

WIN-CHARTA

Nachhaltigkeitsbericht

2022

Wirtschaftsinitiative Nachhaltigkeit (WIN) Baden-Württemberg

INHALTSVERZEICHNIS

Unternehmensdarstellung	1
Was bedeutet Nachhaltigkeit für uns	2
Wesentlichkeitsgrundsatz	2
WIN Nachhaltigkeitsbericht	3
Leitsatz 2 - Mitarbeiterwohlbefinden	6
Leitsatz 6 - Produktverantwortung	10
Leitsatz 12 - Anreize zum Umdenken	13
Weitere Aktivitäten	15
Unser WIN!-Projekt	18

UNTERNEHMENS DARSTELLUNG



JAKO wurde 1989 in Stachenhausen, im baden-württembergischen Hohenlohekreis, gegründet. Die Idee des Gründers Rudi Sprügel war es, die Sportvereine zwischen Jagst und Kocher schnell und zuverlässig mit Trikots und Sportbekleidung auszustatten. Heute tragen über 100.000 Mannschaften in über 50 Ländern die Produkte der Marke. Der Hauptsitz ist seit 1992 in Hollenbach, wenige Kilometer vom Gründungsort entfernt.

Zum 1. Januar 2021 wurde die Leitung des Familienunternehmens an die neue Generation übergeben. Die älteste Tochter Nadine Sprügel hat die Nachfolge als Vorstandsvorsitzende übernommen. Ihre Schwester Yvonne Sprügel ist im Vorstand verantwortlich für Finanzen und Personal. JAKO beschäftigt circa 300 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter am Standort in Hollenbach.

Der Bereich Teamsport umfasst Sportbekleidung und Sportartikel mit insgesamt circa 400 verschiedenen Modellen, die in sogenannte Teamlines aufgeteilte Kollektionen gegliedert werden. Der Schwerpunkt der Marke ist der Mannschaftssport, insbesondere Fußball. Sowohl Vereine aus dem Amateursport als auch Proficlubs werden ausgerüstet. 2021 wurde das Sortiment um die Corporate Teamwear, eine professionelle Firmen- und Freizeitkleidung, ergänzt.

WAS BEDEUTET NACHHALTIGKEIT FÜR UNS

Nachhaltigkeit sehen wir nicht nur auf die Lieferkette bezogen, sondern auch im Hinblick auf unsere Mitarbeitenden, unser gesellschaftliches Engagement und die gelebte Partnerschaft mit Kundinnen und Kunden sowie Geschäftspartnerinnen und Geschäftspartnern. Als Teamspiritler wissen wir, dass Nachhaltigkeit nicht im Alleingang funktioniert. Der verantwortungsvolle Umgang mit Ressourcen, gute Arbeitsbedingungen entlang der Lieferkette und viele weitere Faktoren entscheiden darüber, wie wir miteinander leben. Nachhaltigkeit ist Teamwork. Zusammen arbeiten wir mit Partnerinnen und Partner, Kundinnen und Kunden und allen an nachhaltigem Handeln interessierten Menschen daran, die Zukunft bewusst nachhaltig mitzugestalten. Aus diesem Grund haben wir mit „OUR TEAM FOR A BETTER WORLD“ eine Plattform geschaffen, auf der wir unsere Nachhaltigkeitsthemen kommunizieren und zum Motivieren und Vernetzen anregen wollen.

WESENTLICHKEITSGRUNDSATZ

Mit diesem Bericht dokumentieren wir unsere Nachhaltigkeitsarbeit. Der Bericht folgt dem Wesentlichkeitsgrundsatz. Er enthält alle Informationen, die für das Verständnis der Nachhaltigkeitssituation unseres Unternehmens erforderlich sind und die wichtigen wirtschaftlichen, ökologischen und gesellschaftlichen Auswirkungen unseres Unternehmens widerspiegeln.



WIN NACHHALTIGKEITSBERICHT

Mit der Unterzeichnung der WIN-Charta bekennen wir uns zu unserer ökonomischen, ökologischen und sozialen Verantwortung. Zudem identifizieren wir uns mit der Region, in der wir wirtschaften.

