



**Jack**   
**Wolfskin**



# LIEFERANTEN SOZIALBERICHT 2010



# INHALT

<b>1</b>	<b>VORWORT</b>	<b>3</b>
<b>2</b>	<b>Über JACK WOLFSKIN</b>	<b>4</b>
2.1	Zahlen und Fakten 2010	5
2.2	JACK WOLFSKIN Point of Sales	6
2.3	Umsatzentwicklung 2005-2010	8
2.4	Organigramm JACK WOLFSKIN	10
2.5	Produktsegmente	12
<b>3</b>	<b>Soziale Verantwortung</b>	<b>14</b>
3.1	Soziales Produzenten-Management	16
<b>4</b>	<b>Zielsetzungen und Ergebnisse 2010</b>	<b>18</b>
<b>5</b>	<b>Einkaufs- und Beschaffungsstrategie</b>	<b>20</b>
5.1	Einkaufsstrategie und Preissetzung	20
5.2	Produktionszyklus	20
5.3	Auswahl neuer Produzenten	20
<b>6</b>	<b>Implementiertes System zur Produzenten-Kontrolle</b>	<b>22</b>
6.1	Auditierungs- und Bewertungskriterien	22
6.2	Produzenten-Auditierung	24
6.3	Produzenten, Produktionsländer und Audits 2010	26
6.4	Zusammenfassung der Auditergebnisse	28
6.4.1	Vietnam	28
6.4.2	Bangladesch	29
6.4.3	China	30
6.4.4	Thailand	31
6.4.5	Indien	32
6.4.6	Indonesien	33
6.4.7	Laos	34
6.4.8	Kambodscha	35
6.4.9	Italien	36
6.4.10	Slowenien	37
6.4.11	Türkei	38
6.5	Beschwerdesystem	39
6.6	Bisher eingereichte Beschwerden und Maßnahmen	39
6.7	Verifizierung der Maßnahmen durch die Fair Wear Foundation	39
<b>7</b>	<b>Schulungs- und Fördermaßnahmen</b>	<b>40</b>
7.1	Schulungsmaßnahmen für JACK WOLFSKIN Produzenten	41
7.2	Aktivitäten zur Schulung von Mitarbeitern	41
<b>8</b>	<b>Meilensteine der Nachhaltigkeit</b>	<b>42</b>
<b>9</b>	<b>Ziele 2011</b>	<b>44</b>



**LIEBE LESERINNEN UND LESER, SEIT VIELEN JAHREN ARBEITEN WIR DARAN, UNSEREN ANSPRÜCHEN UND ZIELSETZUNGEN ZUR UNTERNEHMERISCHEN VERANTWORTUNG GERECHT ZU WERDEN. DAS, WAS MAN HEUTE ALLGEMEIN UNTER CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) ZUSAMMENFASST, TEILEN WIR UNTER ANDEREM IN DIE HANDLUNGSFELDER UMWELT UND NATUR SOWIE SOZIALE VERANTWORTUNG AUF. HIERBEI WERDEN SOWOHL UNSERE MITARBEITER ALS AUCH UNSERE PRODUZENTEN MIT EINBEZOGEN.**

Der Beitritt zur Multi Stakeholder Initiative „Fair Wear Foundation“ (FWF) ist diesbezüglich ein wichtiger und zugleich bedeutender Schritt gewesen: Als unabhängige Non-Profit-Organisation verfolgt die FWF das Ziel, menschenwürdige Arbeitsbedingungen entlang der textilen Wertschöpfungskette zu schaffen und zu fördern. Hierbei arbeitet sie sowohl mit Unternehmen als auch mit Produzenten zusammen und unterstützt diese u. a. durch Expertenaustausch, Dialoge und eine Verbesserungsprozess-orientierte Herangehensweise. Vor diesem Hintergrund freue ich mich, dass wir nun zum ersten Mal unsere Tätigkeiten und Bemühungen offen legen und hierüber detailliert Bericht erstatten können.

Für das Jahr 2010 hatten wir uns viel vorgenommen – und wir haben viel erreicht:

Obwohl im Jahr 2009 bereits 98 Prozent der für JACK WOLFSKIN tätigen Produzenten auditiert worden sind, konnte dieser Anteil noch einmal gesteigert werden, wodurch wir unserem Ziel nach einer 100 %igen Abdeckung einen weiteren Schritt näher gekommen sind. Außerdem konnten wir bei 44 Prozent unserer Produzenten eine Verbesserung ihrer Ergebnisse seit dem Erstaudit erreichen. Maßgeblich haben hierzu die konsequente Erhöhung der Audits – einschließlich der Follow Up-Besuche beigetragen.

Überall dort, wo eine Verschlechterung der Situation festgestellt wurde, sind aktiv Maßnahmen ergriffen worden; sofern keine positive Entwicklung zu verzeichnen war, wurde in der Konsequenz die Zusammenarbeit mit den Produzenten beendet.

Grundsätzlich behandeln wir all diese Prozesse mit fairem Augenmaß, gegenseitigem Respekt und entsprechender Verantwortung, um die Ergebnisse kontinuierlich zu verbessern. Eine nicht einfache Aufgabe, der wir uns aber immer gestellt haben und der wir uns auch zukünftig konsequent weiter stellen werden.

Christian Brandt, im Mai 2011

# 2 ÜBER JACK WOLFSKIN

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

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

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

**Wetterschutz ist unser Kernthema:**

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

**Wer wir sind:**

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

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

## 2.1 ZAHLEN UND FAKTEN 2010

### **GRÜNDUNG:**

1981 IN FRANKFURT-NIED

### **SITZ:**

IDSTEIN (HESSEN, TAUNUS) SEIT 1997

### **RECHTSFORM:**

GMBH & CO. KGAA

**MITARBEITER:** CA. 460 (STAND 06/2011)

**VORSITZENDER DER  
GESCHÄFTSFÜHRUNG:** MANFRED HELL

**SITZ EUROPÄISCHES  
ZENTRALLAGER:** NEU WULMSTORF

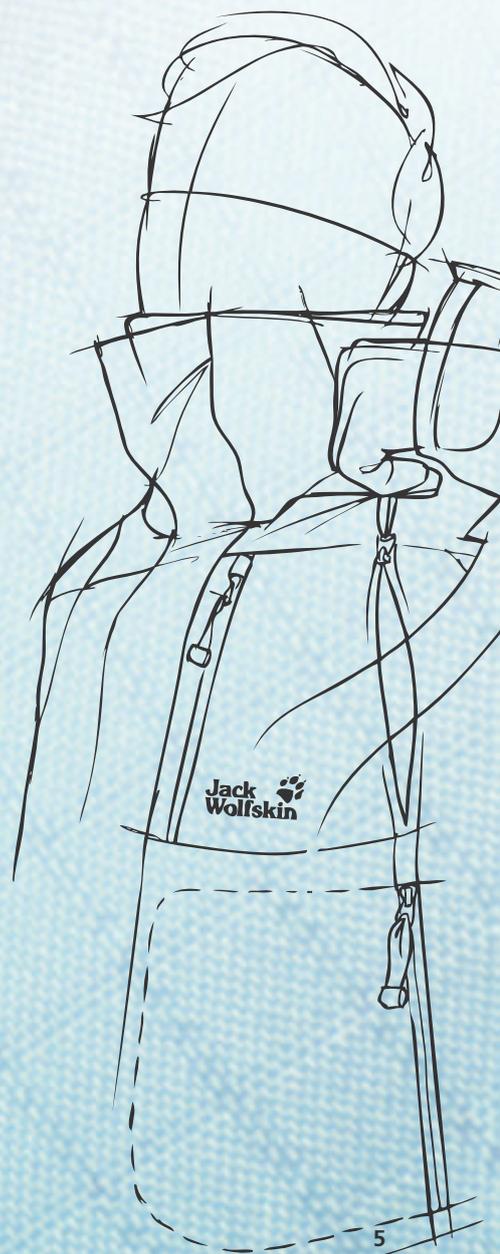
### **BETEILIGUNGSVERHÄLTNIS:**

BARCLAYS PRIVATE EQUITY GMBH,  
QUADRIGA CAPITAL GMBH, MANAGEMENT

**UMSATZ JAHR 2010:** 304,2 MIO. €

### **MARKTPositionierung:**

EUROPAS FÜHRENDER ANBIETER VON FUNKTIONELLER  
OUTDOOR-BEKLEIDUNG, SCHUHEN UND AUSRÜSTUNG  
UND GRÖSSTER FRANCHISE-GEBER IM DEUTSCHEN  
SPORTFACHHANDEL.



## **EUROPA** (STAND 07/2011)

CA. **3.800** FACHHÄNDLER IN EUROPA,  
DAVON **283 FRANCHISE STORES** IN:

DEUTSCHLAND **228**

ÖSTERREICH **16**

SCHWEIZ **11**

BELGIEN **8**

ITALIEN **8**

GROSSBRITANNIEN **4**

LUXEMBURG **3**

POLEN **2**

RUSSLAND **1**

FRANKREICH **1**

NIEDERLANDE **1**



## 2.2 JACK WOLFSKIN POINT OF SALES



### **ASIEN**

**ÜBER 300 FACHHÄNDLER,  
DAVON CA. 253 FRANCHISE STORES UND  
SHOP-IN-SHOPS IN CHINA UND KOREA**

## 2.3 UMSATZENTWICKLUNG 2005-2010

DIE UMSATZENTWICKLUNG DER LETZTEN JAHRE ZEIGT EIN STETIGES WACHSTUM VON JÄHRLICH ÜBER 20%.

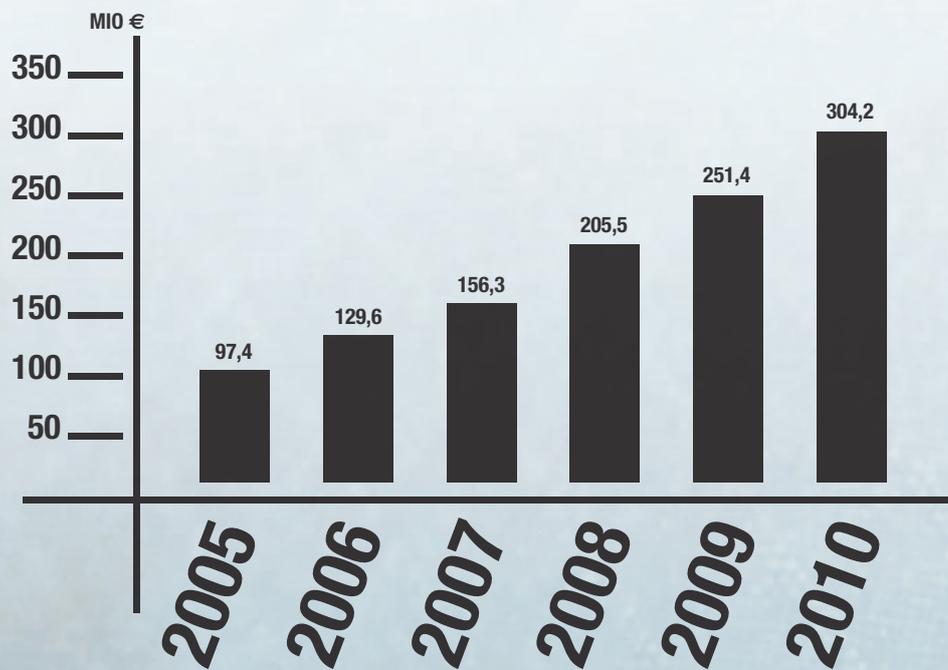


Abbildung 1: Umsatzentwicklung 2005-2010





## 2.4 ORGANIGRAMM JACK WOLFSKIN

IN DER ORGANISATION SPIEGELT SICH UNSER VERSTÄNDNIS VON UNTERNEHMERISCHER VERANTWORTUNG WIDER: PRODUKTE, MARKE, OPERATIVE EINHEITEN WIE AUCH UMWELT UND SOZIALE VERANTWORTUNG SIND IN DER OBERSTEN GESCHÄFTSFÜHRUNGSEBENE VERANKERT.



Abbildung 2: Organigramm von JACK WOLFSKIN



# MANAGEMENT BOARD

COMMUNICATION

MARKETING

COMPANY  
SPORTS

ENVIRONMENTAL/  
SOCIAL SUSTAINABILITY

YEAR

## 2.5 PRODUKTSEGMENTE

JACK WOLFSKIN BIETET PRO JAHR ZWEI KOLLEKTIONEN (FRÜHJAHR/SOMMER UND HERBST/WINTER) AN, WELCHE IN DIE PRODUKTDIVISIONEN BEKLEIDUNG, SCHUHE UND AUSTRÜSTUNG UNTERTEILT SIND. INNERHALB DER DIVISIONEN WIRD ZWISCHEN DEN ANWENDUNGSBEREICHEN „ALPINISM“, „TREKKING“ UND „HIKING“ SOWIE „FAMILY“ UNTERSCHIEDEN.

### JACK WOLFSKIN

BEKLEIDUNG

SCHUHE

AUSTRÜSTUNG

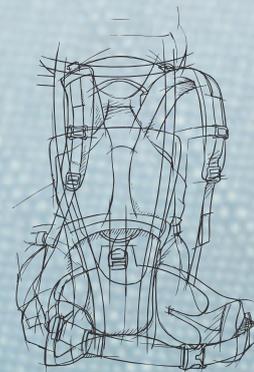
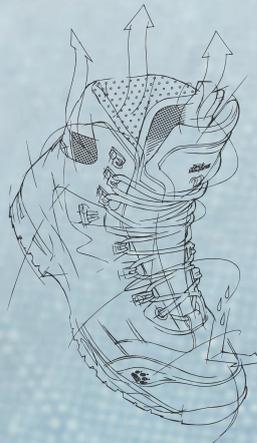


Abbildung 3: Divisionsaufteilung bei JACK WOLFSKIN

## ALPINISM



**PRODUKTE FÜR DEN ANSPRUCHSVOLLEN BERGSPORT, VOM BERGSTEIGEN ÜBER DAS KLETTERN BIS ZUR HOCH- UND SKITOUR.**

Hohe Funktionalität in Wetterschutz, Klimakomfort und Bewegungsfreiheit in Kombination mit möglichst geringem Gewicht sind neben spezifischen Ausstattungs- und Konstruktionsdetails die wesentlichen Produktkriterien.

