

2025

PROTECT
ortovox



ORTOVOX PROTACT REPORT 2025

Zusammenfassung – Version in einfacher Sprache*

Für ORTOVOX ist Nachhaltigkeit sehr wichtig. Mit unserer ProtAct Strategie zeigen wir, welche Ziele wir erreichen wollen. In den beiden Bereichen PLANET (Umwelt) und PEOPLE (Menschen) wollen wir die Auswirkungen unseres Handelns auf Umwelt und Menschen verringern. Wir gehen schrittweise vor und berichten über unsere Maßnahmen und Erfolge.

Seit dem letzten Geschäftsjahr arbeiten wir in einem neuen neuen Modell. Es heißt „integriertes Managementsystem“. Es sorgt dafür, dass Verantwortung nicht nur bei der Nachhaltigkeitsabteilung liegt. Alle Abteilungen tragen nun Verantwortung dafür, dass Nachhaltigkeit in der täglichen Arbeit berücksichtigt wird.

PLANET – Klimaschutz und Verantwortung für die Umwelt

Der Klimawandel ist die größte Gefahr für unsere Umwelt. Wenn sich die Erde weiter erwärmt, wird das Leben für Menschen und Tiere schwieriger.

Unser Ziel im Bereich PLANET

ORTOVOX will bis zum Jahr 2030 42 % weniger CO₂-Emissionen verursachen als im Jahr 2022. Das betrifft alle Bereiche:

- ▶ direkte Emissionen, z. B. Energieverbrauch
- ▶ indirekte Emissionen, z. B. Lieferkette und Produkte

Damit folgen wir dem 1,5°C-Ziel der Science Based Targets Initiative (SBTI). Bis 2050 wollen wir zudem die Emissionen um 95 % senken.

Aktuelle Zahlen

- ▶ Im Geschäftsjahr 2024/25 lagen unsere Emissionen bei 11.433 Tonnen CO₂.
- ▶ Das bedeutet 19,29 % weniger als im Vorjahr.
- ▶ Im Verhältnis zum Umsatz konnten wir unsere Emissionsintensität um 13,66 % verringern.

PEOPLE – Verantwortung für Menschen in der Lieferkette

Ein fairer Lohn ist die Grundlage für ein ausreichendes und sicheres Auskommen. Wir wollen, dass alle Menschen, die unsere Produkte herstellen, genug verdienen, um gut leben zu können. Darum ist das Thema Löhne ein Schwerpunkt in unserer ProtACT Strategie.

Unser Ziel im Bereich PEOPLE

ORTOVOX unterstützt bis 2030 die Erreichung von existenzsichernden Löhnen in Asien und einen Ziel-Lohn in Europa. Von „existenzsichernd“ spricht man, wenn der Lohn hoch genug ist, damit eine Person und ihre Familie für Essen, Wohnung, Kleidung, Gesundheit und Bildung bezahlen können.

Aktuelle Zahlen

- ▶ 0 eingegangene Beschwerden
- ▶ 33 Überprüfungen von Fabriken und Arbeitsschutz
- ▶ In 87,5 % der Fabriken gibt es gewählte Arbeitnehmervertretungen
- ▶ 91,8 % der Tier-2-Partner haben unseren Verhaltenskodex unterschrieben
- ▶ Unsere Produktion findet in 39 Fabriken in 15 Ländern

Im vollständigen Bericht gibt es alle Information zu unseren Zielen, Herausforderungen und Maßnahmen und Erfolgen.

*Eine Version in einfacher Sprache gibt Informationen in kurzen, leicht verständlichen Sätzen wieder. Dabei wird möglichst auf Fachbegriffe und Fremdwörter verzichtet. Diese Art der Sprache ist ein Hilfsmittel, um Menschen, die Schwierigkeiten mit der deutschen Standardsprache haben, den Zugang zu Informationen zu erleichtern

VORWORT

Unsere tiefe Verankerung im Bergsport, unsere Expertise und unsere Innovationskraft sind die zentralen Erfolgsfaktoren von ORTOVOX. Und in allen drei Bereichen spielen Verantwortung und Haltung eine Schlüsselrolle: Es gibt keinen Bergsport ohne Respekt, keine Expertise ohne Tradition, keine Innovation ohne Überzeugung – und ohne Nachhaltigkeit.

Die Berge sind der Ort, wo wir uns am liebsten bewegen und sie sind zugleich die essentielle Grundlage unseres Unternehmens. Wir erleben die klimabedingten Veränderungen sehr bewusst und unmittelbar – und sind so ambitioniert in unseren Nachhaltigkeitszielen, weil wir unserer Verantwortung gerecht werden, uns klar positionieren und zukunftsicher aufstellen wollen.

Exemplarisch dafür steht unser Engage-

ment im Bereich T2T (Textile to Textile) Recycling. Der Einsatz von T2T-Materialien ist neben der Verlängerung des Produktlebens durch Langlebigkeit und Reparierbarkeit aktuell unser größter Hebel für eine textile Kreislaufwirtschaft. Denn aus PET-Flaschen gewonnenes Polyester ist nur eine Zwischenlösung, da das Recycling aus Alttextilien noch in den Anfängen steht. Das Ziel allerdings muss die Nutzung von recyceltem Polyester und Polyamid aus nicht mehr verwendbaren Textilien sein. Hier ist unser Invest in Forschung und Pilotprojekte groß, aber das ist unsere Überzeugung auch.

Wir gehen ebenfalls neue Wege im Bereich sozialer Verantwortung in der tieferen Lieferkette und kooperieren mit Mitbewerbern und Organisationen, um ArbeiterInnen Zugang zu Beschwerdemechanismen zu ermöglichen. Und stolz sind wir auch auf unsere Fortschritte

bei der bluesign Zertifizierung. Im Sommer 2026 werden einige neue bluesign® PRODUCTS auf den Markt kommen.

Unsere KundInnen vertrauen darauf, dass unsere Produkte unter extremen Bedingungen zuverlässig funktionieren. Und sie vertrauen darauf, dass wir uns bestmöglich für den Erhalt der Natur und den Schutz der Menschen einsetzen. So ist der ProtACT Report ein wichtiges und wertvolles Tool, unsere Maßnahmen und Ziele transparent zu kommunizieren.

Ich wünsche Euch viele spannende Einblicke,

Stefan Kohlbauer,
CEO



INHALT

Unternehmen & Strategie

- 06 ORTOVOX schützt
- 07 Einführung eines integrierten
Managementsystems
- 08 Unsere Strategie

PLANET

- 15 Klimastrategie & Emissionsbericht
- 21 Carbon Reduction Project der EOG
- 25 bluesign Partnerschaft
- 29 Verantwortung im Kreislauf
- 32 Wolle – unser Ursprung, unsere Verantwortung

PEOPLE

- 37 Verantwortung, die über den
Mindestlohn hinausgeht
- 41 Verantwortung in der Lieferkette
- 48 Starke Partner in Europa und Asien
- 49 Wir schauen ganz genau hin
- 54 Beschwerdeprojekt in Vietnam

Ausblick

- 60 Unsere Ziele für 2025/2026

Verzeichnisse

- 63 Sustainability Development Goals (SDG)
- 64 Deutscher Nachhaltigkeitskodex (DNK)
- 65 Global Reporting Initiative (GRI)



UNTERNEHMEN UND STRATEGIE



ORTOVOX SCHÜTZT

Schutz als Markenwert Nr. 1 steht bei ORTOVOX im Fokus. Schutz bezieht sich dabei nicht nur auf Produkte, sondern beinhaltet den Schutz des Menschen, der Umwelt und der Tierwelt. Zu dieser Motivation kommt das Bewusstsein für die Notwendigkeit und Relevanz einer Nachhaltigkeitsstrategie mit Blick auf Wirtschaftlichkeit und Wettbewerbsfähigkeit. Auch die Gesetzgebung, wie beispielsweise das Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz (LkSG), stärkt die Dringlichkeit einer resoluten Strategie. Unser Ziel ist es jedoch, besser zu sein als das gesetzliche Minimum.

Das Mindset für Engagement, selbstkritische Reflektion und transparente Kommunikation stimmt also. Zudem wurden frühzeitig die notwendigen Strukturen für die Bearbeitung aller Nachhaltigkeitsthemen etabliert.

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

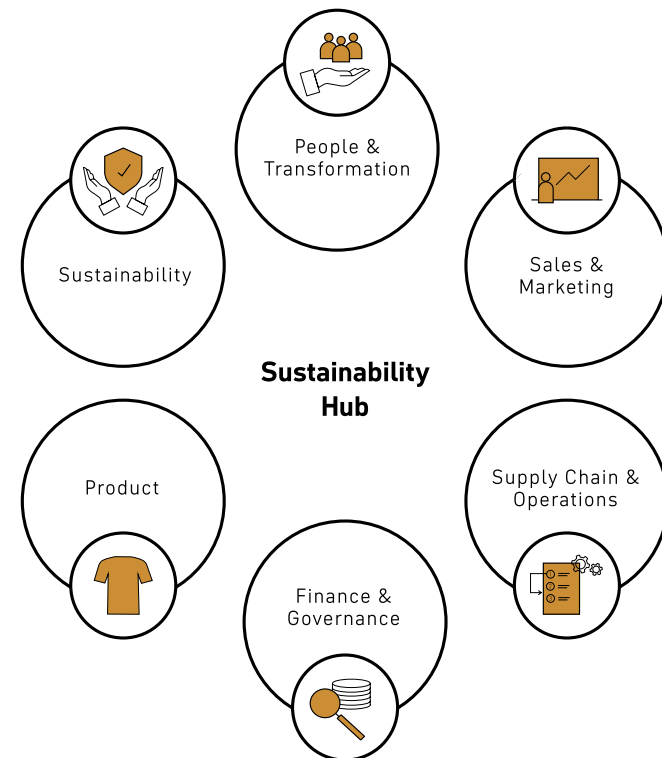
EINFÜHRUNG EINES INTEGRIERTEN MANAGEMENTSYSTEMS

Nachhaltigkeit ist fest in unserer Unternehmensstruktur verankert. Um Wirkung und Effizienz sicherzustellen, überprüfen und optimieren wir unsere Organisation regelmäßig. Im letzten Geschäftsjahr haben wir deshalb von einem klassischen Modell mit zentraler Stabstelle auf ein integriertes Managementsystem umgestellt.

Ein Teil der fünf Mitarbeitenden der Stabstelle wurde als ExpertIn-nen in die Fachabteilungen eingegliedert. Dort sorgen sie dafür, dass Nachhaltigkeit in allen Vorgängen mitgedacht wird: Sie kommunizieren strategische Ziele, liefern operativen Input, begleiten Abläufe und dokumentieren Ergebnisse.

Zwei Mitarbeitende sind weiterhin in der zentralen Stabstelle tätig. Sie steuern die Nachhaltigkeitsstrategie und bearbeiten unternehmensweite Themen.

Ergänzt wird diese Struktur durch den abteilungsübergreifenden Sustainability Hub, der den Austausch sichert und Prioritäten abstimmt. Zwei spezialisierte Arbeitsgruppen setzen zusätzliche Schwerpunkte: Der Climate Action Circle entwickelt Maßnahmen zur Umsetzung der Klimastrategie, während der Living Wage Hub den Fokus auf existenzsichernde Löhne entlang der Lieferkette legt.



UNSERE STRATEGIE



Als Unternehmen verfolgen wir mit ProtACT bereits seit 2019 eine ambitionierte Nachhaltigkeitsstrategie. Seit jeher stehen dabei die beiden Handlungsfelder PEOPLE und PLANET im Fokus. Dies spiegelt unser Pflichtbewusstsein für den Schutz von Menschen und Umwelt in besonderem Maße wider. Durch unser bisheriges Engagement haben wir den Grundstein gelegt und uns ein breites Fundament für Nachhaltigkeitsthemen erstellt, auf dem wir nun weiter aufbauen. Mit der Weiterentwicklung der Nachhaltigkeitsstrategie intensivieren wir unsere Anstrengungen, um auch künftig echten positiven Wandel zu erzielen. Nur so können wir in unserer

Zielgruppe relevant bleiben und unseren wirtschaftlichen Erfolg sichern.

In den Handlungsfeldern PEOPLE und PLANET setzen wir aktuell den Fokus auf zwei übergeordnete Ziele in den Bereichen Klimaschutz und Existenzsichernde Löhne. Wir haben uns bewusst gegen eine zeitliche Begrenzung der Strategie z.B. auf 2030 entschieden. Zum einen, weil das Klimaziel auch Reduktionsziele bis 2050 beinhaltet, aber auch, weil wir mit einer dynamischen Strategie arbeiten wollen, die auch kurzfristig auf Herausforderungen reagieren kann.

Dieser explizite Fokus heißt jedoch nicht, dass wir die Bearbeitung anderer Themengebiete einstellen. Unter dem Begriff SUSTAINABILITY MATTERS vereinigen wir weitere Nachhaltigkeitsfelder, die uns im täglichen Arbeiten eine Richtung und Leitplanken geben sowie Marktrelevanz und Rechtskonformität gewährleisten. Sie bilden das Fundament unserer Anstrengungen im Nachhaltigkeitsbereich und werden von den einzelnen Fachabteilungen verantwortet und vorangetrieben. Diese Struktur unterstreicht unseren integrierten Managementansatz und zeigt, dass Nachhaltigkeit unternehmensübergreifend verankert ist.



PROTECT

ortovox

PLANET

Klimaschutz

Tierwohl

Umweltschutz

Produktkreislauf

PEOPLE

Existenzsichernde
Löhne

Soziale Verantwortung
in der Lieferkette

PROTACT THE PLANET

Der Schutz unseres Planeten ist weitläufig und vielfältig. Für uns umfasst er Umwelt- und Klimaschutz, Ressourcenschonung und Biodiversität sowie Wasser- und Chemikalien Management. Trotz aller Motivation und Leidenschaft ist es für ein Unternehmen unserer Größe unmöglich, alle diese Felder gleichermaßen zu bearbeiten. Eine Fokussierung ist unabdingbar. Auf unserer sinnbildhaften Expeditionskarte ist der Klimaschutz rot eingekreist.

Der Klimawandel stellt die größte Herausforderung für unsere Umwelt dar. Die Erderwärmung wirkt sich direkt auf die Stabilität der Ökosysteme und die Lebensbedingungen aus – von Men-

schen, Flora und Fauna. Wir sind überzeugt, dass effektiver Klimaschutz die essenzielle Basis für einen umfassenden Umweltschutz bildet. Daher setzen wir klare Prioritäten, um langfristigen Impact zu erzielen.

Auch rein wirtschaftlich betrachtet bringt der Klimawandel Risiken für uns als Unternehmen mit sich. Denn obwohl Sommersportarten wie Klettern und Mountainbiking stetig mehr Relevanz bekommen, machen Produkte für den Wintersport aktuell noch immer den Großteil unseres Geschäfts aus. Der Kampf gegen den Klimawandel ist für uns daher auch aus wirtschaftlicher Perspektive wichtig.