Menschenrechte, Sozialbelange & Belange von Arbeitnehmenden

Leitsatz 01 – Menschenrechte und Rechte der Arbeitnehmenden: *"Wir achten und schützen Menschenrechte sowie Rechte der Arbeitnehmenden, sichern und fördern Chancengleichheit und verhindern jegliche Form der Diskriminierung und Ausbeutung in all unseren unternehmerischen Prozessen."*

Leitsatz 02 – Wohlbefinden der Mitarbeitenden: *"Wir achten, schützen und fördern das Wohlbefinden und die Interessen unserer Mitarbeitenden."*

Leitsatz 03 – Anspruchsgruppen: *"Wir berücksichtigen und beachten bei Prozessen alle Anspruchsgruppen und deren Interessen."*

Umweltbelange

Leitsatz 04 – Ressourcen: *"Wir steigern die Ressourceneffizienz, erhöhen die Rohstoffproduktivität und verringern die Inanspruchnahme von natürlichen Ressourcen."*

Leitsatz 05 – Energie und Emissionen: *"Wir setzen erneuerbare Energien ein, steigern die Energieeffizienz und senken Treibhausgas-Emissionen zielkonform oder kompensieren sie klimaneutral."*

Leitsatz 06 – Produktverantwortung: *"Wir übernehmen für unsere Leistungen und Produkte Verantwortung, indem wir den Wertschöpfungsprozess und den Produktzyklus auf ihre Nachhaltigkeit hin untersuchen und diesbezüglich Transparenz schaffen."*

Ökonomischer Mehrwert

Leitsatz 07 – Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze: *"Wir stellen den langfristigen Unternehmenserfolg sicher und bieten Arbeitsplätze in der Region."*

Leitsatz 08 – Nachhaltige Innovationen: *"Wir fördern Innovationen für Produkte und Dienstleistungen, welche die Nachhaltigkeit steigern und das Innovationspotenzial der baden-württembergischen Wirtschaft unterstreichen."*

Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption

Leitsatz 09 – Finanzentscheidungen: *"Wir handeln im Geiste der Nachhaltigkeit vor allem auch im Kontext von Finanzentscheidungen."*

Leitsatz 10 – Anti-Korruption: *"Wir verhindern Korruption, decken sie auf und sanktionieren sie."*

Regionaler Mehrwert

Leitsatz 11 – Regionaler Mehrwert: *"Wir generieren einen Mehrwert für die Region, in der wir wirtschaften."*

Leitsatz 12 – Anreize zum Umdenken: *"Wir setzen auf allen Unternehmensebenen Anreize zum Umdenken und zum Handeln und beziehen sowohl unsere Mitarbeitende als auch alle anderen Anspruchsgruppen in einen ständigen Prozess zur Steigerung der unternehmerischen Nachhaltigkeit ein"*



Checkliste: Unser Nachhaltigkeitsmanagement

Charta-Unterzeichner seit: Juni 2021

	SCHWER- PUNKTSETZUNG	QUALITATIVE DOKUMENTATION	QUANTITATIVE DOKUMENTATION
Leitsatz 1	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 2	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Leitsatz 3	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 4	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 5	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 6	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Leitsatz 7	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 8	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 9	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 10	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 11	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 12	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Unsere Schwerpunktthemen

IM VERGANGENEN JAHR HABEN WIR UNS AUF FOLGENDE LEITSÄTZE KONZENTRIERT

Leitsatz 02 - Mitarbeiterwohlbefinden

Wir achten, schützen und fördern das Wohlbefinden und die Interessen unserer Mitarbeiter.

Leitsatz 06 – Produktverantwortung

Wir übernehmen für unsere Leistungen und Produkte Verantwortung, indem wir den Wertschöpfungsprozess und den Produktzyklus auf ihre Nachhaltigkeit hin untersuchen und diesbezüglich Transparenz schaffen.

Leitsatz 12 - Anreize zum Umdenken

Wir setzen auf allen Unternehmensebenen Anreize zum Umdenken und zum Handeln und beziehen sowohl unsere Mitarbeiter als auch alle anderen Anspruchsgruppen in einen ständigen Prozess zur Steigerung der unternehmerischen Nachhaltigkeit ein.

WARUM UNS DIESE SCHWERPUNKTE BESONDERS WICHTIG SIND

Als Familienunternehmen steht für uns schon immer das Wohlbefinden der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter an erster Stelle. Während weltweit eine Pandemie herrscht, konnte durch das Abstand halten und den Einsatz von mobilem Arbeiten unser Teamspirit nicht wie gewohnt gelebt werden. Es ist für uns besonders wichtig, unsere Mitarbeitenden zu unterstützen und getreu unserem Motto WE ARE TEAM zu handeln.

