



# BP<sup>®</sup> NACHHALTIGKEITSBERICHT 2021

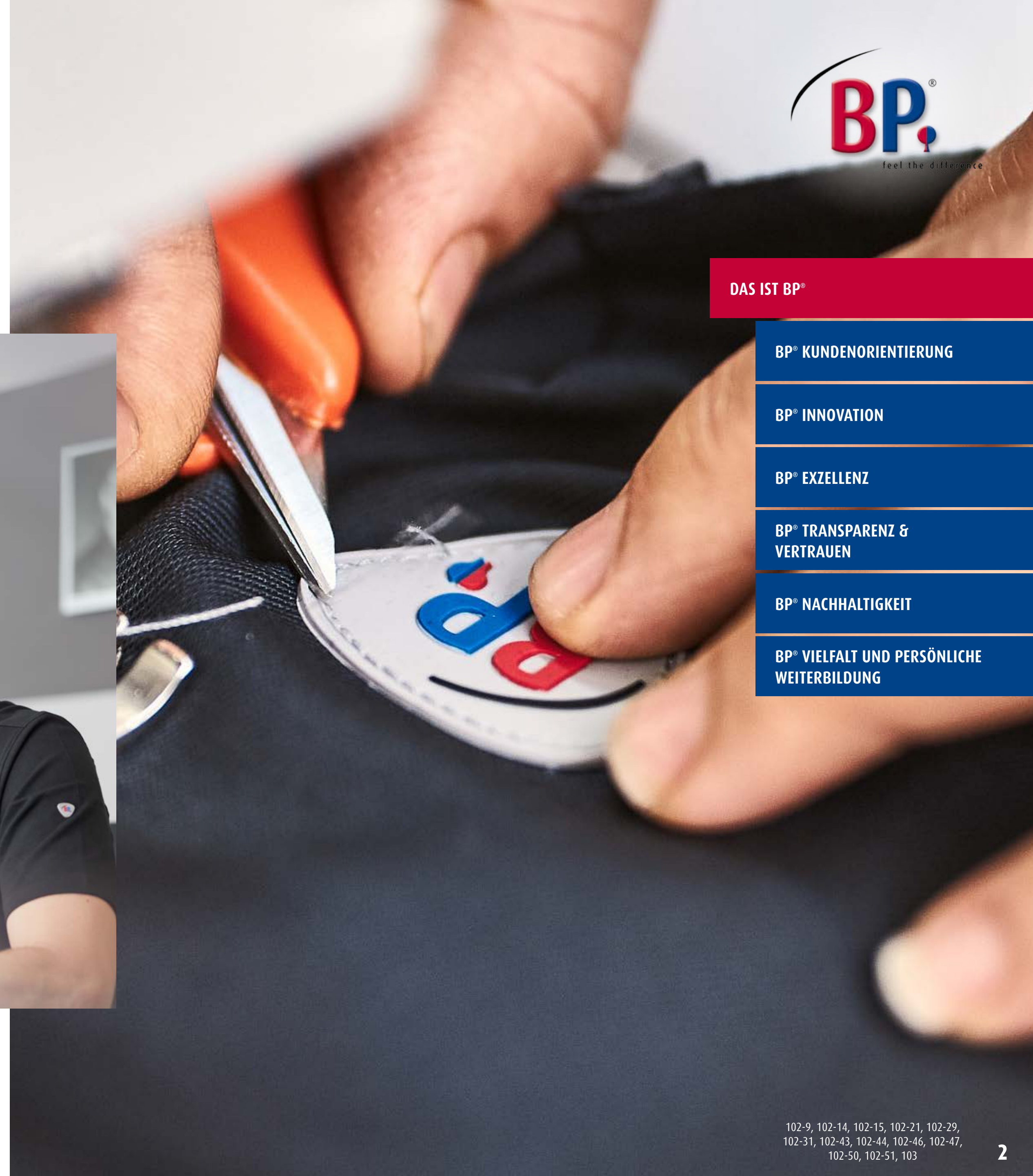
# Unser nachhaltigstes Versprechen: **DIE BP® QUALITÄT.**

Liebe Leserinnen und Leser,

das Lieferkettensorgfaltspflichten-gesetz ist 2021 sehr in den Fokus gerückt. In einer Studie, die das Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung in Auftrag gegeben hat, werden zehn Unternehmen als Vorreiter bei diesem Thema genannt. Und Bierbaum-Proenen ist eines dieser Unternehmen. Seit Jahren beschäftigen wir uns mit unseren Lieferketten, die sehr international, verzweigt und komplex sind. Wir werden jedes Jahr besser, wissen aber, dass es noch ein langer Weg ist, bis wir die Transparenz durchgängig bis zum Baumwollfeld bzw. dem Faserursprung herstellen können.

Wir haben uns im Berichtsjahr weiterhin intensiv mit Klimaneutralität beschäftigt. Wir möchten 2023 an unserem Hauptstandort in Köln und 2024 in unserer Logistik bei Greven klimaneutral sein. 2030 soll dies für unsere gesamte Produktpalette gelten. Durch dieses anspruchsvolle Ziel ergeben sich viele Fragen. Wir werden alle Antworten nach und nach erarbeiten. Wir vertrauen dabei auf unsere Haltung zur Nachhaltigkeit und das qualitätsverrückte BP® Team, dass sich durch hohe Innovationsbereitschaft auszeichnet. Wir werden Sie über unsere Fortschritte auf dem Laufenden halten.

**Ihr Harald Goost,**  
Geschäftsführender Gesellschafter



## DAS IST BP®

BP® KUNDENORIENTIERUNG

BP® INNOVATION

BP® EXZELLENZ

BP® TRANSPARENZ &  
VERTRAUEN

BP® NACHHALTIGKEIT

BP® VIELFALT UND PERSÖNLICHE  
WEITERBILDUNG

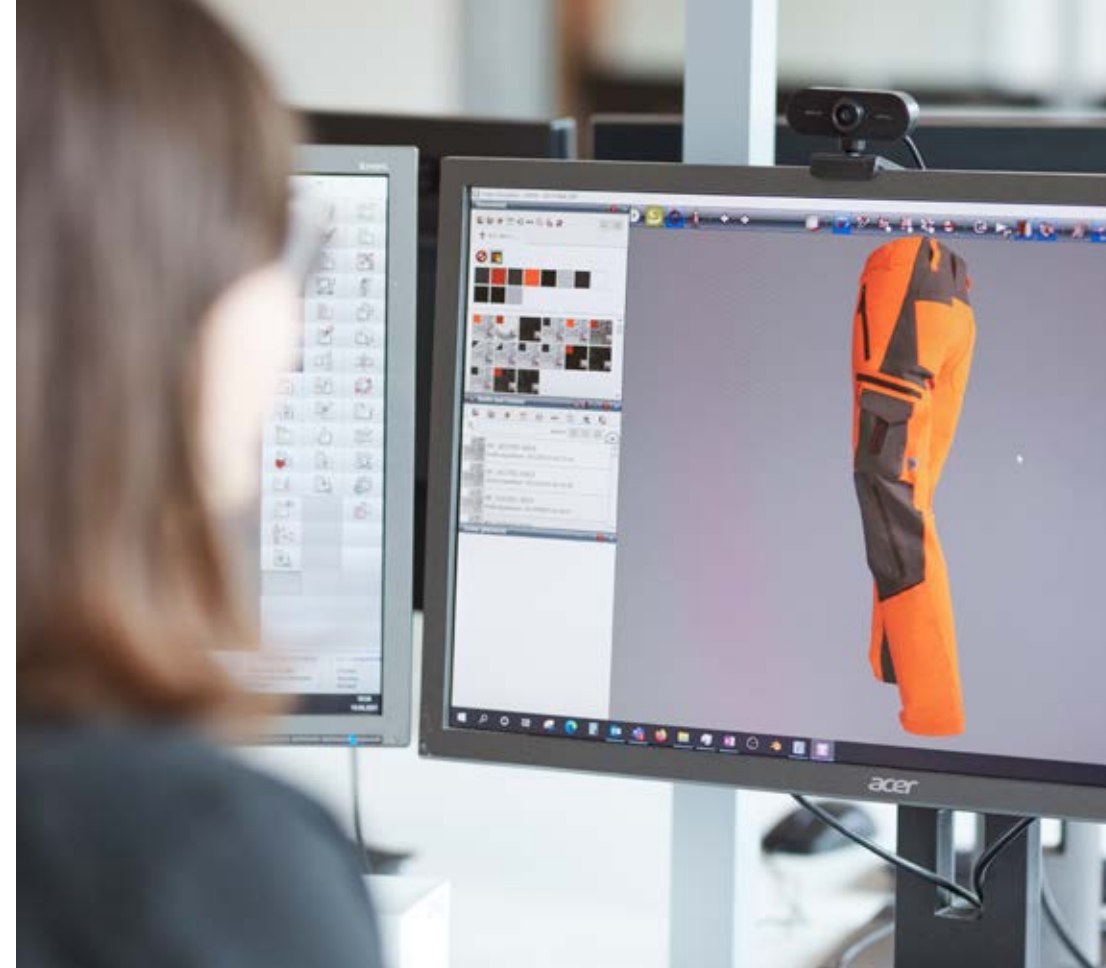


Foto: Fairtrade/Christoph Köstlin



**02 DAS IST BP®**  
Unsere Werte, unsere Herkunft: Ein Kölner Familienunternehmen in 8. Generation.

**06 BP® KUNDENORIENTIERUNG**  
Qualität, Design und Funktion: Was sagen unsere Partner dazu?

**09 BP® INNOVATION**  
Weiterentwicklung und Nachhaltigkeit: Dafür stehen wir mit der Marke BP®.

**11 BP® EXZELLEZ**  
Starke Leistung durch starke Partner: Unsere Kooperation mit NGOs, Bündnissen und Labels, wie zum Beispiel der Fair Wear Foundation.

**17 BP® TRANSPARENZ & VERTRAUEN**  
Faire Zusammenarbeit: Wie wird man BP® Lieferant?

**30 BP® NACHHALTIGKEIT**  
Wir verfolgen nachhaltige Ziele: Beispiel Klimaneutralität.

**33 BP® VIELFALT UND PERSÖNLICHE WEITERBILDUNG**  
Förderung von Mitarbeiter\*innen und Gleichstellung. Unsere Ziele.

**36 GRI-NUMMERN**  
Schnell und einfach: Themen nach GRI.

**37 NOCH FRAGEN?**  
Fabian steht als Leiter in den Bereichen Einkauf und Nachhaltigkeit zur Verfügung.

DAS IST BP®

BP® KUNDENORIENTIERUNG

BP® INNOVATION

BP® EXZELLEZ

BP® TRANSPARENZ & VERTRAUEN

BP® NACHHALTIGKEIT

BP® VIELFALT UND PERSÖNLICHE WEITERBILDUNG



**FRAGEN SIE FABIAN, BP® LEITER EINKAUF/ NACHHALTIGKEIT!**  
Ein Klick und Sie können Ihre Frage per E-Mail beantworten lassen.





Die Bierbaum-Proenen GmbH & Co. KG mit Sitz in Köln.



**1788** gehen die ersten Textilien von Bierbaum-Proenen über den Ladentisch – mit einem außergewöhnlichen Qualitätsversprechen, das bis heute gilt.

### SIEBTE GENERATION

Mit dem Geschäftsführer Harald Goost ist Bierbaum-Proenen nun in der siebten Generation familiengeführt.

### UNSER PRODUKTIONSBETRIEB

Unser eigenes Produktionsunternehmen im Norden Tunesiens, in dem 260 Kolleg\*innen, gut ausgebildete und erfahrene Näher\*innen, an unseren Kleinserien und Produktentwicklungen arbeiten.



# BP® STEHT FÜR BERUFS-BEKLEIDUNG. SEIT 1788.



### UNSER SORTIMENT

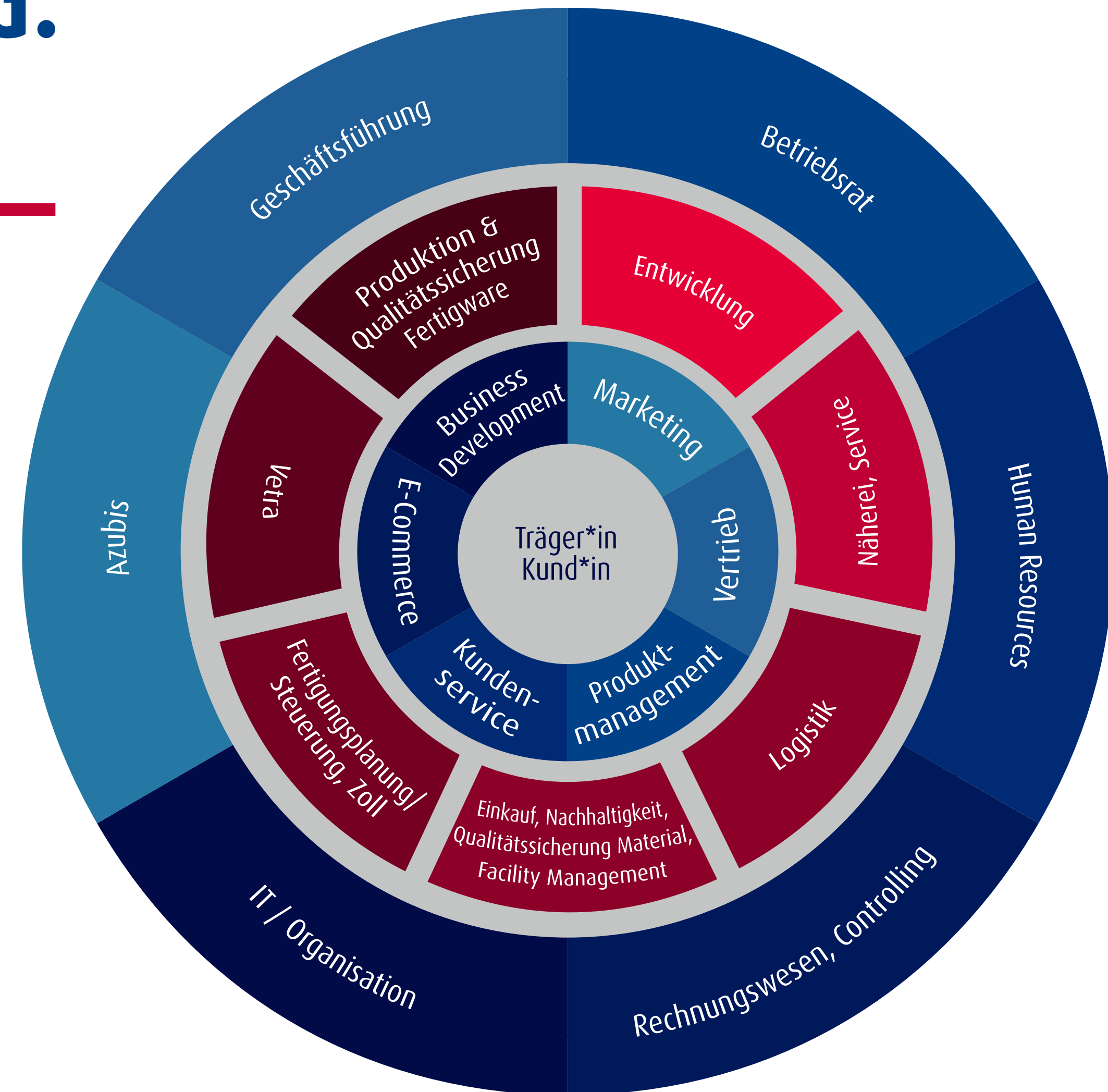
- BP GOURMET®
- BP WORKWEAR®
- BP MED & CARE®
- BP INDUSTRIAL FOOD®
- BPROTECTED®

### EINE MENGE AUF LAGER

BP® bietet bei größter Produktvielfalt eine Verfügbarkeit von 95 % ab Lager. Dank der hervorragenden Logistik werden alle eingehenden Bestellungen bis 16 Uhr noch am selben Tag versendet.