## TREKKING



**FÜR MEHRTÄGIGE TOUREN MIT RUCKSACK UND ZELT IN UNWEGSAMEM GELÄNDE.**

Unsere Trekkingbekleidung ist äußerst strapazierfähig und besonders zuverlässig und bietet so Schutz vor jedem Wetter. Die Trekkingschuhe sind absolut wasserdicht, robust und komfortabel. Die umfangreiche Trekkingausrüstung umfasst große Rucksäcke, Zelte, Schlafsäcke und Matten.

## HIKING



**PRODUKTE FÜR DIE SPONTANE TAGESTOUR BIS ZUR MEHRTÄGIGEN HÜTTENWANDERUNG.**

Ausgelegt auf Multifunktionalität zum Einsatz beim Wandern, Laufen, Radfahren und vielen weiteren Aktivitäten. Wetterschutz und Tragekomfort sowie Vielseitigkeit haben hier einen sehr hohen Stellenwert.

## FAMILY



**BEKLEIDUNG, SCHUHE UND AUSTRÜSTUNG MIT ERSTKLASSIGEM WETTERSCHUTZ FÜR KINDER UND JUGENDLICHE. KONZIPIERT FÜR DEN TÄGLICHEN EINSATZ GENAUSO WIE FÜR TOUREN, GRUPPENREISEN UND FERIENLAGER.**

Mit allen wesentlichen Materialien und Technologien aus dem Erwachsenenbereich entwerfen wir kinderspezifisch geschnittene und ausgestattete Produkte mit Sicherheits- und altersgerechten Details.

# 3 SOZIALE VERANTWORTUNG

**FÜR JACK WOLFSKIN SIND SOZIALE UND ÖKOLOGISCHE VERANTWORTUNG GRUNDWERTE, AN DENEN SICH DAS UNTERNEHMEN SEIT JEHER ORIENTIERT. „CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY“ (CSR) IST EIN UNTERNEHMENSWERT, FÜR DEN EIGENE STRATEGIEN ENTWICKELT UND ZIELE DEFINIERT WERDEN.**

Als Europas führende Outdoor-Marke verfolgt JACK WOLFSKIN beständig das Ziel, beste Qualität zu wettbewerbsfähigen Preisen anzubieten, ohne dabei den Nachhaltigkeits-Aspekt in Bezug auf soziale wie auch ökologische Rahmenbedingungen zu vernachlässigen.

**JACK WOLFSKIN MÖCHTE MIT BEISPIELHAFTEM VERHALTEN GEGENÜBER MENSCH UND NATUR UNTER BEWEIS STELLEN, DASS FAIRNESS, UMWELTBEWUSSTSEIN UND SOZIALE VERANTWORTUNG NICHT IM GEGENSATZ ZUM UNTERNEHMENSERFOLG STEHEN.**

Dementsprechend wird der Nachhaltigkeitsansatz als Dreiklang von Ökonomie, Ökologie und Sozialem verstanden: Nur durch das ausbalancierte Zusammenspiel dieser drei elementaren Grundwerte, kann ein Unternehmen nach unserer Überzeugung langfristig nachhaltig und erfolgreich handeln. Ein wesentlicher Bereich hierbei ist die soziale Verantwortung gegenüber unseren Produzenten und deren Mitarbeitern.



*Abbildung 4: CSR-Aufteilung*

# 3.1 SOZIALES PRODUZENTEN- MANAGEMENT

**JACK WOLFSKIN IST SICH SEINER VERANTWORTUNG GEGENÜBER SEINEN PRODUZENTEN UND DEREN MITARBEITERN BEWUSST UND STELLT SICH DIESER AUFGABE AUS ÜBERZEUGUNG UND MIT ENGAGEMENT. DIE FOLGENDEN PUNKTE – EINSCHLIESSLICH DER ABBILDUNG – BESCHREIBEN DIE GRUNDLEGENDEN PUNKTE DES PRODUZENTEN-MANAGEMENTS:**

## **SORGFÄLTIGE PRODUZENTENAUSWAHL:**

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

## **UNTERZEICHNUNG DES CODE OF CONDUCTS:**

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

## **MONITORING:**

Zu Beginn der Geschäftsbeziehung mit einem potentiellen neuen Produzenten wird die Produktionsstätte intern auditiert (d. h. kontrolliert und bewertet). Im Folgenden werden die Produzenten regelmäßig von einem unabhängigen Auditierungs- und Qualifizierungsunternehmen überprüft, um Veränderungen hinsichtlich der sozialen Verantwortung zu dokumentieren und den Produzenten neue Impulse für weitere Verbesserungen zu geben.

## **FOLGEBESUCHE:**

In Abhängigkeit von dem Auditergebnis werden bei den Produzenten ein bis drei Folgebesuche, sogenannte „Follow up Visits“, zwischen den Audits durchgeführt. Diese Kurzbesuche der Auditoren in den Produktionsstätten dienen dazu, eingeleitete Verbesserungsmaßnahmen zu überprüfen und gegebenenfalls gemeinsam Lösungsansätze zu erarbeiten, welche die Produzenten dann selbstständig weiterverfolgen können.

## **DIALOG MIT GEWERKSCHAFTEN UND ANDEREN ORGANISATIONEN:**

Um sich zeitnah über Veränderungen, Probleme oder Neu-Entwicklungen bei lokalen Gewerkschaften, regionalen Arbeitergruppen bzw. anderen Stakeholdern auf dem Laufenden zu halten, steht das externe Auditierungs- und Qualifizierungsunternehmen im permanenten Dialog mit verschiedenen Organisationen innerhalb der Produktionsländer. Ein gemeinschaftlicher Austausch zwischen den Fair Wear Foundation-Mitgliedern auf nationaler und internationaler Ebene fördert zudem das Verständnis für die Probleme beteiligter Gruppen und kann bei Lösungsansätzen helfen.

## **WEITERBILDUNGSMASSNAHMEN:**

JACK WOLFSKIN bietet für seine Produzenten Schulungsmaßnahmen an, um die Fähigkeiten auf den verschiedenen Ebenen (Management, mittleres Management, Arbeiter) auszubauen und zu fördern. Die Themen der Schulungen werden individuell auf die Bedürfnisse der betroffenen Personengruppen zugeschnitten und sind für die Produzenten kostenlos.

**AKTIVITÄTEN BEI  
LÄNGERFRISTIGER  
ZUSAMMENARBEIT**

**WEITERBILDUNGSMASSNAHMEN  
FÜR PRODUZENTEN (CAPACITY BUILDING)**

**DIALOG MIT GEWERKSCHAFTEN UND ANDEREN  
ORGANISATIONEN (STAKEHOLDER DIALOG)**

**FOLGEBESUCH  
(FOLLOW UP VISIT)**

**MONITORING (AUDIT)**

**UNTERZEICHNEN  
DES CoC**

**GRUNDVORAUSSETZUNG  
FÜR EINE ZUSAMMENARBEIT**

*Abbildung 5: Grundsätze des sozialen Produzenten-Managements*

# 4 ZIELSETZUNGEN UND ERGEBNISSE 2010

FÜR DAS JAHR 2010 SIND FÜR JACK WOLFSKIN FOLGENDE ZIELSETZUNGEN IM BEREICH SOZIALE NACHHALTIGKEIT DEFINIERT UND UMGESETZT WORDEN:

ZIELSETZUNG	UMSETZUNG/ERGEBNIS
<b>WORK PLAN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ (06/2010) Erstellung eines ausführlichen Work plans vor dem Beitritt zur FWF</li> </ul>
<b>BEKANNTGABE DES FWF-BEITRITTS:</b>	
<b>BEI JW-MITARBEITERN IM HAUPTSITZ IDSTEIN UND LAGER NEU WULMSTORF</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Interner Newsletter zum Thema Nachhaltigkeit mit FWF-Beitrittsmeldung</li> <li>■ Information der Geschäftsführung an alle Mitarbeiter</li> </ul>
<b>BEI PRODUZENTEN UND AGENTUREN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Information über den Beitritt zur Fair Wear Foundation und die daraus resultierenden Anpassungen des bereits von JACK WOLFSKIN implementierten Systems im Sinne der Vorgaben der Fair Wear Foundation</li> </ul>
<b>BEI KUNDEN (STORE-PARTNER, GROSSKUNDEN ETC.)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Veröffentlichung der Beitrittsinformation auf der Firmen-Homepage</li> <li>■ Bekanntgabe auf der OutDoor-Messe in Friedrichshafen (07/2010)</li> <li>■ Info-Beilage in Pressemappen für Verkäufer, Medienvertreter und Kunden</li> </ul>
<b>BEI ENDVERBRAUCHERN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Pressemitteilung zum Fair Wear Foundation-Beitritt</li> <li>■ Infoteil über die FWF auf der Firmen-Homepage</li> <li>■ Broschüre über soziale Nachhaltigkeit bei JACK WOLFSKIN</li> <li>■ Thematisierung der Nachhaltigkeit auf der Globewelt in Köln</li> <li>■ FWF-Logo und grundlegende Informationen im Katalog</li> </ul>
<b>SOZIALAUDITS BEI DEN PRODUZENTEN:</b>	
<b>ERFÜLLUNG DER FWF-AUDITIERUNGSVORGABE VON 40% DES EINKAUFSVOLUMENS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Über 98 % des Einkaufsvolumens stammen von auditierten Produzenten</li> <li>■ Auch Produzenten in Europa (Italien und Slowenien), die von der FWF als „low-risk countries“ eingestuft werden, sind 2010 im Auditierungsprozess berücksichtigt worden</li> </ul>

**Table 1: Zielsetzungen und Ergebnisse**

<b>ANPASSUNG DES JACK WOLFSKIN CODE OF CONDUCTS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Anpassung des bestehenden firmeneigenen Verhaltenskodex, um den spezifischen Anforderungen der FWF gerecht zu werden und unsere Erkenntnisse aus den vorangegangenen Audits mit einzubeziehen</li> <li>■ Veröffentlichung des angepassten Code of Conducts auf der Firmenhomepage</li> </ul>
<b>OPTIMIERUNG DES BESCHWERDESYSTEMS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Aushändigung von großformatigen Plakaten des Code of Conducts und des Fair Wear Foundation-Beschwerdesystems an alle Produzenten zum Aushang in den Fabriken</li> <li>■ Einrichtung von Beschwerdehotlines in den wichtigsten Produktionsländern</li> <li>■ Implementierung der Communication Box (hierbei handelt es sich um ein Webportal, mit dessen Hilfe anonym Beschwerden eingereicht werden können)</li> <li>■ In den wichtigsten Produktionsländern stehen Ansprechpartner des Auditierungsunternehmens permanent zur Verfügung</li> </ul>
<b>SCHULUNGEN:</b>	
<b>PRODUZENTEN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 5-tägiger kostenfreier „Train The Trainer“-Workshop für alle chinesischen Produzenten im Mai 2010. Der Workshop richtete sich an Personen, die interne Schulungen für Mitarbeiter organisieren und durchführen</li> </ul>
<b>JACK WOLFSKIN MITARBEITER</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Schulung der Reisetechner zum Auditablauf, Code of Conduct und Vorgehensweise bei Verstößen gegen den Code of Conduct</li> </ul>
<b>KUNDEN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Informationsveranstaltung für Großkunden zum Thema Nachhaltigkeit bei JACK WOLFSKIN</li> </ul>
<b>ENDVERBRAUCHER</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Aufnahme des Themas Nachhaltigkeit und soziale Verantwortung im Store- und Händler-Schulungsprogramm</li> <li>■ Ausführliche Information auf Kundenanfragen zum Thema Nachhaltigkeit</li> <li>■ Endverbraucherinformation auf der Globewelt in Köln</li> </ul>
<b>NGOS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Regelmäßiger Kontakt mit ausgewählten NGOs (u. a. Ländervertretungen der „Kampagne für Saubere Kleidung“)</li> </ul>
<b>VERIFIZIERUNGSAUDIT DURCH DIE FWF</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Auditierung von je einem Produzenten in China und Vietnam durch die Fair Wear Foundation</li> </ul>
<b>ERWEITERUNG DES ECO UND SOCIAL COMPLIANCE TEAMS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 03/2010 – Verstärkung des hausinternen Teams</li> <li>■ 12/2010 – Erweiterung des Teams um einen Prozessmanager für die Dokumentation und Optimierung aller relevanten Prozesse – von der Produzenten-Akquise über Einkauf, Produktion bis hin zum Vertrieb</li> </ul>

# 5 EINKAUF- UND BESCHAFFUNGSSTRATEGIE

**JACK WOLFSKIN ARBEITET MIT EINER VIELZAHL VON PRODUZENTEN IN ASIEN UND EUROPA ZUSAMMEN. DER GROSSTEIL BEFINDET SICH IN DEN ASIATISCHEN LÄNDERN VIETNAM, CHINA UND THAILAND. MIT DEN MEISTEN PRODUZENTEN VERBINDET JACK WOLFSKIN EINE TEILWEISE SCHON JAHRZEHNTELANGE GESCHÄFTSBEZIEHUNG. WEGEN DER POSITIVEN GESCHÄFTSENTWICKLUNG HAT SICH DAS PRODUZENTEN-PORTFOLIO VON JACK WOLFSKIN IN DEN LETZTEN JAHREN ENTSPRECHEND VERGRÖSSERT.**

## 5.1 EINKAUFSTRATEGIE UND PREISSETZUNG

**ZIEL IST ES, DIE HERSTELLUNG VON QUALITATIV HOCHWERTIGEN UND LANGLEBIGEN PRODUKTEN UNTER BERÜCKSICHTIGUNG DER WIRTSCHAFTLICHEN UND SOZIALEN ASPEKTE NACHHALTIG ZU GEWÄHRLEISTEN.**

Dabei wird gemeinsam mit dem Produzenten eine detaillierte Kostenkalkulation jedes Artikels durchgeführt. Die Produzenten-Zuordnung der jeweiligen Artikel wird mit dessen verfügbaren Kapazitäten verglichen und angepasst. Um den Produzenten eine detaillierte Planung zu ermöglichen, werden diese in die Planungsprozesse integriert.

Grundsätzlich setzt JACK WOLFSKIN auf langjährige Produzenten-Beziehungen. Nicht nur, um die Produzenten vor Ort bestmöglich zu unterstützen, sondern auch, um die Qualität zu kontrollieren und zu verbessern, begleiten immer qualifizierte Reisetechner die Produktion.

