



Ernsting's family

Von fröhlichen Familien empfohlen.

Unsere Qualitäts- kontrolle

Die Qualität unserer Produkte ist das A und O.

Grüne Filialen

Wie unser Energiesparprogramm funktioniert

Herzenswünsche

Über 20 Jahre ein fester Partner

und vieles mehr ...



2015/2016

Wir tragen Verantwortung

WENN AN VIELEN KLEINEN ORTEN
VIELE KLEINE MENSCHEN VIELE
KLEINE DINGE TUN, WIRD SICH
DAS ANGESICHT UNSERER ERDE
VERÄNDERN.

Afrikanisches Sprichwort



WILLKOMMEN VORWORT

„Natürlich interessiert mich die Zukunft. Ich will schließlich den Rest meines Lebens darin verbringen.“

MARK TWAIN



Liebe Leserinnen und Leser,

Nachhaltigkeit liegt Ernsting's family im Blut. In einem interdisziplinär aufgestellten Team sind wir derzeit damit beschäftigt, unser vielfältiges Engagement auszuwerten, auf ein solides Fundament zu setzen und eine zukunfts- und marktorientierte Strategie zu entwickeln:

Schon unser Unternehmensgründer, Kurt Ernsting, dachte als ehrbarer Kaufmann immer langfristig. Er erkannte bereits 1968, dass ein Unternehmen auf Dauer nur erfolgreich sein kann, wenn es verantwortungsbewusst und weitsichtig handelt, und neben der notwendigen finanziellen Orientierung auch die Entwicklungen der Gesellschaft nicht aus dem Auge verliert. Heute würden wir von nachhaltigem Wirtschaften reden.

Während damals die Sichtweise eher regional geprägt war, müssen wir uns aktuell mit sich stetig verändernden globalen Herausforderungen auseinandersetzen. Die Welt wird zunehmend komplexer.

Die Gegenwart ist geprägt durch unsichere Beschaffungsmärkte, Klimawandel und Ressourcenknappheit. Durch Verlagerungen vom stationären Handel zum Online Shop und einer weitreichenden Digitalisierung. Durch soziodemographische Veränderungen, soziale Ungleichgewichte und Verwerfungen auf den internationalen Finanzmärkten.

Die Geschwindigkeit dieser Veränderungen ist enorm. Dies verlangt von uns immer kurzfristiger neue Weichenstellungen, die unser Geschäft maßgeblich beeinflussen. Wirtschaftlichkeit und Nachhaltigkeit in Einklang zu bringen, ist in Zeiten zunehmenden Kostendrucks und immer härter werdenden Wettbewerbs ein schwieriger Balanceakt, bietet aber auch viele Chancen. Letztlich haben auch die Kunden steigende Erwartungen an das nachhaltige Engagement eines Unternehmens und an eine verantwortungsvolle Produktion, die sich mehr und mehr differenzierend auf ihre Kaufentscheidung auswirken können.

Wir sind sicher, dass es keine Alternative zum Nachhaltigen Handeln gibt! Deshalb tragen wir Verantwortung - für eine lebenswerte Zukunft, für unsere Kunden, unsere Mitarbeiter, unsere Geschäftspartner und die nachfolgenden Generationen.

Wir freuen uns auf Ihre Rückmeldung unter csr@ernstings-family.com.

Herzlichst

Ihr 

Timm Homann



18 *Unsere Qualitätskontrolle*



22 *Nachhaltige Mode*



40 *Grüne Filialen*



45 *Unsere Hochregallager*



56 *Herzenswünsche*



65 *Arbeits- und Gesundheitsschutz*

Wirtschaft und Handel

- 10 **Globale Beschaffung**
Wo wir produzieren lassen – und warum ...
- 12 **Erfolg durch Vertrauen**
Wir setzen auf langfristige Partnerschaften.
- 14 **Zertifizierte Qualität**
Sozial- und Umweltstandards für die Produktion
- 16 **Zusätzliche Produktionsstandards**
Freiwillige Auflagen, zu denen wir uns bekennen.
- 18 **Unsere Qualitätskontrolle**
Die Qualität unserer Produkte ist das A und O.
- 20 **Produktsicherheit**
Die wichtigsten Normen und Verordnungen

- 22 **Nachhaltige Mode**
Eco-Fashion im Trend – was macht Ernsting's family?
- 24 **Eine Partnerschaft gegen Armut**
Das Konzept hinter Cotton made in Africa
- 28 **Fairer Handel**
Verantwortungsvoller Konsum trifft Entwicklungshilfe
- 32 **Cotton made in Africa und Fairtrade**
Wo liegen die Unterschiede? Was sind die Gemeinsamkeiten?
- 34 **Natürlich wohlfühlen**
Erfolgreicher Start für unsere Topomini Pure Collection!

Umwelt und Energie

- 38 **Ein gutes Gefühl**
Schadstoffgeprüfte Qualität für die Kleinsten
- 39 **Aus alt mach' neu!**
Verpackung und Entsorgung unter dem Recycling-Aspekt
- 40 **Grüne Filialen**
Wie unser Energiesparprogramm funktioniert
- 43 **Grünstrom**
Ressourcenknappheit betrifft uns alle!
- 44 **Logistik**
Auch im Warentransport zeigen wir ökologische Verantwortung.

- 45 **Unser Hochregallager**
Ein Bericht zur Eröffnung 2012
- 47 **Aktiv für den Klimaschutz**
Was verbirgt sich hinter CPI2?
- 48 **Think before you print!**
Bewusster Papierverbrauch und zwei wichtige Zertifikate

Menschen und Soziales

- 52 **Brennpunkt Bangladesch**
Status Quo nach 18 Monaten
- 54 **Das Sumangali-Schema**
Eine Multistakeholder-Initiative will helfen.
- 56 **Herzenswünsche**
Über 20 Jahre ein fester Partner
- 58 **Pink Ribbon**
Radeln gegen Brustkrebs
- 60 **Deutsches Sportabzeichen**
Bewegung als Gesundheitsvorsorge
- 62 **Wir schauen hin. Wir helfen.**
Weitere Hilfsprojekte, für die wir uns engagieren.
- 64 **Wir stehen zu unserem Wort!**
Attraktive Sozialleistungen über die Vorschriften hinaus
- 65 **Arbeits- & Gesundheitsschutz**
Leistungsfähige Mitarbeiter für ein gesundes Unternehmen
- 67 **Allgemeine Gleichbehandlung**
Gleichbehandlung und Antidiskriminierung
- 68 **Work-Life-Balance**
Arbeit und Freizeit im Einklang
- 70 **Aus- und Weiterbildungs-konzepte**
Wir fördern nicht nur den Nachwuchs.
- 72 **Führungskultur**
Gelebte Nähe zu den Mitarbeitern
- 76 **miteinander & füreinander**
Der "family"-Gedanke wird gelebt.
- 78 **Unsere Architektur**
Ästhetik, Moderne und Harmonie
- 80 **Ernsting's family KITA**
Beruf und Familie verbinden
- 82 FAQs
- 84 Impressum

NACHHALTIGKEIT

Nicht nur ein kurzfristiger Trend!?

Wie aktuelle Studien belegen, gewinnt das Thema Nachhaltigkeit in all seinen Facetten zunehmend auch für breite Bevölkerungsschichten an Bedeutung. Betrachtet man die aktuellen Herausforderungen bei der globalen Bevölkerungsentwicklung, Ressourcenverteilung und Umweltbelastung wird schnell deutlich, dass es für den Fortbestand unseres Planeten keine wirkliche Alternative zu einem gesellschaftlichen Wandel in Richtung Nachhaltigkeit gibt. Die Erde kommt an die Grenzen ihrer Belastbarkeit, und die Lösung liegt in einer grundlegenden Veränderung unserer Produktions- und Konsummuster.

So greifen immer mehr Menschen bei ihrem Wocheneinkauf verstärkt zu Bio-Eigenmarken oder regional angebauten Produkten, vor allem bei Milch ist diese Entwicklung in Discountern und Supermärkten gleichermaßen spürbar. Gleichzeitig eröffnen in immer mehr deutschen Großstädten Supermärkte und Restaurants mit veganem Angebot, Vorzeigekoch Attila Hildmann ist mit drei Büchern in den Bestsellerlisten und die Zahl der Menschen, die sich mit alternativen Ernährungsformen beschäftigen, wächst stetig. Nicht nur der Gesundheit wegen und den Tieren zuliebe: Der Fleischkonsum ist nachweislich einer der größten Verursacher für den Klimawandel.

Vor einigen Jahren noch milde belächelt, liegt auch Car-Sharing als umweltfreundliche Mobilität mittlerweile voll im Trend – car2go, drivenow und die anderen Anbieter verzeichneten 2013 bereits 750.000 Kundinnen und Kunden, was mit konstant sinkenden Zahlen bei Neuwagen für junge Menschen einhergeht.

Das Auto als Statussymbol verliert gerade im urbanen Raum an Bedeutung.

Energie und Wasser sparen als effektive Maßnahme zum Umwelt- und Klimaschutz wird heute schon an Schulen gelehrt, und auch in privaten Haushalten wird zunehmend beim Neukauf von Haushaltsgeräten zunehmend auf die entsprechenden Siegel geachtet, die einen geringen Stromverbrauch belegen – vielleicht hier und da eher dem Geldbeutel denn der Umwelt zuliebe, aber manchmal heiligt der Zweck die Mittel ...

Auch das Thema „Nachhaltige Mode“ rückt nicht erst seit dem Rana Plaza Unglück im April 2013 in Bangladesch, bei dem mehr als 1.130 Menschen unter dem einstürzenden Gebäude begraben wurden, mehr und mehr in den Fokus. Die Zahl der Modeanbieter, die auf Green Fashion setzen und Produkte mit den Begriffen „Eco“, „Bio“, „Organic“ oder „Ethical“ im Sortiment haben wächst stetig.



Eine Frage der Glaubwürdigkeit

Verantwortungsvoller Konsum und eine bewusste Lebensweise sind längst nicht mehr militanten Körner-Ökos oder den Besserverdienenden vorbehalten, sondern sind in der Mitte der Gesellschaft angekommen. Jeder kann sich unter Nachhaltigkeit etwas vorstellen und hat ganz eigene Erwartungen an ein verantwortungsbewusstes Unternehmen. Dabei geht es beispielsweise um Verantwortung, Langlebigkeit, Transparenz, Fairness, Umweltbewusstsein, Qualität und Ressourcenschonung. Auch unsere Kundinnen und Kunden sind mehr und mehr an den Hintergründen und großen Zusammenhängen interessiert – die Fragen zu Schadstoffen, Produktionsbedingungen und Umweltschutz haben in den letzten Jahren signifikant zugenommen.

Wie uns auch in Gesprächen immer wieder gespiegelt wird, geht unsere Kundin davon aus, dass wir verantwortungsvoll handeln. Und in der Tat ist CSR, corporate social responsibility bzw. unternehmerische Verantwortung bei uns keine leere Marketingfloskel, sondern wird bereits seit mehr als 40 Jahren tagtäglich gelebt. Schon Kurt Ernsting, unserem Unternehmensgründer lag das Thema ganz besonders am Herzen: ein fairer Umgang mit den Lieferanten, schonender Umgang mit den Ressourcen, die Unterstützung der sozial Benachteiligten – dafür steht Ernsting's family seit Beginn an.

Wir sind davon überzeugt, dass gerade angesichts des immer härter werdenden Wettbewerbs im Markt Nachhaltigkeit als zusätzliches Qualitätsversprechen und Differenzierungsmerkmal wachsenden Einfluss auf die Kaufentscheidung hat und mittelfristig die Kundenloyalität und -zufriedenheit entscheidend prägen wird. Wichtig ist hier vor allem ein authentischer, dynamischer und sich immer wieder selbst reflektierender Ansatz mit Spielraum für Innovationen und aktuelle Marktentwicklungen.



Nachhaltiges Wirtschaften bei Ernsting's family

Wir bei Ernsting's family tragen Verantwortung – sowohl für unsere Kundinnen und Kunden und Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, als auch für unsere Lieferanten und Partner. Unsere unternehmerische Verantwortung definieren wir so, dass wir soziale, ökonomische und ökologische Ziele in unsere Unternehmensstrategie und bereichsübergreifend entlang der gesamten Wertschöpfungskette einbinden. Das beinhaltet Umweltschutz und Ressourcenmanagement ebenso wie Verhaltenskodizes und fair play bis hin zu karitativen Engagements und Nachwuchsförderung. Das über allem stehende Ziel ist es, als erfolgreiche wirtschaftliche Unternehmung den nachfolgenden Generationen ein intaktes ökologisches, soziales und ökonomisches Gefüge zu hinterlassen.

In dieser Broschüre möchten wir Ihnen erläutern, was wir unter Nachhaltigkeit verstehen und wie wir diese tagtäglich leben. Angefangen mit unseren Produktionsbedingungen und Qualitätskontrollen über unsere Maßnahmen zum Umweltschutz bis hin zu unseren gesellschaftlichen Engagements – sowohl für die Menschen, die im Ausland für uns arbeiten, als auch für unsere deutschen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie die Gesellschaft, in der wir leben.

Welche weiteren Fragen brennen Ihnen unter den Nägeln? Was hätten Sie gern noch genauer erklärt? Wozu haben Sie noch Anmerkungen oder Verbesserungsvorschläge? Sehr gern stehen wir Ihnen unter csr@ernstings-family.com Rede und Antwort.

» WIR SIND NICHT NUR
VERANTWORTLICH FÜR DAS,
WAS WIR TUN,
SONDERN AUCH FÜR DAS,
WAS WIR NICHT TUN. «

Molière



GLOBALE BESCHAFFUNG

BEI ERNSTING'S FAMILY

Die ständige Beobachtung und die Erschließung neuer internationaler Beschaffungsstandorte gehören zum Tagesgeschäft jedes Einkäufers. Gerade in der Bekleidungsindustrie muss die globale Beschaffung immer wieder auf neue Herausforderungen reagieren. So kann es passieren, dass sich die Inlandsnachfrage verändert und die meisten Rohstoffe und Arbeitskapazitäten für die eigene Produktion genutzt werden. Steigende Baumwoll- oder Lohnkosten können ebenso zum Umdenken zwingen wie plötzliche Naturkatastrophen.

Die globalen Beschaffungsentscheidungen werden auch bei Ernsting's family immer wieder sorgfältig überdacht und anhand vieler unterschiedlicher Kriterien getroffen:

- Arbeitskosten
- CO₂-Bilanz
- Ethische und ökologische Unbedenklichkeit
- Flexibilität
- Innovationsfähigkeit
- Know-how der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter
- Kosteneffizienz
- Rohstoffpreise

Jedes Land hat dabei seine ganz spezifischen Vorteile und ggf. auch Hindernisse, die wir Ihnen hier erläutern wollen: Wo genau lässt Ernsting's family – und ein Großteil der gesamten deutschen Bekleidungsindustrie – fertigen? Und warum dort?

1 INDIEN

Indien hat eine jahrtausendelange textile Tradition (wussten Sie, dass der traditionelle Sari aus einer sechs Meter langen Stoffbahn gefertigt wird?) und gehört heute zu den am weitesten entwickelten, aber auch kreativsten Textillieferanten in den so genannten Schwellenländern. Dank der riesigen Inlandsnachfrage und der hohen Exportquote zählt die Textilindustrie auch heute noch zu den größten und wichtigsten Wirtschaftszweigen des Landes. Neben der bekannten Seide ist Indien der weltgrößte Anbauer für Bio-Baumwolle. Für uns ist Indien zudem sehr attraktiv, da die Baumwolle direkt im Land weiterverarbeitet werden kann und wir von den Produktionswegen profitieren können.

2 BANGLADESCH

Nahezu die gesamte westliche Textilindustrie lässt in dem ost-asiatischen Entwicklungsland produzieren. Bangladesch ist nach China und Vietnam mittlerweile der drittgrößte Lieferant für die EU-Länder und exportiert fast 85 % seiner Textilprodukte. Ein Segen für das kleine Land, in dem mehr als 150 Mio. Menschen auf einer Fläche leben, die 40 % der Fläche Deutschlands ausmacht. Ein Land, das keinerlei Bodenschätze besitzt, immer wieder von Naturkatastrophen heimgesucht wird und in dem fast 40 % der Bevölkerung unter der Armutsgrenze leben. Ernsting's family hat sich hier schon sehr früh für faire Arbeitsbedingungen engagiert. Wir zahlen nicht nur übertariflich, sondern lassen auch regelmäßig die Arbeitszeiten der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und ihre Unterkünfte vor Ort überprüfen und stehen im ständigen Austausch mit den Produzenten. Im Mai 2013 sind wir dem Accord on Fire and Building Safety beigetreten (s. S. 50).

3 CHINA

Nicht zuletzt durch die boomende Textilindustrie ist China in den letzten Jahren und Jahrzehnten zu einer riesigen Wirtschaftsmacht herangewachsen und hat Deutschland mittlerweile als Exportweltmeister abgelöst. China produziert eine Vielzahl unterschiedlichster Textilien und lässt diese sehr kostengünstig im eigenen Land fertigen. Doch sind es nicht nur die im Vergleich zur EU günstigen Löhne, die das Land für die Textilindustrie so attraktiv machen: Die Chinesen haben sich über die Jahre ein außerordentlich spezialisiertes Know-how angeeignet, wie es so heutzutage in ganz Europa leider nicht mehr anzutreffen ist. Dies hat mittlerweile auch die Regierung entdeckt und zum einen die Investitionen massiv gesteigert, zum anderen aber auch Standorte verlagert und Kapazitäten für den Binnenmarkt geblockt, so dass in den letzten Monaten viele Textilanbieter gezwungen waren, nach alternativen Beschaffungsstandorten zu suchen.

4 VIETNAM

Auch in Vietnam ist der Bekleidungssektor einer der wichtigsten Devisenbringer. Im Gegensatz zu China ist Vietnam jedoch von Importen im Textilbereich abhängig, die dann im Land weiterverarbeitet werden. Um konkurrenzfähig zu bleiben, sind in den nächsten drei Jahren eine riesige Polyesterfaserfabrik und große Färbereizentren geplant. Wir schätzen an unseren vietnamesischen Partnern die stark ausgeprägte Kooperationsbereitschaft sowie sehr klar strukturierte Arbeitsvorgaben, z. B. bei den Produktionszeiten.

5 TÜRKEI

Die Textil- und Bekleidungsindustrie zählt nach wie vor zu den wichtigsten Wirtschaftsbranchen des Landes: Zwar kann das Mittelmeerland längst nicht mehr mit den niedrigen Lohnkosten in Fernost mithalten, doch mit kreativem Input sowie schnellen und zuverlässigen Lieferungen kann die Türkei nicht nur bei Ernsting's family punkten. Gerade für kurzfristige, modische Programme sind unsere türkischen Lieferanten die perfekte Wahl.

6 OSTEUROPA

Die osteuropäischen Länder haben eine lange Tradition in der Textil- und Bekleidungsindustrie und gehörten schon in den 70er Jahren zu den ersten ausländischen Produktionsstandorten. Waren es früher vor allem die ehemaligen jugoslawischen Länder, so sind es heute Polen, Serbien und die EU-Staaten Rumänien und Bulgarien sowie Mazedonien und Bosnien. In nur maximal 36 Stunden LKW-Fahrt (nur 1.000 – 1.500 km Entfernung) können Aufträge innerhalb von sechs bis acht Wochen bei uns sein. Dies ist auch aus umweltpolitischen Gründen ein großer Vorteil.

7 PORTUGAL, ITALIEN

Italien kann mit Recht als Wiege der kommerziellen Mode bezeichnet werden – wer kennt sie nicht die großen Designernamen? Heute steht Italien vor allem für hochwertige Gewebe, Feinstrümpfe von ausgezeichneter Qualität und ist Weltmarktführer für Wollstoffe. Im Wettlauf mit China hat die portugiesische Textil- und Bekleidungsbranche viel Boden verloren, doch mit schnellen Reaktions- und Lieferzeiten sowie der Spezialisierung auf hochwertige Stoffe, Spezialeffekte und Funktionstextilien versucht Portugal, den Anschluss zu halten.

8 DEUTSCHLAND

Durch die hohen Produktions- und Lohnkosten musste sich die deutsche Textil- und Bekleidungsindustrie Alternativen suchen, aber dennoch gibt es immer noch kleinere Sortimentsbereiche und Warengruppen, die wir im eigenen Land produzieren lassen, z. B. im Standardwäschebereich.

Erfolg durch Vertrauen

Wir setzen auf eine langfristige Partnerschaft mit unseren Lieferanten.

Respekt, Vertrauen und Verlässlichkeit sind Werte, die wir nicht nur in unserer Unternehmenszentrale im Münsterland leben. Auch in der Beziehung zu unseren Lieferanten spiegeln sich diese Werte wider. Daher gehen wir langfristige Partnerschaften nur mit Lieferanten ein, die die in unserem Leitbild festgelegten Werte in ihren Unternehmen berücksichtigen.



Die Partnerschaften zu unseren Lieferanten sind geprägt durch Langfristigkeit, Respekt, Vertrauen und Verlässlichkeit.

Viele unserer Lieferanten sind zusammen mit uns gewachsen, einige von ihnen sind bereits seit der Unternehmensgründung von Ernsting's family 1968 treue Partner. Um unseren hohen Anspruch an Qualität, Nachhaltigkeit und Innovation von Beginn der Wertschöpfungskette an sicher zu stellen, unterstützen wir unsere Lieferanten aktiv bei der Verbesserung ihrer Produktionsstandards. Denn wir wissen, dass unsere Lieferanten einen wichtigen Beitrag leisten, damit wir Ihnen täglich hochwertige Produkte anbieten können.