PLANET

Klimaschutz

Unser übergeordnetes PLANET Ziel

ORTOVOX verpflichtet sich, bis 2030 42 % seiner Scope 1 & 2 sowie Scope 3 Emissionen basierend auf der Baseline 2022 zu reduzieren, und verfolgt damit das 1,5°C Ziel gemäß der Science Based Target Initiative (SBTI). Um dieses zu erreichen, braucht es bis 2050 eine weitere Reduktion der Emissionen um 95 %.

Für eine erfolgreiche Umsetzung haben wir mit dem „CLIMATE ACTION CIRCLE“ ein engagiertes Team zusammengestellt, das die notwendigen Maßnahmen – bspw. die Umstellung auf recycelte Materialien und grünen Strom – koordiniert vorantreibt, den Prozess kontinuierlich überwacht sowie den jährlichen Fortschritt der Reduktion misst.

► Siehe Beiträge zum Emissionsbericht, Seite 15, sowie zum Carbon Reduction Project, Seite 21

SUSTAINABILITY MATTERS

PLANET

PLANET

Klimaschutz

Tierwohl

Umweltschutz

Produktkreislauf

Tierwohl

Das Wohlergehen „unserer“ Schafe liegt uns am Herzen. Mit dem ORTOVOX Wool Promise (OWP) haben wir 2017 einen eigenen, branchenführenden Standard etabliert, der Schur, Transport und Schlachtung streng regelt. Mittlerweile konnte der OWP in unserer Lieferkette durch den Responsible Wool Standard (RWS) abgelöst werden.

- Siehe Beitrag zum Thema Wolle, Seite 32

Umweltschutz

Wir bieten bereits ausschließlich Produkte an, die ohne den Einsatz von PFC hergestellt wurden, und kontrollieren die eingesetzten Chemikalien streng. Mit unserem Guide for Chemical Compliance sichern wir zudem Umwelt- und Arbeitsschutz in der Lieferkette. Die Partnerschaft mit bluesign technologies ag und das sogenannte Input Stream Management sorgen dafür, dass nur saubere Rohstoffe eingesetzt werden und Risiken minimiert sind.

- Siehe Beitrag zur bluesign Partnerschaft, Seite 25

Produktkreislauf

Mit Recyclingfähigkeit und Langlebigkeit treiben wir Kreislaufwirtschaft voran. Dafür haben wir zwei Säulen identifiziert: Während „Close the loop!“ die Recyclingfähigkeit fokussiert, steht bei „Slow down the loop!“ die Verlängerung der Nutzungsphase durch entsprechende Qualität, Reparaturfähigkeit und Ästhetik im Zentrum. Ergänzt durch Second Hand, Verleih, Reparaturservice und Pflegehinweise fördern wir so nachhaltiges Konsumverhalten.

- Siehe Beitrag zu Textile-to-Textile Recycling, Seite 29

PROTACT THE PEOPLE

Für ORTOVOX hat es absolute Priorität, unserer sozialen Verantwortung in der Wertschöpfungskette nachzukommen. Schließlich sind nicht nur hochwertige Materialien und neueste Technologien entscheidende Erfolgsfaktoren für unsere Produkte – es sind vor allem die Menschen dahinter. Und das im ORTOVOX Headquarter wie bei unseren Partnerunternehmen. Uns geht es darum sicherzustellen, dass all die Mitarbeitenden in den Produktionsstätten unter gerechten und rechtmäßigen Bedingungen arbeiten. Dies tun wir mit Unterstützung unabhängiger AuditorInnen, mit Besuchen vor Ort, Prüfungen nach festgelegten, international anerkannten Standards sowie einem kontinuierlichen, engen Austausch auf Augenhöhe.

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

PEOPLE

Existenzsichernde
Löhne

Unser übergeordnetes PLANET Ziel

ORTOVOX unterstützt bis 2030 die Erreichung existenzsichernder Löhne in Asien und Target Wages in Europa.

Zur Erreichung unserer Ziele haben wir mit dem „LIVING WAGE HUB“ ein internes Team zusammengestellt, das sich im ersten Schritt mit der Beschaffung der relevanten Lohndaten sowie der Erstellung einer Roadmap für das Projekt beschäftigt.

► Siehe Beitrag zu Lohnlücken in der Lieferkette, Seite 37

SUSTAINABILITY MATTERS - PEOPLE

Soziale Verantwortung in der Lieferkette

Mit unserem ProtACT Ziel im Bereich PEOPLE rücken existenzsichernde Löhne ganz nach oben auf die Agenda. Doch soziale Verantwortung umfasst weit mehr: faire Einkaufspraktiken, enge Partnerschaften mit unseren Lieferanten, die Überwachung von Arbeitsstandards, funktionierende Beschwerdemechanismen und den offenen Dialog entlang der gesamten Lieferkette. Dabei orientieren wir uns am Sorgfaltspflichtenansatz der OECD und arbeiten risikobasiert.

Im Tier-1-Bereich kooperieren wir seit nunmehr zehn Jahren mit der Fair Wear

Foundation. Gemeinsam verbessern wir Schritt für Schritt die Arbeitsbedingungen in den Nähfabriken.

- Siehe auch die Beiträge Verantwortung in der Lieferkette, Seite 41 und Wir schauen genau hin, Seite 49

Textile Lieferketten sind sehr komplex. Einzelne Komponenten eines Produkts stammen häufig aus verschiedenen Fabriken und Ländern. Um ein besseres Verständnis für die Tier-2-Ebene zu gewinnen, haben wir ein Monitoringkonzept entwickelt, mit dem wir regelmäßig Daten erfassen und in unsere Risikoanalyse integrieren. So treffen wir fundiertere Entscheidungen und können gezielt Schwerpunkte setzen.

Viele bewährte Instrumente aus der Zusammenarbeit mit Nähfabriken, wie etwa der Beschwerdemechanismus der Fair Wear Foundation, existieren in der tiefen Lieferkette bislang nicht. Lieferanten können jedoch das Hinweisgebersystem unseres Mutterkonzerns nutzen, das wir im Code of Conduct klar kommunizieren. Bislang haben wir darüber keine Meldung erhalten. Um dennoch Erfahrungen mit einem niederschweligen System zu sammeln, haben wir in Vietnam ein Pilotprojekt gestartet. Schritt für Schritt wollen wir so unsere Verantwortung in der gesamten Lieferkette weiter ausbauen.

- Siehe Beitrag zum Beschwerdeprojekt Vietnam, Seite 54

PEOPLE

Existenzsichernde
Löhne

Soziale Verantwortung
in der Lieferkette



PLANET

KLIMASTRATEGIE & EMISSIONS- BERICHT

Die Datenanalyse der Baseline-Erhebung 2022 ergab Gesamtemissionen von 22.572,91 t CO₂*. Unser daraus abgeleitetes Ziel ist klar:

ORTOVOX verpflichtet sich, bis 2030 die eigenen Scope 1&2 sowie Scope 3 Emissionen um 42 Prozent gegenüber der Baseline aus 2022 zu reduzieren – und bis 2050 sogar um 95 Prozent. Damit folgen wir dem 1,5-Grad-Pfad der Science Based Targets Initiative (SBTi).

Diese Ziele sind ambitioniert, aber notwendig, wenn wir das schützen wollen, was uns antreibt: schneebedeckte Berge. Der Fokus liegt dabei auf Climate Mitigation und Emissionsvermeidung, denn für uns gilt: Reduktion geht vor Kompensation. Die Emissionen, die für uns aktuell unvermeidbar sind, gleichen wir jedoch als zertifizierter ClimatePartner weiterhin über die Unterstützung zertifizierter Klimaschutzprojekte aus.

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



Fahrplan zur Reduktion

Für eine erfolgreiche Umsetzung haben wir parallel zur Baseline-Erhebung mit dem „CLIMATE ACTION CIRCLE“ ein engagiertes Team zusammengestellt, das die notwendigen Maßnahmen koordiniert vorantreibt, den Prozess kontinuierlich überwacht sowie den jährlichen Fortschritt der Reduktion misst.

Mit dem Climate Action Plan 2030 hat das Team im Geschäftsjahr 2024/25 einen konkreten Fahrplan verabschiedet. Dieser definiert Maßnahmen in allen relevanten Bereichen: von Materialien über Trims, Logistik und Verpackungen bis hin zu unserem eigenen Standort. Für jeden Bereich wurde ein Emissionsbudget bis 2030 festgelegt. Damit wissen wir heute, wie viel wir in den kommenden Jahren „ausgeben“ dürfen und wo die Stell-schrauben mit dem größten Hebel liegen. Ein ungeplanter Anstieg der Emissionen in einem Bereich muss jedoch in einem anderen durch eine größere Reduktion ausgeglichen werden, um das Emis-sionsbudget nicht zu überschreiten und das Gesamtziel weiterhin erreichen zu können.

Bereich	Mögliche Ansätze & Maßnahmen zur Reduktion
Logistik Tier 4 – Tier 1	Vermeidung von Flugfracht, Optimierung der Logistikabläufe
Logistik Tier 1 – Lager	Vermeidung von Flugfracht, Optimierung der Logistikabläufe
Strom Tier 1	Fokus auf den Einsatz von erneuerbaren Energien in der Produktion
Verpackungen	Reduktion und Optimierung von Verpackung, Einsatz recycelter und innovativer Verpackungsmaterialien
Materialien Softgoods	Einsatz von recyceltem Polyamid, textile to textile Polyester und recycelter Wolle; Reduktion von Leftovers, Integration von CO ₂ armen Färbeprozessen
Trims Softgoods	Erhöhung des Einsatzes von recycelten Materialien
Hardgoods	Entwicklung von emissionsärmeren Materialien und Innovationen im Hinblick auf recycelte Materialien, Erhöhung des Anteils an erneuerbarer Energien in der Produktion
CCF Scope 3	Reduktion des Energie- und Wärmebedarfs der Standorte, Umstellung auf erneuerbare Energiequellen, Reduktion von Emissionen durch Dienstreisen

Wo wir heute stehen

Seit der Baseline 2022 konnten wir unsere Emissionen bereits deutlich reduzieren. Dies ist jedoch nicht nur in der Effektivität der umgesetzten Reduzierungsmaßnahmen begründet, sondern liegt auch an der allgemeinen Marktentwicklung mit einem geringeren Produktionsvolumen.

Ziel ist es daher, auch bei zukünftig wieder wachsenden Produktionsmengen weiterhin eine signifikante Emissionsreduktion zu erzielen. Das heißt, dass wir

unsere Emissionsintensität senken und zudem die Emissionsreduktion von der Umsatzentwicklung entkoppeln müssen. Dafür betrachten wir in Zukunft neue KPIs, um die Entwicklungen besser und nachvollziehbarer abbilden zu können, z.B. als Emissionen/Umsatz, Emissionen/Mitarbeiter, Emissionen/produziertem Produkt oder Emissionen/eingekauftem Material.

Eine weitere wichtige Neuerung ist die Integration der Nutzungsphase eines

Produkts in die Emissionsberechnung auf Basis von Pflegehinweisen und Energieverbrauch. Und obwohl es sich hierbei nur um eine Annäherung handelt, da wir das tatsächliche Verhalten unsere Kunden ja nicht kennen, zeigt dieser Schritt, dass wir nicht nur unsere Klimastrategie und das Reporting, sondern auch unser Verständnis, wie und wo Emissionen entstehen, stetig weiterentwickeln.



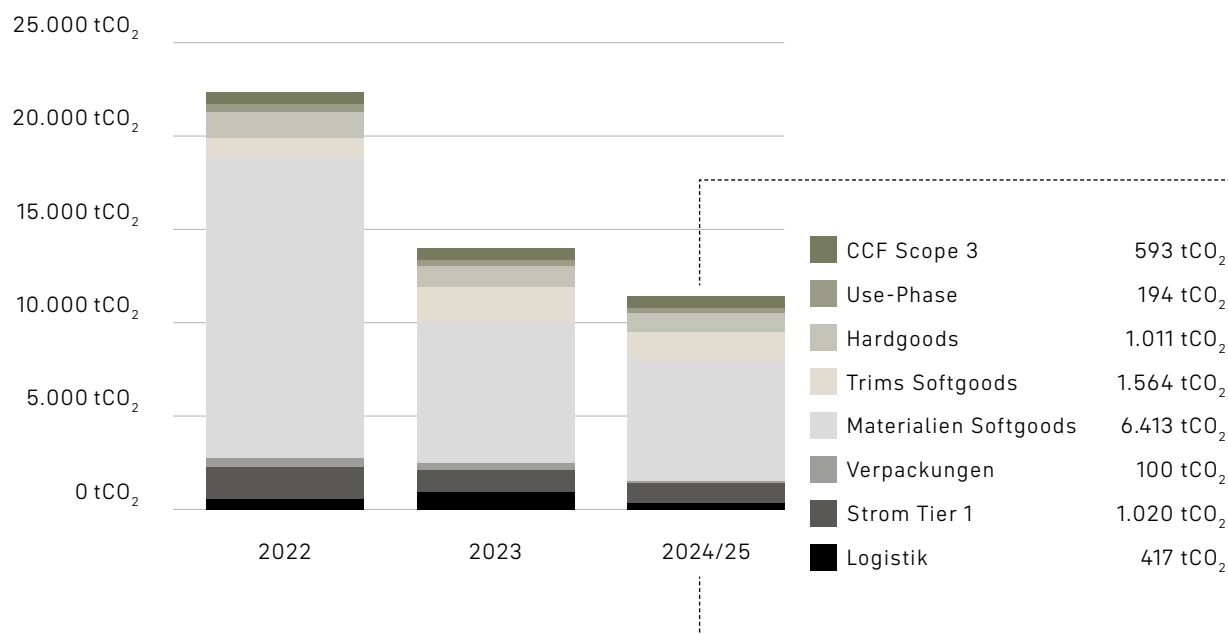
Klimabilanz 2024/25

Für die Klimabilanz 2024/25 haben wir uns die Emissionen des Geschäftsjahres (01.07.2024 - 30.06.2025) sowie die Produkte der Winterkollektion 2024/25 und der Sommerkollektion 2025 angeschaut.