In den Produzenten-Akquise-Prozess sind die Abteilungen Einkauf, Produktmanagement, Technik, Eco & Social Compliance Management involviert, um die verschiedenen Felder der Produzentenbewertung ganzheitlich abzubilden.

Alle genannten Abteilungen haben ihren Sitz im Idsteiner Hauptquartier und befinden sich darüber hinaus im gleichen Gebäude, wodurch kurze Informations- und Entscheidungswege begünstigt werden.

## 5.2 PRODUKTIONSZYKLUS

**JACK WOLFSKIN ENTWICKELT PRO JAHR INNERHALB DER DREI DIVISIONEN BEKLEIDUNG, SCHUHE UND AUSTRÜSTUNG ZWEI KOLLEKTIONEN, WOBEI EINE IM FRÜHJAHR/SOMMER, DIE ANDERE IM HERBST/WINTER ERSCHEINT.**

In den für die Produktion eingeplanten Fabriken werden weit vor dem Ordertermin Muster angefertigt. Während der Musterproduktion können die Produzenten die Kosten für die Produktion sowie die geplanten Produktionszeiten pro Artikel genau und detailliert vorkalkulieren, um später die Preise auf einer realistischen Basis zu verhandeln.

Prinzipiell gibt es zu den verschiedenen Saisons gestaffelte Bestellungen. Den Produzenten wird zu den gestaffelten Orderterminen die jeweilige Produktionsmenge bekanntgegeben.

## 5.3 AUSWAHL NEUER PRODUZENTEN

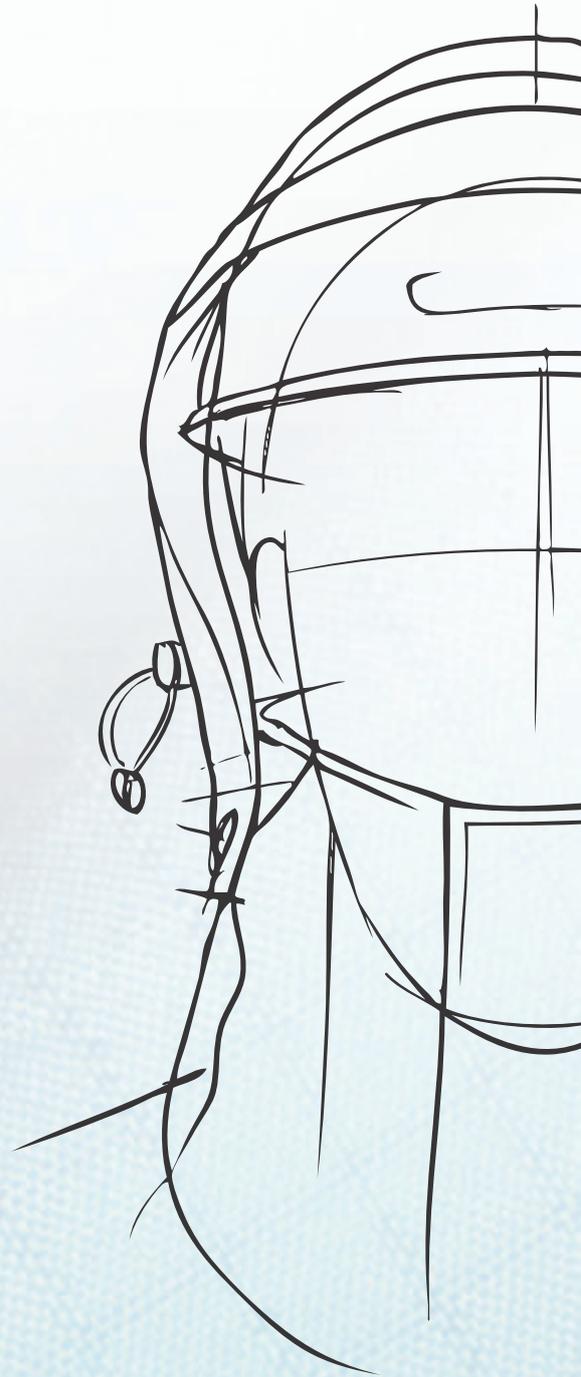
**OB EIN PRODUZENT FÜR JACK WOLFSKIN GEEIGNET IST, HÄNGT VON VERSCHIEDENEN KRITERIEN AB. UNTER ANDEREM ZÄHLEN DAZU:**

- die Erfüllung der von JACK WOLFSKIN festgelegten Qualitätsstandards
- die Einhaltung des Code of Conducts (d.h. Überprüfung durch Audits und Unterstützung bei nachhaltiger Veränderung durch Follow Ups)
- die Bereitstellung von ausreichenden Kapazitäten, um Aufträge von JACK WOLFSKIN innerhalb eines festgesetzten Zeitrahmens bewältigen zu können (Management- know-how)
- das Land, in dem der Produzent seinen Sitz hat (z.B. sind Länder mit Militärdiktaturen ausgeschlossen)
- die Transparenz bei der Preisgestaltung

Um die Kriterien zu überprüfen, durchlaufen mögliche neue Produzenten zunächst eine Testphase, in der Muster oder Protoserien produziert werden. Anhand der Muster können die verschiedenen Abteilungen einschätzen, ob eine Zusammenarbeit qualitativ realisierbar ist oder nicht.

Parallel prüft das Eco & Social Compliance Management die „Social Performance“ sowie ggf. die Veränderungsbereitschaft des Produzenten.

Erst wenn die oben genannten Kriterien erfüllt werden, wird der Produzent in das Portfolio von JACK WOLFSKIN mit aufgenommen.



# 6 IMPLEMENTIERTES SYSTEM ZUR PRODUZENTENKONTROLLE

**JACK WOLFSKIN AUDITIERT SEINE PRODUZENTEN SEIT DEM JAHR 2008 SYSTEMATISCH DURCH UNABHÄNGIGE FIRMEN. NACH ERFOLGREICHER INTEGRATION EINES PRODUZENTEN IN DAS PORTFOLIO WIRD DIE FABRIK IN DEN STANDARDISIERTEN AUDITIERUNGSPROZESS AUFGENOMMEN. IM ANSCHLUSS AN DAS JÄHRLICH STATTFINDENDE AUDIT WIRD VON AUDITIERENDEN UNTERNEHMEN FÜR JEDEN PRODUZENTEN EIN DETAILLIERTER AUDITBERICHT ERSTELLT.**

Hersteller werden durchschnittlich einmal pro Jahr auditiert. Zwischen den Audits verfolgt ein Auditor vor Ort die Umsetzung des sogenannten „Corrective Action Plans“ und bietet bei Bedarf Unterstützung bei der Realisierung der Vorgaben an.

## 6.1 AUDITIERUNGS- UND BEWERTUNGSKRITERIEN

**JACK WOLFSKIN HAT NEBEN DER SCHRIFTLICHEN BEURTEILUNG DES PRODUZENTEN DURCH DIE AUDITOREN EIN EIGENES BEWERTUNGSSYSTEM ETABLIERT, WELCHES DEN BETEILIGTEN AUF EINEN BLICK ERMÖGLICHT, DIE STÄRKEN UND SCHWÄCHEN EINES PRODUZENTEN ZU IDENTIFIZIEREN UND VERÄNDERUNGEN – IM VERGLEICH ZUR LETZTEN BEWERTUNG – NACHZUGEHEN.**

In der folgenden Abbildung ist beispielhaft die Kategorisierung der verschiedenen Bewertungskriterien von 2009 und 2010 zu erkennen, wie sie im Auditbericht dargestellt wird.

**DIE NEUN BEWERTUNGSKATEGORIEN MANAGEMENT-METHODEN, ARBEITSZEIT, VERGÜTUNG, KINDERARBEIT, ZWANGSARBEIT, GEWERKSCHAFTS- UND KOLLEKTIVVERHANDLUNGSFREIHEIT, DISKRIMINIERUNG, GESUNDHEIT, SICHERHEIT, ARBEITSBEDINGUNGEN UND SOZIALE EINRICHTUNGEN SOWIE UMWELT WERDEN EINZELN BETRACHTET UND VON DEN AUDITOREN IN DER 5-STUFIGEN BEWERTUNGSSKALA EINSORTIERT.**

Im Anschluss an das Audit wird vom auditierenden Unternehmen eine Gesamtbeurteilung des Produzenten vorgenommen und diese, zusammen mit dem „Corrective Action Plan“, an JACK WOLFSKIN übermittelt.

- 0 Punkte hoch kritische Kategorie
- 1 Punkt kritische Kategorie
- 2 Punkte verbesserungsfähige Kategorie
- 3 Punkte risikoarme und gute Kategorie
- 4 Punkte stabile und sehr gute Kategorie

■ 2010 ■ 2009

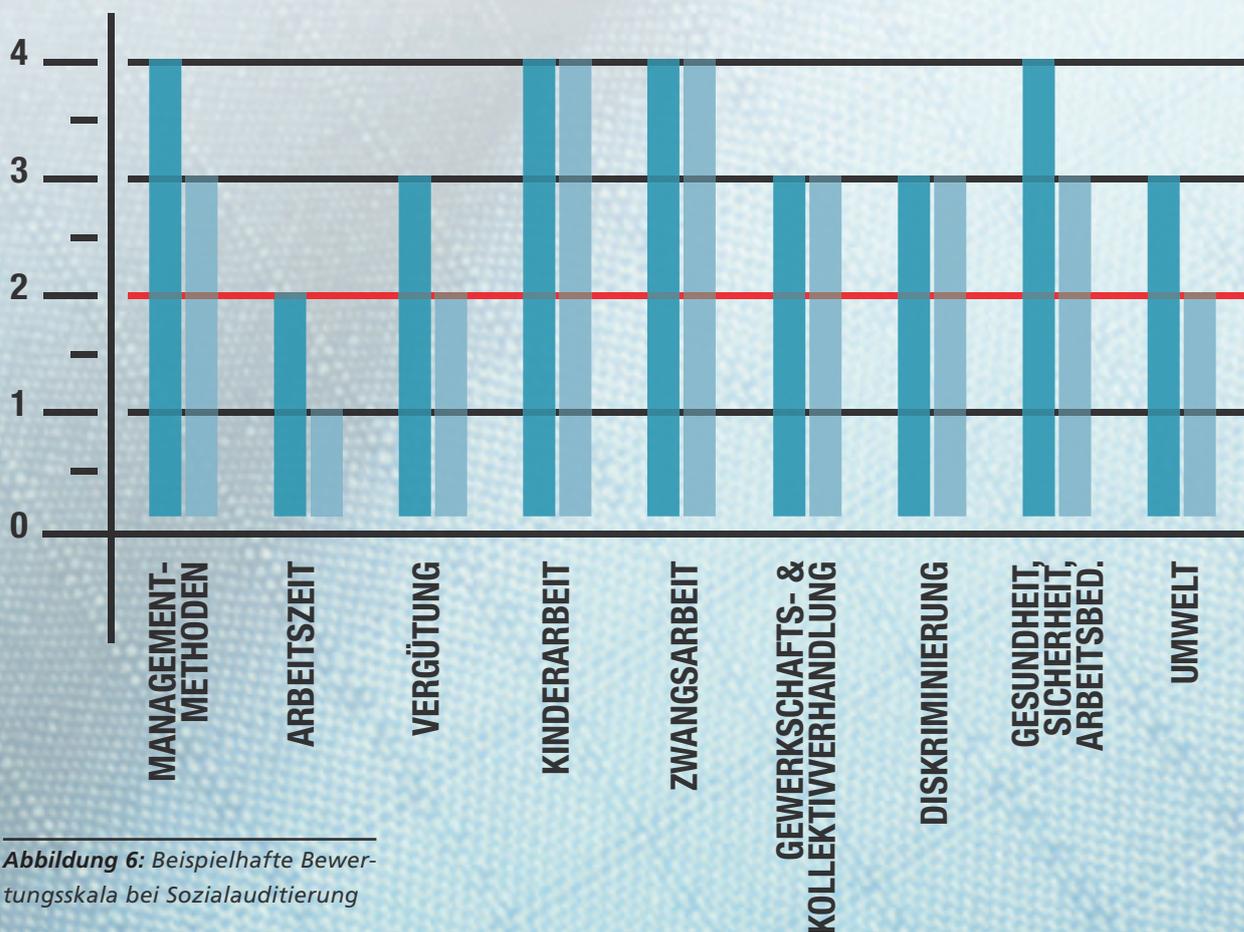


Abbildung 6: Beispielhafte Bewertungsskala bei Sozialauditierung

## 6.2 PRODUZENTEN-AUDITIERUNG

ENDE 2009 STAMMTEN BEREITS ÜBER 98 % DES EINKAUFSVOLUMENS VON UNABHÄNGIG AUDITIERTEN PRODUZENTEN, MIT WELCHEN JACK WOLFSKIN STETIG AN VERBESSERUNGEN DER ARBEITSBEDINGUNGEN ARBEITET. ENDE 2010 WAREN ES SOGAR ÜBER 99%. DAS BEDEUTET, DASS DIE FORDERUNG DER FAIR WEAR FOUNDATION, WONACH IM ERSTEN MITGLIEDSJAHRE 40% DES EINKAUFSVOLUMENS VON AUDITIERTEN PRODUZENTEN STAMMEN MÜSSEN, BEREITS ZU BEGINN BEI WEITEM ÜBERTROFFEN WURDE.