Daher arbeiten wir ausschließlich mit Lieferanten zusammen, die sich nach BSCI zertifiziert haben oder nach den Sozialstandards der BSCI arbeiten (mehr dazu auf S. 14). Außerdem arbeiten wir eng mit den OTTO Einkaufsbüros zusammen, die vor Ort die Produktionsstätten besuchen und die Einhaltung unserer strengen Vorgaben überprüfen.

Alle unsere Lieferanten müssen sich an unseren Verhaltenskodex halten, der sowohl für unsere eigenen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter als auch für unsere Partner verbindlich ist.



Code of Conduct

- 1.** Selbstverständlich halten wir uns an die geltenden Gesetze, wo immer wir uns bewegen. Jeder ist für die Einhaltung der Gesetze in seinem Arbeitsbereich verantwortlich.
- 2.** Wir achten darauf, dass niemand wegen seiner Rasse, seiner Herkunft, seiner Hautfarbe, seiner Nationalität, seines Glaubens, seiner Weltanschauung, seines Geschlechts, seines Alters, seiner körperlichen Konstitution oder seiner sexuellen Identität diskriminiert wird. Auch von unseren Geschäftspartnern erwarten wir die Einhaltung der Menschenrechte über die jeweils geltenden Arbeits- und Sozialstandards hinaus.
- 3.** Fairness und Zuverlässigkeit basieren auf der Rechtmäßigkeit unseres Handelns. Fairness gebietet, Dritte nicht zu ungesetzlichen Handlungen zu veranlassen oder wesentlich an solchen Handlungen mitzuwirken.
- 4.** Uns ist bewusst, dass schon abgestimmtes Verhalten, auch informelle oder formlose Absprachen, die eine Beschränkung des Wettbewerbs bewirken oder bezwecken, verboten sind. Es darf nicht zu Preisabsprachen, Absprachen über Marktanteile oder Kapazitäten, Aufteilung von Kundinnen und Kunden oder regionalen Märkten oder Preisbindungen kommen.
- 5.** Wir beeinflussen niemanden unrechtmäßig, versprechen weder Begünstigungen oder Gewährung sonstiger Vorteile, fordern diese weder ein noch nehmen wir sie an. Unsere Entscheidungsfindung darf nicht unlauter sein. Verhalten und Geschäftsentscheidungen dürfen nicht durch Geschenke und Einladungen beeinflusst werden. Wir nehmen unangemessene Geschenke und Zuwendungen von Kundinnen und Kunden, Lieferanten und anderen Geschäftspartnern, die unsere Objektivität beeinträchtigen könnten, nicht an. Geld- oder geldähnliche Geschenke (z.B. Darlehen, Wertpapiere, Stundung einer Schuld oder der Verzicht auf Ansprüche) dürfen in keinem Fall von Kundinnen und Kunden, Lieferanten oder anderen Geschäftspartnern angenommen, noch diesen versprochen oder gar gezahlt werden.
- 6.** Wir informieren unsere Vorgesetzten bereits dann, wenn sich eine Vermischung von Unternehmens- und Eigeninteressen anzubahnen scheint. Das kann schon der Fall sein, wenn uns nahestehende Personen (z. B. Familienmitglieder) durch Abschluss von Geschäften von unserer Stellung im Unternehmen profitieren. Um über jeden Zweifel erhaben sein zu können, gestalten wir die Geschäftsprozesse transparent und jederzeit nachvollziehbar.
- 7.** Nur wenn wir aufrichtig bleiben, können wir auf Dauer die höchste Kundenzufriedenheit erreichen. Auch wenn diese Aufrichtigkeit bedeutet, dass ein Geschäft nicht abgeschlossen werden kann.
- 8.** Wir genießen das Vertrauen unserer Kundinnen und Kunden, Lieferanten und Geschäftspartner und gehen auch miteinander vertrauensvoll um. Wir tun unser Möglichstes, um alle Informationen richtig und sachgerecht zu verarbeiten. Aufzeichnungen und Berichte entsprechen den Tatsachen, Verträge dokumentieren die vereinbarten Absprachen. Eine Irreführung in der Berichterstattung ist ausgeschlossen. Wir kommunizieren eindeutig miteinander, ohne unsachgemäß oder missverständlich zu sein.
- 9.** Nachhaltigkeit bedeutet für uns, Verantwortung zu übernehmen, keine Gefahren zu begründen und zukunftsorientiert zu wirtschaften. Es ist deshalb die Aufgabe einer jeden Mitarbeiterinnen und jeden Mitarbeiters, Gefährdungen für Menschen und Umwelt zu vermeiden und die Beanspruchung unserer Umwelt durch unsere Tätigkeit gering zu halten. Mit Ressourcen gehen wir sparsam um.
- 10.** Wenn Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter Regelverstöße erleiden oder anderweitig begründeten Anlass haben anzunehmen, dass gegen diese Regeln verstoßen wird, steht ihnen ein Vertrauensmann zur Seite.

BSCI und SA8000 Zertifizierte Qualität

Sozial- und Umweltstandards für die Produktion

In unserer fast 45-jährigen Geschichte haben wir uns als familienfreundlicher Modeanbieter einen Namen gemacht, den wir nicht leichtfertig durch schnelle Gewinne oder Marktanteile auf den Schultern anderer zunichte machen wollen.

Daher achten wir nicht nur kompromisslos auf die Hochwertigkeit und Strapazierfähigkeit, d.h. das Qualitäts-Preis-Verhältnis unserer Produkte, sondern haben auch stets ein wachsames Auge auf die Produktionsbedingungen in unseren Auslandsstandorten – sowohl über unabhängige, renommierte und zertifizierte Prüfinstitute als auch durch unsere Beschaffer, die selbst mehrmals im Jahr unsere Lieferanten besuchen. Denn der persönliche Kontakt zu unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern und Partnern ist uns eine Herzensangelegenheit und trägt maßgeblich zu einer gesunden Unternehmenskultur bei.

In der Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten und Importeuren sind wir immer ein ehrlicher und zuverlässiger Partner. Wir stehen zu unserer sozialen, gesellschaftlichen und ökologischen Verantwortung und verhalten uns fair gegenüber unseren Geschäftspartnern. Ebenso erwarten wir aber auch von ihnen, dass sie nach Leitlinien handeln, die mit unseren Unternehmensgrundsätzen in Einklang stehen. Und um die Einhaltung unserer Leitlinien auch von offizieller Seite bestätigen und zertifizieren zu lassen, sind wir der **BSCI** beigetreten und handeln aktiv nach dem Standard der **SA 8000**.



Was bedeutet BSCI?

Seit dem Herbst 2010 sind wir Mitglied der Business Social Compliance Initiative (BSCI). Diese setzt die Einhaltung von Sozialstandards im Herstellungsprozess eines Produkts voraus. Jedes Mitglied verpflichtet sich, den BSCI-eigenen Verhaltenskodex anzuwenden, in dem diverse Mindeststandards verankert sind. Während unserer Mitgliedschaft in der BSCI müssen wir binnen dreieinhalb Jahren zwei Drittel unseres Einkaufsvolumens aus Risikoländern (z.B. China, Indien, Bangladesch, Vietnam, Türkei) auditieren lassen. Das bedeutet, dass sich eine Fabrik von unabhängigen Prüfern auf die Einhaltung des Code of Conducts überprüfen lassen muss. Hier werden praktische Fragen zu Themen, wie z.B. Notausgangsbeschilderung, Feuerlöscher, sanitäre Anlagen, die Einhaltung von Arbeitszeiten etc. überprüft. Die Fabriken müssen sich mindestens alle drei Jahre diesen sogenannten Audits unterziehen. Im Falle von Beanstandungen wird spätestens nach 12 Monaten überprüft, ob die angeordneten Korrekturmaßnahmen durchgeführt

Die Arbeitsbedingungen in den Produktionsstätten werden regelmäßig von unabhängigen Instituten geprüft.



Wir übernehmen Verantwortung rund um den Globus.

worden sind. Während dieses kompletten Prozesses übernehmen wir von Ernting's family die Patenschaft für unsere Lieferanten und unterstützen sie dabei, das bestmögliche Ergebnis bei den Audits zu erzielen.

Um das Zertifikat zu erhalten, muss ein Unternehmen folgende Anforderungen erfüllen:

- Verbot von Kinderarbeit
- Verbot von Zwangs- und Pflichtarbeit sowie Disziplinarmaßnahmen
- Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz
- Arbeitszeit – „Das Lieferunternehmen hat die gültigen nationalen Gesetze zu Arbeitsstunden und gesetzlichen Feiertagen einzuhalten. Überstunden dürfen ausschließlich auf freiwilliger, zusätzlich vergüteter Basis geleistet werden.“
- Versammlungsfreiheit und das Recht auf Tarifverhandlungen
- Verbot jeder Art der Diskriminierung
- Verbot von körperlicher Bestrafung, kein physischer oder psychischer Zwang, keine verbale Beleidigung, Einhaltung der jeweiligen Gesetze zu Arbeitszeiten
- Löhne müssen den gesetzlichen Mindestlöhnen bzw. Industriestandards entsprechen.
- Managementsysteme – „Das Lieferunternehmen legt eine Politik der sozialen Verantwortung fest und setzt diese um. Ferner führt es eine in sämtlichen Geschäftsbereichen zu befolgende Antibestechungs- und Antikorruptionspolitik ein. Die Geschäftsleitung ist verantwortlich für die korrekte Umsetzung und fortwährende Verbesserung der Umsetzung des Verhaltenskodexes.“

„Der BSCI-Verhaltenskodex basiert auf den Konventionen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO), der Menschenrechtserklärung der UNO, den Konventionen der UNO über die Rechte von Kindern sowie über die Abschaffung jeglicher Form der Diskriminierung von Frauen, dem UN Global Compact, den OECD-Richtlinien für multinationale Unternehmen und anderen international anerkannten Abkommen.“



Was bedeutet SA 8000?

SA 8000 ist ein internationaler Standard der SAI (Social Accountability International) mit dem Ziel, Arbeitsbedingungen weltweit zu verbessern. Die BSCI lehnt sich an diesen Standard an und betrachtet ihn als „Best Practice“, da die Lieferanten über die Anforderungen der BSCI hinaus weitere Kriterien bezüglich der Implementierung von Managementsystemen erfüllen müssen.



Wir tragen Verantwortung.

NACHHALTIGES
WIRTSCHAFTEN

Das kleine bisschen „Mehr“

UNSERE ZUSÄTZLICHEN PRODUKTIONSSTANDARDS

Wir wollen nicht nur die gute Qualität unserer Produkte sicherstellen, sondern legen auch viel Wert auf sichere und saubere Produktionsbedingungen. Auf Basis unserer Unternehmensgrundsätze haben wir Leitlinien und Regeln für

unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und Dienstleister entwickelt – den Ernsting's family Code of Conduct. Dieser beinhaltet soziale, ökologische und ökonomische Vorgaben für das tägliche Miteinander.



Wir setzen uns für die Verbesserung von Sozial- und Umweltstandards in unserer Wertschöpfungskette ein.



VERBOT VON SANDBLASTING

WEITERE AUFLAGEN, ZU DENEN WIR UNS FREIWILLIG VERPFLICHTEN:

- Verbot von Sandblasting

Bei der Verarbeitung unserer Produkte sind gesundheitsschädliche Verfahren wie Sandblasting nicht erlaubt. Das umstrittene Textilveredlungsverfahren wird vorrangig für den Used Look bei Denim eingesetzt und gefährdet die Gesundheit der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Zulieferbetrieben.

- Verbot von usbekischer Baumwolle

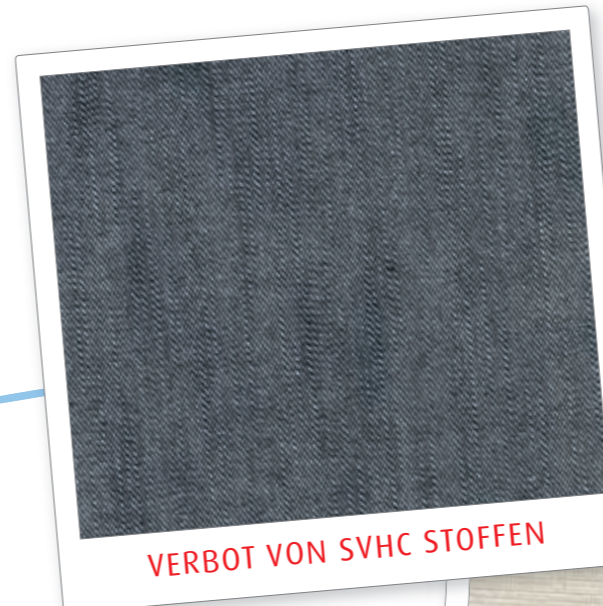
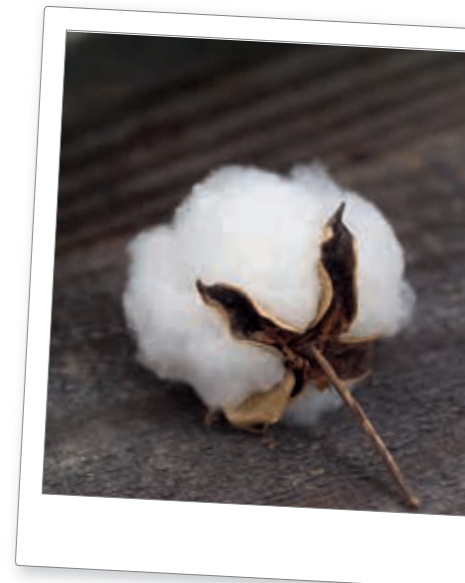
Usbekistan ist eines der wenigen Ländern der Welt, in denen es nach wie vor Kinder- und Zwangsarbeit bei der Baumwollernte gibt.

- Verbot von SVHC Stoffen

SVHC bedeutet Substances of Very High Concern. Diese Stoffe sind besonders besorgniserregend und können eine gesundheitsschädliche Wirkung für den Menschen, aber auch für die Umwelt haben. Sie werden durch die EU-Chemikalienverordnung (REACH-Verordnung) definiert. Wir haben uns verpflichtet, diese Stoffe dennoch nicht einzusetzen.



**VERBOT VON
USBEKISCHER BAUMWOLLE**



VERBOT VON SVHC STOFFEN

*Wir tragen
Verantwortung.*

NACHHALTIGES
WIRTSCHAFTEN

DOPPELT HÄLT BESSER



DIE ERNSTING'S FAMILY-QUALITÄTSKONTROLLE



Wir lieben Kinder – und natürlich Mode. Um beides miteinander zu kombinieren, entwickeln wir für Ihre Kleinen fröhlich-bunte Mode, die jeden Streich mitmacht und dabei stets fair im Preis ist. Und noch mehr: Damit Ihre Kids ganz sorgenfrei toben und spielen können, sorgen wir für größtmögliche Sicherheit bei allen unseren Produkten.



Neben den zahlreichen verpflichtenden Gesetzen, Richtlinien und Normen, die wir selbstverständlich einhalten, durchläuft jeder Artikel, der bei uns angeliefert wird, nochmals strenge Tests und Kontrollen in unserer hauseigenen Qualitätsabteilung.

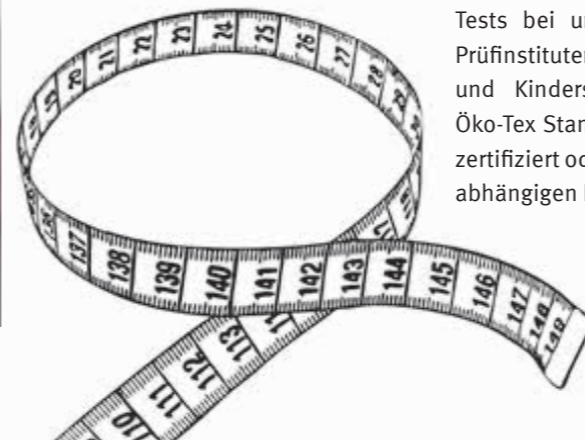
Jedes eingehende Produktmuster wird hier mit einer Vielzahl an Verfahren sorgfältig geprüft.

Es gibt Maß- und Verarbeitungschecks, Kontrollen zu Reib- und Farbechtheit sowie zur Funktions- und Strapazierfähigkeit. Zusätzlich erfolgen chemische Tests bei unabhängigen, zertifizierten Prüfinstituten. Unser gesamtes Baby- und Kindersortiment entspricht dem Öko-Tex Standard 100 und ist entweder zertifiziert oder auf Basis dessen von unabhängigen Prüfungsinstituten getestet.

Erst wenn ein Artikel all diese Tests mit einem positiven Ergebnis überstanden hat, darf er bei uns in den Verkauf gehen.

Bereits bei der Vorplanung unserer bunten Kollektionen berücksichtigen unsere Designer und Einkäufer die strengen Vorgaben, die wir an uns selbst gestellt haben. Sie sind ständig auf der Suche nach innovativen und praktischen Lösungen, die die Richtlinien und Normen einhalten, ohne modische und praktische Aspekte zu vernachlässigen.

So können wir unsere fröhliche Ware (Kinder und Damenmode) in bester Qualität und mit gutem Gewissen an unsere Kundinnen und Kunden verkaufen.



Darauf geben wir Ihnen unser Wort!



Unsere Produkte sollen Ihnen möglichst lange viel Freude bereiten und Sie durch Ihren Alltag begleiten. Dafür unterzieht unsere Qualitätskontrolle unsere Produkte zahlreicher Tests. Hierbei gibt es viele behördliche und gesetzliche Vorgaben, die es zu beachten gilt:



PRODUKTSICHERHEIT IM FOKUS



Beim Schadstofftest wird geprüft, ob Fell und Füllung sowie alle anderen Komponenten frei von Schadstoffen sind.

- **Norm für Sicherheit von Kinderbekleidung (DIN EN 14682)**

Um zu verhindern, dass sich Kinder verletzen, weil sich Kordeln ihrer Anoraks und Jacken an Türen oder in Geräten verhaken, gibt es die DIN-Norm DIN EN 14682 „Sicherheit von Kinderbekleidung – Kordeln und Zugbänder an Kinderbekleidung“, die für Kinder bis 14 Jahre gilt.

- **Bedarfsgegenständeverordnung**

Hiermit meint der Gesetzgeber sämtliche Produkte, mit denen Sie im Alltag in Berührung kommen, z.B. Kleidung, Spielwaren, Geschirr. Besondere Sicherheitsvorschriften legen fest, welche Stoffe in welchen Mengen enthalten sein dürfen. Die Verordnung beinhaltet außerdem Kennzeichnungspflichten und Warnhinweise.

- **Geräte- und Produktsicherheitsgesetz (GPSG)**

Dieses stellt sicher, dass Produkte den für sie definierten Sicherheitsanforderungen entsprechen und dass von ihnen keine Gefährdung für den Benutzer ausgeht. Ist die Handhabung eines Artikels nicht selbsterklärend, so muss eine Gebrauchsanleitung beigelegt sein.

- **Chemikalienverordnung REACH**

REACH ist eine EU-Chemikalienverordnung, die am 1. Juni 2007 in Kraft getreten ist. Das System basiert auf dem Grundsatz der Eigenverantwortung der Industrie. Es dürfen innerhalb des Geltungsbereiches nur noch chemische Stoffe in den Verkehr gebracht werden, die vorher registriert worden sind.

- **Spielzeugnorm (DIN EN 71)**

Um ein uneingeschränktes, sorgenfreies Spielvergnügen mit unseren Spielsachen zu garantieren, müssen die strengen Anforderungen dieser Spielzeugnorm erfüllt werden. Dies wird von unabhängigen Prüfinstituten durch folgende Tests sichergestellt (einige Beispiele):

- Zugtest: Wie fest sitzt die Nase des Kuscheltiers?
- Schadstofftest: Sind Fell, Füllung sowie alle anderen Komponenten komplett frei von Schadstoffen?
- Test zur Entflammbarkeit: Wie schnell fängt das Spielzeug an zu brennen?



WICHTIG: DIE RICHTIGE KENNZEICHNUNG!

Jedes Spielzeug muss mit dem CE-Kennzeichen versehen sein. Damit bestätigt der Hersteller, dass sein Produkt den geltenden europäischen Richtlinien für Produktsicherheit entspricht.

Erst wenn ein Produkt erfolgreich alle Tests zur Produktsicherheit besteht, wird es bei uns in die Kollektion aufgenommen.



NACHHALTIGE MODE *zieht an*

In Deutschland gibt es mittlerweile über 100 Mode-Labels, die so genannte Eco-Fashion vertreiben, d. h. unter ökologisch und ethisch korrekten Bedingungen ihre Ware herstellen. Als wir 2010 mit Cotton made in Africa gestartet sind, galt Nachhaltige Mode noch als Nischenthema, heute sprechen nachhaltig orientierte Modemacher und Labels ein deutlich breiteres Publikum an.



Die Siegel von Fairtrade, GOTS und Cotton made in Africa stehen für Baumwolle aus nachhaltigem Anbau.



beleuchten die sozialen Standards. Manche stammen von unabhängigen Organisationen wie der Fairwear Foundation, andere werden vom Hersteller selbst vergeben und heißen dann Bio Cotton oder Organic Cotton. Das GOTS-Siegel (Global Organic Textile Standard) ist hier eine der höchsten Zertifizierungen und steht für beste, schadstoffarme Qualität aus kontrolliert biologischem Anbau und faire, soziale Arbeits- und Produktionsbedingungen. Bis dato gibt es jedoch noch keinen Standard, der über alle Prozessstufen der Lieferkette (Anbau, Produktion, Konfektion, Transport) alle soziale UND ökologische Aspekte zufriedenstellend abdeckt. Möchte man vom Anbau über die Fertigung bis zur Auslieferung, vom Material über die Arbeitsbedingungen bis hin zur Bezahlung der Beschäftigten alles glaubwürdig verifizieren, dann müssen mehrere Standards kombiniert werden. Im Rahmen des Textilbündnisses unter der Leitung des Bundesentwicklungsministers Dr. Gerd Müller wird derzeit diskutiert, ob es ein neues Produktsiegel für nachhaltige Textilien braucht oder ob die bisherigen zusammengeführt werden können.