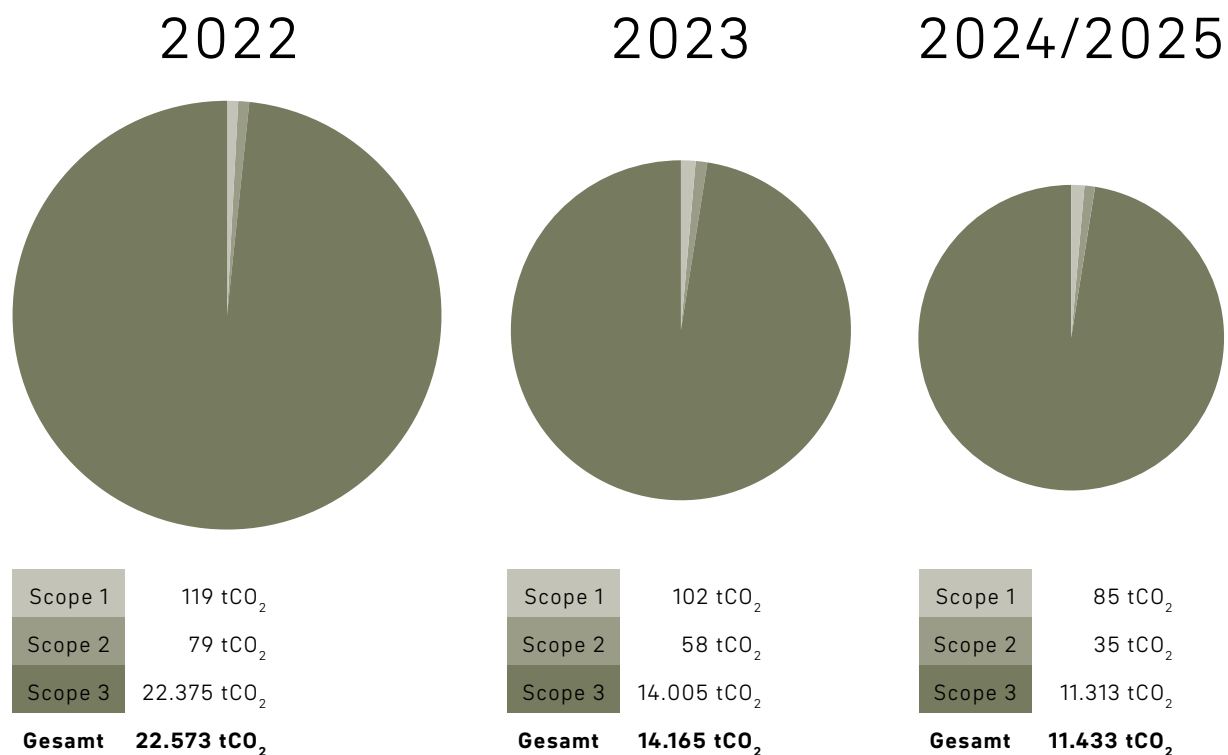
Die wichtigsten 3 Kennzahlen:

- Gesamtemissionen 2024/25: Insgesamt wurde 11.433 tCO₂ erzeugt
- Absolute Reduktion im Vergleich zu 2023: 2.731 tCO₂, entspricht 19,29 %
- Reduktion in Relation zum Umsatz im Vergleich zu 2023: 13,66 %

Die Entwicklung unserer Scope 3 Emissionen



Entwicklung der Emissionen pro Scope



Gerundete Werte für bessere Lesbarkeit. Die Zahlen der Vorjahre können sich aufgrund von Nachberechnungen von Angaben in früheren Reports unterscheiden.

Scope 1

Direkte Emissionen (DE, AT, CAN)

- Fuhrpark

Scope 2

Indirekte Emissionen aus zugekaufter Energie (DE, AT, CAN)

- Eingekaufter Strom
- Eingekaufte Wärme

Scope 3

Indirekte Emissionen innerhalb der Wertschöpfungskette

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

Herausforderungen, Erkenntnisse & nächste Schritte

Die Umstellung des Betrachtungszeitraums von Kalender- auf Geschäftsjahr bei der CCF Berechnung hat einmal mehr verdeutlicht, wie herausfordernd die Datenerhebung in der Praxis ist. Beispielsweise sind Daten nicht immer für den gewünschten Zeitraum vorhanden oder werden von Anbietern nicht zur Verfügung gestellt.

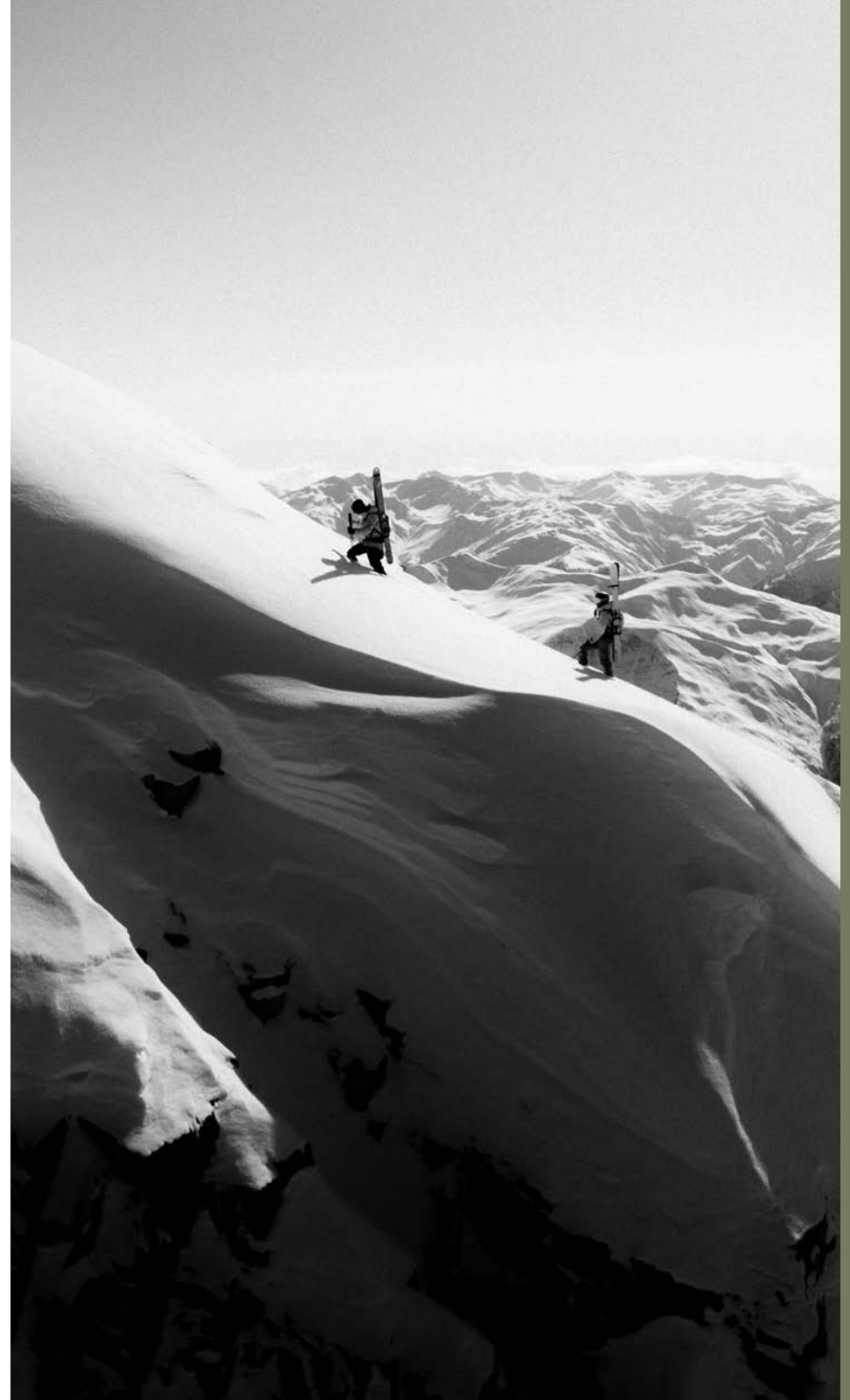
Gleichzeitig arbeiten wir jedoch an der Verbesserung der Datenqualität, indem wir versuchen, immer mehr Primärdaten, auch aus tieferen Ebenen der Lieferkette, zu integrieren, anstatt uns auf Annahmen und Modellierungen zu verlassen. Zudem erweitern wir den Umfang der Datenerfassung auf weitere Bereiche des Unternehmens, wie beispielsweise unsere Kantine am Standort Taufkirchen.

Auf Basis dieser Erfahrungen überarbeiten wir unsere Klimastrategie: Für die Zukunft ist geplant, den Climate Action Plan mit Blick auf unsere Reduktionsziele für 2050 zu erweitern. Zudem gilt es, die Folgen der Entwicklungen rund um die CSRD sowie weitere Policy und Compliance Anforderungen konsequent umzusetzen und in die Prozesse zu integrieren.

Trotz aller Herausforderungen bleibt unser Bekenntnis eindeutig: Wir reduzieren Emissionen konsequent, anstatt sie nur zu kompensieren. Denn echter Klimaschutz beginnt damit, Verantwortung für die eigenen Auswirkungen zu übernehmen. Und genau daran arbeiten wir – heute und an jedem Tag bis 2050!

CARBON REDUCTION PROJECT DER EOG

Seit Ende 2021 engagiert sich ORTOVOX zusammen mit weiteren Unternehmen der Outdoorbranche im Carbon Reduction Project der European Outdoor Group (EOG). Ziel ist es, gemeinsam die Treibhausgasemissionen in globalen Lieferketten zu senken und den Umstieg auf erneuerbare Energien voranzutreiben. Das Potenzial ist groß: Die (gesamte) Textilindustrie ist nachweislich für 10 % der jährlichen Treibhausgasemissionen verantwortlich. Die Herstellung von Stoffen, das Färben und die Veredelung benötigen viel Energie. Das heißt jedoch auch, dass in diesen Verarbeitungsstufen immense Einsparungen möglich sind.



Viele Outdoor-Unternehmen gehören zum Mittelstand und haben daher nur begrenzten Einfluss auf die Lieferanten. Durch das gemeinsame Auftreten und die Bündelung der personellen und finanziellen Ressourcen der Unternehmen soll ein klares Signal in die Lieferkette gesendet werden: das Thema ist der Branche wichtig! Gleichzeitig ist die Partnerschaft essenziell und die Produktionsstätten werden nicht alleingelassen. Die ersten Erfolge sind da: Was als Pilotprojekt begann, ist heute eine gefestigte Initiative, die bereits mehrere Projektgruppen, sogenannte Kohorten, umfasst.

Der Prozess folgt stets einem klaren Ablauf, der von der Lieferantenauswahl und Datenerhebung über die Umsetzung bis hin zur Nachverfolgung der Resultate reicht:

- ① **Supply Chain Mapping** zur Identifikation von Überschneidungen bei den genutzten Produktionsstätten durch die EOG.
- ② **Priorisierung von Produktionsstätten** nach strategischer Relevanz für die teilnehmenden Unternehmen und der Industrie sowie dem Entwicklungsstand ihrer Nachhaltigkeitsmaßnahmen.
- ③ **Durchführung des Carbon Leadership Program (CLP)** zur Status-erfassung und Zieldefinition in Zusammenarbeit mit den unabhängigen Experten vom Apparel Impact Institute (AII) und RESET Carbon. Am Ende des CLP gibt es für jede Fabrik mit dem Carbon-Toolkit einen konkreten Aktionsplan sowie ein Tool zur Berichterstattung.
- ④ **Implementierung von Reduktionsmaßnahmen** begleitet und unterstützt durch die beteiligten Unternehmen.
- ⑤ **Monitoring der Fortschritte** durch das Carbon Target Monitoring +.



EUROPEAN
OUTDOOR
GROUP

Die EOG wurde 2003 von 19 der weltweit größten Outdoor-Unternehmen gegründet, die alle die Notwendigkeit eines einheitlichen, grenzüberschreitenden Ansatzes zur Vertretung des Outdoor-Sektors erkannt haben. In einer Welt zunehmender Internationalisierung sind die Gesetzgebung, die Umwelt, die Medien und der Handel heute allesamt multi-nationale Themen. Die kombinierte Stärke der 160 Mitglieder der EOG verleiht der Gruppe eine enorme Kraft, um die europäische Outdoor-Branche auf konstruktive und positive Weise zu vertreten.

Mittlerweile arbeiten drei Projektgruppen (Kohorten) im Bekleidungsbereich parallel an der Dekarbonisierung ihrer Lieferketten. Jede von ihnen befindet sich in einer anderen Projektphase:

- ▶ **Die Pilotgruppe, bestehend aus zehn Unternehmen, befindet sich bereits in Phase 5 und testet aktuell das Carbon Target Monitoring des All. Der Impact Accelerator Fund der EOG, den ORTOVOX mit initiiert hat, finanzierte zudem ein Forschungsprojekt zum Umstieg auf erneuerbare Energie für kleine und mittelständische Textilunternehmen in Taiwan.**
- ▶ **Die zweite Kohorte mit neun Unternehmen befindet sich in der Implementierung konkreter Maßnahmen in den Produktionsstätten.**
- ▶ **Die dritte Kohorte mit elf teilnehmenden Brands ist Anfang 2025 gestartet und befindet sich derzeit im Mapping und in der Priorisierung der Lieferanten.**

Auch für die Bereiche Trims (zusätzliche Materialien) und Hardgoods gibt es eigene Pilotgruppen. Im Bereich Hardgoods zeigte sich bereits, dass bestehende Prozesse nicht 1:1 übertragbar sind. Hier werden die Vorgehensweise und die Zusammenarbeit mit Partnerorganisationen neu justiert. Die Kohorte zu Zubehör, also Knöpfe, Reißverschlüsse oder Bänder, befindet sich aktuell noch ganz am Anfang des Prozesses. Auch hier müssen zunächst der Projektrahmen und Umsetzungsmöglichkeiten betrachtet werden, bevor mit dem Mapping der Produktionsstätten begonnen werden kann.



Auf Initiative von ORTOVOX entstand im Jahr 2022 mit dem Impact Accelerator Fund eine Plattform zur Unterstützung von Dekarbonisierungsprojekten und Klimaschutzmaßnahmen innerhalb der Lieferketten. Fokusbereiche sind der saubere Ersatz von Elektrizität, der Ausstieg aus der Nutzung von Kohle für die industrielle Wärmeerzeugung sowie langfristige Kompensationsprojekte. Motivierte Unternehmen der Outdoor-Branche können im Rahmen ihrer Möglichkeiten beitragen, so dass auch jene mit weniger Erfahrung oder eingeschränkteren Ressourcen die Mission – Gemeinsam fürs Klima! – unterstützen können.

[Mehr Infos hier](#)

Herausforderungen und Ergebnisse

Die bisherigen Erfahrungen zeigen: Der Weg zur Dekarbonisierung ist anspruchsvoll. Lieferketten sind komplex, die Infrastruktur für erneuerbare Energien nicht immer verfügbar. Hinzu kommen regulatorische Hürden und technische Grenzen sowie hohe Investitionskosten, denen knappe Ressourcen bei Unternehmen und Lieferanten infolge der wirtschaftlichen Lage gegenüberstehen. Gleichzeitig wird deutlich, wie wichtig die enge Zusammenarbeit zwischen Marken und Lieferanten ist. Nur wenn beide Seiten an einem Strang ziehen, lassen sich Maßnahmen erfolgreich umsetzen.

Nächster Schritt: Fallstudie 2025

Die ersten beiden Kohorten haben wertvolle Einblicke geliefert, etwa welche Art von Unterstützung Lieferanten bei der Umsetzung benötigen und wo die größten Hürden liegen. Für Herbst 2025 ist nun eine umfassende Überarbeitung der Fallstudie zum Projekt geplant, die alle Erkenntnisse zusammenführt. Die Ergebnisse daraus helfen Prozesse zu optimieren und fließen direkt in zukünftige Kohorten ein.