Entlang der Lieferkette legen wir Wert darauf, gute und langjährige Beziehungen zu unseren Lieferanten zu pflegen und faire Arbeitsbedingungen zu schaffen. Mit ihnen gemeinsam wollen wir unsere Lieferkette transparenter gestalten und nachhaltigere Materialien einsetzen. In Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten können wir soziale und ökologische Risiken mindern und Herausforderungen entlang der gesamten Lieferkette meistern.

Gemeinsam mit unseren Interessensgruppen wollen wir unsere unternehmerische Nachhaltigkeit steigern. Damit wir verschiedene Denkanstöße, Einstellungen und Ideen aufnehmen können, ist es uns wichtig, alle miteinzubeziehen. Nachhaltigkeit ist für uns Teamwork. Wir wollen Mitarbeitende, Händlerinnen und Händler, Kundinnen und Kunden sowie Lieferanten überzeugen und motivieren, gemeinsam einen Beitrag zu leisten.

SCHWERPUNKTTHEMA 1: MITARBEITERWOHLBEFINDEN

Wir wollen ein hervorragender Ausbildungsbetrieb sein, unsere Auszubildende und Studierende umfangreicher in das Unternehmen integrieren und ihren Teamgedanken stärken. Durch einen Austausch zwischen den Auszubildenden und Studierenden, der Personalabteilung sowie den Teamleiterinnen und Teamleitern sollen gegenseitige Anregungen und Ideen besprochen werden. Hieraus sollen konkrete Maßnahmen und Projekte abgeleitet werden.

Unsere interne Kommunikation wollen wir ausbauen. Daher wollen wir ein Modell etablieren mit dem alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie Auszubildende und Studierende regelmäßig ein konstruktives Feedback bekommen und auch an Führungskräfte geben können.

Außerdem wollen wir ein grundlegendes Ideenmanagement aufbauen. Hierbei sollen im ersten Schritt die Ideen und Vorschläge gesammelt und dokumentiert werden. Später wollen wir diese in einen Prozess eingliedern und das Verbesserungspotential erkennbar machen.

Regelmäßige Veranstaltungen sind für unsere Unternehmenskultur und den Teamgedanken sehr wichtig. Den Fokus legen wir hierbei auf Sport und Gesundheit. Hierfür sollen verschiedene Angebote, Kurse und Sporttage veranstaltet werden.

Zusätzlich wollen wir Tage etablieren, an denen Mitarbeitende mehr über die Arbeit anderer Teams erfahren können. Durch den Einblick in andere Abläufe und Aufgabenbereiche wollen wir es ermöglichen, übergreifende Prozesse besser zu verstehen und den Dialog zu fördern.

Daran wollen wir uns messen	Kennzahl	Status	Kommentar
Austausch von Ideen und Anregungen	1x pro Quartal	Ziel noch nicht vollständig erreicht	<ul style="list-style-type: none"> • Auftaktsitzung Personal + Auszubildende • Planung des JAKO Weihnachtsmarkts sowie der Kinderweihnachtsfeier als eigenständiges Projekt • Monatlicher Newsletter für Studierende und Auszubildende
Schulung aller Teamleiterinnen und Teamleitern, den Auszubildenden und Studierenden zu den Feedbackmodellen	1x im Jahr 2022	Ziel noch nicht vollständig erreicht	<ul style="list-style-type: none"> • Seminar „Tipps und Tricks“ für alle Führungskräfte im April 2022 • Seminar „Kommunikation und Mitarbeiterführung“ für alle Führungskräfte im Dezember 2022 • Gespräche nach Praxiseinsatz zwischen Auszubildende/ Studierende und Führungskraft
Umsetzung von Ideen, die über das System gewonnen werden	3 Ideen	Ziel noch nicht erreicht	<ul style="list-style-type: none"> • Erarbeitung eines Konzeptentwurfs für ein Ideenmanagement
Sport- oder Gesundheitsangebote	2 pro Monat	Ziel erreicht	<ul style="list-style-type: none"> • diverse Angebote wie Rückenkurs, Fastenwochen, Ausflug zum letzten Saisonspiel des VfB Stuttgart, Einführung des vegetarischen Montags in unserer Kantine, Yoga, Fußball-Freestyle, Skiausfahrt
Anteil der Mitarbeitenden, die die Arbeit eines anderen Teams kennenlernen	10,00%	Ziel erreicht	<ul style="list-style-type: none"> • Rundlauf von neu eingestellten Mitarbeitenden • Arbeitseinsätze der Mitarbeitenden aus der Verwaltung, der belgischen Kolleginnen und Kollegen sowie der Außendienstler in der Logistik

