

## **adidas Gruppe gibt neue Partnerschaft mit Parley for the Oceans bekannt und veröffentlicht Nachhaltigkeitsbericht**

**Herzogenaurach** – Die adidas Gruppe gab heute eine Partnerschaft mit Parley for the Oceans bekannt. Die Organisation will ein Bewusstsein dafür schaffen, wie schön unsere Ozeane sind und wie leicht ihr Gleichgewicht gestört werden kann. In gemeinschaftlicher Projektarbeit möchte Parley for the Oceans der Zerstörung Einhalt gebieten. Gemeinsam planen die adidas Gruppe und Parley for the Oceans ein langfristiges Partnerschaftsprogramm, das auf drei Säulen aufbaut: Kommunikation und Aufklärung, Forschung und Innovation sowie direkte Maßnahmen gegen die Verschmutzung der Ozeane mit Plastikabfällen.

Diese Partnerschaft ist ein Beispiel für den sogenannten ‚open-source‘ Innovationsansatz der adidas Gruppe, der darauf abzielt, mit Partnern zusammenzuarbeiten, Ideen aus vielfältigen Quellen zu nutzen sowie die Zukunft der Branche mitzugestalten. Die neue Kooperation wird unter anderem die Herstellung innovativer Produkte und die Integration von Materialien aus Meeresplastikabfall in das adidas Produktangebot ab 2016 beschleunigen.

„Die Erhaltung der Ozeane ist für mich und auch für viele Mitarbeiter der adidas Gruppe eine Herzensangelegenheit“, sagte Eric Liedtke, Vorstandsmitglied der adidas Gruppe, verantwortlich für Global Brands. „Durch die Zusammenarbeit mit Parley for the Oceans tragen wir zu einer großartigen Umweltschutzmaßnahme bei. Gemeinsam kreieren wir aus Meeresplastikmüll gewonnene Materialien, die wir in unsere Produkte integrieren werden.“

„Unsere Ozeane gehen zugrunde und wir haben nicht mehr viel Zeit, dies aufzuhalten. Niemand kann das alleine bewältigen. Alle müssen an der Lösung mitarbeiten. Zusammenarbeit ist hier die Zauberformel“, sagte Cyrill Gutsch, Gründer von Parley for the Oceans. „Wir freuen uns sehr über diese Partnerschaft. Es gibt keine andere Marke, die die Kultur der Zusammenarbeit so in ihrer DNA trägt wie adidas. Gemeinsam werden wir uns nicht nur darauf konzentrieren, die nächste Generation an Designkonzepten, Technologien, Materialien und Produkten zu kreieren. Wir werden auch Konsumenten, Sportler, Künstler, Designer, Schauspieler, Musiker, Wissenschaftler und Umweltschützer mit ins Boot holen, damit sie ebenfalls ihre Stimmen erheben und sich beim Schutz der Ozeane einbringen können.“

Diese Zusammenarbeit baut auf den bisherigen Erfolgen des Unternehmens in puncto Produktnachhaltigkeit auf, eine der zentralen Säulen der Nachhaltigkeitsstrategie der adidas Gruppe. Dank dieser Partnerschaft wird die adidas Gruppe, die permanent nach neuen und intelligenteren Möglichkeiten zur Produktoptimierung strebt, auch die Beziehungen zu ihren Konsumenten noch

weiter stärken, indem sie diese einlädt, über diverse Aktivierungen zur Lösung beizutragen. Als erste Maßnahme hat die adidas Gruppe auch beschlossen, die Verwendung von Plastiktüten in ihren eigenen Einzelhandelsgeschäften zu beenden.

„2014 brachten wir Nachhaltigkeit in unsere eigenen Geschäfte, als wir unser erstes ‚grünes‘ Einzelhandelskonzept in unserem HomeCourt Store in Nürnberg präsentierten“, sagte Frank Henke, Leiter Soziales und Umwelt der adidas Gruppe. „Durch die Partnerschaft mit Parley for the Oceans haben wir bereits einige unserer Geschäftspraktiken überprüft. Plastiktüten aus unseren eigenen Geschäften zu verbannen ist ein wichtiger Schritt in die richtige Richtung.“

Weitere Informationen über Nachhaltigkeit bei Produkten finden Sie auf der [Unternehmenswebseite](#) sowie auf dem [Corporate Blog](#) der adidas Gruppe.

Zeitgleich zu dieser Mitteilung veröffentlicht die adidas Gruppe den Nachhaltigkeitsbericht 2014, ihren bis dato 15. Bericht. Der Bericht fasst die Erfolge und Herausforderungen des vergangenen Jahres zusammen und gibt ein Update zu den Fortschritten bei den Nachhaltigkeitszielen für 2015. Hier einige Highlights des Nachhaltigkeitsberichts 2014:

#### **MENSCHEN**

- Im Jahr 2014 überarbeitete die adidas Gruppe den [Verhaltenskodex \(Code of Conduct\)](#) für ihre Mitarbeiter.
- Die [SMS-Hotline für Beschäftigte in den Fabriken](#), die seit Ende 2012 existiert, wurde auf insgesamt fünfundzwanzig Fabriken in Indonesien und Vietnam ausgeweitet und steht nun ca. 160.000 Beschäftigten zur Verfügung.
- Ehrenamtliche Einsatzstunden, die von Mitarbeitern geleistet wurden, erreichten mit 28.750 einen neuen Rekord.