### BP® TEAMORGANISATION



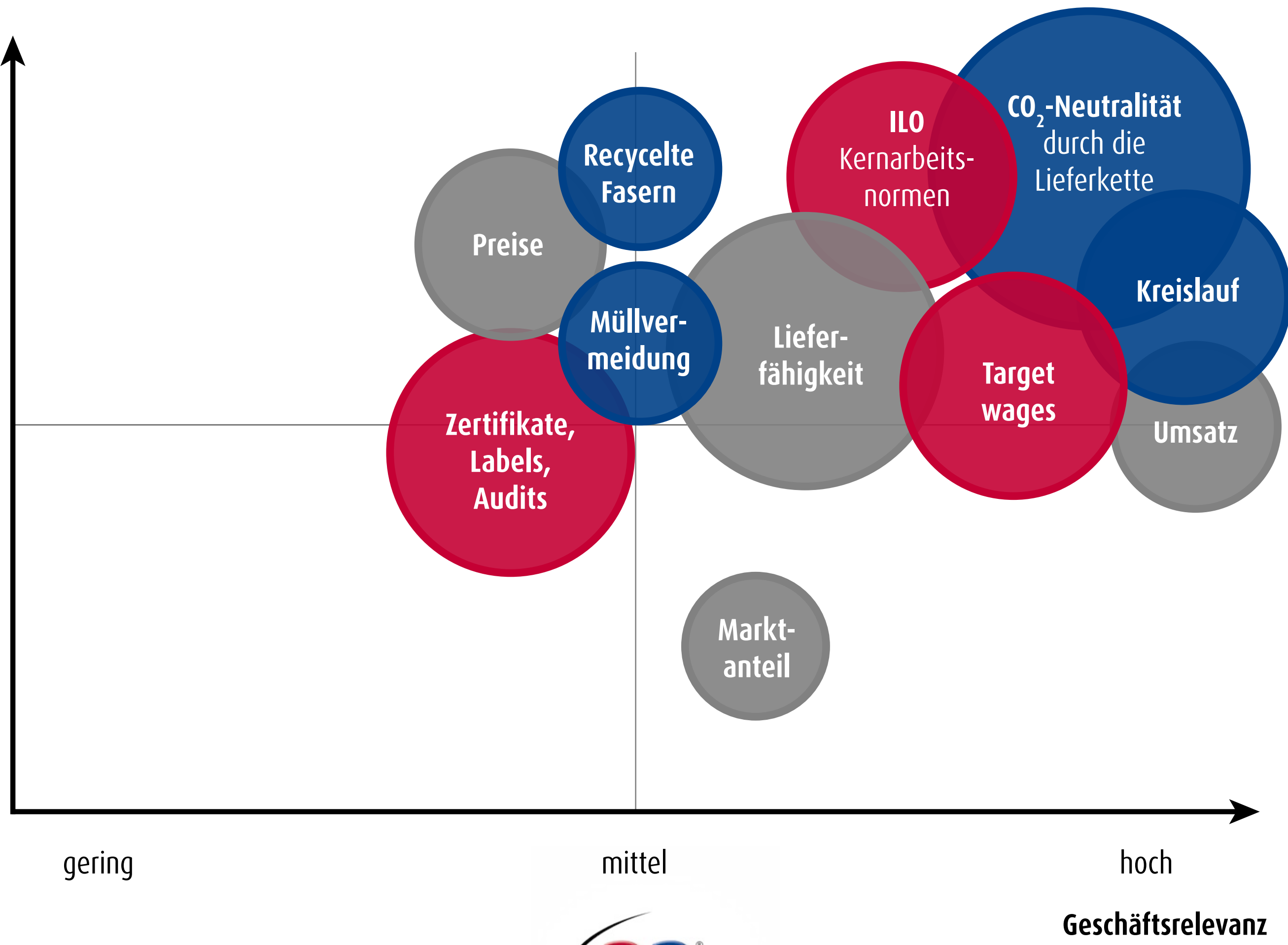
Viele Ziele. Viele Beteiligte.

# WAS FÜR UNS WESENTLICH IST.



Nachhaltig zu agieren heißt auch, immer wieder die Prioritäten unserer nachhaltigen Ziele zu überprüfen. Denn für uns ist Nachhaltigkeit ein kontinuierlicher Verbesserungsprozess, den wir als Motivation sehen, uns ständig zu verbessern und neu auszurichten. Dabei bewegen wir uns immer in einem Spannungsfeld zwischen ökologischen, sozialen und wirtschaftlichen Zielsetzungen. Durch den regelmäßigen Austausch mit unseren Stakeholdern erhalten wir immer wieder neue Impulse. Die Wesentlichkeitsanalyse ist Grundlage und Unterstützung in diesem kontinuierlichen Prozess.

- **Ökologische Ziele\***  
Vermeiden, Reduzieren, Recyceln
- **Soziale Ziele\***  
Prüfung und Bewertung der Produktionsstandorte auf Einhaltung unserer Vorgaben. BP® wurde von der Fair Wear Foundation bereits zum achten Mal in Folge als „Fair Wear Leader“ ausgezeichnet.
- **Wirtschaftliche Ziele\***  
Wirtschaftliche Kennzahlen



\* Hierbei handelt es sich um einen Auszug unserer Ziele.

# BP® KUNDENORIENTIERUNG.

Alles für unsere Träger\*innen und Kund\*innen.

DAS IST BP®

BP® KUNDENORIENTIERUNG

BP® INNOVATION

BP® EXZELLEZ

BP® TRANSPARENZ &  
VERTRAUEN

BP® NACHHALTIGKEIT

BP® VIELFALT UND PERSÖNLICHE  
WEITERBILDUNG

## #1 BP® LEITSATZ KUNDENORIENTIERUNG

Wir bieten unseren Träger\*innen und Kund\*innen Berufsbekleidungslösungen, die dem BP® Anspruch „feel the difference“ gerecht werden. Im Mittelpunkt unseres Kundenversprechens stehen Qualität, Design und Funktionalität.

CWS

CWS Workwear

Zusammenarbeit mit BP® seit: 2009

Gegründet: 1899

Branche: Textiles Dienstleistungsunternehmen

Aufgabe: Mit innovativen, nachhaltigen und digitalen Mietlösungen trägt CWS zu einer gesünderen und sicheren Zukunft bei.



Deutsche Bahn AG

Zusammenarbeit mit BP® seit: 2014

Gegründet: Die DB AG entstand 1994 aus der Fusion der Deutschen Bundesbahn und der Deutschen Reichsbahn.

Branche: Personen- und Güterverkehr

Aufgabe: BP® stattet die DB AG mit innovativen Berufsbekleidungslosungen aus, damit die Mitarbeiter\*innen ihre Arbeit sicher ausführen können.



**Leonie Biesen**  
Corporate Sustainability  
Manager bei CWS



**Claus Bamm**  
Director Strategic Procurement  
Workwear bei CWS

**„Wir müssen Nachhaltigkeit in ihrer ganzen Komplexität und in all ihren Dimensionen erfassen.“**

Der Nachhaltigkeitsprozess kann nur gelingen, wenn alle Partner an einem Strang ziehen – von den Lieferanten über die Produktionsstätten und Leasingpartner bis zu den Endkunden. Deswegen haben wir uns für unseren diesjährigen Nachhaltigkeitsbericht in separaten Gesprächen mit unseren Partnern CWS und Deutsche Bahn AG über Dimensionen, Herausforderungen, Chancen und den Stellenwert einer nachhaltigen Produktion von Berufsbekleidung unterhalten.

Unsere Gesprächspartner waren Claus Bamm, Director Strategic Procurement Workwear bei unserem Leasingpartner CWS, und seine Kollegin Leonie Biesen, Corporate Sustainability Manager bei CWS, sowie Thorsten Flegler, Strategic Purchaser corporate wear bei unserem Kunden Deutsche Bahn AG. Die beiden Gespräche haben wir im Anschluss zusammengefasst. Wir geben sie hier in Auszügen wieder.

**BP®:** Herr Bamm, bemerken Sie bei CWS als einem der führenden Textilleaser, dass sich Ihre Kunden verstärkt für nachhaltige Berufsbekleidung interessieren?

**Claus Bamm / CWS:** Wir sehen ganz klar, dass die Nachfrage steigt. Das gilt vor allem für Kunden aus dem öffentlichen Sektor, aber auch für privatwirtschaftliche Unternehmen. Die Menschen erkennen, dass Nachhaltigkeit nicht nur ein gesellschaftlicher Megatrend ist, sondern schlichtweg eine Notwendigkeit. Die Textil- und Bekleidungsindustrie hat einen weltweit beträchtlichen Einfluss auf die natürlichen Ressourcen und Ökosysteme, deswegen steht sie in puncto Nachhaltigkeit jetzt und zukünftig stark im Fokus. Die Unternehmen binden Berufsbekleidung daher in ihre Nachhaltigkeitsstrategien ein. Tendenziell lässt sich sagen: Je größer

und öffentlicher ein Unternehmen, desto mehr Wert legt es auf nachhaltig produzierte Berufsbekleidung.

**BP®:** Herr Flegler, welchen Stellenwert nimmt die Berufsbekleidung im Rahmen der Nachhaltigkeitsstrategie der Deutschen Bahn ein?

**Thorsten Flegler / Deutsche Bahn:** Wir haben bei uns im Konzern fünf Handlungsfelder definiert, auf denen wir die nachhaltige Transformation vorantreiben möchten: Klimaschutz, Naturschutz, Ressourcenschutz, Lärmschutz und soziale Verantwortung. Mit Ausnahme des Lärmschutzes ist mein Verantwortungsfeld, die Berufsbekleidung, für

# NACHHALTIG GEHT NUR GEMEINSAM. Mit unseren Kund\*innen und Partner\*innen.



alle Felder sehr wichtig. Deswegen ist die Bedeutung von nachhaltig produzierter Berufsbekleidung bei der Deutschen Bahn hoch. Mit sozial und ökologisch verträglich produzierter Kleidung können wir ganz konkret in die Strategie der DB einzahlen.

**BP®:** Welche Rolle spielt Berufsbekleidung für die DB grundsätzlich?

**Thorsten Flegler / Deutsche Bahn:** Berufsbekleidung ist für uns zunächst ein C-Artikel. Kleidung gehört nicht zu unserem Kerngeschäft, wir benötigen sie stückmäßig in großen Mengen, auch wenn das Beschaffungsvolumen für uns überschaubar ist. Trotzdem ist die Berufsbekleidung natürlich wichtig für uns: Wenn ein Gleisarbeiter keine Warnschutzkleidung hat, kann er nicht arbeiten. Das System kommt ins Stocken und im Extremfall kann es zu Beeinträchtigungen kommen.

**BP®:** Nach welchen Kriterien wählen Sie Ihre Kleidung aus?

**Thorsten Flegler / Deutsche Bahn:** Entscheidendes Kriterium ist die Qualität in Verbindung mit Wirtschaftlichkeit und Nachhaltigkeit, denn nur qualitativ hochwertige Kleidung, die unsere Mitarbeitenden auch gerne tragen, stellt die Zufriedenheit unserer Beschäftigten sicher, die für uns unerlässlich ist. Wobei viele Nachhaltigkeitsaspekte für uns Grundanforderungen sind, sodass Kleidung, die nicht sozial und ökologisch verträglich hergestellt wurde, keine Chance bei uns hat.

**Claus Bamm / CWS:** Unsere Kunden tragen ihre Berufsbekleidung an einem Arbeitstag meist länger als ihre Privatkleidung. Tragekomfort, ein ansprechendes Design und bei Schutzkleidung natürlich die Sicherheit sind demnach Schlüsselanforderungen.

Um in unser Angebot aufgenommen zu werden, muss Kleidung darüber hinaus qualitativ hochwertig sowie langlebig sein und sollte zudem repariert werden können. Unser unternehmensweites Handlungsprinzip lautet „Think Circular“ und beinhaltet die 3-R-Strategien „reduce, reuse, recycle“. Diese drei Strategien können wir nur gemeinsam mit unseren Partnern erreichen. Für unsere Lieferanten heißt das, dass sie ihren Materialverbrauch senken, klimafreundlich produzieren und Sekundärstoffe in den Kreislauf bringen.

**BP®:** Wie bewerten Sie das Thema Kreislaufwirtschaft mit Blick auf die Berufsbekleidung?

**Leonie Biesen / CWS:** Wir sehen sowohl am Startpunkt als auch am Ende der Textilkette große Innovationspotenziale. Ich denke da an alternative High-Tech-Fasern und Verarbeitungsprozesse, die sowohl im Anbau klima- und umweltfreundlicher sind, aber auch bei der Weiterverarbeitung weniger Energie, Wasser, Chemikalien und Lösungsmittel verbrauchen. Im Vergleich zur Herstellung von Kleidung sind die Auswirkungen ihrer Entsorgung relativ gering. Trotzdem sehen wir dieses Ende der Kette als Schlüssel zur Reduktion künftiger Emissionen und Auswirkungen auf die Umwelt. Hier schlummert ein immenses Potenzial für die Weiterentwicklung der Textil- und Bekleidungsindustrie. In diesem Bereich gilt es, schnellstmöglich eine „Reverse

Logistics“-Infrastruktur und groß angelegte Angebote für Second-Life und Recycling von ausgetragenen Textilien zu entwickeln.

**BP®:** Welche Rolle spielen solche Themen für die Deutsche Bahn als Endkunde?

**Thorsten Flegler / Deutsche Bahn:** Eine sehr große Rolle. Uns ist es immens wichtig, dass Hersteller das Thema Nachhaltigkeit in seiner ganzen Komplexität und in allen seinen Dimensionen erfassen. Da reichen Label und Mitgliedschaften nicht aus. Wenn jemand zu mir kommt und sagt: Wir sind Mitglied in der Fair Wear Foundation und setzen Baumwolle aus dem Fairtrade Rohstoffmodell für Baumwolle ein, sage ich: „Das allein genügt uns nicht.“ Wir wollen mit unseren Lieferanten tiefer ins Produkt gehen, uns intensiv mit den schwierigen Themen befassen. Dazu zählen die Arbeitsbedingungen der Menschen, die die Kleidung herstellen, genauso wie eine Kreislaufwirtschaft im Sinne des Cradle-to-Cradle-Gedankens oder der CO<sub>2</sub>-Ausstoß und die Logistik. Als Großkunde haben wir die Möglichkeit, Dinge zu beeinflussen.

**BP®:** Wie sieht die Zusammenarbeit mit BP® in diesen Feldern aus?

**Thorsten Flegler / Deutsche Bahn:** BP® ist für mich ein kompetenter Partner bei diesen schwierigen Fragen. Mit der Zeit ist ein gewisses Vertrauen entstanden.