BLUESIGN PARTNERSCHAFT

Wenn eine Jacke oder Hose unser Werk verlässt, stecken darin mehr als nur Funktion und Design, sondern auch Entscheidungen, die oft Monate zuvor gefallen sind. Eine dieser Entscheidungen betrifft die Frage: Wird dieses Produkt ein bluesign® PRODUCT?

Seit wir die Partnerschaft mit bluesign technologies ag geschlossen haben, verfolgen wir weitreichende Ziele. Diese reichen von klar messbaren Verbesserungen in unseren Partnerfabriken über den wachsenden Einsatz von bluesign® APPROVED Materialien und Trims (zusätzliche Materialien) bis hin zu einer steigenden Zahl an ORTOVOX Artikeln im Handel, die das bluesign® PRODUCT Label tragen. Dieses Label ist für EndkonsumentInnen ein direktes Versprechen: Hier wurden höchste Ansprüche an Umwelt- und Verbraucherschutz konsequent umgesetzt.



Was ist ein bluesign® PRODUCT?

Ein Bekleidungsartikel darf als bluesign® PRODUCT gekennzeichnet werden, wenn:

- ▶ mindestens 90 % der Materialien bluesign® APPROVED sind
- ▶ mindestens 30 % der Trims bluesign® APPROVED sind (ab 2027 mindestens 40 %)
- ▶ Für die nicht approved Trims / Materials muss nachgewiesen werden, dass sie trotzdem bestimmte Anforderungen an Chemical Compliance einhalten (zum Beispiel über Testberichte)

Was bedeutet bluesign® APPROVED Material?

Ein bluesign® APPROVED Material erfüllt strenge Anforderungen an Produktsicherheit und Umweltverträglichkeit.

Welche Anforderungen müssen die Produktionsstätten erfüllen?

bluesign® APPROVED Materialien und Trims werden ausschließlich in Fabriken gefertigt, die den Auditprozess ohne kritische und "major" Non-konformitäten (unter Berücksichtigung von Chemikalienmanagement sowie Umwelt- und Arbeitssicherheitsaspekten) durchlaufen haben. Für die Herstellung werden ausschließlich bluesign® APPROVED Chemikalien eingesetzt.

Tier 1 Fabriken, in denen die verschiedenen bluesign® APPROVED Materialien und Trims zu einem bluesign® PRODUCT zusammengesetzt werden, müssen einen Social Audit absolviert haben.

“Mit der Umstellung auf mehr bluesign Systempartner Produktionsstätten treiben wir tiefgreifende positive und nachhaltige Veränderungen in unserer Lieferkette voran.”



Anna Mack,
Senior Managerin
Chemical
Management

Wer profitiert von bluesign® PRODUCTS?

- **Für EndkonsumentInnen** bedeutet ein bluesign® PRODUCT, dass es unter höchsten Standards für Produktsicherheit gefertigt wurde, frei von schädlichen Chemikalien und sicher im direkten Hautkontakt.
- **Für ArbeiterInnen** in unserer Lieferkette heißt es, dass sie in Fabriken arbeiten, die strenge Vorgaben zum Chemikalienmanagement, zu Arbeitssicherheit und Umweltschutz einhalten, die regelmäßig kontrolliert und auditiert werden.
- **Für die Umwelt** bedeutet es, dass in der Produktion weniger Ressourcen verbraucht, schädliche Substanzen konsequent vermieden und entstehende Emissionen, beispielsweise durch optimal eingestellte Abwasserbehandlungen oder Abluftreinigungssysteme, reduziert und minimiert werden.



Vom Mehraufwand zum festen Prozess

Für unsere ersten bluesign® PRODUCTS haben wir die bluesign Kriterien auf bereits fertig entwickelte Modelle angewandt und diese entsprechend überarbeitet. Das war ein aufwendiger, zeitintensiver Umweg.

Heute wissen wir: Die Entscheidung, ob ein Artikel ein bluesign® PRODUCT wird, muss direkt beim Product Briefing getroffen werden, damit die Vorgaben von Beginn an eingehalten und entsprechende Materialien und Trims ausgewählt werden können. Da viele Abteilungen in diesen Ablauf involviert sind – vom Product Management bis zum Material Management – haben wir einen klaren internen Prozess geschaffen, um effizient arbeiten zu können.

Erster Meilenstein: Sommerkollektion 2026

Nachdem wir die Anzahl unserer bluesign Produktionsstätten, Materialien und Trims im Vergleich zu 2024 gesteigert haben, feiern wir mit der Kollektion SS26 den ersten wichtigen Meilenstein, der auch für unsere KonsumentInnen greifbar wird: Die Sequence GORE-TEX Jacket & Pants werden unsere ersten bluesign® PRODUCTS sein. Für uns ist das der Beginn einer Reise, nicht das Ziel. Angesichts unserer breiten und komplexen Lieferkette ist dieser Schritt ein beachtlicher Erfolg, denn er zeigt, dass Nachhaltigkeit auch in Strukturen mit vielen Partnern realisierbar ist.

Ausblick: Mehr Tiefe statt Masse

In den kommenden Jahren wollen wir vor allem den Anteil von bluesign® AP-PROVED Materialien, Trims und Produktionsstätten erhöhen. Das minimiert nicht nur Risiken für Mensch und Umwelt, sondern ist die Grundlage für jedes weitere bluesign® PRODUCT. Nach und nach erweitern wir dann unser Sortiment um weitere bluesign Artikel. Dabei konzentrieren wir uns auf Bereiche, in denen dies mit vertretbarem Aufwand möglich ist und zugleich die gewohnte Qualität und Funktion unserer Produkte gewährleistet bleibt.



VERANTWORTUNG IM KREISLAUF

Bereits vor einigen Jahren haben wir uns bewusst entschieden, den Einsatz von Materialien aus recycelten PET-Flaschen so weit wie möglich zu vermeiden. Stattdessen konzentrieren wir uns auf alternative Rohstoffe aus dem textilen Kreislauf, das sogenannte Textile-to-Textile Recycling (T2T). Was einfach klingt – aus alten Textilien neue zu machen – ist in der Praxis jedoch eine komplexe Herausforderung.



Textile-to-Textile Recycling (T2T)

T2T bezeichnet den Prozess, bei dem alte Textilien zu neuen verarbeitet werden. Ziel ist es, textile Fasern möglichst lange im Kreislauf zu halten und die Abhängigkeit von Primärrohstoffen zu verringern. Als mögliche Rohstoffquellen dienen:

► **Post-Industrial Waste**

- + Fasern, Garne, Gewebe und Produkte aus dem Herstellungsprozess.
- + Sowohl fertige Materialien/Produkte, die nicht für die Verwendung/den Verkauf geeignet sind, als auch unbrauchbare Materialien und Nebenprodukte.

► **Pre-Consumer Waste**

- + Textilien, die hergestellt, aber noch nicht von VerbraucherInnen verwendet wurden.
- + Unverkaufte Produkte, Rücksendungen sowie beschädigte oder fehlerhafte Waren.

► **Post-Consumer Waste**

- + Textilien, die von KonsumentInnen gekauft, verwendet und anschließend zur Wieder-/Weiterverwendung oder Entsorgung ausrangiert wurden.

Quelle: www.wrap.ngo



Warum T2T ein wichtiger Hebel ist

Die Integration von T2T in unsere Materialstrategie zählt auf zwei zentrale Ziele ein: die Förderung einer echten Kreislaufwirtschaft und die Umsetzung unserer Klimastrategie. Der Fokus liegt auf langfristig wirksamen Veränderungen im Materialeinsatz, nicht auf kurzfristigen Symbolmaßnahmen. Der Prozess ist dabei dynamisch und von kontinuierlichem Lernen geprägt. Jede Veränderung wird sorgfältig geprüft, intern bewertet und mit hohem Anspruch an Qualität und Funktionalität umgesetzt. Um die Entwicklung auch langfristig vorantreiben und mitgestalten zu können, investieren wir gezielt in Forschung, Pilotprojekte und Partnerschaften.

Ansätze, Herausforderungen und Ausblick

Der Climate Action Circle, unsere interne Arbeitsgruppe zur operativen Umsetzung der Klimastrategie, hat im ersten Schritt die von uns verwendeten Materialien mit besonders hohem CO₂-Fußabdruck identifiziert und priorisiert, um sie gezielt zu vermeiden und zu ersetzen. Eine weitere Erkenntnis der Untersuchung ist, dass die hauptsächliche Verwendung von Post-Consumer-Abfällen essenziell ist, um mittel- bis langfristig eine Transformation zu einer Kreislaufwirtschaft zu erzielen. Denn erst die Wiederverwendung von Textilien am Ende ihrer Nutzung schließt den Kreislauf wirklich. Pre-Consumer-Recycling bleibt zwar eine wichtige und pragmatische Lösung, um Ressourcen effizient zu nutzen, langfristig muss der Fokus jedoch klar auf Post-Consumer liegen. Aber das ist leichter gesagt als getan. Die Skalierbar-

keit ist aktuell noch stark begrenzt, denn der Markt für kreislauffähige Post-Consumer T2T Materialien ist jung und die Anforderungen an Qualität und Chemical Management sind hoch. Verschiedene Materialmischungen, fehlende Etikettierungen oder Verschmutzungen erschweren die Aufbereitung. Aus diesem Grund setzen wir momentan jegliche T2T Materialquellen ein. Jedoch fokussieren wir die Steigerung des Post-Consumer Anteils für die zukünftigen Kollektionen. Unabdingbar ist dabei für uns, dass wir den Anspruch an Qualität und Performance der neu produzierten Produkte weiterhin hochhalten.

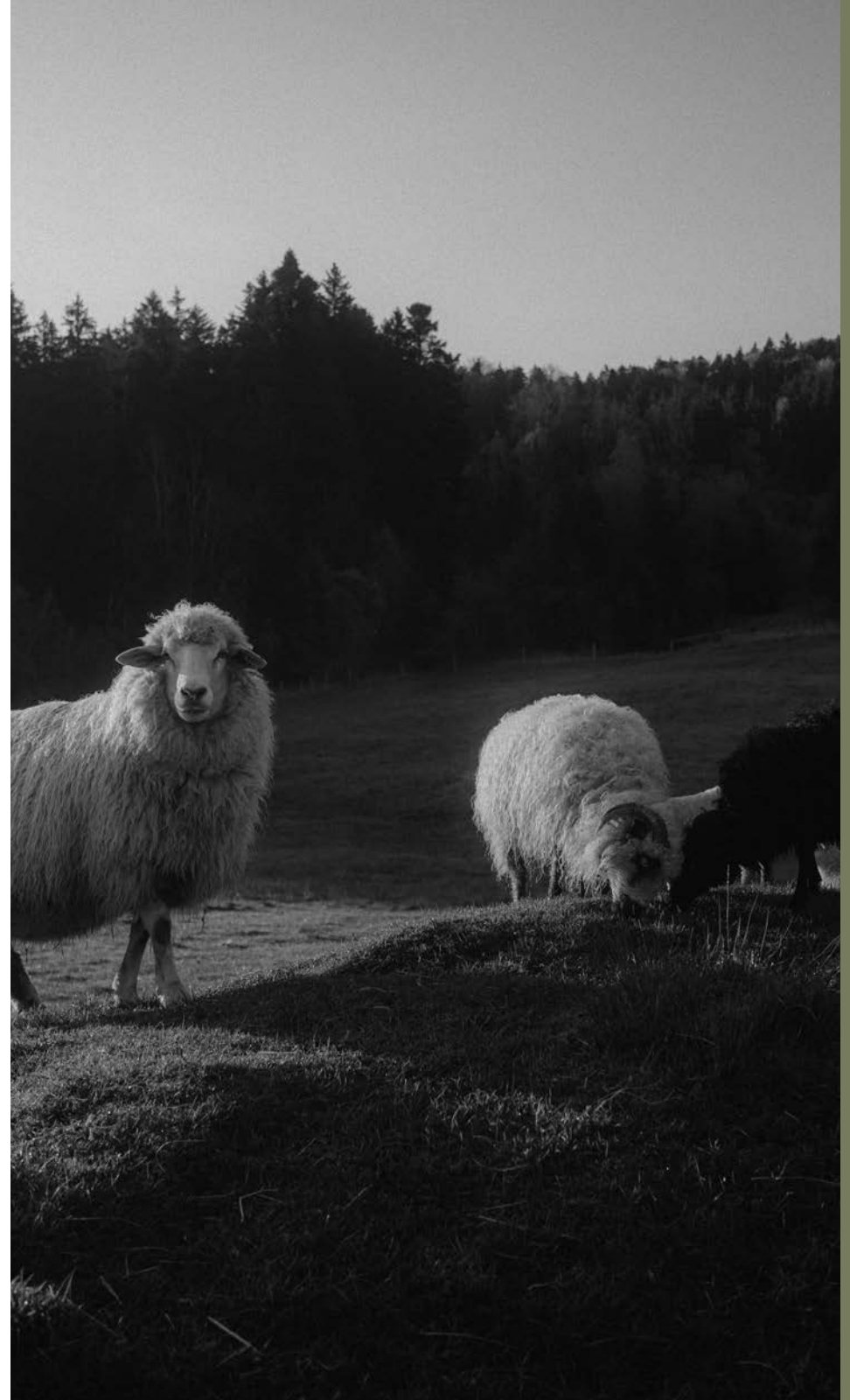
Wir sehen großes Potenzial in dieser Technologie und betrachten die Entwicklung im Bereich T2T als Marathon, nicht als Sprint. Wir sind bereit, diesen

Weg konsequent zu gehen, auch wenn er komplex ist. Mit der Sommerkollektion 2026 wird unser erstes Produkt aus 100 % T2T Material aus Post-Consumer Waste auf den Markt kommen. Das Bike Jersey wurde zudem nach allen Kriterien des Design for Circularity als recycelbares Produkt konstruiert und ist das Ergebnis aus branchenübergreifenden Kollaborationen und einem erfolgreichen Pilot Projekt.

Dies ist der nächste Schritt auf unserem Weg zu einer echten Kreislaufwirtschaft – und sicher nicht der letzte.

WOLLE - UNSER URSPRUNG, UNSERE VERANTWORTUNG

Wolle ist und bleibt Teil der DNA von ORTOVOX. Seit bald 40 Jahren begleitet uns dieser nachwachsende Rohstoff. Wir verstehen uns heute mehr denn je als Wollexperten und Wollpioniere und treiben Innovationen mit dem Fokus auf Wolle voran. Unser Bekenntnis geht dabei über das Material hinaus: Wir übernehmen auch Verantwortung für Tierwohl und Transparenz in der Lieferkette.



Unser Woll-Versprechen

Schon 2017 haben wir mit dem ORTOVOX Wool Promise (OWP) unseren eigenen Standard ins Leben gerufen, u.a. weil unsere Partner-Farmen aufgrund ihrer eigenen, bereits hohen Maßstäbe und Grundsätze keinen Mehrwert durch den branchenweit üblichen Responsible Wool Standard (RWS) gesehen haben. Der OWP wurde als Einstieg für die Farmen entwickelt und hat unserer Zusammenarbeit viele Jahre einen guten Rahmen gegeben.

