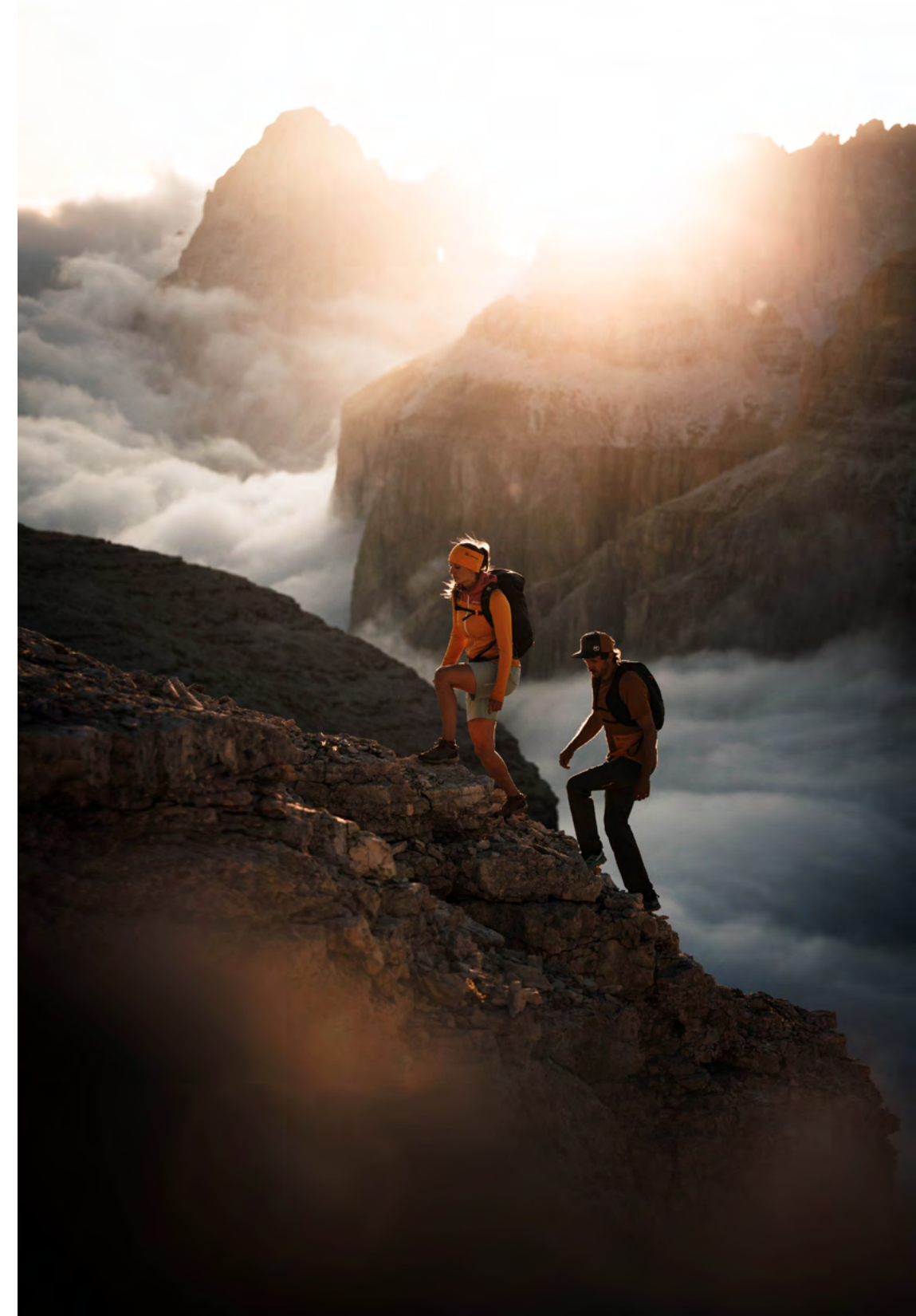
WIR ÜBERNEHMEN VERANTWORTUNG

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 – Corporate Social Responsibility – 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 Mitarbeiter 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.

Unser Rückblick auf ProtAct2024 ab [Seite 44](#) fasst unsere Fortschritte und Erfolge zusammen. Parallel arbeiten wir bereits an der Weiterentwicklung unserer Nachhaltigkeitsstrategie, die wir mit dem nächsten Report vorstellen werden. □

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

WERTSCHÖPFUNGSKETTE

	TIER 4	TIER 3	TIER 2	TIER 1						
	DESIGN & ENTWICKLUNG	ROHSTOFFE	GARN-HERSTELLUNG	GEWEBE-PRODUKTION	BEKLEIDUNGS-PRODUKTION	TRANSPORT	LAGER	HÄNDLER	KUNDE	BRAND
KLIMASCHUTZ										
ORTOVOX KLIMASTRATEGIE	[Blue bar across all tiers]									
CARBON REDUCTION PROJECT	[Blue bar across all tiers]									
KLIMABILANZ	[Blue bar across all tiers]									
UMWELTSCHUTZ										
BLUESIGN-PARTNERSCHAFT	[Blue bar across tiers 2-5]									
IMPACT REPORTING NÄRZISSENTAL	[Blue bar across tiers 6-10]									
CHEMIKALIEN MANAGEMENT	[Blue bar across tiers 2-5]									
LANGLEBIGKEIT										
KREISLAUFWIRTSCHAFT	[Blue bar across all tiers]									
LANGLEBIGER(ER) KOLLEKTIONSRHYTHMUS	[Blue bar across tiers 1-2]									
UPCYCLING WORKSHOPS	[Blue bar across tiers 8-10]									
ERFAHRUNGSAUSTAUSCH										
NEIN ZU RPET - UNSERE LEARNINGS	[Blue bar across tiers 1-2]									
MONITORING KONZEPT	[Blue bar across tiers 2-5]									
PROTACT 2024 - REVIEW	[Blue bar across all tiers]									

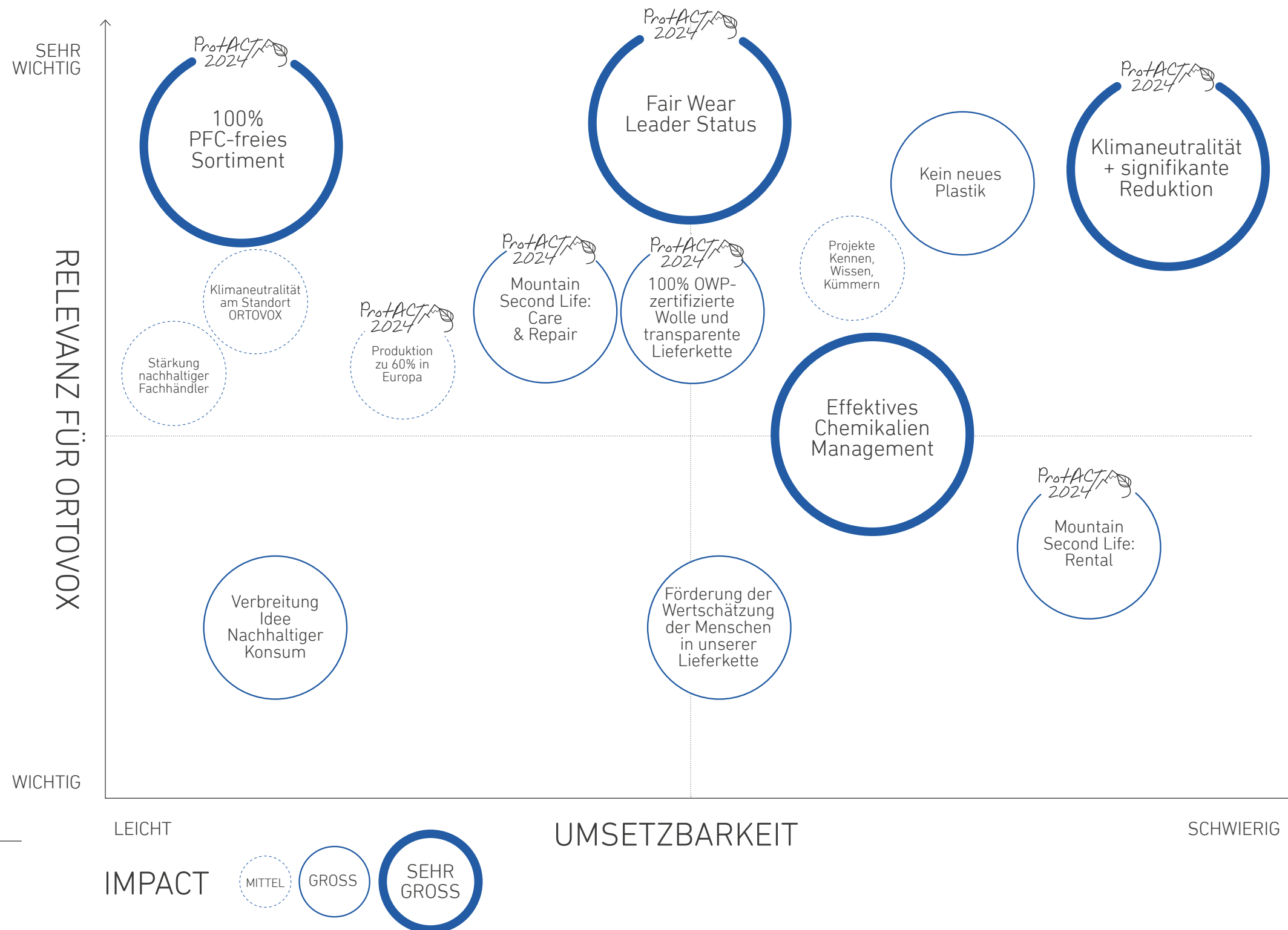
All unsere in diesem Report aufgeführten Tätigkeiten und Engagements im Bereich Nachhaltigkeit haben direkte und indirekte Auswirkungen auf verschiedene Interessensgruppen. Mit dieser Übersicht wollen wir aufzeigen, in welchen Stufen entlang der Wertschöpfungskette die Maßnahmen greifen. Zudem zeigt 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.



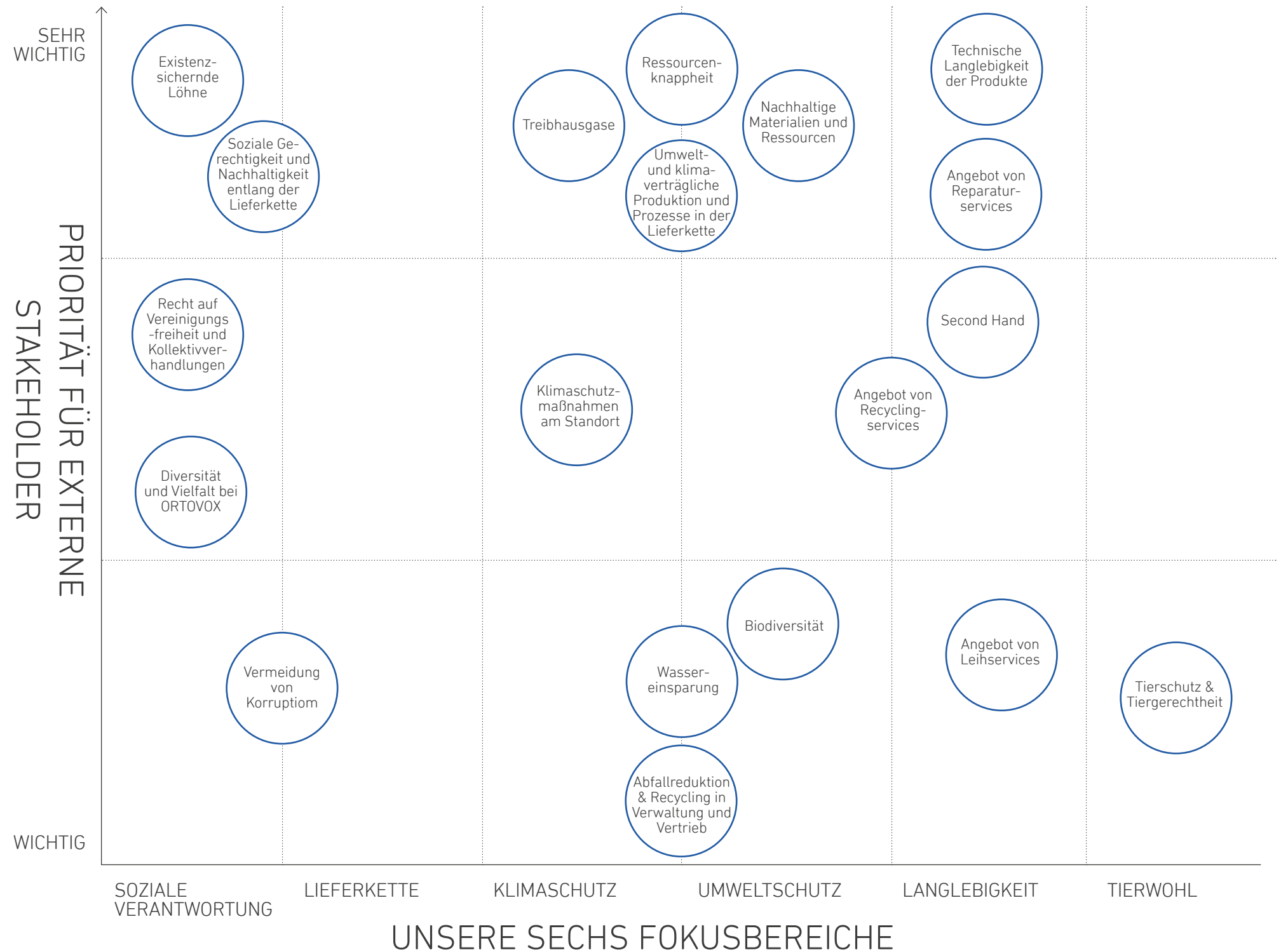
WESENTLICHKEITSMATRIX

– 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 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

49% UNSERER PRODUKTE WERDEN IN EUROPA PRODUZIERT.

