



# FYNCH-HATTON

Update-Report  
August 2021



## Redaktionelle Hinweise

Der Nachhaltigkeitsbericht bezieht sich auf die erste Hälfte des Kalenderjahres 2021 und wurde durch die Geschäftsführung der FYNCH-HATTON Textilhandelsgesellschaft mbH freigegeben.

Redaktionsschluss war der 31.07.2021.

Selbstverständlich liegt der Bericht in deutscher und englischer Sprache vor.

Wo immer wegen der besseren Lesbarkeit die männliche Form verwendet wird, sind natürlich alle Geschlechtsidentitäten eingeschlossen.



# Was Sie erwartet

## Einführung

ab Seite 4

Wir übernehmen Verantwortung!  
CEO Mathias Eckert  
Inhaber Roger Brandts

## Nachhaltigkeit

ab Seite 7

Wie wir Nachhaltigkeit sehen  
Strategie & Ziele  
Timeline  
Überblick Kernbereiche  
Partner  
Soziale Verantwortung  
Ökologisches Engagement  
Ökonomische Verpflichtung

## Unsere Produkte

ab Seite 20

Kollektion in Zahlen  
Lieferkette

## Unsere Mitarbeiter

ab Seite 28

Wir in Mönchengladbach  
Interview mit Vanessa

## Allgemeines

ab Seite 30

Bleiben Sie informiert!  
Abkürzungsverzeichnis  
Impressum



# Wir übernehmen Verantwortung

FYNCH-HATTON steht für beständige Partnerschaften, Produktqualität und für Verlässlichkeit, auch angesichts großer Herausforderungen.

Wir übernehmen von Beginn an Verantwortung für unsere Produkte, unser Handeln, unsere Lieferkette und unsere Partner:innen.

**Darauf sind wir besonders stolz, wollen uns aber nicht darauf ausruhen.**

Um unsere Versprechen und Entwicklungen messbar und für unsere Kund:innen transparent zu gestalten, halten wir unsere konkreten Ziele in einer Nachhaltigkeitsstrategie fest. Die definierten Ziele beziehen sich dabei nicht nur auf unsere Produkte, sondern auf unser gesamtes internes und externes Handeln.

Dahingehend versuchen wir unser Produktangebot so tiefgreifend umweltfreundlich wie möglich zu gestalten, um Umwelt und Klima trotz der üblichen Konsumgewohnheiten zu schonen. Wir entwickeln Produkte, welche sich durch ihre nachhaltigen Eigenschaften auszeichnen. Dabei setzen wir u.a. auf Langlebigkeit und die Nutzung von Naturfasern aus nachhaltigem Ursprung. Wir verlassen uns nicht auf Siegel, sondern wählen unsere Partner nach strengen internen Standards aus. Partner, mit denen wir arbeiten, sind sich außerdem ihrer Verantwortung den Mitarbeitern gegenüber bewusst und behandeln diese fair nach BSCI-Standards. Sie handeln ressourcenschonend und nehmen Rücksicht auf die Umwelt.



Sie wollen mehr über unsere  
Geschichte erfahren?  
Scannen Sie den Code für weitere Informationen.



## CEO – Mathias Eckert

*„Das Thema Nachhaltigkeit treibt mich schon seit Jahren um. ‚Verantwortung‘ trifft es jedoch inzwischen deutlich mehr. Auslöser in den letzten zwei Jahren waren auch meine Söhne, die mir sehr bewusst vor Augen geführt haben, dass gerade unsere Generation jetzt konkret handeln muss, um den nachfolgenden Generationen unseren blauen Planeten besser zu übergeben als wir ihn gerade erleben. Diese Verantwortung treibt mich persönlich, privat wie beruflich, an, die Dinge nicht nur im Kleinen auf den Weg zu bringen. Lasst uns beginnen, die Dinge zu verändern, es gibt sicher viele Fragen wie, aber nur eine Antwort zu wann – nämlich jetzt, noch besser gestern.“*

*– Mathias Eckert, CEO*



## Inhaber – Roger Brandts

*„Als ich 1998 Fynch-Hatton gegründet habe war für mich einer der entscheidenden Eckpfeiler, dass es ein nachhaltig handelndes Unternehmen werden sollte. Diese Selbstverpflichtung zeigt sich in unserem Logo der Schirmakazie, die die noch intakten Ökosystemen Afrikas prägt. Heute denken wir Verantwortung für unseren Planeten und die nachfolgenden Generationen in 360 Grad. Alle Bereiche werden immer wieder überprüft und besser aufgestellt! Ob es die Produktion, die Lieferketten, unser Firmensitz oder der „carbon footprint“ ist. Diese Verantwortung sehe ich als Inhaber auch als meine Verpflichtung an und ich setze mich jeden Tag dafür ein, dass alle Produkte nachhaltig sein werden und dass mein Unternehmen klimaneutral sein wird. Es ist schon viel erreicht worden, aber wir wollen mehr!“*