Ökologische Mode liegt im Trend und wird immer stärker nachgefragt, so dass auch mehr und mehr Textilfahilisten und Mitbewerber im Massenmarkt mit nachhaltiger Kleidung werben: mal als zeitlich limitierte Kollektion aus nachhaltigen und umweltschonenden Materialien, mal als dauerhaft im Sortiment verankertes Produktportfolio aus 100 Prozent Bio-Baumwolle.

Siegel, Testergebnisse und Prüfzertifikate haben einen nicht zu unterschätzenden Einfluss auf die Kaufentscheidung des Verbrauchers. Leider ist es aber oft nicht einfach, bei der Vielzahl an Gütesiegeln im Textilbereich den Überblick zu behalten. Die einen Siegel werden nach Umweltkriterien vergeben, andere



zwangsläufig fair, d. h. umweltfreundlich hergestellte Kleidung muss nicht unbedingt auch fair entlohnt und sozial hergestellt worden sein.

EINE VERANTWORTUNGSVOLLE AUFGABE

Wir tragen Verantwortung – für unsere Kundinnen und Kunden, unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und unsere Lieferanten. Qualitätssiegel wie Öko-Tex Standard 100 sowie die Einhaltung und fortwährende Überprüfung der internationalen Arbeitsstandards sind für uns selbstverständlich und werden von unseren Kundinnen und Kunden auch erwartet. Wie können wir darüber hinaus und vor den Herausforderungen der globalen Zulieferkette einen wertvollen Beitrag bei unserem Kerngeschäft, der Mode, leisten? Wie lassen sich attraktive Preise sowie fair und umweltfreundlich produzierte Kleidung miteinander verbinden?

Langfristige Lieferantenbeziehungen, ein unmissverständlicher Verhaltenskodex, flache Hierarchien und eine effiziente Logistik sind das eine, das andere sind die Einhaltung internationaler Gütestandards und die Zusammenarbeit mit Initiativen zur Entwicklungshilfe, die ihr Augenmerk vor allem auf die schwächsten Glieder in der textilen Wertschöpfungskette legen.

Ernsting's family setzt hier auf drei starke Partner: GOTS, Fairtrade und Cotton made in Africa. Bei GOTS liegt der Fokus auf streng kontrollierter und zertifizierter Bio-Baumwolle, bei den letzten zwei steht hingegen die Hilfe zur Selbsthilfe im Vordergrund. Bei beiden Initiativen handelt es sich nicht um klassische Bio-Baumwolle, auch wenn beide auf umweltschonende Anbaumethoden setzen. Öko heißt im Gegenzug aber nicht

BESSERE BAUMWOLLE FÜR EINE BESSERE WELT

Das Thema der Nachhaltigen Mode wird in den kommenden Jahren immer wichtiger werden, viele Unternehmen sind hier bereits Selbstverpflichtungen eingegangen, z. B. bis 2020 ohne giftige Chemikalien zu produzieren oder bis 2020 nur noch nachhaltige Baumwolle einzusetzen. Auch bei uns ist dieses Thema ein wichtiger Bestandteil unserer Nachhaltigkeitsstrategie. So haben wir uns darauf festgelegt, dass wir in den kommenden Jahren den Anteil unserer Baumwoll-Artikel aus nachhaltigem Anbau stetig weiter ausbauen wollen. Diese Produkte können aus Fairtrade-zertifizierter Baumwolle, aus Cotton made in Africa oder GOTS-zertifiziert sein.

Bei all dem ist uns eines ganz wichtig: All unsere Textilien unterliegen engmaschigen Kontrollen und werden hinsichtlich ihrer Produktionsbedingungen und Produkteigenschaften kontinuierlich und konsequent überprüft, damit unsere Kundinnen und Kunden mit einem guten Gefühl bei uns einkaufen können. Unseren so genannten nachhaltigen Artikel haben darüber hinaus einen zusätzlichen Mehrwert, mit ihrem Kauf werden aktiv die Kleinerzeuger durch besondere Prämien oder die Umwelt über kontrollierten biologischen Anbau und weitestgehenden bis vollständigen Verzicht auf Pestizide unterstützt.



Wir tragen Verantwortung.

Eine Partnerschaft gegen Armut

„COTTON MADE IN AFRICA“

Wir glauben, dass die wirkungsvollste Unterstützung, die wir leisten können, die Hilfe zur Selbsthilfe (durch Handel) ist. Daher unterstützen wir die Initiative „Cotton made in Africa“ der Aid by Trade Foundation und investieren in das Know-how von über 660.000 afrikanischen Kleinbauern.

Rechnet man die Familienangehörigen dazu erreicht Cotton made in Africa derzeit mehr als 5 Mio. Menschen in Sambia, Mosambik, Malawi, Simbabwe, Ghana, Burkina Faso, Uganda, Tansania, Äthiopien, Kamerun und der Elfenbeinküste.

Die Stiftung „Cotton made in Africa“ schult Kleinbauern in Bezug auf moderne, effiziente sowie umweltschonende Anbaumethoden und verbessert so ihre Lebenssituation



PARTNER AUF AUGENHÖHE

Der neuartige Ansatz der Entwicklungszusammenarbeit: Die Stiftung schickt keine Spendengelder nach Afrika, sondern fördert die stabile Nachfrage für nachhaltig angebaute Baumwolle auf dem Weltmarkt. Sie schult die Kleinbauern in Bezug auf moderne, effiziente sowie umweltschonende Anbaumethoden und verbessert so die Lebenssituation der Farmer und ihrer Familien. Zudem setzt sich die Initiative für die ökologische Situation in den Anbaugebieten ein. Der Erhalt und Schutz von Primärwäldern, Naturreservaten und der Bodenfruchtbarkeit haben dabei Priorität. Hauptansatzpunkt der Initiative ist die Wettbewerbsfähigkeit der afrikanischen Baumwolle und somit auch der wirtschaftliche Erfolg der Kleinbauern. Wichtig: Baumwolle mit dem »Cotton made in Africa«-Label ist nicht bio, aber nachhaltig angebaut – unter anderem durch sparsamen Einsatz von Wasser, schonenden Einsatz von Pestiziden sowie bodenverbessernden Maßnahmen wie Erosionsschutz, Fruchtwechsel und Kompostnutzung.

Zusammen mit mehr als 20 Partnern (darunter Puma, s.Oliver, Tchibo, C&A oder die Otto group) beziehen wir für unsere Kollektionen die nachhaltig angebaute Baumwolle von den geförderten Kleinbauern. Wir erwerben das Material zu gängigen Weltmarktpreisen und führen eine Lizenzgebühr an die Stiftung ab, die für Schulungen und soziale Projekte eingesetzt wird, z. B. für die „Farmer Business Schools“, in denen die Bauern die grundlegenden BWL-Kenntnisse erwerben oder auch für die „Cotton Women Clubs“. Im Gegensatz zum Fairtrade Certified Cotton gibt es keine festgesetzten Mindestpreise für die CmiA-Bauern; die Preise unterliegen den Marktschwankungen.

Wir tragen Verantwortung.

NACHHALTIGES
WIRTSCHAFTEN



Auf einen Blick*

› Gründungsjahr CmiA: 2005

› Gründer: Dr. Michael Otto

› Anzahl der Kleinbauern: 476.000

› Anbaufläche: 633.103 Hektar

› CmiA-Baumwolle (in t): 171.000

› Mehr Infos auf www.cotton-made-in-africa.com

(*Quelle: www.cotton-made-in-africa.com, 2014)



MIT COTTON MADE IN AFRICA WASSER SPAREN UND TREIBHAUSEMISSIONEN REDUZIEREN

Auf der einen Seite wird Baumwolle immer wieder für seine hohe Strapazierfähigkeit und seine hautsympathischen Trageeigenschaften gelobt. Auf der anderen Seite hat konventionell angebaute Baumwolle aber eine erschreckende Ökobilanz: Die Produktion eines einzelnen T-Shirts (vom Anbau über die Herstellung, bis hin zu Transport und Nutzung) kostet durchschnittlich 2.700 Liter Wasser, kann aber auch auf bis zu 15.000 Liter Wasser ansteigen. Bei der CO₂-Emission kann man (ohne die Nutzung) pro T-Shirt von 6-7 kg CO₂ ausgehen. Der mit Abstand höchste Energie-Einsatz wird beim Färben aufgewendet.

Da der Baumwollanbau bei Cotton made in Africa ausschließlich im Regenfeldbau betrieben wird, kann komplett auf künst-

liche Bewässerung verzichtet werden, was sich in einem Wert von Null Kubikmetern Frischwasser-Wasserverbrauch niederschlägt. Beim Anbau von CmiA-Baumwolle fallen nur 1,9 kg Treibhausgas-Emissionen an – im Gegensatz zu 4,6 kg bei konventionell angebaute Baumwolle. Afrikanische Baumwolle hat somit nachweislich einen geringeren ökologischen Fußabdruck!



Wasser ist in Afrika ein kostbares Gut. Der Baumwollanbau bei „Cotton made in Africa“ wird ausschließlich mit Regenwasser betrieben.

MODE MIT GUTEM GEWISSEN

Kleidung aus Baumwolle ist in Deutschland – nicht nur im Baby- und Kleinkindbereich – ein sehr gefragter Massenartikel. Die Produktionsbedingungen von Baumwolle in den Herkunftsländern, die Anbauggebiete der Baumwollpflanze sowie die Lebensumstände der Kleinbauern sind oftmals nicht bekannt, all diese Faktoren sind jedoch maßgeblich für den Preis der Rohbaumwolle.

Je mehr Kleinbauern in die Initiative integriert werden, umso größer das Angebot an CmiA-Baumwolle – je mehr Konsumenten für Cotton made in Africa gewonnen werden, umso größer und stabiler die Nachfrage. So wächst die Rolle der nachhaltig produzierten Baumwolle aus Subsahara-Afrika im Weltmarkt und erhält ein positives Gewicht.

Waren es 2007 erst 400.000 Teile, die mit Cotton made in Africa auf den deutschen Markt gebracht wurden, so konnten 2013 rund 35 Mio. Kleidungsstücke abgesetzt werden – Tendenz steigend. Wir bei Ernsting's family haben derzeit pro Geschäftsjahr fast 1 Million Artikel aus Cotton made in Africa im Angebot.

„Die Idee, soziale Probleme mit wirtschaftlichen Mitteln zu lösen, halten wir für sinnvoll. Wir bei Ernsting's family sind bekannt für unsere preisgünstige und zugleich qualitativ hochwertige Mode. Mit unserem Engagement bei Cotton made in Africa können wir unseren Kundinnen und Kunden hohe Baumwollqualität zu fairen und vor allem fair gehandelten Preisen bieten. Anhand der guten Verkaufsquote unserer CmiA-Styles und dem positiven Feedback zu der Kooperation sehen wir, dass unsere Kundinnen und Kunden hochmotiviert sind, unseren Beitrag zu einer Verbesserung der Lebens- und Arbeitsverhältnisse afrikanischer Bauern zu unterstützen. Für unsere Kundinnen und Kunden, für Cotton made in Africa und für uns ergibt sich daraus eine perfekte Win-Win-Win-Situation.“

Dagmar Heuer,
Geschäftsführerin Beschaffung



Wir tragen
Verantwortung.

NACHHALTIGES
WIRTSCHAFTEN

FAIRER HANDEL für eine bessere Zukunft

ERNSTING'S FAMILY SETZT SEIT ANFANG 2013
AUF FAIRTRADE-BAUMWOLLE



Sicher hat der eine oder andere von Ihnen schon mal Fairtrade-Kaffee getrunken oder im Supermarkt vor Reis, Schokolade oder Bananen mit dem bekannten Siegel gestanden. Vielleicht ist Ihnen aufgefallen, dass es seit Januar 2014 nun auch bei Ernsting's family Produkte aus Fairtrade-Baumwolle gibt und Sie haben sich gefragt, warum Ernsting's family sich für den so genannten fairen Handel stark macht? Worum geht es eigentlich genau bei Fairtrade? Und wem wird geholfen? Gern möchten wir ein wenig Licht ins Dunkel bringen, da wir in den nächsten Monaten und Jahren diesen Bereich noch weiter ausbauen und er ein wichtiger Bestandteil unserer CSR-Strategie (Corporate Social Responsibility – nachhaltige Unternehmensverantwortung) ist.



Fairer Handel und langfristige Geschäftsbeziehungen ermöglichen Kleinbauern in Entwicklungsländern bessere Lebensbedingungen.



Reichtum und Ressourcen sind ungleich verteilt. Achtlosigkeit bei Produktion und Verbrauch führen nicht nur zu Umweltschäden und Klimaveränderungen, sondern bedrohen durch deren Folgen wie Hunger, Armut und Krankheit auch menschliche Existenzen. 1992 ist der Verein TransFair gegründet worden, um Bauern- und Arbeiterfamilien im globalen Süden Wege aus der Armut aufzuzeigen. Benachteiligten Produzenten in Entwicklungsländern wird eine bessere Position auf dem Weltmarkt verschafft, damit sie über einen fairen Handel aus eigener Kraft und auf Augenhöhe ihre Lebenssituation dauerhaft verbessern können.



Das Prinzip ist simpel und schnell zusammengefasst: Der Bauer ist Mitglied einer nach Fairtrade-Standards kontrollierten Kooperative. Über die Kooperative wird die Ernte, z.B. Bananen, an einen Importeur verkauft, der den festgelegten Fairtrade-Mindestpreis und die -Prämie zahlen muss. Der deutsche Konsument zahlt für das Fairtrade-gesiegelte Produkt ebenfalls einen höheren Preis als für konventionelle Bananen. Er weiß aber, dass sich durch seine Kaufentscheidung die Lebensbedingungen in den südlichen Entwicklungsländern verbessern. Das Fairtrade-Siegel steht dafür, dass die Produzentenorganisation einen festgelegten Mindestpreis sowie eine Prämie zur Finanzierung von Gemeinschaftsprojekten erhält und steht somit für ein anderes, ein gerech-

tes Handelskonzept: Fairer Handel, der langfristige Partnerschaften und Geschäftsbeziehungen, gesunde Arbeitsbedingungen, maßvollen Umgang mit Ressourcen, faire Preise und geregelte Einkommen für die Menschen in Entwicklungsländern beinhaltet.

Das Fairtrade-System funktioniert über ein weit verzweigtes und weltweit agierendes Netzwerk, das bei der zertifizierten Kleinbauernkooperative in Sri Lanka, Bolivien, Kenia, Indien oder Ägypten beginnt, über fortlaufende Kontrollen der Fairtrade-Standards bei Exporteuren, Importeuren und Herstellern weitergeht und bei der Vergabe der Lizenzen und des Fairtrade-Siegels für Unternehmen und ausgewählte Produkte endet.

Die für alle verbindlichen Fairtrade-Standards setzen sich übrigens aus den drei Säulen Soziales, Umwelt und Ökonomie zusammen und sind gewissermaßen das A und O des Fairtrade-Systems. Die Anforderungen umfassen neben Mindestpreisen und -prämie den Arbeitsschutz, das Verbot von Ausbeutung und Diskriminierung sowie von illegaler Kinder- und Zwangsarbeit, die ressourcen- und umweltschonende Produktion, die Förderung des Bio-Anbaus (ist nicht verpflichtend!), die Einhaltung von Sicherheitsvorkehrungen, stabile Einkommen und last but not least die Beratung und Unterstützung der Produzenten.

Wir tragen Verantwortung.

NACHHALTIGES
WIRTSCHAFTEN

ÜBER 1,5 MIO BAUERN UND ARBEITER PROFITIEREN WELTWEIT VOM FAIRTRADE-SYSTEM



DAS SORTIMENT DER FAIRTRADE-PRODUKTE UMFASST FAST 20 KATEGORIEN. NEBEN KAFFEE GEHÖREN BEISPIELSWEISE SCHOKOLADE UND ROSEN, ABER AUCH TEXTILIEN ZU DEN WARENGRUPPEN. SEIT ZWÖLF JAHREN WÄCHST FAIR-TRADE JÄHRLICH IM ZWEISTELLIGEN BEREICH.

Derzeit arbeiten rund 1.000 Kleinbauernorganisationen und Plantagen weltweit mit diesen Standards (siehe Weltkarte).

Das Sortiment umfasst mittlerweile fast 20 Kategorien. Neben Kaffee als Fairtrade-Produkt mit der größten Vielfalt und Verbreitung sowie den besten Umsätzen gehören Rosen, Südfrüchte, Reis, Schokolade, aber auch Textilien und Eiscreme zu den wichtigsten Warengruppen. Hätten Sie gedacht, dass 2014 in Deutschland allein 827 Mio

Euro mit Fairtrade-gesiegelter Ware umgesetzt wurden? Dies entspricht einem Plus von 26 % zum Vorjahr. Die Prämieinnahmen für die Produzentenorganisationen stiegen um 30 % auf über 12 Mio Euro. Mittlerweile tragen mehr als 30.000 Produkte weltweit das Fairtrade-Siegel.

Wir freuen uns, dass wir nun auch mit Textilien aus fair gehandelter Baumwolle aus Indien ein Teil der Fairtrade-Familie geworden sind. Wir verkaufen zunächst T-Shirts und Langarmshirts für Damen und Kinder, werden das Sortiment aber kontinuierlich ausbauen.

Acht von zehn Konsumenten kennen das Fairtrade-Siegel, fast 95 % der deutschen Bevölkerung vertrauen ihm, wie eine Studie des Meinungsforschungsinstituts GlobeScan ergab. Fairtrade ist damit eine der bekanntesten Produktauszeichnungen überhaupt. Aber auch wenn der Verbraucher zunehmend ethische Kriterien in seine Kaufentscheidung einbezieht, sind 2011 in Deutschland gerade einmal fünf Euro pro Kopf für Fairtrade-Produkte ausgegeben worden. Da ist noch Luft nach oben ...

Verantwortungsvoller Konsum ist nicht unbedingt eine Frage des Geldes. Der Kunde von heute möchte Produkte kaufen, die unter sozialen Aspekten produziert wurden, die Umwelt schonen und dennoch erschwinglich sind. Mit fast 1.800 Filialen und monatlich fast 2,5 Mio. Besuchern unseres Online-Shops können wir hier einen substantiellen Beitrag leisten, um den Fairtrade-Gedanken ebenso wie nachhaltige Produkte im allgemeinen noch erfolgreicher zu machen und so gemeinsam durch faires Handeln fairen Handel an einer besseren zu arbeiten.



Wir tragen Verantwortung.

COTTON MADE IN AFRICA UND FAIRTRADE – wie unterscheiden sich die beiden Initiativen?



Seit 2010 sind wir Partner von Cotton made in Africa. Anfang 2014 sind wir mit ersten Artikeln aus Fairtrade-zertifizierter Baumwolle gestartet. Beide Themen sind in Deutschland mittlerweile relativ bekannt, vor allem das Fairtrade-Siegel gehört zu den Labels, die im Handel am weitesten verbreitet sind. Dennoch führen beide Initiativen immer wieder zu Rückfragen von interessierten Kundinnen und Kunden, aber auch Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern und deren Familienmitgliedern.

HILFE ZUR SELBSTHILFE

Sowohl Fairtrade Baumwolle als auch Cotton made in Africa haben das Ziel den Anbau von Baumwolle für Menschen und Umwelt so verträglich wie möglich zu gestalten, die sozialen, ökonomischen und ökologischen Lebensumstände von Kleinbauern mithilfe von nachhaltig produzierter Baumwolle zu verbessern und ihr Wirtschaften auf eine nachhaltige Grundlage zu stellen.

Während sich Cotton made in Africa auf Subsahara-Afrika spezialisiert hat und heute rund 660.000 afrikanische Kleinbauern in Sambia, Mosambik, Malawi, Simbabwe, Ghana, der Elfenbeinküste und jetzt auch im Kamerun unterstützt, agiert Fairtrade hauptsächlich in Indien und Westafrika. Allein in Westafrika sind mehr als 15 Millionen Menschen von der Baumwollproduktion abhängig und für

viele ist sie die einzige Einnahmequelle. Auf dem Weltmarkt müssen die afrikanischen und indischen Produzenten direkt mit den großen Produzenten der Baumwollindustrie (USA und China) konkurrieren.

Wichtig: Beide Ansätze stehen sich nicht konkurrierend gegenüber sondern ergänzen einander!!

Sowohl Cotton made in Africa als auch Fairtrade geben einen Katalog an Nachhaltigkeitskriterien (ILO-Kernarbeitsnormen) vor, den die beteiligten Kleinbauern und Bauerngruppen einhalten müssen. Diese Prinzipien werden im Rahmen einer Verifizierung (CmiA) bzw. Zertifizierung (Fairtrade) in den Produktionsländern überprüft:

Bei Fairtrade beispielsweise überprüft eine unabhängige Zertifizierungsorganisation (FLO-Cert) den Anbau auf den Feldern. Ein Teil der Fairtrade Baumwolle wird zusätzlich auch nach Bio-Standards angebaut.

Cotton made in Africa lässt die Einhaltung der Verifizierungskriterien vom Anbau der Baumwolle bis einschließlich der Verarbeitung in den Entkörnungsanlagen von den unabhängigen Verifizierern AfriCert und EcoCert kontrollieren.