MEHR INFOS

KLIMASCHUTZ

ORTOVOX IST KLIMANEUTRAL GESTELLT.

MEHR INFOS

SOZIALE VERANTWORTUNG

WIR SIND MITGLIED DER FAIR WEAR FOUNDATION UND HABEN ZUM FÜNFTEN MAL DEN LEADER-STATUS ERHALTEN.

MEHR INFOS

TIERWOHL

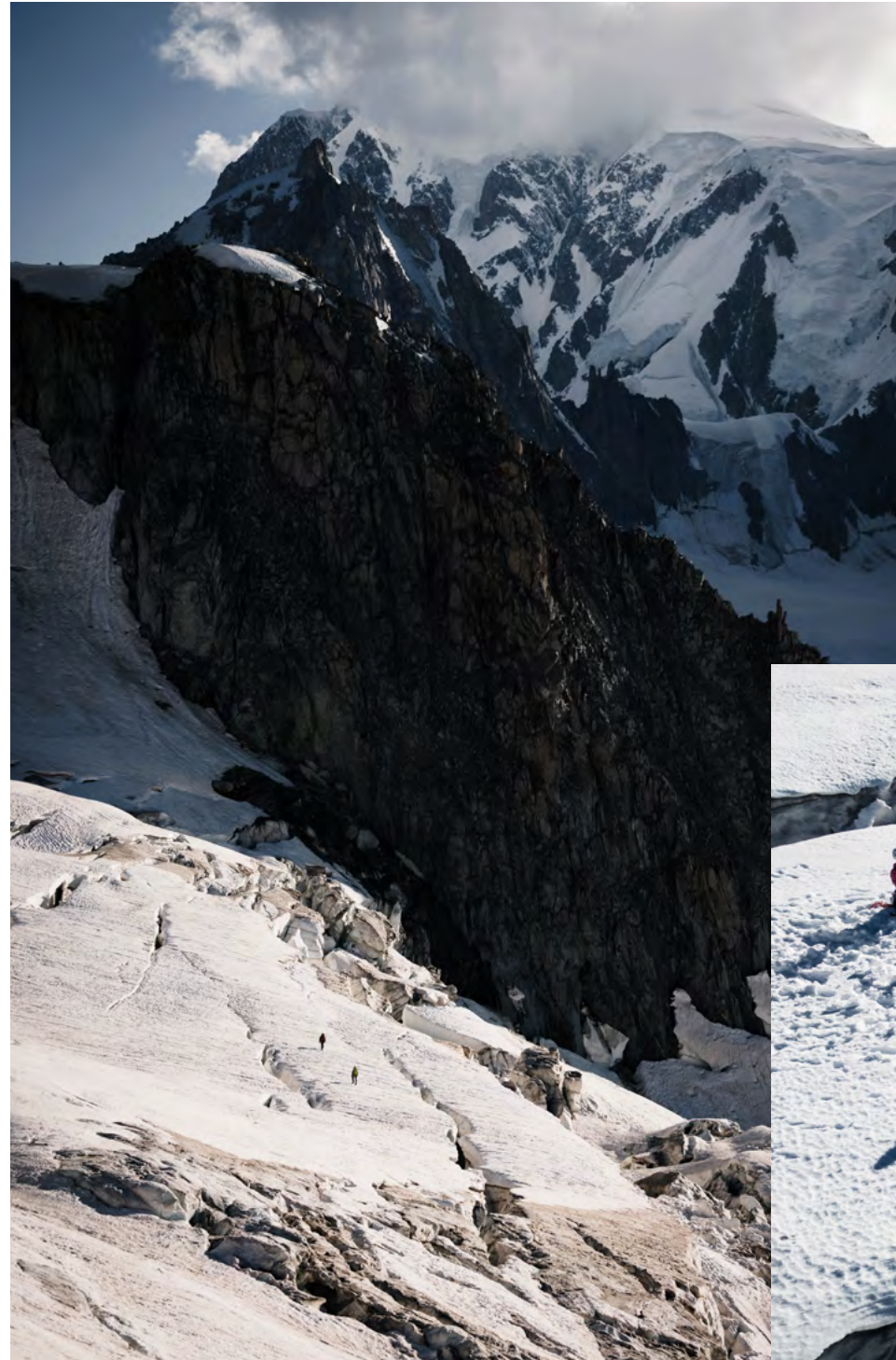
100% UNSERER WOLLE SIND MULESING-FREI.

MEHR INFOS

LANGLEBIGKEIT

DIE EINFÜHRUNG VON RENTAL- UND REPARATURANGEBOTEN SOWIE UNSER SECOND HAND SHOP ERMÖGLICHEN NACHHALTIGEN KONSUM.

MEHR INFOS



KLIMASCHUTZ



CO₂ REDUZIEREN UND WIRTSCHAFTLICH WACHSEN

DIE ORTOVOX KLIMASTRATEGIE

Als wirtschaftlich agierendes Unternehmen streben wir natürlich ein gesundes, nachhaltiges Wachstum an. Parallel sollen unsere Emissionen jedoch nur noch "bergab" gehen, das heißt reduziert werden bzw. gar nicht erst entstehen. Es ist unsere Verantwortung, das 1,5°C Ziel zu verfolgen und unseren Beitrag zum Klimaschutz zu leisten, um das zu schützen, was wir lieben: schneebedeckte Berge!

Um Ziele zu definieren sowie konkrete Maßnahmen zur Reduktion von Treibhausgasemissionen zu entwickeln, mussten wir zunächst identifizieren, wo und wieviel Emissionen überhaupt entstehen. Dafür haben wir für das Jahr 2022 eine Baseline-Berechnung durchgeführt, die wir bereits im letzjährigen Planet Report vorgestellt haben.

Das Ergebnis: im Jahr 2022 wurden insgesamt **21.833t CO₂** ausgestoßen. Die anschließende Datenanalyse ergab, dass wir bis 2030 ein CO₂-Budget von insgesamt **130.138t** haben. Mehr gibt es nicht. Ohne Spielraum und verstecktem Puffer. Ohne Wenn und Aber. ▶

Unser Ziel: ORTOVOX verpflichtet sich, 42% seiner Scope 1 & 2 sowie Scope 3 Emissionen bis 2030 basierend auf der Baseline 2022 zu reduzieren.

Bei der Baseline handelt sich um die erstmalige Erhebung aller am Standort, auf Reisen und vor allem in der Lieferkette verursachten, klimaschädlichen Emissionen in einem definierten Zeitraum. Das Ergebnis dient als Ausgangspunkt und Referenzzustand für die spätere Bewertung der Wirksamkeit umgesetzter Maßnahmen.



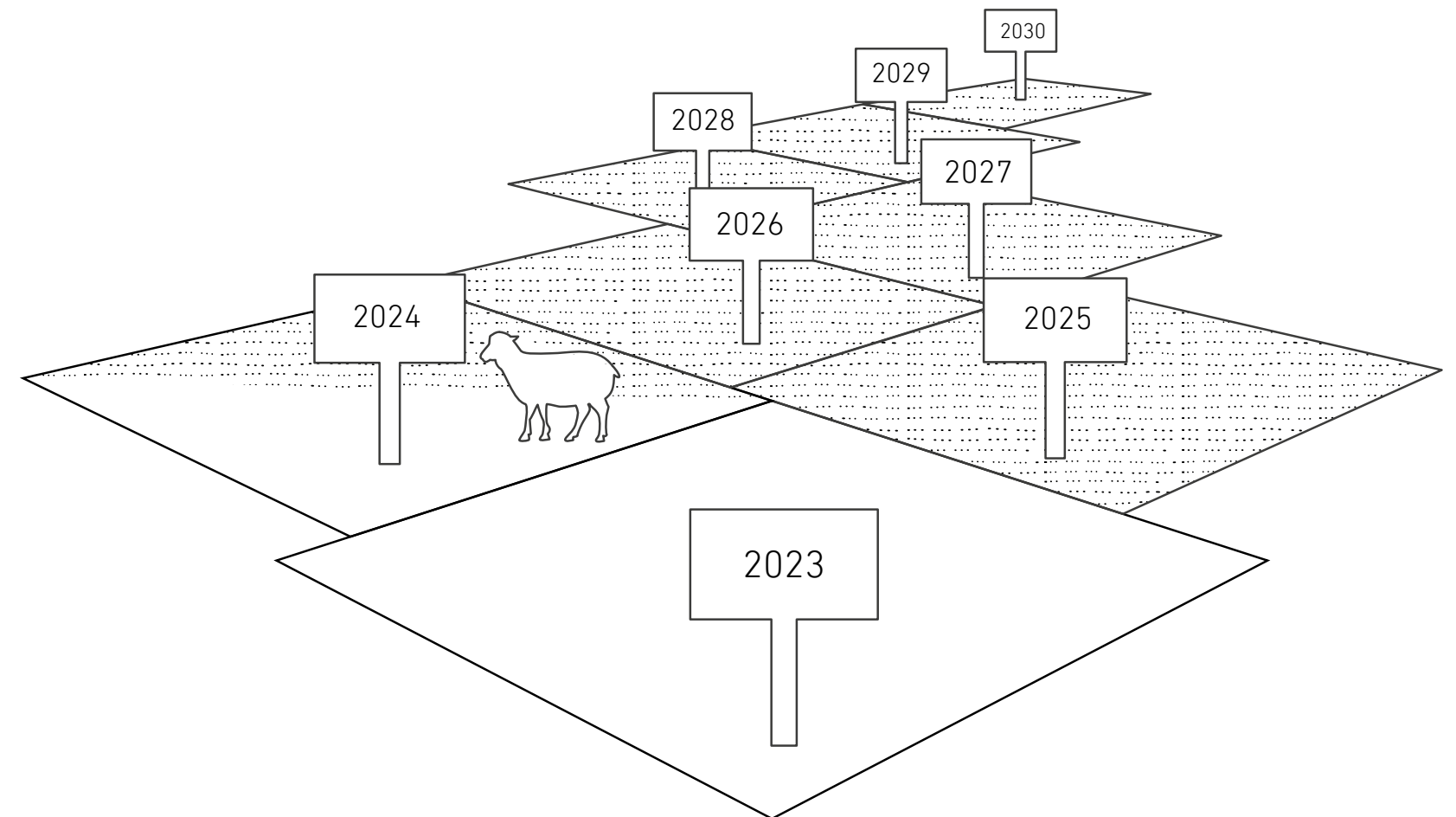
» Wir müssen unsere Reduktion intensivieren, um als Vorbild voranzugehen und wahren Klimaschutz zu bewirken. Nur so bleiben wir in der Zielgruppe relevant und somit wirtschaftlich erfolgreich. Dies bedeutet weitreichende Veränderung in unserem operativen und strategischen Arbeiten im Vergleich zu den vergangenen Jahren. «

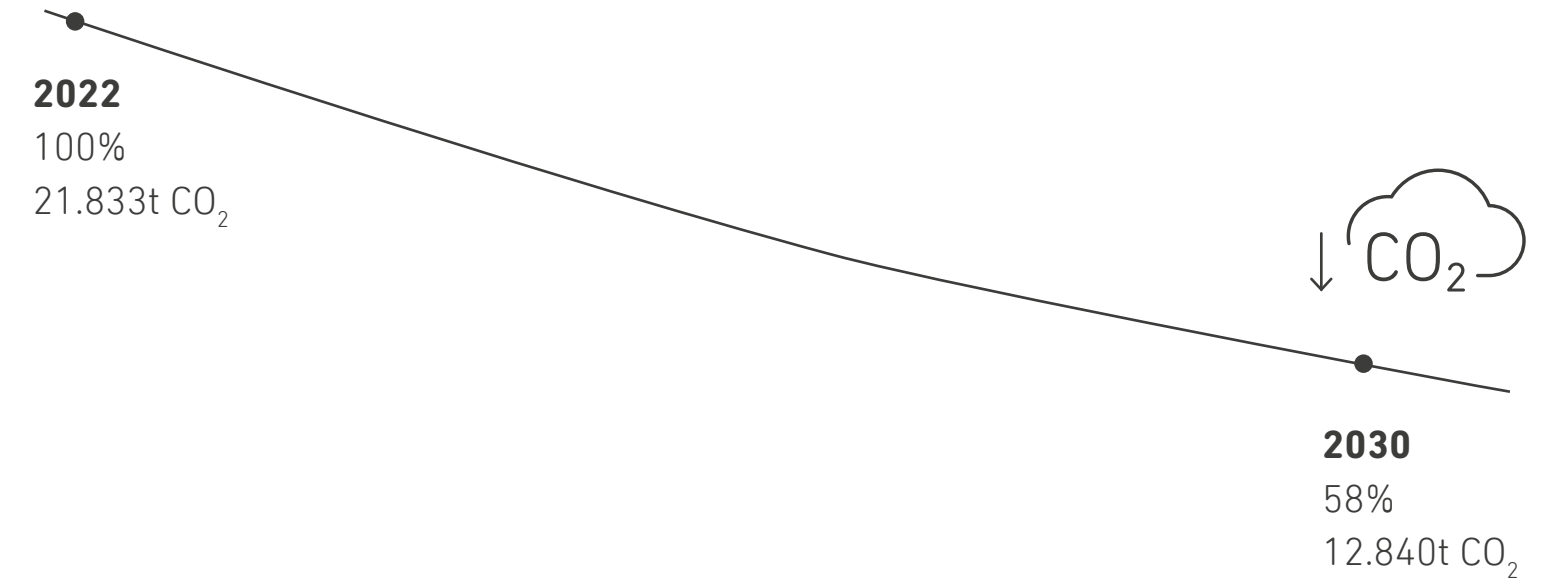


Christian Schneidermeier,
CEO ORTOVOX



ORTOVOX CARBON BUDGET





DAS GESETZTE ZIEL IST...