Austausch von Ideen und Anregungen

Der Austausch zwischen den Auszubildenden und Studierenden, der Personalabteilung sowie den Teamleiterinnen und Teamleitern sollte im Jahr 2022 verstärkt werden. Eine Auftaktsitzung sowie die Planung des JAKO Weihnachtsmarkts und der Kinderweihnachtsfeier als eigenständiges Projekt konnte im Spätherbst stattfinden. Wir werden den Austausch von Ideen und Anregungen im Jahr 2023 weiterhin bearbeiten.

Feedbackgespräche

Im Jahr 2022 hatten wir uns das Ziel gesetzt, unsere interne Kommunikation auszubauen und ein Modell zu etablieren, um regelmäßig ein konstruktives Feedback zu bekommen und auch an Führungskräfte geben zu können. Im April wurde hierfür ein Seminar für alle Führungskräfte angeboten. Eine Vertiefungsveranstaltung folgte im Dezember. Mit allen Auszubildenden und Studierenden wird am Ende jedes Abteilungseinsatzes ein Feedbackgespräch geführt.

Ideenmanagement

Im vergangenen Jahr wollten wir über ein Ideenmanagement mindestens 3 Vorschläge sammeln, dokumentieren und umsetzen. Da bei uns noch kein grundlegendes Ideenmanagement aufgebaut wurde,

konnte hierfür im Jahr 2022 im ersten Schritt ein Entwurf erarbeitet werden.

Sport- und Gesundheitsangebote

Nachdem in den Jahren 2020 und 2021 pandemiebedingt wenige Angebote für unsere Kolleginnen und Kollegen umgesetzt werden konnten, hatten wir uns für das Jahr 2022 das Ziel gesetzt, pro Monat zwei Angebote mit dem Fokus Sport und Gesundheit anzubieten. Dieses Ziel haben wir erreicht.

Schnuppertage

Durch den Einblick in andere Abläufe und Aufgabenbereiche wollten wir es dieses Jahr ermöglichen, übergreifende Prozesse besser zu verstehen und den Dialog zu fördern. Hierzu sollten mindestens 10 % der Mitarbeitenden, die Arbeit eines anderen Teams kennenlernen. Durch den Rundlauf, den die neu eingestellten Mitarbeitenden in ihrer Einarbeitungsphase durchlaufen, konnten bereits alle neuen Mitarbeitende die Arbeit anderer Teams kennenlernen. Des Weiteren haben in diesem Jahr circa 135 Mitarbeitende der Verwaltung aus Deutschland und Belgien sowie Außendienstler in Arbeitseinsätzen diverse Bereiche in der Logistik kennengelernt. So konnten Prozesse vollständig verstanden und Optimierungen angestoßen werden. Für

das Jahr 2023 nehmen wir uns vor, dass alle Teamleiterinnen und Teamleiter die Abläufe anderer Teams kennenlernen.

Ausblick

Das Thema Mitarbeiterwohlbefinden wird weiterhin ein Schwerpunktthema in unserer Nachhaltigkeitsarbeit bleiben. Die Grundlage für unsere gesetzten Ziele für das Jahr 2022 konnte geschaffen werden. Im Jahr 2023 vertiefen wir die vorgenommenen Maßnahmen.



SCHWERPUNKTTHEMA 2: PRODUKTVERANTWORTUNG

Den Einsatz an nachhaltigeren Materialien wie Bio-Baumwolle und recycelten Polyester möchten wir erhöhen. Um weiterhin ein qualitativ hochwertiges und gutes Produkt versprechen zu können, ist es für uns wichtig, die ökologischen und sozialen Bedingungen und Standards entlang unserer Lieferkette sicherzustellen. Daher wollen wir eine Analyse unserer tieferen Lieferkette durchführen und unser Wissen erweitern. So können wir unsere Wertschöpfungskette **transparenter** gestalten und veröffentlichen.