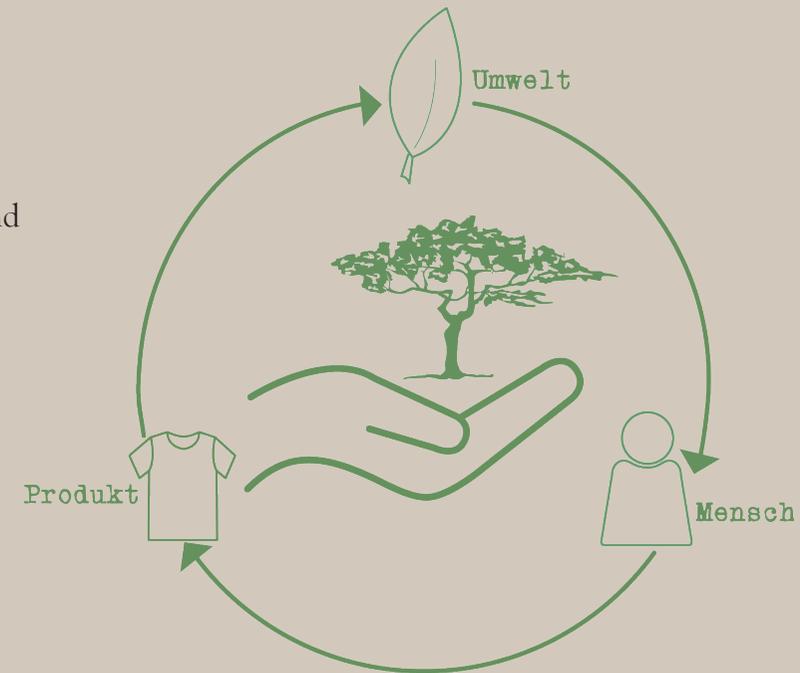
– Roger Brandts



# Wie wir Nachhaltigkeit sehen

Bei FYNCH-HATTON bedeutet Nachhaltigkeit zum Einen das Zusammenspiel von erstklassiger Qualität, Beständigkeit und Verantwortung. Zum Anderen möchten wir aber auch eine sozial- und umweltverträgliche Herstellung unserer Produkte gewährleisten. In Beidem sehen wir wesentliche Voraussetzungen für Kundenloyalität und Entwicklungsfähigkeit und somit starke Faktoren für einen langfristigen Unternehmenserfolg. Wir wollen Ressourcen effizient einsetzen und Abläufe entlang der Wertschöpfungskette optimieren.

Denn Nachhaltigkeit bedeutet auch einen respektvollen Umgang mit Ressourcen. Jenseits der ökologischen und sozialen Aspekte ist uns eines ganz besonders wichtig: die Qualität und Lebensdauer unserer Produkte. Für uns bedeutet Nachhaltigkeit Langlebigkeit! Wir sind der Überzeugung, dass die Umwelt langfristig nur durch einen respektvollen und reflektierten Umgang mit Ressourcen geschont werden kann!



Wir werden Teil einer Lösung und nicht mehr Teil des Problems sein!



# Strategie & Ziele

Nachhaltiges Handeln ist ein wesentlicher Teil unserer Unternehmensstrategie. Denn als Familienunternehmen denken wir in Generationen und sind uns unserer Verantwortung bewusst. Wir verstehen Nachhaltigkeit als Zusammenwirken von Verantwortung, Verlässlichkeit und Beständigkeit – dies prägt unser unternehmerisches Handeln seit 1998. Seit unserer Firmengründung steht die Schirmakazie als Logo unserer Marke für unsere Verbundenheit zur Umwelt und für verantwortungsbewusstes Handeln. Mit einer von uns entwickelten Nachhaltigkeitsstrategie möchten wir die nachhaltigste Brand im Casual Mainstream-Segment werden.

Diese Strategie umfasst unsere Selbstverpflichtung in den Kernbereichen:

**soziale Verantwortung**  
**ökologisches Engagement**  
**ökonomische Verpflichtung**

und bietet nachhaltige und zukunftsorientierte Lösungen für:

**Produkte & Rohstoffe**  
**Lieferkette & Partner**  
**Verkaufsfläche & Kunde**  
**Firmensitz Mönchengladbach**

Unsere Anhaltspunkte sind eine wirtschaftliche Arbeitsweise, marktorientiertes Denken und langlebige Produktstrategien. Immer unter Berücksichtigung zukunftsorientierter, ökologischer, ökonomischer und sozialer Lösungen.

**Unsere Industrie stellt uns vor viele Herausforderung und diese nehmen wir gerne an. Wir bei FYNCH-HATTON werden Teil von Lösungen und nicht mehr Teil des Problems sein!**



„In jedem neuen Tag steckt eine Herausforderung. Und diese Herausforderung nehmen wir an!“

# Strategie & Ziele

Stagnation ist für uns keine Option. Darum investieren wir bei FYNCH-HATTON in Qualität & Nachhaltigkeit.

Mitte 2020 haben wir begonnen, in diesen Bereichen zwei neue Abteilungen aufzubauen und zu implementieren, um unser Verständnis für Nachhaltigkeit und Qualität zentral zu steuern und strategisch noch tiefer in allen Bereichen des Unternehmens zu verankern. In Zukunft werden wir jeden unserer eigenen Schritte, unsere eingesetzten Materialien und unser externes Handeln hinterfragen.

Hinterfragen, um einerseits ihre sozialen und ökologischen Auswirkungen und ihre Verträglichkeit zu überblicken. Andererseits mit dem Streben, es noch besser zu machen.

Um unsere Erfolge und Entwicklungen messbar und für unsere Kund:innen transparent zu gestalten, halten wir unsere konkreten Ziele und Maßnahmen in einer Nachhaltigkeitsstrategie fest. Die definierten Ziele beziehen sich dabei nicht nur auf unsere Produkte, sondern auch auf jeden unserer Bereiche entlang der Wertschöpfungskette- intern und extern.



# Strategie & Ziele

*„Ich habe Angst um meine Zukunft! Und das, obwohl ich in einer sicheren Umgebung lebe und aufgewachsen bin. Genau diese Wurzeln geben mir die Möglichkeit, nachhaltig und langfristig etwas verändern zu können. Und ich glaube ganz fest daran, dass jeder Einzelne etwas bewegen kann. Fynch-Hatton ermöglicht mir, meine persönliche Werte mit meinem Beruf eng zu verknüpfen. Täglich kämpfe ich dafür, unsere Wertschöpfungsketten transparenter, sozialer und umweltverträglicher zu gestalten. Denn den Status-Quo zu akzeptieren, ist für uns keine Option. Dafür brenne ich und das macht mich unglaublich stolz, auf mich genauso wie auf unsere Fynch-Hatton-Familie.“*

*- Laura Steinhauer,  
Qualitäts-& Nachhaltigkeitsmanagerin*



# Timeline

1998

Unsere tiefe Verbundenheit mit dem Kontinent Afrika sind die Wurzeln unseres Handelns und unserer „nachhaltigen Selbstverständlichkeit“ in unserem ganzen Team

2015

Wir übernehmen Verantwortung für alle Beteiligten in unserer Lieferkette

2020

Von der „Selbstverständlichkeit“ im Bereich Nachhaltigkeit zur strategischen Weiterentwicklung