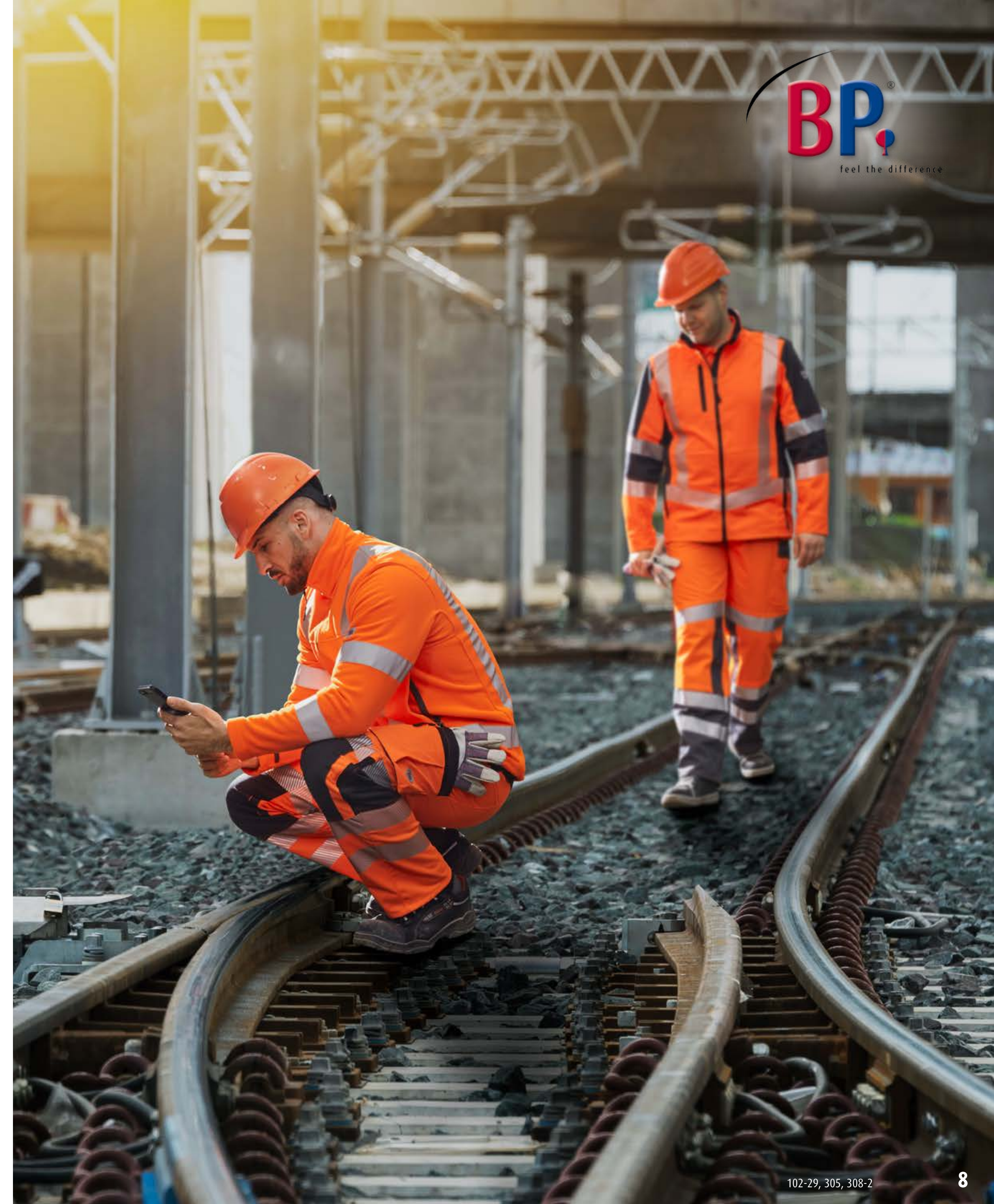
Ich kann unsere Bedürfnisse äußern, BP® hört sie und gibt mir fachliche Expertise zurück. Gemeinsam gehen wir sehr tief in die Produkte rein und schauen uns alles an. So finden wir häufig gemeinsam Lösungen und so ist BP® zu unserem größten Lieferanten für Schutzkleidung geworden. Trotzdem, und das muss man ganz klar sagen, muss BP® sich natürlich permanent im Wettbewerb mit anderen Herstellern beweisen.

**BP®:** Was sind die gemeinsamen Projekte für die Zukunft?

**Thorsten Flegler / Deutsche Bahn:** Die liegen auf jeden Fall in den Bereichen Cradle-to-Cradle und CO<sub>2</sub>-Ausstoß, also Logistik.

**Claus Bamm / CWS:** Im Rahmen unserer konzernübergreifenden Mission der „Enkelfähigkeit“ wird uns bei CWS das Thema „End of life“ als letzter Baustein der textilen Kette künftig sehr beschäftigen. Hier müssen viele Partner einbezogen und Investitionen getätigt werden. Weitere wichtige Zukunftsthemen sind die CO<sub>2</sub>-Reduktion und die soziale Dimension entlang der gesamten Textilkette.

Wir bedanken uns bei CWS und der Deutschen Bahn für das offene Gespräch.





# BP® INNOVATION.

Permanente Verbesserung ist unsere Konstante.



DAS IST BP®

BP® KUNDENORIENTIERUNG

**BP® INNOVATION**

BP® EXZELLENZ

BP® TRANSPARENZ &  
VERTRAUEN

BP® NACHHALTIGKEIT

BP® VIELFALT UND PERSÖNLICHE  
WEITERBILDUNG

## #2 BP® LEITSATZ INNOVATION

Wir entwickeln unsere Produkte und unser Unternehmen durch Innovation und permanente Verbesserung im Dienste unserer Träger\*innen und Kund\*innen weiter.

# Weniger ist mehr: RESSOURCEN SCHONEN. QUALITÄT STEIGERN.

## 1. VERMEIDEN

Auf das Vermeiden, sprich den sparsamen Einsatz wertvoller Ressourcen, legen wir besonderen Wert. Wir sind der Überzeugung, dass die Langlebigkeit der BP® Produkte einer unserer größten Beiträge zur Nachhaltigkeit ist, denn dadurch werden wertvolle Ressourcen gespart und die Umwelt entlastet.

### Beispiel 3D-Prototyping:

Durch den Einsatz einer durchgehenden 3D-Visualisierung vom Entwurf bis zum fertigen Produkt erreichen wir, dass viele Einzelschritte, inklusive Kundenwünsche, simuliert werden können. Auf diese Weise können wir Transportwege und Ressourcen einsparen, wie z. B. Stoffe, Garne, Knöpfe etc., die wir sonst für die Musterproduktion benötigen würden. So ist eine Musterproduktion erst zu einem späteren Zeitpunkt nötig und wir erstellen im Durchschnitt drei Muster und etliche Fragmente weniger.

3D-Prototypen von [Latzhose 2041-844-6556](#) und [Arbeitsjacke 2042-844-6556](#)



## 3. RECYCELN

In Bereichen, in denen wir den Ressourcenverbrauch nicht reduzieren können, wollen wir die Möglichkeit ausbauen, recycelte Stoffe einzusetzen. In unserer Kollektion BPlus Green haben wir dieses Prinzip bereits umgesetzt. Das Material besteht zu 35 % aus Baumwolle und zu 65 % aus Polyester. Bei dem eingesetzten Polyester handelt es sich um recycelte PET-Flaschen – mindestens 18 PET-Flaschen stecken in jedem Produkt der Kollektion.

Aktuell führen wir erste Pilotprojekte durch, wie z. B.

- » Kleidung zu Kleidung: Integration von Altkleidung in die Herstellung von neuen Rohgeweben,
- » Altkleidung in Kreisläufe anderer Produkte einfließen lassen,
- » Schnittabfälle wiederverwerten.

## 2. REDUZIEREN

Den Ressourcenverbrauch, den wir nicht vermeiden können, reduzieren wir konsequent.

### Ein paar Beispiele:

- » Die CO<sub>2</sub>-Produktbilanzierung ist für uns eines der wichtigsten Themen im Bereich der Ressourcenreduzierung ([s. Seite 31](#)).
- » Wir werden unsere Luftfracht-Transporte weiter reduzieren: In 2021 sind die Luftfrachten im Vergleich zu 2020 um 24 % zurückgegangen.

» Wir optimieren die Verwendung von Verpackungsmaterialien, um weitestgehend darauf verzichten zu können. Zum Beispiel konnten wir durch den Einsatz unserer neuen Papierbanderole ca. 6 Tonnen Plastik einsparen.

» Reduzierung der Verpackung bei der Anlieferung unserer Vorlieferanten.

» Schrittweise Reduzierung des Energieverbrauches in Zusammenarbeit mit unseren Vorlieferanten/Konfektionspartnern durch beispielsweise den Einsatz von Photovoltaik.



# BP® EXZELLENZ.

Unser Ziel ist die beste Unternehmensleistung.



DAS IST BP®

BP® KUNDENORIENTIERUNG

BP® INNOVATION

BP® EXZELLENZ

BP® TRANSPARENZ &  
VERTRAUEN

BP® NACHHALTIGKEIT

BP® VIELFALT UND PERSÖNLICHE  
WEITERBILDUNG

## #3 BP® LEITSATZ EXZELLENZ

Wir erbringen durch Eigeninitiative, Verantwortungsbereitschaft, gegenseitige Befähigung und beständiges Voneinander-Lernen eine exzellente Unternehmensleistung.

# BP® SETZT AUF STARKE PARTNER.



## UNSER NACHHALTIGSTES VERSPRECHEN: DIE BP® QUALITÄT.

3 verschiedene Gewebe,

2 Fasertypen,

ca. 820 m Garn,

296 g recyceltes Polyester,

160 g Baumwolle aus dem „Fairtrade-  
Rohstoffmodell für Baumwolle“

44 Schnittteile,

16 Zutaten

und 1 BP® Logo,  
unser Qualitätssiegel.



OEKO-TEX®  
CONFIDENCE IN TEXTILES  
**StEP**   
16000074 HOHENSTEIN HTTI  
Nachhaltige Textilproduktion.  
www.oeko-tex.com/step

**StEP by OEKO-TEX®\***  
\* Ein Großteil unserer Partner ist  
StEP by OEKO-TEX zertifiziert.

[Mehr erfahren >](#)

SUPPORTING  
  
FAIRTRADE  
COTTON

**Fairtrade**

[Mehr erfahren >](#)

OEKO-TEX®  
CONFIDENCE IN TEXTILES  
**STANDARD 100**   
03.0.2130 HOHENSTEIN HTTI  
Geprüft auf Schadstoffe.  
www.oeko-tex.com/standard100

**OEKO-TEX®**

[Mehr erfahren >](#)

**REACH-Verordnung**

[Mehr erfahren >](#)

**REPREVE®**  
REPREVE®

[Mehr erfahren >](#)



# EIN FAIRER HANDEL.

## BP® und die Rohstoff-Lieferkette.



### Das Fairtrade-Rohstoffmodell für Baumwolle.

Das Fairtrade-Rohstoffmodell für Baumwolle ermöglicht es Bäuerinnen und Bauern, größere Mengen ihrer Baumwolle zu Fairtrade-Bedingungen zu verkaufen.

So eröffnen wir ihnen den Weg zu gerechteren Handelsbedingungen, zu sozialem Wandel und zu mehr

Umweltschutz. Kund\*innen können an diesem Siegel erkennen, dass mit diesem BP® Bekleidungsteil ein Beitrag dazu geleistet wird. Das gibt Sicherheit bei der Auswahl der passenden Berufsbekleidung.

BP® arbeitet seit 2016 mit Fairtrade zusammen.

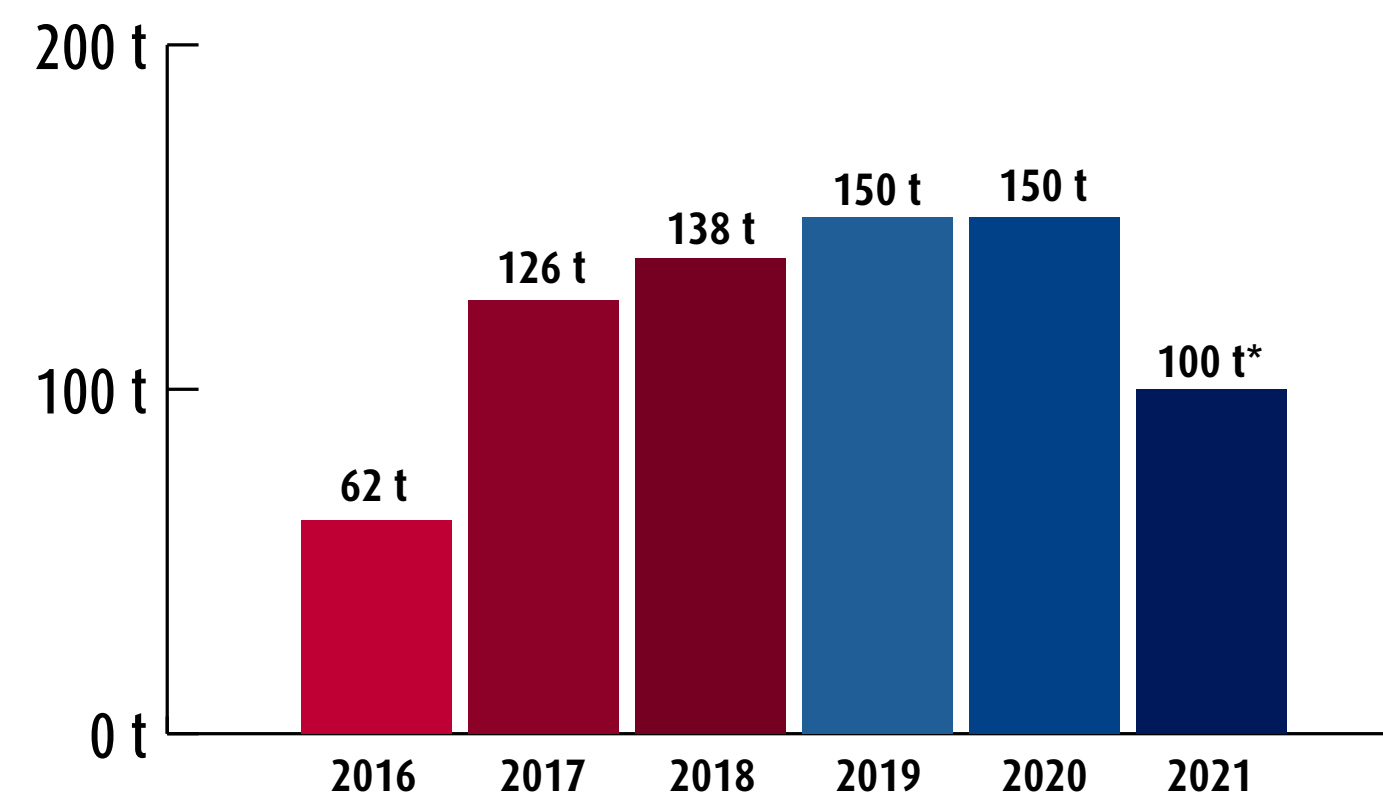
Mehr dazu unter [www.info.fairtrade.net/sourcing](http://www.info.fairtrade.net/sourcing)



### Fairtrade bedeutet:

- » Bäuerinnen und Bauern erhalten einen stabilen Mindestpreis.
- » Obendrein bekommen sie eine Fairtrade-Prämie, die für Gemeinschaftsprojekte genutzt wird, z. B. zur Regenwassernutzung, zur Aufforstung, zum Straßenbau oder zur Schulbildung der Kinder von Baumwollbäuerinnen und -bauern.
- » Durch Umweltstandards werden der Gebrauch von Pestiziden eingeschränkt und eine effiziente Bewässerung gefördert.
- » Gentechnisch verändertes Saatgut darf nicht eingesetzt werden.
- » Ausbeuterische Kinderarbeit ist verboten.
- » Durch gezielte Schulungsmaßnahmen werden Kleinbauern ökonomisch und ökologisch unterstützt.

