

Zur sofortigen Veröffentlichung

14. April 2016

## **adidas Gruppe präsentiert neue Nachhaltigkeitsstrategie und veröffentlicht den Nachhaltigkeitsbericht 2015**

**Herzogenaurach** – Unter dem Motto 'Sport needs a space' stellt die adidas Gruppe heute im Rahmen des Nachhaltigkeitsberichts 2015 ihre neue Nachhaltigkeitsstrategie vor. Die Strategie basiert auf der grundlegenden Überzeugung des Unternehmens, dass Sport die Kraft hat, Leben zu verändern. Mit dieser Strategie schreibt die adidas Gruppe ihre Prioritäten im Bereich Nachhaltigkeit in konkreten und messbaren Zielen bis zum Jahr 2020 fest. Alle Maßnahmen, die auf Grundlage der Nachhaltigkeitsstrategie ergriffen werden, haben direkte positive Auswirkungen auf die Welt des Sports. Dadurch soll sichergestellt werden, dass Sport auch weiterhin zur Lebensfreude beitragen kann.

Ausgangspunkt für die Strategie 'Sport needs a space' ('Sport braucht einen Platz') sind umfangreiche Konsumentenstudien, die die adidas Gruppe durchgeführt hat, um die Bedeutung des Sports für Wohlbefinden, Werte und Zusammenarbeit sowie für unsere Gesellschaft insgesamt zu analysieren. Zu den eindrucksvollsten Ergebnissen zählt die Erkenntnis, dass sich 93% der Befragten eine Welt ohne Orte, an denen man Sport treiben kann, nicht vorstellen können. Nach ihren Aussagen wäre eine solche Welt unerträglich, ein Ort ohne Freude und Energie.

„Sport gibt uns die Kraft, Leben zu verändern und langfristig für positive soziale Veränderungen zu sorgen“, sagt Herbert Hainer, Vorstandsvorsitzender der adidas Gruppe. „Allerdings benötigt Sport dafür einen Platz: ein Spielfeld zum Spielen, Wellen zum Surfen oder einen Berg zum Erklimmen. Vom Menschen ausgehende Bedrohungen wie der übermäßige Ressourcenverbrauch, Klimawandel oder Überbevölkerung stellen für diese Orte zunehmend eine Gefährdung dar. Deshalb wollen wir handeln und solche Orte schützen – durch unsere Nachhaltigkeitsarbeit, die diesen Herausforderungen begegnet.“

'Sport needs a space' baut auf den Erfolgen des Unternehmens im Bereich Nachhaltigkeit auf und erweitert dabei den Rahmen. Die neue Strategie hat den gesamten Lebenszyklus des Sports im Blick – d.h. Orte, an denen Sport **entsteht** (von Produktdesign und Produktentwicklung über die Fertigung bis hin zum Transport), an denen Sport **verkauft** wird (eigener Einzelhandel, Großhandel und E-Commerce) und an denen Sport **getrieben** wird (von Sporthallen bis zu Spielfeldern überall auf der Welt).

Im Rahmen der beiden Hauptaspekte 'Menschen' und 'Produkte' sollen die nachfolgenden sechs strategischen Prioritäten, die für die adidas Gruppe im Vordergrund stehen, der Gefährdung von Plätzen für den Sport begegnen.

**Produkte:**

Wasser

Wasser ist die am stärksten gefährdete Ressource und gleichzeitig die wichtigste überhaupt. Im Mittelpunkt des Ansatzes der adidas Gruppe steht neben der Wasserqualität eine effiziente Nutzung von und ein leichter Zugang zu Wasser.

Materialien

Die adidas Gruppe setzt auf geschlossene Kreisläufe und verpflichtet sich, die Verwendung von nachhaltigeren Materialien wie Better Cotton, recyceltem Polyester oder Plastikabfällen aus dem Meer auszubauen.

Energie

Die adidas Gruppe wird ihren absoluten Energieverbrauch weiter reduzieren, zunehmend auf saubere Energiequellen setzen und sich mit Möglichkeiten zur Energiegewinnung befassen.

**Menschen:**

Eigenverantwortung

Im Mittelpunkt der Strategie der adidas Gruppe steht der Mensch. Angefangen bei den Beschäftigten in den Zulieferbetrieben über die eigenen Mitarbeiter bis hin zu den Konsumenten möchte die adidas Gruppe sicherstellen, dass sie ihre jeweiligen Rechte kennen und wahrnehmen, fundierte Entscheidungen treffen und ihr volles Potenzial abrufen können.

Gesundheit

Sport hat direkte Auswirkungen auf Gesundheit und Zufriedenheit. Die adidas Gruppe möchte es Menschen überall auf der Welt ermöglichen, sportlich aktiv zu sein und möchte sie über körperliche und geistige Gesundheit aufklären, sodass sie ein gesünderes und erfüllteres Leben führen können.

Inspiration

Die adidas Gruppe möchte die Kraft des Sports nutzen, um überall auf der Welt Menschen zum aktiven Handeln zu bewegen. In diesem Zusammenhang unterstützt die Gruppe beispielsweise ihre Mitarbeiter dabei, in den Gemeinschaften, in denen sie leben oder arbeiten, aktiv Veränderungen anzustoßen, und arbeitet mit Kreativen und Multiplikatoren zusammen, um Innovationen voranzutreiben.