VIELE WEGE FÜHREN ZUM ZIEL

Die Unterschiede zwischen den Cotton made in Africa und Fairtrade certified cotton ergeben sich durch die unterschiedlichen Geschäftsmodelle:

Fairtrade definiert in seinen Standards einen fairen **MINDESTPREIS** für Baumwolle, der von den Unternehmen gezahlt werden muss. Liegt der Weltmarktpreis oder der lokale Preis über dem Mindestpreis, zählt der höhere Marktpreis. Dazu kommt noch eine Fairtrade-Prämie, aus der die zertifizierten Bauerngruppen **GEMEINSCHAFTS- ODER INFRASTRUKTUR-PROJEKTE** finanzieren können. Die Fairtrade-Standards schreiben vor, dass die Fairtrade-Baumwolle über die gesamte Lieferkette rückverfolgbar sein muss – das heißt alle Kettenglieder der Verarbeitung müssen erfasst sein.

Cotton made in Africa Baumwolle wird zu **WELTMARKTPREISEN** gehandelt und ist somit den marktüblichen Schwankungen unterlegen. Die Lizenzgebühr, die die Unternehmen an die Stiftung abführt und die in die Projektarbeit reinvestiert wird, wird erst am Ende der textilen Wertschöpfungskette erhoben. Mit den Lizenzentnahmen finanziert die Stiftung **LANDWIRTSCHAFTLICHE SCHULUNGEN**, in denen die Kleinbauern effiziente und umweltschonende Anbaumethoden nach den CmiA-Verifizierungskriterien erlernen, um die Ernteerträge und damit das verfügbare Einkommen der Kleinbauern zu verbessern.

Dazu kommen „Farmer Business Schools“, die den Kleinbauern einfache betriebswirtschaftliche Kenntnisse vermitteln. Sie helfen ihnen dabei, ihre Betriebe wirtschaftlich erfolgreich zu führen. Alle Bauern, die bei Cotton made in Africa mitmachen, sollen in die Lage versetzt werden, ihren Kindern den Schulbesuch zu ermöglichen.

Gemeinsam mit Unternehmenspartnern, Baumwollgesellschaften und der öffentlichen Hand investiert die Aid by Trade Foundation auch in Sozialprojekte, die zum Beispiel die schulische Infrastruktur in den Projektregionen verbessern oder Frauenkooperativen unterstützen.

ZUDEM GIBT ES KLEINERE UNTERSCHIEDE IM ANBAU DER BAUMWOLLE.

Da der Baumwollanbau bei Cotton made in Africa ausschließlich im **REGENFELD-ANBAU** betrieben wird, kann komplett auf künstliche Bewässerung verzichtet werden, was sich in einem Wert von Null Kubikmetern Frischwasser-Wasserverbrauch niederschlägt. Beim Anbau von Cotton made in Africa-Baumwolle fallen nur 1,9 kg Treibhausgas-Emissionen an – im Gegensatz zu 4,6 kg bei konventionell angebaute Baumwolle. Afrikanische Baumwolle hat somit nachweislich einen geringeren ökologischen Fußabdruck als herkömmliche Baumwolle! Cotton made in Africa versucht den Einsatz von Pestiziden zu reduzieren und verbietet genetisch verändertes Saatgut.

Die Baumwolle mit dem Fairtrade-Siegel stammt aus Burkina Faso, Peru, Indien, Kamerun, Senegal, Ägypten und Mali. Dort wird sie von Hand gepflückt und natürlich bewässert. Fairtrade fördert einen langfristig nachhaltigen Entwicklungsprozess, sowie umweltfreundliche Anbau- und Verarbeitungsmethoden. Zudem wird bei der Baumwollproduktion keine genmanipulierte Saat verwendet. Die Förderung des biologischen Anbaus spielt eine besondere Rolle. In Westafrika und Indien ersetzen bereits viele Produzenten chemisch-synthetisch hergestellte Düngemittel und Pestizide durch organische Dünger und standortgerechte Bewirtschaftung. Statt Unkrautvernichtungsmitteln werden Nützlinge angepflanzt.





Erfolgreicher Start ... für unsere Topomini PURE COLLECTION

Mit der neuen Topomini Kollektion geht Ernesting's family in zweierlei Hinsicht neue Wege: modisch und nachhaltig. Unter dem Motto „Natürlich Wohlfühlen“ haben wir zu Jahresbeginn 2015 eine Topomini Kollektion der besonderen Art vorgestellt.

Die Pure Collection ergänzt ab sofort einmal pro Quartal im Babybereich das bisherige Sortiment und zeigt eine ganz neue Facette von Ernesting's family. Sie steht für ein modernes, zurückhaltendes Design gepaart mit hochwertiger Bio-Baumwolle und strengen Nachhaltigkeitskriterien. So gehen wir gleich in zweierlei Hinsicht neue Wege. Denn nicht nur das Design stellt eine echte Neuheit in Sortiment dar. Es ist auch die erste 100% GOTS-zertifizierte Kollektion bei Ernesting's family. Damit setzten wir einmal mehr ein Zeichen für nachhaltiges Engagement und ökologische sowie soziale Verantwortung. Der Global Organic Textile Standard (GOTS) ist weltweit anerkannt und eines der

strengsten Siegel im Textilhandel. Er garantiert nicht nur den ökologischen Status ab dem Anbau der Bio-Rohmaterialien, sondern zertifiziert zudem auch eine umweltschonende und sozial verantwortliche Herstellung und Verarbeitung der Bekleidung - über die gesamte textile Wertschöpfungskette.

Eltern wissen nachhaltige Mode für ihre Kleinsten zu schätzen und finden Gefallen an den neuen Ideen unseres Design Teams. Denn trotz höherer Verkaufspreise war die Einführung ein voller Erfolg. Dementsprechend zufrieden zeigt sich unser Geschäftsführer für den Bereich Sortimente Oliver Haller mit dem Start:



„Die neue Topomini Pure Collection wurde von unseren Kundinnen und Kunden bereits vom ersten Verkaufstag an sehr gut nachgefragt und hat unsere Erwartungen mehr als erfüllt! Neben dem nachhaltigen Anspruch begeistert die Kundin auch die zurückhaltende und moderne Handschrift dieser Kollektion.“

Kollektion steht für puristisches und stylisches Design mit herausragender Qualität

Das Design der Kollektion zeichnet sich durch eine natürliche Farbgebung mit neutralen Tönen wie Creme, Beige, Dunkelblau und Grau aus, die je nach Saison durch gedeckte Rosa- und Bleunuanen oder erdige Braunschattierungen ergänzt werden. Sie ist zeitlos und weitestgehend geschlechtsneutral. Alle Artikel sind ebenso puristisch wie stylish und bestechen durch eine herausragende Qualität.

Juli 2015: Ernesting's family bringt seine dritte Pure Collection unter dem Motto „Natürlich Wohlfühlen“ auf den Markt und zeigt, wie schön die Kombi aus nachhaltiger und trendiger Baby-Mode sein kann. Für Jungen hält die Kollektion Cargo-Hosen und Streifenshirts mit aufgesetzten Taschen bereit. Hinzukommen lässige Jogging-Pants und kuschelige Sweatjacken sowie Pullover und Bodys mit Bärenmotiven. Bei den kleinen Mädchen geben Häkel- und Spitzenverzierungen Kleidern und Strickjacken eine verspielte Note. Gerade für Kleider sind die flauschigen Strumpfhosen und Leggings die perfekte Ergänzung. Erhältlich sind die Artikel in den Größen 56-68 und 74-92. Die Kollektion wird im Online Shop und in ausgewählten Filialen angeboten.



Unter anderem mit diesen Highlights ging die Pure Collection in die zweite Runde.

Transparenz steht im Fokus

Jeder GOTS zertifizierte Artikel trägt eine Prüfnummer auf dem separaten Etikett, mit der der gesamte Herstellungsprozess online rückverfolgt werden kann. So hat der Verbraucher die größtmögliche Transparenz und ein Gütesiegel für nachweislich unbedenkliche Textilien aus nachhaltiger und sozial verantwortlicher Produktion. Das GOTS-Label ist zeitlich befristet und wird jährlich überprüft. Kontrollen werden von unabhängigen Instituten auch unangekündigt durchgeführt, Verstöße werden geahndet. Die Vergabekriterien und -verfahren sind für jeden auf der GOTS Website frei zugänglich.

GOTS umfasst auch alle Accessoires des jeweiligen Produkts, d.h. auch Knöpfe, Reißverschlüsse oder Applikationen unterliegen den gleichen strengen Prüfkriterien. Auf sämtlichen Stufen der Verarbeitungskette von der Näherei bis zur Lagerung bei Ernesting's family muss garantiert sein, dass ökologische und kon-

ventionelle Fasern nicht vermischt und somit nicht kontaminiert werden. Es dürfen nur solche Farbstoffe, Aufheller und chemische Hilfsmittel verwendet werden, deren Hautverträglichkeit und Auswirkung auf das Ökosystem geprüft und als unbedenklich eingeschätzt wurden. So wird beispielsweise nicht mit schädlichen chlorhaltigen Chemikalien, sondern mit Sauerstoff gebleicht.

Außerdem müssen alle mit GOTS zertifizierten Unternehmen und Lieferanten ein schriftlich niedergelegtes Konzept zum betrieblichen Umweltmanagement nachweisen. Schwerpunkte sind hier Strategien zur Reduzierung von Abfall, die Abwasseraufbereitung sowie die ordnungsgemäße Entsorgung der chemischen Hilfsmittel. Selbstverständlich müssen alle Lieferanten die sozialen Mindestkriterien auf der Grundlage der Kernnormen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) erfüllen.

A photograph of a woman with blonde hair and a young girl with brown hair, both smiling and looking towards the camera. They are in a field of yellow flowers, possibly daisies, with a soft-focus background. The image is used as a background for a text overlay.

Umwelt und Energie

» WIR HABEN DIE ERDE
NICHT VON UNSEREN
VORFAHREN GEERBT,
SONDERN VON UNSEREN
KINDERN GELIEHEN. «

Sitting Bull,
Sioux-Indianer



Garantiert sauber:
Umfangreiche Labor-
tests und das Label
„Textiles Vertrauen“
bestätigen die
Qualität unserer
Baby-bekleidung.

Ein gutes Gefühl



Um Ihnen tagtäglich ein besonders gutes Tragegefühl zu ermöglichen, entspricht unser gesamtes Textilsortiment den Vorgaben des Öko-Tex Standard 100. Damit Sie auch ganz sicher sein können, dass Ernesting's family die Gesundheit Ihrer Kinder ernst nimmt, ist unser Baby-Sortiment entweder nach Öko-Tex Standard 100 produziert und zertifiziert oder wurde von unabhängigen Prüfinstituten geprüft. Dabei gilt: Je intensiver der Kontakt zwischen Stoff und Haut (und je empfindlicher die Haut), desto strengere Anforderungen müssen erfüllt werden. Die Textilien, die mit Ihrem Baby in Kontakt kommen, sind nach Öko-Tex Standard 100, Klasse 1 zertifiziert. Diese Klasse umfasst Babyartikel und erfüllt die strengsten human-ökologischen Anforderungen.

Die Öko-Tex Schadstoffprüfungen umfassen rund 100 verschiedene Prüfparameter und beruhen auf internationalen Prüfnormen sowie weiteren anerkannten Testverfahren. Insgesamt gehen die Prüfkriterien deutlich über bestehende Gesetze hinaus und dienen schon häufig als Vorreiter im Hinblick auf gesetzliche Reglementierungen.

IM EINZELNEN UMFASST DER KRITERIENKATALOG:

- *gesetzlich verbotene Substanzen wie krebserregende Farbstoffe*
- *gesetzlich reglementierte Chemikalien wie Formaldehyd, Weichmacher, Schwermetalle oder Pentachlorphenol*
- *nach derzeitigem Wissensstand gesundheitlich bedenkliche, jedoch noch nicht gesetzlich reglementierte oder verbotene Substanzen wie Pestizide, allergisierende Farbstoffe oder zinnorganische Verbindungen*
- *Parameter wie Farbechtheiten und ein hautfreundlicher pH-Wert, die der Gesundheitsvorsorge des Verbrauchers dienen*

Aus alt mach' neu!

Bei der Verpackung und Entsorgung steht das Recycling für uns im Vordergrund. Daher nutzen wir jede Wiederverwertungsmöglichkeit unserer Transportverpackungen und Kleiderbügel.



Kleiderbügel, Kartonagen und Versandtaschen – bei einem Textilfilialisten mit fast 1.800 Filialen und einem hochfrequentierten Online-Shop sind viele Verpackungsmaterialien im Einsatz. Um unsere Umweltressourcen zu schonen, nutzen wir jede Möglichkeit, Materialien einzusparen oder diese wiederzuverwerten bzw. zu recyceln.

Kleiderbügel im Kreislauf

Selbstverständlich ist es unser Ziel, Kleiderbügel so lange wie möglich zu nutzen. Aus diesem Grund sammeln unsere Verkäuferinnen (wir haben nur weibliches Verkaufspersonal) die gebrauchten Bügel in den Filialen, um sie dann einer Prüfung hinsichtlich ihrer Wiederverwertbarkeit zur Verfügung zu stellen. „Gute“ Bügel nutzen wir weiter. Die Wiederverwendungsquote beträgt ca. 50 Prozent. Schlecht erhaltene Bügel werden geschreddert und als Granulat (Rohstoff) dem Neuproduktionsprozess von Bügeln zugeführt.

Bewusst Verpacken

Ob Online Shop Bestellungen oder interne Lieferungen: Wir achten stets darauf, so wenig Verpackungsmaterial wie möglich zu benutzen. Bei der Entsorgung achten wir streng auf die korrekte Trennung und lassen die Materialien durch ein spezialisiertes Entsorgungsunternehmen soweit wie möglich zur Wiederverwendung aufbereiten.

Seit 2013 sind unsere Kunststofftragetaschen aus recyceltem Plastik. Altfolie wird zu Granulat verarbeitet, dem Grundstoff, aus dem sie ursprünglich entstanden ist. Dafür tragen sie das Ökolabel "Blauer Engel". Damit ist sichergestellt, dass die Taschen zu mindestens 80 Prozent aus Altkunststoffen bestehen. Das spart nachwachsende Rohstoffe wie Erdöl ein und hilft, schädliche CO₂-Emissionen zu minimieren.



Wir tragen Verantwortung.

NACHHALTIGES WIRTSCHAFTEN



ERNSTING'S FAMILY EXPANDIERT IN GRÜN

*Dank eines zentral gesteuerten
Energiesparprogramms
identifizieren und nutzen
wir maximale Einsparungs-
potenziale*

„Unsere Filialen werden grün“. Seit 2007 optimieren wir neben bestehenden insbesondere neue Filialen hinsichtlich ihrer Energieeffizienz. Heizung, Kühlung, Lüftung und Beleuchtung der Filialen werden über die Firmenzentrale gesteuert und auf ihre Effizienz geprüft. So können „Energiefresser“ identifiziert und vermieden werden. Bis dato konnten wir bereits in 1.000 von fast 1.800 Filialen wesentliche Energieeinsparungen erzielen. Und in jedem Geschäftsjahr kommen ca. 200 Filialen hinzu!

Um das Programm zum Erfolg zu führen, muss das gesamte Unternehmen an einem Strang ziehen. Wir haben viel Zeit investiert, um zusammen mit unseren Verkäuferinnen sowie den Gebiets- und Verkaufsleiterinnen und -leitern eine zufriedenstellende Arbeitssituation in unseren Filialen zu schaffen, die von allen getragen wird.

Zentral gesteuert und dadurch effizient: Die Energienutzung in den Filialen



Bei der Auswahl neuer Immobilien achten wir darauf, dass die anzumietenden Gebäude energetische Mindestanforderungen erfüllen und sprechen mit den Vermietern über Optimierungsmöglichkeiten, wie z. B. den Austausch von Tür- und Fensteranlagen.

Jede neue Filiale wird mit modernsten technischen Anlagen ausgestattet. Allein stehende Immobilien in Citylagen werden praktisch entkernt und mit unserer intelligenten Haustechnik ausgestattet. Aber auch in Filialen, die sich in Einkaufszentren befinden, bemühen wir uns um eine möglichst hohe Energieeinsparung und bauen als Mindestmaßnahme unser Elektropaket mit zentraler Steuerung ein. Der am Anfang hohe Investitionsaufwand rechnet sich bereits mittelfristig aufgrund der geringeren Bewirtschaftungskosten.

Ein webfähiger Regler als Schnittstelle zwischen Firmenzentrale und Filiale ermöglicht, dass praktisch alle technischen Prozesse via Internet zentral kontrolliert und gesteuert werden können. Mit Hilfe von Anlagendaten und Energieverlaufskurven kann der Filialzustand so energieeffizient reguliert werden. Auf Basis von im Vorhinein festgelegter Parameter steuert der Regler automatisch die Temperatur in Abhängigkeit von Tages- und Jahreszeiten sowie das Licht inner- und außerhalb der Verkaufszeiten. Das Verkaufsteam kann sich also ganz auf den Verkauf konzentrieren.

Intelligente Beleuchtung spart Energie

Um die Ware in einem möglichst vorteilhaften Licht zu präsentieren, haben wir in intensiver Zusammenarbeit mit über 15 Leuchtenherstellern ein System von Leuchten entwickeln können, die eine optimale Ausleuchtung der Verkaufsfläche erzielen, aber mit einer Leistung von lediglich 35 Watt sehr sparsam im Verbrauch sind.

Energieeinsparung trotz Expansion



In den fünf zurückliegenden Geschäftsjahren konnten wir ca. 9,4 Millionen Kilowattstunden Strom einsparen und den CO₂-Verbrauch um 5,8 Millionen Kilogramm reduzieren. Diese Werte entsprechen zusammen ca. 39 Millionen PKW-Kilometern (bei 150g/km).

Obwohl wir vom Geschäftsjahr 2010/2011 zum Geschäftsjahr 2011/2012 einen Flächenzuwachs von 7% verzeichnen und zusätzlich fast 500 Filialen „elektrisch“ beheizen und kühlen, ist der Gesamtenergiebedarf an Strom dank unseres Programms um nur ca. 4% angestiegen. Diese nachweislichen Erfolge motivieren uns, weiterzumachen.



Spezielles Leuchtensystem sorgt für optimale Ausleuchtung bei minimalem Verbrauch.



Verkaufsfläche mit 150 Watt-Metaldampfleuchtmitteln –
Intelligente Beleuchtung spart Energie



Unser Ziel: Über 1700 grüne Filialen

Unser Ziel für die Zukunft ist es, sukzessiv alle Filialen in die zentrale technische Bewirtschaftung einzubinden. Dazu gehört die Optimierung aller Prozesse, von der Anmietung über die Errichtung und Instandhaltung bis hin zum Rückbau einer Filiale als ganzheitliche zentral gesteuerte Lösung. Unter dieser Prämisse schulen wir Techniker und Handwerker, denn nur auf Grundlage einer qualitativ hochwertigen Ausführung bei der



Errichtung einer Filiale kann später eine reibungslose und effiziente Bewirtschaftung garantiert werden. Daher beauftragen wir nur noch Betriebe, die im Vorfeld entsprechend zertifiziert wurden.

Nutzung von Grünstrom in den Filialen und Betriebsgebäuden

Der sinnvolle und sparsame Umgang mit den immer knapper werdenden Ressourcen ist eine der entscheidenden Zukunftsaufgaben unserer Gesellschaft. Auch Ernsting's family stellt sich dieser Herausforderung, denn Klimaschutz betrifft uns alle!

Wir wollen mit unserem Engagement in diesem Bereich ein deutliches Zeichen für den Klimaschutz setzen und verpflichten uns, den Ausstoß an Kohlenstoffdioxid, auch bekannt als Treibhausgas, zu minimieren, um somit die Belastung der Erdatmosphäre zu vermindern.

Durch das Verbrennen von fossilen Brennstoffen, wie Kohle, Öl und Gas, als auch durch Massenviehhaltung und Brandrodung von Wäldern, wie z.B. den Amazonasregenwald in Brasilien, entstehen Treibhausgase, die den natürlichen Treibhauseffekt verstärken und als Ergebnis Klimaveränderungen mit sich bringen.

Wie bereits in den letzten Jahren setzen wir bei der Stromversorgung auch zukünftig auf Grünstrom. Dabei erfolgt die Stromversorgung aller Filialen sowie der eigenen Betriebsgebäude, z.B. an unserem Firmensitz in Coesfeld-Lette, zu 100 Prozent aus Wasserkraft.

Zudem nutzen wir Sonnenenergie, um Strom zu erzeugen. Unser Hochregallager in Coesfeld-Lette erzeugt durch die in die Fassade integrierte Photovoltaikanlage genug Energie, um den Bedarf des Lagers vollständig abzudecken.

Dies sind einige von vielen kleinen und großen Maßnahmen, mit denen wir heute und in Zukunft einen sparsamen und verantwortungsbewussten Umgang mit den natürlichen Ressourcen sichern wollen!

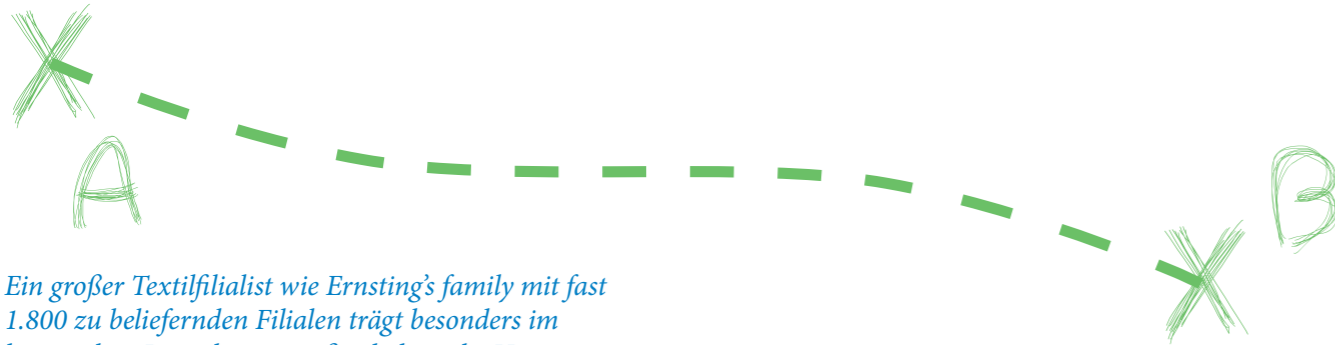


Bestätigung durch den TÜV Süd über die Nutzung von Strom aus Wasserkraft

Wir tragen Verantwortung.