Mittlerweile hat sich der Responsible Wool Standard (RWS) deutlich weiterentwickelt und gilt als internationaler Maßstab. Daher haben sich die FarmerInnen

entschieden, auf ihren Farmen RWS-Audits durchzuführen. Für die Betriebe eröffnet dieser Schritt neue Chancen, denn auch andere Marken fragen gezielt nach RWS-zertifizierter Wolle.

Aktuell wird von Textile Exchange, der Organisation hinter dem Standard, an der Neuausrichtung des RWS gearbeitet. Dieser soll gemeinsam mit anderen Zertifizierungen, wie beispielsweise dem Responsible Down Standard (RDS) oder dem Global Recycling Standard (GRS), unter einem Dach zusammengeführt werden. Wir beobachten die Entwicklungen und sind gespannt auf die nächsten Schritte.

Der Großteil unserer Wolle (über 2/3) stammt aus Tasmanien, viele FarmerInnen kennen wir seit Jahren persönlich. Diese enge Verbindung hat uns ermöglicht, Expertise im Bereich Wolle aufzubauen, Herausforderungen gemeinsam anzugehen und Innovationen voranzutreiben.

Wolle und Klima: eine komplexe Bilanz

So sehr wir Wolle lieben, so ehrlich müssen wir auch über ihre Schattenseiten sprechen: Ihr ökologischer Fußabdruck ist hoch. Rund 70 % der Emissionen entstehen bereits auf Farmebene, beispielsweise durch Landnutzung und die Methanemissionen der Schafe. Hinzu kommen Belastungen durch Schur, Waschen, Spinnen und weitere Ver-

arbeitungsschritte in der Fertigung, die oft noch mit fossiler Energie betrieben werden.

Gleichzeitig greift diese Betrachtung zu kurz. Während bei der Klimabilanz von Wolle vor allem die hohen Emissionen durch Landnutzung und die Methanfreisetzung von Schafen ins Gewicht fallen,

werden positive Effekte wie der Beitrag zur Biodiversität oder Chancen durch nachhaltiges Weidemanagement bislang kaum berücksichtigt. Genau in diesem Spannungsfeld bewegen wir uns: Wir wollen die positiven Aspekte gezielt stärken, verschließen aber nicht die Augen vor den Herausforderungen.



Unsere Strategie ist klar: Wir setzen Wolle nur dort ein, wo sie einen echten Mehrwert bietet – funktional, ökologisch und qualitativ.

Unser Weg nach vorne

Wolle ist für uns ein wertvoller Rohstoff, dem wir zukünftig auch durch entsprechendes Recycling ein „2nd Life“ geben wollen.

Schon heute nutzen wir recycelte Wolle als Wattierung in Handschuhen, künftig auch in weiteren hochfunktionalen Produkten. Für Textilien, die direkt auf der Haut getragen werden, gelten jedoch besondere Anforderungen. Recycelte Wolle weist durch ihre kürzeren Fasern eine geringere Strapazierfähigkeit auf. Deshalb setzen wir auf einen Materialmix aus neuer und recycelter Wolle, um Qualität und Langlebigkeit sicherzustellen. Dabei fokussieren wir die Wiederverwendung unserer eigenen Schnittreste, um Verantwortung für die Abfälle, die in unserer Produktion entstehen, zu übernehmen.

Unser Ziel ist es, recyceltes, hochwertiges Material zu entwickeln, das so nah wie möglich an die Qualität von „virgin wool“ herankommt. Haltbarkeit und Funktionalität haben Priorität, aber auch der Tragekomfort und die Ästhetik müssen unseren Anforderungen entsprechen.

Es tut sich viel, aber eines bleibt unverändert: unser klares Bekenntnis zu Wolle. Denn sie ist Teil unserer Produkte und unserer Identität.



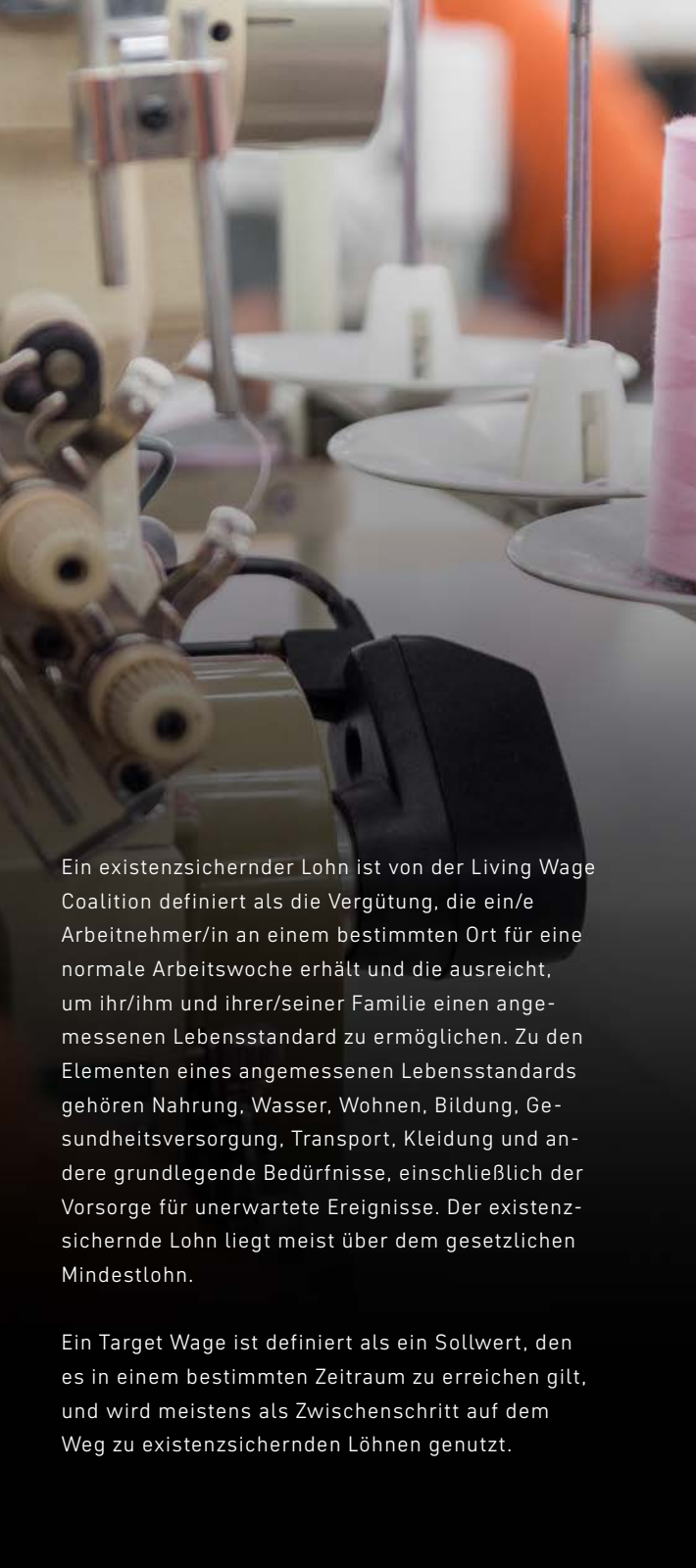
PEOPLE

VERANTWORTUNG, DIE ÜBER DEN MINDESTLOHN HINAUSGEHT

Ein fairer Lohn ist die Grundlage für menschenwürdige Arbeit und damit zentraler Bestandteil unserer sozialen Verantwortung. Seit vielen Jahren gehört das Thema Living Wage (existenzsichernde Löhne) zu den Fokusthemen unserer ProtACT Strategie. Unser Ideal ist klar: Alle Menschen, die an der Herstellung unserer Produkte beteiligt sind, sollen von ihrem Einkommen leben können, unabhängig davon, wo sie arbeiten.

Im Focusbereich PEOPLE verfolgen wir daher das übergeordnete Ziel, bis 2030 die Erreichung von existenzsichernden Löhnen in Asien und sogenannte Target Wages in Europa zu unterstützen. Wir beziehen uns dabei auf das durchschnittliche Lohnniveau in den Fabriken (gemessen im Median).





Ein existenzsichernder Lohn ist von der Living Wage Coalition definiert als die Vergütung, die ein/e Arbeitnehmer/in an einem bestimmten Ort für eine normale Arbeitswoche erhält und die ausreicht, um ihr/ihm und ihrer/seiner Familie einen angemessenen Lebensstandard zu ermöglichen. Zu den Elementen eines angemessenen Lebensstandards gehören Nahrung, Wasser, Wohnen, Bildung, Gesundheitsversorgung, Transport, Kleidung und andere grundlegende Bedürfnisse, einschließlich der Vorsorge für unerwartete Ereignisse. Der existenzsichernde Lohn liegt meist über dem gesetzlichen Mindestlohn.

Ein Target Wage ist definiert als ein Sollwert, den es in einem bestimmten Zeitraum zu erreichen gilt, und wird meistens als Zwischenschritt auf dem Weg zu existenzsichernden Löhnen genutzt.

Doch die Realität zeigt: In vielen Produktionsländern klafft nach wie vor eine deutliche Lücke zwischen dem gesetzlichen Mindestlohn und einem existenzsichernden Einkommen. Die Herausforderungen sind vielfältig: Die wirtschaftlich angespannte Lage der globalen Textilindustrie mit einer zunehmenden Unsicherheit in den Absatzmärkten, die gestiegenen Energiekosten sowie die Inflation mit höheren Lebenshaltungskosten und entsprechend zunehmenden Living Wage-Berechnungen erschweren uns die Umsetzung.

Faire Löhne als Entscheidungskriterium

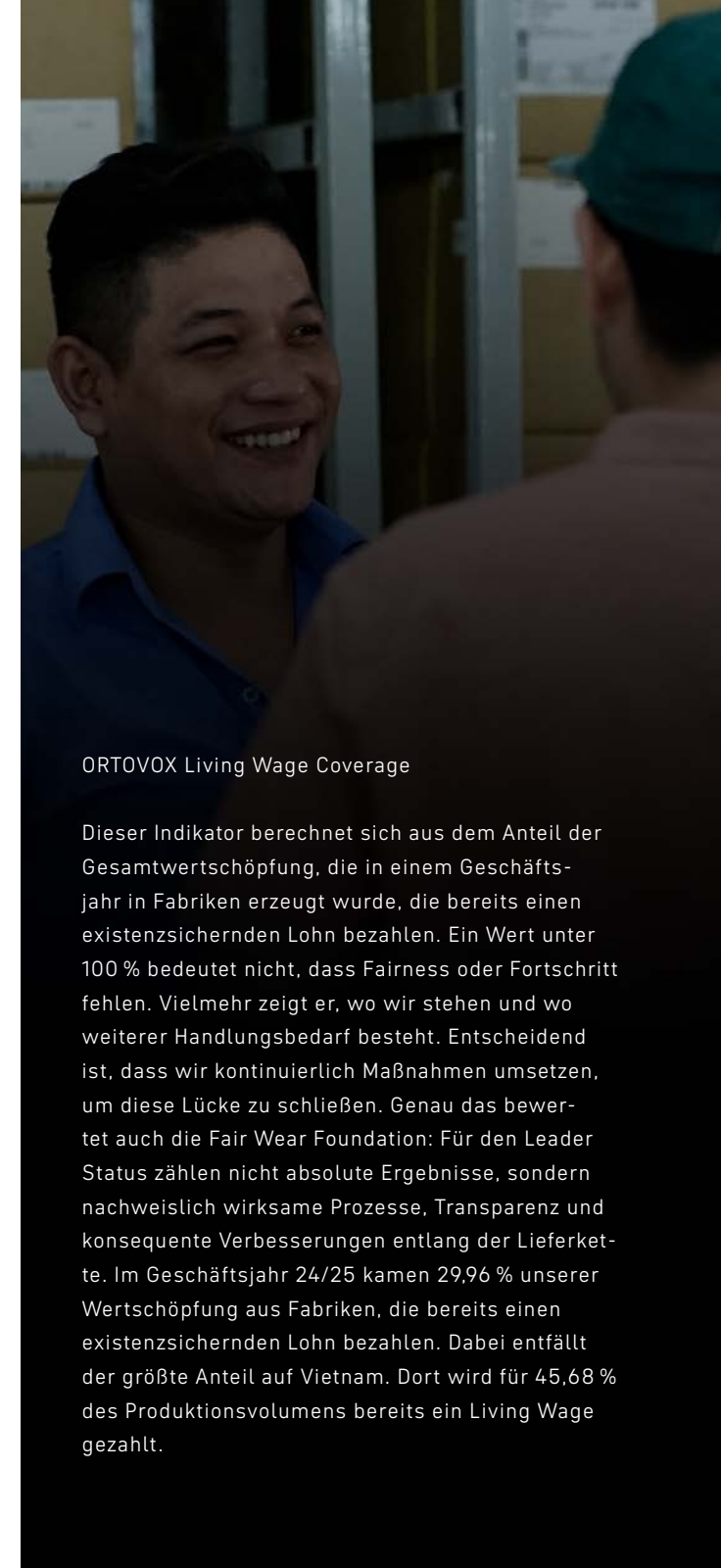
Im vergangenen Geschäftsjahr lag der Fokus vor allem auf der Umstellung interner Strukturen und Prozesse, um einen Wissenstransfer in das gesamte Team zu ermöglichen. So ist unser Experte für existenzsichernde Löhne nun direkt im Einkaufsteam verankert und bringt seine Expertise dort ein, wo die Weichen gestellt werden: bei Preisverhandlungen, Lieferantenauswahl und Auftragsvergabe.

Ein weiterer Schritt war die Einführung von Open Costing Sheets bei einem wachsenden Anteil unserer Lieferanten. Diese ermöglichen volle Transparenz über den Lohnanteil in den Produktionskosten und helfen uns, gezielt auf faire Bezahlung hinzuwirken. Zudem haben wir das Lohnniveau in unsere Lieferantenbewertung integriert, um die Fortschritte systematisch zu erfassen und Lieferanten positiv darin zu bestärken, sich mit diesen Themen zu befassen.

Positive Signale aus der Branche

Erfreulich ist, dass das Thema zunehmend auch bei unseren Partnern Priorität gewinnt. In Zeiten von Arbeitskräftemangel erkennen viele Lieferanten, dass gerechte Löhne ein entscheidender Faktor sind, um qualifizierte ArbeiterInnen zu halten, insbesondere angesichts der wachsenden Konkurrenz durch Branchen wie die Elektronik- oder Dienstleistungsindustrie.

Unsere Aufgabe bleibt es, diesen Wandel zu begleiten, Transparenz zu schaffen und gemeinsam mit unseren Partnern Strukturen zu fördern, die faire Entlohnung möglich machen. Denn nur wenn alle entlang der Wertschöpfungskette ihren Beitrag leisten, kann der Anspruch auf existenzsichernde Löhne Realität werden.