### Steigerung der eingekauften Fairtrade-Baumwolle gemäß Verpflichtungsplan



\* Aufgrund von COVID-19-bedingten Planungsunsicherheiten haben wir 2021 weniger Fairtrade-Baumwolle eingekauft als geplant.





Baumwollfeld im Bundesstaat Odisha (Indien), Foto: Fairtrade

### DAS MASS-BALANCE-PRINZIP: DIE BESCHAFFUNG VON ZERTIFIZIERTEN ROHSTOFFEN

Das Mass-Balance-Prinzip stellt sicher, dass nicht mehr Produkte mit dem Fairtrade-Siegel verkauft werden als Rohwaren im Ursprung eingekauft wurden. Darüber hinaus bedeutet Mass Balance, dass fair gehandelte Rohstoffe bei der Verarbeitung, Lagerung oder während des Transports mit handelsüblichen Produkten vermischt werden dürfen.

Ähnlich wie beim Ökostrom verfolgt das Mass-Balance-Programm von Fairtrade auch das Ziel, die Nachfrage nach Fairtrade-Baumwolle zu steigern.

### DIE FAKTEN

- » Die Verarbeitung von Fairtrade-Baumwolle und konventioneller Baumwolle bedeutet den Verlust der physischen Rückverfolgbarkeit.
- » Die Überprüfung der plausiblen Verteilung von Baumwolle erfolgt durch FLOCERT über das Online-Tracking-Tool „Fairtrace“.
- » Alle Lieferanten tragen die verkaufte Menge Baumwolle ein.
- » Die äquivalente Menge der mit Siegel versehenen Artikel muss der Menge an Baumwolle entsprechen, die zuvor von BP® eingekauft wurde.

### Mengenausgleich in der Lieferkette – Prinzip Ökostrom



Gemeinsam für mehr Verantwortung.

# DIE BP® KOOPERATION MIT DER FAIR WEAR FOUNDATION.



## DIE FAKTEN:

» Die Fair Wear Foundation (FWF) ist eine Multi-Stakeholder-Initiative mit dem Ziel, die Arbeitsbedingungen der Menschen in der Textilindustrie zu verbessern.

» BP® ist seit 2010 Mitglied der Fair Wear Foundation und bereits das achte Mal in Folge „Fair Wear Leader“.

» BP® und seine Konfektionspartner verpflichten sich, die Prinzipien der FWF einzuhalten bzw. an entsprechenden Verbesserungen zu arbeiten.

» Die Umsetzung und Überwachung der FWF-Prinzipien bei den Konfektionspartnern erfolgt mittels regelmäßiger Besuche, Trainingsmaßnahmen, Audits und anschließender Korrekturpläne.

» Die Umsetzung der FWF-Prinzipien durch BP® wird u. a. bei dem FWF Brand Performance Check geprüft. (Management-System-Audit bei BP®). Mehr dazu [hier](#).

» Alle Mitarbeiter\*innen in den Produktionsbetrieben können den FWF-Beschwerdemechanismus nutzen ([Details s. Seite 28](#)).

» Sehr wertvoll ist für uns sowohl der intensive Austausch mit anderen FWF-Mitgliedern als auch die übergreifende Zusammenarbeit bei gemeinsamen Lieferanten. Denn gemeinsam erreicht man mehr.

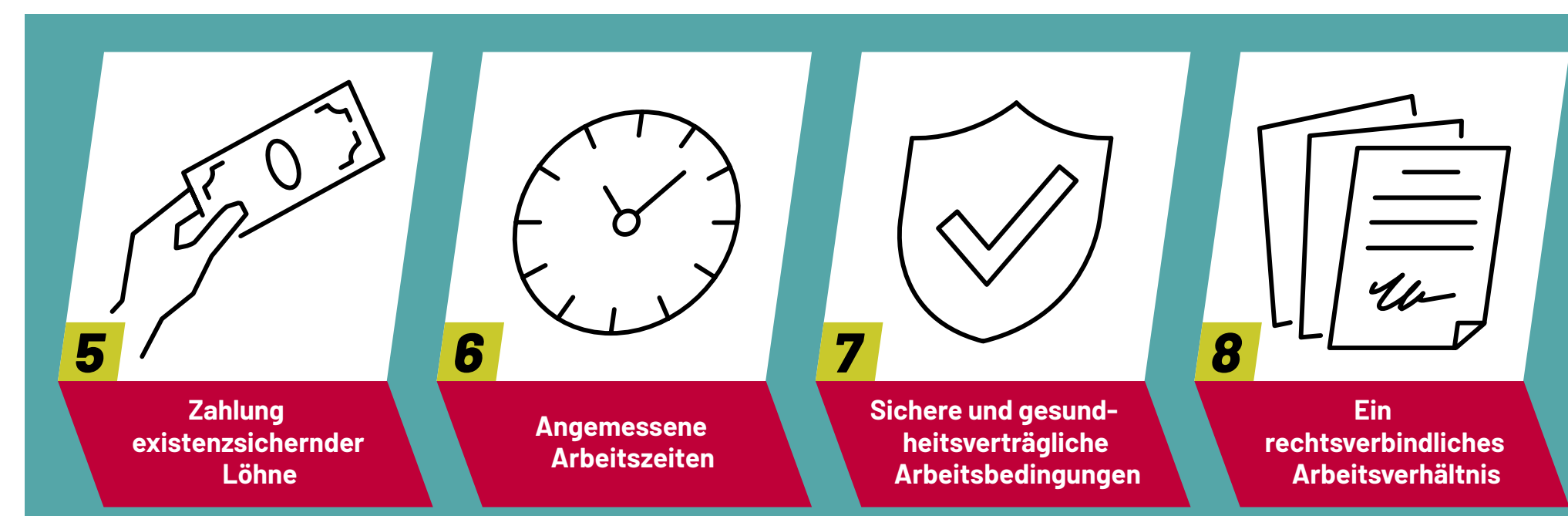
» In einer Zeit, in der viele Audits und Trainingsmaßnahmen nicht stattfinden konnten und viele Mitarbeiter\*innen in der weltweiten Textilindustrie aufgrund der COVID-19-Pandemie existenzielle Sorgen hatten, hat die FWF umfangreiche Unterstützungs- und Aufklärungsmaßnahmen umgesetzt.



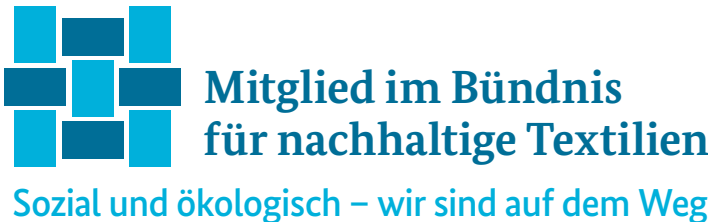
## Die Prinzipien der Fair Wear Foundation



Die Prinzipien 1-4 der Fair Wear Foundation decken die ILO Kernarbeitsnormen ab. Die Kernarbeitsnormen der Internationalen Arbeitsorganisation sind Sozialstandards im Rahmen der Welthandelsordnung, die menschenwürdige Arbeitsbedingungen und einen hinreichenden Schutz gewährleisten sollen.



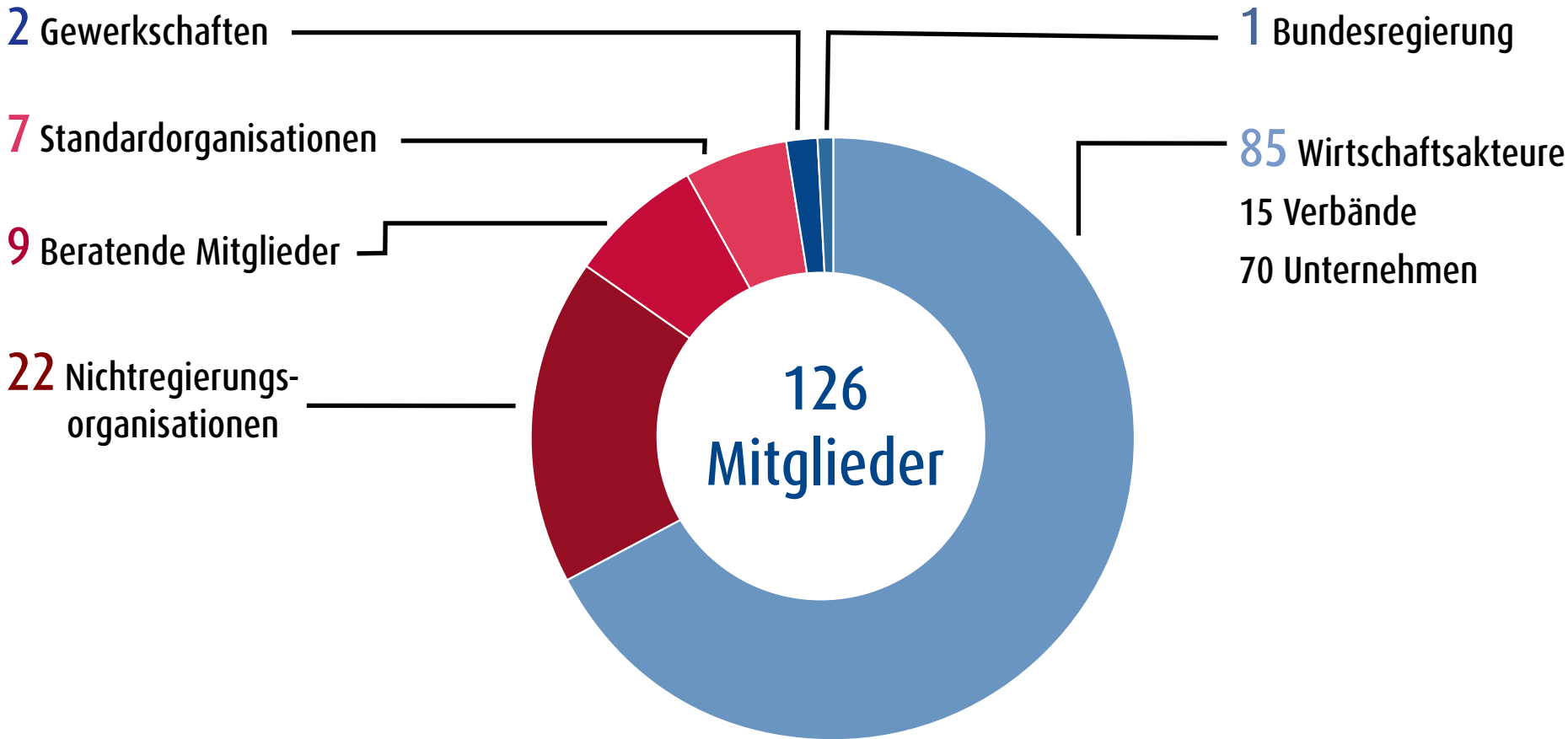
# Gemeinsam für mehr Nachhaltigkeit: EIN BÜNDNIS, DAS STARK MACHT.



## Ablauf des alle zwei Jahre stattfindenden Review-Prozesses



## Mitglieder im Bündnis für nachhaltige Textilien



### DIE FAKTEN:

- » BP® ist seit 2015 Mitglied im Bündnis für nachhaltige Textilien.
  - » Das Bündnis ist eine Initiative des Bundesministeriums für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung.
  - » Das Ziel des Bündnisses ist die Verbesserung der sozialen und ökologischen Bedingungen in der weltweiten Textilproduktion.
  - » Erreicht werden soll dieses Ziel durch individuelle Verantwortung, gemeinsames Engagement und gegenseitige Unterstützung.
  - » BP® bringt die eigenen Kompetenzen aktiv in das Bündnis ein, z. B. durch die Mitarbeit in der Expertengruppe für Klimaschutz.
  - » Das Bündnis bietet seinen Mitgliedern umfassende Schulungsangebote zur professionellen Analyse der Risiken in der eigenen Lieferkette.
- » Das Jahresthema 2021 lautet: „Verantwortungsvolle Einkaufspraktiken“. Daran wurde auch der neue Review-Prozess ausgerichtet. In diesem Rahmen haben wir eine umfangreiche Risikoanalyse in Anlehnung an die OECD-Guidelines zu den 11 Sektor-Risiken durchgeführt. Das Ergebnis der Risikoanalyse kann [hier](#) eingesehen werden. Diese Risikoanalyse bildet eine wichtige Grundlage unter anderem zur Einhaltung des Lieferkettensorgfaltspflichtengesetzes.



**HIER FINDEN SIE MEHR INFOS!**  
Alles rund um das Bündnis für nachhaltige Textilien können Sie hier entdecken.





# BP® TRANSPARENZ UND VERTRAUEN.

Die Grundlagen unserer Zusammenarbeit.



DAS IST BP®

BP® KUNDENORIENTIERUNG

BP® INNOVATION

BP® EXZELLENZ

**BP® TRANSPARENZ & VERTRAUEN**

BP® NACHHALTIGKEIT

BP® VIELFALT UND PERSÖNLICHE WEITERBILDUNG

## #4 BP® LEITSATZ TRANSPARENZ UND VERTRAUEN

Wir pflegen mit Träger\*innen, Kund\*innen, Lieferanten, Kapitalgebern und untereinander auf der Basis von Offenheit, Transparenz und Ehrlichkeit ein vertrauensvolles Verhältnis.



# WELTWEIT VERNETZT, um eng zusammenzuarbeiten.

## NACHHALTIGKEIT DURCH LANGFRISTIGKEIT

Im Laufe vieler Jahre ist das Netzwerk an Materiallieferanten und Konfektionspartnern immer größer geworden. Diese Streuung hat in einem Jahr der COVID-19-bedingten Lieferengpässe unter anderem dafür gesorgt, dass BP® eine sehr hohe Lieferfähigkeit bieten konnte.

Fast alle Unternehmen sind Familienunternehmen wie wir und die meisten BP® Bekleidungsteile stammen von Konfektionspartnern, mit denen wir seit mehr als zehn Jahren zusammenarbeiten. Auch das ist ein Beitrag zu einer nachhaltigen Lieferkette.



# 151 JAHRE PARTNER-SCHAFT.

Mit Familien-  
unternehmen, wie  
wir es sind.

Fast alle Unternehmen sind Familien-  
unternehmen wie wir und die meisten  
BP® Bekleidungsteile stammen von  
Konfektionspartnern, mit denen wir  
seit mehr als zehn Jahren zusammen-  
arbeiten. Auch das ist ein Beitrag zu  
einer nachhaltigen Lieferkette.