VON A NACH B MIT VERANTWORTUNG

DIE ERNSTING'S FAMILY LOGISTIK



Ein großer Textilfilialist wie Ernsting's family mit fast 1.800 zu beliefernden Filialen trägt besonders im logistischen Bereich eine große ökologische Verantwortung.

Daher prüfen wir jeden Weg, jedes Fahrzeug und jede Verpackung auf ökologische Verträglichkeit und Einsparmöglichkeiten hinsichtlich Energieverbrauch und Emissionen.

So erwerben wir zum Beispiel ausschließlich **LASTKRAFTWAGEN** mit einer Zulassung nach Euro 6 Norm. Um die Aerodynamik der eingesetzten Fahrzeuge weiter zu verbessern, rüsten wir den gesamten Fuhrpark mit Dachspoilern aus. Die so erzielten Einsparungen betragen bis zu 80.000 Liter Dieselmotorkraftstoff im Jahr.

Jede einzelne Mitarbeiterin und jeder Mitarbeiter trägt Verantwortung und kann aktiv zur CO₂-Reduzierung beitragen. Dieses Verantwortungsbewusstsein fördern wir durch spezielle **ECOFAHRER-TRAININGS** in regelmäßigen Abständen, die vornehmlich der Verringerung des Kraftstoffverbrauchs dienen. Die Lastkraftwagen an den Standorten Coesfeld-Lette und Klieken werden ausschließlich mittels **REGENWASSER** gewaschen.

Das **BESCHAFFUNGSKONZEPT** unserer Ware befindet sich augenblicklich in der Umstellung. Die Überseecontainer, die auf dem Seeweg im Hamburger Hafen eintreffen, werden zukünftig mit der Bahn in Containerterminals verbracht, die sich in der Nähe unserer Logistikstandorte befinden. So müssen nur kurze Transportstrecken per Lastkraftwagen bewältigt werden. Durch diese Maßnahme wird nicht nur der Straßenverkehr entlastet, sondern auch die Umwelt geschont. Die Vorzüge des Bahntransports liegen insbesondere in der niedrigen spezifischen CO₂-Emission.

Pappe und Folie, die im Filialgeschäft sowie in betrieblichen Prozessen anfallen, werden an einen regionalen Entsorger übergeben, um eine fachgerechte Übergabe an das **RECYCLINGSYSTEM** zu garantieren. Gleiches gilt für unsere Textilien, die zum Beispiel aus Reklamationsgründen an das Zentrallager zurückgegeben werden. Auch diese werden an einen speziellen Entsorger zur Wiederverwertung weitergeleitet.



HÖHER, SCHÖNER, NACHHALTIGER!

WIE DAS HOCHREGALLAGER AM STANDORT
COESFELD ERÖFFNET WURDE ...

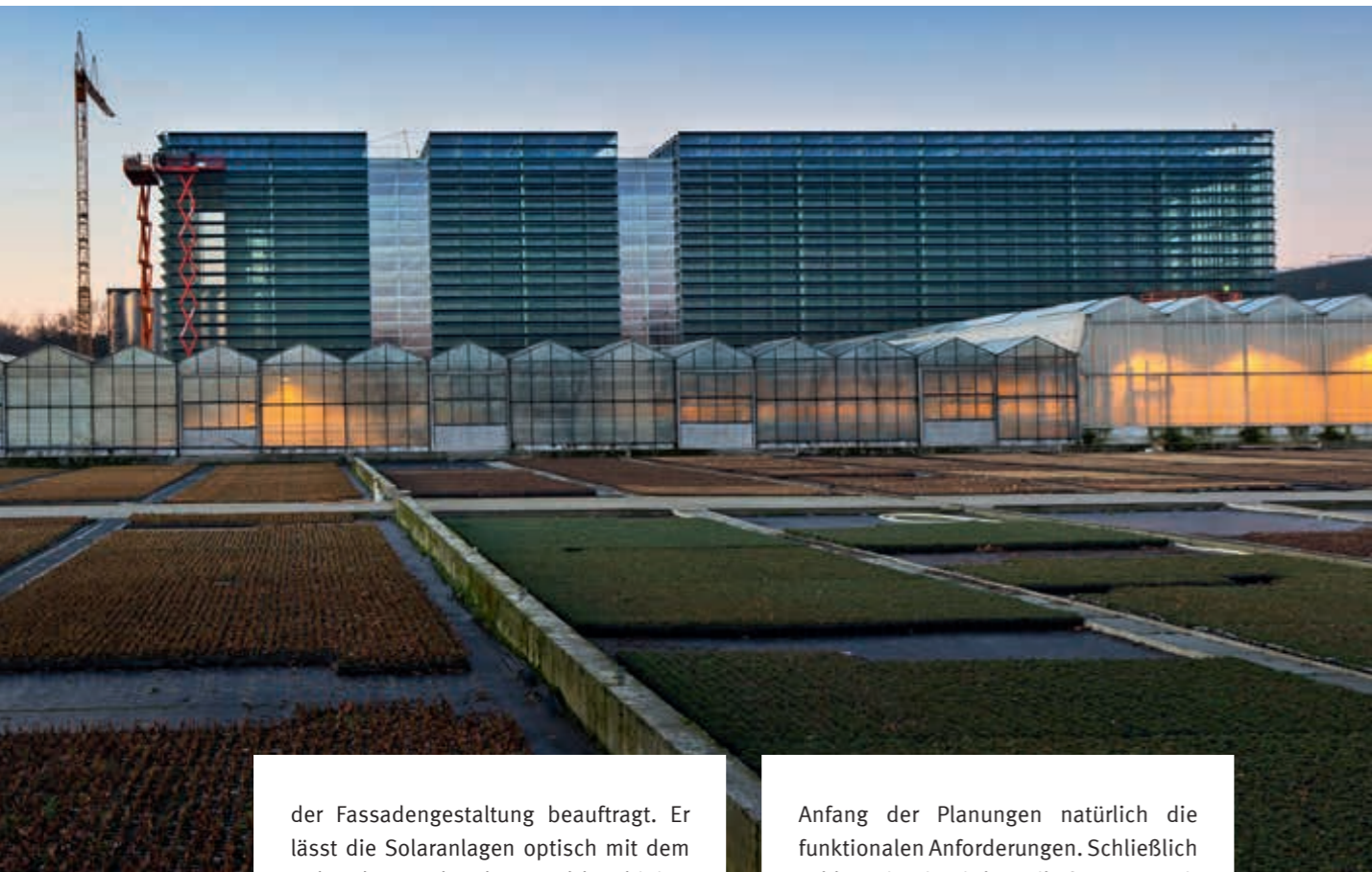
Mit einem ganz speziellen Auftrag begrüßte der Sprecher der Geschäftsführung der EHG Service GmbH, Hans Dieter Ernst im Juni 2012 die anwesenden Baubeteiligten sowie die Geschäftsführer und Gesellschafter. Sie sollten bei der bevorstehenden Führung durch das 28 Meter hohe und 5.500 Quadratmeter große Gebäude alles ganz genau in Augenschein nehmen.

Das neue Lager, das über 22.000 Palettenstellplätze verfügt und sich dank fassadenintegrierter Photovoltaikanlage energetisch vollkommen selbst trägt, wurde von allen Beteiligten mit einem Daumen nach oben freigegeben. Der versammelten Belegschaft des Service- und Vertriebs-Centers stockte kurz der Atem, als der Sohn des Unternehmensgründers, Stephan Ernsting, mit einer echt aussehenden Glasflasche die Robustheit der Photovoltaikmembranen testete. Aber alles verlief nach Plan – die Crashglas-Flasche zersprang in tausend Stücke und die offizielle Eröffnung konnte beginnen.

Hans-Dieter Ernst bedankte sich bei allen baubeteiligten Firmen wie dem Planungsbüro Vallée und Partner und dem Architekturbüro Wortmann aus Dülmen. Für die Einbindung der Solaranlagen in die Architektur wurde der bekannte Glas-Künstler Nabo Gaß aus Wiesbaden mit



Mit einem großen Fest für die gesamte Belegschaft, die Presse sowie namhafte Regional-Politiker, eröffnete Ernsting's family am Mittwoch, 20. Juni 2012, sein neues vollautomatisches Hochregallager am Hauptstandort Coesfeld-Lette.



der Fassadengestaltung beauftragt. Er lässt die Solaranlagen optisch mit dem Gebäude verschmelzen und kombiniert so das Funktionale mit dem Künstlerischen. Schaut man genauer hin, erkennt man, dass die Glasfassade aus Crashglas besteht. Diese Technik hat sich der Glaskünstler patentieren lassen und diese kommt hier erstmals zum Einsatz. Das Dach des Hochregallagers ist begrünt, so dass das Regenwasser reguliert wird und dessen Restmenge dann über Rigolen versickert. Aber nicht nur auf dem Neubau ist es grün: In den kommenden Jahren werden Wilder Wein, Efeu und Knöterich den Beton überranken und für ein einmaliges Erscheinungsbild sorgen.

„Das Thema ‚Nachhaltigkeit‘ ist in unseren Unternehmensgrundsätzen fest verankert und nicht nur für die nachkommende Inhaber-Generation, Karin und Stephan Ernsting, sondern auch für die Geschäftsführung sowie für alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ein wichtiger Punkt“, bekräftigte Hans-Dieter Ernst in seiner Eröffnungsrede. Das neue Hochregallager hat im ersten Jahr ca. 120.000 kw/h Strom erzeugt.

Da sich Ernsting's family auf stetigem Expansionskurs befindet, standen am

Anfang der Planungen natürlich die funktionalen Anforderungen. Schließlich zählen wir mit mittlerweile fast 1.800 Filialen in Deutschland und mehr als 65 Geschäften in Österreich zu einem der zwölf größten deutschen Textilunternehmen. Die starke Expansion führte dazu, dass in Spitzenzeiten bereits externe Lager angemietet werden mussten. Die Produkte aus diesen Lagern können nun zurückgeholt und in das neue 5.500 Quadratmeter große Gebäude gebracht werden.

Mit Hilfe vollautomatischer Fördertechnik, deren Tunnel unterirdisch verlaufen, wird das Lager mit den bereits bestehenden Warenauszeichnungs-, Umpack- und Kommissionierzonen verbunden. Alle Baustoffe sind wiederverwertbar. Als Nachweis für die besonderen ökologischen, ökonomischen und technischen Bemühungen erhielten wir die Gebäude-Zertifizierung in Gold durch die deutsche Gesellschaft für nachhaltiges Bauen (DGNB).

AKTIV FÜR DEN KLIMASCHUTZ

ALS GRÜNDUNGSMITGLIED DER CARBON PERFORMANCE IMPROVEMENT INITIATIVE (CP12) VERPFLICHTEN WIR UNS ZUR CO₂-REDUZIERUNG



Angesichts der weltweit rasant steigenden CO₂-Emissionen ist es aus unserer Sicht Zeit zu handeln. Aus diesem Grund haben wir uns als Gründungsmitglied mit acht weiteren namhaften Firmen (Hamm Reno, HSE24, Kik, Otto, QVC, s.Oliver, Tchibo und Tom Tailor) 2012 der CPI2 Initiative zur Reduzierung des klimaschädlichen Treibhausgases CO₂ verpflichtet.

Die komplexe Lieferkette ist oftmals der entscheidende Hebel, um die Treibhausgas-Emissionen eines Händlers zu senken; genau hier setzt die neue Initiative mit einem einzigartigen und handlungsorientierten Ansatz an. Dabei gilt es vor allem, unsere Produzenten miteinzubeziehen, denn der Umgang mit Energie ist in manchen Produktionsstätten recht verschwenderisch.

Über einen Internetzugang müssen die Hersteller diverse Fragen zu wichtigen Energiethemen wie beispielsweise Beleuchtung, Klimatisierung und Kompressortechnik beantworten. Zum Abschluss dieses äußerst umfangreichen Screenings werden zu jedem Themengebiet effiziente Maßnahmen

zur Energieeinsparung vorgeschlagen. Durch dieses anpassungsfähige Online Tool können pro Fabrik 50 – 100 Tonnen Treibhausgas-Emissionen eingespart werden.

Der Fokus liegt ganz stark auf praktischen Anleitungen, denn oft sind es die einfache Dinge, die dem Lieferanten nicht bewusst sind, aber einen großen Einfluss auf die Energieeffizienz einer Fabrik haben z.B. der Austausch von Glühbirnen.

Aktuell haben sich bereits mehr als 500 Fabriken dem Programm angeschlossen und der weltweiten Verringerung von negativen Umweltauswirkungen bei der Herstellung von Konsumgütern verschrieben. CPI2 hat das Ziel, die führende Umwelt-Initiative für die Supply Chain zu werden.



DEUTSCHLAND



Wir tragen Verantwortung.

NACHHALTIGES WIRTSCHAFTEN



THINK BEFORE YOU PRINT!

Auch wenn es immer wieder ins Feld geführt wird, das so genannte papierlose Büro wird eine schöne Utopie bleiben. Der Papierverbrauch nimmt stetig zu und hat sich seit 1950 sogar versiebenfacht. Mehr als 1,6 Millionen Tonnen Papier werden in Deutschland jährlich für Büro und Verwaltung benötigt, womit Deutschland neben Japan und den USA zu den Staaten mit dem größten Papierverbrauch weltweit gehört.*

Auch wir bei Ernsting's family können leider nicht gänzlich auf Papier verzichten, wir versuchen aber, weniger Papier und auch Druckerpapier zu verbrauchen. Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind angehalten, wenn möglich, beide Seiten des Papiers zu nutzen. Die meisten Drucker sind mittlerweile so eingestellt, dass sie automatisiert beidseitig drucken und kopieren (Duplex-Druck). So werden wir in Zukunft den Papierverbrauch noch weiter senken können.



Weitere Informationen finden Sie hier:

www.fsc-deutschland.de
www.pefc.de



Für unsere Flyer und Prospekte, die in einer Millionenaufgabe erscheinen, lassen wir über unsere zertifizierten Druckereien auf Papier drucken, das nachweislich aus nachhaltig bewirtschafteten Wäldern und kontrollierten Quellen stammt (s. Abb.). Mit mehr als 230 Millionen

Hektar zertifizierter Waldfläche ist PEFC weltweit eines der größten Waldzertifizierungssysteme für Holz und Holzprodukte. Die Zertifizierungsstandards basieren inhaltlich auf



den Beschlüssen von 37 Nationen, verabschiedet auf den Ministerkonferenzen zum Schutz der Wälder. Vorrangiges Ziel ist die Dokumentation und Verbesserung der nachhaltigen Waldbewirtschaftung im Hinblick auf ökonomische, ökologische sowie soziale Standards.

drucken lassen, nutzen wir nahezu ausschließlich recyclingfähiges, chlorfrei gebleichtes Papier.

Das „Forest Stewardship Council®“ ist eine unabhängige, internationale gemeinnützige Nicht-Regierungsorganisation, die 1993 in Toronto gegründet wurde. Heute ist sie in über 80 Ländern mit nationalen Arbeitsgruppen vertreten und wird unter anderem von WWF und Greenpeace unterstützt. Das abgebildete Label steht für eine ökologische und sozial verantwortliche Nutzung der Wälder mit einer unabhängigen Zertifizierung und für einen verantwortungsvollen Umgang mit Recyclingmaterialien. In Deutschland wurden bislang 200 Millionen Hektar Waldfläche zertifiziert.

Papier vermeiden ist natürlich der beste Wald- und Klimaschutz! Zum Schluss noch zwei Tipps, die auch für den Heimgebrauch gut anwendbar sind:

- immer genau überlegen, ob ein Ausdruck wirklich unerlässlich ist oder ob das Dokument nicht auch auf dem Bildschirm gelesen werden kann
- Vorlagen möglichst verkleinern, geringere Schriftgrößen wählen – so passt mehr Text auf eine Seite



Auch wenn wir für unsere fast 1.800 Filialen in Deutschland und Österreich sowie für die Mitarbeiter in der Hauptverwaltung und den Vertriebs-Centern etwas

* Quelle: Papierwende, <http://papierwende.orgewald.de/index.php?page=2-186-618>

»» MAN KANN NICHT IN DIE
ZUKUNFT SCHAUEN, ABER
MAN KANN DEN GRUND
FÜR ETWAS ZUKÜNFTIGES
LEGEN – DENN ZUKUNFT
KANN MAN BAUEN. ««

Antoine de Saint-Exupéry (1900-44),
frz. Flieger u. Schriftsteller



BRENNPUNKT Bangladesch



Auch mehr als zwei Jahren nach der Katastrophe von Rana Plaza sind die erschütternden Bilder und quälenden Erinnerungen längst nicht verblasst: Als trauriger Höhepunkt einer Reihe von Fabrikunfällen in Fernost stürzte am 24. April 2013 das achtstöckige Fabrikgebäude in Bangladeschs Hauptstadt Dhaka ein und begrub mehr als 1.100 Menschen unter sich, rund 2.500 Arbeiter (zumeist Frauen) konnten teils schwer verletzt aus den Trümmern geborgen werden. Zum Zeitpunkt des Einsturzes befanden sich mindestens 3.500 Menschen in dem einst achtstöckigen Gebäude, an dem am Tag zuvor bereits Risse im Beton sichtbar waren ...

Schuldige an dem Unglück gab und gibt es viele: Gebäudebesitzer, die gegen Bauvorschriften verstoßen und minderwertige Materialien verwenden. Ein politisches System, das die Vorschriften nicht mit der nötigen Strenge kontrolliert und von Vetternwirtschaft geprägt ist. Skrupellose Fabrikbesitzer, denen der schnelle Euro der westlichen Textilindustrie mehr wert ist als das Leben der Arbeiter und die trotz unzureichender Statik schwere Maschinen und Hochleistungsgeneratoren eingesetzt haben.



Aber auch die internationalen Modekonzerne, die in Bangladesch produzieren lassen, tragen eine Verantwortung. Die Bekleidungsindustrie ist der größte Arbeitgeber in dem Schwellenland; im vergangenen Jahr exportierte Bangladesch Kleidung im Wert von fast 15 Milliarden Euro ins Ausland. Mehr als 50 Prozent gingen nach Europa, knapp 40 Prozent in die USA. Nach China ist Bangladesch der zweitgrößte Textilexporteur der Welt. In den ca. 6.000 Fabriken arbeiten rund 4,4 Millionen Menschen, 80% davon Frauen.

SCHULTERSCHLUSS DER TEXTILINDUSTRIE

Nur wenige Wochen nach dem verheerenden Einsturz kam es zu einem bisher einmaligen Zusammenschluss der internationalen Textilbranche. Mittlerweile haben mehr als 200 Unternehmen aus mehr als 20 europäischen Ländern sowie acht Gewerkschaften den so genannten Accord on building and fire safety, ein verbindliches Brand- und Gebäudeschutzabkommen für die Fabriken in Bangladesch, unterzeichnet. Auch wenn Bangladesch nicht zu unseren größten Beschaffungsmärkten gehört und wir nur ca. 20% unseres Einkaufsvolumens von dort beziehen, haben auch wir uns dem Abkommen nach anfänglicher Skepsis im Mai 2013 angeschlossen, um die Arbeitsbedingungen und Sicherheitsstandards vor Ort nachhaltig zu verbessern. Neben Ernsting's family, Tchibo, kik und Otto gehören auch die Textil-Giganten H&M, Inditex (Zara, Bershka etc.), Bestseller (Vero Moda, Jack'n'Jones etc.), bekannte Marken wie Primark, Benetton, Esprit und G-Star sowie Aldi, Rewe, Lidl und Metro zu den Unterzeichnern.

Das Abkommen, das maßgeblich von den gewerkschaftlichen Welt-Dachorganisationen IndustriALL Global und UNI

Global sowie der Kampagne für saubere Kleidung (CCC, Clean Clothes Campaign) vorangetrieben wurde, sieht im ersten Schritt vor, den wesentlichen Anteil der großen Fabriken von Sicherheitsinspektoren checken zu lassen und notwendige Maßnahmen zur Instandsetzung einzuleiten und zu überwachen. Zudem soll es Feuerübungen für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter geben. Das bindende Abkommen gilt für die gesamte Textilbranche des Landes und für die Zeitspanne von fünf Jahren. Unternehmen, die das Abkommen unterzeichnen, verpflichten sich, auch weiterhin in den für sie produzierenden Fabriken fertigen zu lassen, auch wenn sie Mängel aufweisen. Es geht weniger um abrupt beendete Geschäftsbeziehungen als vielmehr um eine dauerhafte Unterstützung im Sanierungsprozess. Darüber hinaus sollen die Unterzeichner keine Aufträge an neue Fabriken vergeben, wenn diese die Sicherheitstests nicht bestanden haben. Sie beteiligen sich an den Kosten für notwendige Reparaturen und Renovierungen an den Gebäuden sowie an den Lohnfortzahlungen für die Arbeiterinnen, die aufgrund von Fabrikschließungen vorübergehend ihren Job verlieren.