ORTOVOX Living Wage Coverage

Dieser Indikator berechnet sich aus dem Anteil der Gesamtwertschöpfung, die in einem Geschäftsjahr in Fabriken erzeugt wurde, die bereits einen existenzsichernden Lohn bezahlen. Ein Wert unter 100 % bedeutet nicht, dass Fairness oder Fortschritt fehlen. Vielmehr zeigt er, wo wir stehen und wo weiterer Handlungsbedarf besteht. Entscheidend ist, dass wir kontinuierlich Maßnahmen umsetzen, um diese Lücke zu schließen. Genau das bewertet auch die Fair Wear Foundation: Für den Leader Status zählen nicht absolute Ergebnisse, sondern nachweislich wirksame Prozesse, Transparenz und konsequente Verbesserungen entlang der Lieferkette. Im Geschäftsjahr 24/25 kamen 29,96 % unserer Wertschöpfung aus Fabriken, die bereits einen existenzsichernden Lohn bezahlen. Dabei entfällt der größte Anteil auf Vietnam. Dort wird für 45,68 % des Produktionsvolumens bereits ein Living Wage gezahlt.

Status Quo in den Produktionsländern

In der nachfolgenden Grafik sieht man die Gegenüberstellung der Lohnniveaus in verschiedenen Produktionsländern. Das durchschnittliche Lohnniveau über alle Fabriken eines Landes wird mit 0 angegeben.

- Bezahlung über dem Mindestlohn
- Durchschnittliche Differenz zum existenzsichernden Lohn (+)
- Durchschnittliche Differenz zum existenzsichernden Lohn (-)



VERANTWORTUNG IN DER LIEFER- KETTE

Unsere Zusammenarbeit mit der Fair Wear Foundation ist für uns weit mehr als eine formale Mitgliedschaft, sondern ein zentraler Bestandteil unserer Verantwortung in der Lieferkette. Durch die enge Begleitung, transparente Berichterstattung und den kontinuierlichen Dialog entwickeln wir uns Schritt für Schritt weiter.



Fair Wear Foundation

Die FWF ist eine gemeinnützige Organisation, die gemeinsam mit ihren Mitgliedsunternehmen und weiteren Partnern wie Gewerkschaften, NGOs, Fabriken, Unternehmensverbänden und Regierungen ein klares Ziel verfolgt: die Verbesserung der Arbeitsbedingungen in der Bekleidungsindustrie, und dies weltweit. Der Fokus liegt dabei auf dem letzten Herstellungsschritt: den Nähfabriken.

- Gegründet: 1999, Sitz in Amsterdam
- Schwerpunkte: Sozialstandards, Beschwerdesysteme, Schulungen, transparente Berichterstattung
- Mitglieder: Über 105 Marken weltweit

ORTOVOX ist bereits seit 2015 Mitglied der FWF. Denn Verantwortung in der Lieferkette bedeutet auch, die Lebensrealitäten der Menschen, die unsere Produkte herstellen, positiv zu beeinflussen.

[Mehr Informationen](#)

Die Einführung unserer Human Rights Due Diligence Policy (HRDD, auf Deutsch „mensenrechtliche Sorgfaltspflichten“) markiert nun einen weiteren wichtigen Meilenstein. Diese Richtlinie ergänzt den internen Code of Conduct und verankert die Verantwortung für Menschenrechte dauerhaft in unseren Unternehmensstrukturen. Sie schafft klare Leitlinien für ethisches Handeln – von der Produktentwicklung bis hin zur Zusammenarbeit mit unseren Tier 1 sowie nominierten Tier 2 Lieferanten. Tier 1 umfasst bspw. Nähereien und Endproduktfertigung, während nominierte Tier 2 Produktionsstätten Material herstellen, das wir gemeinsam entwickelt oder gezielt ausgewählt haben, zum Beispiel Webereien.

Im Mittelpunkt stehen:



Respekt vor Menschenrechten,

basierend auf den ILO-Kernarbeitsnormen



Transparente Zusammenarbeit

mit Lieferanten auf Augenhöhe



Stetige Weiterentwicklung

von Systemen zur Risikoerkennung und Abhilfe

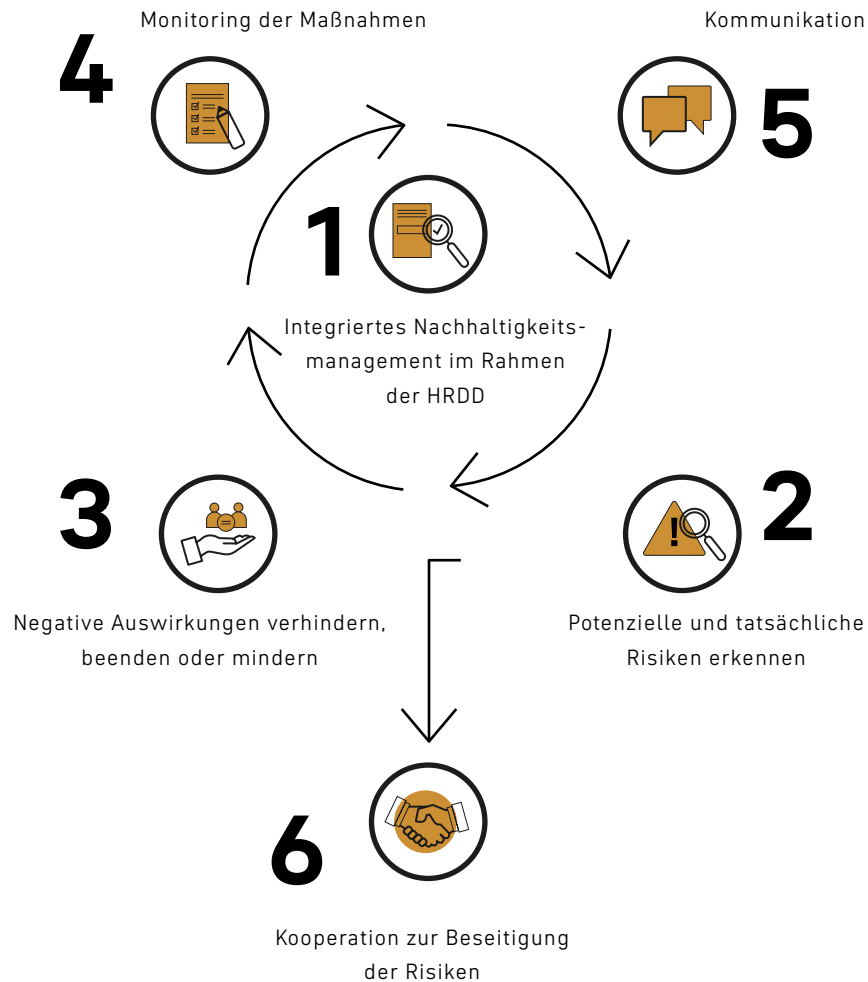


Verbindliche Integration

sozialer Verantwortung in alle Entscheidungsprozesse

So entsteht ein System, das Verantwortung nicht delegiert, sondern lebt: durch langfristige Partnerschaften, messbare Fortschritte und die Bereitschaft, jeden Tag dazuzulernen.

Due Diligence Approach



Verantwortung entsteht nicht von heute auf morgen. Sie braucht ein System, das alle Schritte miteinander verbindet. Unser Due Diligence Approach zeigt, wie wir menschenrechtliche Sorgfalt in der Praxis umsetzen: von der Risikoanalyse bis zur Kooperation mit Partnern. Die Grafik verdeutlicht diesen Kreislauf.

Nachfolgend stellen wir vor, wie sich ausgewählte Anforderungen der FWF in unserer HRDD Policy widerspiegeln und somit die Leitplanken für unser tägliches Arbeiten vorgeben.

① Integriertes Nachhaltigkeitsmanagement im Rahmen der HRDD

Unsere Arbeit zur Gewährleistung der Sorgfaltspflicht im Bereich Menschenrechte folgt einem klaren Prozess, der sich an internationalen Leitlinien orientiert. Dabei arbeiten wir, gesteuert von der Nachhaltigkeits-Stabstelle, abteilungsübergreifend zusammen, um die Richtlinien und Prozesse in der täglichen Praxis umzusetzen (siehe Seite 6).

② Potenzielle und tatsächliche Risiken erkennen

Mindestens einmal im Jahr führen wir eine Risikoanalyse für alle Tier 1 und nominierten Tier 2 Fabriken durch. Dabei betrachten wir ausgehend vom jeweiligen Länderrisiko (auch Brutto-Risiko genannt) die konkrete Situation in den Fabriken, das sogenannte Netto-Risiko. Dies geschieht anhand von Auditergebnissen, Zertifizierungen und Fabrikbesuchen durch ORTOVOX Mitarbeitende. Es werden die potenziellen Umwelt- und Sozialrisiken nach Ausmaß, Schwere und Unumkehrbarkeit bewertet. In unsere

Auswertung fließen zudem die Produktionsprozesse in der Fabrik mit ein, da in einer Nähfabrik andere Risiken als zum Beispiel bei einem Nassprozess während der Materialherstellung zu bewerten sind.

Auf dieser Basis identifizieren wir unsere aktuellen Fokusthemen im Sozialbereich:

- ▶ Arbeitszeiten und faire Vergütung,
- ▶ Diskriminierung und Geschlechtergerechtigkeit,
- ▶ Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz,
- ▶ sowie Länder und Fabriken, die wir besonders eng überwachen und unterstützen



③ ④ **Negative Auswirkungen verhindern, beenden oder mindern; Monitoring der Maßnahmen**

Die Risikoanalyse zeigt, wo wir genauer hinschauen und bei Bedarf unterstützen müssen. Die vier nachfolgenden Handlungsfelder verdeutlichen, wie wir den Erkenntnissen begegnen und konkret Verantwortung übernehmen. Dies reicht von gezielter Unterstützung über faire Einkaufspraktiken bis hin zu Dialog und Zusammenarbeit.

Standardized Control & Remedy System

Auf Basis der Risikoanalyse planen wir unsere Lieferantengespräche, -besuche, und -audits in den Fabriken, aber auch notwendige Trainings.

Jede auditierte Produktionsstätte erhält anschließend einen Corrective Action Plan (CAP), der gemeinsam mit dem Lieferanten umgesetzt wird. Fortschritte werden dokumentiert und regelmäßig nachverfolgt. Im Rahmen der Fair Wear Mitgliedschaft kooperieren wir mit anderen Unternehmen, die ebenfalls in der Fabrik produzieren lassen. Um die An-

zahl der Audits in den Fabriken weiter zu reduzieren und den Fokus von den Audits auf die Verbesserungen zu lenken, erkennen wir auch, wenn möglich, andere Audits wie BSCI, SMETA u.a. sowie Zertifizierungen – beispielsweise SA8000 und Programme wie Better Work der ILO – an. Darüber hinaus führen wir interne Bewertungen durch, um sicherzustellen, dass die Maßnahmen auch langfristig Wirkung zeigen. Diese Verbindung aus externen Audits und interner Begleitung stärkt die Glaubwürdigkeit und Wirksamkeit unseres Ansatzes.

Audits sind ein wichtiges Instrument, aber in unseren Augen nicht die Lösung. Wiederkehrende Probleme sind häufig auf fehlendes Wissen und Mangel an Kommunikation, aber auch auf wechselnde Belegschaft zurückzuführen. Hier setzen Fabriktrainings an, um nachhaltige Verbesserungen herbeizuführen.

Responsible Sourcing Strategy

Unsere Lieferanten sind keine anonymen Produzenten, sondern Partner. Langfristige Beziehungen, Vertrauen und Dialog

sind entscheidend, um soziale Standards zu sichern. Konkret heißt das:

- ▶ Vertragsgrundlage: Jeder Lieferant unterzeichnet den Supplier Code of Conduct für Lieferanten.
- ▶ Schulung & Unterstützung: Neue Partner werden in die Fair Wear-Prinzipien eingeführt und bei der Umsetzung unterstützt.
- ▶ Faire Produktionsplanung: Wir berücksichtigen realistische Lieferzeiten, um Überstunden zu reduzieren.
- ▶ Monitoring & Audits: Regelmäßige Fair Wear Audits und interne Überprüfungen sichern die Einhaltung sozialer Standards.

Complaint Management

Wir betrachten Beschwerden nicht als Störfaktor, sondern als ein Instrument und eine Chance zur Verbesserung. Ein effektives Beschwerdemanagement ist daher Pflicht, denn Fairness zeigt sich im Umgang mit Kritik. ORTOVOX bietet daher mehrere Kanäle, über welche die ArbeiterInnen, Lieferanten und Partner Bedenken äußern können, z.B.:

- Das Fair Wear Complaint System mit unabhängigen Beschwerde-Hotlines
- Das interne Hinweisgebersystem der Schwan-STABILO Group
- Projektspezifische Tools wie atlat (im Rahmen des BeMe-Projekts in Vietnam)

Eine sorgfältige Prüfung jeder eingehenden Beschwerde sowie die Analyse der Ursachen sind gewährleistet. Anschließend werden im engen Austausch mit allen Beteiligten gemeinsam nachhaltige Lösungen erarbeitet.

Stakeholder-Engagement & Partnerships

Verantwortung lässt sich nicht allein tragen, gemeinsam im Dialog können wir mehr erreichen. Kooperationen ermöglichen es, Erfahrungen zu teilen, vonein-

ander zu lernen und Veränderungen auf Systemebene anzustoßen. ORTOVOX engagiert sich deshalb aktiv in branchenspezifischen Initiativen und Netzwerken:

- Fair Wear Foundation für soziale Standards in der Lieferkette
- Partnership for Sustainable Textiles für abgestimmte Maßnahmen in Deutschland und Europa
- CARE Deutschland e.V. & CDI Vietnam für lokale Trainingsprojekte und Kapazitätsaufbau
- EOG: European Outdoor Group
- BSI: Bundesverband der Deutschen Sportartikel-Industrie e.V.

Verantwortung ist kein Ziel, sondern ein Weg. Und den gehen wir konsequent weiter. Mit der Fair Wear Foundation als Partnerin, der HRDD Policy als verbindlichem Rahmen und starken Kooperationen auf internationaler Ebene schaffen wir die Grundlage für faire Arbeitsbedingungen und langfristige Veränderungen. Unser Ziel bleibt klar: Wir wollen Teil einer Textilindustrie sein, in der Verantwortung selbstverständlich ist.

FAIR WEAR

Bạn có CÂU HỎI nào về lương, giờ làm việc hoặc bất kỳ vấn đề nào khác không?

1. Việc làm là sự chọn lựa tự do

2. Quyền tự do tập hội và thương lượng tập thể

3. Không có bất kỳ sự phân biệt đối xử nào trong lao động

4. Không được bóc lột lao động trẻ em

5. Trả lương đủ sống

6. Giờ làm việc hợp lý

7. Điều kiện làm việc an toàn và đảm bảo sức khỏe

8. Mọi quan hệ lao động có ràng buộc và một pháp lý

Nếu bạn muốn biết thêm thông tin, hoặc bạn cảm thấy không được đối xử đúng:

1. Hãy nói chuyện với người quản lý của bạn, nếu có thể được.
2. Hãy nói chuyện với người đại diện công nhân nếu có.
3. Yêu cầu sự trợ giúp của công đoàn hoặc từ một tổ chức xã hội hoặc tổ chức phi chính phủ tại địa phương hoạt động về quyền lao động.