Daran wollen wir uns messen	Kennzahl	Status	Kommentar
Recycelte Materialien der neu entwickelten Textilien	min 50 %	Ziel erreicht	<ul style="list-style-type: none"> • Umstellung des konventionellen Polyesters auf recycelten Polyester in der 2022 herausgebrachten Teamline Performance • Umstellung des konventionellen Polyesters auf recycelten Polyester bei weiteren Artikeln
Steigerung des Anteils nachhaltiger Baumwolle auf 50 %, davon Bio-Baumwolle (gemessen an der Gesamtmenge beschaffter Baumwolle) 30 %		Ziel erreicht	<ul style="list-style-type: none"> • Steigerung des relativen Anteils von Bio-Baumwolle sowie nachhaltigerer Baumwolle auf 81 %, gemessen am Einsatz von Baumwolle insgesamt
Vervollständigung der Liste aller Herkunftsländer der von uns eingesetzten Baumwollfasern im Jahr 2022		Ziel erreicht	
Veröffentlichung der Partner der finalen Produktherstellung & Konfektionierung im Jahr 2022		Ziel noch nicht erreicht	<ul style="list-style-type: none"> • Veröffentlichung unserer direkten Lieferanten über eine aggregierte Lieferantenliste des Bündnisses für nachhaltige Textilien im Januar 2023

Recycelter Polyester

Für die Entwicklung unserer neuen Textilien sowie für unsere bestehenden Artikel prüfen wir stetig nachhaltigere Alternativen des Materials. Wir setzen, wo möglich, auf recycelten Polyester und Bio-Baumwolle. Für die Teamline Performance, die wir 2022 auf den Markt gebracht haben, konnten wir den Einsatz von Polyester vollständig mit



recyceltem Polyester abdecken. Umstellen konnten wir außerdem weitere Artikel. Auch in den kommenden Jahren wollen wir vermehrt recycelten Polyester einsetzen, neue Artikel wo möglich aus diesem nachhaltigeren Material herstellen und bestehende Artikel umstellen.

Bio-Baumwolle

Auch den Einsatz von nachhaltigerer Baumwolle sowie von Bio-Baumwolle konnten wir im Jahr 2022 steigern. Eine Herausforderung besteht in der Abbildung der Transaktionszertifikate in unserem Warenwirtschaftssystem. Hier arbeiten wir mit Hochdruck an einer Lösung.

Transparenz in der Lieferkette

Unsere Tier 1 und Tier 2 Partner sind bereits vollständig in unserem ERP System erfasst. Im ersten Quartal 2023 möchten wir unsere direkten Lieferanten veröffentlichen. Außerdem laufen verschiedene Projekte und Zertifizierungen in der tieferen Lieferkette. Außerdem möchten wir über unsere Website weitere Einblicke in die Arbeit mit unseren Lieferanten geben und transparenter unsere Themen im Bereich Nachhaltigkeit kommunizieren.

Ausblick

Der Leitsatz 06 – Produktverantwortung wird weiterhin ein Schwerpunktthema bleiben. Wir übernehmen für unsere Leistungen und Produkte Verantwortung, indem wir den Wertschöpfungsprozess und den Produktzyklus auf ihre Nachhaltigkeit hin untersuchen und diesbezüglich Transparenz schaffen. Auf unserer Website wollen wir diese Themen verstärkt kommunizieren und weitere Informationen zu unseren Partnern veröffentlichen. Bis Ende 2025 wollen wir alle Tier 2, Tier 3 und Tier 4 Partner im Warenwirtschaftssystem abbilden.

Als Mitglied im Bündnis für nachhaltige Textilien durchlaufen wir 2023 wieder den Review-Prozess. Hierfür setzen wir uns tiefgehend mit den Risiken entlang der tieferen Lieferkette auseinander und formulieren weitere Ziele und Maßnahmen, um die sozialen und ökologischen Risiken zu minimieren.

Im kommenden Jahr werden wir außerdem verschiedene Zertifizierungen durchführen.

Bereits 2022 konnten wir einige unserer Lieferanten bei der STeP by OEKO-TEX Zertifizierung unterstützen. Das Zertifizierungssystem eignet sich für Hersteller, die ihre Leistung in Bezug auf nachhaltige Produktionsbedingungen transparent und leicht verständlich

kommunizieren möchten. Hierbei werden die Betriebsstätten in den Bereichen Qualität, Chemikalien und Umwelt geprüft. Das Ziel ist eine dauerhafte Umsetzung von umweltfreundlichen Produktionsprozessen, optimaler Arbeits- und Gesundheitsschutz und sozial verträgliche Arbeitsbedingungen. In Kombination mit der OEKO-TEX Standard 100 Zertifizierung für finale Textilien, können wir 2023 die ersten JAKO Produkte mit dem OEKO-TEX Made in Green Label auszeichnen. Somit wird sowohl die Schadstofffreiheit als auch eine nachhaltige Produktionsbedingung sichergestellt.