Jahre der Partnerschaft

0

5

10

15

20

25

Stand 2021



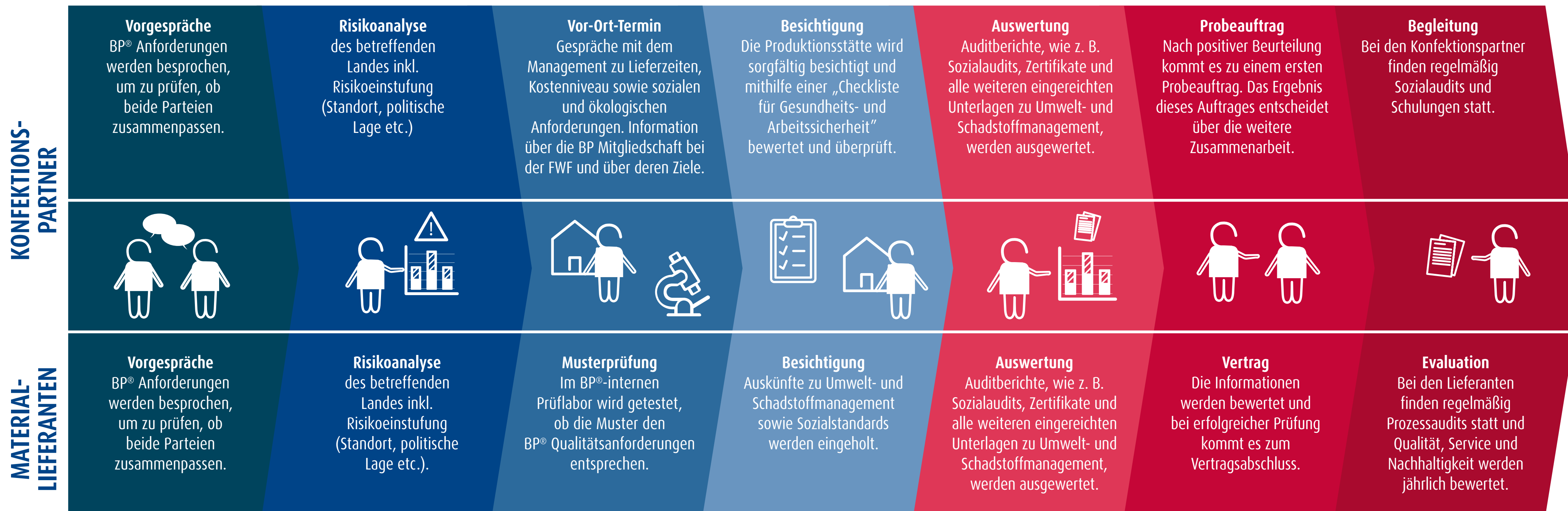
# STARKE QUALITÄT BRAUCHT STARKE PARTNER:

Nur so wird man BP® Lieferant.



Alle BP® Lieferantenbeziehungen, ob Konfektionspartner oder Materiallieferanten, basieren auf unserem seit 2020 bestehenden BP® CODE OF CONDUCT, der unsere Sorgfaltspflichten in Bezug auf ILO-Kernarbeitsnormen, Sozial- und Umweltstandards sowie generelle Aspekte einer verantwortungsvollen Zusammenarbeit, wie z. B. den Ausschluss von Korruption, exakt beschreibt.

[Hier geht's zum BP® CODE OF CONDUCT.](#) Außerdem verpflichten sich die Lieferanten vertraglich dazu, die zehn Prinzipien des „UN Global Compact“ einzuhalten. Darüber hinaus sind die Konfektionspartner zur Einhaltung der FWF-Prinzipien verpflichtet. Grundsätzlich gilt auch: Das Abschließen von Unterverträgen, sogenanntes Subcontracting, ist ohne die ausdrückliche Zustimmung von BP® untersagt.



Die Auswahl eines neuen BP® Partners (Konfektionspartner bzw. Materiallieferant) ist durch festgelegte Prozesse klar geregelt.

# Starker Zusammenhalt in fordernden Zeiten: BP® UND SEINE KONFEKTIONS- PARTNER.



Unsere langjährige Zusammenarbeit mit unseren hochqualifizierten Konfektionspartnern hilft uns dabei, unsere Träger\*innen in ihrem Arbeitsalltag professionell und modern aussehen zu lassen und ihre Arbeit sicherer, komfortabler und einfacher zu gestalten.

Die enge Zusammenarbeit aller Abteilungen und die Verknüpfung der Einkaufsabteilung mit der Nachhaltigkeitsabteilung haben sehr dabei geholfen, die Lieferkette zu stabilisieren.

Vieles, was unsere Produktionspartner und auch wir bei BP® in diesem Jahr unternommen haben, war länderübergreifend vergleichbar: Mit aller Kraft haben wir gemeinsam daran gearbeitet, die Arbeitsbedingungen in den Produktionsstätten so abzusichern, dass die Mitarbeiter\*innen gesund bleiben und wir gemeinsam durch diese Krise kommen.

## Das haben wir unternommen:

- » Regelmäßiger und intensiver Austausch mit Konfektionspartnern über MS-Teams.
- » Akzeptanz von Lieferterminverschiebungen und Lieferverzögerungen.
- » Einschränkungen in den Produktionsstätten wurden berücksichtigt und Aufträge, wenn nötig, flexibel umgeplant.
- » Alle Zahlungen an unsere Partner hat BP® pünktlich geleistet.
- » Wo notwendig und möglich, wurden zusätzliche Aufträge an Konfektionspartner vergeben, um fehlende Auslastung zu kompensieren.
- » Über Teams-Calls hinaus haben wir regelmäßig an Webinaren, Telefongesprächen und Zoom-Meetings von verschiedenen Anbietern teilgenommen (z. B.: FWF, Textilbündnis), um uns über die aktuellen Entwicklungen und Herausforderungen auf dem Laufenden zu halten und Erfahrungen zu teilen.
- » Wir haben keine Aufträge storniert.

## Das haben unsere Konfektionspartner unternommen:

- » Schulung der Mitarbeiter\*innen zum Thema „Hygiene am Arbeitsplatz“.
- » Anpassung von Produktionsbereichen, um Abstände einzuhalten und Änderung von Schichtplanung, um Kontakte zu reduzieren.
- » Bereitstellung von Hygieneartikeln, wie z. B. Desinfektionsmittel und Masken, sowie Angebot von Impfmöglichkeiten.
- » Teilweise Angebot von Transportmitteln, um mehr Sicherheit auf dem Arbeits- und Heimweg zu bieten.
- » Teilweise tägliche Kontrolle der Mitarbeiter\*innen auf erhöhte Körpertemperatur.

Wir freuen uns, dass unsere Konfektionspartner ihr Produktions-Know-how auch in der Pandemie weiterentwickeln konnten. So wurden zum Teil neue Maschinen angeschafft, Schulungen durchgeführt und Zertifizierungen, wie z. B. STeP by OEKO-TEX®, ISO 14001, ISO 45001, ISO 9001, in Angriff genommen oder sogar erfolgreich abgeschlossen.



# Viele Nationen, viele Partnerbetriebe, EIN ZIEL: BP® QUALITÄT.



## TUNESIEN

**BP® PRODUKTIONSBETRIEB VETRA.**  
Spezialist für Kleinserien und  
multifunktional für alle Kollektionen

**BEGINN DER ZUSAMMENARBEIT:** 1995  
**ANZAHL DER MITARBEITER\*INNEN:**  
278 (31 männlich, 247 weiblich)  
**ANZAHL DER FWF-AUDITS:** 5  
**LETZTES FWF-AUDIT:** 21. + 22.10.2021  
**NÄCHSTES AUDIT:** 2022  
**STATUS DES AUDIT-KORREKTURPLANS\*:**  
24,31 % sind erreicht  
**LETZTER BESUCH:** November 2021  
**BP® ANTEIL IN DIESER  
PRODUKTIONSSTÄTTE:** 100 %  
**SCHULUNGEN:** FWF Workplace Education  
Program 2014; Sozialer Dialog 2017  
**TEILNAHME AN FWF-LIEFERANTEN-  
SEMINAREN:** zuletzt 2020: Sozialer Dialog



Auch im zweiten Pandemie-Jahr 2021 erfolgte die Kommunikation mit unserem tunesischen Partnerbetrieb weiterhin zu großen Teilen über MS-Teams. In der zweiten Jahreshälfte war es dann endlich wieder möglich, Vetra zu besuchen. Der persönliche Austausch vor Ort zeigt allen die Präsenz von BP® und das Interesse am Produktionsgeschehen. BP® konnte Gespräche mit der Gewerkschaft und Arbeitnehmervertretern führen.

Neu ist seit 2020 auch, dass Vetra alle anfallenden textilen Schnittabfälle an eine Firma in Tunesien verkauft, welche diese recycelt. Aus ihnen werden Teppiche, neue Fasern, Kartonnagen oder Dämmmaterial gefertigt.

Beim FWF-Audit im Oktober wurden unter anderem folgende Punkte

entdeckt, die Vetra noch verbessern kann. Zum Beispiel:

- » teilweise mangelhaftes Feuermeldesystem,
- » teilweise blockierte Fluchtwege,
- » Lücke zwischen tatsächlichem Lohn und existenzsicherndem Einkommen muss sukzessive geschlossen werden,
- » kein ausreichend schriftliches Regelwerk zum Umgang mit Auszubildenden,
- » interner Beschwerdemechanismus muss verbessert werden.

Diese Punkte werden nun in intensiver Zusammenarbeit überarbeitet und angepasst.

## TUNESIEN

**PARTNERBETRIEB 2.**  
Spezialist für Med & Care und Gourmet

**BEGINN DER ZUSAMMENARBEIT:** 2013  
**ANZAHL DER MITARBEITER\*INNEN:**  
162 (13 männlich, 149 weiblich)  
**ANZAHL DER FWF-AUDITS:** 3  
**LETZTES FWF-AUDIT:** 18. + 19.07.2019  
**NÄCHSTES AUDIT:** 2022  
**STATUS DES AUDIT-KORREKTURPLANS\*:**  
64,93 % sind erreicht  
**LETZTER BESUCH:** Februar 2020  
**BP® ANTEIL IN DIESER  
PRODUKTIONSSTÄTTE:** 80 %  
**SCHULUNGEN:** FWF Workplace Education  
Program Basic 2021  
**ZERTIFIZIERUNG:** ISO 14001, ISO 45001 in  
Q1/2021

Unser Partnerbetrieb 2 in Tunesien hat die Zusammenarbeit mit dem Partnerbetrieb 3 beendet. Auch die gute Zusammenarbeit mit Partnerbetrieb 4 wurde aufgrund einer guten Auslastung des Partnerbetriebs nicht weitergeführt.



# SLOWAKEI

Partner für Kleinserien

**BEGINN DER ZUSAMMENARBEIT:** 2020

**PRODUKTIONSSTÄNDE:** 2

**ANZAHL DER MITARBEITER\*INNEN:**

Produktionsstandort 1: 66 (4 männlich, 62 weiblich)

Produktionsstandort 2: 54 (2 männlich, 52 weiblich)

**ANZAHL DER AUDITS**

**VON DRITTOrganISATIONEN:** 2

**LETZTES AUDIT:** 01.08.2021 von Drittoorganisation

**LETZTER BESUCH:** Januar 2020

**BP® ANTEIL IN DIESER**

**PRODUKTIONSSTÄTTE:** 8,9 %



# PAKISTAN

Spezialist für Workwear, Gourmet und Med & Care

**BEGINN DER ZUSAMMENARBEIT:** 1994

**ANZAHL DER MITARBEITER\*INNEN:**

566 (499 männlich, 67 weiblich)

**ANZAHL DER AUDITS**

**VON DRITTOrganISATIONEN:** 12

**LETZTES AUDIT (RE-AUDIT Step):**

01.01.2022 (durch COVID-19 mehrfach verschoben)

**LETZTER BESUCH:**

März 2019: BP® in Pakistan

November 2021: Partner bei BP®

**BP® ANTEIL IN DIESER**

**PRODUKTIONSSTÄTTE:** 19,63 %

**SCHULUNGEN:** Im Rahmen der STeP-Zertifizierungen fanden und finden in regelmäßigen Abständen umfangreiche Schulungen zu Themen wie Qualitätsmanagement, Chemikalien- und Umweltmanagement, Arbeitssicherheit sowie soziale Nachhaltigkeit statt.

**ZERTIFIZIERUNG:** Unser Konfektionspartner und seine Vorstufe (Färben & Ausrüsten) sind STeP by OEKO-TEX®-zertifiziert.

Mit unserem pakistanischen Konfektionspartner verbindet uns die längste Geschäftsbeziehung mit nunmehr 27 Jahren. Die Zusammenarbeit geschieht stets auf freundschaftlicher Basis.

2017 hat dieser Partner eine Schule eröffnet, die sich seitdem stark vergrößern konnte. Während der COVID-19-Pandemie wurde den Kindern unter anderem beigebracht, wie man sich richtig die Hände wäscht. Außerdem wurden nicht alle Klassen wie gewohnt gleichzeitig unterrichtet, sondern in einer Art Schichtsystem, damit die Schule offen bleiben konnte.

Eine große Baumpflanzaktion mit den Schulkindern diente nicht allein der Verschönerung der Anlage, sondern auch dem bewussteren Umgang mit der Umwelt.

Darüber hinaus engagiert sich unser Partner aktiv in der Region und hat eine Wasseraufbereitungsanlage in einem Dorf installiert. Während der Pandemie gab es außerdem eine tägliche Essensausgabe für Menschen mit verringertem Einkommen.



Die Baumpflanzaktion



## ARMENIEN

Spezialist für Outdoor, PSA und Workwear, Abwicklung von Großaufträgen

**BEGINN DER ZUSAMMENARBEIT:** 2016

**ANZAHL DER MITARBEITER\*INNEN:**  
550 (27 männlich, 523 weiblich)

**ANZAHL DER AUDITS VON DRITTOrganisationen:** 13

**LETZTES AUDIT:** 13. - 15.07.2020

**NÄCHSTES AUDIT:** 2022

**STATUS DES AUDIT-KORREKTURPLANS\*:**  
86,80 % sind erreicht

**LETZTER BESUCH:** Dezember 2021

**BP® ANTEIL IN DIESER PRODUKTIONSSTÄTTE:** 9 %



## NORDMAZEDONIEN

All-Round-Talent und Spezialist für Kleinserien

**BEGINN DER ZUSAMMENARBEIT:** 2002

**ANZAHL DER MITARBEITER\*INNEN:**  
369 (21 männlich, 348 weiblich)

**ANZAHL DER FWF-AUDITS:** 5

**LETZTES FWF-AUDIT:** 31.10. + 01.11.2019

**NÄCHSTES AUDIT:** 2022

**STATUS DES AUDIT-KORREKTURPLANS\*:**  
74,23 % sind erreicht

**LETZTER BESUCH:** September 2021

**BP® ANTEIL IN DIESER PRODUKTIONSSTÄTTE:**  
65 %

**SCHULUNGEN:** FWF Workplace Education Program (2022)



## VIETNAM

Partner für aufwendige Workwear

**BEGINN DER ZUSAMMENARBEIT:** 2004

**ANZAHL DER MITARBEITER\*INNEN:**  
175 (18 männlich, 157 weiblich)

**ANZAHL DER FWF-AUDITS:** 4

**LETZTES FWF-AUDIT:** 26. - 27.05.2020

**NÄCHSTES AUDIT:** 2023

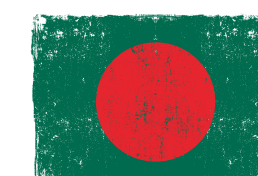
**STATUS DES AUDIT-KORREKTURPLANS\*:**  
85,74 % sind erreicht

**LETZTER BESUCH:** März 2019

**BP® ANTEIL IN DIESER PRODUKTIONSSTÄTTE:** 30 %

**SCHULUNGEN:**  
FWF Workplace Education Program (2015), FWF-Pilotprojekt „FWF Workplace Training: Kommunikation“ (2020), Teilnahme an verschiedenen FWF-Lieferanten-Seminaren, zuletzt 2019

Vietnam war auch 2021 noch sehr stark von der COVID-19-Pandemie betroffen. Viele Produktionsstätten im Süden des Landes mussten für Wochen schließen. Glücklicherweise war der Norden Vietnams weniger betroffen, weshalb unser Konfektionspartner durchgehend produzieren konnte und nicht so stark gefährdet war. In dieser Zeit waren wir in besonders intensivem Austausch und haben uns regelmäßig nach dem aktuellen Stand erkundigt.