Die nachfolgende Grafik veranschaulicht die Entwicklung im Überblick:

- Anteil des Einkaufsvolumens in % von auditierten JACK WOLFSKIN Produzenten
- Vorgabe der FWF über den Anteil des Einkaufsvolumens von auditierten Produzenten

### AKTUELLER, SOLL- UND ZIELWERT DER PRODUZENTEN-AUDITIERUNG

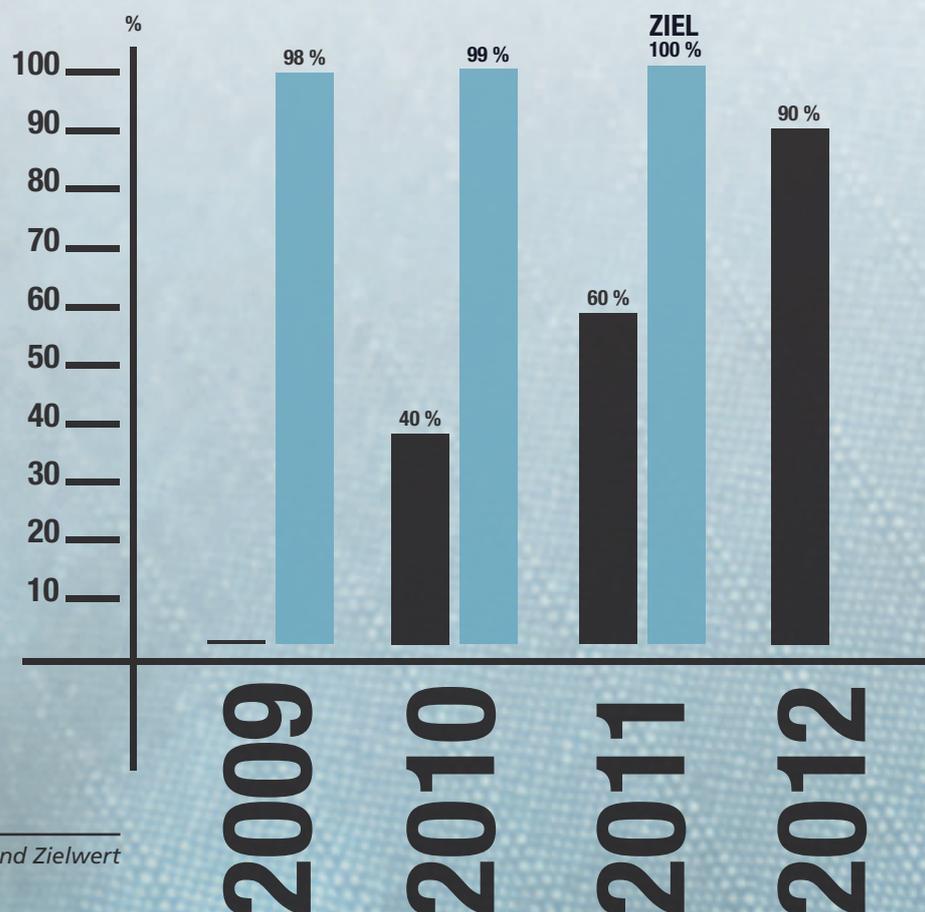


Abbildung 7: Aktueller, Soll- und Zielwert der Produzenten-Auditierung



	2008	2009	2010
AUDITS	16	40	69
FOLLOW UP VISITS	8	24	26



**DIE ANZAHL DER AUDITS UND FOLLOW UP VISITS WURDE SEIT 2008 KONTINUIERLICH GESTEIGERT, SO DASS INZWISCHEN ALLE PRODUZENTEN MIT GROSSEN ORDERVOLUMEN SOWIE FAST ALLE KLEINEREN PRODUZENTEN IN DEN AUDITIERUNGSPROZESS INTEGRIERT WERDEN KONNTEN.**

In der links stehenden Abbildung ist zu erkennen, in welchem Maße die Auditierungs- und Qualifizierungsmaßnahmen innerhalb der letzten Jahre von JACK WOLFSKIN intensiviert wurden.

**Abbildung 8:** Entwicklung der Produzenten-Auditierungen und Follow Ups

# 6.3 PRODUZENTEN, PRODUKTIONS-LÄNDER UND AUDITS 2010

JACK WOLFSKIN LÄSST SEINE PRODUKTE IN ASIEN UND EUROPA BEI INSGESAMT 57 DIREKTEN UND IN-DIREKTEN VERTRAGSPARTNERN PRODUZIEREN. ABGESEHEN VON DEN PRODUZENTEN IN TAIWAN, KOREA UND RUMÄNIEN, SIND INZWISCHEN ALLE ÜBRIGEN PRODUZENTEN IN DEN AUDITIERUNGSPROZESS EINGESCHLOSSEN. DIE FOLGENDE TABELLE ZEIGT DIE VERTEILUNG DER PRODUKTIONSSTÄTTEN IN DEN EINZELNEN LÄNDERN.

ANZAHL DER AUDITS UND FOLLOW UPS PRO  
PRODUKTIONS-LAND 2010

LAND	ANZAHL DER AKTIVEN PRODUZENTEN 2010	ANZAHL DER AUDITS 2010	ANZAHL DER FOLLOW UP VISITS 2010	ZUSATZLEISTUNGEN
VIETNAM	17	15	12	
CHINA	16	22	7	Produzentenschulung Mai 2010
THAILAND	7	8	1	Individuelle Trainings*
INDONESIEN	3	6	2	
SLOWENIEN	3	3	0	
KAMBODSCHA	2	3	1	
INDIEN	2	2	2	Einladung zur FWF „Sumangali System“ Informationsveranstaltung
ITALIEN	1	3	0	
TAIWAN	1	0	0	
BANGLADESCH	1	1	0	
TÜRKEI	1	1	0	
KOREA	1	0	0	
LAOS	1	0	0	
RUMÄNIEN	1	0	0	
<b>INSGESAMT</b>	<b>57</b>	<b>64</b>	<b>25</b>	

\* zusätzliche, für den Produzenten kostenfreie Qualifizierungsmaßnahme (15 Berater-tage), welche speziell auf die Bedürfnisse des Produzenten zugeschnitten worden sind.

Tabelle 2: Anzahl der Audits und Follow Ups pro Produktionsland 2010

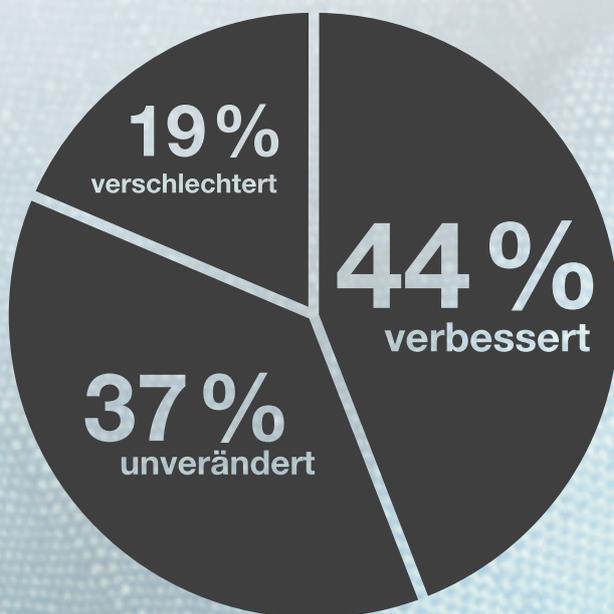


Abbildung 9: Entwicklung der Produzenten-Performance

#### VERGLEICH ZWISCHEN DEN ERSTEN UND DEN AKTUELLEN AUDITS

	ANZAHL PRODUZENTEN	PROZENT. ANTEIL
VERBESSERT	19	44 %
UNVERÄNDERT	16	37 %
VERSCHLECHTERT	8	19 %

**DIE PERMANENTE ENGE ZUSAMMENARBEIT MIT DEN PRODUZENTEN SOWIE DIE VON JACK WOLFSKIN ORGANISIERTEN QUALIFIZIERUNGSMASSNAHMEN ZEIGEN WIRKUNG – WIE DIE FOLGENDEN ERGEBNISSE DER PRODUZENTENAUDITS BELEGEN.**

Vergleicht man das Erstaudit mit dem derzeit aktuellen Audit pro Produzenten wird deutlich, dass knapp die Hälfte (44 %) ihre Leistungen verbessern konnten. 37 % der Produzenten bestätigten ihr Auditergebnis und nur bei 19 % musste eine Verschlechterung des Resultats verzeichnet werden.

# 6.4 ZUSAMMENFASSUNG DER AUDITERGEBNISSE

DIE AUDITERGEBNISSE ALLER PRODUZENTEN SIND AUF LÄNDERBASIS ZUSAMMENGEZÄHLT UND DARAUS RESULTIEREND DER DURCHSCHNITT DER ERGEBNISSE ERRECHNET WORDEN.

## 6.4.1 VIETNAM

	2008	2009	2010
AUDITS	11	16	19
FOLLOW UPS	8	11	12

Der in Vietnam am häufigsten festgestellte Verstoß gegen den Code of Conduct bezieht sich auf die Arbeitszeiten. So musste bei drei Produzenten aufgrund unzureichender Arbeitszeitdokumentation angenommen werden, dass die Arbeiter mehr als die zugelassenen Überstunden geleistet haben.

Da bei einem dieser Produzenten – trotz intensiver Unterstützung, Kontrollen und Verwarnungen – keine Verbesserung erzielt werden konnte, ist die Zusammenarbeit – aufgrund der derzeit nicht lösbaren Probleme – beendet worden. Bei den beiden anderen Produzenten werden verstärkt Kontrollen durchgeführt und die Entwicklungen weiterhin beobachtet.

DURCHSCHNITTLICHE PRODUZENTEN-BEWERTUNG IN VIETNAM 2010

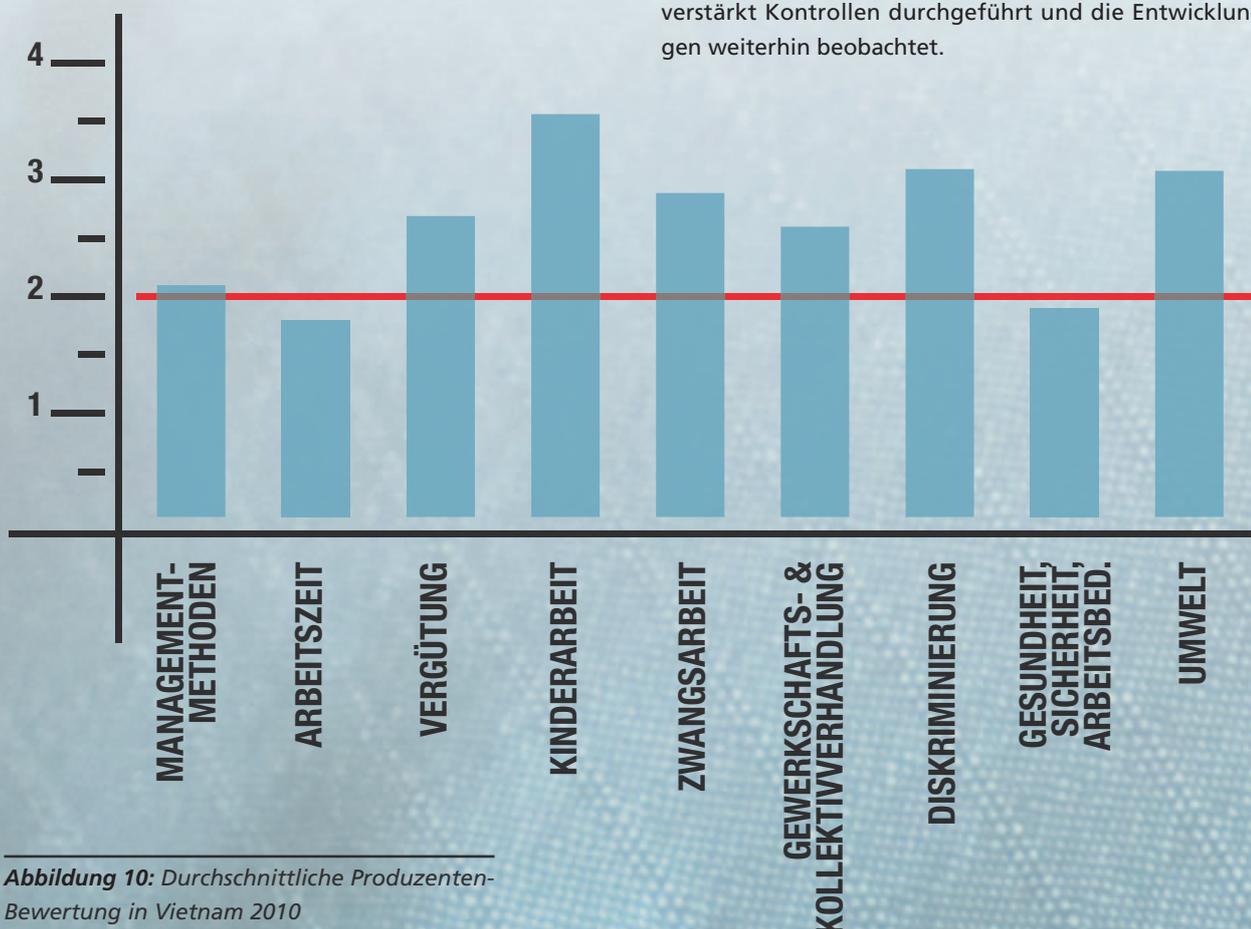


Abbildung 10: Durchschnittliche Produzenten-Bewertung in Vietnam 2010

## 6.4.2 BANGLADESCH

	2008	2009	2010
AUDITS	1	0	1
FOLLOW UPS	0	0	0

Bei dem in Bangladesch ansässigen Produzenten wurde eine mit dem Code of Conduct weitestgehend übereinstimmende Handlungsweise festgestellt.

Das gute Auditergebnis konnte im Folgeaudit 2010 bestätigt werden.