Weitere Informationen zu den konkreten Zielen finden Sie hier: [http://www.adidas-group.com/media/filer\\_public/72/49/72497f4a-8265-44e1-9624-4b7685102828/adidas\\_group\\_nachhaltigkeitsstrategie\\_ziele\\_und\\_vorsatze\\_fur\\_2020\\_de.pdf](http://www.adidas-group.com/media/filer_public/72/49/72497f4a-8265-44e1-9624-4b7685102828/adidas_group_nachhaltigkeitsstrategie_ziele_und_vorsatze_fur_2020_de.pdf)

„Unsere neue Nachhaltigkeitsstrategie ist so ganzheitlich ausgerichtet wie nie zuvor. In ihr fließen unsere Ambitionen, unsere Erfolge im Bereich Nachhaltigkeit und unser stetiges Lernen zusammen“, sagt Frank Henke, adidas Group VP Social & Environmental Affairs. „Die Strategie wird sich im Zuge neuer Technologien und Programme kontinuierlich weiterentwickeln und

wachsen. Während die von uns ermittelten Prioritäten dieselben bleiben, werden wir auf neue Situationen und Herausforderungen reagieren und sie entsprechend anpassen.“

**HIER KLICKEN, UM DAS VIDEO ZU SEHEN:** <https://youtu.be/vnSi2cwM-A4>

Die Strategie wird zeitgleich mit dem Nachhaltigkeitsbericht 2015 der adidas Gruppe veröffentlicht, dem 16. Nachhaltigkeitsbericht in der Geschichte des Unternehmens. Der Bericht bietet einen jährlichen Überblick über die Erfolge und Herausforderungen im Zeitraum 2010 bis 2015.

Ausgewählte Highlights aus dem abgelaufenen Fünfjahreszeitraum:

- Bei der Sozial- und Umweltleistung ihrer Zulieferer konnte die adidas Gruppe erhebliche Fortschritte erzielen, wie auch durch Leistungsindikatoren (KPIs) belegt.
- Die Ende 2012 eingeführte [SMS Hotline](#) steht nunmehr insgesamt 58 Produktionsbetrieben in Indonesien, Kambodscha und Vietnam und damit rund 263.000 Fabrikarbeitern zur Verfügung.
- Seit 2010 haben die Beschäftigten der Gruppe insgesamt 150.000 Stunden ehrenamtliche Arbeit geleistet.
- Der Anteil von Better Cotton in der Beschaffung wurde gesteigert. Aktuell bezieht das Unternehmen 43% seiner gesamten [Baumwolle als Better Cotton](#). Die adidas Gruppe befindet sich auf einem guten Weg, in allen Produktkategorien sämtlicher Marken 100% nachhaltige Baumwolle zu verwenden.
- Durch die zunehmende Nutzung von virtuellen Produktmustern konnte die Gruppe zwischen 2011 und 2015 2,4 Millionen Muster einsparen.
- Mittlerweile verfügen 13 Standorte der adidas Gruppe über eine Zertifizierung nach ISO 14001 – ursprünglich war dies für nur fünf Standorte weltweit geplant.
- Wichtige Partnerschaften, die im Zeitraum 2010 bis 2015 begonnen wurden: Sustainable Apparel Coalition (SAC), Fahrplan zum Verzicht auf gefährliche Chemikalien (Zero Discharge of Hazardous Chemicals – ZDHC); bluesign® technologies; Parley for the Oceans.

Nähere Informationen über die fortlaufenden Aktivitäten der adidas Gruppe finden Sie unter <http://www.adidas-group.com/de/nachhaltigkeit/berichte-policies-und-daten/nachhaltigkeitsberichte/>

Nähere Informationen über die kontinuierlichen Aktivitäten der adidas Gruppe finden Sie unter <http://www.adidas-group.com/de/nachhaltigkeit/nachhaltigkeitsmanagement/allgemeiner-ansatz/>.

**Die adidas Gruppe**

Die adidas Gruppe ist einer der weltweit führenden Anbieter in der Sportartikelindustrie und unterhält ein sehr umfassendes Portfolio von Schuhen, Bekleidung und Zubehör für Sport und Lifestyle um die Kernmarken adidas, Reebok, TaylorMade und Reebok-CCM Hockey. Die Gruppe mit Sitz in Herzogenaurach beschäftigt mehr als 55.000 Mitarbeiter weltweit und generierte im Jahr 2015 einen Umsatz von ca. 17 Mrd. €.

**Kontakte:**

Media Relations  
Jan Runau  
Leiter Unternehmenskommunikation  
Tel.: +49 (0) 9132 84-3830

Katja Schreiber  
Leiterin Externe Kommunikation  
Tel.: +49 (0) 9132 84-3810

Silvia Raccagni  
Senior Manager Corporate Communication  
Tel.: +49 (0) 9132 84-3977

Investor Relations  
Sebastian Steffen  
Vice President Investor Relations  
Tel.: +49 (0) 9132 84-4401

Christian Stöhr  
Director Investor Relations  
Tel.: +49 (0) 9132 84-4989

Besuchen Sie uns auch im Internet: [www.adidas-Group.com](http://www.adidas-Group.com)