- ohne Frage notwendig, denn es gibt keine Alternative!
- eine große Aufgabe, für die es klare Verantwortlichkeiten und eine Zusammenarbeit aller Abteilungen benötigt.
- erreichbar, denn die definierten Reduktionsmaßnahmen sind konkret umsetzbar und bieten genügend Potential.

Für eine erfolgreiche Umsetzung haben wir mit dem „**CARBON ACTION CIRCLE**“ ein engagiertes Team zusammengestellt, das die notwendigen Schritte koordiniert vorantreibt, den Prozess kontinuierlich überwacht sowie den jährlichen Fortschritt der Reduktion misst. Wir sind optimistisch und gehen die Aufgabe mit Motivation und Hands-on-Mentalität an! ▶

FOKUSBEREICHE DER ORTOVOX KLIMASTRATEGIE

Standort und Reisen

- Weniger Flugreisen
- E-Autos im Fahrzeugpool
- Grüneres Pendeln zum/vom Standort fördern

Transport

- Vermeiden von Luftfracht

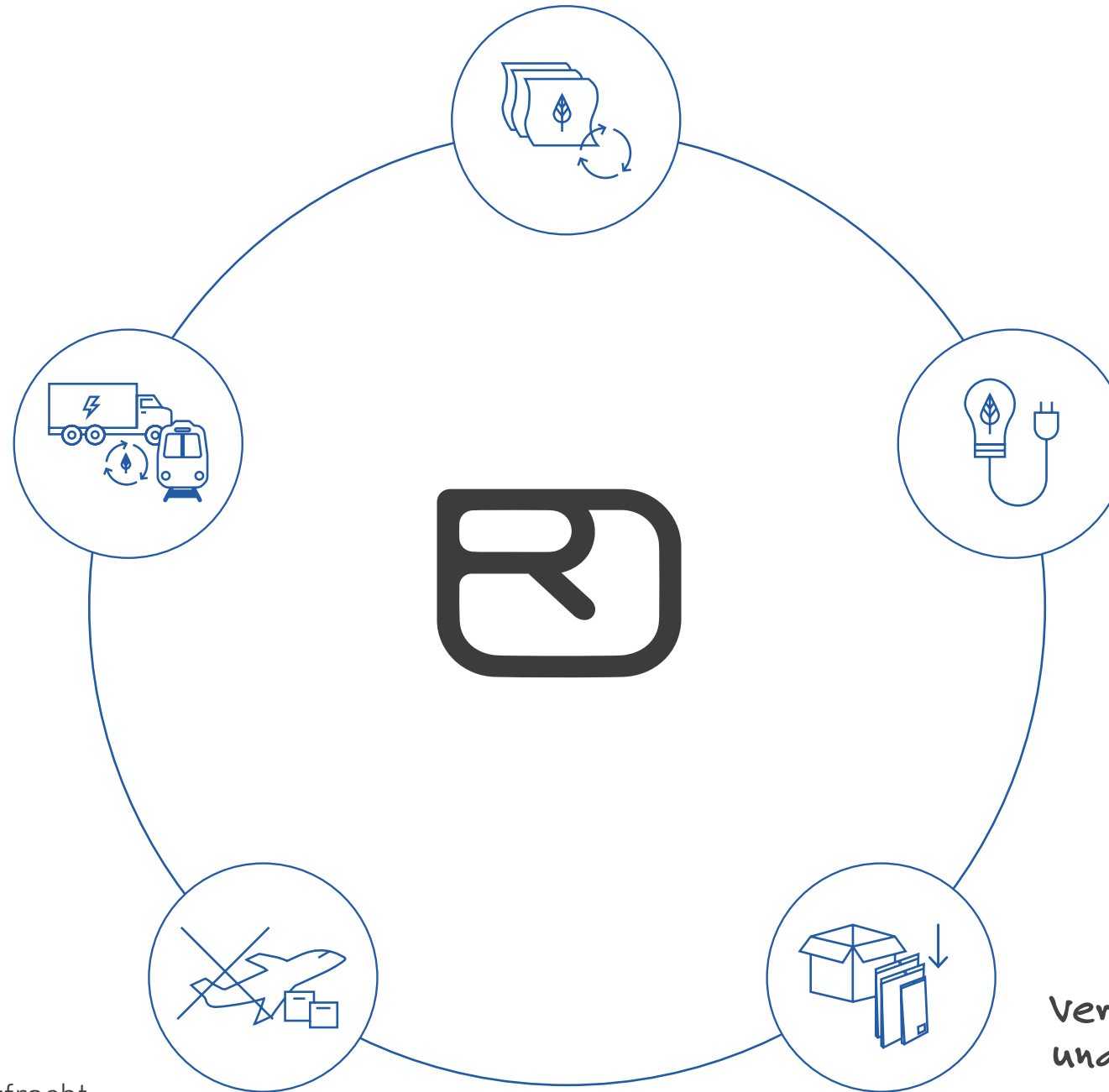
Einsatz emissionsärmerer Materialien

- Recyceltes Polyamid
- Recycelte Wolle

Erneuerbare Energien in der Lieferkette

- Wechsel zu Ökostrom in Tier 1 bis Tier 3
- Wechsel zu erneuerbarer Heizenergien Tier 2

Verpackungen optimieren und reduzieren



ORTOVOX CARBON JOURNEY

2018	Verabschiedung 1. Klimaziel im Rahmen von P2024
2018	Berechnung Swisswool Collection WS18/19
2019	Berechnung Company Carbon Footprint 2018 DE, AT
2021	Berechnung Referenzprodukte WS 21/22
2021	Berechnung Referenzprodukte SS22 Kletterkollektion
2021	Kompensation Emissionen Referenzprodukte WS21/22 & SS22
2022	Berechnung Company Carbon Footprint 2021 DE, AT, CAN, FRA
2021	Kompensation Emissionen Referenzprodukte WS21/22 & SS22
2022	Berechnung Gesamter PCF WS22/23 & SS23 auf Basis der Hauptmaterialien
2023	Berechnung Company Carbon Footprint 2022 DE, AT, CAN, FRA, IT
2023	Baseline PCF WS22/23, SS23 CCF 2022
2023	Kompensation Emissionen Baseline
2023	Berechnung Gesamter PCF WS23/24 & SS24 auf Basis aller nominierten Materialien
2023	Verabschiedung 1,5°C Ziel
2024	Berechnung Company Carbon Footprint 2023 DE, AT, CAN, FRA, IT
2024	Kompensation Emissionen CCF 2023, PCF WS23/24 & SS24
2024	Verabschiedung Klimastrategie
2024	Entfernung Klimaneutral-Label auf WS24/25 und Ersatz durch Climate Partner Certified



RESSOURCEN BÜNDELN, UM RESSOURCEN ZU SCHONEN

CARBON REDUCTION PROJECT DER EOG

Die Modeindustrie ist nachweislich für 2% der jährlichen Treibhausgasemissionen verantwortlich. Die Herstellung von Stoffen, das Färben und die Veredelung benötigen viel Energie. Das heißt jedoch auch, dass in diesen Verarbeitungsstufen ein immenses Einsparpotential schlummert. Durch den schrittweisen Ausstieg aus der fossilen Energie sowie mittels Investitionen in saubere Energie in den Lieferketten kann viel bewirkt werden. Aber um die weltweit vereinbarten Klimaschutzziele bis 2030 bzw. 2050 zu erreichen, sind schon jetzt erhebliche Veränderungen und Fortschritte notwendig.

Bereits seit Ende 2021 engagiert sich ORTOVOX zusammen mit neun weiteren

Outdoor-Marken in einer Gemeinschaftsinitiative der European Outdoor Group (EOG), dem Carbon Reduction Project. Ziel ist es, die Emission von Treibhausgasen zu reduzieren sowie den Ausbau erneuerbarer Energien in den Produktionsstätten voranzutreiben. Im [Planet Report 2022](#) haben wir bereits zum Projekt, damals noch unter dem Namen „Supply Chain Decarbonisation Project“, berichtet.

Seitdem ist viel passiert! In einer umfangreichen Studie wurde zum Beispiel ersichtlich, dass über **12%** der von den Projektteilnehmern genutzten Produktionsstandorte für zwei oder mehr dieser Marken produzieren. **EINE FABRIK BELIEFERT SOGAR ALLE ZEHN BRANDS!** Insgesamt 16 Lieferanten

wurden auditiert und deren CO₂-Ausstöße berechnet. Die größte Emissionsquelle war erwartungsgemäß **KOHLE** mit 45,7%, gefolgt von gekauftem **STROM** (nicht erneuerbar) mit 27,3%. Die [komplette Studie](#) ist auf der Website der EOG einsehbar.▷





Nach der umfassenden Datenauswertung und Potentialanalyse haben die zehn Projektteilnehmer nun ein klareres Verständnis für das Ausmaß der bevorstehenden Herausforderungen, aber auch für die Maßnahmen, die durchgeführt werden können, um signifikante und langfristige Effekte auf die Emissionen zu erzielen. Zwei Drittel des Reduktionspotenzials fallen auf den **AUSSTIEG AUS DER FOSSILEN ENERGIE** und die Umstellung auf Strom aus erneuerbaren Quellen. Während es für letzteres zumeist technische Lösungen gibt, ist es bei Energie aus Kohle, Öl usw. oft schwieriger und wesentlich komplexer, Alternativen zu finden und umzusetzen. Zudem unterscheiden sich die lokalen Energiemärkte in Bezug auf Verfügbarkeit und Kosten für die Nutzung erneuerbarer Energiequellen erheblich.

Entsprechend individuell wurden gemeinsam mit den auditierten Fabriken Ziele und auch konkrete Schritte definiert. Aktuell gilt es, diese Aktionspläne umzusetzen, Auswirkungen zu messen und gegebenenfalls korrigierende Maßnahmen vorzunehmen. □

» Die Zusammenarbeit der verschiedenen Marken für ein gemeinsames Ziel ist wirklich einzigartig. Die Resultate verdeutlichen die Dimensionen des CO₂-Ausstoßes in der tieferen Lieferkette und bilden die Grundlage für konkrete, bereits begonnene Maßnahmen, um die Emissionen zu reduzieren. «



Andreas Wolf,
CSR Manager – Environment



Die European Outdoor Group (EOG) wurde 2003 von 19 der weltweit größten Outdoor-Unternehmen gegründet, die alle die Notwendigkeit eines einheitlichen, grenzüberschreitenden Ansatzes zur Vertretung des Outdoor-Sektors erkannt haben. In einer Welt zunehmender Internationalisierung sind die Gesetzgebung, die Umwelt, die Medien und der Handel heute allesamt multinationale Themen. Die kombinierte Stärke der 110 Mitglieder der EOG verleiht der Gruppe eine enorme Kraft, um die europäische Outdoor-Branche auf konstruktive und positive Weise zu vertreten.

KLIMABILANZ 2023

UNSER CO₂-AUSSTOSS IM ÜBERBLICK

Karten auf den Tisch! Mit der jährlichen Klimabilanz vergleichen wir die Emissionen zum jeweiligen Vorjahr und bewerten so die Wirksamkeit unserer umgesetzten Maßnahmen. Das Ergebnis in einem Satz: **DIE CO₂-AUSSTÖSSE 2023 SIND IM VERGLEICH ZU 2022 DEUTLICH NIEDRIGER.**

Insgesamt wurden 13.788,21t CO₂ erzeugt. Das ist eine **ABSOLUTE REDUKTION VON 37,38%** gegenüber 2022 (22.019,77t CO₂). Neben der Umsetzung vielfältiger Maßnahmen zur Reduktion liegt der Hauptgrund im geringeren Produktionsvolumen der beiden betrachteten Kollektionszeiträume*.



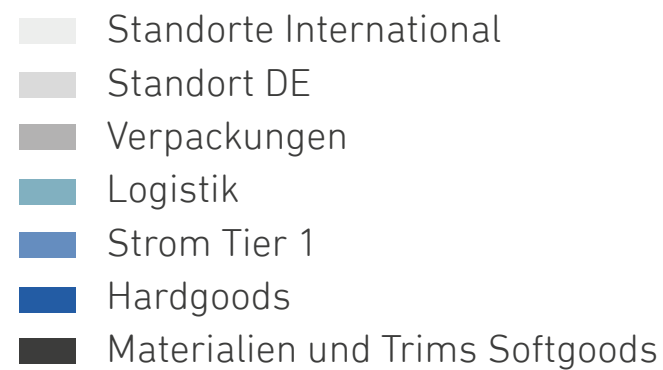
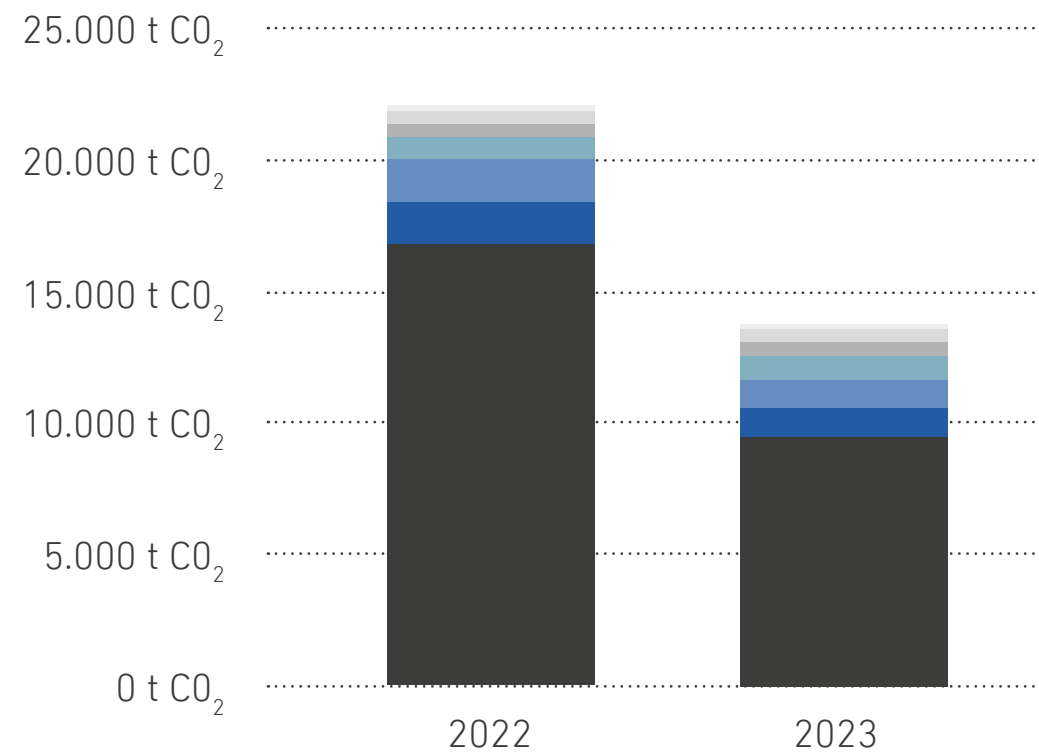
Aussagekräftiger ist es daher, die ausgestoßenen Emissionen **IN RELATION ZUM UMSATZ** zu berechnen. So ergibt sich eine beeindruckende **CO₂-EINSPARUNG VON 24,46%**. ▷

Zum Vergleich: Die gesamten ORTOVOX Emissionen 2023 entsprechen dem CO₂-Fußabdruck von 1.768 EuropäerInnen. Jede Person in Europa verursacht im Jahr durchschnittlich 7,8t CO₂.