### DURCHSCHNITTLICHE PRODUZENTEN-BEWERTUNG IN BANGLADESCH 2010

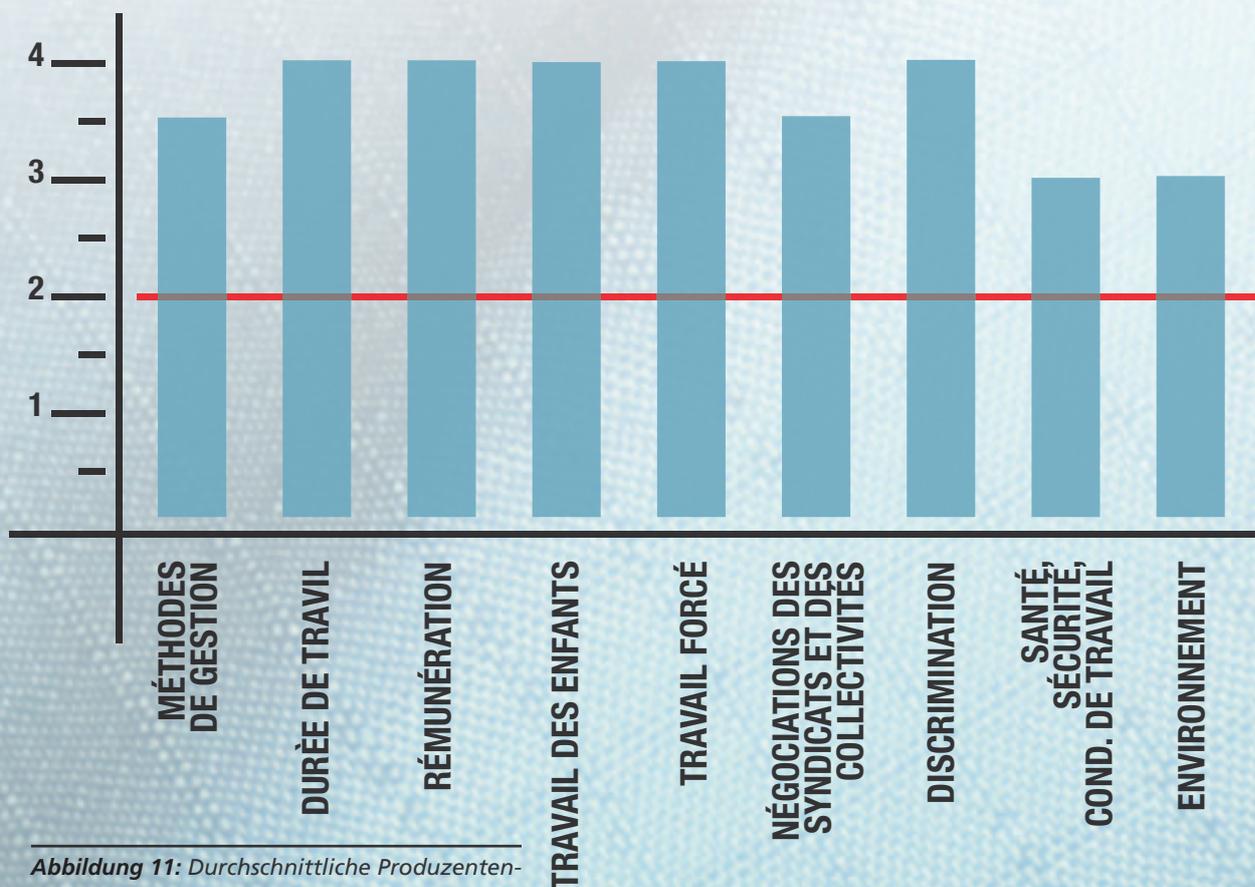


Abbildung 11: Durchschnittliche Produzenten-Bewertung in Bangladesch 2010

## 6.4.3 CHINA

	2008	2009	2010
AUDITS	3	10	23
FOLLOW UPS	0	10	7

Aufgrund der Arbeiterknappheit, die im Jahr 2010 in China zu erheblichen Problemen geführt hat, ist es in einigen Produktionsbetrieben zu einem vermehrten Überstunden-Pensum gekommen, welches zum Teil das im Code of Conduct erlaubte Maß überschreitet. Wegen der darüber hinaus unzureichenden Arbeitszeitdokumentation konnte in einigen Produktionsbetrieben eine angemessene Überstundenentlohnung von den Auditoren nicht zweifelsfrei belegt werden. Dies führte zu einer Abwertung in der Bewertungskategorie „Vergütung“.

Da sich die Situation in den betroffenen Regionen mittlerweile wieder stabilisiert hat, sind hier zukünftig deutliche Verbesserungen zu erwarten.

Um die Leistung der Produzenten in Bezug auf die Sozialstandards weiterhin zu verbessern, hat Jack Wolfskin im Mai 2010 einen einwöchigen, kostenfreien „Train The Trainer“-Workshop durchgeführt. Dieser soll den Führungskräften helfen, Inhalte durch geeignete Schulungen verständlich und effizient an die Mitarbeiter weiterzugeben, um somit einen effektiven Wissenstransfer zu gewährleisten. Der Workshop ist sehr gut von den Produzenten aufgenommen worden.

DURCHSCHNITTLICHE PRODUZENTEN-BEWERTUNG IN CHINA 2010

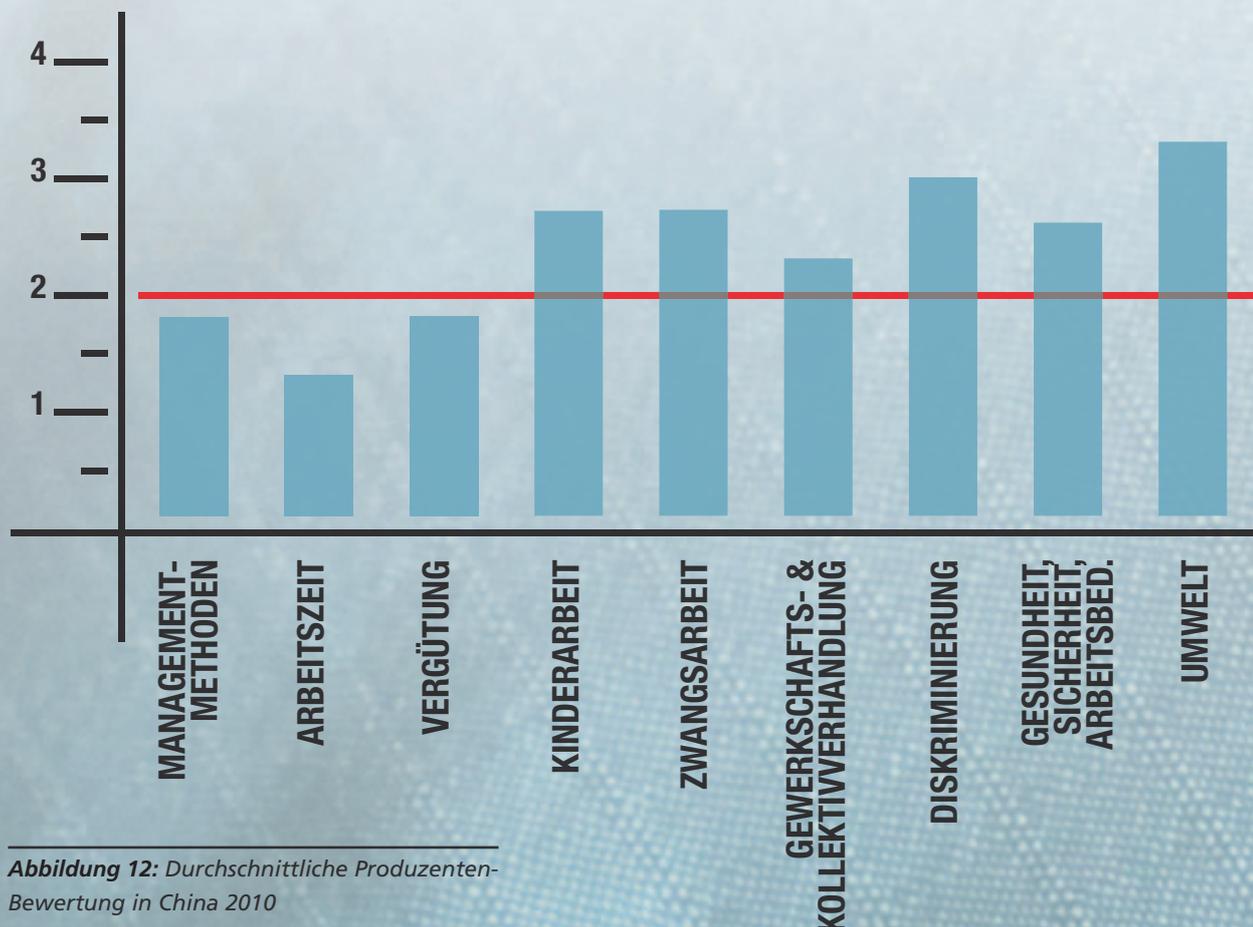


Abbildung 12: Durchschnittliche Produzenten-Bewertung in China 2010

## 6.4.4 THAILAND

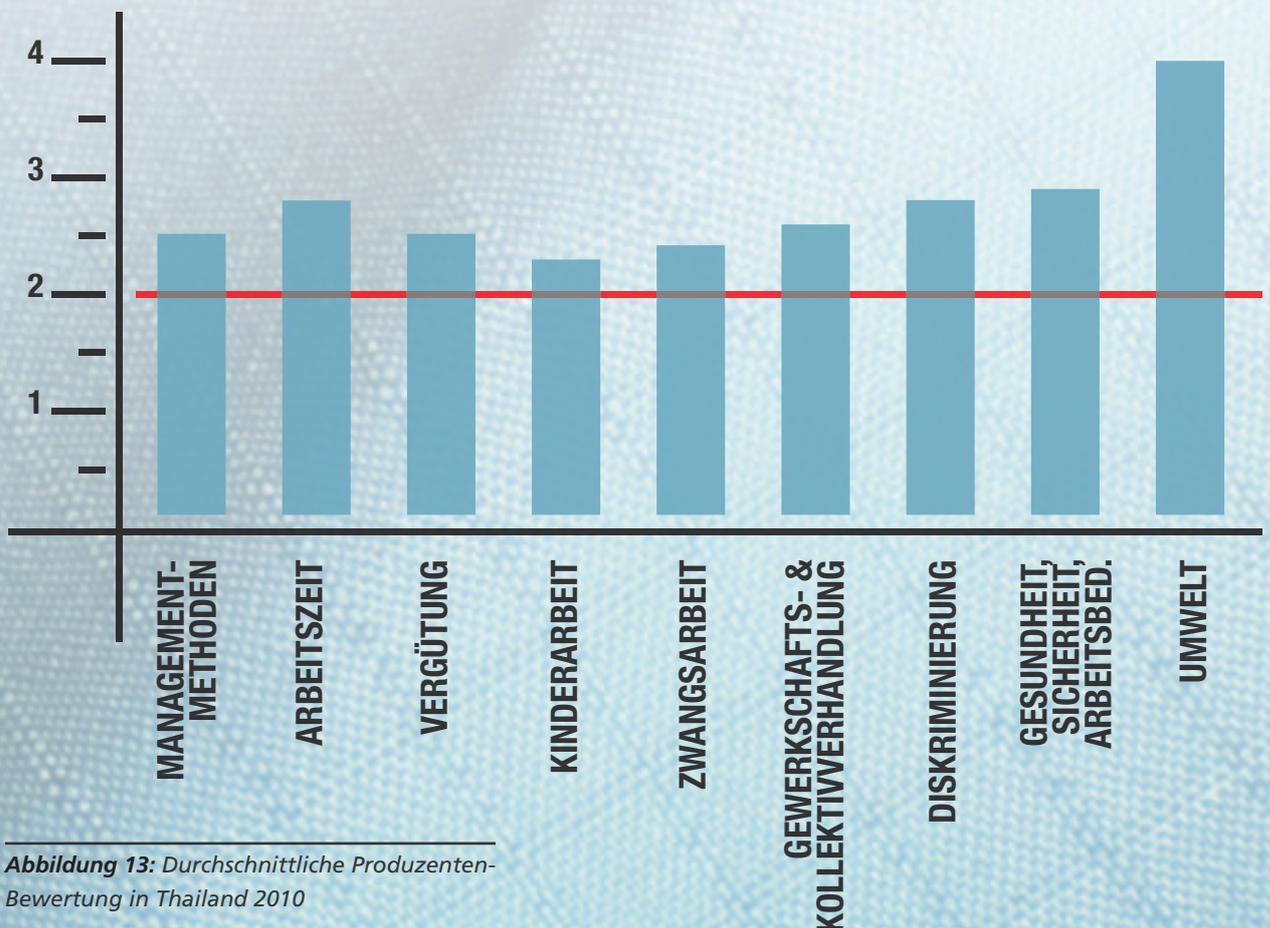
	2008	2009	2010
AUDITS	0	7	8
FOLLOW UPS	0	1	1

Die größten Herausforderungen unserer thailändischen Produzenten beziehen sich auf eine klare und gut strukturierte Produktionsplanung. Davon ausgehend sind Verstöße gegen die im Code of Conduct festgeschriebenen Arbeitszeit- und Überstundenregelungen festgestellt worden.

Um diese Herausforderung zu bewältigen, hat JACK WOLFSKIN zusammen mit den Produzenten diverse Lösungsstrategien entwickelt: So ist ein einwöchiger Produktionsplanungsworkshop initiiert worden, dessen Kosten von Jack Wolfskin getragen wurden. Außerdem ist den Produzenten – ebenfalls kostenfrei – ein qualifizierter Trainer zur Verfügung gestellt worden, um Management-Prozesse zu definieren und gemeinsam mit den Produzenten auszuarbeiten. Auf diese Weise konnte der Produzent selbstständig die Basis für nachhaltige Handlungsweisen legen.

Die Produzenten werden weiterhin regelmäßig besucht und erhalten weiterhin Unterstützung durch JACK WOLFSKIN Mitarbeiter und durch das Auditoren-Team. Erste Verbesserungen konnten bereits erzielt werden.