## BANGLADESCH

Partner für Shirts

**BEGINN DER ZUSAMMENARBEIT:** 2017

**ANZAHL DER MITARBEITER\*INNEN:**  
833 (333 männlich, 500 weiblich)

**ANZAHL DER FWF-AUDITS:** 1

**LETZTES FWF-AUDIT:** 16.09.2019

**NÄCHSTES AUDIT:** 2022

**STATUS DES AUDIT-KORREKTURPLANS\*:**  
68,58 % sind erreicht

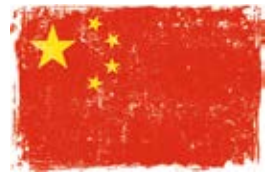
**LETZTER BESUCH:** März 2019

**BP® ANTEIL IN DIESER PRODUKTIONSSTÄTTE:** 1,2 %

**SCHULUNGEN:** FWF-Modul „Prävention von Gewalt und Belästigung am Arbeitsplatz“ mit dem Ziel, ein funktionierendes „Anti-Belästigungskomitee“ zu gründen. Teilnahme am FWF-Lieferanten-Seminar zum Thema „Auswirkungen der COVID-19-Krise auf Bekleidungsfabriken in Bangladesch“, November 2020







# CHINA

## PARTNERBETRIEB 1.

Langjähriger Spezialist für Outdoor, PSA, Workwear, Sweatshirts und Med & Care

**BEGINN DER ZUSAMMENARBEIT:** 2013

**ANZAHL DER MITARBEITER\*INNEN:**

242 (85 männlich, 157 weiblich)

**ANZAHL DER FWF-AUDITS:** 3

**LETZTES FWF-AUDIT:** 19. + 20.09.2019

**LETZTES AUDIT VON DRITTOrganISATION:**

12.05.2021 (BSCI)

**NÄCHSTES AUDIT:** 2022

**STATUS DES AUDIT-KORREKTURPLANS\*:**

74,88 % sind erreicht

**LETZTER BESUCH:** März 2019

**BP® ANTEIL IN DIESER**

**PRODUKTIONSSTÄTTE:** 2 %

**SCHULUNGEN:** FWF Workplace Education Program (2020)

2020 wurden in einem Audit erhebliche Überstunden festgestellt, die nicht durch BP® Aufträge entstanden sind. Das ist in der chinesischen Arbeitswelt nichts außergewöhnliches und das zusätzliche Geld, das die Mitarbeiter\*innen auf diese Art und Weise verdienen, planen sie fest ein. Aus diesem Grund arbeiten wir gemeinsam daran, die Überstunden langsam zu reduzieren und die Grenze von 60 Stunden/Woche unter keinen Umständen zu überschreiten. Das hat 2021, sogar in der Hochsaison, sehr gut funktioniert.

## PARTNERBETRIEB 2.

Produziert unsere Outdoor-Styles

Produktionsstätte A unseres Partnerbetriebs 2 in China musste pandemiebedingt vorübergehend schließen. Im Laufe des Jahres 2021 konnte sie durch eine verbesserte Auftragslage erfreulicherweise wieder öffnen. Das Fabrikmanagement hat sich jedoch dazu entschieden, die Produkte für BP® ausschließlich in Produktionsstätte B zu produzieren.

### PRODUKTIONSSTÄTTE B

**BEGINN DER ZUSAMMENARBEIT:** 2017

**ANZAHL DER MITARBEITER\*INNEN:**

97 (48 männlich, 49 weiblich)

**ANZAHL DER AUDITS**

**VON DRITTOrganISATIONEN:** 5

**LETZTES AUDIT:** 02. + 03.09.2020

**NÄCHSTES AUDIT:** Q2/Q3 2021

**STATUS DES AUDIT-KORREKTURPLANS\*:**

56,82 % sind erreicht

**LETZTER BESUCH:** März 2019

**BP® ANTEIL IN DIESER**

**PRODUKTIONSSTÄTTE:** 5 %

Da pandemiebedingt keine Besuche stattfinden konnten, haben wir via MS-Teams engen Kontakt zu unserem Produktionspartner gehalten. Bei diesen Gesprächen konnten alle aktuellen Themen zeitnah besprochen werden.



Neue Zuschnitt-Halle



Solaranlage auf dem Dach



# TÜRKEI

Spezialist für T-Shirts, Poloshirts, Sweatshirts und Med & Care

**BEGINN DER ZUSAMMENARBEIT:** 2005

**ANZAHL DER MITARBEITER\*INNEN:**

371 (187 männlich, 184 weiblich)

**ANZAHL DER FWF-AUDITS:** 5

**LETZTES FWF-AUDIT:** 07. + 08.09.2021

**NÄCHSTES AUDIT:** 2024

**STATUS DES AUDIT-KORREKTURPLANS\*:**

69,81 % sind erreicht

**LETZTER BESUCH:**

Oktober 2021: Partner in Köln

25.10. – 03.11.21: BP® in der Türkei

**BP® ANTEIL IN DIESER**

**PRODUKTIONSSTÄTTE:** 7 %

**SCHULUNGEN:** FWF Workplace Education Program (2015) und FWF Workplace Training: Kommunikation (2018). Nächste Schulung FWF „Interne Kommunikation“, geplant für 2022

**ZERTIFIZIERUNG:** STeP by OEKO-TEX® (2019)

Im November 2021 besuchte uns unser türkischer Konfektionspartner. Der persönliche Austausch war wie immer sehr freundlich und gewinnbringend. Gemeinsam werden wir ein Pilotprojekt zum Thema Kreislaufwirtschaft entwickeln. Die Schnittabfälle aus der Produktion werden seit 2021 an eine Firma gegeben, die daraus wieder Garn herstellt. Im Rahmen des Pilotprojekts werden wir diesen Ansatz auch für die Verwertung von alten BP® Teilen angehen.

Darüber hinaus verwendet dieser Konfektionspartner seit 2021 in seiner Produktionsstätte ausschließlich Energie, die über die Solaranlage auf dem Dach gewonnen wird (siehe Foto).

Im FWF-Audit, das im September stattfand, wurden ein paar Dinge gefunden, die unser Partner noch besser machen kann, wie zum Beispiel:

- » fehlende Information an BP® zum Einsatz von Subunternehmern,
- » teilweise fehlendes System, um die Arbeitsbedingungen im Betrieb zu überwachen,
- » kein offizielles Performance-Review-System von Mitarbeiter\*innen,
- » zu geringes Angebot an Vorsorgeuntersuchungen für Mitarbeiter\*innen,
- » kein einheitliches System für die Entlassung von Mitarbeiter\*innen.



Serine, Näherin in unserem Werk Vetra in Tunesien

# Guter Lohn für gute Arbeit: **DIE BP® PREIS- UND LOHNPOLITIK.**



## **Preise & Löhne – ein Spannungsfeld.**

Wie jedes Unternehmen haben wir das wirtschaftliche Interesse, unsere Artikel zu marktgerechten Preisen anzubieten. Gleichzeitig ist es unser Anspruch, den Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen, die unsere Artikel herstellen, einen angemessenen Lohn für ihre Arbeit zu bieten. Hier gilt es also, die Balance zu halten und beiden Ansprüchen gerecht zu werden.

Dabei ist eine wertschätzende, respektvolle und vertrauensvolle Kommunikation mit unseren Partnern wichtig, denn die Löhne und Gehälter werden nicht von BP® an die Mitarbeiter\*innen gezahlt, sondern von den Konfektionspartnern.

Natürlich gibt es hier nicht DIE eine einfache Lösung, aber diverse Ansätze und Ideen, die wir gemeinsam mit der Fair Wear Foundation (FWF) und dem Bündnis für nachhaltige Textilien entwickeln, um Löhne und Gehälter sukzessive zu verbessern.

## **UNSER KONTINUIERLICHER VERBESSERUNGSPROZESS:**

» BP® pflegt eine umfangreiche Datenbank, in der alle Arbeitsschritte der Artikelproduktion erfasst sind.

» Dank der eigenen Musternäherei verfügt BP® über das notwendige Know-how für die Artikelherstellung. So können die vorab ermittelten Vorgabeminuten in der Praxis

abgeglichen werden; sie bilden dann die Grundlage für die Preisgespräche mit den Produktionspartnern.

» Jeder Produktionspartner fertigt vor Serienstart ein Erstmuster an. In diesem Schritt werden Fragen zur Verarbeitung und eventuelle Abweichungen von den kalkulierten Vorgabeminuten geklärt.

» Bei Bedarf vermittelt BP® das notwendige fachliche Know-how, um die Konfektionäre bei der Einhaltung der geplanten Vorgabeminuten zu unterstützen.



**Menschenrechtsstandards: Der ehemalige Entwicklungshilfeminister Gerd Müller (CSU) nennt BP® als Positivbeispiel.**

In einer Studie aus Oktober 2021 zur praktischen Umsetzung von Menschenrechtsstandards in globalen Lieferketten nennt der ehemalige Entwicklungshilfeminister Gerd Müller (CSU) BP® als Positivbeispiel.

In der Studie, die die Beratungsfirmen Accenture und Twentyfifty im Auftrag des Entwicklungsministeriums und der Deutschen Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit erstellt haben, befassen

sich die Autorinnen und Autoren mit zehn Unternehmen, die sich für Menschenrechtsstandards in globalen Lieferketten einsetzen.

Neben BP® stehen dabei auch das Engagement von Adidas, Maersk, BASF, Continental, Daimler, Deutsche Telekom, Merck, Siemens und des Hamburger Juweliers Thomas Becker im Fokus. Alle Unternehmen zeichnet aus, dass sie „schon länger erfolgreich menschenrechtliche Sorgfaltspflichten umsetzen“, wie Entwicklungshilfeminister Müller in seinem Vorwort betont.

[Hier geht's zur Studie.](#)

» Seit 2012 analysiert BP® zusammen mit seinen Konfektionspartnern umfassend die Lohnstrukturen des jeweiligen Landes und erhebt unter Berücksichtigung der jeweiligen Inflationsraten Daten wie Mindestlöhne, tariflich vereinbarte Löhne sowie existenzsichernde Einkommen. Diese Daten helfen, die gesetzten Ziele zu verfolgen.

» Preisverhandlungen werden an nachweisbare Lohnerhöhungen gekoppelt.

» Wir sind mit unseren Lieferanten in ständigem Dialog und laden unsere Konfektionspartner regelmäßig zu Lieferantenseminaren der FWF ein. Die

Zahlung eines angemessenen Lohns wird dabei regelmäßig thematisiert.

Dieser Verbesserungsprozess wird nie ganz abgeschlossen sein. Es bedarf fortwährend Gesprächen zwischen uns, den Betrieben, den Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen in der Produktion und den Fertigungsbetrieben.

Mehr zum Thema „Existenzsichernde Löhne“ findest du unter <https://fair-wear.org/programmes/living-wage>

Oder informiere dich auf der [Website des Textilbündnisses](#) bzw. durch unseren [Brand Performance Check](#).

**faire Löhne für Mitarbeiter\*innen in der Produktion**



Arbeiter\*in

Produktionsstätten

Transport

Finanzamt



**marktgerechte Preise**



Handel

Konsument\*in



# DAS RECHT, SICH ZU BESCHWEREN.

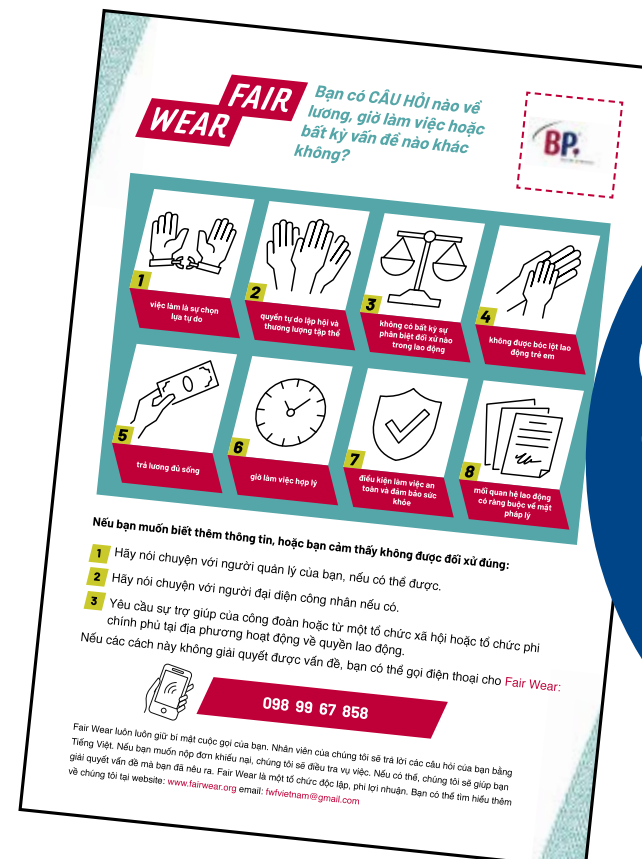
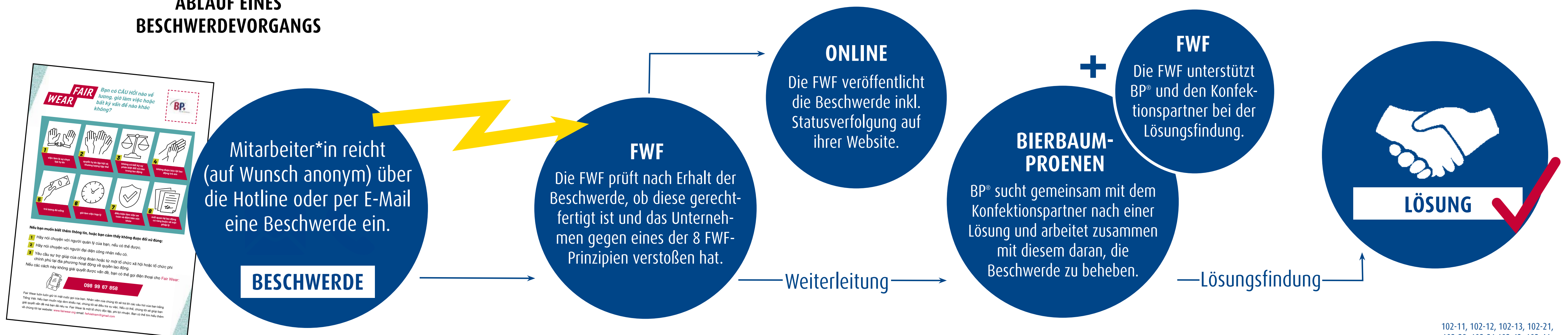


## BP® UND DAS FWF-BESCHWERDESYSTEM

- » Durch unsere Mitgliedschaft bei der Fair Wear Foundation (FWF) können die Mitarbeiter\*innen unserer Konfektionspartner ein etabliertes Beschwerdemanagement nutzen.
- » Alle Mitarbeiter\*innen erhalten Informationen über den genauen Beschwerdevorgang in den jeweiligen Produktionsstätten – über Aushänge, Schulungen und die lokalen Teams in den 10 Ländern, in denen die FWF aktiv ist.

- » Anzahl der Beschwerden bei BP® seit 2014: 20
- » Anzahl der Beschwerden bei BP® 2021: 4
- » Aus folgenden Ländern erhielten wir Beschwerden: Tunesien, Türkei und Rumänien
- » Gründe für Beschwerden können Diskriminierung, ungerechtfertigte Kündigung oder einer der anderen acht FWF-Prinzipien sein ([s. Seite 15 des Nachhaltigkeitsberichts](#)).