2023 möchten wir außerdem das Thema Kreislaufwirtschaft mehr in den Fokus nehmen. Bereits im Sommer 2022 sammelten wir gemeinsam mit unseren Partnervereinen ausrangierte Sportkleidung. Diese möchten wir in Zukunft sinnvoll in den Kreislauf zurückführen und ihnen ein zweites Leben schenken. Im nächsten Schritt fertigen wir aus den aussortierten Kleidungsstücken neues Garn, das wiederum für neue JAKO Artikel verwendet werden kann. Des Weiteren setzen wir uns mit dem Thema Design for Recycling sowie den Rücknahmeprozessen für die Kreislaufwirtschaft auseinander.

SCHWERPUNKTTHEMA 3: ANREIZE ZUM UMDENKEN

Mit unserem Commitment zur Nachhaltigkeit haben wir 2022 einen weiteren Schwerpunkt in unserer Kommunikation aufgebaut. Durch interne Workshops, regelmäßigen Beiträgen im Intranet sowie monatlichen Projekten wollen wir aufzeigen, in welchen Bereichen das Unternehmen nachhaltig handelt und welche Ziele wir gemeinsam erreichen können. Auch in der externen Kommunikation haben wir das Thema Nachhaltigkeit aufgenommen. Über verschiedene Kanäle tauschen wir uns mit unseren Lieferanten aus und stärken deren Bewusstsein zur Nachhaltigkeit. Auch andere Interessensgruppen informieren, motivieren und vernetzen wir. Sowohl über unsere Social-Media-Kanäle und der Website als auch in Katalogen und Flyern kommunizieren wir OUR TEAM FOR A BETTER WORLD öffentlich und laden zum Austauschen und Diskutieren ein.

Daran wollen wir uns messen	Kennzahl	Status	Kommentar
Anzahl Workshops für Mitarbeitende zum Thema Nachhaltigkeit	1 pro Jahr	Ziel erreicht	• Angebot eines internen Workshops und Einführung in die Nachhaltigkeit für neu eingestellte Kolleginnen und Kollegen
Anzahl Workshops für Mitarbeitende in der Beschaffung	6 pro Jahr	Ziel noch nicht erreicht	• externe Workshops über das Risikoland Myanmar, über das Schadstoffmanagement • interner Workshop über Gesetze, die uns betreffen • interner Workshop über den Standard OEKO-TEX, recycelten Polyester, Bio-Baumwolle für Q1 2023 geplant
Anzahl Beiträge zum Thema Nachhaltigkeit im Intranet	12 pro Jahr	Ziel erreicht	• Intranet Beiträge, zum Beispiel zu Stromspartipps sowie kleineren Projekten, wie die Unterstützung von Fahrgemeinschaften
Anzahl Supplier Newsletter	4 pro Jahr	Ziel noch nicht vollständig erreicht	• Versendung zweier Newsletters sowie regelmäßiger Austausch mit den Lieferanten bei persönlichen Besuchen sowie in Videokonferenzen
Anzahl Blogbeiträge auf der OUR TEAM FOR A BETTER WORLD Website	6 pro Jahr	Ziel erreicht	• Kommunikation über die Our team for a better world Website, Blogbeiträge sowie über Social Media

Interne Kommunikation

Unter OUR TEAM FOR A BETTER WORLD konnte das Bewusstsein im Bereich Nachhaltigkeit bei allen JAKO Mitarbeitenden gestärkt werden. Mithilfe von monatlichen Intranet Beiträgen, zum Beispiel zu Stromspartipps sowie kleineren Projekten, wie die Unterstützung von Fahrgemeinschaften, konnten bei diesem wichtigen Thema alle Mitarbeitende integriert werden. Für 2022 hatten wir uns außerdem zum Ziel gesetzt, Workshops über nachhaltige Themen zu halten. Hier konnten wir für alle Interessierten einen Workshop zur JAKO Nachhaltigkeit anbieten sowie in der Beschaffung einige Themen ausführen. Im Jahr 2023 werden weiterhin Workshops stattfinden, um das Bewusstsein zu schärfen und wichtige Themen zu konkretisieren.