**DURCHSCHNITTliche PRODUZENTEN-BEWERTUNG IN THAILAND 2010**

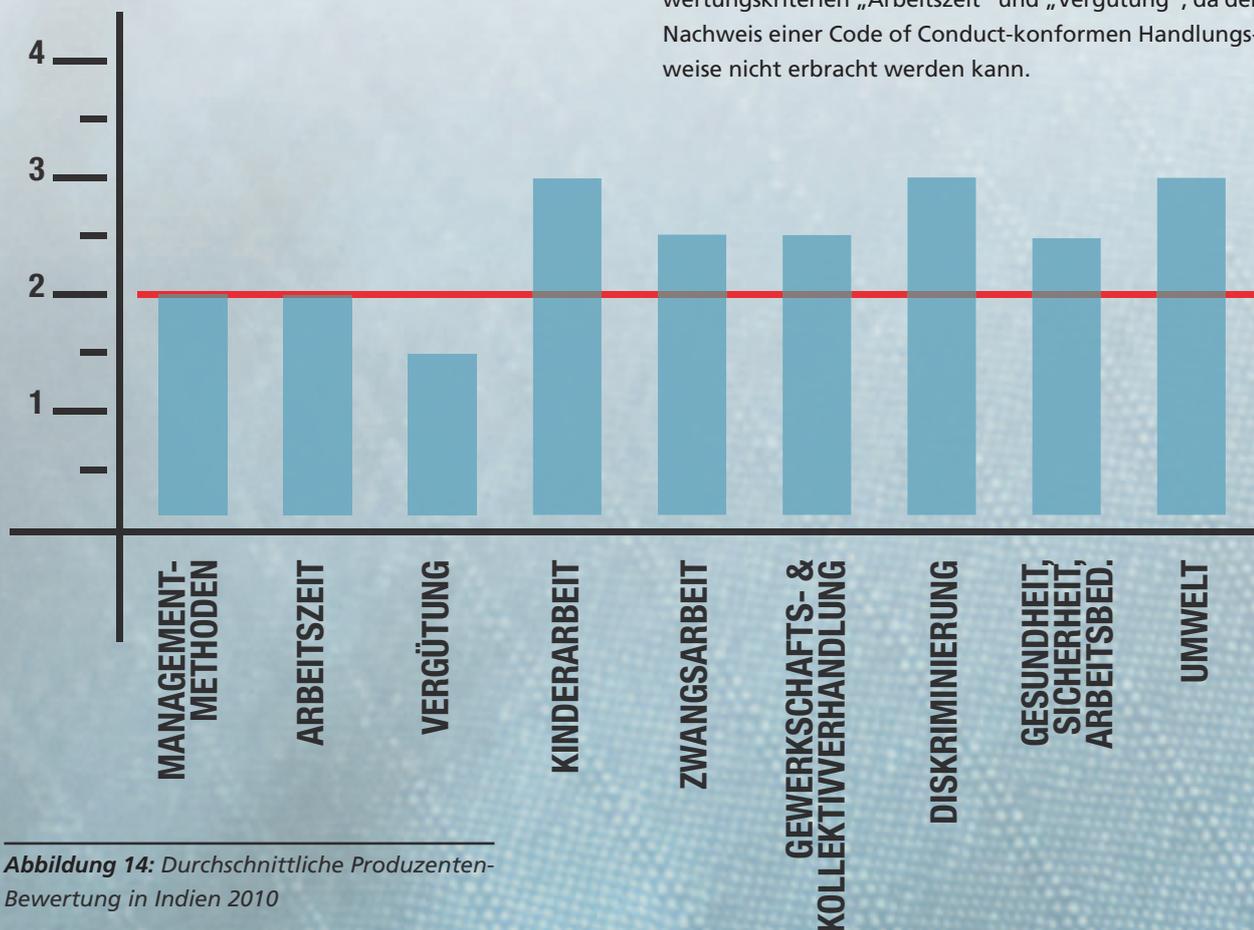


*Abbildung 13: Durchschnittliche Produzenten-Bewertung in Thailand 2010*

## 6.4.5 INDIEN

	2008	2009	2010
AUDITS	0	2	2
FOLLOW UPS	0	0	2

### DURCHSCHNITTLICHE PRODUZENTEN-BEWERTUNG IN INDIEN 2010



In Indien arbeitet JACK WOLFSKIN mit einem SA8000-zertifizierten Produzenten zusammen. Um eine eigene Einschätzung der Situation zu bekommen, hat JACK WOLFSKIN entschieden, auch diesen Produzenten von einem unabhängigen Unternehmen auditieren zu lassen. Zum Zeitpunkt des Audits bestand keine vollständige Konformität mit den SAI-Vorgaben. Der Auditor musste eine vernachlässigte Dokumentation im Corrective Action Plan vermerken. Unzureichende Dokumentationen führen automatisch zur drastischen Abwertung der Bewertungskriterien „Arbeitszeit“ und „Vergütung“, da der Nachweis einer Code of Conduct-konformen Handlungsweise nicht erbracht werden kann.

Abbildung 14: Durchschnittliche Produzenten-Bewertung in Indien 2010

## 6.4.6 INDONESIAIEN

	2008	2009	2010
AUDITS	0	3	6
FOLLOW UPS	0	0	2

Bei einem Produzenten in Indonesien ist von den Auditoren festgestellt worden, dass Vereinbarungen mit einer Gewerkschaft nicht eingehalten werden.

Wegen wirtschaftlicher Engpässe hatte die Firma mit der Gewerkschaft ausgehandelt, dass Arbeiter auf betriebliche Vergünstigungen – wie eine Bezuschussung der Mahlzeiten – verzichten. Außerdem ist seitens der Gewerkschaft das kurzzeitige Zugeständnis gemacht worden, innerhalb eines begrenzten Zeitraumes erhöhte Arbeitszeiten zu tolerieren.

Seitens der Firma ist diese Vereinbarung, trotz einer nachweislichen Verbesserung der Situation, nicht eingehalten worden. Bisher wurde die Ursprungssituation nicht wiederhergestellt, weswegen die Löhne aufgrund der gestrichenen Vergünstigungen im Verhältnis niedriger ausfallen. JACK WOLFSKIN hat in der Konsequenz Kontakt zum Mutterkonzern aufgenommen, um über die gegenwärtigen Fabrikzustände in Indonesien zu informieren und dazu aufgefordert, unverzüglich Verbesserungsmaßnahmen einzuleiten. Im Zuge der nächsten Auditierung wird JACK WOLFSKIN eine erneute Überprüfung durchführen und bei Nichtverbesserung entsprechende Maßnahmen einleiten.

DURCHSCHNITTliche PRoDUZENTEN-BEWERTUNG IN INDONESIAIEN 2010

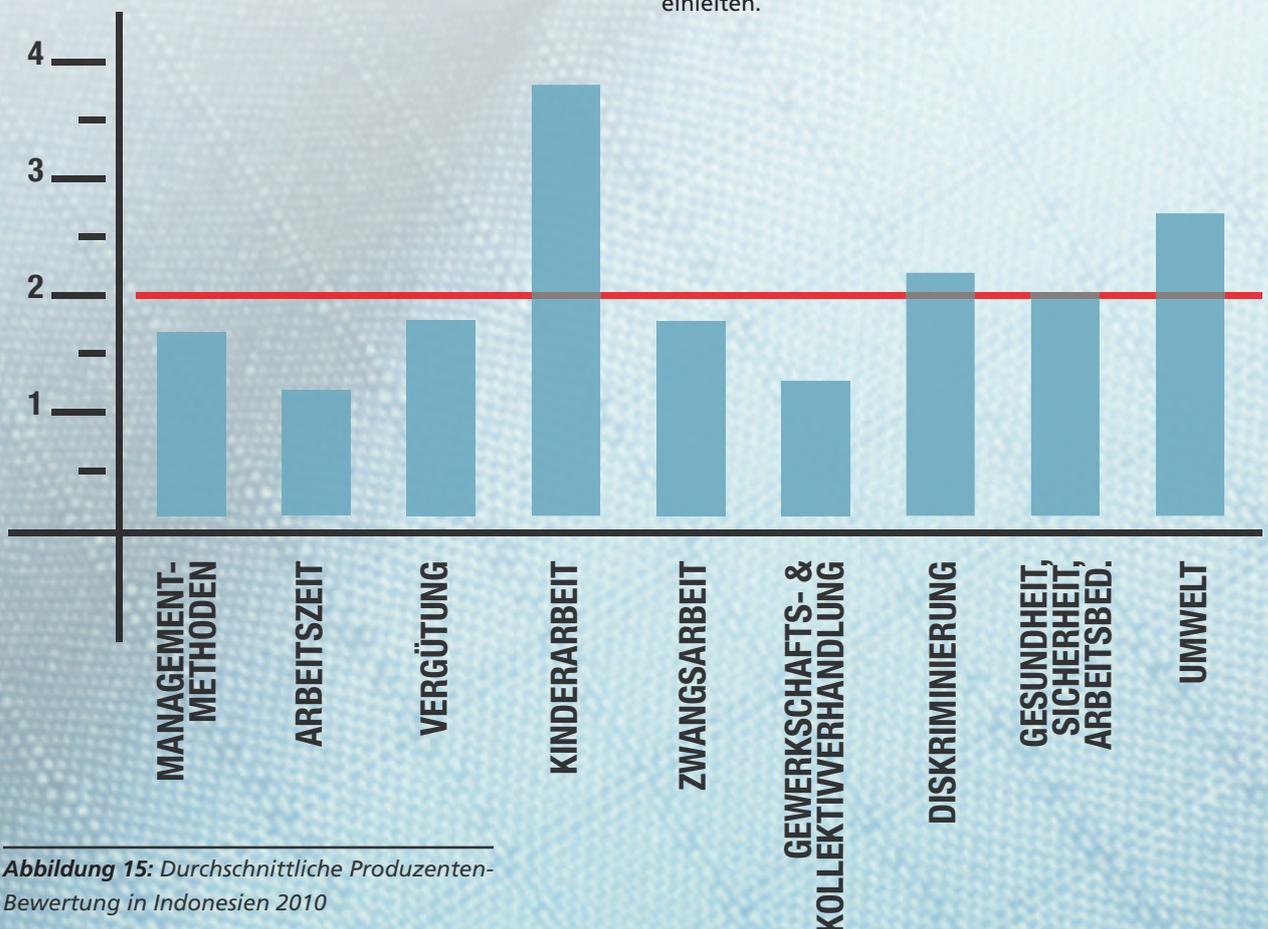


Abbildung 15: Durchschnittliche Produzenten-Bewertung in Indonesien 2010

## 6.4.7 LAOS

	2008	2009	2010
AUDITS	0	1	0
FOLLOW UPS	0	0	0

In Laos arbeitet JACK WOLFSKIN indirekt seit 2009 mit einem Sub-Produzenten zusammen. Da dieser die Qualitätsanforderungen nicht zuverlässig erfüllen kann, sowie darüber hinaus nicht akzeptable Ergebnisse in Bezug auf den Code of Conduct und ein zu geringes Engagement des Managements zur Verbesserung bestehen, wurde die Geschäftsbeziehung beendet und der Produzent wird zukünftig nicht mehr eingesetzt.