2021

Wir richten unsere gesamte Kollektionsplanung ganzheitlich an der Nachhaltigkeitsstrategie aus und erweitern den Einsatz von nachhaltigen/zertifizierten Materialien um mindestens 10% pro Kollektion

2022

60% der Artikel sind nachhaltig und alle Bereiche des Unternehmens, intern und extern, arbeiten entlang der ganzheitlichen Nachhaltigkeitsstrategie

2023

100% unserer produzierten Artikel bestehen aus oder enthalten nachhaltige Rohstoffe

2024

Wir sind CO<sup>2</sup>-neutral und unsere Lieferkette ist transparent

2025

Wir sind klimaneutral und unterstützen eigene und Projekte unserer Partner mit Hilfe der FH-Foundation

# Überblick Kernbereiche

Unsere Zielsetzung und unser darauf abgestimmtes Handeln unterteilen wir in unsere einzelnen Wirkungsbereiche.

## Sozial

Ziel:

- Unterstützung sozialer, caritativer Projekte

Maßnahmen:

- „Capsule Collection“ deren Ertrag die Unterstützung der Projekte ermöglicht
- Jährliche Spenden von 25.000 € an die Welthungerhilfe
- Jährliche Unterstützung beim Brunnenbau in Afrika
- Gründung einer „FH-Foundation“

## Ökologisch

Ziel:

- Bewusstsein für Nachhaltigkeit in der textilen Kette schaffen
- Reduktion von Abfällen im Bereich Packaging

Maßnahmen:

- Blog/Instagram mit Kurzvideos „Transparenz/Nachhaltigkeit“,
- Projekt „Less Waste“ als Substitutionsansatz für umweltunverträgliche Materialien in der Verpackung und Umverpackung bis 2022

## Ökonomisch

Ziel:

- CO<sup>2</sup>-Neutralität am Standort Mönchengladbach bis 2024

Maßnahmen:

- Firmenflotte umgestellt auf Hybrid und E-Fahrzeug, jedes neu erworbene Auto ist ein Hybrid- oder Elektrofahrzeug
- Modernisierung des Headquarters, Trinkwasserversorgung über eigene Filteranlagen
- Hauseigene Stromversorgung der Flotte durch PV-Anlagen auf dem Gelände
- Digitalisierung, u.a. des Showrooms
- BahnCard für Mitarbeiter die mit dem ÖPNV anreisen und Firmenfahrrad bis 2023



# Überblick Kernbereiche

## Produkt & Rohstoffe

### Ziel:

- Sommerkollektion 2022 besteht zu 60% aus nachhaltigen Materialien
- Bis 2023 deckt jedes Produkt mindestens ein nachhaltiges Attribut ab

### Maßnahmen:

- Verwendung von BCI und Bio-Baumwolle
- Steigerung des Einsatzes nachhaltiger Materialien um mindestens 10% je Kollektion
- Unabhängigkeit der Lieferkette und eigene Rückverfolgbarkeit schaffen, unabhängig von Lizenz-Partnern

## Lieferkette & Partner

### Ziel:

- Vollständige Transparenz aller Lieferketten

### Maßnahmen:

- Aufarbeitung der einzelnen Prozesse innerhalb der Lieferkette
- Einbindung der Lieferanten in das PLM-System
- Automatisierung von Reportings und QS-Kontrollen
- Rückverfolgung durch TCs, Kontrolle durch eigenes Monitoring auf Lieferanten- und Articlelebene
- Zusätzliche Kontrolle durch externe und international anerkannte Partner/Dienstleister

## Verkaufsfläche & Kunde

### Ziel:

- Transparenz für den Endkonsumenten schaffen
- Nachhaltiges und glaubwürdiges Image beim Kunden erwerben

### Maßnahmen:

- Tracking über App am Endprodukt zur Aufschlüsselung der gesamten Lieferkette
- Kommunikationskonzept für FH-Nachhaltigkeit an 50% der POS vertreten
- Kommunikation und Aufklärung über einen Blog und weitere eigene Kanäle



# Partner

Wir sind der festen Überzeugung, dass wir die beste Qualität für unsere Kunden und unsere Umwelt nur erzielen, wenn wir unser Wissen durch die Zusammenarbeit mit Partner:innen erweitern.

Außerdem schöpft FYNCH-HATTON Inspirationen aus dem großartigen Kontinent Afrika. Auch dies bewegt uns zur Zusammenarbeit mit verschiedenen Organisationen und Partner:innen. So können wir regelmäßig Projekte unterstützen und etwas zurückgeben.

Unsere Partner:innen unterstützen uns dabei, uns stetig zu verbessern und mehr Verantwortung für uns, sie und die Umwelt zu übernehmen.

Einerseits mit – seit Jahren wachsendem – Know-How und andererseits mit Ressourcen und „Man- & Womanpower“ bei der Realisierung unserer Projekte und Visionen.

## Zu unseren Partnern zählen:

- BCI – Better Cotton Initiative
- CmiA – Cotton Made in Africa
- SUPIMA® Cotton
- Partner of Africa & Welthungerhilfe
- Tierschutz – FYNCH-HATTON stoppt Wilderei
- GermanFashion Modeverband Deutschland e.V.



„Be a voice - not an echo!“

# Partner



## Soziale Verantwortung

Die verbindliche Grundlage für die Herstellung unserer Produkte und die Umsetzung unserer Werte bildet der *Code of Conduct* der *amfori Business Social Compliance Initiative*, kurz: amfori BSCI.

Er gilt verpflichtend für alle Lieferant:innen – ohne Ausnahme. Dieser Code berücksichtigt die einschlägigen, internationalen Leitlinien und Abkommen zu Menschenrechten, Arbeitsschutz und Fairness in der Lieferkette.

Darüber hinaus stehen wir immer in engem Austausch mit unseren langjährigen Partner:innen und möchten uns und unsere Partnerschaften zukünftig, basierend auf einem eigenen „Code of Conduct“, weiterentwickeln.