* Für die Klimabilanz 2023 haben wir uns die Emissionen des Kalenderjahres sowie die Produkte der Winterkollektion 2023/24 und der Sommerkollektion 2024 angeschaut.

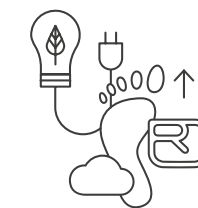
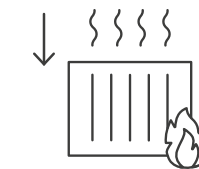
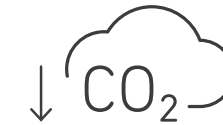


ENTWICKLUNG UNSERER EMISSIONEN IN VERSCHIEDENEN BEREICHEN UND INSGESAMT



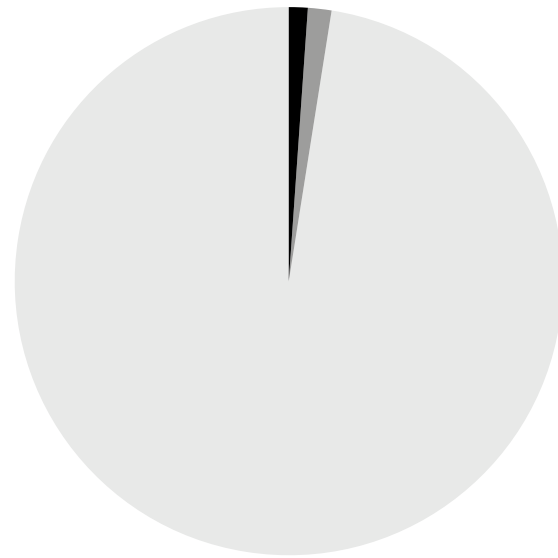
UNSERE VIER KEY TAKEAWAYS

- Wir haben **24,46%** CO₂-Emissionen zu 2022 eingespart (*basierend auf kg CO₂ pro € Umsatz).
- Wir haben **41,51%** mehr Emissionen in unserer Logistik ausgestoßen, u.a. aufgrund von mehr Luftfracht. Ausschlaggebend dafür sind unvorhergesehene Herausforderungen und daraus resultierende Terminengpässe in der Produktion.
- Ein überarbeitetes Heizkonzept für unseren Standort in Taufkirchen reduzierte unsere eingekaufte Wärme um fast 50%. In 2023 haben wir nur noch **166.615 kWh** verbraucht.
- 44%** Reduktion in unseren Materialien und Trims zeigt, dass sich die erste Umstellung auf Ökostrom in der Lieferkette sowie der Einsatz von recyceltem Polyamid positiv in der Klimabilanz abbilden.

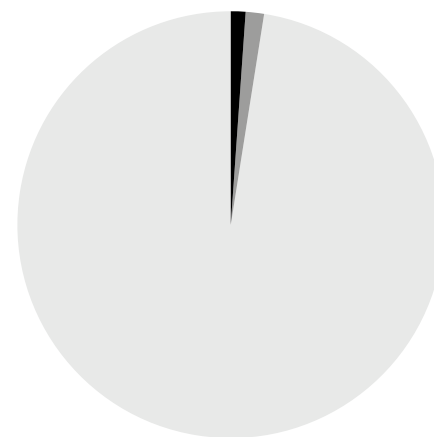


UNSERE EMISSIONEN NACH SCOPES IN DER ÜBERSICHT

2022

**Gesamtemissionen**22.019,77 t CO₂**SCOPE 1**65,16t CO₂**SCOPE 2**62,91t CO₂**SCOPE 3**21.891,70t CO₂

2023

**Gesamtemissionen**13.788,21 t CO₂**SCOPE 1**42,78t CO₂**SCOPE 2**41,45t CO₂**SCOPE 3**13.703,98t CO₂**SCOPE 1**

DIREKTE EMISSIONEN

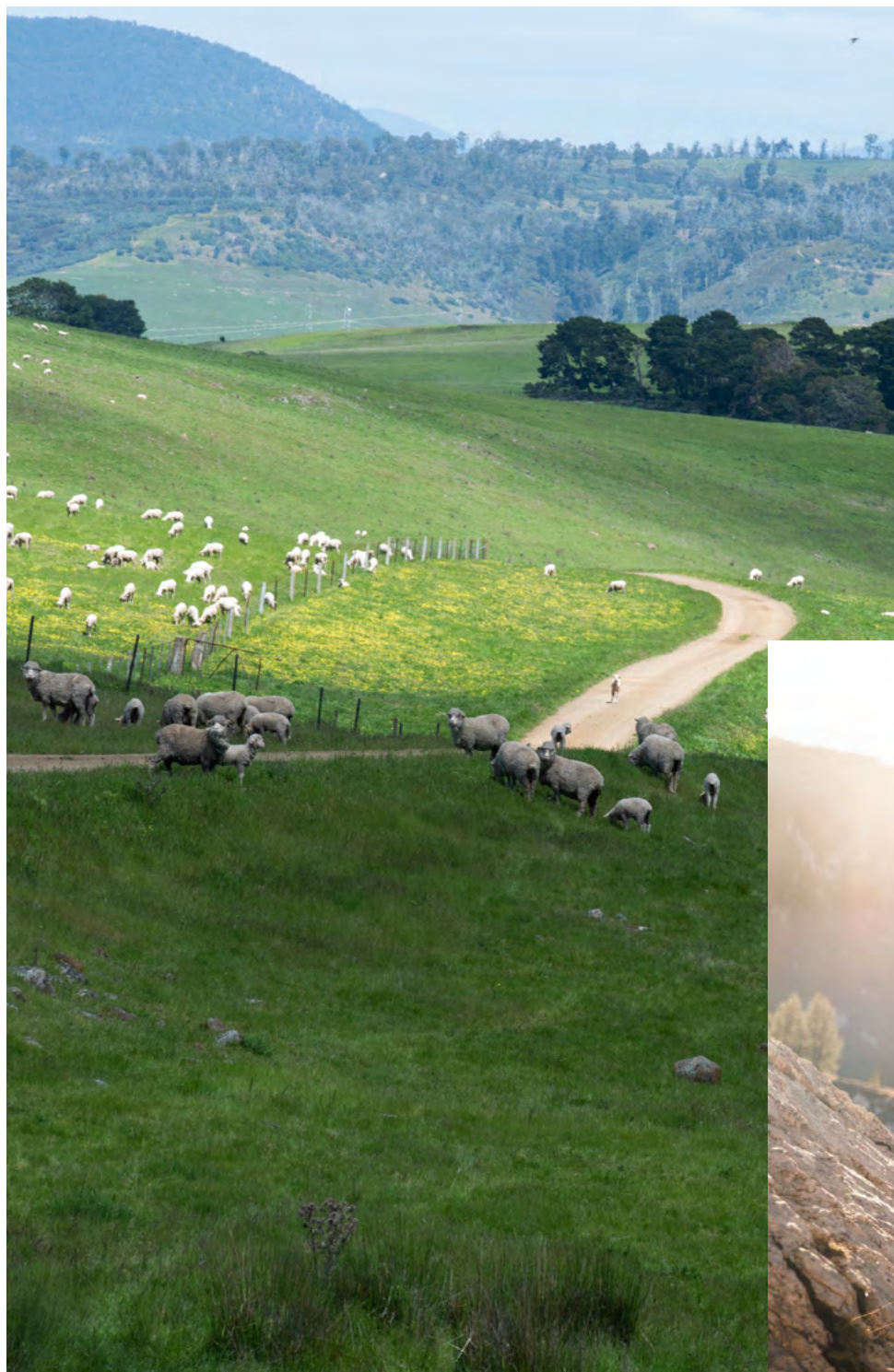
- Fuhrpark

SCOPE 2INDIREKTE EMISSIONEN AUS
ZUGEKAUFTER ENERGIE

- Eingekaufter Strom
- Eingekaufte Wärme

SCOPE 3INDIREKTE EMISSIONEN INNERHALB
DER WERTSCHÖPFUNGSKETTE

- Mitarbeitende; Anfahrt und Home Office
- Eingekaufte Güter und Dienstleistungen wie Druckprodukte, elektronische Geräte, Verpackungsmaterial
- Standorte International
- Produkte: Materialien, Logistik, Verpackung, Strom Tier 1



UMWELTSCHUTZ



EIN (WEITERES) ZEICHEN SETZEN

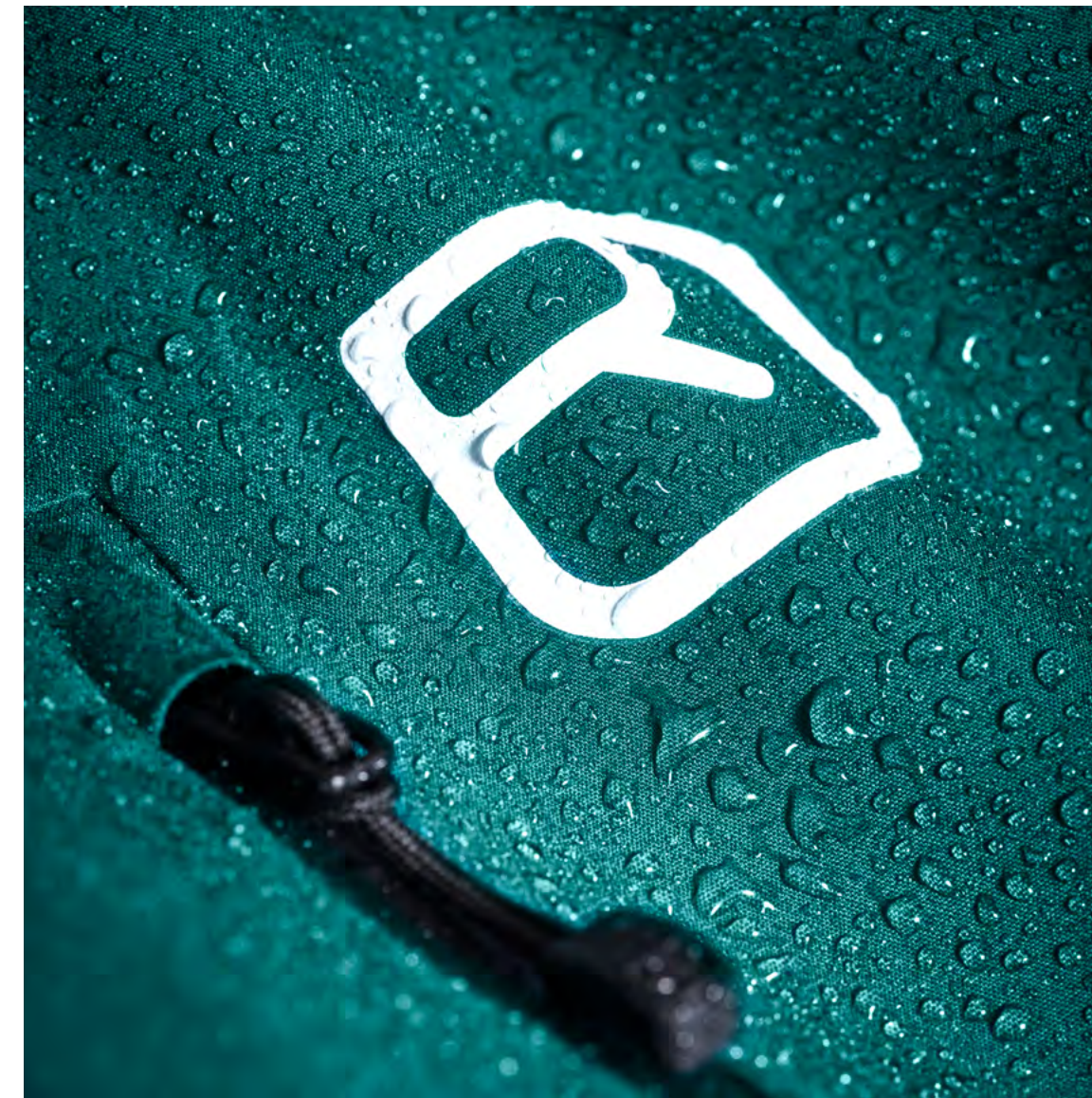
PARTNERSCHAFT MIT BLUESIGN FÜR EINE NACHHALTIGERE PRODUKTION

Bereits seit einigen Jahren streben wir danach, unser Chemikalien Management in der Lieferkette zu verbessern. Die selbstgesteckte Herausforderung, ausschließlich **100% PFC-freie** Produkte anzubieten, haben wir bereits erfolgreich gemeistert. Und mit der Entwicklung unseres „Guide for Chemical Compliance“ haben wir eine Struktur geschaffen, die klare Richtlinien für die umweltfreundlichere Entwicklung unserer Produkte vorgibt.