Nếu các cách này không giải quyết được vấn đề, bạn có thể gọi điện thoại cho Fair Wear:

098 99 67 858

Fair Wear luôn luôn giữ bí mật cuộc gọi của bạn. Nhân viên của chúng tôi sẽ trả lời các câu hỏi của bạn bằng Tiếng Việt. Nếu bạn muốn nộp đơn khiếu nại, chúng tôi sẽ điều tra vụ việc. Nếu có thể, chúng tôi sẽ giúp bạn giải quyết vấn đề mà bạn đã nêu ra. Fair Wear là một tổ chức độc lập, phi lợi nhuận. Bạn có thể tìm hiểu thêm về chúng tôi tại website: www.fairwear.org email: vietsam@fairwear.org

Zahlen und Fakten

für das Geschäftsjahr 2024/2025

51%



der Fabriken haben eine demokratisch gewählte Vertretung der ArbeitnehmerInnen

73 Punkte

erreichte ORTOVOX im letzten Brand Performance Check

0 Beschwerden

im GJ 2024/2025 auf Tier 1

56 %



sind nach einem anerkannten und glaubwürdigen Standard auditiert

Better Work, BSCI, Fair Wear, HIGG FSLM Verified, SAB000, WRAP

26 von 39



Fabriken arbeiten mit ORTOVOX seit mindestens 5 Jahren zusammen

33 Audits & OHS Checks

wurden durchgeführt (nicht zwangsläufig in GJ 2024/2025)

100 %



Unterschiedene Codes of Conducts auf Tier 1 Ebene

92 %



Unterschiedene Codes of Conducts auf Tier 2 Ebene

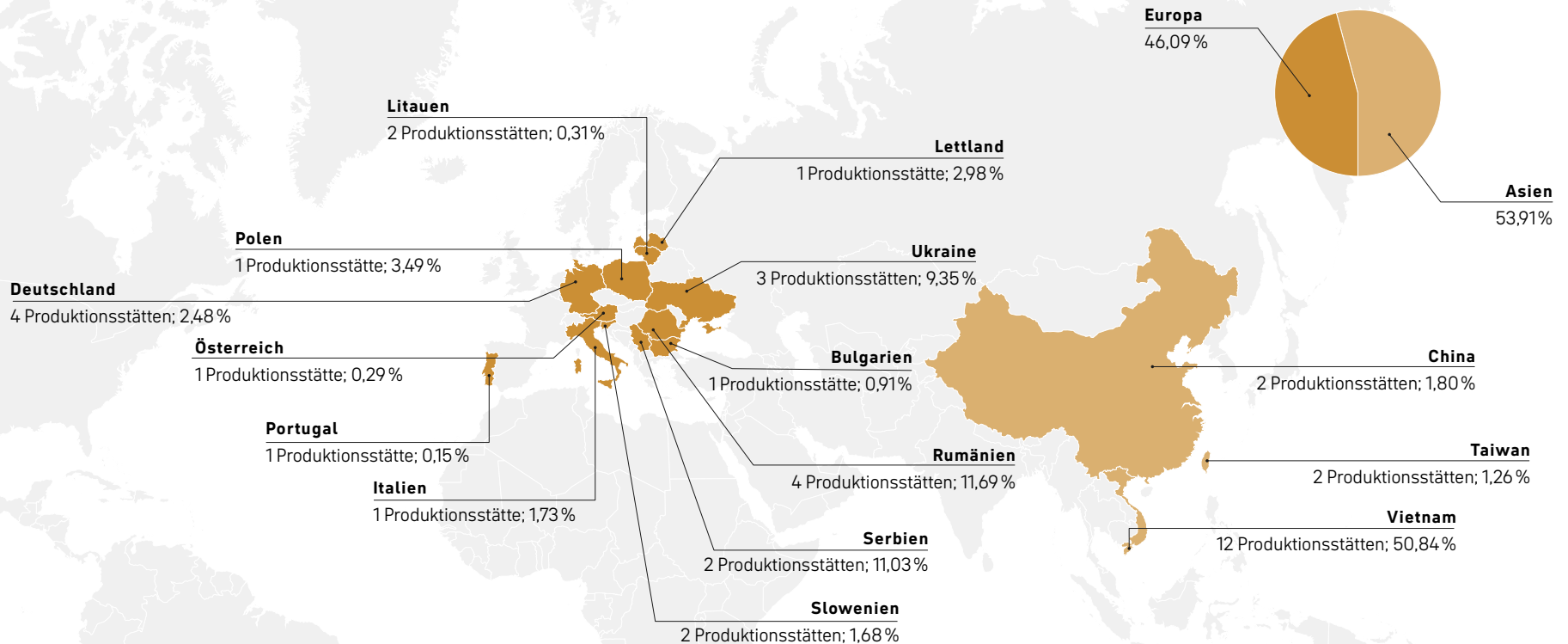
14



Anzahl Sprachen an Worker Information Sheets

STARKE PARTNER IN EUROPA UND ASIEN

Unsere Produktion verteilt sich auf insgesamt 39 Tier 1 Produktionsstätten in 15 Ländern. Die Auswahl der Partner und die Bestimmung des Produktionsumfangs basieren auf einer agilen Risikomanagementbewertung, die vielfältige Faktoren einbezieht. Durch einen engen, direkten Austausch mit den Lieferanten kommen wir unserer Sorgfaltspflicht nach.



WIR SCHAUEN GANZ GENAU HIN

Die Risikobewertung ist bei ORTOVOX kein einmaliges Projekt, sondern ein fortlaufender, dynamischer Prozess. Wir überwachen, bewerten und passen unseren Ansatz zur menschenrechtlichen Sorgfaltspflicht systematisch an, um neuen Herausforderungen in unserer Lieferkette frühzeitig zu begegnen. Indem wir unsere Ressourcen auf die schwerwiegendsten Risiken konzentrieren, stellen wir sicher, dass unser Handeln dort die größte Wirkung entfaltet. Der Prozess umfasst den kontinuierlichen Dialog mit Lieferanten, Standortbesuche und die Zusammenarbeit mit BranchenexpertInnen. Wir legen großen Wert auf Transparenz, teilen sowohl Erfolge als auch Herausforderungen offen mit unseren Stakeholdern und fördern so Vertrauen und kontinuierliche Verbesserung entlang der gesamten Lieferkette.



Bei ORTOVOX verfolgen wir einen systematischen, datenbasierten Ansatz zur Bewertung sozialer Risiken in unserer Lieferkette.

Wir erheben für jeden Tier-1- und nominierten Tier-2-Lieferanten und jede Fabrik eine Vielzahl von Informationen, darunter:

- ▶ Land des Betriebs (z. B. Vietnam, China, Rumänien)
- ▶ Anzahl der Fabriken und Beschäftigten
- ▶ Produktionsprozesse (z. B. Schneiden, Nähen, Stricken, Färben, Textildruck)
- ▶ Zertifizierungen und Audits (z. B. Fair Wear Foundation, BSCI, SA8000)
- ▶ Soziale Risikoindikatoren (z. B. Lohnlücke, Arbeitszeiten, Vereinigungsfreiheit, Kinderarbeit, Diskriminierung, Arbeitsschutz)
- ▶ Audit-Ergebnisse und Korrekturmaßnahmen
- ▶ Jeder Risikofaktor wird auf einer Skala von niedrigem bis hohem Risiko bewertet.

Um die identifizierten Risiken zu adressieren, hat ORTOVOX konkrete Maßnahmen ergriffen, darunter:

- ▶ Arbeitsschutz-Audits: Regelmäßige Audits zur Bewertung und Verbesserung der Arbeitsschutzpraktiken bei unseren Lieferanten.
- ▶ Lieferantenschulungen: Investitionen in Trainingsprogramme, um das Bewusstsein und die Kompetenzen der Lieferanten in zentralen Risikofeldern wie faire Rekrutierung und Arbeitnehmerrechte zu stärken.
- ▶ Lieferanten-Einbindung: Kontinuierlicher Dialog und Zusammenarbeit, um die Situation vor Ort zu verstehen und gemeinsam passgenaue Lösungen zu entwickeln.
- ▶ Kontinuierliches Monitoring: Ein dynamischer Risikobewertungsprozess, der unsere Strategien laufend an neue Informationen und Rückmeldungen anpasst.

Im Folgenden werden die Risiken und Maßnahmen bei unseren Tier 1 Lieferanten pro Land noch einmal im Detail aufgeschlüsselt.

Vietnam

In Vietnam gibt es noch Verbesserungsbedarf bei Arbeitssicherheit, Mitbestimmung und fairen Löhnen. Häufig fehlen klare Schutzmaßnahmen für Schwangere oder vollständige Dokumentationen. Gemeinsam mit den Partnern wurden strukturelle Verbesserungsmaßnahmen angestoßen. So wurden Schulungen durchgeführt, Wahlen von Arbeitnehmervertretungen ermöglicht und der Informationsaustausch verbessert. Bei den Löhnen beträgt die Living Wage Abdeckung derzeit 45,68 % und soll gemäß der Nachhaltigkeitsstrategie weiter ausgebaut werden.

Rumänien

Audits zeigen, dass in einigen Fabriken Sicherheitsaspekte wie Brandschutz und ergonomische Arbeitsplätze optimiert werden müssen. Die betroffenen Standorte haben bereits reagiert: Evakuierungswege sind klar definiert, Schulungen laufen und ergonomische Arbeitsplätze wurden eingerichtet. ORTOVOX begleitet die Umsetzung und fördert den Dialog zwischen Management und Mitarbeitenden.

Serbien

In Serbien liegt der Fokus auf Arbeitsschutz und der Transparenz der Lohnsysteme. Bei Audits wurden unter anderem Verbesserungsmöglichkeiten bei Sicherheitsausrüstung und Maschinenwartung erkannt, sowie Potenziale zur Verbesserung der Kommunikation zwischen Mitarbeitenden und Management identifiziert. Die Fabrik hat Maßnahmen umgesetzt: Fluchtwege sind überarbeitet, Feuerübungen eingeführt und Mitarbeitende über Lohnkategorien und Urlaubsansprüche informiert. Damit legt ORTOVOX gemeinsam mit dem Lieferanten die Grundlage für eine systematischere Betriebsführung.

Ukraine

Die politische und wirtschaftliche Lage bringt zusätzliche Herausforderungen für sichere Arbeitsbedingungen. Audits zeigen Bedarf bei Brandschutz, Maschinenwartung und Belüftung. Außerdem stehen faire Arbeitsauslastung und soziale Dialogstrukturen im Fokus.

Die Fabriken haben reagiert: Sicherheitsausrüstung wurde ergänzt, Beschwerdekanäle eingerichtet und Arbeitsbedingungen angepasst. ORTOVOX unterstützt den Aufbau stabiler Systeme für langfristige Standards.

Lettland

In Lettland geht es vor allem um Arbeitssicherheit und Mitbestimmung. Teilweise fehlen organisierte Arbeitnehmervertretungen. Geplant sind regelmäßige Sicherheitsinspektionen, Schulungen und ein umfassendes Managementsystem. Außerdem wird über die Bedeutung von Mitbestimmung informiert. Arbeitssicherheit bleibt eines der zentralen Schwerpunktthemen für 2025/26, insbesondere in den osteuropäischen Produktionsländern.

China

In China stehen Arbeitsrechte, faire Löhne und Vereinigungsfreiheit im Mittelpunkt. In einigen Fällen besteht das Risiko von Unterbezahlung auf Grund von leistungsabhängigen Löhnen, den sogenannten Akkordlöhnen. ORTOVOX arbeitet mit den Lieferanten an einer transparenten Lohnstruktur und führt regelmäßige Lohnprüfungen im Rahmen von Audits und Fragebögen durch. Diese tragen dazu bei, das Risiko von Unterbezahlung zu verringern. Zudem wurden Mitarbeitende und Management über Arbeitnehmerrechte informiert, um die Grundlage für freie und faire Interessenvertretung zu stärken.

Taiwan

Einzelfälle zeigen Bedarfe bei Sicherheitsdokumentationen und fairen Rekrutierungsprozessen. In einer Produktionsstätte wurden hohe finanzielle Belastungen für GastarbeiterInnen festgestellt. ORTOVOX unterstützt die Einführung klarer Prozesse und verbessert Sicherheitsstandards durch Schulungen und Inspektionen und hat die finanziellen Belastungen für Gastarbeitende durch Zusammenarbeit mit anderen Sportartikelherstellern verringern können.

Bulgarien

In Bulgarien werden laut BSCI-Audit keine gravierenden Risiken festgestellt. ORTOVOX arbeitet mit zwei langjährigen Produktionspartnern im Land zusammen, von denen einer kürzlich erfolgreich auditiert wurde. Die Ergebnisse decken sich mit der eigenen Einschätzung: solide Arbeitsbedingungen, gute Managementsysteme und hohe Bereitschaft zur Zusammenarbeit.

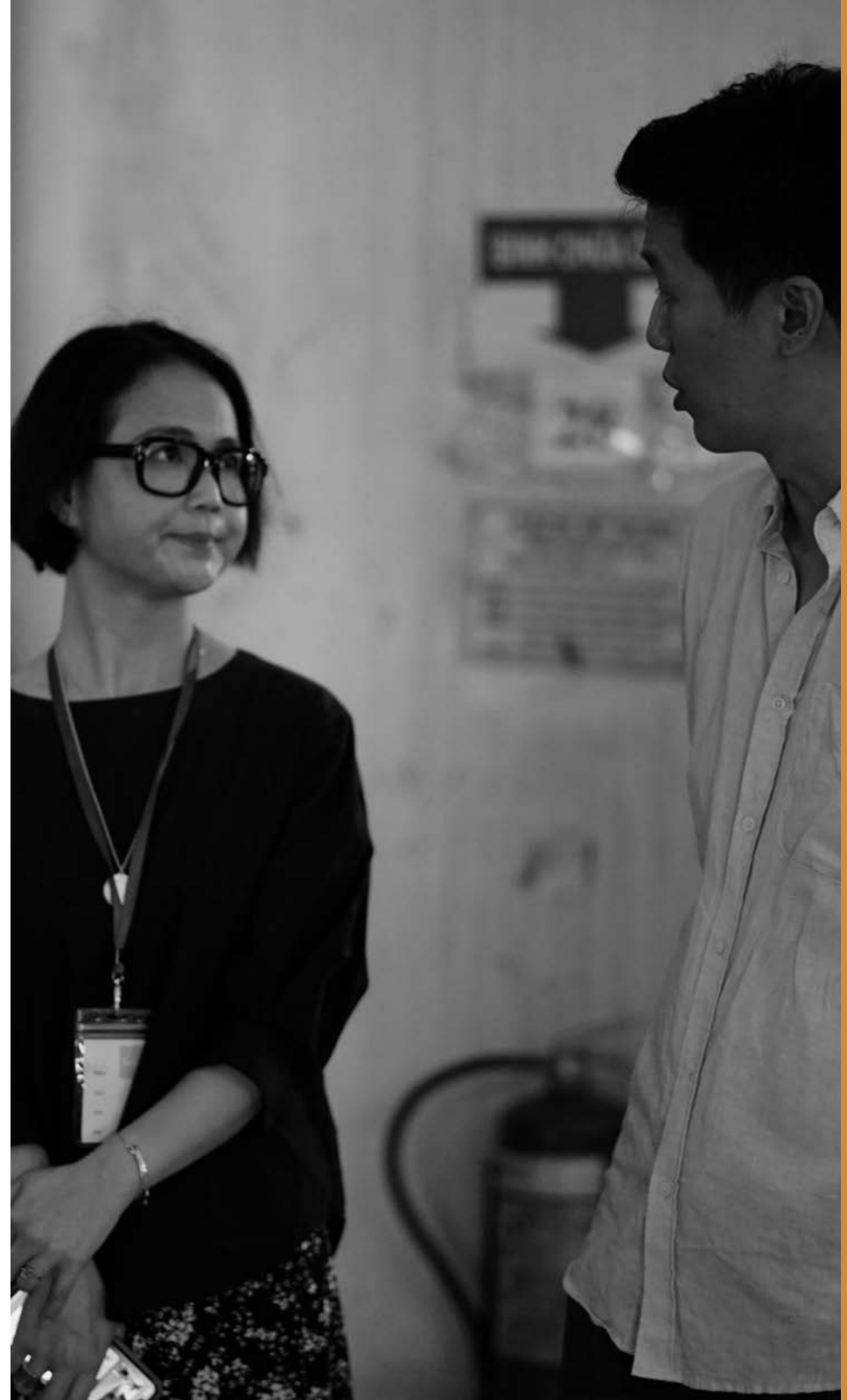
Für das kommende Geschäftsjahr sind keine weiteren Audits geplant, da in der zweiten Fabrik aktuell keine Produktion stattfindet. Beide Standorte werden jedoch in das neue OHS-Fokusprogramm für Osteuropa 2025/26 aufgenommen, um das Thema Arbeitssicherheit systematisch weiterzuentwickeln.