Besonders wichtig ist es uns, nicht nur unsere Position als guter Geschäftspartner zu verteidigen, sondern auch unsere Position zu nutzen, um positiven Einfluss auf unser direktes Umfeld zu nehmen. Eine jährliche Spende von 25.000€ an die Welthungerhilfe ist einer der Wege, auf denen wir etwas zurück geben möchten. Beziehungen wie diese möchten wir in der kommenden Zeit stark ausbauen.

Unser größtes soziales Projekt im letzten Jahr war unser „FYNCH-HATTON-Survival-Paket“. Für unsere Partner:innen und Händler:innen haben wir hier finanzielle Unterstützung geleistet wo es nötig war, damit wir alle ein wenig leichter durch diese schwere Zeit gehen konnten.

Wir sind der festen Überzeugung, dass wir die aktuellen Herausforderungen nur gemeinsam bewältigen können und sind stolz, unsere Partnerschaften und unsere Lieferkette aufrechterhalten zu können.



# Ökologisches Engagement

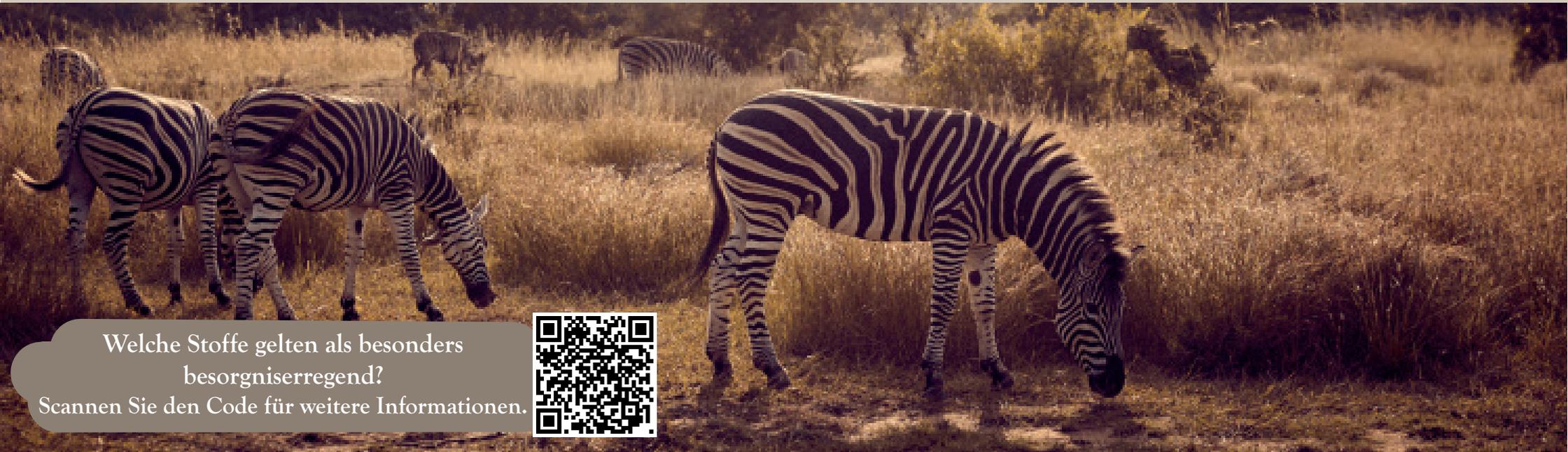
Auf der ökologischen Ebene stehen wir einer besonderen Herausforderung gegenüber. Uns ist bewusst, dass wir jedes Jahr mehr Ressourcen verbrauchen, als unser Planet schaffen kann. Deswegen nehmen wir dieses Thema besonders ernst und wollen uns in unserem gesamten Handeln weiterentwickeln. Bereits heute hinterfragen wir den Einsatz von Rohstoffen und Chemikalien in der Produktion.

Deshalb ist unsere Ware REACH konform. REACH steht für „Registration, Evaluation and Authorisation of Chemicals“ und ist als europäische Verordnung (EG-Nr. 1907/2006) am 01. Juni 2007 in Kraft getreten.

Sie gilt für jede Art von Chemikalien, unabhängig davon, ob sie in industriellen oder alltäglichen Prozessen vorhanden sind. Begleitet wird sie durch die CLP-Verordnung (Regulation on Classification, Labelling and Packaging of Substances and Mixtures).

Um die Auswirkungen der Chemikalien auf unsere Umwelt strengstens zu begrenzen und unsere Verantwortung unseren Kunden gegenüber wahrzunehmen **setzen wir insbesondere auf:**

- Engen persönlichen Kontakt zu unseren Lieferanten
- Prüfung der Produkte
- Prüfung der einzelnen Bestandteile
- Eigene Qualitätsvorgaben
- Strenge Einhaltung der REACH-Verordnung



Welche Stoffe gelten als besonders besorgniserregend?  
Scannen Sie den Code für weitere Informationen.



# Ökologisches Engagement

REACH allein reicht uns jedoch nicht. Daher haben wir im Jahr 2020 eine eigene RSL (Restricted Substances List) entwickelt, welche den Einsatz von schädlichen Chemikalien nicht nur verbietet, sondern den Einsatz von anderweitigen Substanzen strikt reglementiert. Unsere RSL entwickelt sich stetig weiter und basiert immer auf den aktuellen Erkenntnissen des Markts.

