

## PRODUKTE

---

### 1 WIR SCHÄTZEN WASSER

Wasser ist ein lebensnotwendiges Gut und auch für unsere Branche ist Wasser eine wichtige Ressource. Um das stetig wachsende Problem der Wasserknappheit zu bekämpfen und einen verantwortungsvollen Umgang mit Wasser („Water Stewardship“<sup>1</sup>) zu erreichen, haben wir eine Strategie entwickelt, die die Themen Wassereffizienz, -qualität und -zugänglichkeit umfasst.

#### UNSERE ZIELE BIS 2020

- 20% Wassereinsparung bei unseren strategischen Zulieferern<sup>2</sup>
- 50% Wassereinsparung bei unseren Material-Zulieferern für Bekleidung<sup>3</sup>
- Reduzierung des Wasserverbrauchs pro Mitarbeiter um 35%<sup>4</sup>

Darüber hinaus werden wir:

- vermehrt wasserlose Technologien bei der Herstellung unserer Produkte einsetzen.
- weitere Programme entwickeln, die sich schwerpunktmäßig damit befassen, dass die Gemeinschaften, in denen wir tätig sind, Zugang zu sauberem Wasser erhalten.

### 2 WIR ENTWICKELN INNOVATIVE MATERIALIEN UND PROZESSE

Wir entwickeln die besten Produkte für Athleten und verbessern gleichzeitig unsere Umweltbilanz. Wir haben uns verpflichtet, in unseren Fertigungsprozessen, Produkten und Geschäften den Einsatz nachhaltiger Materialien stetig zu erhöhen. Gleichzeitig arbeiten wir an einem geschlossenen Recyclingkreislauf.

#### UNSERE ZIELE BIS 2020

- 20% Abfallreduzierung bei unseren strategischen Zulieferern<sup>5</sup>
- 50% Abfalltrennung an unseren eigenen Standorten zur Minimierung des Deponiemülls<sup>6</sup>
- Reduzierung des Papierverbrauchs pro Mitarbeiter um 75%<sup>7</sup>

Zusätzlich arbeiten wir daran,:

- herkömmliche Baumwolle abzulösen und bis spätestens 2018 vollständig auf nachhaltige Baumwolle umzusteigen.
- auf die Verwendung von neuem Kunststoff zu verzichten. Als erste Schritte wollen wir:
  - o Plastiktüten in unseren Geschäften eliminieren,
  - o vermehrt recycelten Polyester bei der Herstellung unserer Produkte einsetzen,
  - o eine komplett neue Beschaffungskette für Meeresplastikmüll mit unserem Partner Parley for the Oceans aufbauen. Dies bedeutet, dass wir in Ressourcen investieren, um Plastikmüll aus Küstenregionen wieder dem Produktionskreislauf zuzuführen und zu neuen Produkten zu verarbeiten.
- vermehrt nachhaltige Designs und Materialien in unseren Geschäften zu verwenden.
- ein globales Produktrücknahme-Programm in all unseren wichtigen Städten und Märkten einzuführen; bestehende Rücknahme-Pilotprojekte (z. B. in Brasilien) wollen wir kontinuierlich weiter ausbauen.
- in Materialien, Prozesse und innovative Maschinen zu investieren, um aus alten Materialien neue Produkte zu machen und so weniger Abfall zu produzieren. Aktuelle Beispiele sind:
  - o Sport Infinity – ein von der Europäischen Kommission gesponsertes Forschungsprojekt, das sich mit Sportartikeln befasst, die vollständig recycelt werden können. Das Projekt zielt darauf ab, innovative, recycelbare Materialien zu finden bzw. zu entwickeln, die die Herstellung einfach anpassbarer Sportartikel ermöglichen.
  - o Futurecraft Tailored Fibre – eine neue Nähtechnik, die es ermöglicht, Schuhe aus völlig neuen Materialien wie z. B. Hochseenetzen zu fertigen. Dank dieses hoch effizienten Prozesses kann die Abfallmenge, die während des herkömmlichen Schuhfertigungsprozesses entsteht, deutlich reduziert werden.
- ausschließlich nachhaltige chemische Stoffe gemäß ZDHC-MRSL<sup>8</sup> zu verwenden, gefährliche Chemikalien aus den Produktionsprozessen zu eliminieren und unseren strategischen Zulieferern eine Liste mit positiven Chemikalien (bluesign® Bluefinder) zur Verfügung zu stellen.