UMFASSENDE KONTROLLEN ABGESCHLOSSEN

2014 wurden mehr als 1.500 Fabriken von den Inspektoren auf Gebäude- und Brandschutz untersucht. Dabei wurden mehr als 50.000 Mängel gefunden. Bei schwerwiegenden Gefahren für Leib und Leben der Näherinnen (hier stehen besonders die Notausgänge, Brandschutzmaßnahmen und statische Fehler im Mittelpunkt) werden die Manufakturen umgehend geschlossen. Zudem sollen konkrete Umbau- und Reparaturpläne mit einem festen Timing vorgelegt werden. Zählt man den Accord und die Alliance, die Plattform der US-Händler wie Gap etc., zusammen, mussten bis jetzt 21 Fabriken wegen schwerwiegender Mängel geschlossen werden. Die Prüfberichte werden auf einer eigenen Website kommuniziert: bangladeshaccord.org.

NOCH EINIGES ZU TUN

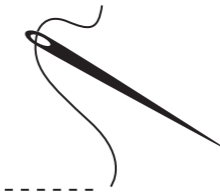
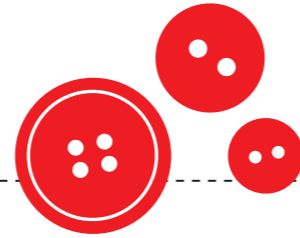
- Im Dezember wurde nach zähen Verhandlungen der Mindestlohn auf 5.300 Taka (ca. 50 Euro) angehoben, zugleich stiegen aber auch die Mieten ...
- Da die Zustimmung der Fabrikbesitzer nicht mehr notwendig ist, organisieren sich die ersten ArbeiterInnen in Gewerkschaften; bislang sind es aber weniger als 5% der ArbeiterInnen ...
- Von 40 Millionen US-Dollar, mit denen die Opfer des Einsturzes entschädigt werden sollen, sind bislang erst 15 Millionen in den Treuhandfonds eingezahlt worden ...
- Wirkliche Verbesserungen können nur in enger Zusammenarbeit mit der Regierung des Landes umgesetzt werden. So lange hier das Verständnis fehlt, Korruption an der Tagesordnung ist und die Fabrikbetreiber in entscheidenden politischen Positionen sitzen, bleibt es schwierig ...



Wir tragen Verantwortung.

NACHHALTIGES WIRTSCHAFTEN

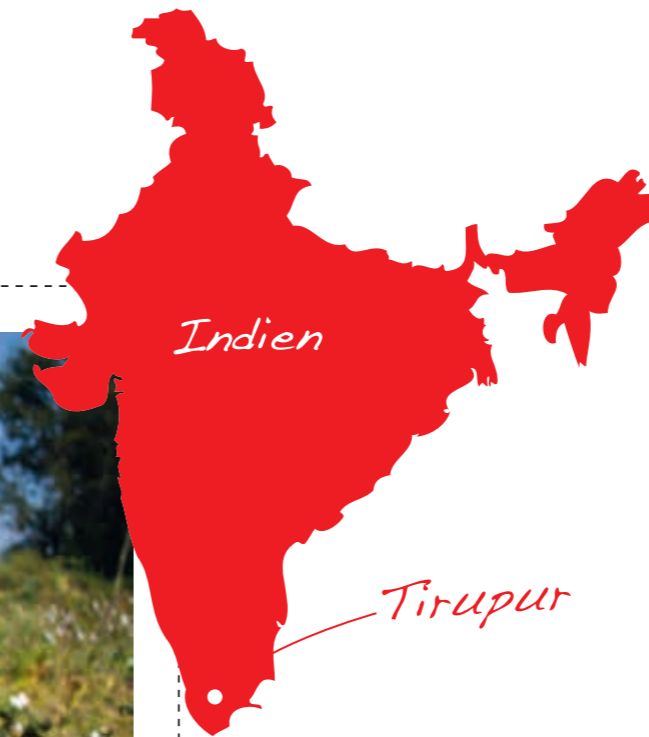
DAS SUMANGALI - SCHEMA



Indien gehört zu den weltweit größten Baumwolllieferanten; bereits im 19. Jahrhundert haben die Briten auch die Stofffertigung in der südindischen Provinz Tamil Nadu rund um das Textilzentrum Tirupur angesiedelt. Bis heute sind die verschiedenen Vorstufen der Textilproduktion (Spinnereien, Webereien, Färbereien, Nähereien) der größte Arbeitgeber der Region: fast 60 Prozent aller indischen Fabriken sind in Tirupur angesiedelt, hier arbeiten mehr als 40 Millionen Inder (zum größten Teil Frauen). Nahezu die gesamte Textilbranche (Filialisten ebenso wie Modemarken) lässt hier produzieren.



Sehr häufig trifft man in dieser Region auf das Sumangali-System (Sumangali heißt auf Tamil „schöne Braut“), bei dem die Eltern der ländlichen Bevölkerung damit gelockt werden, dass ihre jungen Töchter die Chance erhalten, sich in den Textilfabriken die Aussteuer für die Hochzeit zu verdienen, die sie selbst niemals zusammensparen könnten. Nach einer Laufzeit von bis zu drei Jahren werden die Mädchen aber oftmals um ihr Entgelt betrogen und leiden zudem unter menschenunwürdigen Lebens- und Arbeitsbedingungen.



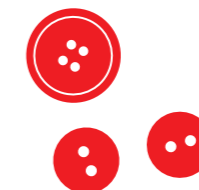
Nachdem 2012 verschiedene Organisationen auf dieses System der Ausbeutung aufmerksam machten, hat sich die ETI (Ethical Trading Initiative*) mit einem freiwilligen Zusammenschluss verschiedenster Textilunternehmen, Gewerkschaften, Nicht-Regierungsorganisationen (NGOs) und lokalen Aktionsbündnissen des Themas angenommen.

Die Tamil Nadu Multistakeholder Initiative (TNMS) hat es sich zum Ziel gesetzt, Ressourcen zu bündeln, alle relevanten Parteien an einen Tisch zu holen, Aufklärungsarbeit zu leisten und die Arbeitsbedingungen langfristig zu verbessern. So soll zum Beispiel die Laufzeit des Programms auf 6 Monate verkürzt und als Ausbildung anerkannt werden. Arbeitsbedingungen sollen in Arbeitsverträgen schriftlich fixiert und messbar gemacht werden. Weitere Ziele sind eine konstant hohe Aufmerksamkeit für das Thema sowie die Aufklärung der Arbeiterinnen und der weltweiten Öffentlichkeit.

Ernsting's family ist Anfang 2013 der Initiative beigetreten – zu einem Zeitpunkt, als es noch primär darum ging, alle Informationen zusammenzutragen, Netzwerke aufzubauen und Allianzen zu schmieden. 2014 sind es knapp 20 internationale Textilunternehmen, darunter C&A, H&M, die Inditexgruppe, Gap, Otto, Primark und Tom Tailor.

Anfang Februar 2014 fanden zahlreiche Meetings mit allen Beteiligten (auch den Produzenten!) direkt in Tirupur statt und markierten den Startschuss für die konkrete Umsetzung. Unter anderem sollen angeleitete Arbeiterinnen mit Arbeiterinnen in so genannten Worker Peer Group Programmen auf Augenhöhe über gesundheitliche Themen, aber auch Arbeitsrechte und Sozialstandards diskutieren. Zudem sollen in einer Art ständigen Vertretung Abgeordnete jeder Interessengruppe direkt vor Ort für Schulungen der Lieferanten, Einrichtung örtlicher Gemeindezentren und Gespräche mit lokalen Gesetzgebern ansprechbar sein. Derzeit laufen erste Piloten in knapp zehn Spinnereien, die zunächst über das Vehikel der Gesundheits-erziehung Zugang zu den Näherinnen bekommen möchten, um dann Themen wie Arbeitssicherheit und soziale Standards zu adressieren.

* Die Ethical Trade Initiative existiert seit 10 Jahren als ein Zusammenschluss von Unternehmen, NGOs und Gewerkschaften. Ziel ist es, die Durchsetzung von Verhaltenskodizes für die Arbeits- und Sozialbedingungen der Zulieferer im Handel (vor allem im Textilsegment) zu fördern und zu verbessern.



*Wir tragen
Verantwortung.*

Herzenswünsche



Hilfe, die von Herzen kommt. Viele Wünsche können mit einer Spende von Ernsting's family erfüllt werden.



Seit der Gründung des karitativen Vereins im Jahr 1992 gehören Ernsting's family und Herzenswünsche e.V. fest zusammen. In mehr als 20 Jahren Partnerschaft, die damals von Unternehmensgründer Kurt Ernsting und seiner Ehefrau Lilly persönlich initiiert wurde, sammelten wir fast 3 Millionen Euro für schwer kranke Kinder und Jugendliche. So konnten bereits viele Träume in Erfüllung gehen. Sei es ein Treffen mit Stars wie Xavier Naidoo, Otto Waalkes, der deutschen Fußball-Nationalmannschaft oder Highlights wie Heißluftballonfahrten und Hubschrauberrundflüge – das Team rund um Wera Röttgering, Gründerin und Vorsitzende von Herzenswünsche e.V., erfüllt den Kids fast jeden Wunsch. Diese außergewöhnlichen Erlebnisse lenken die Kinder für ein paar Stunden von ihrem Alltag ab und helfen, die schwierige Krankheits-situation besser zu bewältigen. Aber auch dringend notwendige Behandlungen werden durch die Spendengelder finanziert. Für ihr langjähriges Engagement wurde Wera Röttgering mit der GOLDENEN BILD DER FRAU 2012 ausgezeichnet.



Von einer Mut machenden Idee zu einem bundesweiten Netzwerk mit mehr als 100 Kliniken

Die Geschichte des Vereins Herzenswünsche e.V. beginnt im Jahre 1989. Damals war die beste Freundin von Wera Röttgering an Krebs erkrankt. Um ihr Mut zu machen und Hoffnung im Kampf gegen die schwere Krankheit zu geben, schlug die Münsteraner Geschäftsfrau ihrer Freundin vor, gemeinsam eine Initiative ins Leben zu rufen, die Menschen in ähnlicher Situation beisteht. Daraus entstand die Idee, einen Verein zu gründen, der schwer erkrankten Kindern und Jugendlichen bei der Erfüllung besonderer Wünsche behilflich ist, um ihnen auf diese Weise neuen Lebensmut zu geben. Das namhafte Vorbild gab es bereits in den USA: die Organisation „Make A Wish“.



Mit der Unterstützung von Klinikärzten und Psychologen wurde aus zahlreichen Bausteinen ein umfassendes Konzept als Grundlage für die erfolgreiche Arbeit des Vereins geschaffen. Anfangs wurden vor allem wichtige Klimakuren für kleine Patienten finanziert, die an Mukoviszidose erkrankt waren. In der kideronkologischen Abteilung der Universitätsklinik Münster wurden dann auch die ersten Wünsche erfüllt. Die Kinder freuten sich sehr über das Angebot, das zunächst von Zoobesuchen über Ballonfahrten und Rundflüge bis hin zu Reitstunden auf dem Ponyhof reichte. Es war eine willkommene Abwechslung in ihrem Alltag, der von Krankheit und belastenden Behandlungen geprägt war. Als erste Spendengelder für das Projekt gesammelt werden konnten, gründete Wera Röttgering 1992 den Verein „Herzenswünsche“, der als gemeinnützig anerkannt ist. Später wurde das Netzwerk immer stärker ausgeweitet. Heute arbeiten etwa 70 ehrenamtliche und drei hauptamtliche Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für den Verein. Sie stehen in ständigem Kontakt mit mehr als 100 Kliniken in Deutschland und erfahren so von den Herzenswünschen der kleinen Patienten.

Ernsting's family Charity-Kollektion geht bereits in die sechste Runde

Im Jahr 2014 hieß es bereits zum sechsten Mal: Herzenswünsche goes Fashion! Das Ernsting's family-Designteam hat wieder eine exklusive Herzenswünsche Charity-Kollektion für Babys und Kinder entworfen. Eine Spende von 50 Cent pro verkauftem Artikel kam dem Verein zugute, der kleinen Patienten große Träume erfüllt. Parallel zum Verkaufsstart hat Ernsting's family in diesem Jahr eine Woche lang 50 Cent für jede Kundin und jeden Kunden gespendet, der sich via Facebook in einer der mehr als fast 1.800 Filialen eincheckte.

Dank an Kundinnen und Kunden und Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern für für die großartige Spendensumme von 200.000 Euro im Jahr 2014

Anfang Juni überreichte Ernsting's family dem Verein einen Scheck in Höhe von 200.000 Euro. Dieser Betrag setzt sich aus den Verkaufserlösen der Charity-Kollektion 2014, den freiwilligen Spenden unserer Kundinnen und Kunden aus Sammelboxen in den Filialen sowie verschiedenen kleineren Spendenaktionen unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zusammen. Unser Dank gilt daher zum einen unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern; allen voran unseren Verkäuferinnen, die mit unermüdlichem Einsatz immer wieder auf die Spendenaktionen hinweisen. Zum anderen aber natürlich auch unseren Kundinnen, die Jahr für Jahr mit ihrer großen Hilfsbereitschaft dafür sorgen, dass unzählige Herzenswünsche erfüllt werden können.

Danke!!!



PINK RIBBON

Ernsting's family stellt die Frauen – sei es als Mitarbeiterin oder als Kundin – und ihr Wohlbefinden in den Mittelpunkt ihres täglichen Handelns.



Seit Mai 2012 sind wir Co-Partner der Pink-Ribbon Deutschland-Kampagne. Die rosafarbene Schleife „Pink Ribbon“ steht weltweit als unverkennbares Symbol für mehr Aufmerksamkeit gegenüber dem Thema Brustkrebs. Ziel der Kampagne ist es, die Öffentlichkeit für das Thema Brustkrebs zu sensibilisieren und durch mehr Informationen auf die Bedeutung der Früherkennung aufmerksam zu machen. Vor allem Frauen zwischen 30 und 70 Jahren sollen motiviert werden, Angebote der Früherkennung zu nutzen.

Brustkrebs geht jeden etwas an.

Wird Brustkrebs frühzeitig erkannt, steigen die Heilungschancen im Vergleich zu den meisten Krebsarten enorm. Dafür möchten die Partner Ernsting's family und Pink Ribbon ein Bewusstsein in der Bevölkerung schaffen. Gleichzeitig zeigen wir Solidarität mit erkrankten Frauen und ihren Familien und Freunden.

Beinahe jede Frau und auch jeder Mann hat im Laufe des Lebens Kontakt mit Betroffenen oder muss sich sogar selbst mit der Diagnose auseinandersetzen – Brustkrebs geht jeden etwas an. Deshalb helfen wir gerne dabei, mit groß angelegten Aktionen über das ganze Jahr über die Wichtigkeit der Früherkennung aufzuklären.

Jährliche Pink Ribbon Radtour sorgt für enorme Aufmerksamkeit.

Highlight der Kampagne ist jedes Jahr die große Pink Ribbon Radtour durch ganz Deutschland. Im Jahr 2014 ging sie in ihre dritte Runde. Zusätzlich zu seinem Engagement als Pink Ribbon Co-Partner unterstützt Ernsting's family die Radtour als offizieller Hauptsponsor. Vier „Pink



Ribbon“-Teams fahren dabei von unterschiedlichen Startpunkten aus 14 Tage lang durch ganz Deutschland. Die Tagesetappen ergeben aneinandergereiht die Form einer 3.200 km langen Schleife. Am 26. September 2014 fand dann das große Finale in Kassel statt. Die Bürgerinnen und Bürger der drittgrößten Stadt Hessens empfingen die vier Pink Ribbon Teams auf dem Friedrichsplatz. Zum Abend hin wurden tausend Luftballons gemeinsam gen Himmel in Schleifenformation losgelassen – ein absolutes Gänsehautmoment. Die Radtour und ihre Teilnehmer sorgten für enorme Aufmerksamkeit in der Bevölkerung und bei den Medien für das Thema Brustkrebs.

Aufklären und motivieren, statt abzuschrecken!

Ebenso wie Ernsting's family tritt auch die Pink Ribbon Kampagne fröhlich, kreativ und sympathisch auf. Pink Ribbon und Ernsting's family wollen nicht abschrecken, nicht mit erhobenem Finger mahnen und nicht verunsichern. Mit der Kampagne wollen wir eine breite Öffentlichkeit auf das Thema Brustkrebs aufmerksam machen und die Frauen zu frühzeitigen Selbstmaßnahmen motivieren. Hierbei nutzen beide Partner auch ihre Social-Media-Kanäle und machen auf Facebook und Twitter die vielfältigen Aktionen publik.

Pink Ribbon Botschafterin
Dji Dieng macht bei der
Ernsting's family Fashion
Show 2013 auf das Thema
Brustkrebs aufmerksam.



Highlight der Pink Ribbon Kampagne für die Früherkennung von Brustkrebs ist jedes Jahr die große Pink Ribbon Radtour durch ganz Deutschland, die Ernsting's family als Hauptsponsor unterstützt.

Wir tragen Verantwortung.

NACHHALTIGES
WIRTSCHAFTEN

Deutsches Sportabzeichen



Nur eine fitte Gesellschaft ist auch eine gesunde und glückliche Gesellschaft. Davon sind wir bei Ernsting's family überzeugt. Daher freuen wir uns, gemeinsam mit starken Partnern etwas für die Gesundheit unserer Kinder, aber auch für die Fitness der Erwachsenen tun zu können. Darüber hinaus stärkt der sportliche Erfolg das Selbstvertrauen der Kinder und lässt sie so zu starken Individuen heranwachsen. Das Deutsche Sportabzeichen ist die höchste Auszeichnung im deutschen Breitensport und feierte im Jahr 2013 seinen 100. Geburtstag. Seit 2013 unterstützt auch Ernsting's family den Deutschen Olympischen Sportbund (DOSB) im Rahmen der Sportabzeichen-Tour als Nationaler Förderer. Einen zusätzlichen Anreiz, das Sportabzeichen möglichst mit der ganzen Familie abzulegen, möchten wir durch eine Belohnung schaffen: Familien, die mit Mitgliedern aus mindestens zwei Generationen das Abzeichen ablegen und sich auf unserer Aktionsseite www.ernstings-familien-sportabzeichen.de

registrieren, erhalten im Gegenzug einen attraktiven Einkaufsgutschein von Ernsting's family.

SPORT FÖRDERT DIE ENTWICKLUNG UNSERER KINDER

Unsere Kinder verbringen heute einen Großteil ihrer Zeit am Schreibtisch und vor dem Rechner, obwohl wissenschaftlich erwiesen ist, wie wichtig Sport und Bewegung für die Entwicklung von Motorik, Reaktionsvermögen, Gleichgewichtssinn und Bewegungskoordination sind. Aber auch der erwachsene Durchschnittsdeutsche bewegt sich heute um zwei Drittel weniger als noch vor 100 Jahren; ob im Sitzen oder im Stehen, oftmals ist der Alltag durch monotone Bewegungsabläufe geprägt. Und am Feierabend lockt eher die heimische Couch. Dabei kann es so wohltuend sein, sich einmal richtig auszupowern, körperliche Grenzen auszutesten. Stress und Aggressionen können so abgebaut, Haltung und Gesundheit maßgeblich

verbessert werden. Das Deutsche Sportabzeichen leistet hierzu seit nunmehr über 100 Jahren einen wichtigen Beitrag. Außerhalb des Wettkampfsports ist es nicht nur das einzige, sondern mit jährlich mehr als 800.000 Teilnehmern auch das erfolgreichste Auszeichnungssystem in Deutschland, das die persönliche Fitness überprüft.

SPORTABZEICHEN-TOUR BRINGT DEN SPORT ZU DEN MENSCHEN

Seit 2004 gibt es die Sportabzeichen-Tour, die deutschlandweit in ausgewählten Städten Halt macht und an einem Tag ganz gebündelt die Möglichkeit bietet, eine oder mehrere Prüfungen abzulegen. Im Jubiläumsjahr waren es 14 Stopps, bei denen neben der Leistungskontrolle auch ein attraktives Rahmenprogramm für die ganze Familie angeboten wurde. Zum 100. Geburtstag wurden einige besondere Orte (Sonderevents) angestreut: Die Internationale Gartenschau in Hamburg, das Deutsche Turnfest in



Ernsting's family Botschafterin Miriam Höller motiviert auch 2015 bei der Sportabzeichen-Tour.



Station Staffellauf beim Ernsting's family Parcours

Mannheim, die Uferpromenade des Bodensees in Friedrichshafen, der Feldberg im Taunus, der Strand von Travemünde und zum Abschluss der Tour das Schloss Bellevue in Berlin mit dem Besuch des Bundespräsidenten. Auch 2014 tourte der DOSB wieder quer durch die Republik. An ausgewählten Stationen waren wir mit einem eigenen Stand präsent. Als Botschafterin für Ernsting's family motivierte dort das bekannte Actionmodel Miriam Höller kleine und große Sportler zu Höchstleistungen und warb für die Teilnahme am Sportabzeichen. Außerdem sorgte am Stand ein Eventmodul für sportliche Unterhaltung. So bringen Ernsting's family und der DOSB den Sport dorthin, wo die Menschen sind.

Wir schauen hin.

Seit Kurt Ernsting vor fast 50 Jahren unser Unternehmen gründete, sehen wir es als unsere Pflicht an, dort zu helfen, wo Hilfe benötigt wird. Denen, die nicht auf der Sonnenseite des Lebens stehen, denen, die unverschuldet durch Naturkatastrophen oder Krankheit in Not geraten sind, denen, die das Schicksal auf eine harte Probe stellt...