In unserer Nachhaltigkeitsstrategie verankern wir auch Ziele im ökologischen Bereich und wollen langfristig unsere **Umwelt und Ressourcen schonen**:

- Auf Basis einer eigenen RSL (Restricted Substances List) entwickeln wir bis 2023 eine MRSL, die den Einsatz von Chemikalien in den Produktionsstätten reguliert
- Transport unserer Ware mit langsam fahrenden Schiffen, die einen geringeren CO<sup>2</sup>-Ausstoß haben als schnellere Schiffe oder Flugzeuge – Flugstrecken werden vermieden
- Erhebliche Reduktion des Ressourcenverbrauchs durch Digitalisierung
- Ausbau der Qualitätssicherung
- Prüfung unserer Waren bereits in den Produktionsländern durch unabhängige Institute
- Unterstützung unserer Partner:innen in der Umsetzung ihrer Projekte und im Einsatz neuer Technologien
- Prüfung zum Einsatz von Solar und Photo-

- voltaik auf dem Dach unserer Logistikhalle
- Auswertung und deutliche Senkung und Kompensation unseres CO<sup>2</sup>-Ausstoßes bis 2023
- Prüfung neuer Technologien und Standards für die Produktion unserer Produkte z.B. chromfreie Gerbung von Leder

Transparenz und Glaubwürdigkeit gegenüber unseren Kund:innen ist uns enorm wichtig. Aus diesem Grund prüfen wir zurzeit verschiedene Zertifizierungen durch unabhängige Partner:innen und Instanzen, die unser Handeln nachweislich zertifizieren und unseren Kund:innen verständlich offenlegen.



# Ökonomische Verpflichtung

Unsere Produkte sind unsere größte Stärke. Denn langfristig ist unser Handeln nur nachhaltig, wenn wir Ressourcen sinnvoll einsetzen.

Darum ist die Langlebigkeit unserer Produkte eines der Hauptkriterien für die Entwicklung und Produktion unserer Mode.

Die Erfüllung der hohen Ansprüche an das Material erreichen wir durch die ausschließliche Nutzung qualitativ hochwertiger Fasern – meist natürlichen Ursprungs.

Außerdem arbeiten wir mit den besten Produzent:innen zusammen, die ihr Handwerk verstehen und denen wir vertrauen.

Bei unserer Produktion stehen sowohl Präzision als auch Professionalität im Vordergrund. So produzieren wir beispielsweise unsere Pullover, indem jedes Teil auf Form gestrickt und anschließend von Hand verkettelt und versäubert wird.

Dadurch sichern wir die besonders anspruchsvollen Voraussetzungen für eine besondere Langlebigkeit bei unserer Premium-Produktlinie.

Außerdem sind sowohl wir intern als auch mit unseren Produzent:innen immer auf der Suche nach Innovationen und streben nach Weiterentwicklung, um unsere Produkte noch besser zu machen.



„Detailed quality and workmanship!“

## Unsere Produkte

FYNCH-HATTON bietet Frauen & Männern zahlreiche casual-sportive und lässige Produkte – alle mit einem stilvollen Look. Durch die Auswahl an Poloshirts, Hemden, Pullovern über Jacken, Hosen und Accessoires kann der/die Kunde:in sich bei uns nahezu vollständig einkleiden. Für unsere Produkte verwenden wir mehrheitlich Naturfasern aus nachhaltiger Produktion, wie beispielsweise Supima-Baumwolle.

Gleichzeitig achten wir sehr auf eine lange Haltbarkeit und ein perfektes Preis-Leistungs-Verhältnis.

Unser Ziel ist es aber nicht nur, ein umwelt- und sozialverträgliches Produkt auf dem Markt zu etablieren und somit positiven Einfluss auf die Umwelt zu nehmen. Wir wollen attraktive Mode anbieten, die sich jeder leisten kann und zwar ohne auf Qualität und Stil verzichten zu müssen.

Die ausschließliche Verwendung von Premiumqualitäten, unsere Liebe zum Detail und eine bewusste Kombination von Stil und Funktion verleiht unseren Kollektionen einen eigenen Charakter und das gewisse Etwas.

Schließlich möchten wir, dass unsere Kund:innen in jeder Lebenslage ihren ganz persönlichen Look genießen können.

Denn das ist es, was wir mit unserer Mode erreichen und ausdrücken möchten!

**„FYNCH-HATTON ist nicht einfach nur Mode, FYNCH-HATTON ist ein Erlebnis.“**



**„Wir machen Kollektionen ohne Kompromiss – mit bester Qualität zum bestmöglichen Preis-Leistungsverhältnis.“**

## Unsere Produkte



„Nachhaltigkeit und Einhaltung der Menschenrechte ist das oberste Kriterium bei der Zusammenarbeit mit unseren Produktionen. Wir pflegen langfristige Partnerschaften und kennen unsere ‚Factories‘ von innen. Qualität soll sich nicht nur am Fynch-Hatton Produkt auszeichnen, sondern sich durch die ganze Kette von der Baumwollernte bis zur Auslieferung an unseren Endverbraucher ziehen. Berufliche und private Werte stehen so im Einklang mit einander. Bei Fynch-Hatton haben wir das Ziel, unsere Welt ein kleines Stück besser zu machen!“

- Christian Bieniek, Managing Director

„Als Vater zweier Kinder ist es meine Pflicht, ihnen eine Welt zu hinterlassen, die es ihnen zukünftig ermöglicht, diese ohne Vorbehalte zu genießen und zu erleben. Nachhaltigkeit ist die größte und, aus meiner Sicht die einzige, Chance, ihnen dies zu ermöglichen. Nachhaltigkeit ist einfach alternativlos und bestimmt meinen Alltag nicht nur privat, sondern auch hier bei Fynch-Hatton. Nachhaltigkeit ist kein Trend, sondern unsere Einstellung. Wir müssen Verantwortung gegenüber unserer Umwelt übernehmen. Es kommt auf jeden Einzelnen an. Denn wir sind die letzte Generation, die die Klimakrise verhindern kann. Ein sinnvollerer und effizienterer Umgang mit den uns zur Verfügung stehenden Ressourcen ist unser Antrieb und keine Worthülse.“

-Matthias Lux, Head of Brand



# Unsere Produkte

Wir etablieren bis 2023 eine transparente Beschaffungskette und produzieren bereits heute unter fairen Produktionsbedingungen. Dabei richten wir alles nach sozialen und ökologischen Standards sowie unserem hohen Qualitätsanspruch aus.

Unsere Anhaltspunkte sind eine wirtschaftliche Arbeitsweise, marktorientiertes Denken und langlebige Produktstrategien. Immer unter Berücksichtigung zukunftsorientierter, ökologischer, ökonomischer und sozialer Lösungen.