# PRODUKTE

---

## 3 WIR SPAREN ENERGIE EIN

Energie ist der Kraftstoff eines jeden Körpers. Der verantwortungsbewusste Umgang mit Energie ist auch für das Überleben unseres Planeten entscheidend. Wir sind fest entschlossen, unseren absoluten Energieverbrauch sowie unsere CO<sub>2</sub>-Emissionen zu reduzieren, auf saubere Energie umzusteigen und neue Energiegewinnungsmöglichkeiten zu erforschen.

## UNSERE ZIELE BIS 2020

- 20% Energieeinsparung bei unseren strategischen Zulieferern<sup>9</sup>
- Reduzierung der jährlichen absoluten CO<sub>2</sub>-Emissionen um 3% bei Scope 1 und Scope 2<sup>10</sup>
- ISO 14001 Zertifizierung weiterer wichtiger Standorte weltweit
- LEED-Zertifizierung neuer zentraler Bauprojekte des Unternehmens (neue Bürogebäude auf dem Gelände der Konzernzentrale oder neue Flagship-Stores)

Darüber hinaus werden wir:

- die negativen Umweltauswirkungen, die wir durch Konsumenten-Events verursachen, reduzieren.

# PEOPLE

---

## 1 WIR BEFÄHIGEN MENSCHEN

Menschen stehen im Mittelpunkt unseres gesamten unternehmerischen Handelns. Wie ein Trainer, der für Top-Ergebnisse sicherstellt, dass jeder Spieler auf seiner idealen Position spielt, befähigen wir Menschen, ihre Rechte auszuüben und ihr Potenzial zu entfalten.

## BIS 2020 WERDEN WIR

- die Beschäftigten entlang unserer Beschaffungskette befähigen<sup>11</sup>, indem wir unsere Beschwerdesysteme und Weiterbildungsprogramme weiter ausbauen und optimieren.
  - o Dies umfasst die Einführung des Hotline-Services in weiteren Ländern, in denen strategische Zulieferer der adidas Gruppe ansässig sind.
- eine nachhaltige Führung bei unseren Zulieferern und Lizenznehmern erreichen.
  - o Bis 2020 werden alle strategischen Zulieferer und Lizenznehmer ‚Self Governance‘-Level (Eigenverantwortung) erreicht haben (4C-/4E-Rating).
  - o Bis 2020 werden mindestens 20% unserer strategischen Zulieferer und Lizenznehmer ‚Leadership‘-Level (Führungsniveau) erreicht haben (5C-/5E-Rating).
- funktions- und kulturübergreifende Karrieren und Erfahrungen für unsere Mitarbeiter fördern. So gewinnen sie neue Perspektiven und können sich beruflich und persönlich weiterentwickeln.
  - o Dazu zählen Volunteering-Programme des adidas Fund und des Reebok BOKS-Programms, die auch Sozialkompetenzen wie Teamwork, Führungsqualitäten, Entscheidungsfassung und Kommunikation verbessern und das Engagement und die Motivation unserer Mitarbeiter steigern.
- Vielfalt fördern – unabhängig von Geschlecht, Nationalität, ethnischer Herkunft, Religion, Weltanschauung, Alter, sexueller Orientierung oder Geschlechtsidentität.

# PEOPLE

---

## 2 WIR FÖRDERN DIE GESUNDHEIT

Sport ist elementar für die Gesundheit und Zufriedenheit eines jeden Einzelnen. Wir wollen Menschen rund um den Globus die Teilnahme am Sport ermöglichen und ihnen mehr über die körperliche und mentale Gesundheit sowie über Fitness und Ernährung beibringen, sodass sie ein gesünderes und erfüllteres Leben führen können.