Einen weiteren, wichtigen Schritt stellt die im August 2023 geschlossene **PARTNERSCHAFT MIT DER BLUESIGN TECHNOLOGIES AG** dar. Das Schweizer Unternehmen teilt unsere Vision einer nachhaltigeren

Zukunft und konzentriert sich auf verantwortungsvolle, sichere und saubere Textilproduktion.

Die Kooperation ist von zentraler Bedeutung für die Entwicklung innovativer Lösungen, um schädliche Substanzen in der Umwelt und auf unseren Produkten zu reduzieren. Als Bluesign System Partner profitieren dabei speziell vom immensen Bluesign Know-how im Bereich des Lieferkettenmanagements – von den Chemikalienlieferanten bis zu den Textilveredlern.▷





Das Schweizer Unternehmen bluesign technologies AG konzentriert sich mit einem ganzheitlichen und partnerschaftlichen Ansatz auf die sichere Verwendung von Chemikalien in der gesamten Lieferkette, um Umweltauswirkungen zu minimieren und sicherzustellen, dass Produkte strenge Kriterien erfüllen.

Bluesign betrachtet neben schadstoffarmen Materialien auch die Themen Ressourcenschutz, Transparenz, Abfallentsorgung sowie Sicherheit am Arbeitsplatz. Der Standard verbietet jedoch umweltschädliche Substanzen nicht einfach nur, sondern fördert auch die Verwendung nachhaltiger Alternativen. Das Bluesign Siegel signalisiert VerbraucherInnen, dass Produkte umweltfreundlich, sicher und nachhaltig hergestellt werden.

Ein besonderer Schwerpunkt liegt dabei auf dem sogenannten „**INPUT STREAM MANAGEMENT**“, das höchste Priorität auf das Sourcing und die Verwendung sauberer Rohstoffe legt. Dies schafft die essenzielle Grundlage, um ein umweltfreundlicheres Endprodukt herstellen zu können.

Positiver Nebeneffekt: die ausschließliche Verwendung geprüfter Materialien reduziert die Kosten für die Kontrolle der fertigen Artikel. Sauber und günstiger – davon profitieren letzten Endes die VerbraucherInnen.

Wir stehen aktuell noch am Beginn der Zusammenarbeit. Im ersten Schritt haben wir uns zu einer gründlichen Markenbewertung verpflichtet. Darüber hinaus konzentrieren wir uns auf die laufende **ANALYSE DER LIEFERKETTE**, um zu identifizieren, wo Bluesign-geprüfte Materialien bezogen werden können. Nun gilt es, verbindliche Meilensteine und Ziele für die Implementierung zu definieren.

Aufgrund unserer weitsichtigen Produktionsplanung mit einer langfristigen, partnerschaftlichen Einkaufsstrategie wird es jedoch einige Kollektionszyklen dauern, bis die Partnerschaft auch für EndkonsumentInnen sichtbar wird. □

DIE SCHÖNSTE RENDITE DER WELT



20% MEHR NARZISSEN NACH ZWEI JAHREN

Wir glauben daran, dass Naturschutz lokal entlang unserer gesamten Lieferkette gedacht werden muss. Denn biologische Vielfalt fördern und den Klimawandel bekämpfen ist super. Gleichzeitig die lokalen Gemeinden im Umkreis unserer Produktionsstandorte zu unterstützen, ist noch besser!

Das Narzissental nahe der Stadt Chust liegt unweit einer unserer Fabriken. Im Juli 2021 haben wir in Zusammenarbeit mit EOCA begonnen, uns für die Renaturierung des Tals zu engagieren. ORTOVOX spendete für jede nicht retournierte Bestellung 3€ an die lokale Initiative „Rescue the Narcissy Valley“. Über **23.000€** konnten so generiert werden.

Ziel war, den **WASSERSTAND** in dem von Trockenperioden geplagten Gebiet auf frühere Level zu erhöhen und so die Artenvielfalt in den Wiesen zu erhalten. Zudem galt es, das **ABMÄHEN UND DIE BEWEIDUNG** sicherzustellen, um die Narzissen vor dem Überwachsen zu bewahren. Die Wiedereinführung von Viehwirtschaft und der Ausbau von Tourismusangeboten sollten künftige Einnahmequellen ermöglichen, um eine stabile Finanzierung und damit die langfristige Fortsetzung der notwendigen Maßnahmen zu gewährleisten. ▷

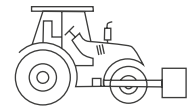




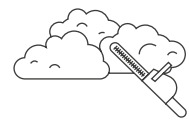
DIE BEEINDRUCKENDEN ERGEBNISSE NACH ZWEI HERAUSFORDERNDEN, ABER SEHR ERFOLGREICHEN JAHREN:



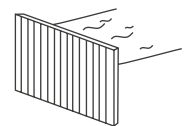
83 Hektar wurden gemulcht, um vor Austrocknung und Erosion durch Wind zu schützen



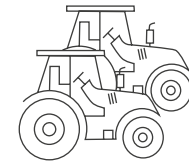
300 Hektar wurden gemäht und werden nun beweidet



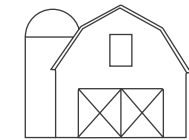
23 Hektar wurden von Gebüsch befreit zur Eindämmung von Wildwuchs



13 Dämme und 1 Überlauf wurden gebaut, um den Wasserstand für die Narzissen zu erhöhen



Anschaffung von Mähmaschinen und Gerätschaften zur fortlaufenden Bewirtschaftung



Bau von Ställen für Büffel zur Wiedereinführung von Viehwirtschaft



Verkauf von Büffelmilch und Büffelmozzarella zur Generierung von zusätzlichem Einkommen



Sicherung des touristischen Angebots zur Generierung von zusätzlichem Einkommen



20% MEHR NARZISSEN-WACHSTUM IM VERGLEICH ZU 2021

Die Arbeit der Initiative „Rescue the Narcissy Valley“ läuft nun aus. Die bewirkten Effekte werden jedoch langfristig nachwirken. Die Zukunft liegt fortan in den Projektträgern des Carpathian Biosphere Reserve und dem Danube-Carpathian Program. Unterstützung aus der lokalen Bevölkerung ist ihnen jedoch gewiss: Die BewohnerInnen sind stolz auf das Erreichte und motiviert, die positive Entwicklung des Narzissentals weiter voranzutreiben. □



PROFESSIONELLES CHEMIKALIEN MANAGEMENT MIT VERANTWORTUNG

4 FRAGEN AN ANNA MACK, CHEMICAL MANAGERIN

Funktionsbekleidung herzustellen ist ohne den Einsatz von Chemikalien nicht möglich und es wäre falsch und unmoralisch zu sagen, dass es keine negativen Auswirkungen gibt. Daher tragen wir intensiv Sorge dafür, dass die Mittel, die zum Einsatz kommen und gewisse Risiken mit sich bringen, kontrolliert und sicher verwendet werden. Unsere Chemical Managerin Anna Mack gibt im Interview Einblicke.



Anna Mack,
Chemical Managerin

WAS MACHT EINE CHEMICAL MANAGERIN BEI ORTOVOX?
WAS SIND DEINE AUFGABEN?

Ich stelle mit meiner Arbeit sicher, dass innerhalb unserer textilen Lieferkette keine schädlichen Chemikalien in die Umwelt gelangen. Auch der Schutz der ArbeiterInnen ist ein Kernthema. Das zieht sich dann bis zu den fertigen Produkten, auf denen sich **KEINERLEI SCHADSTOFFRÜCKSTÄNDE** befinden dürfen. Der Fokus liegt dabei auf dem Monitoring der Tier 2 Lieferanten, da dort die meisten Chemikalien eingesetzt werden.

Mit meiner Expertise bin ich zudem in verschiedenen Arbeitsgruppen für alles rund um Chemikalien verantwortlich. Darüber hinaus unterstütze ich unsere internen Teams, zum Beispiel die KollegInnen in der Materialauswahl und -beschaffung.

WENN WIR CHEMIKALIEN HÖREN, HABEN WIR SCHNELL NEGATIVE ASSOZIATIONEN. SIND ALLE CHEMIKALIEN, DIE IN DER TEXTILINDUSTRIE EINGESETZT WERDEN, SCHÄDLICH ODER GIBT ES AUCH GUTE MITTEL?

Das kann man so pauschal nicht sagen. Es kommt einfach sehr stark darauf an, welche Risiken das chemische Produkt mit sich bringt und wo genau es eingesetzt wird. Es ist daher essenziell, die potentiellen **AUSWIRKUNGEN VON CHEMIKALIEN ZU VERSTEHEN** und sicherzustellen, dass sie verantwortungsvoll verwendet werden. Wir wollen ihre positiven Effekte maximieren und ihre negativen Eigenschaften minimieren.▷

Wenn die Gefahren bestimmter Chemikalien sehr groß beziehungsweise schwer kontrollier- und einschätzbar sind, beschränken wir generell deren Einsatz innerhalb unserer Lieferkette, zum Beispiel bei der Gruppe der PFAS-Chemikalien. Dies reduziert Risiken und minimiert die negativen Auswirkungen auf die ArbeiterInnen, unsere Produkte und letzten Endes die Umwelt.

WAS SIND SPOT CHECKS? WIE UNTERSTÜTZEN SIE DAS PROFESSIONELLE CHEMICAL MANAGEMENT VON ORTOVOX?

Unter **SPOT CHECKS** verstehen wir das Prüfen von ausgewählten Textilmaterialien und Trims auf mögliche Schadstoffrückstände. Wir können damit kontrollieren, dass unsere Lieferanten die definierten Vorgaben in Bezug auf Chemical Management einhalten. Die Tests werden im Labor durchgeführt, so dass auch kleinste Mengen erkannt werden. Dabei unterscheiden wir zwischen den gesetzlich vorgeschriebenen Richtlinien und unserem eigenen RSL-Standard, der noch strengere Grenzwerte vorgibt.

Die Spot Checks werden so früh wie möglich im Produktionsprozess durchgeführt, damit wir rechtzeitig in Klärung gehen können. Bestehen die Materialien den Test nicht oder werden Unregelmäßigkeiten identifiziert, leiten wir umgehend weitere Untersuchungen ein und starten **VORDEFINIERTEN PROZESSEN ZUR LÖSUNGSSUCHE**.

WAS SIND DEINE AKTUELLEN UND ZUKÜNFTIGEN HERAUSFORDERUNGEN IM BEREICH DES CHEMIKALIENMANAGEMENTS FÜR ORTOVOX?

Als Brand stehen wir am Ende einer komplexen Lieferkette und die Produktionsstätten, in denen Chemikalien zum Einsatz kommen, sind breit gestreut. Wir können also nicht ständig vor Ort in den Fabriken sein. Es ist gar nicht so einfach, den Überblick zu behalten. Und trotzdem müssen wir unserer **VERPFLICHTUNG** zu einem professionellen Chemikalien Management gegenüber den KonsumentInnen nachkommen. Denn diese kaufen bei uns, nicht bei den Fabriken. Wir sind uns der Verantwortung bewusst und arbeiten stetig daran, Transparenz zu schaffen und Sicherheit zu gewährleisten. Dafür haben wir Prozesse eingeführt und stehen in ständigem Dialog mit den Produzenten.

Künftig wird es auch von den Behörden verschärfte Vorgaben zum Umgang mit Chemikalien geben. In Europa, aber zum Beispiel auch in den USA, tut sich gerade einiges. Ich freue mich darauf, Verantwortung zu übernehmen und die Umsetzung bei ORTOVOX mitzugestalten. □





LANGLEBIGKEIT

AUS DER GERADEN WIRD EIN KREIS

KREISLAUFWIRTSCHAFT BEI ORTOVOX

Das beste Produkt erzeugen, das die NutzerInnen optimal in ihren Vorhaben schützt und unterstützt, lange hält, nachhaltig hergestellt wird und noch dazu gut aussieht – unter diesen Prämissen entwickeln und produzieren wir bei ORTOVOX seit vielen Jahren. Nun ergänzen wir die Frage „Wie machen wir unsere Produkte darüber hinaus **KREISLAUFFÄHIG**?“ Oder einfach gesagt: Wie wird aus einer Jacke eine neue Jacke?

Zudem müssen wir auch den „Aktionsplan Kreislaufwirtschaft“ der EU einhalten. Dieser zielt darauf ab, die Wirtschaft zur Ressourcenschonung zu bewegen und den Übergang von einer Wegwerfgesellschaft zu mehr Wiederverwendung, Reparatur und Recycling zu fördern.