## ABLAUF EINES BESCHWERDEVORGANGS



# 4 BESCHWERDEN aus 3 Ländern im Jahr 2021.

## DIE FAKTEN:

Um Risikosituationen zu ermitteln und im Keim zu ersticken, bietet die Fair Wear Foundation „Workplace-Education Programme“ (WEP) zu verschiedenen Themen an. Diese versuchen wir gezielt bei unseren Konfektionspartnern einzuplanen. 2021 war dies nur begrenzt möglich. Dennoch haben zwei WEPs stattfinden können: einer bei unserem Konfektionspartner in Bangladesch zum Thema „Prävention von Gewalt und Belästigung am Arbeitsplatz“ und einer bei einem unserem Konfektionspartner in Tunesien zum Thema allgemeine Mitgliedschaft bei der FWF. Für 2022 sind drei weitere geplant.

Trotz der WEPs kommt es dennoch hin und wieder zu Beschwerden. Eine Beschwerde zeigt uns jedoch, dass die Mitarbeiter\*innen aktiv das System nutzen. Sie bietet uns die Möglichkeit, etwaige Missstände aufzudecken und in den Dialog mit den betroffenen Parteien zu gehen. Nur so können sich die Konfektionsbetriebe weiterentwickeln und wir unterstützen sie bestmöglich dabei.

[Hier erfährst du mehr über die Aktivitäten der FWF.](#)

## 1. TÜRKEI

Im April 2021 erreichte uns eine Beschwerde von unserem türkischen Konfektionspartner. Die Beschwerde kam von zwei Personen, die unabhängig voneinander die ungerechtfertigte Beendigung ihres Arbeitsvertrages bemängelten.

Die Sachlage war nicht eindeutig zu klären, weshalb sich darauf geeinigt wurde, auf das Auditergebnis zu warten. Durch COVID-19 wurde der Auditermin diverse Male verschoben, bis es schließlich im September stattfinden konnte. Die Beschwerde wurde intensiv thematisiert und in den Auditkorrekturplan (CAP) aufgenommen. Da die Beschwerde nun vor Gericht geklärt wird, liegt sie außerhalb der Handhabung der FWF und wurde geschlossen.

## 2. TÜRKEI

Im August 2021 erreichte uns eine Beschwerde zum Thema Diskriminierung. Die Person fühlte sich von einem der Bandleiter diskriminiert und nutzte den Beschwerdemechanismus der FWF, um sich Gehör zu verschaffen. Unser Konfektionspartner hat die Beschwerde sehr ernst genommen und umgehend ein Management-training veranlasst, welches sich besonders auf Kommunikation und Konfliktbewältigung fokussiert hat. Die Beschwerde wurde gelöst.

## 4. RUMÄNIEN

Ende Dezember 2021 erhielten wir eine Beschwerde von unserem Konfektionspartner in Rumänien. Inhalt der Beschwerde waren Überstunden an Samstagen, das unfreundliche Verhalten des Vorgesetzten sowie unfreiwillige Job-Rotation. Die Beschwerde bearbeiten wir zusammen mit zwei weiteren FWF-Mitgliedern. 2022 werden wir gemeinsam an einer Lösung arbeiten.

## 3. TUNESIEN

Im Oktober 2021 erhielten wir eine Beschwerde aus unserem eigenen Werk. Es wurde bemängelt, dass das Management von Vetra nicht auf die Anliegen der Gewerkschaft eingeht.

In diesem Zusammenhang wurden diverse Punkte genannt, wie zum Beispiel Gehaltsverhandlungen, Überstundenausgleichszahlungen und Arbeitsverträge.

Weiterhin wurde die Kommunikation zwischen Gewerkschaft und Management bemängelt. BP® hat umgehend den Kontakt zum Management von Vetra sowie der FWF Country Managerin von Tunesien gesucht. Nach einigen ausführlichen Gesprächen stellte sich heraus, dass die meisten der Punkte nicht gültig waren und Vetra sich vollständig im Rahmen des Gesetzes bewegt.

Als Reaktion auf die Beschwerde und den Einsatz von FWF und BP®, haben das Management von Vetra und die Gewerkschaft ausführliche Gespräche geführt und sich darauf geeinigt, den guten Austausch für die Zukunft beizubehalten. Alle Punkte werden nach und nach neu diskutiert. Der Beschwerdeführer wurde von der FWF kontaktiert und zeigte sich sehr zufrieden mit den Ergebnissen. Die Beschwerde ist gelöst.



# BP® NACHHALTIGKEIT.

Verantwortung gegenüber Mensch und Umwelt.



DAS IST BP®

BP® KUNDENORIENTIERUNG

BP® INNOVATION

BP® EXZELLENZ

BP® TRANSPARENZ &  
VERTRAUEN

**BP® NACHHALTIGKEIT**

BP® VIELFALT UND PERSÖNLICHE  
WEITERBILDUNG

## #5 BP® LEITSATZ NACHHALTIGKEIT

Wir schaffen nachhaltige Werte für die Menschen, die mit uns zusammenarbeiten. Der wirtschaftliche Erfolg macht uns zukunftsfähig. Wir stehen für faire Arbeitsbedingungen und gehen mit den Ressourcen der Umwelt verantwortungsvoll um.

# Aus einem Ziel wird ein Versprechen: ALLE BP® PRODUKTE SIND BIS 2030 KLIMANEUTRAL.

## DIE CO<sub>2</sub>-PRODUKTILANZIERUNG BEI BP®.

Unser Ziel ist die Klima- bzw. CO<sub>2</sub>-Neutralität aller BP® Produkte bis zum Jahr 2030. Der Weg dahin ist kompliziert. Denn da wir in Bezug auf die CO<sub>2</sub>-Produktbilanz aufgrund fehlender Werte der Vorlieferanten nur geringe Fortschritte erzielen konnten, haben wir uns dazu entschlossen, das Thema gemeinsam mit einem Spezialisten-Team voranzutreiben.

Bis es soweit ist und wir vollumfängliche Kenntnis über die anfallenden Treibhausgas-Emissionen haben,

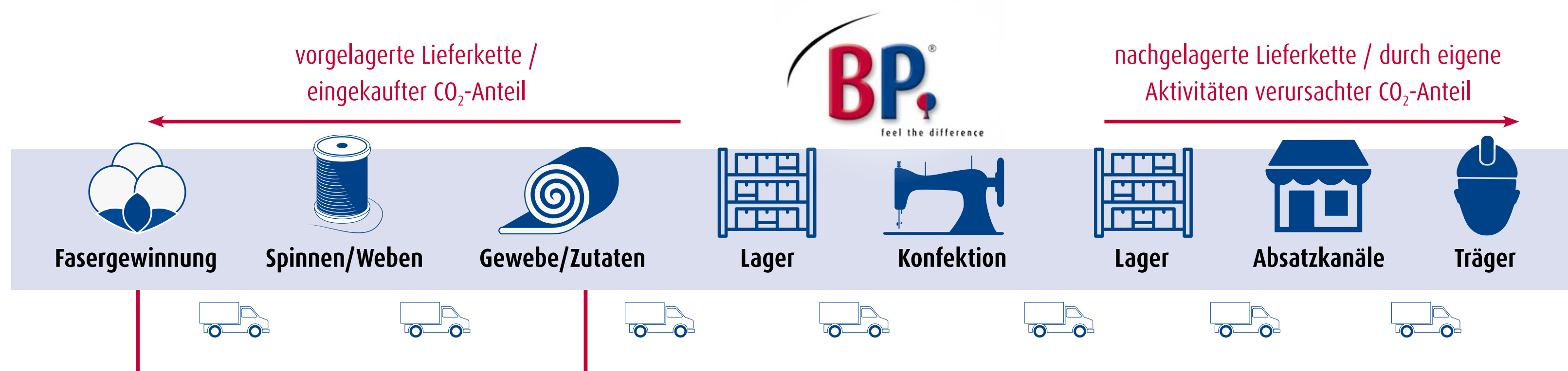
sparen wir CO<sub>2</sub> überall ein, wo es bereits geht, z. B. durch den Einsatz von Photovoltaik.

### UNSERE HERAUSFORDERUNGEN:

» Die Sammlung von Primärdaten unserer Vorlieferanten, denn viele von ihnen stehen am Anfang der CO<sub>2</sub>-Bilanzierung.

» Die unterschiedlichen Herangehensweisen bei der Erstellung von CO<sub>2</sub>-Bilanzen.

## WO FALLEN DIE EMISSIONEN IN DER LIEFERKETTE AN?



Die Aktivitäten auf Seiten unserer Vorlieferanten (Materialien) verursachen mit ca. 70 % den Hauptteil der CO<sub>2</sub>-Emissionen.

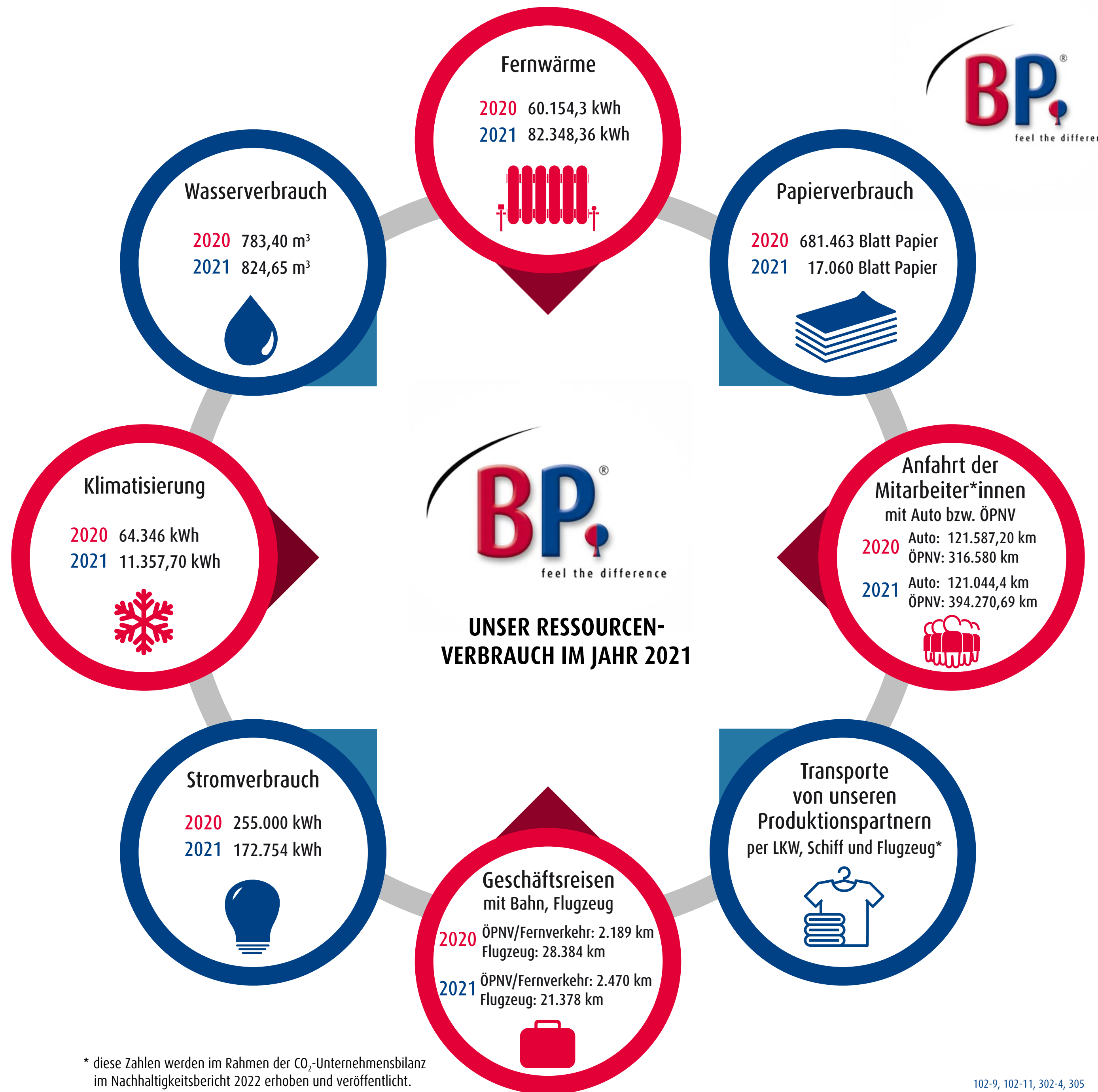


# AUCH DER BP® STANDORT KÖLN: Klimaneutral bis 2023.

Klimaschutz und Ressourcenschonung beginnt bei jedem selbst. Wasser sparen, Licht ausschalten, auf das Drucken verzichten oder einfach einen warmen Pullover anziehen statt die Heizung aufzudrehen – jeder kann seinen Teil dazu beitragen. Bei rund 130 Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen an unserem Standort in Köln kommt da eine Menge zusammen.

Videocall-Erfahrungen zeigen, dass viele Geschäftsreisen nicht nötig sind und das Homeoffice ermöglicht es, Arbeitswege einzusparen.

So haben wir uns im Jahr 2021 bei BP® intensiv mit der Thematik rund um die CO<sub>2</sub>-Unternehmensbilanz befasst. Mit dem Ziel, den BP® Verwaltungsstandort Köln bis 2023 klimaneutral zu gestalten.



\* diese Zahlen werden im Rahmen der CO<sub>2</sub>-Unternehmensbilanz im Nachhaltigkeitsbericht 2022 erhoben und veröffentlicht.



# BP® VIELFALT UND PERSÖNLICHE WEITERBILDUNG.

Jede\*r hat das Recht auf Förderung.



DAS IST BP®

BP® KUNDENORIENTIERUNG

BP® INNOVATION

BP® EXZELLENZ

BP® TRANSPARENZ &  
VERTRAUEN

BP® NACHHALTIGKEIT

**BP® VIELFALT UND PERSÖNLICHE  
WEITERBILDUNG**

## #6 BP® LEITSATZ VIELFALT UND PERSÖNLICHE WEITERBILDUNG

Wir respektieren und bejahen Vielfalt und schaffen Raum für persönliche Weiterentwicklung.