Bei der Produktentwicklung arbeiten wir nach dem Prinzip „vom abstrakten Qualitativen zum konkreten Quantitativen“.

Wir versuchen immer nur die Mengen zu produzieren, die auch konsumiert werden.

Dies erreichen wir zum Beispiel, indem wir nur wenige Musterteile produzieren, um herauszufinden, ob das Produkt die Ansprüche unserer Kund:innen erfüllt.

So produzieren wir später nur die Teile, die von unseren Kund:innen angenommen werden, und vermeiden Wegwerfprodukte.

Um immer wieder einzigartige Kollektionen präsentieren zu können, entwickeln wir unsere Produkte sehr behutsam.

Konkret bedeutet dies, dass wir die erzielten Ergebnisse so lange hinterfragen und überarbeiten, bis wir 100 % zufrieden sind.

Auch in unserer Kollektion streben wir Weiterentwicklung und **folgende Ziele bis 2023 an:**

- Umstellung von konventionellen Fasern auf nachhaltige Alternativen
- Steigerung des Einsatzes um mindestens 10% von Kollektion zu Kollektion
- Ersatz einzelner Verpackungsteile unseres Hemdes auf nachhaltige Alternativen bis Sommer 2022, Start Umstellung unserer Schutzverpackungen für den Transport von klassischen „Polybags“ auf biologisch abbaubare Tüten aus Stärke oder recycelte Materialien
- Ausarbeitung eines neuen Labelkonzepts für mehr Transparenz bis Sommer 2022
- Reduktion unseres Verpackungsmülls bis 2023
- Anpassung unserer E-Com-Versandtaschen und -kartons, plastikfrei und auf zertifizierte und/oder recycelte Materialien



Sie wollen mehr über  
unsere Kollektionen erfahren?  
Scannen Sie den Code für weitere Informationen.



# Unsere Produkte

*„In meinem privaten Umfeld achte ich bereits seit Jahren auf regionale Produkte, versuche meinen Konsum zu hinterfragen und reduziere Umverpackungen, wo es mir möglich ist. Bei Fynch-Hatton kann ich diesem Anspruch auch in meinem beruflichen Umfeld gerecht werden. Als Produktmanagerin für unsere Hemdenkollektion entwickle ich Hemden nach höchsten Qualitätsstandards, um benötigte Ressourcen sinnvoll einzusetzen. Außerdem arbeiten wir zurzeit daran, die Hemdenverpackung vom Plastik zu befreien und ganzheitlich nachhaltiger zu gestalten.“*

- Susanne Theissen, Produktmanagerin



# Kollektion in Zahlen

Wir haben große Ziele für unser Wachstum im nachhaltigen Segment. Um die Entwicklung unserer Kollektion im Blick zu behalten, dokumentieren wir den Zuwachs nachhaltiger Artikel in jeder Saison.

Kennzahl ist vor allem der eingesetzte Rohstoff des Artikels, dessen Ursprung und Zertifizierung.

Da wir erst in der kommenden Auslieferung mit unserer Frauenkollektion starten werden, betrachten wir, Stand Juli 2021, nur die Entwicklung der Herrenkollektion.

Unsere Produktionsstätten sind bereits heute alle mindestens BSCI oder SMETA geprüft und darüber hinaus von unabhängigen Stellen bzgl. ihrer sozialen Standards und ihres Schadstoffmanagements und -einsatzes geprüft.

SAISON	% Artikel	% produz. Menge	Wachstum
H20	19,68	33,20	10,4 %-Punkte
H21	38,36	43,64	
F21	33,77	43,49	35,2 %-Punkte
F22	76,92	78,68	

Der Vergleich Frühjahr/Sommer F21 und F22 beruht für die F22 auf Planzahlen. Für die Hauptsommerkollektion planen wir einen Zuwachs von 31%-Punkten. Mit der bereits abgeschlossenen Frühjahrskollektion, die der Hauptkollektion im Frühjahr/Sommer 2022 voraus geht, konnten wir ein Wachstum von 35,2 %-Punkten bezogen auf die produzierte Menge und 43 %-Punkte auf Articlebene erzielen.

# Lieferkette

Wir sind besonders stolz auf unsere langjährigen Partnerschaften zu unseren Lieferant:innen.

Diese Beständigkeit gibt uns die Chance unsere Lieferkette bis in die Tiefe kennenzulernen.

Bis 2023 arbeiten wir daran, diese von unseren Kund:innen bis zum Rohstoff aufzubereiten.

Transparenz ist uns wichtig.

Es für uns selbstverständlich, nicht nur Verantwortung für unsere Endprodukte zu übernehmen, sondern für alle daran beteiligten Komponenten und Parteien.

Unser Wunsch ist es, zu allen Lieferant:innen und Hersteller:innen eine langfristige Beziehung zu pflegen.

Dazu gehört es auch, sich intensiv

auszutauschen, einen regelmäßigen persönlichen Kontakt zu halten und vor allem fair miteinander umzugehen.

Um auch unseren Kunden gegenüber diese Fairness zu wahren, befinden sich in unserem Haus derzeit einige Dinge in Entwicklung: BSCI- oder SMETA-Zertifizierung sind absolut bindend, denn:

**Bei jeglicher Art von Menschenrechtsverletzung zeigen wir keine Toleranz!**

Das bedeutet, dass unsere Lieferanten zu folgenden Standards **verpflichtet sind:**