### DURCHSCHNITTLICHE PRODUZENTEN-BEWERTUNG IN LAOS 2010

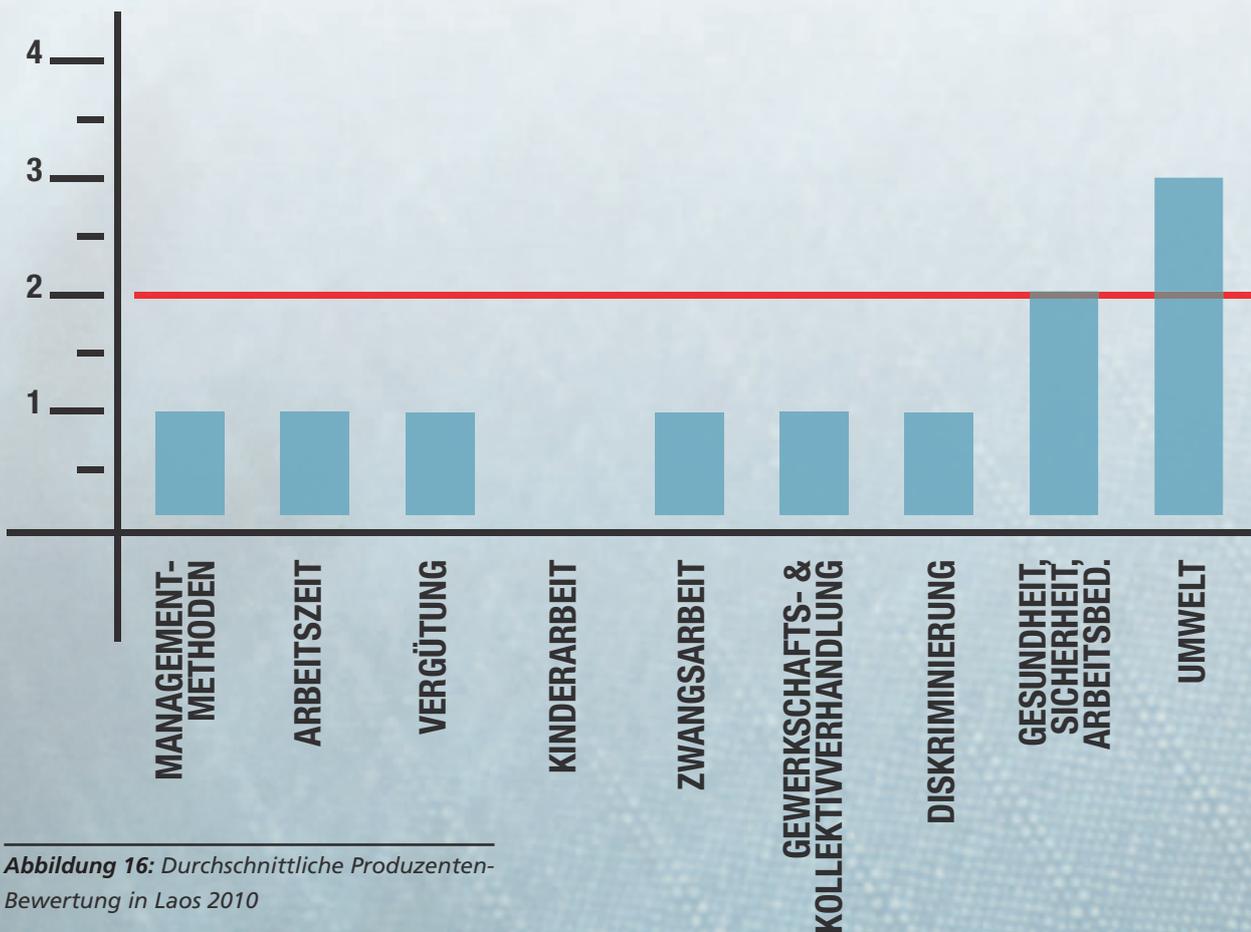


Abbildung 16: Durchschnittliche Produzenten-Bewertung in Laos 2010

## 6.4.8 KAMBODSCHA

	2008	2009	2010
AUDITS	0	1	3
FOLLOW UPS	0	0	2

### DURCHSCHNITTLICHE PRODUZENTEN-BEWERTUNG IN KAMBODSCHA 2010

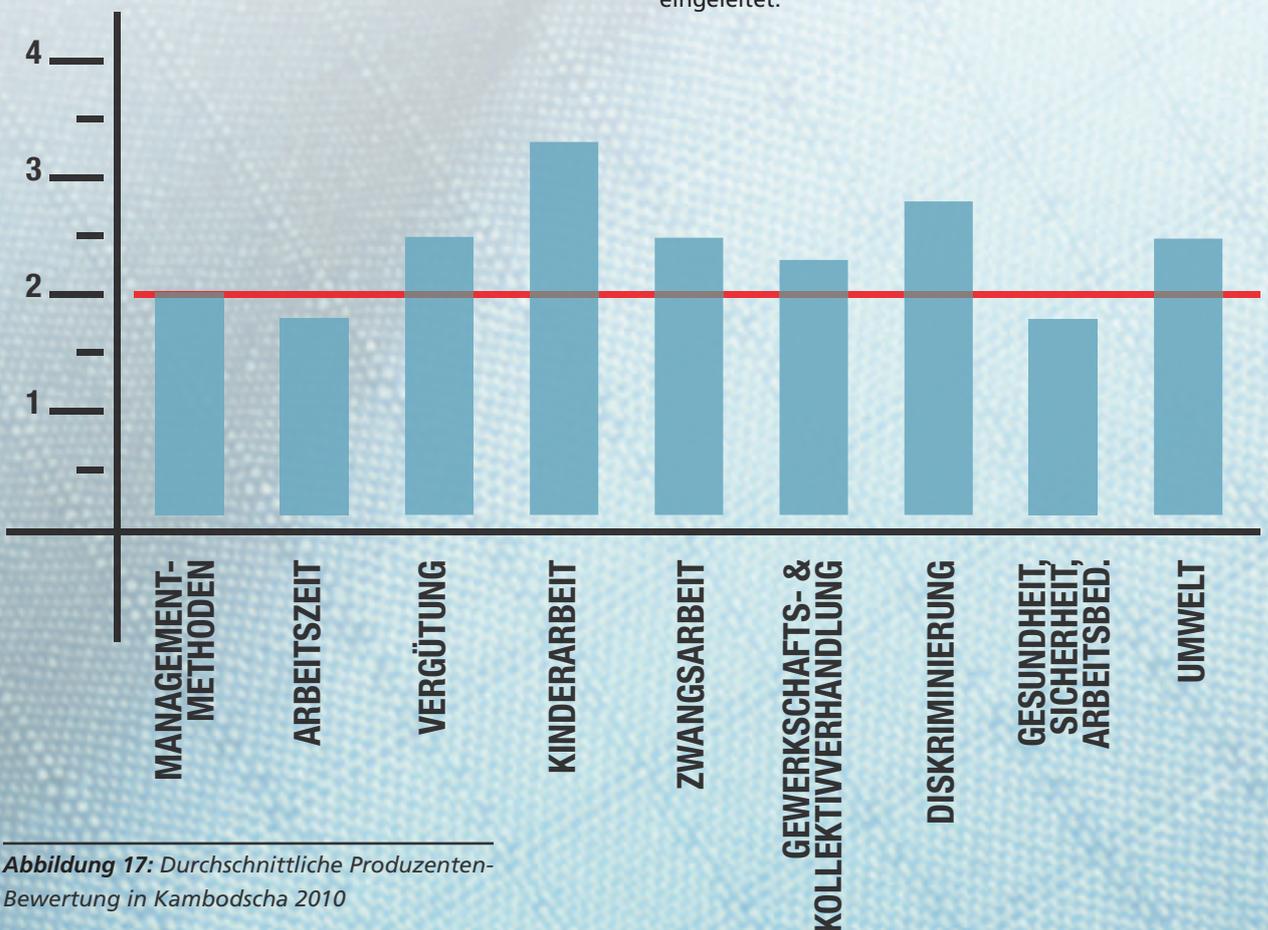


Abbildung 17: Durchschnittliche Produzenten-Bewertung in Kambodscha 2010

Ein Problem in den kambodschanischen Produktionsstätten ist das Vorhandensein von nur schlecht gewartetem oder zum Teil gänzlich fehlendem Sicherheitsequipment. Sicherheitsdatenblätter sowie persönliche Schutzausrüstung (Brille, Handschuhe, Gehörschutz etc.) stehen den Arbeitern nicht an jedem Arbeitsplatz zur Verfügung. Ursächlich wird diese Problematik auf eine mangelnde Steuerung des Managements zurückgeführt. Dahingehend wurde das Sicherheitsbewusstsein des Managements geschult und Verbesserungsmaßnahmen eingeleitet.

## 6.4.9 ITALIEN

	2008	2009	2010
AUDITS	0	0	3
FOLLOW UPS	0	0	0

Bei den in Italien ansässigen Produzenten konnte eine mit dem Code of Conduct weitestgehend übereinstimmende Handlungsweise festgestellt werden.

### DURCHSCHNITTLICHE PRODUZENTEN-BEWERTUNG IN ITALIEN 2010

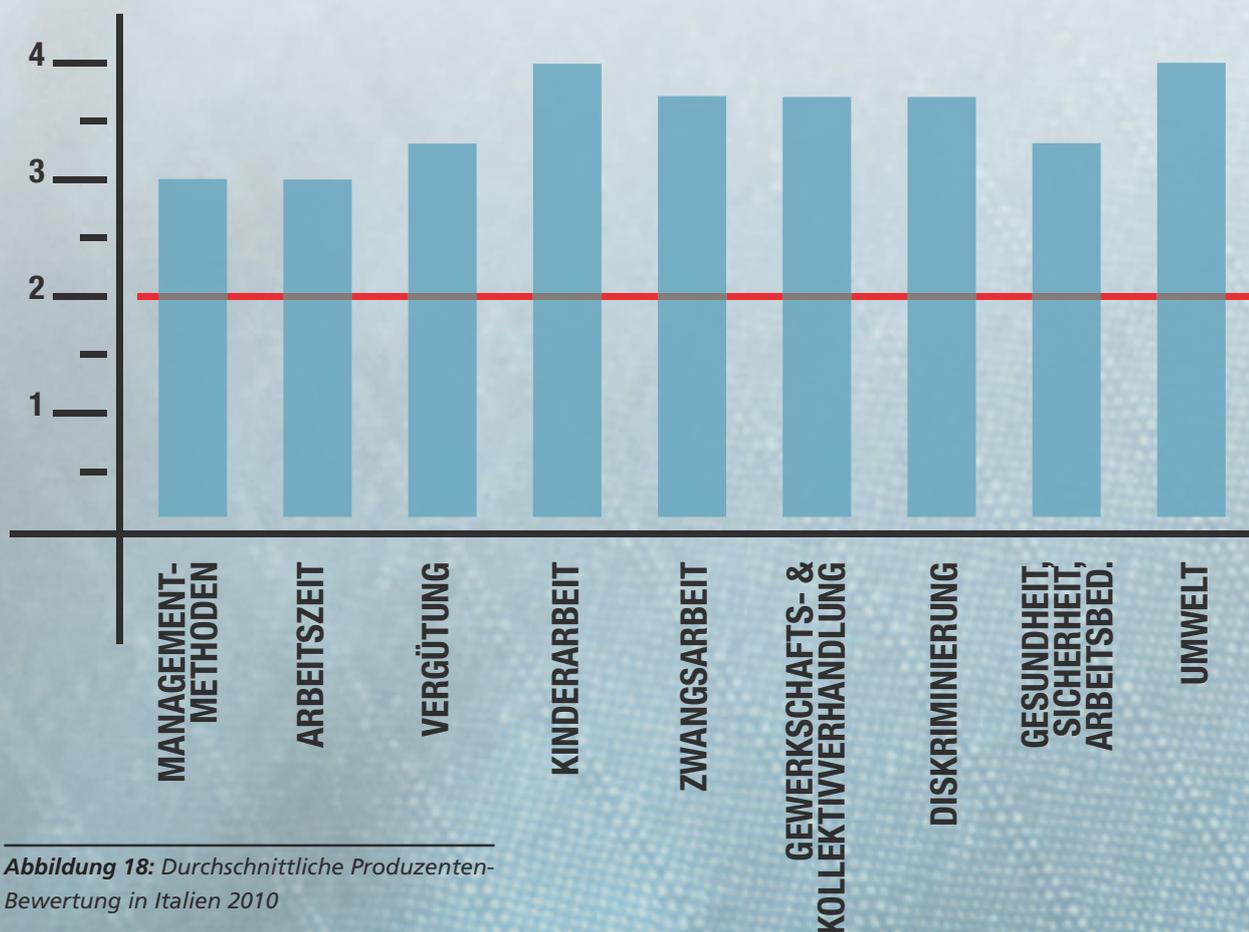


Abbildung 18: Durchschnittliche Produzenten-Bewertung in Italien 2010

## 6.4.10 SLOWENIEN

	2008	2009	2010
AUDITS	0	0	3
FOLLOW UPS	0	0	0

Die Produzenten in Slowenien gehören alle zu einem Vertragspartner von JACK WOLFSKIN. Eine weitestgehende Übereinstimmung mit den Vorgaben des Code of Conducts konnte vom unabhängigen Auditor festgestellt werden. Überdies zeichnet sich eine Fabrik durch besonderes soziales Engagement aus.

### DURCHSCHNITTLICHE PRODUZENTEN-BEWERTUNG IN SLOWENIEN 2010

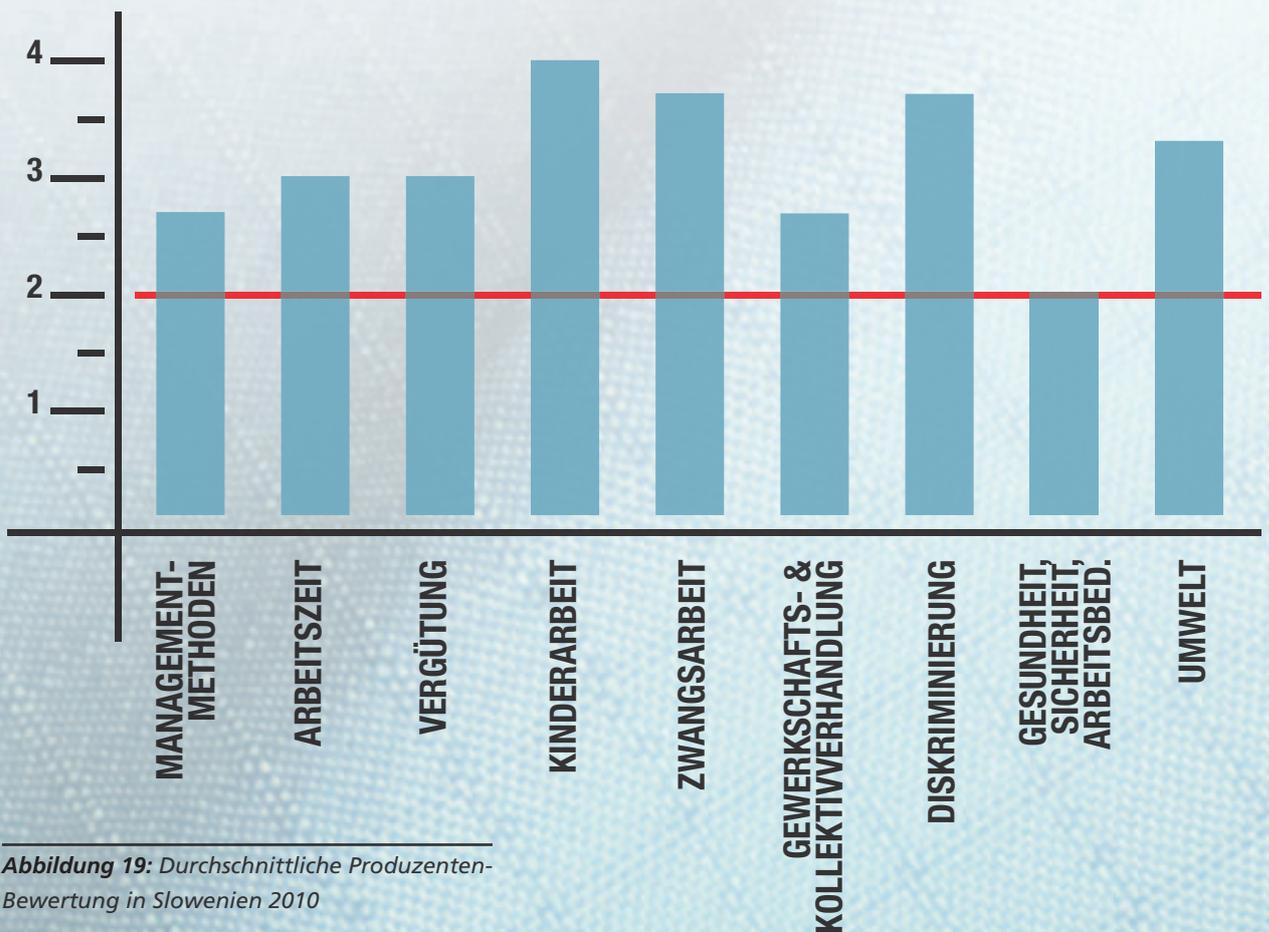


Abbildung 19: Durchschnittliche Produzenten-Bewertung in Slowenien 2010

## 6.4.11 TÜRKEI

	2008	2009	2010
AUDITS	1	0	1
FOLLOW UPS	0	2	0

Der in der Türkei ansässige Produzent von JACK WOLFSKIN hat seine Leistung in puncto Nachhaltigkeit und sozialen Belangen im Laufe des vergangenen Jahres gesteigert. Die während des Audits festgestellten Schwachstellen im Bereich „Gesundheitsschutz und Sicherheit“ konnten reduziert werden.

Dieser Produzent hat sich Ende des Jahres 2010 zudem dazu entschlossen, sich an einem Projekt der Fair Wear Foundation zur Verbesserung der unternehmensinternen Kommunikation zu beteiligen. Nach Abschluss dieses Projektes im Jahr 2012 wird von der Fair Wear Foundation ein Best Practice Report erstellt, welcher in anderen Ländern – auf Basis dieses Pilotprojektes – angewendet werden kann. Für die Teilnahme an dieser Studie sind nur ausgewählte Produzenten angesprochen worden, mit denen eine langjährige und intensive Zusammenarbeit besteht.