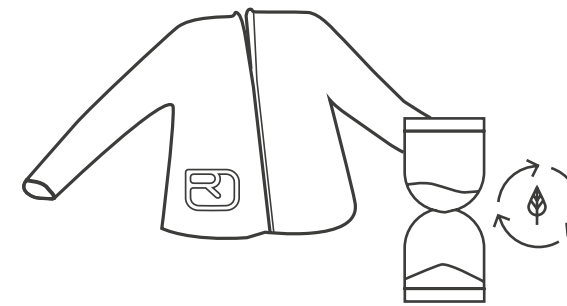
Doch so leicht ist es nicht, von heute auf morgen kreislauffähig zu sein. Unsere Produkte sind hochfunktional und von hervorragender Qualität. Hier wollen wir keine Abstriche machen. Außerdem sind unsere verwendeten Stoffe oftmals sogenannte Mixed Materials. Diese können wir nicht einfach in einen Schredder werfen und anschließend weiterverwenden. Viel mehr müssen wir sie in aufwändigen Prozessen wieder in ihre einzelnen Bestandteile zerlegen, um die Rohstoffe zurückzugewinnen. Dafür benötigen wir **INNOVATIVE TECHNISCHE LÖSUNGEN**.▷

Der Gedanke der Kreislaufwirtschaft ist es, Produkte zu teilen, wiederzuverwenden, zu reparieren und zu recyceln, um deren Lebenszyklus zu verlängern, Abfälle zu minimieren, die Umwelt zu schonen und Ressourcen optimal zu nutzen.



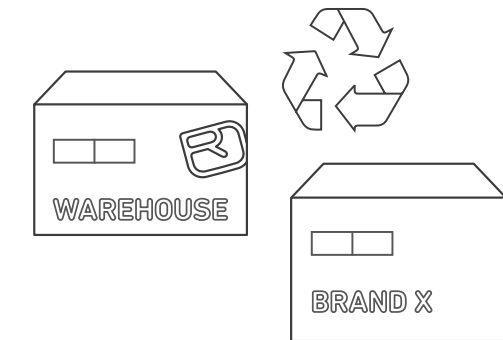


Auf unserem Weg zur Kreislaufwirtschaft haben wir zwei Säulen für uns identifiziert. Innerhalb dieser haben wir vielfältige Möglichkeiten, um zukünftig echte Veränderung zu bewirken.



SLOW DOWN THE LOOP: LANGLEBIGKEIT

Zum einen steht die **VERLÄNGERUNG DER NUTZUNGSPHASE** im Fokus. Hierfür können wir selbst die Produkte bestmöglich entwickeln – mit hochwertigen Materialien, verbesserter Reparaturfähigkeit, sowie einer langlebigen Ästhetik in den kommenden Kollektionen. Über die Produktentwicklung hinaus sind wir auf die Mithilfe der VerbraucherInnen angewiesen, die durch ihr Konsum- und Nutzungsverhalten einen immensen Hebel haben. Mit neuen Business Ideen wie Verleih-Modellen oder dem Second Hand Shop bieten wir hier schon heute entsprechende Anlaufstellen, die wir in Zukunft weiter ausbauen wollen.



CLOSE THE LOOP: RECYCLINGFÄHIGKEIT

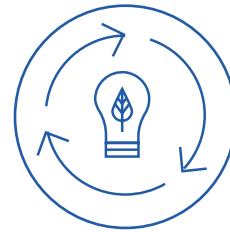
Andererseits wollen wir durch Rückgewinnung von Produkten, Recycle-Techniken, **VERWERTUNG ALLER MATERIALIEN** und schließlich den Einsatz recyclingfähiger und recycelter Materialien ermöglichen, dass aus genutzten Produkten neue werden können – und das mit gleichwertiger Qualität! Hier stehen wir als Unternehmen gemeinsam mit dem Rest der Industrie in Verantwortung.▷



Von einem **LINEAREN SYSTEM IN EINEN KREISLAUF ÜBERZUGEHEN** ist ein intensiver Transformationsprozess. Um effizient und effektiv voranzukommen, teilen wir unser Vorhaben in kleinere Abschnitte und arbeiten projektbasiert. Anders ist diese Herausforderung für uns nicht stemmbar. Die gute Nachricht: wir haben einen Plan und wir haben schon viel erreicht! □

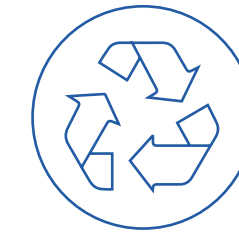
MASSNAHMEN, DIE WIR BEREITS ANGESTOSSEN HABEN UND UNSEREN KONSUMENTINNEN ANBIETEN:

RETHINK



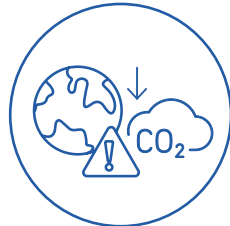
- Design & Entwicklung
 - Langlebigere Ästhetik (Farben und Schnitte)
- Materialentwicklung
 - Langlebige, hochqualitative Materialien und Technologien
 - Nutzung recycelter Materialien

RECYCLE



- Projekte mit Recycling Unternehmen
- Forschungsprojekte zu Recyclingfähigkeit

REDUCE



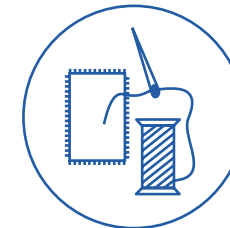
- Überkonsum reduzieren
- Einsatz von Virgin Materials reduzieren
 - Leftover nutzen
- Negative Umweltauswirkungen reduzieren

REUSE



- Second Life Shop
- Rental-Angebote
- Upcycling Workshops

REPAIR & CARE



- Reparaturservice
- Wasch- und Pflegeanleitung
- DIY Anleitungen

EIN RHYTHMUS AM PULS DER ZEIT

WARUM ES NEUE KOLLEKTIONEN NUR ALLE ZWEI JAHRE BRAUCHT

Volle Kleiderschränke und sich verändernde Saisons, schnelle Innovationen und noch schnellere Trends sowie ein hoher Verkaufsdruck im Einzelhandel: Vielfältige Faktoren sorgen für eine angespannte Situation am Markt. Es braucht ein Umdenken! Aber was können wir als Hersteller tun, um die Bedürfnisse der KundInnen und Händler bestmöglich zu bedienen und gleichzeitig nachhaltiger zu wirtschaften? Wir haben Andrej Zwer gefragt, der als Head of Product Management weiß, warum der **ZWEIJAHRESRHYTHMUS** von ORTOVOX und der Puls der Zeit im Einklang sind.

WAS SIND DIE BEWEGGRÜNDE FÜR ORTOVOX, EINEN ZWEIJAHRESRHYTHMUS ZU NUTZEN?

Mit unserem Nachhaltigkeitsanspruch wollen wir uns so weit wie möglich von jeglichem Fast-Fashion-Gedanken distanzieren und langlebigere, nachhaltigere Kollektionen kreieren. Unsere Produkte haben absolute Premiumqualität und können über **MEHRERE SAISONS HINWEG** genutzt werden. Daher ist der Zweijahresrhythmus für unsere Bekleidung eine logische Konsequenz und bereits seit einigen Jahren Standard, für Safety-Artikel sogar deutlich länger.

Wir sehen uns in diesem Weg durch die aktuelle Marktsituation bestätigt. Diese ist geprägt durch die Nachwehen des Corona-Booms und volle Lager der Händler, den Klimawandel mit einigen milden Wintern in Folge sowie den generellen Zeitgeist zur Nachhaltigkeit. ▷



Andrej Zwer,
Head of Product Management



WAS HEISST DAS FÜR DIE PRODUKTENTWICKLUNG?

Dafür ist eine strategische und längerfristige Planung von Kollektionsneuheiten und deren Launch-Terminen wichtiger denn je. Ein Zweijahresrhythmus erfordert, dass die Produkte echte, zuverlässige und beständig funktionelle Innovationen aufweisen müssen. Zudem fokussieren wir uns auf **DESIGN- UND FARBTRENDS SOWIE PASSFORMEN**, die weit über eine Saison hinaus anhalten.

WIESO PROFITIEREN DER HANDEL UND SOGAR ENDKUNDINNEN DAVON?

Da alle Kollektionsteile durch die langfristig gedachte Designsprache und Farbauswahl über mehrere Saisons hinweg **OPTIMAL ZUSAMMENPASSEN**, können die NutzerInnen ihr „Head-to-Toe“-Outfit beliebig erweitern beziehungsweise einzelne Produkte leichter ersetzen. Ganz ohne Stilbruch!

Für den Handel vereinfacht sich die Planung durch Langfristigkeit und Stabilität immens. Zudem müssen die Shops die Produkte nicht nach einer Saison als Auslaufmodell rabattiert anbieten. Dies reduziert das finanzielle Risiko deutlich. □

AUS ALT MACH NEU

DAS ORTOVOX TEAM WIRD IN
UPCYCLING WORKSHOPS KREATIV

Leftover-Stoffe und nicht reparable Produkte, die schon 1.001 Abenteuer erlebt haben, müssen nicht direkt in den Müll. Mit etwas Kreativität lässt sich diesen Materialien ein zweites Leben einhauchen und der Textilmüll reduzieren. Denn nichts ist nachhaltiger als das Material, das wir bereits besitzen.

Als Teil unserer letztjährigen Weihnachtsfeier konnten alle Mitarbeitenden **NEUE PRODUKTE KREIEREN**. In drei Schritten tobte sich das Team kreativ aus: Materialien und Farben auswählen, in einem individuellen Design zusammenstellen und die Stoffe zuschneiden. Das Nähen haben wir aber den Profis der Wendelstein Werkstätten überlassen. Damit die neu gestalteten Produkte auch wirklich halten und lang Freude bereiten. Das Endresultat waren stylische Kissenüberzüge, coole Fleece-Pullover für Kinder und farbenfrohe Hip Bags. □



AUS ...

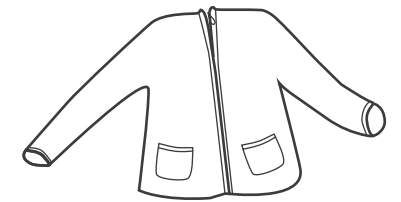
80 Rucksäcke



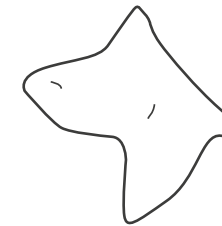
25 Hosen



30 Fleecejacken



20m Leftover
Stoffe

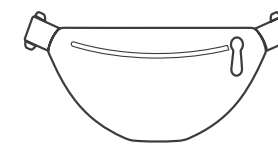


Sample Zipper

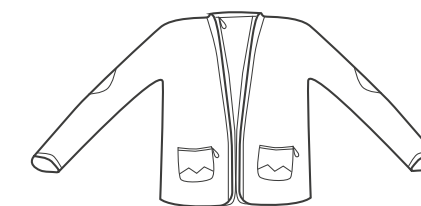


WURDEN ...