- Arbeitsgerechte Entlohnung
- keine Kinderarbeit
- Gewerkschaftsbildungen

- menschenwürdige Arbeitsbedingungen durchsetzen und zulassen

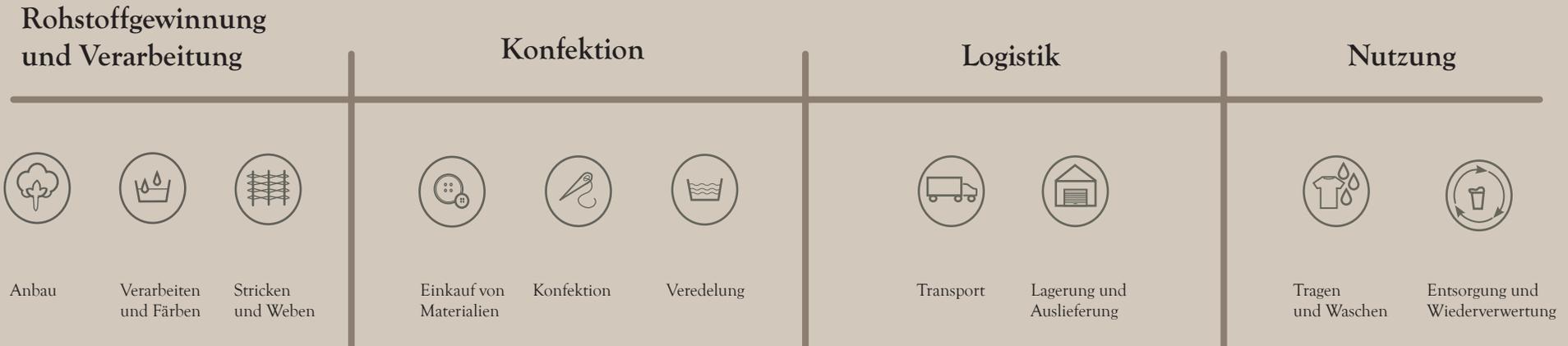
100% unserer Artikel werden nach diesen Standards produziert.

Um diese Transparenz zu konkretisieren und nachverfolgbar zu machen **möchten wir:**

- Ab W2 1221 einzelne Produkte und deren Transaktionsnachweise offenlegen
- bis 2023 alle Produkte und deren Bestandteile rückverfolgbar machen



# Lieferkette



## UNSERE HERAUSFORDERUNGEN

- |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Transparenz über die direkte Lieferantenstruktur hinaus bis zu den Vorstufen der Lieferkette</li> <li>• Reduktion von Wasser- und Energieverbrauch bei Anbau und Verarbeitung</li> <li>• verminderter Einsatz von Pestiziden, Düngemitteln und Entlaubungsmitteln beim konventionellen Baumwollanbau</li> <li>• verantwortungsvoller Umgang mit Chemikalien (z.B. beim Bleichen, Färben und Gerben von Leder)</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• eigene, komplexe Lieferketten mit unterschiedlichen Herausforderungen für sämtliche Materialien und Komponenten</li> <li>• Durchsetzung menschenwürdiger Arbeitsbedingungen</li> <li>• verantwortungsvoller Umgang mit Chemikalien bei der Veredelung und in Nassprozessen</li> <li>• Reduktion des Wasserverbrauchs bei Nassprozessen</li> <li>• Reduktion des Energieverbrauchs in der Konfektion</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Einsatz nachhaltiger Transportmethoden und termingerechte Warensteuerung</li> <li>• ressourcenschonende und umweltfreundliche, recyclebare Verpackung</li> <li>• Reduktion von Abfällen im logistischen Verpackungswesen</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Anspruch an modische, hochwertige und nachhaltige Produkte im Verhältnis zur Preisbereitschaft der Kunden</li> <li>• schadstoffarme Kleidung (Produktsicherheit)</li> <li>• ressourcenschonende Textilpflege beim Endverbraucher</li> <li>• Entsorgungs- und Recyclingverhalten des Kunden</li> <li>• Hinarbeiten auf geschlossene Kreisläufe</li> </ul> |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

## UNSER MANAGEMENTANSATZ

- |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Stetig wachsender Einsatz nachhaltiger Materialien wie unter anderem Bio-Baumwolle und Mulesing freier Wolle</li> <li>• Beschränkung des Chemikalieneinsatzes durch unternehmenseigene Standards und Öko-Tex Standard</li> <li>• Materialsourcing aus artgerechter Tierhaltung</li> <li>• Ausgewählte Lieferanten mit ausgezeichnete Produktionsqualität</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• amfori BSCI-Lieferanten-Audits zur Sicherstellung</li> <li>• Beschränkung und starke Kontrolle des Chemikalieneinsatzes durch unternehmenseigene Standards</li> <li>• vollständiger Verzicht auf exotische Lederarten, Pelz und Angorawolle</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Einsatz von FSC-zertifizierten Transportverpackungen</li> <li>• Einsatz von ecoloop recycle-Versandtüten</li> <li>• CO<sup>2</sup>-Einsparung durch umweltschonende Transportmethoden</li> <li>• Kurze Informationswege</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Hohe Produktqualität, die durch Langlebigkeit nachhaltig wirken kann</li> <li>• App-Tracking für maximale Transparenz am Endverbraucher</li> <li>• Geringere Retourenquote unserer Stakeholder durch präzise Marktrecherche</li> </ul> |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

# Lieferkette

Kernelement	Status Quo	Unsere Aufgabe
Grundsatzerklärung zur Achtung der Menschenrechte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• interner Code of Conduct</li> <li>• CSR Reporting</li> <li>• alle Lieferanten mindestens BSCI/SMETA zertifiziert</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menschen weiterhin stetig in den Focus rücken</li> <li>• CSR-Update Report</li> <li>• Info-Blog auf der Website</li> </ul>
Ermittlung tatsächlich und potenziell nachteiliger Auswirkungen auf Menschenrechte und die Umwelt	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aufbau ganzheitliches CSR Mngmt</li> <li>• Lieferanten- und Risikomanagement</li> <li>• Transparenz &amp; Aufarbeitung der Lieferkette</li> <li>• Qualitätssicherung und -management</li> <li>• Sicherung der Produkte und der Lieferkette durch externe Partner</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• transparente Lieferkette bis 2023</li> <li>• Rückverfolgung der Produkte bis 2023</li> <li>• Aufbau eines eigenen, automatisierten Monitorings der Lieferanten</li> </ul>
Maßnahmen gegen tatsächlich und potenziell nachteilige Auswirkungen auf Menschenrechte und die Umwelt	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Transparenz und Aufarbeitung der Lieferkette</li> <li>• Monitoring der Lieferanten durch BSCI</li> <li>• interne Lieferantenbewertung und Risikomanagement</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zyklischen Prozess des Monitorings aufbauen</li> <li>• Entwicklung System für Lieferantenaudits bis Ende 2022</li> </ul>
Transparente Berichterstattung	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Interne Dokumentationen der Produktionsprozesse</li> <li>• Aufarbeitung der Lieferkette</li> <li>• CSR Berichte</li> <li>• Auditreports externer Partner</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• CSR-Update-Report</li> <li>• Auditreports und Monitoringberichte der einzelnen Lieferanten über BSCI hinaus bis Ende 2022</li> </ul>
Beschwerdemechanismus	<ul style="list-style-type: none"> <li>• offen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entwicklung einer digitalen Lösung und einer zentralen Anlaufstelle für Beschwerden bis Mitte 2022</li> </ul>