DURCHSCHNITTliche PRODUZENTEN-BEWERTUNG IN DER TÜRKEI 2010

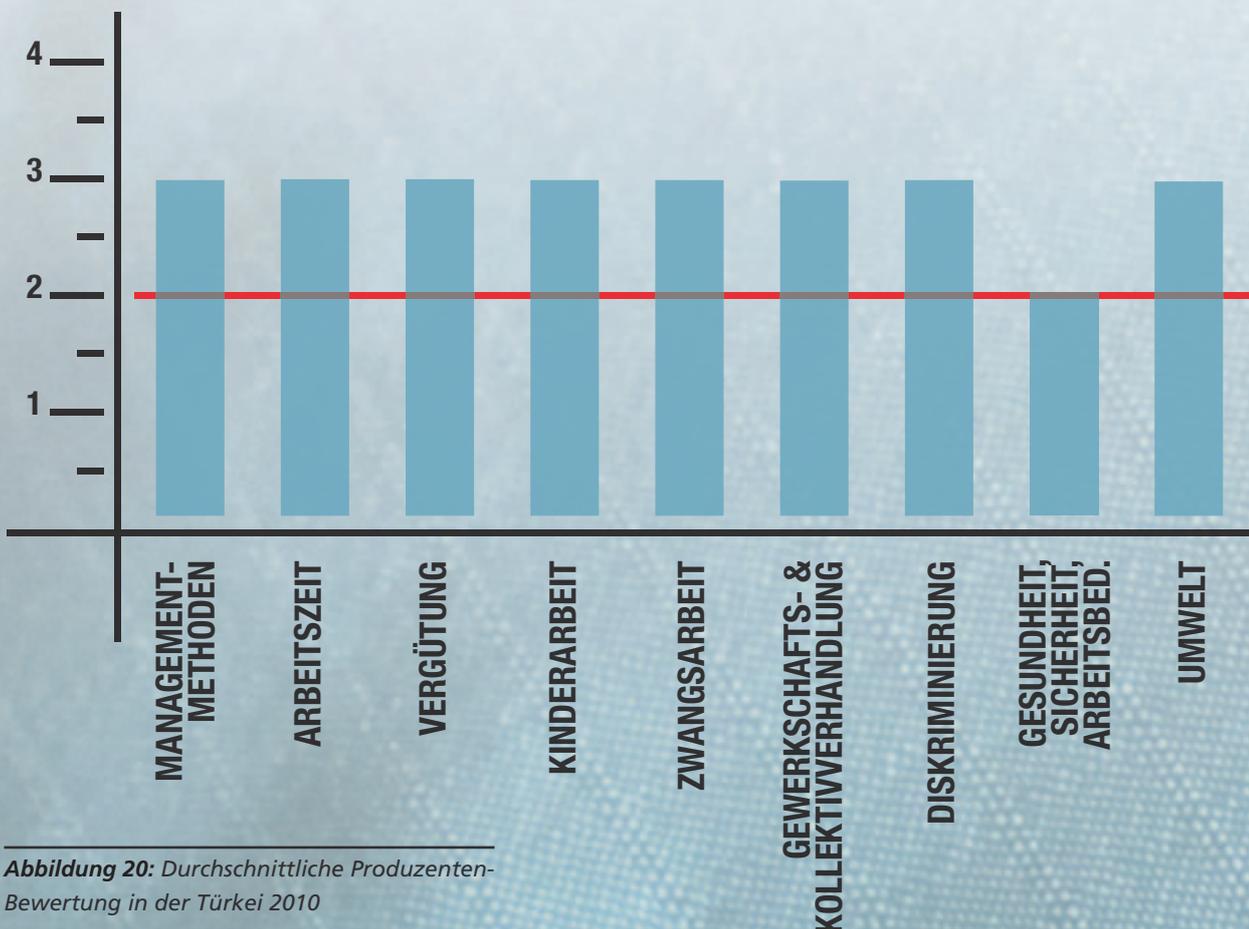


Abbildung 20: Durchschnittliche Produzenten-Bewertung in der Türkei 2010

## 6.5 BESCHWERDESYSTEM

**DIE MITARBEITER DER JACK WOLFSKIN PRODUZENTEN HABEN DIE MÖGLICHKEIT, ZUSTÄNDE IN DEN PRODUKTIONSSTÄTTEN – DIE GEGEN DEN CODE OF CONDUCT VERSTOSSEN UND DIE NICHT FIRMENINTERN GELÖST WERDEN KÖNNEN – DIREKT ÜBER VERSCHIEDENE WEGE AN UNTERNEHMENSEXTERNE STELLEN ZU KOMMUNIZIEREN. SEIT ANFANG 2011 WURDE DAS BESCHWERDESYSTEM VON JACK WOLFSKIN WEITER AUSGEBAUT UND OPTIMIERT, SO DASS MITTLERWEILE DIE FOLGENDEN WEGE GENUTZT WERDEN KÖNNEN:**

- Einreichen von schriftlichen Beschwerden an eine der unternehmensexternen Stellen – darunter fällt in der Regel eine lokale NGO bzw. Organisation, die lokalen, durch Audits bekannten Ansprechpartner, die Fair Wear Foundation oder JACK WOLFSKIN
- Telefonische Kontaktaufnahme mit der lokalen NGO bzw. Organisation oder Nutzung der von JACK WOLFSKIN in Kooperation mit dem Auditor installierten Beschwerdeline (zum üblichen landesinternen Tarif)
- Einreichen einer anonymen Beschwerde über ein von JACK WOLFSKIN in Kooperation mit einem Auditierungsunternehmen installiertes Webportal – der sogenannten „Communication Box“. Die Kontaktaufnahme zur Person, welche die Beschwerde einreicht, ist ebenfalls über das Webportal möglich. Offene Fragen können so schnell und unbürokratisch geklärt werden.

Bei gerechtfertigten Beschwerden, die einen Verstoß gegen den Code of Conduct darstellen, reagiert JACK WOLFSKIN umgehend und individuell in angemessener Weise.

Die Beschwerdestellen und Organisationen sind auf den Code of Conduct-Plakaten – die in jeder Produktionsstätte in der jeweiligen Landessprache für alle Mitarbeiter zugänglich und gut sichtbar ausgehängt werden müssen – und auf dem Informationsbogen der Fair Wear Foundation vermerkt.

## 6.6 BISHER EINGEREICHTE BESCHWERDEN UND MASSNAHMEN

Berechtigten Beschwerden wird seitens JACK WOLFSKIN unverzüglich nachgegangen, ohne die Identität des Beschwerdestellers preiszugeben. In Fällen, bei denen die Nennung der beteiligten Personen zur Schlichtung erforderlich ist, wird vorab das Einverständnis der Beteiligten eingeholt.

Bisher wurden alle Beschwerden direkt an die Auditoren herangetragen. Die so aufgedeckten Missstände konnten ohne weiteres Eingreifen direkt vor Ort geklärt werden.

## 6.7 VERIFIZIERUNG DER MASSNAHMEN DURCH DIE FAIR WEAR FOUNDATION

- Verifizierungsaudit bei einem JACK WOLFSKIN Produzenten in Vietnam im Dezember 2010
- Präsentation der Ergebnisse und Ziele beim nationalen Multi Stakeholder Meeting im Februar 2011
- Management System Audit bei JACK WOLFSKIN in Idstein im Juni 2011
- Kooperation mit der Fair Wear Foundation bei verschiedenen Projekten und Ausarbeitungen



# 7 SCHULUNGS- UND FÖRDERMASSNAHMEN

**JACK WOLFSKIN HAT EIGENE MITARBEITER UND PRODUZENTEN IN DEN VERGANGENEN JAHREN UMFASSEND GESCHULT.**

## 7.1 SCHULUNGS- MASSNAHMEN FÜR JACK WOLFSKIN PRODUZENTEN

- Management: Produzenten-Schulung an zwei Standorten in Vietnam zum Thema „Einführung eines Beschwerdesystems“; eingeladen wurden alle in Vietnam ansässigen Produzenten
- Management: Workshop zur Produktionsplanung in Thailand
- Management/HR: 5-tägiges „Train The Trainer“-Seminar für alle chinesischen Produzenten
- Management/HR/Compliance Manager/Gewerkschaft: regelmäßige Produzentenschulung über die Inhalte des Code of Conducts im Rahmen der Audits
- Bereichsleiter: Schulung in den thailändischen Produktionsstätten zur Verbesserung der Kommunikation mit den Mitarbeitern
- Arbeiter: permanentes Training und Ausbau der Fähigkeiten durch die Reisetechner von JACK WOLFSKIN

## 7.2 AKTIVITÄTEN ZUR SCHULUNG VON MITARBEITERN

### ALLE JACK WOLFSKIN MITARBEITER:

- Geschäftsleitung informiert regelmäßig auf der Mitarbeiterversammlung über die neusten Ereignisse der nachhaltigen Unternehmensentwicklung bei JACK WOLFSKIN
- Interner Newsletter zur Information über den Beitritt zur Fair Wear Foundation und das Engagement von JACK WOLFSKIN für Sozialstandards in den Produktionsstätten

### REISETECHNIK:

- Schulung zu Inhalten des Code of Conducts
- Information über die Anforderungen der Fair Wear Foundation
- Ablauf eines Audits durch die Auditoren in Idstein sowie teilweise in den Produktionsstätten

### (REISE-)TECHNIK/ EINKAUF/ PRODUKTMANAGEMENT:

- Interkulturelles Training Asien

# 8 MEILENSTEINE DER SOZIALEN VERANTWORTUNG GEGENÜBER PRODUZENTEN

- **Entscheidung für einen einheitlichen Code of Conduct**
- Die Verantwortung für den Bereich Nachhaltigkeit wird zentral an einer Stelle für das gesamte Unternehmen gebündelt
- Entscheidung für ein unabhängiges Auditierungsunternehmen als externer Beratungs-, Qualifizierungs- und Auditierungspartner

- **Die deutsche Fassung des Code of Conducts ist verabschiedet**
- Englische und vietnamesische Fassung des Code of Conducts liegt vor
- Auditierungen aller Produzenten in Vietnam (Einführung eines Beschwerdesystems)
- Produzenten-Schulungen in Vietnam
- Türkische und bengalische Version des Code of Conducts liegt vor
- Erweiterung des Eco & Social Compliance Teams
- Auditierungen aller Produzenten in der Türkei und Bangladesch
- Chinesische Version des Code of Conducts liegt vor
- Auditierung aller Produzenten in China



- Auseinandersetzung mit den Zielen und Anforderungen der verschiedenen MSIs und Ausarbeitung einer Matrix zur Entscheidungsfindung
- **Der Code of Conduct liegt in allen Landessprachen der Produktionsländer vor**
- **Veröffentlichung des Code of Conducts in allen Sprachversionen auf der Homepage**
- Integration des Themas Verantwortung von Jack Wolfskin auf der Homepage
- Auditierung der Produzenten in Indonesien, Indien, Thailand und Kambodscha

- Erweiterung des Eco & Social Compliance Teams
- Entscheidung für die Fair Wear Foundation-Mitgliedschaft
- Erstaudits in Slowenien und Italien
- Produzenten-Schulungen in China („Train The Trainer“) und Thailand (Kommunikation und Produktionsplanung)
- **Mitgliedschaft bei der Fair Wear Foundation**
- Veröffentlichung umfassender Detailinformationen zum Thema soziale Verantwortung entsprechend des Clean Clothes-Fragebogens auf der Homepage
- Information der Mitarbeiter, Produzenten und Kunden über den Beitritt zur Fair Wear Foundation
- **Anpassung des Code of Conducts entsprechend der spezifischen Vorgaben der Fair Wear Foundation**
- Die Stelle des Umweltbeauftragten wird bei JACK WOLFSKIN geschaffen
- Standardmäßige Aufnahme der "living wage"-Berechnung wird in den Auditbericht integriert
- Erweiterung des Eco & Social Compliance Teams durch einen Prozessmanager
- **Erste Auditierung eines JACK WOLFSKIN Produzenten durch Auditoren der Fair Wear Foundation**

2009

2010

# 9 ZIELE 2011

DAS HAUPTZIEL VON JACK WOLFSKIN IST ES, DIE PROZESSE IM SINNE DER GESETZTEN KRITERIEN STÄNDIG ZU VERBESSERN UND SO UNSERER VERANTWORTUNG IN IMMER HÖHEREM MASSE NACHZUKOMMEN.

**DEMENTSPRECHEND SIND FÜR DAS JAHR 2011 DIE FOLGENDEN ZIELE DEFINIERT WORDEN:**

## PRODUZENTEN

- INTEGRATION ALLER PRODUZENTEN INNERHALB ALLER PRODUKTIONSLÄNDER IN DAS AUDITIERUNGSSYSTEM
- AUDITIERUNGS-, QUALIFIZIERUNGS- UND VERBESSERUNGSMASSNAHMEN MIT DEN PRODUZENTEN IN HOHEM UMFANG FORTFÜHREN
- WEITERER AUSBAU DER PRODUZENTEN-SCHULUNG
- UNTERSTÜTZUNG DES TÜRKISCHEN PRODUZENTEN BEI SEINER BETEILIGUNG AM FAIR WEAR FOUNDATION-PROJEKT ZUR VERBESSERUNG DER INTERNEN KOMMUNIKATION
- VERTIEFENDE SYSTEMOPTIMIERUNG DES „WAGE LADDER SYSTEMS“

## MITARBEITER

- SA 8000 BASIC AUDITOR COURSE VON MITARBEITERN DES ECO & SOCIAL COMPLIANCE TEAMS
- INTERNE SCHULUNG DER JACK WOLFSKIN MITARBEITER SOWIE INFORMATIONS-VERANSTALTUNGEN ZUM THEMA „FAIR WEAR FOUNDATION“

**HERAUSGEBER:**

JACK WOLFSKIN

AUSRÜSTUNG FÜR DRAUSSEN GmbH & Co. KGaA

D-65510 Idstein

[www.jack-wolfskin.com](http://www.jack-wolfskin.com)

**REDAKTION:**

Ingola Metz Stellv. Pressesprecherin

Melanie Kuntzawitz Head of Vendor Control

**LAYOUT:**

intention Werbeagentur GmbH, Bonn

**WEITERE INFORMATIONEN ZU CORPORATE SOCIAL  
RESPONSIBILITY VON JACK WOLFSKIN:**

[nachhaltigkeit@jack-wolfskin.com](mailto:nachhaltigkeit@jack-wolfskin.com)