### BIS 2020 WERDEN WIR

- verschiedene Maßnahmen einführen, mit denen unsere Mitarbeiter ihr Wissen und ihre Kompetenzen in puncto Gesundheit und Work-Life-Balance erweitern werden.
- eine globale ‚Health Management‘-Strategie für unsere Mitarbeiter entwickeln – basierend auf der soliden Grundlage, die wir bereits an unseren Standorten in Herzogenaurach, Portland und Canton geschaffen haben.
- Sport als Mittel nutzen, um Werte zu vermitteln und die akademischen und sportlichen Leistungen junger Menschen zu verbessern. Darüber hinaus wollen wir mit Sport eine positive Wirkung auf ihr Selbstvertrauen und ihr Wohlbefinden erreichen.
  - o Dank des BOKS-Programms werden wir die Wirkung, die wir gemeinsam mit Partnern (z. B. Vertretern der Gesundheitsbranche) erreichen können, verstärken und optimieren, um dem weit verbreiteten Bewegungsmangel entgegenzuwirken.
  - o Darüber hinaus wollen wir die Anzahl der Schulen, die am BOKS-Programm teilnehmen, in unseren Zielgebieten um 50% erhöhen.

## 3 WIR ERMUTIGEN ZUM HANDELN

Wir möchten die Menschen jeden Tag aufs Neue inspirieren und befähigen, bestmöglich von der Kraft des Sports zu profitieren. Ebenso möchten wir Veränderungen in unserer Branche vorantreiben, indem wir mit gutem Beispiel vorangehen.

### WIR WERDEN UNS KÜNFTIG WEITER DARAUF FOKUSSIEREN,

- unsere Mitarbeiter für ihren Einsatz und Beitrag zur Mission und Strategie sowie zum Erfolg unseres Unternehmens zu entlohnen.
- das freiwillige Engagement unserer Mitarbeiter zu fördern und zu unterstützen und sie zur Triebkraft des Wandels in den Gemeinschaften, in denen wir arbeiten, leben und tätig sind, zu machen.
- mit kreativen und einflussreichen Personen zusammenzuarbeiten und innovative Kollaborationen voranzutreiben.
- Konsumenten, wichtige Partner, Markenbotschafter und andere zu inspirieren, uns auf diesem Weg zu begleiten.
- mit unseren Athleten, die Vorbilder für junge Kreative sind, zusammenzuarbeiten, unsere Erfahrungen zu teilen und zu zeigen, dass es beim Sport um Leidenschaft, Entschlossenheit, Teamarbeit, die gegenseitige Unterstützung und das eigene Engagement geht.

---

· ‚Water Stewardship‘ bedeutet, dass wir unseren eigenen Wasserverbrauch kennen und reduzieren sowie die Auswirkungen, die unsere Aktivitäten an eigenen Standorten und entlang der Wertschöpfungskette auf die Ressource haben, durch innovative Lösungen und Partnerschaften verbessern.

· strategische Zulieferer sind für circa 80% unserer globalen Fertigungsvolumina verantwortlich. gegenüber 2014

· Experten für Druck- und Färbeprozesse. gegenüber 2015

· gegenüber 2008

· gegenüber 2014

· Eigene Produktionsstätten bezieht sich auf Büros, Distributionszentren und Einzelhandel. gegenüber 2015

· gegenüber 2008

· [Liste verbotener Substanzen für die Produktfertigung](#) gemäß der Zero Discharge of Hazardous Chemicals Initiative

· gegenüber 2014

· Während Scope 1 alle direkt durch Einheiten, die von der adidas Gruppe verantwortet oder kontrolliert werden, verursachten Emissionen umfasst (z. B. in Boilern verwendete Energieträger), umfasst Scope 2 Emissionen, die von der durch Einheiten der adidas Gruppe eingekauften Energie verursacht werden. gegenüber 2015

· Das heißt: Wir stellen sicher, dass die Beschäftigten in unseren Zulieferbetrieben auf allen Ebenen Zugang zu effektiven Beschwerde- und Feedbacksystemen haben und dass es Aufsichtsgremien und andere Mittel gibt, die faire, förderliche, gesunde und sichere Bedingungen am Arbeitsplatz gewährleisten.