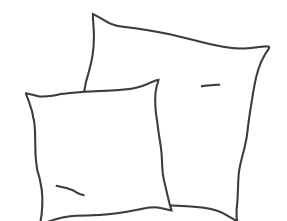
80 Hipbags



34 Kinderfleece



Einige Kissen



ERFAHRUNGS AUSTAUSCH

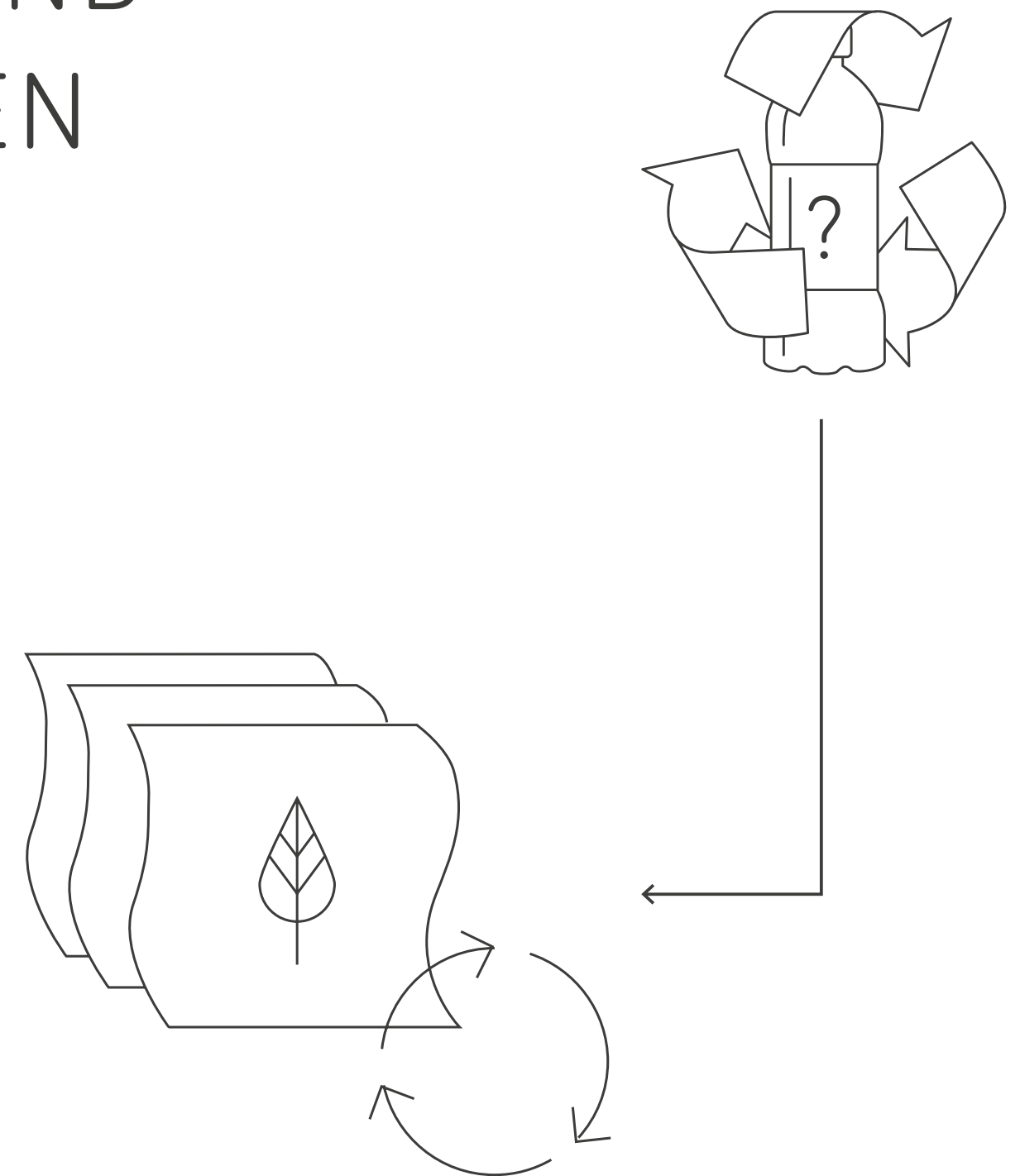


VORANGEHEN UND TROTZDEM ALLE MITNEHMEN

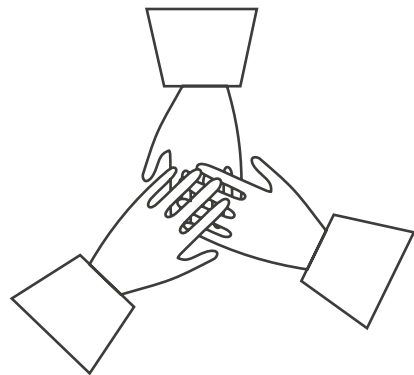
WAS WIR IM EIGENEN TRANSFORMATIONS- PROZESS GELERNT HABEN

In unserem letztjährigen Planet Report haben wir darüber berichtet, dass ORTOVOX zukünftig auf die Verwendung von aus Kunststoffflaschen recyceltem Polyester verzichten will. Vielmehr konzentrieren wir uns nun besonders auf alternative Rohstoffe und **MATERIALIEN, DIE AUS DEM TEXTILEN KREISLAUF STAMMEN**. Wir wollen Verantwortung übernehmen, Pionier sein und die Produkte wiederverwerten, die wir und die Bekleidungsindustrie selbst in den Umlauf bringen.

Dieser Entschluss wurde von unseren Marktbegleitern und verschiedenen StakeholderInnen oft als visionäre Entscheidung angesehen. Aber es gab auch kritische Stimmen, nicht zuletzt aus den eigenen Reihen. Daraus haben wir gelernt. Wir nehmen das erhaltene Feedback und den wertvollen Input, hinterfragen uns selbst kritisch und nutzen diese Erfahrung, um **UNS ALS ORGANISATION WEITERZUENTWICKELN**. Denn nur, wenn das gesamte Team dahintersteht und die Auswirkungen gemeinsam stemmt, ist eine zielführende Umsetzung möglich.▷

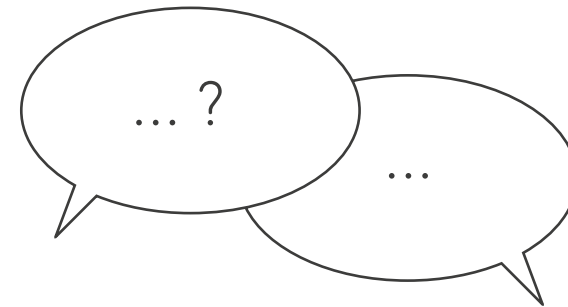


UNSERE TOP 3 TIPPS FÜR DIE ERFOLGREICHE DURCHFÜHRUNG VON WEITREICHENDEN ENTSCHEIDUNGEN IM SINNE DER NACHHALTIGKEIT:



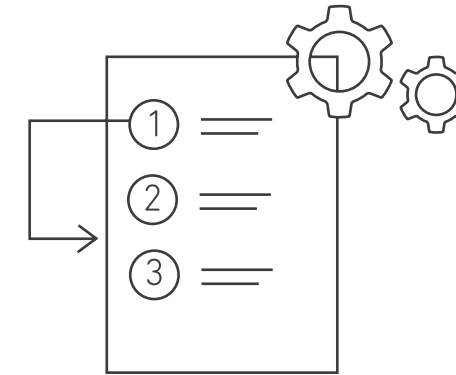
GESCHLOSSEN DAHINTERSTEHEN.

Ja, große Entscheidungen wie diese werden von der Unternehmensführung getroffen. Aber es erfordert den Buy-In und das langfristige Engagement aller Mitarbeitenden, um **AUS DER VISION EINE GEMEINSAME MISSION WERDEN ZU LASSEN**. Dafür benötigt es Transparenz und Ehrlichkeit. Es ist essenziell, die Ausgangslage und Beweggründe detailliert darzulegen, die bevorstehenden Herausforderungen offen anzusprechen und klare Ziele zu formulieren.



DIALOG STATT DIKTAT.

Die interne Kommunikation zu solch einer weitreichenden Entscheidung muss gut vorbereitet und umgesetzt werden. Eine E-Mail reicht nicht. Es braucht eine Möglichkeit zum **DIREKTEN, PERSÖNLICHEN DIALOG**, für Rückfragen und einen Ideenaustausch – auch über den Projektstart hinaus.



AUSWIRKUNGEN NICHT UNTERSCHÄTZEN.

Entscheidungen wie diese sind kein Tagesgeschäft. Es handelt sich um einen weitreichenden Transformationsprozess, der nicht so einfach nebenbei umgesetzt wird. Es müssen Prioritäten verschoben, **KAPAZITÄTEN GESCHAFFEN** und Ressourcen bereitgestellt werden.

ALLE AUGEN AUF DIE TIEFERE LIEFERKETTE

EIN MONITORING-KONZEPT, VON DEM ALLE PROFITIEREN (KÖNNEN)

Die Ausweitung unseres Monitorings haben wir bereits im letzten People Report als Fokusthema definiert. Das damals angekündigte Konzept zur effizienten und wirksamen Überprüfung unserer Lieferanten ist nun erfolgreich fertiggestellt. Andreas Wolf, CSR Manager, gibt im Interview einen detaillierten Einblick, was es damit auf sich hat, wo wir stehen und was die nächsten Schritte sind.



Andreas Wolf,
CSR Manager – Environment

WARUM HABEN WIR DIESES KONZEPT AUFGESETZT UND WAS GENAU UMFASST ES?

Auf Grund des Lieferkettensorgfaltspflichtengesetzes (LkSG) sind wir verpflichtet, in Zukunft auch **UNSERE TIEFERE LIEFERKETTE ZU ÜBERWACHEN**. Im ersten Schritt betrifft dies unsere nominierten Tier 2 Partner, also zum Beispiel unsere Materialhersteller.

Vor diesem Hintergrund haben wir ein Konzept aufgesetzt, das einen Bewertungsrahmen für bestehende und auch neue Lieferanten schafft. Die darin enthaltenen Mindestanforderungen basieren auf dem neuen ORTOVOX Supplier Code of Conduct und fokussieren sich auf die Bereiche Umwelt, Soziales und Chemical Management.

Das Konzept hilft uns, sicherzustellen, dass die Mindestanforderungen in den Produktionsstätten erfüllt und auch aussagekräftige Daten bereitgestellt werden,

so dass wir eine entsprechende Bewertung durchführen können. Das kurzfristige Ziel ist es, **MEHR WISSEN ÜBER DIE TIER 2 FABRIKEN** zu erlangen und den Status Quo in die Risikoanalyse für unsere Partnerbeziehungen einfließen zu lassen. Langfristig wollen wir mit dem Konzept die Standards in unserer Lieferkette verbessern.

Die Benefits eines solchen Bewertungssystems sind vielfältig und gehen über unsere eigene Sorgfaltspflicht hinaus:

- Lieferanten können ihre Reputation als verantwortungsbewusster Arbeitgeber stärken
- Arbeitende in den Produktionsstätten profitieren von besseren Arbeitsbedingungen
- EndkundInnen wird der nachhaltigere Konsum erleichtert

Eine **WIN-WIN-WIN-WIN-SITUATION**, die wir mit dem Angebot zum Konzept-Download ausweiten möchten. ▷



WIE IST DAS KONZEPT AUFGEBAUT?

Es gibt eine Basis, die vier Grundanforderungen für eine zukünftige Kooperation festlegt:

- Verpflichtung zur Einhaltung unseres Supplier Code of Conduct
- Verpflichtung zur Einhaltung unserer Chemical Compliance Guideline
- Benennung eines/r AnsprechpartnerIn für Nachhaltigkeitsthemen
- Bereitstellung von definierten (Nachhaltigkeits-) Daten in einem verwertbaren Format

Darüber hinaus prüfen wir, ob die bestehenden Zertifizierungen, Partnerschaften und Audits unserer Lieferanten die von uns definierten Anforderungen bezüglich sozialer und ökologischer Nachhaltigkeit erfüllen. Das Resultat ist ein wichtiger Faktor in der Risikoanalyse. Wir unterscheiden in drei Level, in die ein Lieferant eingeordnet werden kann: Basic, Medium und Progressive. Das Ziel ist es, durch partnerschaftliches Arbeiten alle Produktionsstätten in diesem Kategorisierungssystem nach oben zu bringen.

WIE IST DER AKTUELLE STATUS UND WELCHE SCHRITTE FOLGEN ZUKÜNFTIG?

Nachdem wir uns Feedback und Input von Brand Partnern und Lieferanten eingeholt haben, ging es in die Pilotphase. In dieser haben wir die Prozessschritte des Konzepts mit drei Tier 2 Partnern komplett ausgeführt. Anschließend wurden die Methodiken sowohl durch die Partner als auch von unserer Seite bewertet, um die Umsetzbarkeit in der Praxis weiter zu verbessern. Auch dies ist bereits erfolgt, so dass wir das Konzept nun breit anwenden können.

Das bedeutet zum einen, dass wir in den kommenden Monaten gemeinsam mit bestehenden Tier 2 Partnern die definierten Anforderungen individuell und sorgfältig überprüfen. Für alle zukünftigen neuen Lieferanten sind **DIE MINDESTSTANDARDS BEREITS VOR DEM BEGINN EINER PARTNERSCHAFT NACHZUWEISEN.** □

Sharing ist caring!

UNSER KONZEPT ZUM DOWNLOAD

Wir sind davon überzeugt, dass das Monitoring für viele Brands und speziell für kleinere Unternehmen eine große Herausforderung darstellt.


- Wo fängt man an?
- Was muss man beachten?
- Wie ist es für die Lieferanten verständlich aufbereitet?

Mit unserer Toolbox möchten wir bei der Beantwortung dieser Fragen unterstützen. Denn wir sind davon überzeugt, dass die Textilindustrie im Gesamten von einem wirksamen Monitoring in der tieferen Lieferkette profitiert.

[Zum Download](#)

PROTACT 2024 REVIEW



ProtACT 
2024

PROTACT 2024 – ERFOLGE UND ERFAHRUNGEN



WAS WIR ERREICHT UND GELERNT HABEN

Im Jahr 2016 begannen wir, unsere erste ORTOVOX Nachhaltigkeitsstrategie zu erarbeiten. Nach drei Jahren intensiver Entwicklungszeit, in der wir Workshops mit allen Teams durchgeführt, Themen geclustert und finale Ziele mit den Fachabteilungen definiert haben, verabschiedeten wir ProtAct 2024. Die Strategie umfasste einen Mix aus sechs nachhaltigkeits-, branchen- und markenrelevanten Zielen. ProtAct 2024 kommt nun zum Ende und wir ziehen Resümee. Was lief gut? Woraus können wir für die Zukunft lernen? Und wie geht es nun weiter?

Nachfolgend geben wir einen Einblick in die sechs Fokusbereiche und deren Ziele, die umgesetzten Maßnahmen und ihre Auswirkungen. ▷

Tierwohl

DEFINIERTES ZIEL

Einsatz von 100% OWP-Wolle bis 2024

ERFOLG

Unsere 13 Partner-Farmen in Tasmanien beliefern uns mit 100% OWP-Wolle

HINTERGRUND UND LEARNINGS

Mit dem ORTOVOX Wool Promise (OWP) haben wir 2017 unseren eigenen Woll-Standard ins Leben gerufen, da uns die Mindestanforderungen des branchenweit üblichen Responsible Wool Standard (RWS) in den Bereichen Schur, Transport und Schlachtung nicht streng genug waren. Basierend auf vier Säulen steht der OWP für den Verzicht auf Lämmerverstümmelung (Mulesing) und den Fokus auf nachhaltige Landwirtschaft, sowie für persönliche Beziehungen zu unseren FarmerInnen und Transparenz innerhalb der Woll-Lieferkette.

Mittlerweile ist der RWS jedoch zum Vorreiter in Sachen Wollstandards geworden. Das finden wir gut, daher haben wir zusammen mit den Farmern beschlossen, RWS-Audits durchzuführen. Davon können sie profitieren, denn auch andere Marken fragen danach!

Mit dem Wechsel auf RWS wird OWP aber nicht hinfällig. Vielmehr ist es weiterhin ein explizites Markenversprechen für Tierwohl und Partnerschaftlichkeit.

WEITERE HIGHLIGHTS

- Auszeichnung „Best in Class“ von der Tierschutzorganisation „Vier Pfoten“
- Im ProtAct 2024 Projektzeitraum haben wir insgesamt sieben neue Farmen als OWP-Lieferanten gewinnen können
- Weiterentwicklung und Förderung von regenerativer Landwirtschaft und lokalen Klimaschutzprojekten in Zusammenarbeit mit den Farmen



Klimaschutz

DEFINIERTES ZIEL

Klimaneutralität und signifikante Reduktion der Emissionen am Standort und in der Lieferkette bis 2024

ERFOLG

ORTOVOX ist klimaneutral gestellt seit 2023 und hat einen Maßnahmenplan zur Reduktion erarbeitet

HINTERGRUND UND LEARNINGS

Durch die Bearbeitung dieses Ziel haben wir viel über unseren eigenen CO₂-Ausstoß gelernt und sind nun gut aufgestellt, um wirkungsvoll an der kontinuierlichen Reduktion gemäß des 1,5°C-Ziels zu arbeiten. Dafür haben wir seit 2018 kontinuierlich Emissionsberechnungen durchgeführt. Zunächst anhand von Referenzprodukten, nachfolgend dann detailliert für die gesamte Kollektion (Product Carbon Footprint) sowie für unseren Standort, den Fuhrpark, Reisen etc.