Litauen

In Litauen gibt es noch Potenzial bei Arbeitssicherheit und Mitbestimmung. Teilweise fehlen Notfallalarmsysteme oder angemessene Sicherheitsvorkehrungen im Umgang mit Chemikalien. ORTOVOX arbeitet gemeinsam mit den Lieferanten daran, die Sicherheitsstandards zu verbessern und Schulungen für Mitarbeitende zu etablieren. Ziel ist die Einführung eines systematischen Arbeitsschutzmanagements mit klaren Verantwortlichkeiten und regelmäßigen Überprüfungen. Parallel dazu werden Management und Beschäftigte für ihre Rechte auf Vereinigungsfreiheit und sozialen Dialog sensibilisiert. Das Thema Arbeitssicherheit bleibt auch hier ein zentrales Handlungsfeld für 2025/26.

BESCHWERDE- PROJEKT IN VIETNAM

Seit 2023 arbeiten wir im Rahmen unserer Mitgliedschaft im Textilbündnis gemeinsam mit der Firma deuter im Projekt „Digital Complaint Management and Capacity Building“ daran, Beschwerdemechanismen bei gemeinsam genutzten Tier 2 Stoff- und Materiallieferanten in Vietnam zu stärken. Ziel ist es, ArbeiterInnen wie auch das Management zu befähigen, Probleme, Sorgen oder Verbesserungsvorschläge sicher, anonym und strukturiert einzubringen und so die Arbeitsbedingungen und den internen Dialog nachhaltig zu verbessern. Das Projekt ist zudem wichtig im Hinblick auf bestehende und zukünftige Sorgfaltspflichten in Deutschland und der EU sowie zur Einhaltung des vietnamesischen Arbeitsrechts.





ORTOVOX und deuter sind gemeinsam Initiatoren und Träger des Projekts und verantwortlich für Management, Qualitätskontrolle und Wirkungsbewertung. Unterstützt wurden sie von CARE Deutschland. Die Finanzierung erfolgte teilweise durch die Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) im Auftrag des Bundesministeriums für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ).

Strukturen schaffen, um eine Stimme zu geben

Mit etablierten und akzeptierten Beschwerdemechanismen können auftretende Probleme oder möglicherweise zukünftige Herausforderungen proaktiv gelöst werden, bevor sie das Vertrauen der Arbeitnehmer schwächen oder zu größeren Konflikten eskalieren. Zuverlässige Prozesse tragen zum Wohlbefinden der Arbeitnehmer bei, was sich positiv auf die eigene Leistung sowie den Ruf des Lieferanten als Arbeitgeber auswirken kann. Gleichzeitig unterstützt das Projekt die Produktionsstätten dabei, die steigenden Anforderungen in Bezug auf Gesetze, Zertifizierungssysteme und Marken zu erfüllen.

„Mittels Schulungen und der Einführung eines Beschwerdesystems, können wir zur Wahrung der Rechte von Arbeitnehmenden beitragen.“



Robert Hellwig
Manager Procurement

Drei effektive Bausteine für ein etabliertes Beschwerdesystem

- **Schulungen vor Ort:** In Zusammenarbeit mit der vietnamesischen Trainingsorganisation Centre for Development and Integration (CDI) wurden Management, ArbeiterInnen und Gewerkschaftsvertretungen trainiert. Pro Fabrik fanden sechs Trainingstage statt, in denen Themen wie Arbeitsrechte, Kommunikation und Konfliktlösung vermittelt wurden.
- **Interne Systeme:** Fabriken wurden befähigt, ihre bestehenden Kanäle, etwa Hotlines, E-Mail-Kommunikation oder Personalgespräche, weiterzuentwickeln und zu professionalisieren.
- **Externer Mechanismus:** Über das digitale Tool atlat können ArbeiterInnen jederzeit anonym Beschwerden einreichen, falls sie Bedenken haben, die internen Kanäle zu nutzen. Dieses „Safety Net“ steht den Fabriken auch nach Projektende kostenfrei zur Verfügung.





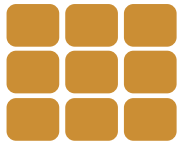
Generell wurde das Programm sehr gut von den Lieferanten aufgenommen. Die Verantwortlichen in den Produktionsstätten standen dem Projekt offen gegenüber und ermöglichten die Umsetzung bzw. Implementierung der oben genannten Bausteine. So konnten erhebliche Fortschritte bei der Verbesserung des Zugangs zu Beschwerdemechanismen und der Sensibilisierung der ArbeitnehmerInnen in der Lieferkette Vietnams erzielt werden. Das digitale System wird gut angenommen und genießt Vertrauen, und das Projekt hat zu besseren Arbeitsbedingungen im Einklang mit internationalen Standards beigetragen.

Die größte Herausforderung bestand darin, dass Beschwerden aufgrund mangelnder Nachverfolgung durch die ArbeitnehmerInnen nicht gelöst werden konnten. Dies unterstreicht die Notwendigkeit, das Vertrauen weiter zu stärken und möglicherweise zusätzliche Unterstützung oder Anreize für die ArbeitnehmerInnen zu schaffen, damit sie sich am Prozess beteiligen und Beschwerden nicht nur eingereicht, sondern auch bis zu ihrer Lösung weiterverfolgt werden.

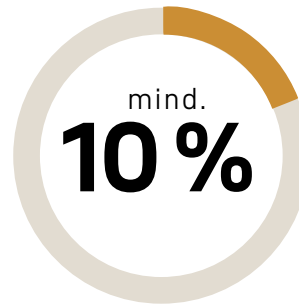
Obwohl das Projekt „Digital Complaint Management and Capacity Building“ im August 2025 auslief, endet für ORTOVOX und deuter das Engagement hier nicht. Gemeinsam wurde entschieden, den externen Beschwerdekanaal atleast mindestens ein weiteres Jahr auf eigene Kosten aufrechtzuerhalten. Denn nur durch Kontinuität können Vertrauen und Wirksamkeit dauerhaft gesichert werden.

Erfolge, Ergebnisse und Ausblick

Resultate des BeMe Projects



9 teilnehmende
Produktionsstätten



der Angestellten pro
Fabrik wurden geschult

88 %



der abschließend befragten Angestellten,
unabhängig davon, ob sie an der Schulung
teilgenommen haben oder nicht, kennen das
atlat-System als Beschwerdekana

95 %



gaben weiterhin an, dass sie sich bei der
Nutzung des atlat-Systems sicher fühlen

90 %



dieser Angestellten gaben zudem an, dass sie
bei Bedarf wissen würden, wie das atlat-System
zu nutzen ist

100 %



der eingegangenen Beschwerden (insgesamt 4) wurden
bearbeitet (allerdings konnte keine der Beschwerden
vollständig geklärt werden, da die BeschwerdeführerIn-
nen nach der ersten Einreichung und Rückfragen keine
weiteren Schritte unternommen haben)

AUSBLICK

UNSERE ZIELE FÜR 2025/2026

Wir haben in den vergangenen Jahren viel erreicht, aber unser Weg ist noch lange nicht zu Ende. Neue gesetzliche Anforderungen, steigende Erwartungen von KundInnen und Partnern sowie unser eigener Anspruch, Verantwortung ganzheitlich zu leben, fordern uns heraus. Gleichzeitig ist es uns Motivation. Deshalb konzentrieren wir uns im kommenden Geschäftsjahr auf fünf Schwerpunkte, mit denen wir unsere Strategie und Ziele konsequent bearbeiten.



PLANET

Mehr Kreislauf, mehr Wirkung

Wir wollen unsere Emissionen weiter senken. Nicht durch Kompensation, sondern durch konkrete Veränderungen in der Produktentwicklung. Im Fokus steht die Forschung zu recycelten Materialien, insbesondere T2T-Fasern, deren Anteil wir erhöhen werden. Parallel dazu weiten wir den Einsatz von bluesign-zertifizierten Materialien entlang der Lieferkette aus – ein zusätzlicher Hebel, um Klima- und Umwelteinflüsse messbar zu reduzieren.

Langlebigkeit als Prinzip

Langlebigkeit und Reparierbarkeit sind bereits seit Jahren Säulen der ORTOVOX Produktentwicklung. Durch neue gesetzliche Anforderungen und steigende Kundenerwartungen gewinnen sie immer mehr an Bedeutung. Wir arbeiten daran, unsere Produkte noch haltbarer und leichter reparierbar zu machen und diese Prinzipien stärker in die Produktentwicklung und Kommunikation zu integrieren.

PEOPLE

Living Wage in Asien

Existenzsichernde Löhne bleiben eines unserer zentralen Ziele. Im kommenden Geschäftsjahr wollen wir die Datengrundlage weiter verbessern: durch neue Open-Costing-Ansätze, Lohnverifizierungs-Audits und die Integration der Ergebnisse in unsere Einkaufs- und Bewertungsprozesse. So schaffen wir die Basis, um gezielt und messbar auf faire Löhne hinzuarbeiten.

Gesundheit & Sicherheit in Europa

Arbeitsschutz und sichere Arbeitsbedingungen sind Grundpfeiler sozialer Verantwortung. Unser Ziel ist es, gemeinsam mit anderen Marken und Lieferanten ein starkes Netzwerk für Arbeitssicherheit in europäischen Produktionsstätten aufzubauen, insbesondere mit Fokus auf Osteuropa.

Übergreifend

Transparenz als Schlüssel

Die regulatorischen Anforderungen nehmen zu – von der EU-Ökodesign-Verordnung über den Digital Product Passport bis zu neuen Transparenzrichtlinien. Für uns bedeutet das: Prozesse weiter digitalisieren, Rückverfolgbarkeit ausbauen und Datenstrukturen schaffen, die nicht nur gesetzeskonform, sondern auch zukunftsfähig sind.



VERZEICHNISSE

SDG-VERZEICHNIS



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

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

SDG	Seite(n)
01	36–40, 46–52
02	–
03	24–27, 40–48, 46
04	44–45, 50–52
05	49–52
06	24–27
07	15, 17, 19
08	36–39, 40–48, 46
09	28–30, 22
10	36–39, 52
11	–
12	10, 15, 24–27, 28–30
13	14–23
14	–
15	31–34
16	5, 40–45
17	20–23, 40–45



DNK-VERZEICHNIS



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

ORTOVOX berichtet mit dem ProtACT Report 2025 freiwillig zu den 20 DNK-Kriterien. Zu wesentlichen Bereichen wird erstmals informiert, teilweise sind Leistungsindikatoren hinterlegt.

DNK	Seite(n)
01	2, 5–12, 14–23, 24–31, 36–40
02	–
03	7–9, 14–15, 36–38, 59–60
04	9–12, 20–24, 24–27, 28–31, 36–40, 46–52
05	2, 5–7, 36–40, 43, 48–49
06	6–7, 10–12, 14–19, 24–27, 36–40, 43–45, 48–49,
07	14–19, 20–23, 24–27, 36–40, 43–45, 46–47, 48–52,
08	–
09	2, 5, 9–12, 20–23, 24–27, 36–40, 43, 46–47, 48–49,
10	2, 7–12, 20–24, 24–27, 28–31, 31–35, 59–60
11	9–11, 14–19, 20–24, 24–27, 28–31, 31–35
12	9–11, 14–19, 20–24, 24–27, 28–31
13	9, 14–19, 20–23, 59–60
14	11–12, 36–40, 40–45, 46–47, 48–52, 53–57
15	43, 46–47, 48–52
16	50–52, 53–56
17	5, 11–12, 36–40, 40–45, 46–52, 53–56
18	20–23, 46, 53–56 (Gemeinwesenarbeit findet primär über internationale Kooperationen statt)
19	20–23, 46 (keine Lobbyarbeit; aber indirekte Einflussnahme erfolgt über Mitgliedschaften in Verbänden)
20	5, 10–12, 19, 24–27, 36–40, 40–45, 46–47, 53–56

GRI-VERZEICHNIS



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

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

GRI-SRS	Seite(n)
2-1	1–2, 5–7
2-2	1–2, 28–31
2-3	19 (indirekt)
2-5	46–51 (nur Lieferkette, nicht HQ)
2-6	46–52
2-9	6–7
2-11	11, 48–52, 55–57
2-12	1–2
2-13	6–7
2-16	55–57
2-22	7, 9–10, 59–60
2-23	11, 48–52
2-24	50–52
2-25	55–57
2-26	55–57
2-28	20–24, 21–22
2-29	50–57 (teilweise)
2-30	16–19 (indirekt)

GRI-SRS	Seite(n)
301	8, 28–31
303/305	16–19, 59–60
308	20–25, 46–52
401/403	48–57
406	–
407	50–52 (teilweise)
408	–
409	52 (teilweise)
414	46–51
416	24–25, 31
417	24–27

Kontakt

Katrin Bauer

Director Sustainability

katrin.bauer@ortovox.com

Impressum

ORTOVOX SPORTARTIKEL GMBH

Rotwandweg 3a

82024 Taufkirchen

Vertreten durch den Geschäftsführer

Stefan Kohlbauer

Veröffentlichung: 12/2025

Design, Text & Beratung: Studio Leeftang