**Bildung, Motivation  
und Menschlichkeit:**

# ERFOLG KOMMT NICHT VON ALLEINE.

Wenn rund 130 motivierte Menschen aus 14 Nationen und verschiedensten Kulturkreisen zusammenkommen, bildet sich ein enormes Potenzial, das wir bei BP® als weltweit agierendes Unternehmen erkennen und fördern möchten. Ob mit dualen Hochschulstudien, Abendstudien, Weiterbildungen oder unseren internen Akademieangeboten – wir

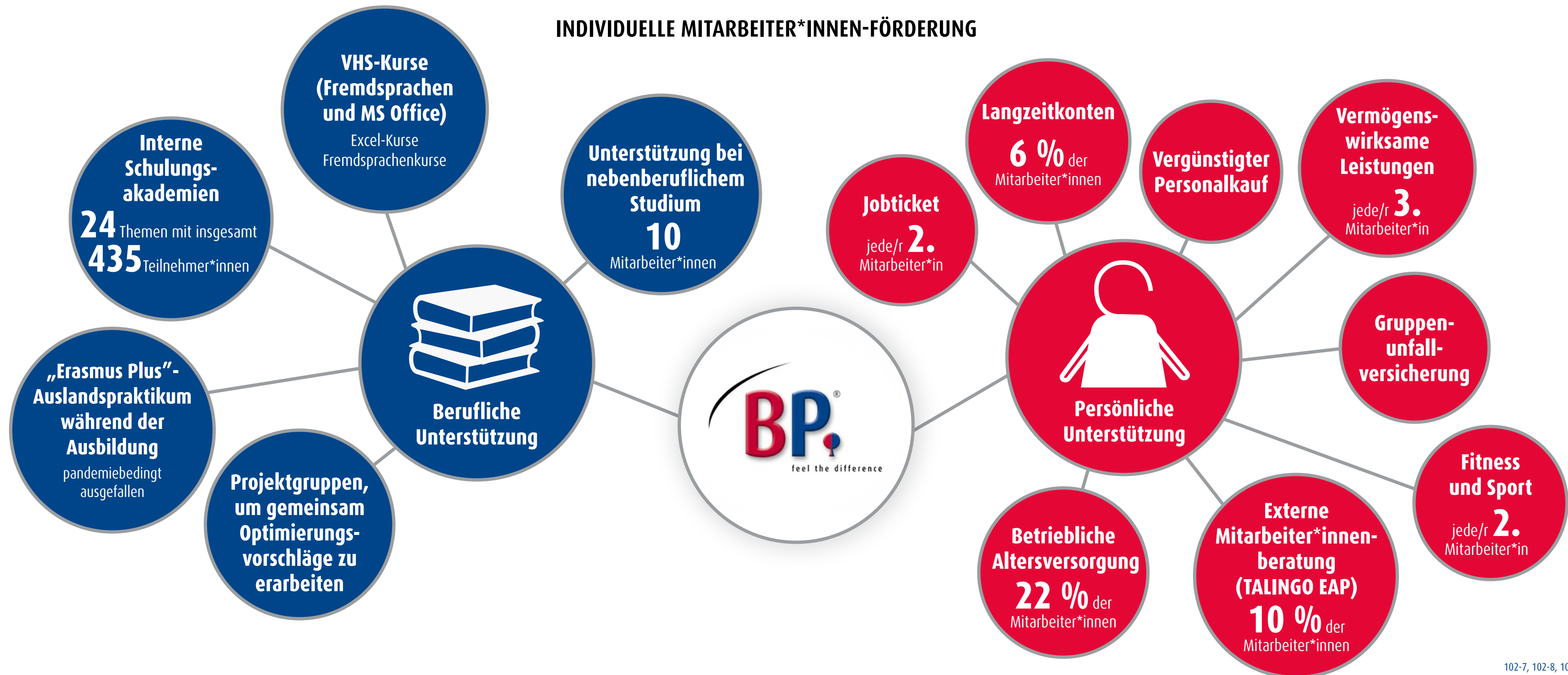
unterstützen individuelle Karriere-wünsche mit flexiblen Arbeitszeit-modellen und finanziellen Mitteln.

Außerdem wird allen Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen eine betriebliche Altersvorsorge angeboten. So ermög-lichen wir jeder und jedem, das persönliche Potenzial auszubauen. Übrigens unter Berücksichtigung

absoluter Gleichstellung: Schon jetzt arbeiten in der BP® Verwaltung 52 % Frauen. Und 43 % der Mitarbei-ter\*innen mit Führungsverantwortung sind weiblich. Dieser Anteil kann sich in den nächsten Jahren auch noch steigern.



## INDIVIDUELLE MITARBEITER\*INNEN-FÖRDERUNG



# Und weiter geht's: MIT GROSSEN SCHRITTEN IN DIE ZUKUNFT.



mindestens 50 %  
des BP® Produkt-  
sortimentes ist  
kreislauffähig

2030

BP® Produkte  
sind CO<sub>2</sub>-  
neutral

2025

BP® Produkte  
haben einen  
digitalen  
Produktpass

2024

BP® Logistik ist  
CO<sub>2</sub>-neutral

2023

BP® Köln ist  
CO<sub>2</sub>-neutral

## WEITERE HOHE ZIELE AMBITIONIERT REALISIEREN

Nicht alle Ziele lassen sich im Handumdrehen auch umsetzen. Immer wieder stößt ein Unternehmen auf Konflikte zwischen verschiedenen Zielen, die jedoch beide umgesetzt werden sollen.

### Beispiel Verpackungen:

Ziel ist es, Alternativen für Plastikverpackungen zu finden, die nachhaltig aber auch bezahlbar sind.

### Beispiel Transportzeiten:

Ziel ist es, Transportzeiten und Kosten zu reduzieren, ohne durch Luftfracht höhere CO<sub>2</sub>-Emissionen zu generieren.

### Beispiel Preispolitik:

Ziel ist es, unsere Produkte wettbewerbsfähig und so kostengünstig wie möglich anzubieten, ohne gleichzeitig auf Labels, Zertifizierungen, Audits und Besuche sowie Seminare bei unseren Lieferanten zu verzichten.

Aber: ohne Ziele keine Lösungen. Und daher sind wir sicher, alle unsere weiteren gesteckten Ziele, wie Kreislaufwirtschaft, Lieferkettentransparenz, Recycling oder Digitalisierung der Zulieferbetriebe, eher früher als später zu realisieren.

## NACH GRI-NUMMERN:

GRI-Nummer	Kapitel.....	Seite
102-1	Name der Organisation.....	4
102-2	Aktivitäten, Marken, Produkte und Dienstleistungen.....	4, 5, 7-8, 12, 13-14, 15, 16, 18-19
102-3	Hauptsitz der Organisation.....	4
102-4	Betriebsstätten.....	4, 18-19, 22-25
102-5	Eigentumsverhältnisse und Rechtsform.....	4
102-6	Belieferte Märkte.....	4, 7-8
102-7	Größenordnung der Organisation.....	4, 34
102-8	Informationen zu Angestellten und Mitarbeitern.....	4, 34
102-9	Lieferkette.....	2, 7-8, 10, 13-16, 18-27, 31, 35
102-11	Vorsorgeansatz oder Vorsorgeprinzip.....	5, 7-8, 10, 12-16, 18, 20-29, 31-32, 34-35
102-12	Externe Initiativen.....	12-16, 21-29
102-13	Mitgliedschaft in Verbänden und Interessengruppen.....	12-16, 21-29
102-14	Aussagen der Führungskraft.....	2
102-15	Wichtige Auswirkungen, Risiken und Chancen.....	2, 5, 10, 16, 21, 35
102-16	Werte, Grundsätze, Standards und Verhaltensnormen.....	6, 9, 11, 15, 17, 20, 30, 33
102-18	Führungsstruktur.....	4
102-21	Einbindung der Stakeholder.....	2, 5, 7-8, 12-16, 18, 21-29, 31, 34
102-25	Interessenkonflikte.....	5
102-29	Identifizierung und Umgang mit Nachhaltigkeitsthemen.....	2-37
102-31	Prüfung von Nachhaltigkeitsproblemen.....	2, 5, 12-16, 20-29, 31
102-40	Liste der Stakeholder-Gruppen.....	5
102-42	Ermittlung und Auswahl der Stakeholder.....	5, 20
102-43	Ansatz für die Stakeholdereinbeziehung.....	2, 5, 7-8, 12-16, 18, 21-29, 31, 34
102-44	Schlüsselthemen und Anliegen.....	5, 20
102-46	Bestimmung von Berichtsinhalt und der Themenabgrenzung.....	2, 5, 12-16, 18, 21-29, 31, 34
102-47	Liste der wesentlichen Themen.....	2
102-50	Berichtszeitraum.....	2, 37
102-51	Datum des aktuellen Berichts.....	2, 37
102-52	Berichtszyklus.....	37

GRI-Nummer	Kapitel.....	Seite
102-53	Kontaktangaben bei Fragen zum Bericht.....	37
102-54	Erklärung zur Berichterstattung in Übereinstimmung mit den GRI-Standards.....	37
102-55	GRI-Inhaltsindex.....	36
102-56	Externe Prüfung.....	37
103	Managementansatz.....	2, 35
302-1	Energieverbrauch innerhalb der Organisation.....	32
302-4	Verringerung des Energieverbrauchs.....	32, 34
302-5	Senkung des Energiebedarfs für Produkte und Dienstleistungen.....	31, 35
303-1	Wasser als gemeinsam genutzte Ressource.....	21
303-5	Wasserverbrauch.....	21
305	Emissionen.....	7-8, 31, 32, 35
308-1	Neue Lieferanten, die anhand von Umweltkriterien überprüft wurden.....	12-14, 20
308-2	Negative Umweltauswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Maßnahmen.....	7-8, 10, 13-14, 31, 32, 35
403-5	Mitarbeiterschulungen zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz.....	34
403-6	Förderung der Gesundheit der Mitarbeiter.....	34
404-2	Aus- und Weiterbildungsprogramme und Unterstützung beim Ausstieg aus dem Berufsleben.....	34
405-1	Vielfalt in Leitungsorganen und der Angestellten.....	34
406-1	Diskriminierungsvorfälle und ergriffene Abhilfemaßnahmen.....	15-16, 28, 33
407-1	Recht auf Vereinigungsfreiheit und Tarifverhandlungen.....	15-16
408-1	Kinderarbeit.....	15-16
409-1	Zwangs- oder Pflichtarbeit.....	15-16
412-1	Betriebsstätten, an denen eine Prüfung auf die Einhaltung der Menschenrechte oder eine menschenrechtliche Folgenabschätzung durchgeführt wurde.....	12-14, 20-25
412-2	Schulungen für Angestellte zu Menschenrechtspolitik und -verfahren.....	20-25
414-1	Neue Lieferanten, die anhand von sozialen Kriterien überprüft wurden.....	20-25
414-2	Negative soziale Auswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Maßnahmen.....	12-14, 20-25
416-1	Beurteilung der Auswirkungen verschiedener Produkt- und Dienstleistungskategorien auf die Gesundheit und Sicherheit.....	5

## NACH SEITENZAHLEN:

Seite	Kapitel.....	GRI-Nummer
2	Vorwort.....	102-9, 102-14, 102-15, 102-21, 102-29, 102-31, 102-43, 102-44, 102-46, 102-47, 102-50, 102-51, 103
3	Inhaltsverzeichnis.....	102-29
4	Unternehmensprofil.....	102-1, 102-2, 102-3, 102-4, 102-5, 102-6, 102-7, 102-8, 102-18, 102-29
5	Wesentlichkeitsanalyse + Stakeholder.....	102-11, 102-25, 102-29, 102-40, 102-42, 416-1
6	BP® Leitsatz 1.....	102-16, 102-29
7	Interview mit CWS & DB.....	102-29, 305, 308-2
8	Interview mit CWS & DB.....	102-29, 305, 308-2
9	BP® Leitsatz 2.....	102-16, 102-29
10	Vermeiden. Reduzieren. Recyclen.....	102-9, 102-11, 102-15, 102-29, 308-2
11	BP® Leitsatz 3.....	102-16, 102-29
12	BP® und seine Partner.....	102-2, 102-11, 102-12, 102-13, 102-29, 102-31, 102-46, 308-1, 412-1, 414-2
13	Fairtrade.....	102-2, 102-11, 102-12, 102-13, 102-29, 102-31, 102-46, 308-1, 308-2, 412-1, 414-2
14	Fairtrade.....	102-2, 102-11, 102-12, 102-13, 102-29, 102-31, 102-46, 308-1, 308-2, 412-1, 414-2
15	Fair Wear Foundation.....	102-2, 102-11, 102-12, 102-13, 102-16, 102-29, 102-31, 102-46, 407-1, 408-1, 409-1
16	Bündnis für nachhaltige Textilien.....	102-2, 102-11, 102-12, 102-13, 102-29, 102-31, 102-46, 407-1, 408-1, 409-1
17	BP® Leitsatz 4.....	102-16, 102-29
18	Das weltweite Netzwerk.....	102-2, 102-4, 102-9, 102-11, 102-21, 102-29, 102-43, 102-46
19	151 Jahre Konfektionspartnerschaften.....	102-2, 102-4, 102-9, 102-29
20	BP® Onboarding.....	102-16, 102-29
21	Starke Zusammenarbeit.....	102-9, 102-11, 102-12, 102-13, 102-15, 102-21, 102-29, 102-31, 102-43, 102-46, 303-1, 303-5, 412-2, 414-1

Seite	Kapitel.....	GRI-Nummer
22	Konfektionspartner im Detail.....	102-4, 102-9, 102-11, 102-12, 102-13, 102-21, 102-29, 102-31, 102-43, 102-46, 412-2, 414-1
23	Konfektionspartner im Detail.....	102-4, 102-9, 102-11, 102-12, 102-13, 102-21, 102-29, 102-31, 102-43, 102-46, 412-2, 414-1
24	Konfektionspartner im Detail.....	102-4, 102-9, 102-11, 102-12, 102-13, 102-21, 102-29, 102-31, 102-43, 102-46, 412-2, 414-1
25	Konfektionspartner im Detail.....	102-4, 102-9, 102-11, 102-12, 102-13, 102-21, 102-29, 102-31, 102-43, 102-46, 412-2, 414-1
26	BP® Preis- und Lohnpolitik.....	102-9, 102-11, 102-12, 102-13, 102-21, 102-29, 102-31, 102-43, 102-46
27	BP® Preis- und Lohnpolitik.....	102-9, 102-11, 102-12, 102-13, 102-21, 102-29, 102-31, 102-43, 102-46
28	Beschwerdesystem.....	102-11, 102-12, 102-13, 102-21, 102-29, 102-31, 102-43, 102-46, 406-1
29	Beschwerdesystem.....	102-11, 102-12, 102-13, 102-21, 102-29, 102-31, 102-43, 102-46, 406-1
30	BP® Leitsatz 5.....	102-16, 102-29
31	CO <sub>2</sub> -Emissionen.....	102-9, 102-11, 102-21, 102-29, 102-31, 102-43, 102-46, 302-5, 305 Emissionen, 308-2
32	CO <sub>2</sub> -Emissionen BP Köln.....	102-9, 102-11, 302-4, 305 Emissionen, 308-2
33	BP® Leitsatz 6.....	102-16, 102-29
34	BP® und seine Mitarbeiter.....	102-7, 102-8, 102-11, 102-21, 102-29, 102-43, 102-46, 403-5, 403-6, 404-2, 405-1
35	Blick in die Zukunft.....	102-9, 102-11, 102-15, 102-29, 103 Managementansatz, 302-4, 302-5, 305 Emissionen, 308-2
36	Register.....	102-55
37	Noch Fragen?.....	102-29, 102-50, 102-51, 102-52, 102-53, 102-54, 102-56

# FRAGEN SIND DAZU DA, BEANTWORTET ZU WERDEN.

---

## **BERICHTSZYKLUS**

Der Nachhaltigkeitsbericht wird jährlich veröffentlicht. Dies ist die fünfte Ausgabe.

## **BERICHTERSTATTUNG IN ANLEHNUNG AN DIE GRI-STANDARDS**

Der vorliegende Bericht wurde unter Berücksichtigung der Global Reporting Initiative (GRI)-Richtlinien erstellt. Er basiert auf dem GRI Content Index und trifft Aussagen zu Kernindikatoren.

## **EXTERNE PRÜFUNG DES BERICHTS**

Dieser Bericht wurde nicht extern überprüft.

## **FABIAN KUSCH**

BP<sup>®</sup> Leiter Einkauf und Nachhaltigkeit  
**E-Mail:** [f.kusch@bierbaum-proenen.de](mailto:f.kusch@bierbaum-proenen.de)

