15. April 2014

adidas Gruppe erreicht Meilenstein der Produktnachhaltigkeit und veröffentlicht Nachhaltigkeitsbericht

Die adidas Gruppe hat einen neuen Meilenstein der Produktnachhaltigkeit erreicht: 100% der für 2013 neu entwickelten adidas Sport Performance Schuhe enthielten nachhaltige Elemente.

Herzogenaurach 15. April 2014 – Die adidas Gruppe hat heute ihren Nachhaltigkeitsbericht 2013 veröffentlicht, einen jährlichen Überblick über die Fortschritte bei der Umsetzung ihrer Nachhaltigkeitsziele für 2015. Im Rahmen dieses Berichts gab die adidas Gruppe bekannt, dass alle für das Jahr 2013 neu entwickelten adidas Sport Performance Schuhe nachhaltige Bestandteile enthielten, wie zum Beispiel umweltverträglichere Materialien.

Die Marke adidas sucht fortlaufend nach neuen und intelligenteren Möglichkeiten zur Verbesserung ihrer Produkte und hat deshalb einen Ansatz entwickelt, der Umweltbelange fest in der Produktentwicklung verankert. Als Resultat wies bereits jeder für 2013 entwickelte Sport Performance Schuh nachhaltige Elemente auf.

„Die Gestaltung und Entwicklung von Produkten unter Berücksichtigung von Nachhaltigkeitskriterien liegt uns sehr am Herzen", kommentierte Eric Liedtke, für Global Brands verantwortliches Vorstandsmitglied der adidas Gruppe. „Ursprünglich hatten wir uns als Ziel gesetzt, bis 2015 nachhaltige Elemente in all unsere neu entwickelten Sport Performance Schuhe zu integrieren; doch dank des Engagements und Einsatzes aller Teams, die an der Produktion von Sport Performance Schuhen beteiligt sind, haben wir das Ziel schon zwei Jahre früher erreicht."

Gleichzeitig gibt es auch bei Originals immer mehr Produkte mit nachhaltigen Komponenten, darunter der legendäre Stan Smith, der kürzlich wieder auf den Markt gebracht wurde. Zudem steigt im Bekleidungsbereich die Anzahl der Artikel, die mit nachhaltigen Materialien und umweltverträglicheren Fertigungsprozessen hergestellt werden, wie beispielsweise wie beispielsweise DryDye und Low Waste.

Nähere Informationen zur Produktnachhaltigkeit finden Sie auf der Unternehmenswebsite und im Blog der adidas Gruppe sowie im Nachhaltigkeitsbericht 2013.

Die adidas Gruppe berichtete erstmals im Jahr 2000 und als erstes Unternehmen in der Sportartikelbranche über ihre Nachhaltigkeitsarbeit. „Die Berichterstattung über unsere Nachhaltigkeitsarbeit ist ein entscheidender Teil unserer Verpflichtung zu Transparenz", erklärte Frank Henke, Leiter Soziales und Umwelt der adidas Gruppe. „Der diesjährige Bericht unterscheidet sich von seinen Vorgängern, da wir beschlossen haben, unser Nachhaltigkeitsprogramm anhand von vier Säulen zu beschreiben: People, Product, Planet and Partnership (Menschen, Produkte, Umwelt und Partnerschaft). Wir sind überzeugt, dass wir

unseren Stakeholdern mit diesem neuen Ansatz besser vermitteln können, was Nachhaltigkeit für die adidas Gruppe bedeutet."

Hier einige Highlights des Nachhaltigkeitsberichts 2013:

MENSCHEN

- Das Ende 2012 ins Leben gerufene Projekt „SMS für Fabrikbeschäftigte" wurde bei insgesamt fünf Betrieben in Indonesien und einem in Vietnam eingeführt und deckt fast 35.000 Beschäftigte ab.
- Es fanden 1.346 Kontrollen von Zulieferbetrieben in Hinblick auf Sozial- und Umweltrisiken statt; diese umfassten Gespräche mit Betriebsleitung und Beschäftigten, die Überprüfung der Betriebsrichtlinien, -praktiken und -unterlagen sowie die Inspektion von Produktionsstätten. Das Nachhaltigkeitsteam des Unternehmens organisierte außerdem 148 Schulungen und Workshops für Zulieferer, Lizenznehmer, Beschäftigte der Betriebe und Mitarbeiter der adidas Gruppe.
- Weltweit wurden mehr als 1.000 gemeinnützige Projekte unterstützt, entweder finanziell oder durch den ehrenamtlichen Einsatz von Mitarbeitern.