Externe Kommunikation

Auch in der externen Kommunikation konnten wir unsere Interessensgruppen zum Thema Nachhaltigkeit sensibilisieren. An unseren jährlich stattfindenden Händlertagen konnten über 150 Händlerinnen und Händler am Workshop *Our team for a better world* teilnehmen, sich informieren und austauschen. In unseren Katalogen sowie digital auf unserer Website und über Social Media kommunizieren wir die wesentlichen Bereiche, die in unsere Nachhaltigkeitsarbeit fallen. Über die Kampagne *Our team for a better world*, die wir im Frühjahr 2022 gemeinsam mit neun unserer

Proficlubs gestartet hatten, konnten wir außerdem unsere Kundinnen und Kunden zum Thema Kreislaufwirtschaft informieren. Besonders mit unseren Lieferanten besprechen wir Themen, die die soziale und ökologische Nachhaltigkeit entlang der Lieferkette betreffen. Den Lieferantennewsletter konnten wir im Jahr 2022 zwei Mal versenden. Aufgrund der nicht zufriedenstellenden Resonanz haben wir uns gegen dieses Format entschieden und besprechen seitdem nachhaltige Projekte vermehrt über regelmäßig stattfindende Videokonferenzen.

Ausblick

In den kommenden Jahren möchten wir weiterhin unsere Interessensgruppen in unsere Nachhaltigkeitsarbeit miteinbeziehen, das Bewusstsein stärken sowie den Austausch und die Diskussion anregen. Dennoch möchten wir unseren Fokus auf die beiden Schwerpunktthemen Produktverantwortung und Mitarbeiterwohlbefinden legen.

Weitere Aktivitäten

MENSCHENRECHTE, SOZIAL- & ARBEITNEHMERBELANGE

Leitsatz 01 – Menschen- und Arbeitnehmerrechte

Wir haben uns dieses Jahr ausführlich mit unseren JAKO Sustainability Principles auseinandergesetzt. In diesen verfestigen wir unsere Werte und Anforderungen, die unsere Lieferanten einhalten müssen. Wir sind zur Erkenntnis gekommen, dass wir diese tiefergehend aufbauen müssen und besonders die ökologischen Risiken und Anforderungen erweitern wollen. Wir verfolgen dieses Projekt im Jahr 2023 weiterhin und stellen die JAKO Sustainability Principles den Lieferanten vor.

Leitsatz 03 – Anspruchsgruppen

Bei unserem Lieferanten in Vietnam konnten wir den „Amfori Speak for Change“ Beschwerdemechanismus einführen. Der Prozess konnte in der Fabrik etabliert werden. Soziale und ökologische Risiken können so besser adressiert und korrigiert werden.

UMWELTBELANGE

Leitsatz 04 – Ressourcen

Sowohl das Drucken als auch die Mülltrennung sind Themen, bei denen wir festgestellt haben, dass wir sie tiefergreifender bearbeiten möchten. Für 2023 nehmen wir uns daher vor, unser Müllsystem neu zu organisieren. Außerdem prüfen wir die Umstellung auf recyceltes Druckerpapier und das Reduzieren des Druckens.

Leitsatz 05 – Energie und Emissionen

Wir sind bereits im Austausch mit der IHK Oberschwaben zur Weiterbildungsmöglichkeit der EcoScouts. Das Konzept soll 2023 den Azubildenden und Studierenden vorgestellt werden, sodass wir die Weiterbildung 2023 angehen können.

Die Brennstoffzelle wurde dieses Jahr geliefert. Hier warten wir noch auf die Genehmigung.

Für unsere Treibhausgasbilanz konnten wir das Grundwissen zur Aufstellung der Emissionen aufbauen. In 2023 wollen wir die Bilanz der Jahre 2021 und 2022 berechnen.

Die Pläne zum Bau von überdachten Fahrradparkplätzen liegen vor, somit können sie 2023 gebaut werden.

ÖKONOMISCHER MEHRWERT

Leitsatz 07 – Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze

Sowohl im Jahr 2022 als auch für das Jahr 2023 konnten jeweils über 50 neue Arbeitsplätze geschaffen werden.

Die Strategie 2025 wurde den Mitarbeitenden in der Mitarbeiterversammlung im dritten Quartal sowie Stakeholdern an einem Event vorgestellt. In den kommenden Jahren werden die Projekte anhand der Strategie ausgerichtet.

Leitsatz 08 – Nachhaltige Innovationen

2022 konnten wir ein Systemupdate bei unserem ERP-System Microsoft Navision umsetzen und unsere Prozesse zukunftsfähig gestalten. Auch hier möchten wir in den kommenden Jahren an einer weiteren Optimierung arbeiten.