Es gibt Schicksale, bei denen man nicht wegschauen kann. Schicksale kleiner Kinder, die wissen, dass sie an ihrer unheilbaren Krankheit sterben müssen. Schicksale von Familien, die in einem Erdbeben alles verloren haben. Schicksale behinderter Menschen, die sich doch nur ein ganz normales Leben wünschen. Wenn andere betreten wegschauen, schauen wir genau hin. Und helfen:

WIR SCHAFFEN PERSPEKTIVEN.

In den Werkstätten der Stiftung Haus Hall wird gearbeitet – besonders daran, Menschen mit geistiger und körperlicher Behinderung eine sinnvolle Beschäftigung und eine Teilhabe am Arbeitsleben zu ermöglichen. Als einer der größten Partner unterstützen wir die Stiftung aus dem Münsterland seit mehr als 20 Jahren, indem wir die Werkstätten mit unterschiedlichen Projekten beauftragen. Diese umfassen Konfektionierungs- und Etikettierarbeiten, aber auch die Produktion von Mitarbeiterpräsenten.



RUMÄNIENHILFE

Während unsere Lager voll sind, sind die Kleiderschränke vieler Kinder leer. Zusammen mit dem Verein „Regenbogen e.V. - Gemeinnütziger Verein für Rumänienhilfe“ schicken wir daher regelmäßige Kleiderspenden in die rumänische Gemeinde Gheorge-Doja. Dort wird die Kleidung von freiwilligen Helfern an bedürftige Kinder und Familien verteilt.



Wir teilen.

WIR SCHICKTEN HILFE AUF VIER ROLLEN.

„Skateboarding kennt weder Hautfarbe noch Hass. Skateboarding kennt weder Grenzen noch Krieg, kennt weder arm noch reich. Skateboarding verbindet!“ Das ist das Motto der Titus Dittmann Stiftung, die mit dem Projekt skate aid weltweit humanitäre Hilfe für Kinder und Jugendliche leistet. In den Jahren 2011 und 2012 designten wir für das Projekt eine Charity-Kollektion, aus deren Erlös wir jeweils rund 40.000 Euro an die Stiftung überweisen konnten. Auch online verhalfen wir skate aid zu mehr Aufmerksamkeit: Durch eine direkte Vernetzung unserer Facebook Seite und der von skate aid haben wir zahlreiche unserer treuen Fans auch zu skate aid-Fans gemacht.



UNESCO

Das Erdbeben auf Haiti im Januar 2010 war eine der schlimmsten Naturkatastrophen in dem Karibikstaat und forderte zahlreiche Opfer – darunter auch unzählige Kinder. Als die Sonderbotschafterin der Unesco, Ute Ohoven, uns um Kleiderspenden für die Krisenregion bat, zögerten wir daher keine Sekunde: Zahlreiche Warenkörbe voller Kleidung brachte Ute Ohoven persönlich nach Haiti, um sie an Kinder zu verteilen, die in dem Beben alles verloren hatten. Und die Hilfe geht weiter: 2011 überreichte Ute Ohoven eine große Kleiderspende von uns an Kinder im Senegal.



FRIEDENSDORF INTERNATIONAL

Im Dezember 2012 haben wir 4.000 Paar Kindersocken, die aus einer großen Schaufensterdekoriationsidee übrig waren, an das Oberhausener Friedensdorf gespendet, wo unschuldigen Opfern von weltweiten Konflikten medizinische Hilfe geboten wird, die in ihren Heimatländern meist nicht möglich ist.



Ein ganz besonderes Augenmerk legen wir natürlich auf die Länder, in denen unsere Produkte hergestellt oder die Rohmaterialien angebaut werden. Gern möchten wir deshalb auf den folgenden Seiten einige soziale Projekte und gemeinnützige Initiativen vorstellen, für die wir uns mit Herzblut engagieren, um direkt vor Ort wichtige Hilfe zur Selbsthilfe zu leisten.



Wir tragen Verantwortung.

NACHHALTIGES WIRTSCHAFTEN

Wir stehen zu unserem Wort!

Einhaltung aller arbeitsrechtlichen Vorschriften / vertraglichen Vereinbarungen



Die Basis unserer verantwortungs-, respektvollen und nachhaltigen Personalpolitik bilden die Anstellungsverträge und Vereinbarungen mit unseren vielen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Diese gestalten wir fair und transparent nach einheitlichen Standards. Selbstverständlich halten wir uns strikt an die rechtlichen Grundlagen und gemachte Zusagen sind für uns immer bindend.

Regelmäßig überprüfen wir unsere Abkommen anhand der aktuellen Rechtsprechung und entwickeln unser Vertragswerk ständig weiter. Der erste Satz unseres Code of Conduct verpflichtet uns zusätzlich auf die Einhaltung dieses Maßstabs. „Selbstverständlich halten wir uns an die geltenden Gesetze, wo immer

wir uns bewegen. Jeder ist für die Einhaltung der Gesetze in seinem Arbeitsbereich verantwortlich. Unsere internen Standards und Prozesse bemessen sich danach.“

Darüber hinaus bieten wir unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern viele interessante und attraktive Sozialleistungen an, vom Personalrabatt bis zur betrieblichen Altersvorsorge. Besonders beliebt sind aber auch die kleinen Aufmerksamkeiten zu Ostern, Nikolaus, Weihnachten oder auch zum Muttertag.



Eine rote Karte die Freude macht: Mit ihr bekommen alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Ernsting's family 15% Rabatt auf ihren Einkauf bei uns.



NUR **GESUNDE** MITARBEITER SIND **FRÖHLICHE** MITARBEITER

Sowohl unsere großen Büros als auch unsere Filialen sind alle hell und freundlich gestaltet.



Arbeits- und Gesundheitsschutz

Gesundheit ist unser wichtigstes Gut. Dies wird meist erst deutlich, wenn wir ernsthaft krank sind oder eine schwere Krankheit überstanden haben. Naturgemäß ist jedem von uns viel an einer guten Gesundheit gelegen, nur lebt man nicht immer auch gesund. Das beweisen Statistiken zu den Themen Ernährung, Sport oder auch zum Rauchen.

Ernsting's family hat sich verpflichtet, den Gesundheitsschutz seiner Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu unterstützen und zu fördern. Schon bei der Planung von neuen Filialen oder Arbeitsplätzen stehen sicherheitsrelevante Themen ganz oben auf der Agenda. Natürlich herrscht in unseren Räumlichkeiten ein striktes Rauchverbot. Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die über längere Zeit erkrankt waren, ermöglichen wir über eine strukturierte betriebliche Wiedereingliederung die stufenweise Rückkehr in den Betrieb.

Die steigende Arbeitsverdichtung, die allgemein wahrgenommene Beschleunigung und der damit verbundene zunehmende Druck unserer Leistungsgesellschaft berühren auch unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Die damit einhergehende Gefahr der psychischen Überbelastung wird im Rahmen des Gesundheitsschutzes auch für uns immer mehr zum Führungsthema. Unsere Führungskräfte werden geschult, um für ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und sich selbst drohende „Burnout“-Situationen frühzeitig zu erkennen und entsprechend gegenzusteuern.

Urlaub und Freizeit respektieren wir als arbeitsfreie Zeit, die der Erholung dienen soll. Anrufe oder Mitteilungen an Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu senden, die sich im Urlaub befinden, ist bei uns nicht erwünscht.



Wir tragen Verantwortung.



Gesundheitsschutz im Betrieb heißt aber auch Arbeitssicherheit. Ansprechpartner bei Ernsting's family sind unsere Fachkräfte für Arbeitssicherheit und die Sicherheitsbeauftragten. Gemeinsam mit Fachleuten aus der Arbeitsmedizin bilden ausgewählte Fach- und Führungskräfte der verschiedenen Geschäftsbereiche den Ausschuss für Arbeitssicherheit (ASA). Dieser Ausschuss tagt regelmäßig und berät über alle Themen des Gesundheitsschutzes und der Arbeitssicherheit.



Die Einhaltung der vielfältigen gesetzlichen Bestimmungen und Verordnungen zu diesem Thema überwachen auf der anderen Seite die Berufsgenossenschaften und die Ämter für Arbeitsschutz. Sie besuchen uns in unregelmäßigen Abständen, überprüfen, beraten, zeigen Schwachstellen und Lösungsmöglichkeiten auf. Alle neuen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter erhalten zu Beginn ihrer Tätigkeit eine spezielle Sicherheitsunterweisung. Schwerpunkte dieser Schulung sind die Flucht- und Rettungswege, Feuerschutz, elektrische Gefahren und Themen zur Ersten Hilfe und der ergonomischen Arbeitsplatzgestaltung.



Auf allen Fluren befinden sich drei Feuerlöscher, die im Ernstfall für die erste Brandbekämpfung genutzt werden können.

Alle Rettungswege sind im gesamten Service- sowie Vertriebs-Center gut sichtbar ausgeschildert.



Jeder Mensch ist für unsere *family* wichtig!



ALLGEMEINE GLEICHBEHANDLUNG

Ernsting's family ist durch viele internationale Geschäftsbeziehungen im ständigen Dialog mit anderen Kulturen, Glaubensrichtungen und Nationalitäten. Diese Offenheit und Toleranz leben wir auch in unseren Filialen und den Zentralstandorten.

Bei der Personalauswahl achten wir neben den fachlichen und persönlichen Qualifikationen der Bewerber auch auf eine ausgewogene Alters- und Geschlechterstruktur. Wir beschäftigen heute viele Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter unterschiedlichster Altersgruppen, Nationen und Kulturkreise und stellen so immer eine Vielfalt an Meinungen und Einstellungen in der täglichen Zusammenarbeit sicher.

Auch dies ist in unserem Code of Conduct festgelegt: „Wir achten darauf, dass niemand wegen seiner Rasse, seiner Herkunft, seiner Hautfarbe, seiner Nationalität, seines Glaubens, seiner Weltanschauung, seines Geschlechts, seines Alters, seiner körperlichen Konstitution oder seiner sexuellen Identität diskriminiert wird.“



Wir tragen Verantwortung.

Arbeit ist nicht alles

DIE WORK-LIFE-BALANCE BEI ERNSTING'S FAMILY



Jeder von uns ist in ein berufliches und persönliches Umfeld eingebunden und muss daher seine Balance zwischen Arbeit und Privatleben finden. So stellen sich immer wieder neue Herausforderungen im Spannungsfeld zwischen den beruflichen Erwartungen, den eigenen Wünschen, Ansprüchen und Werten,

den Verpflichtungen aus dem familiären Umfeld und den privaten Interessen dar. Auf welche Weise der Einzelne dies umsetzt, ist jedoch höchst unterschiedlich und es gibt eine Fülle von unterschiedlichen Lebenskonzepten. So haben Berufseinsteiger andere Ansprüche als Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die



Unsere family-Kita bietet jungen Müttern und Vätern am Hauptstandort Coesfeld-Lette den schnellen Wiedereinstieg ins Berufsleben.

Unsere Verkäuferinnen können in unseren Filialen in Teilzeit arbeiten und so Beruf und Familie miteinander vereinbaren.

gerade eine eigene Familie gegründet haben oder sich in der Mitte bzw. am Ende des Berufslebens befinden.

Ernsting's family verstand sich schon immer als Unternehmen mit besonderem Familiensinn und wir tragen diesen Gedanken nicht ohne Grund auch im Firmennamen. Dies haben wir auch in unseren Führungsgrundsätzen fest verankert.

„Ernsting's family Führungskräfte engagieren sich für die Weiterentwicklung ihrer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Sie geben im Rahmen der betrieblichen Möglichkeiten ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern Raum, um berufliche und private Belange in Einklang zu bringen.“ (Work-life-Balance)

So schätzen viele unserer Verkäuferinnen, die in der Regel in Teilzeit arbeiten, die Möglichkeit, einen herausfordernden Beruf mit ihrem Privatleben zu vereinbaren, auch wenn Dienstplan und privater Kalender sicher nicht immer im Einklang sind ...

Auch in den Logistik-Bereichen und in der Verwaltung existieren unterschiedlichste Teilzeitmodelle, auch in den Führungspositionen. Die Grenzen der Flexibilität sind erst erreicht, wenn betriebliche Notwendigkeiten dies zwingend erfordern. Wir glauben fest daran, dass durch eine faire Kultur des „Gebens und Nehmens“ sowohl für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter als auch für



Ernsting's family vieles möglich ist. Wir sind ständig mit unseren Mitarbeiterinnen, Mitarbeitern und Führungskräften im Dialog, um unsere Arbeitszeitmodelle weiter zu verbessern.

Ernsting's family Führungskräfte wissen, dass sie selbst wesentlich dazu beitragen, dass die Angebote zur Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben umgesetzt werden können. Sie sorgen für eine möglichst familienbewusste Arbeitsorganisation und nutzen neue Informations- und Kommunikationstechnologien, um ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern flexiblere Arbeitsformen zu bieten.

Ein besonders Interesse gilt den Müttern und Vätern, die nach der Elternzeit wie-

der in den Betrieb zurückkehren. Um diesen Wiedereinstieg zu erleichtern, haben wir z.B. an unserem Zentralstandort in Coesfeld schon vor über zehn Jahren einen Betriebskindergarten eingerichtet. An unserem modernen Logistik-Standort in Klieken unterstützen wir ebenfalls die Kinderbetreuung durch die enge Kooperation mit einem örtlichen Kindergarten.

Auch das Thema „Pflege von Familienangehörigen“ haben wir als Handlungsfeld frühzeitig erkannt. Ein „Pflegetotse“ unterstützt unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit einem eigens entwickelten so genannten Pflegekoffer, der umfassendes Informationsmaterial rund um das Thema Pflege von Angehörigen enthält.

FÜR IHREN AUFSTIEG IN DER FAMILY

Für die Personalentwicklung sind der persönliche Kontakt und das Gespräch mit den Menschen im Unternehmen im Rahmen der Mitarbeiterbetreuung von größter Bedeutung. Nur so können praxisorientierte Führungsinstrumente bereitgestellt und weiterentwickelt werden. Dazu gehören strukturierte Mitarbeitergespräche und Feedback-Systeme, wie zum Beispiel Mitarbeiterbefragungen. Aber auch Strukturen, wie transparente Förderwege, ein durchgängiges Talentmanagement und passgenaue Aus- und Weiterbildungskonzepte werden hier verantwortungsvoll entwickelt.



Dies sind nur drei der vielen jungen Menschen, die wir jedes Jahr fördern und ausbilden. Von Auszubildenden, über (Vertriebs-) Trainees und Volontäre ist alles dabei.

Diese neun Nachwuchskräfte sind aktuell bei Ernsting's family in der Ausbildung.



Cornelia Hensen hat ihre Karriere als Trainee in der IT-Abteilung von Ernsting's family gestartet.

Besonderen Wert legen wir auf die Ausbildung unserer eigenen Fach- und Führungskräfte und die Weiterentwicklung aller Beschäftigten. Wir bieten in vielen Bereichen Praktikanten an, das Berufsleben bei Ernsting's family zu erkunden und wir engagieren uns in der Berufsausbildung bzw. der Ausbildung von Hochschulabsolventen.

Mit unseren vielen externen Partnern, wie (Hoch-)schulen, Weiterbildungsinstituten, Dienstleistern, Beratern, Agenturen, Vereinen und Medien arbeiten wir vertrauensvoll und langfristig zusammen und unterstützen hiermit unser gutes Image als faires, kompetentes und offenes Unternehmen.

BESONDEREN WERT LEGEN WIR AUF DIE AUSBILDUNG UND WEITERENTWICKLUNG ALLER BESCHÄFTIGTEN.

Durch unser internes Förderprogramm haben besonders talentierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter die Chance, interessante Karrierewege zu beschreiten und natürlich halten wir alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter durch Schulungen, Seminare und verschiedene Weiterbildungen ständig auf dem Laufenden.

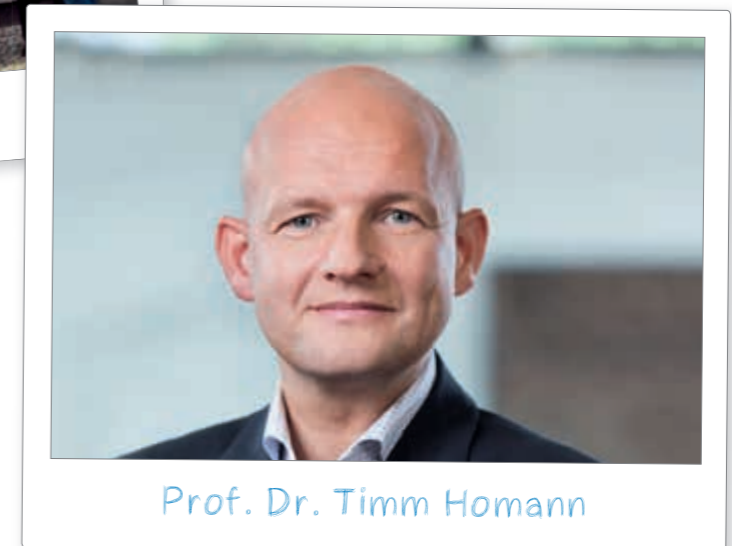
Darüber hinaus arbeiten die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Personalentwicklung selbst ehrenamtlich in verschiedenen Ausschüssen, z.B. bei der IHK und der Wirtschaftsförderung mit und engagieren sich in unternehmensübergreifenden Arbeitskreisen und Netzwerken zum Thema „Personal“. Diese freiwillige Verpflichtung leben sie allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern und Führungskräften beispielhaft vor.

Wir tragen Verantwortung.

Erfolg durch Nähe zu den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern

Führungskultur

Aus den Unternehmensgrundsätzen haben wir unseren Code of Conduct und verbindliche Führungsgrundsätze entwickelt. Sie geben allen Führungskräften die nötige Orientierung, denn ihr Verhalten ist Spiegelbild der Ernsting's family Unternehmenskultur. Diese zeichnet sich durch eine besondere Nähe unserer Führungskräfte zu ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern aus.



So herrscht in unseren Filialen zwischen Gebietsleitern und Verkäuferinnen eine Gesprächsatmosphäre „auf Augenhöhe“ und in den Verwaltungs- und Logistikbereichen haben alle Führungskräfte, inklusive der Geschäftsführung, ihren Arbeitsplatz direkt in unseren Großraumbüros. Situationen, in denen zum Beispiel ein Praktikant im direkten Sichtkontakt zu einem der Geschäftsführer seine ersten beruflichen Erfahrungen sammelt, sind bei uns nichts Ungewöhnliches.

Bei der Auswahl der Führungskräfte legen wir, neben den erforderlichen fachlichen Kenntnissen, auch auf die persönlichen Eigenschaften sehr großen Wert. Besonders wichtig sind uns Führungskräfte mit einem wertschätzenden Menschenbild, die darüber hinaus viel Initiative, Kreativität und Leidenschaft mitbringen. Wir sind davon überzeugt, dass sich diese Eigenschaften auch in ihrem Verhalten widerspiegeln und sie einfach die besseren Feedback- und Informationsgeber sind. Ihnen fällt es leichter, Vertrauen zu schenken und auch einmal die Perspektive zu wechseln. Sie wissen, welche Bedeutung ihre Teams für ihren eigenen



Erfolg haben und sie sorgen für die kontinuierliche Weiterentwicklung ihrer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Der Spaß an der Arbeit darf natürlich auch nicht fehlen. Dieses menschliche Miteinander spürt jeder, der unser Unternehmen betritt. Bei unseren alljährlichen Weihnachtsfeiern und Sommerfesten feiern alle Kolleginnen und Kollegen ohne Berührungängste mit den Geschäftsführern zusammen. Diese Festlichkeiten unterstreichen den Spaß an der Arbeit und sollen auch eine willkommene Abwechslung zum Arbeitsalltag sein.

Wir tragen Verantwortung.



Team Menden-Böspede

Besonders wichtig sind uns Führungskräfte mit einem wertschätzenden Menschenbild, die darüber hinaus viel Initiative, Kreativität und Leidenschaft mitbringen.



Horst Beeck

Geschäftsführer
Finanzen & Verwaltung



Team Duisburg-Wanheimerort



Dr. Jürgen Bohnenkamp

Geschäftsführer
Ernsting's real estate
GmbH & Co. KG

Geschäftsführer
Vertrieb & Logistik



Johannes Ehling

Wie in jeder Familie, gibt es auch bei uns Konflikte zwischen Vorgesetzten und Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern oder in den Teams. Als unabhängige Stelle haben wir für schwierige Situationen den sogenannten „Vertrauensmann“. Er vermittelt, schlichtet oder hört manchmal auch nur zu. Er macht die Geschäftsführung auf Probleme aufmerksam und gibt unter Einhaltung seiner Schweigepflicht als Vertrauensperson Stimmungsbilder wieder.



Team Finnentrop-Barmenohl



Oliver Haller

Geschäftsführer
Design & Sortimente

Wir tragen
Verantwortung.

NACHHALTIGES
WIRTSCHAFTEN

GEMEINSAME VERANSTALTUNGEN
UND GESCHENKE FÖRDERN DEN
„FAMILY“-GEDANKEN AUCH INNERHALB
DER MITARBEITERSCHAFT.



miteinander & füreinander

Wir heißen „family“ und wir leben diesen Namen. Jede Mitarbeiterin und jeder Mitarbeiter soll sich bei uns wohlfühlen und als Teil eines Ganzen verstehen.

Wir glauben, dass wir dieses Miteinander vor allem durch kleine Aufmerksamkeiten, die den Arbeitstag versüßen, fördern können und setzen dabei auf Tradition!