(Company Carbon Footprint). Durch diese Berechnungen konnten wir unsere Reduktionspotentiale identifizieren. 2022 ermittelten wir unsere Baseline, woraufhin wir nun wirkungsvolle Maßnahmen mit entsprechenden Timings definierten.

Die Emissionen, die für uns unvermeidbar sind, gleichen wir weiterhin über die Unterstützung zertifizierter Klimaschutzprojekte aus – bis auf das letzte Milligramm CO₂. Diesen Ausgleich tätigen wir auch weiterhin, da wir an den positiven Impact der Projekte glauben und diese wertvolle Arbeit ohne finanzielle Förderung nicht umgesetzt werden könnte.

WEITERE HIGHLIGHTS

- Erfolgreiche Umstellung auf 100% Ökostrom an unserem Standort in Deutschland
- Begonnene Umstellung auf weniger emissionsintensive Fasermaterialien und Materialverarbeitungsprozesse
- Entwicklung einer Klimastrategie auf Basis der Baseline-Erhebung

Soziale Verantwortung

DEFINIERTES ZIEL

Erhalt des Leader Status der Fair Wear Foundation

ERFOLG

Seit 2018 fünf Mal erfolgreich den Leader Status empfangen

HINTERGRUND UND LEARNINGS

Seit 2015 ist ORTOVOX Mitglied der Fair Wear Foundation (FWF). Die unabhängige Organisation ist auf die Verbesserung der Arbeitsbedingungen spezialisiert, mit besonderem Fokus auf die Textilindustrie. Jedes Jahr bewertet die FWF im „Brand Performance Check“ die Arbeit und Ergebnisse der Mitglieder hinsichtlich der Einhaltung des sogenannten Code of Labour Practices – der Kodex für Arbeitsbedingungen in der Lieferkette mit klar definierten und umfassenden Kriterien. Durch die langjährigen Geschäftsbeziehungen und einen kontinuierlichen, engen Austausch mit den Produzenten konnte ORTOVOX hier beständig eine führende Rolle einnehmen. Seit 2018 wurde uns fünf Mal die höchste Auszeichnung, der „Leader“-Status, verliehen.

Die sich ständig weiterentwickelnden Anforderungen der FWF treiben uns an, uns fortlaufend mit der Optimierung von Prozessen und Einkaufspraktiken sowie dem Risikomanagement auseinanderzusetzen.

WEITERE HIGHLIGHTS

- Stärkere Verankerung von sozialer Verantwortung innerhalb aller relevanten Abteilungen, nicht nur beim CSR-Team
- Der Leader Status zeigt, dass wir als Outdoorbrand weiterhin eine Vorreiterrolle im Bereich sozialer Verantwortung und Sorgfaltspflicht einnehmen
- Die langjährige Auseinandersetzung mit diesem Thema hat uns optimal auf die Anforderungen des Lieferkettensorgfaltspflichtengesetzes vorbereitet

Lieferkette

DEFINIERTES ZIEL

>60% Produktion in Europa bis 2024

ERFOLG

Produktion im Geschäftsjahr 2022/23 zu 49,33% in Europa

HINTERGRUND UND LEARNINGS

Im Jahr 2019 haben wir uns die damals vorherrschende Situation angeschaut, eine Risiko- und Potentialbewertung durchgeführt und dann definiert, dass wir 60% unserer Artikel in Europa herstellen wollen. Diesem Ziel haben wir uns stetig angenähert, 57% waren der Höchstwert.

Veränderte Rahmenbedingungen wie stark gestiegene Lohn- und Transportkosten in Europa sowie die höhere technische Expertise und innovativere Verarbeitungsmethoden in Asien veranlassten uns jedoch, das Ziel kritisch zu hinterfragen und neu zu bewerten. Rückblickend erkennen wir, dass die Formulierung „60% Produktion in Europa“ zu eng verfasst war. Vielmehr sollte der Fokus auf dem Aufbau und der Pflege eines wertorientierten, partnerschaftlichen Lieferantennetzwerks liegen.

WEITERE HIGHLIGHTS

- Wir betrachten diese Entwicklung nicht als eine Zielverfehlung, sondern vielmehr als eine bewusste Neuorientierung und der für uns richtige Schritt
- Eines der größten Learnings für uns ist die Erkenntnis, dass für die Produktion nicht das „Wo?“ entscheidend ist, sondern das „Wie?“
- Von einer Produktion in Europa können und wollen wir weiterhin nicht absehen



Umweltschutz

DEFINIERTES ZIEL

Kein Einsatz von PFC in der Herstellung unserer gesamten Kollektion bis 2024

ERFOLG

100% PFC-freie Produktion und Lieferkette seit Sommer 2023

HINTERGRUND UND LEARNINGS

PFC steht für „per- und polyfluorierte Chemikalien“. Diese Stoffverbindung ist wasser-, fett- und schmutzabweisend sowie chemisch und thermisch stabil. PFC können sich nicht natürlich abbauen und verteilen sich rasch in der Umwelt – im Grundwasser, in Pflanzen sowie Organismen und damit auch in der Nahrungskette. Wir haben uns daher 2019 vorgenommen, bis zum Jahr 2024 ausschließlich PFC-freie Produkte anzubieten.

Die Entscheidung wurde damals intern lang und intensiv diskutiert, das Ziel galt als nicht realisierbar. Denn Alternativen waren noch nicht gut erforscht bzw. ausreichend verlässlich. Zudem war eine Umstellung jedes einzelnen Materials notwendig. Regelmäßige Spot Checks (siehe [Seite 30](#)) sind dafür unerlässlich, um die 100%ige Einhaltung zu kontrollieren.

Das Learning: Manchmal muss man den unbequemen Weg ins Unge- wisse wagen, wenn man zukunftsfähig bleiben möchte. Gemeinsam haben wir es geschafft und möchte keinen Schritt zurück machen.

WEITERE HIGHLIGHTS

- Durch die konsequente Verfolgung des Ziels haben wir unsere Wettbewerbsfähigkeit langfristig gestärkt
- Wir sind gesetzeskonform aufgestellt für kommende Re- gulierungen
- Mit der Oberflächenimprägnierung DWR C0 gibt es nun bei- spielsweise eine zuverlässige Alternative, die auf allen Rucksä- cken, Jacken und Hosen angewendet wird



Langlebigkeit

DEFINIERTES ZIEL

Entwicklung reparaturfähiger und langlebiger Produkte

ERFOLG

Erfolgreiche Implementierung eines Reparaturservices und Second Life Stores sowie Pflegeanleitungen

HINTERGRUND UND LEARNINGS

Unser Ziel im Bereich Langlebigkeit war anfangs noch das unbe- stimmteste. Wir hatten keinen klar definierten Plan, doch genau diese Herangehensweise hat uns gestärkt. Mit dem Reparaturservice, dem

Second Life Shop sowie Care & Repair Videos wurde Nachhaltigkeit für EndkundInnen greifbar gemacht.

Da nicht absehbar war, in welche Richtung wir gehen können sowie ob und wie weit die Händler und EndkundInnen mit uns kommen, wurden keine klaren KPIs definiert. In Zahlen ausgedrückt ist der Erfolg daher schwer messbar. Subjektiv fühlt sich das Erreichte aber sehr gut an. Das Potential zur Weiterentwicklung wurde definitiv sichtbar und wir freuen uns auf die nächsten Schritte.

WEITERE HIGHLIGHTS

- 470 verkaufte Produkte im Second Life Shop
- Über 2.500 Produkte wurden repariert
- Der Ausbau des Service Hubs erleichtert es unseren Händlern, verschiedene Leistungen zu ordern, z.B. Update und Überprü- fung von LVS-Geräten



FAZIT UND LEARNINGS

ProtAct 2024 war ein wichtiger Schritt in der ORTOVOX Unternehmensgeschichte. Die Strategie wurde Teil der Brand-DNA, gab die Richtung für die nachhaltigere Entwicklung vor und diente als Orientierung für die Mitarbeitenden.

Wir haben viel geschafft und bewegt und sind teilweise ganz wo anders rausgekommen, als wir das 2019 gedacht hatten.

Und das ist auch okay so. Die Gründe dafür sind vielfältig. Es traten einige externe Herausforderungen auf, wie die Covid-19 Pandemie, der Ausbruch des Ukraine-Krieges und sich verändernde politische Rahmenbedingungen. Aber auch unser eigenes Wachstum hat durch neue Prozesse, Produkte und Mitarbeitende die Komplexität erhöht. In der Umsetzung fehlte teilweise eine klare Definition der Verantwortlichkeiten im Tagesgeschäft, zudem haben wir gespürt, dass die Ziele mitunter im Widerspruch zueinander standen.

Für uns als Organisation ist es eine wunderbare Lernerfahrung, die gleichzeitig wichtige Grundsteine für die zukünftige Weiterentwicklung legt.

NÄCHSTE SCHRITTE

Vorbei sind die Zeiten, in denen eine Nachhaltigkeitsstrategie ein freiwilliges Tool war. Heute gibt es Gesetze und Pflichten, die klare Standards und Anforderungen an Unternehmen, deren Aktivitäten und Berichterstattung definieren. Diese Entwicklung begrüßen wir und tragen sie gerne mit!

Wir arbeiten bereits an einer neuen Strategie. Diese wird eine zukunftsorientierte Weiterentwicklung von ProtAct 2024 sein, die auf klare Nachhaltigkeitsziele setzt, aber ausreichend Spielraum für agiles Arbeiten lässt. Wir freuen uns schon darauf, diese unseren EndverbraucherInnen, Händlern, Lieferanten und weiteren Partnern präsentieren zu können. □



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	**
2	**
3	**
4	7,15,16,29,33,34,37,39,40
5	**
6	*
7	*
8	**
9	16,19,25,26,29-37,41,42
10	**
11	*
12	5,7-9,14
13	14,16-23
14	*
15	5,8,9,12
16	**
17	9-11,19,20,25-28,34,37,39-42

** siehe [People Report](#)

* kein expliziter Fokus

DNK-VERZEICHNIS

<i>DNK Thema</i>	<i>Seiten</i>
0 Allgemeine Informationen	2,5,6,50-52,54
1 Strategie	7,8,14
2 Wesentlichkeit	10,1,17
3 Ziele	8,12,16,44-48,50
4 Tiefe der Wertschöpfungskette	9
5 Verantwortung	7
6 Regeln und Prozesse	7,8
7 Kontrolle	8,14,16,18,21,44-48
8 Anreizsysteme	*
9 Beteiligung von Anspruchsgruppen	9-11,19,20,25,26,39-42
10 Innovations- und Produktmanagement	16,19,25,26,29-37,41,42
11 Inanspruchnahme natürlicher Ressourcen	6,25-29,32-40
12 Ressourcenmanagement	25-30,32-40
13 Klimarelevante Emissionen (THG-GHG)	14,16-23
14 Arbeitnehmerrechte	**
15 Chancengleichheit	**
16 Qualifizierung	**
17 Menschenrechte	**
18 Gemeinwesen	**
19 Politische Einflussnahme	**
20 Gesetzes- und richtlinienkonformes Verhalten	**

Der Deutsche Nachhaltigkeitskodex, kurz DNK, wurde 2010 vom Rat für Nachhaltige Entwicklung mit Vertreterinnen und Vertretern der Politik, des Finanzmarkts, Unternehmen und zivilgesellschaftlichen Organisationen ins Leben gerufen. Der DNK wird seitdem ständig weiterentwickelt. So können die European Sustainability Reporting Standards (ESRS)-Angaben in die DNK-Erklärung integriert werden.

ORTOVOX berichtet mit dem Planet Report 2023 freiwillig zu den 20 DNK-Kriterien. Einige der Kriterien, vor allem jene, die sich auf die sozialen Bereiche fokussieren, wurden im letztjährigen [People Report](#) berichtet oder sind für die nächste Berichtsperiode anvisiert. □

** siehe [People Report](#)

*hier noch nicht berichtet

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	5
GRI SRS-102-35	*
GRI SRS-102-38	*
GRI SRS-102-44	9-11
G4-FS11	*
GRI SRS-301-1	*
GRI SRS-302-1	19-23
GRI SRS-302-4	22,23
GRI SRS-303-3	*
GRI SRS-306-2	*
GRI SRS-305-1	23
GRI SRS-305-2	23
GRI SRS-305-3	23
GRI SRS-305-5	22,23
GRI SRS-403-4	**
GRI SRS-403-9 (a + b)	**
GRI SRS-403-10 (a + b)	**
GRI SRS-404-1	**
GRI SRS-405-1	**
GRI SRS-406-1	**
GRI SRS-412-1	**
GRI SRS-412-3	**
GRI SRS-414-1	**
GRI SRS-414-2	**
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 [People 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:

PLANET REPORT 2022

PEOPLE REPORT 2022

PLANET REPORT 2023

PEOPLE REPORT 2023





KONTAKT

Lisa Pfeiffer
CSR Manager | Communications
lisa.pfeiffer@ortovox.com

IMPRESSUM

ORTOVOX SPORTARTIKEL GMBH
Rotwandweg 5, D-82024 Taufkirchen

Vertreten durch den Geschäftsführer
Christian Schneidermeier

Veröffentlichung: 05/2024

Design, Text & Beratung: Studio Leeflang, Kempten