PRODUKT

- Wasser ist für das Unternehmen ein Fokusthema. Das Produktangebot mit DryDye Stoffen nimmt laufend zu: Bis Ende 2013 wurden 1,8 Millionen Meter an DryDye Stoffen produziert und damit ca. 50 Millionen Liter Wasser eingespart. Diese bahnbrechende Technologie wird nun auch für weitere Produktkollektionen eingeführt. Außerdem hat das Unternehmen vor kurzem eine Partnerschaft mit Pharrell Williams und seiner Textilfirma Bionic Yarn bekannt gegeben. Für einige der adidas Originals Produkte von Pharrell wird zudem Plastikmüll aus dem Meer zu Garnen und Stoffen verarbeitet.
- Das Ziel, bis 2013 für 15% der genutzten Baumwolle „Better Cotton" zu verwenden, wurde deutlich übertroffen: 2013 bezog die adidas Gruppe mehr als 23% ihres gesamten Baumwollbedarfs aus dem nachhaltigen Anbau. Die adidas Gruppe hat sich dazu verpflichtet, bis 2018 in allen Produktkategorien sämtlicher Marken 100% „nachhaltige Baumwolle" zu verwenden.
- Durch die zunehmende Nutzung von virtuellen Produktmustern konnte die Gruppe zwischen 2010 und 2013 nahezu 1,5 Millionen Muster einsparen.

UMWELT

- Im Rahmen unseres Programms „Green Company" haben vier weitere Standorte ihre Zertifizierung gemäß ISO 14001 erworben.
- Der Energieverbrauch bei Zulieferern wurde reduziert, auch dank der Energiemanagement-Schulungen.
- Rund 110 Millionen Paar Schuhe pro Jahr werden mit neuen Fersenkappen aus recyceltem Material versehen. Dies vermeidet 1.500 Tonnen Polystyrol-Abfall.

PARTNERSCHAFT

- adidas ist offizieller Sponsor, Lizenznehmer und Ausrüster für die FIFA Fussball-Weltmeisterschaft Brasilien 2014™. Wie schon im Vorfeld der Weltmeisterschaften 2006 und

2010 wurde im Sinne der Transparenz die Liste aller Zulieferbetriebe veröffentlicht, die Produkte für die WM herstellen.
- Die adidas Gruppe hat sich weiterhin aktiv an den Arbeitsgruppen der Sustainable Apparel Coalition (SAC) beteiligt und die Entwicklung, Optimierung und Fertigstellung des Higg Index 2.0 unterstützt.
- Die adidas Gruppe arbeitet gemeinsam mit anderen Marken an der Entwicklung eines effizienteren, branchenweiten Überwachungsinstruments sowohl für Markenunternehmen als auch für Hersteller.

Den diesjährigen Bericht finden Sie online.

Über den Nachhaltigkeitsansatz der adidas Gruppe
Die Nachhaltigkeitsstrategie der adidas Gruppe ist tief in den Werten des Unternehmens – Leistung, Leidenschaft, Integrität und Vielfalt – verankert. Sie baut auf den Leistungen und Erfahrungen der Vorjahre auf, berücksichtigt das gesellschaftliche Umfeld und geht auf künftige globale Entwicklungen ein. Die Strategie der adidas Gruppe basiert auf den folgenden vier Säulen:

- Menschen: Wir haben einen positiven Einfluss auf das Leben unserer Mitarbeiter, der Beschäftigten in unseren Zulieferbetrieben sowie der Menschen in den Gemeinden, in denen wir tätig sind.
- Produkt: Wir verbessern unsere Methoden zur Herstellung unserer Produkte – insbesondere durch Effizienzsteigerungen, Innovationen und den verstärkten Einsatz nachhaltiger Materialien.
- Umwelt: Wir reduzieren die Umweltauswirkungen an unseren eigenen Standorten sowie in unseren Zulieferbetrieben.
- Partnerschaft: Wir arbeiten mit wichtigen Stakeholdern und Partnern zusammen, um Verbesserungen in unserer Branche zu erzielen.

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

Über 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, Rockport und Reebok-CCM Hockey. Die Gruppe mit Sitz in Herzogenaurach beschäftigt mehr als 50.000 Mitarbeiter weltweit und generierte im Jahr 2013 einen Umsatz in Höhe von 14,5 Mrd. €.

***

adidas GROUP

Kontakt:

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
Corporate Communication Manager
Tel.: +49 (0) 9132 84-2680

Investor Relations
John-Paul O'Meara
Vice President Investor Relations
Tel.: +49 (0) 9132 84-2751

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

Besuchen Sie uns auch im Internet: www.adidas-Group.com