In unserem Service-Center in Coesfeld-Lette finden wir uns jedes Jahr gemeinsam mit den Eltern in Elternzeit und den Pensionären zu einem gemütlichen Weihnachtsfest bei Kaffee, Kuchen und Unterhaltungsprogramm zusammen. Die „family“ selbst organisiert das Fest und

jeder trägt etwas zum Gelingen bei: Die Kinder der Ernsting's family-Kita singen ein Ständchen, die Trainees moderieren und die Auszubildenden organisieren einen kleinen Weihnachtsmarkt mit Glühwein-, Wurst- und Glücksradbüdchen. Ein meterhoher, liebevoll geschmückter Weihnachtsbaum und winterliche Lichtdekorationen sorgen dabei für Stimmung.

Ein paar Monate später, wenn die Temperaturen gestiegen sind, lernen wir uns bei Bier, Grillwurst und einem Tänzchen auf dem Sommerfest besser kennen. Die Sommerfeste, die ebenfalls von den Auszubildenden organisiert werden, stehen immer unter einem Motto. So amü-

sierten sich die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter etwa auf dem „Western“-Fest beim Bullriding und powerten sich unter dem Motto „rund um den Fußball“ als lebendige Kickerfiguren aus. Auch an unserem Standort in Klieken, an dem rund 400 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter tätig sind, wird beim Sommer- und Weihnachtsfest aufeinander angestoßen.



Die große Weihnachtsfeier im Foyer
in Coesfeld-Lette, 2012

Dreimal im Jahr erscheint unsere Mitarbeiterzeitschrift „family life“, die alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter über das Neueste aus der Zentrale und in den Filialen informiert. Wir legen sehr viel Wert darauf, dass sich die Verkäuferinnen in der Zeitschrift wiederfinden. So ermöglicht z. B. die Rubrik „Briefkasten“, dass sich die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter untereinander zu Anlässen wie Jubiläen, Verabschiedungen etc. grüßen können. Per „Filialsteckbrief“ schauen wir hinter die Filialnummer und lernen einzelne Filialteams besser kennen.

Genau wie unsere Kundinnen in den Filialen erhalten auch unsere über 10.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ein

kleines Blümchen als Anerkennung zum Muttertag. Über weitere kleine Geschenke freuen sie sich an Ostern, Nikolaus und Weihnachten. Sei es ein hochwertiges Nasch-Paket, eine CD mit stimmungsvoller Weihnachtsmusik oder eine fröhlich-bunte Armbanduhr – diese kleinen Aufmerksamkeiten sind unsere Art, für eine tolle Zusammenarbeit „Danke“ zu sagen.



Jingle Bells & Co –
mit dem Nikolaus-
geschenk 2012, fröhlicher
Weihnachtsmusik haben wir
unsere Mitarbeiterinnen und Mitar-
beiter in Adventsstimmung versetzt.

Wir tragen
Verantwortung.

Nicht nur bei der Kleidung von Ernsting's family spielen Ästhetik und Modernität eine wichtige Rolle. So wie die Produkte auf die Bedürfnisse der Kundinnen und Kunden abgestimmt sind, so wurde auch die Architektur an die Umgebung und Ansprüche der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter angepasst. „Architektur muss für den Menschen da sein“, sagte unser Unternehmensgründer Kurt Ernsting. Genau dieses Verständnis spiegelt sich in der Unternehmenszentrale in Coesfeld-Lette deutlich wider. Die Verwaltungsgebäude und das Vertriebs-Center aus den 70er Jahren wichen einem einzigartigen Gebäudeensemble und einer Gartenlandschaft, die sich harmonisch in das Gesamtkonzept einfügt.

Ästhetik, Moderne und Harmonie: Unsere Architektur

ARBEITEN IM EINKLANG MIT DER UMGEBUNG

Ziergräser, Hecken, sanfte Hügel und kleine Wasserbecken im Ernsting's family-Garten bieten den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern Rückzugsräume und eine entspannte Arbeitsatmosphäre. Natur und Architektur stehen hier im Einklang, erzeugen Harmonie auf ganzer Linie und bieten so Inspiration.

Auf diese Ruheoase blickt der Großteil der rund 450 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Service-Center in Coesfeld-Lette. „Kurt Ernsting war es immer wichtig, dass möglichst jede Mitarbeiterin und jeder Mitarbeiter einen Fensterplatz

hat – am besten mit schöner Aussicht“, erinnern sich die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Service-Center gerne. „Es lässt sich viel harmonischer und produktiver arbeiten, wenn man seine Augen zwischendurch mit einem Blick ins Grüne entspannen kann.“

Im Jahr 2006 wurde gegenüber der Unternehmenszentrale ein Parkhaus errichtet. Die Form der Parkpalette ergibt sich durch zwei spiegelsymmetrische Gebäude und einem System aus doppelgängigen Parkrampen. Die freie Fläche zwischen Parkhaus, Service- und Vertriebs-Center ist mit Gräsern und Bäumen bepflanzt und integriert sich so in den bestehenden Firmencampus.

Das zweite Vertriebs-Center in Klieken garantiert seit 1990 eine schnelle Auslieferung der Ernsting's family Ware in die neuen Bundesländer und nach Süddeutschland. Das eingeschossige Gebäude wurde von Dr. Bernd Ernsting, Wolters Partner und Norbert Wortmann entwickelt. Es fügt sich durch seine Motive aus der Tier- und Pflanzenwelt perfekt in die Fassadengestaltung der Umgebung ein.

Auch das von Johannes Schilling entworfene Regional-Center in Schwarzenbek verbindet Funktionalität mit innovativem Design. Alle drei Standorte bestechen durch ihre individuelle Architektur und stehen dennoch in Einklang mit der Natur der Umgebung.

„Architektur muss für den Menschen da sein.“

KURT ERNSTING, UNTERNEHMENS-GRÜNDER

Bei der Gestaltung unserer Filialen legen wir ebenso viel Wert auf ein angenehmes Raumgefühl. So schafft etwa die Farbauswahl der Inneneinrichtung eine helle und freundliche Atmosphäre, in der sich sowohl unsere Mitarbeiterinnen als auch unsere Kundinnen und Kunden wohlfühlen.



Unser Engagement findet Anerkennung! Im Jahr 2007 gewannen wir den Architekturpreis „Nike“ in der Kategorie „soziales Engagement“. Das Parkhaus erhielt 2006 die „Auszeichnung guter Bauten“ vom Bund Deutscher Architekten.

UNSERE ARCHITEKTEN:

SERVICE CENTER: Santiago Calatrava, Fabio Reinhart, Bruno Reichling, Johannes Schilling
 VOLLENDUNG: David Chipperfield
 GARTENLANDSCHAFT: Peter Wirtz

Wir tragen Verantwortung.

Unser Vertriebs-Center in Coesfeld-Lette

Unser Service-Center in Coesfeld-Lette

12 Jahre Ernsting's family KITA

So können die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter Beruf und Familie vereinbaren.

In unserem Unternehmensnamen ist das Wort „Familie“ tief verwurzelt und unserem Unternehmensgründer Kurt Ernsting war es immer ein wichtiges Anliegen, dass Familienfreundlichkeit nicht nur eine leere Worthülse, sondern gelebtes Engagement ist.

So verwundert es auch nicht, dass Ernsting's family im August 2002 die erste Betriebskita in Coesfeld gegründet hat. Heute – zwölf Jahre nach der Gründung – haben schon zahlreiche Kinder in den Kita-Räumen an der Gräfte 15 gespielt und getobt sowie erste Freundschaften geschlossen.

Für das Textilunternehmen Ernsting's family ist die eigene Betriebskita auch ein

wichtiger Wirtschaftsfaktor, ermöglicht sie doch jungen Müttern und Vätern den schnellen Wiedereinstieg ins Berufsleben. Mit den flexiblen Bring- und Abholzeiten sowie den großzügigen Öffnungszeiten von 6 bis 18 Uhr passt sich der Kita-Alltag perfekt dem Arbeitsrhythmus der Ernsting's family Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter an.

Heute flitzen in der Regel zwischen 15 bis 20 Kids im Alter von ein bis sechs Jahren über das große Spielgelände in Coesfeld-Lette. Betreut werden sie dabei von sechs Erzieherinnen.



Nach jedem Mittagessen putzen sich die Kleinen gemeinsam die Zähne und lernen, wie wichtig die tägliche Mundhygiene ist.



Jeden Tag gibt es frisches Gemüse und Salat für die Mädchen und Jungen.



Die Erzieherinnen fördern die Kleinen mit gemeinsamen Sing- und Klatschspielen.

Die Kinder essen gemeinsam an kleinen Tischgruppen mit den Erzieherinnen.



Wir tragen Verantwortung.

NACHHALTIGES
WIRTSCHAFTEN

FAQ

► Was ist eigentlich OEKO-TEX® Standard?

Der OEKO-TEX® Standard ist ein weit verbreitetes Siegel, das in den drei Varianten „100“, „1000“ und „100plus“ vergeben wird. „OEKO-TEX® 100“ kennzeichnet schadstoffgeprüfte Textilien, „1000“ steht für eine umweltfreundliche und sozialverträgliche Produktion und „100plus“ wird für Produkte vergeben, die die Voraussetzungen für „100“ und „1000“ vereinen. Die OEKO-TEX® Schadstoffprüfungen umfassen rund 100 verschiedene Prüfparameter und beruhen auf internationalen Prüfnormen sowie weiteren anerkannten Testverfahren.

» MEHR AUF SEITE 13.

► Wofür stehen PEFC und FSC?

PEFC steht für „Programme for Endorsement of Forest Certification Schemes“ und ist weltweit eines der größten Waldzertifizierungssysteme für Holz und Holzprodukte. Papier mit dem PEFC-Siegel stammt nachweislich aus nachhaltig bewirtschafteten Wäldern und kontrollierten Quellen. Bei Ernsting's family wird es beispielsweise für Flyer und Prospekte genutzt. „Forest Stewardship Council“ (FSC) ist ebenfalls eine unabhängige, internationale und gemeinnützige Nicht-Regierungsorganisation, deren Siegel für eine ökologische und sozial verantwortliche Nutzung der Wälder mit einer unabhängigen Zertifizierung und für einen verantwortungsvollen Umgang mit Recyclingmaterialien steht. In unseren Filialen in Deutschland und Österreich, bei internen Publikationen sowie in der Hauptverwaltung und den Vertriebs-Centern nutzen wir nahezu ausschließlich recyclingfähiges, chlorfrei gebleichtes Papier in FSC-Qualität. Welches Siegel bzw. Papier genutzt wird, hängt unter anderem jeweils von den Lieferanten und Druckereien ab, mit denen wir zusammenarbeiten. Beide Zertifikate werden von der EU anerkannt. » MEHR AUF SEITE 17.

► Was bedeutet BSCI?

Die Business Social Compliance Initiative setzt die Einhaltung von Sozial- und Umweltstandards im gesamten Herstellungsprozess eines Produktes voraus. Jedes Mitglied verpflichtet sich, den BSCI-eigenen Verhaltenskodex anzuwenden, in dem diverse soziale Mindeststandards verankert sind. Die Einhal-

tung dieser Standards wird durch regelmäßige Kontrollen (BSCI-Audits) überprüft. Neben den BSCI-Audits arbeitet Ernsting's family mit weiteren unabhängigen, renommierten und zertifizierten Prüfinstituten wie SGS, Bureau Veritas und TÜV zusammen, die sowohl angemeldete als auch unangemeldete Kontrollen durchführen. Zudem besuchen auch die Beschaffer und die Geschäftsführer von Ernsting's family selbst mehrmals im Jahr die Lieferanten. Denn der persönliche Kontakt zu den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern und Partnern ist dem Unternehmen sehr wichtig und trägt maßgeblich zu einer gesunden Unternehmenskultur bei.

» MEHR AUF SEITE 26 UND 38.

► Was bedeutet SA 8000?

SA 8000 ist ein internationaler Standard der SAI (Social Accountability International) mit dem Ziel, Arbeitsbedingungen weltweit zu verbessern. Die BSCI lehnt sich an diesen Standard an und betrachtet ihn als „Best Practice“.

» MEHR AUF SEITE 39.

► Was sind SVHC Stoffe?

Die so genannten Substances of Very High Concern (besonders besorgniserregende Stoffe) sind chemische Verbindungen, die unter der REACH-Verordnung mit besonders gefährlichen Eigenschaften identifiziert worden sind. » MEHR AUF SEITE 27.

► Was genau ist REACH?

Die REACH Verordnung ist eine EU-Chemikalienverordnung. REACH steht für Registration, Evaluation, Authorisation and Restriction of Chemicals, also für die Registrierung, Bewertung, Zulassung und Beschränkung von Chemikalien. Durch REACH wird das bisherige Chemikalienrecht grundlegend harmonisiert und vereinfacht. » MEHR AUF SEITE 27.

► Was steht eigentlich hinter Fairtrade?

Das Siegel steht für ein gerechtes Handelskonzept: Fairer Handel, der langfristige Partnerschaften und Geschäftsbeziehun-

gen, gesunde Arbeitsbedingungen, einen maßvollen Umgang mit Ressourcen, faire Preise und geregelte Einkommen für die Menschen in Entwicklungsländern beinhaltet. Die für alle verbindlichen Fairtrade-Standards setzen sich aus den drei Säulen Soziales, Umwelt und Ökonomie zusammen und sind gewissermaßen das A und O der Fairtrade-Initiative. Die Anforderungen umfassen den Arbeitsschutz, das Verbot von Ausbeutung und Diskriminierung sowie von Kinder- und Zwangsarbeit, die ressourcen- und umweltschonende Produktion, die Förderung des Bio-Anbaus, die Einhaltung von Sicherheitsvorkehrungen, Fortbildungsangebote, stabile Einkommen und Mindestpreise und last but not least vor allem eine kontinuierliche Beratung und Aufklärung. » MEHR AUF SEITE 30.

► Wofür steht IGTC?

Das International Garment Trading Centre will jungen Indonesiern zu einer qualifizierten Ausbildung verhelfen und damit die Chance auf eine gute Zukunftsperspektive geben.

» MEHR AUF SEITE 55.

► Bedeutet „Fair“ auch „Öko“?

Fairtrade-Baumwolle ist nicht zwangsläufig bio-zertifiziert. Trotzdem müssen die Bauern die von den Fairtrade-Standards vorgeschriebenen Umweltstandards einhalten und auf gentechnisch verändertes Saatgut verzichten.

► Was bedeutet Global Organic Textile Standard (GOTS)?

Der Global Organic Textile Standard (GOTS) ist als weltweit führender Standard für die Verarbeitung von Textilien aus biologisch erzeugten Naturfasern anerkannt. Auf hohem Niveau definiert er umwelttechnische Anforderungen entlang der gesamten textilen Produktionskette bis hin zum Verkauf – angefangen von der Gewinnung der biologisch erzeugten Rohstoffe über eine umweltverantwortliche Fertigung bis hin zur transparenten Kennzeichnung. Gleichzeitig fordert er die Einhaltung der Arbeits- und Sozialstandards. Nur Textilprodukte, die mindestens aus 70% biologisch erzeugten Naturfasern bestehen, können gemäß GOTS zertifiziert werden. Alle chemischen Zusätze, wie z. B. Farbstoffe und Hilfsmittel, müssen bestimmte umweltrelevante und toxikologische Kriterien erfüllen.

► Wofür steht der blaue Engel?

Der blaue Engel kennzeichnet in der Produktgruppe Textilien Stoffe, bei deren Herstellung bestimmte Standards in Bezug auf die Umweltbelastung, Arbeitssicherheit und Sozialkriterien

eingehalten wurden. Auch Kunststofftragetaschen aus recyceltem Plastik werden durch den blauen Engel ausgezeichnet. Altfolie wird zu Granulat verarbeitet, dem Grundstoff, aus dem sie ursprünglich entstanden ist. Dafür tragen sie das Ökolabel "Blauer Engel". Damit ist sichergestellt, dass die Taschen zu mindestens 80 Prozent aus Altkunststoffen bestehen. Das spart nachwachsende Rohstoffe wie Erdöl ein und hilft, schädliche CO₂-Emissionen zu minimieren.

► Warum produziert Ernsting's family in Bangladesch?

Egal ob H&M, Zara und Gap oder Tommy Hilfiger und Levi's – nahezu die gesamte westliche Textilindustrie lässt in dem ostasiatischen Entwicklungsland produzieren. Bangladesch ist nach China und Vietnam mittlerweile der drittgrößte Lieferant für die EU-Länder und exportiert fast 85 % seiner Textilprodukte. Ein Segen für das kleine Land, in dem mehr als 150 Mio. Menschen auf einer Fläche leben, die 40 % der Fläche Deutschlands ausmacht. Ein Land, das keinerlei Bodenschätze besitzt, immer wieder von Naturkatastrophen heimgesucht wird und in dem fast 40 % der Bevölkerung unter der Armutsgrenze leben. Ernsting's family hat sich hier schon sehr früh für faire Arbeitsbedingungen engagiert. Wir zahlen nicht nur übertariflich, sondern lassen auch regelmäßig die Arbeitszeiten der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und ihre Unterkünfte vor Ort überprüfen und stehen im ständigen Austausch mit den Produzenten. Aktuell liegt in unserem Sortiment der Anteil der in Bangladesch produzierten Artikel (Bestellmenge) bei knapp 10 Prozent.

► Darf man ein T-Shirt für fünf Euro kaufen?

Der bloße Preis verrät nicht viel über ein T-Shirt. Hochpreisige Marken T-Shirts werden häufig in denselben Fabriken und unter denselben Bedingungen produziert, wie ein T-Shirt für fünf Euro. Als Textilhändler mit einer vertikal aufgestellten Lieferkette ist Ernsting's family nicht auf die Dienste einer Vielzahl von Groß- und Zwischenhändlern angewiesen. Fast 1.800 Filialen in Deutschland und Österreich sowie ein Online-Shop mit fast 2,5 Millionen monatlichen Besuchern („unique visitors“) sorgen zudem dafür, dass Ernsting's family seine Mode in extrem großen Mengen einkaufen kann. Diese Faktoren sorgen für Einsparungen bei den Einkaufspreisen, die das Unternehmen gerne an seine Kundinnen und Kunden weitergibt. Dazu kommt ein sehr effizientes Logistiksystem zur Verteilung der Waren, das ebenfalls dazu beiträgt, dass qualitativ hochwertige Mode zu erschwinglichen Preisen angeboten werden kann. Selbstverständlich trägt Ernsting's family während der gesamten Lieferkette Verantwortung und tut sein Möglichstes, um zu gewährleisten, dass alle Produktionsprozesse unter fairen, gerechten, sozial- und umweltverträglichen Bedingungen ablaufen.

IMPRESSUM

HERAUSGEBER:

Ernsting's family GmbH & Co. KG
Hugo-Ernsting-Platz / Industriestraße 1
D-48653 Coesfeld-Lette
Germany
csr@ernstings-family.com
Tel.: +49 (0)2546-77 0

CHEFREDAKTION:

Marcello Concilio

AUTOREN:

Marcello Concilio
Gunnar van Geldern
Heike Hano
Stephan Harms
Stephan Hinzke
Thomas Hoffmann
Katrin Oberg
Anna Rensing
Ralph Schillmüller
Maike Schrieverhoff
Julia Schulz-Ruhtenberg

KONZEPTION & GESTALTUNG:

Heider Held Design, Münster

DRUCK:

Mediahaus, Ahaus

PAPIER:



STAND:

2. aktualisierte Auflage Mai 2015

BILDNACHWEISE:

U1 + S. 4–5, Abb.: Kind riecht an Sonnenblume;
Sunny studio/shutterstock
S. 6–7, Abb.: Kind mit Sonnenblume; Sunny studio/shutterstock
S. 8–9, Abb.: Bank; © iStock.com/hidesy
S.12, Abb.: Handschlag; © iStock.com/webphotographeer
S. 16, Abb.: bügelnde Frau; Kzenon/shutterstock
S. 16+23, Abb.: nähende Frau; Kzenon/shutterstock
S. 17, Abb.: Sandstrahlen Nr. 1; © iStock.com/ZooCat
S. 16–17, Abb.: Sandstrahlen Nr. 2; Milos Stojanovic/shutterstock
S. 2+17, Abb.: Baumwollpflanzen; © iStock.com/jayjay007_com
S. 17, Abb.: Baumwollblüte; © iStock.com/pjohnson1
S. 17, Abb.: Denim Textur; © iStock.com/rusm
S. 17, Abb.: Stoff Textur; © iStock.com/rusm
S. 20, Abb.: Stoffmuster; gorillaimages/shutterstock
S. 21, Abb.: Testmaschine; Angelo Giampiccolo/shutterstock
S. 21, Abb.: Testmaschine Leder; Angelo Giampiccolo/shutterstock
S. 25–26, Abb.: Baumwollfeld; © iStock.com/earthmandala
S. 23+26, Abb.: Baumwollblüte Nr. 2;
Paul Matthew Photography/shutterstock
S. 34–35, Abb.: Mutter & Tochter Wiese; © iStock.com/skynesher
S. 38, Abb.: Kind in Blumenwiese; © iStock.com/Bolot
S. 38–40, Abb.: Blätter; Valentina Razuumova/shutterstock
S. 41, Abb.: Sonne/blauer Himmel; © rangizzz - Fotolia.com
S. 48, Abb.: Glühbirne mit Blättern; © Rainer Sturm/pixilio.de
S. 49, Abb.: Baum 1; vovan/shutterstock
S. 49, Abb.: Baum 2; © Schlegelfotos - Fotolia.com
S. 50–52, Abb.: Frau mit Tuch in Blumenwiese;
© iStock.com/FredFroese
S. 67, Abb.: Hände; © iStock.com/urbancow
S. 68, Abb.: Pärchen auf Wiese; © iStock.com/gehringj

Unsere
Nachhaltigkeitsbroschüre

*Mehr Infos unter:
www.ernstings-family.de*

Ernsting's family GmbH & Co. KG
Hugo-Ernsting-Platz / Industriestraße 1
D-48653 Coesfeld-Lette
Germany