Im Bereich Digitalisierung konnten wir die Neuerungen unseres Tools Click the Club an den Händlertagen vorstellen und weiteren Vereinen die Möglichkeit bieten, ihre Bestellungen mithilfe des Tools zu tätigen.

NACHHALTIGE UND FAIRE FINANZEN, ANTI-KORRUPTION

Leitsatz 09 – Finanzentscheidungen

Anhand des Vorstandswechsels wurden die Kompetenzen und Verantwortlichkeiten intern neu strukturiert und klar geregelt. Der Rechnungsfreigabeprozess wurde digitalisiert, um eine bessere Leistung zu erreichen.

Leitsatz 10 – Anti-Korruption

Analog zu unserer Zielsetzung durch die Mitgliedschaft im Bündnis für nachhaltige Textilien kommunizieren wir das Thema Korruption an unsere Tier 1 und Tier 2 Partner in Onlineschulungen und persönlichen Gesprächen vor Ort bis Ende 2023.

REGIONALER MEHRWERT

Leitsatz 11 – Regionaler Mehrwert

Mit dem Bau eines neuen Hochregallagers verdoppeln wir unsere Lagerkapazität und investieren in den Firmenstandort Hollenbach.

Für die Speisen und Getränke unserer Kantine Club89 arbeiten wir in regionalen Partnerschaften zusammen. Hier achten wir auf regionale und saisonale Speisen. Jeden Montag werden nur vegetarische Gerichte angeboten. Im Club89 bieten wir ein kostenloses Mittagessen an. Dies möchten wir auch in Zukunft beibehalten.

An unserem Firmenstandort in Hollenbach bieten wir gemeinsam mit dem VfB Stuttgart eine Fußballschule an. Zudem haben wir gemeinsam mit dem VfB einen Sichtungslerngang gemacht, bei dem sich alle kostenlos anmelden konnten. Die talentiertesten Kinder kamen ins Fördertraining der VfB Fußballschule und konnten dadurch kostenlos an dem VfB Fördertraining teilnehmen. Mehrwert ist, dass die Kinder unter professionellen Trainingsbedingungen mit ausgebildeten Trainern trainieren können.

Über die neu gegründete Rudi Sprügel Stiftung wird der regionale Sport, insbesondere der Jugendfußball noch stärker gefördert. Die Stiftung haben wir 2022 mit 100.000 Euro unterstützt.



Unser WIN! - Projekt

DIESES PROJEKT WOLLEN WIR UNTERSTÜTZEN

Für das WIN-Projekt arbeiten wir mit dem Verein **mensch-United e.V.** zusammen. Der Verein ist ein Zusammenschluss an Menschen, die etwas in der Gesellschaft verändern möchten. Ihr Ziel ist es Menschen mit Menschen zu verbinden – und zwar jeder Art. Egal ob im Rollstuhl, mit einer Behinderung oder kerngesund. 2022 konnten wir den Verein finanziell mit einem Beitrag von 1.500€ bei der Restaurierung eines Bauwagens sowie bei der Baumpflanzaktion auf ihrem Grundstück unterstützen.

Außerdem konnten wir vier Mitglieder für den Frühlingslauf in Innsbruck sowie die wöchentliche Sportgruppe mit Textilien ausstatten.

Für unseren Weihnachtsmarkt besuchten uns drei Mitglieder des Vereins und unterstützten uns im Waffelstand.

Gemeinsam mit mensch-United e.V. wollen wir eine langjährige Partnerschaft aufbauen und bei diversen Projekten und Festen zusammenarbeiten.

Wir wollen sie weiterhin finanziell, personell bei Aktionen als auch materiell mit beispielsweise unseren Textilien unterstützen.

Zusätzlich wollen wir weiterhin unsere Reichweite nutzen, um unsere Interessensgruppen zu dem Thema Inklusion zu sensibilisieren. Hierbei wollen wir besonders unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter integrieren und sie aktiv in das Projekt miteinbeziehen.



Ansprechpartnerinnen

Susanne Kürschner
Lotta Marmein

Impressum

Herausgegeben am 07.01.2023

JAKO AG
Amtstraße 82
74673 Mulfingen

Telefon:

+49 7938 9063-222

E-Mail:

Susanne.kuerschner@jako.de
Lotta.marmein@jako.de

Webseite:

www.jako.de
www.ourteamforabetterworld.de