#### **PRODUKT**

- Das Produktangebot mit DryDye Stoffen wird stetig erweitert: Bis Ende 2014 wurden circa 4 Millionen Meter an DryDye Stoffen produziert und damit ca. 100 Millionen Liter Wasser eingespart. Diese bahnbrechende Technologie, die bisher auf Bekleidung beschränkt war, wird in der Frühjahr/Sommer 2016 Kollektion auch bei Schuhen eingeführt werden.
- Im Jahr 2014 verwendete die adidas Gruppe mehr nachhaltige Baumwolle als je zuvor. [Mehr als 30% der eingekauften Baumwolle war ‚Better Cotton‘](#), wodurch das ursprüngliche Ziel von 25% übertroffen wurde. Die adidas Gruppe hat sich dazu verpflichtet, bis 2018 in allen Produktkategorien sämtlicher Marken 100% nachhaltige Baumwolle zu verwenden.
- In den Produkten werden größere Mengen an recyceltem Polyester verarbeitet. Wichtige Produkte sind hier die Anthem Jackets 2014, die als Aufwärmjacken bei einigen Sportarten zum Einsatz kommen (z. B. im Fußball bei Bayern München und Real Madrid).

## UMWELT

- Die adidas Gruppe präsentierte ihr erstes ‚grünes‘ Einzelhandelskonzept im HomeCourt Store in Nürnberg. Der Store verfügt über eine Reihe von Einrichtungen und Installationen, die der Einsparung von Ressourcen und Energie dienen.
- Die adidas Gruppe führte insgesamt 143 Umweltprüfungen in den Fabriken ihrer Zulieferbetriebe durch. Diese Zahl beinhaltet auch spezielle Prüfungen zum Chemikalienmanagement.
- Durch die zunehmende Nutzung von virtuellen Produktmustern konnte die Gruppe zwischen 2011 und 2014 mehr als 1,9 Millionen physische Muster einsparen.

## PARTNERSCHAFT

- Mit dem Ziel, ihr Programm zum Chemikalienmanagement weiter zu verbessern, ist die adidas Gruppe eine [strategische Partnerschaft mit bluesign technologies](#) eingegangen. Diese Partnerschaft brachte bereits eine Reihe von positiven Ergebnissen wie beispielsweise die noch verantwortungsvollere Nutzung von Ressourcen im Herstellungsprozess.
- Um die inhaltliche Abstimmung und Konsistenz von Kontrollinstrumenten zu erreichen, hat die adidas Gruppe das ‚Sustainable Apparel Coalition (SAC) Higg 2.0 Index Environmental Facility Module‘ in die Umweltarbeit ihres Lieferkettenmanagements integriert und damit das bisher verwendete Tool für Umweltprüfungen ersetzt.
- 2014 feierte die adidas Gruppe 15 Jahre Partnerschaft mit der Fair Labor Association.

Den diesjährigen Nachhaltigkeitsbericht finden Sie im Internet unter: <http://www.adidas-group.com/de/nachhaltigkeit/berichte-policies-und-daten/nachhaltigkeitsberichte/#/2013/2014/>.

Zukünftig wird die adidas Gruppe den Fokus auf folgende Aspekte richten:

- **Förderung der Eigenverantwortung in der Lieferkette des Unternehmens:** Den Zulieferern wird mehr Verantwortung übertragen, ihre Lieferketten selbst zu managen und sich hin zu öffentlicher Berichterstattung zu entwickeln.
- **Beschleunigung strategischer Initiativen** in den folgenden Bereichen: ‚Empowerment‘ (Stärkung) der Beschäftigten weiter fördern, das Programm des Unternehmens zum Chemikalienmanagement weiter entwickeln, die Wasserbilanz der adidas Gruppe verbessern sowie Menschenrechts-Due-Diligence bei allen Geschäftsaktivitäten anwenden.
- **Interaktion mit Konsumenten** zum Thema Nachhaltigkeit.

\*\*\*

## Über den Nachhaltigkeitsansatz der adidas Gruppe

Die Nachhaltigkeitsstrategie der adidas Gruppe ist in den Werten des Unternehmens – Leistung, Leidenschaft, Integrität und Vielfalt – verankert. Sie basiert auf den Leistungen und Erkenntnissen vergangener Jahre und berücksichtigt gleichzeitig auch die gesellschaftliche Struktur sowie globale Trends. Die Strategie der adidas Gruppe basiert auf den folgenden vier Säulen:

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

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

## Die adidas Gruppe

Die adidas Gruppe ist einer der weltweit führenden Anbieter in der Sportartikelindustrie und unterhält ein sehr umfassendes Portfolio von Schuhen, Bekleidung und Zubehör für Sport und Lifestyle um die Kernmarken adidas, Reebok, TaylorMade und Reebok-CCM Hockey. Die Gruppe mit Sitz in Herzogenaurach beschäftigt mehr als 53.000 Mitarbeiter weltweit und generierte im Jahr 2014 einen Umsatz in Höhe von 14,5 Mrd. €.

\*\*\*

## Kontakte:

### Media Relations

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

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

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

### Investor Relations

Sebastian Steffen  
Vice President Investor Relations  
Tel.: +49 (0) 9132 84-76622

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

Yifeng Wang  
Manager Investor Relations  
Tel.: +49 (0) 9132 84-3057

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