# Wir in Mönchengladbach

Wir verstehen Nachhaltigkeit als ganzheitliche Basis unseres Handelns und nicht nur als Merkmal unserer Produkte.

Beim Umbau unseres Headquarters in der traditionsreichen Textilstadt Mönchengladbach haben wir diesen Ansatz verwirklicht. Aber auch hier gilt: Stagnation ist keine Option. Nicht nur extern bei unseren Partner:innen oder unseren Produkten, auch intern wollen wir uns stetig weiterentwickeln.

## Was wir bereits tun:

- Firmenflotte aus E-Autos oder Hybridfahrzeugen
- Unser Firmenparkplatz ist mit mehreren Ladestationen ausgestattet
- Vier Tonnensystem am Arbeitsplatz für alle Mitarbeiter:innen (Bio, Restmüll, Verpackungsmüll, Papier)
- Ausstattung unserer Räumlichkeiten mit sparsamen LEDs und Energiesparlampen
- Wir setzen auf Ökostrom
- Ein soziales und respektvolles Miteinander und die Gleichberechtigung aller
- Nahezu papierloses Arbeiten durch digitale Ausstattung für jeden Mitarbeiter:in
- Vollständiger Verzicht auf Plastikflaschen, Mitarbeiter:innen stehen Glasflaschen und aufbereitetes Leitungswasser zur Verfügung

## Zurzeit denken wir über weitere Projekte an unserem Standort nach:

- Sammeln von Regenwasser und Nutzen des Wassers durch ein Hauswasserwerk zum Spülen der Toiletten und zur Bewässerung unserer Grünanlagen
- Möglichkeit von Recycling am eigenen Standort
- CO<sup>2</sup>-Neutralität unseres HQs – Ausstattung des Dachs der Logistikhalle mit Photovoltaik, z.B. unsere Firmenflotte zu laden, bis 2024
- Klimaneutralität unseres Standortes bis 2025
- Unterstützung und Steuerung eigener sozialer und Klimaprojekte durch eine eigene Stiftung, der „FYNCH-HATTON Foundation“



# Interview mit Vanessa Besler de Castro

Head of E-Com & Business Development

## Vanessa, bitte stell dich kurz vor.

Ich heiße Vanessa Besler de Castro, bin 40 Jahre alt, Mama einer 6-jährigen Tochter und zweier Bonustöchter im Alter von 15 und 20 Jahren. Bei Fynch-Hatton verantworte ich den Bereich Sales eCommerce und Business Development.

## Wie siehst du das Thema Nachhaltigkeit persönlich?

Mit der Geburt meiner Tochter begann ein Prozess des Umdenkens. Ich hinterfragte meinen übervollen Kleiderschrank und die Berge von Plastikmüll, die wir als Familie produzieren. Welche Welt hinterlassen wir unseren Kindern? Was kann ich heute verändern, um meinen Kindern eine schöne Zukunft zu ermöglichen? Eigenes Handeln zu reflektieren, zu hinterfragen und an veränderte Gegebenheiten anzupassen, bedeutet für mich verantwortungsbewusstes und nachhaltiges Handeln.

## Und wie siehst du das Thema in Unternehmen der Modebranche als Teil der Textilindustrie?

Seit 17 Jahren bin ich in namhaften, großen, global agierenden Konzernen der Modebranche tätig. Die textile Wertschöpfungskette eines T-Shirts [...] ist komplex und lang. Als fokales Unternehmen der Modebranche, sehe ich die Verantwortung schon im Design-

prozess, in der Auswahl der richtigen Lieferanten und in der Schaffung einer Transparenz unserer gesamten Supply-Chain. Wir bewegen uns als Wirtschaftsunternehmen im Spannungsfeld zwischen Ökonomie und sozialer sowie ökologischer Verantwortung. Da gilt es ehrlich, offen und transparent zu kommunizieren, um unseren Kunden ein gutes Gefühl zu vermitteln.

## Was beunruhigt dich am meisten und muss sich deiner Meinung nach ändern?

Noch nie waren das Thema Nachhaltigkeit und die Diskussion der begrenzten Ressourcen unserer Erde so präsent und dringlich wie aktuell. Eine mahnende Kennziffer ist der sog. Earth-Overshoot day. Lag dieser Welterschöpfungstag 1987 noch am 19. Dezember, hat die Menschheit in diesem Jahr alle Ressourcen, die die Erde innerhalb eines Jahres wieder herstellen kann, schon am 22. August aufgebraucht. Somit sollte das übergeordnete Ziel sein, eine regenerative Wirtschaft aufzubauen, die klug und wertschätzend mit der Natur und dem Menschen umgeht. Dazu kann und sollte jeder seinen Teil beitragen.

## Welches Ziel verfolgst du in deinem Verantwortungsbereich im Unternehmen?

In meinem Verantwortungsbereich versuchen wir stets den Kunden und seine Bedürfnisse in

den Vordergrund zu rücken.

Wir nutzen viele Tools, um den Kunden und seine Bedürfnisse und Wünsche schon vor seiner Bestellung zu verstehen, damit er das eine richtige Wunschprodukt erhält, möglichst lange trägt, und wir so bspw. Retouren vermeiden. Wir versenden in recycelten Kartons oder in recycelbaren Versandtaschen. Viele Aufgaben in unserem Bereich können prima remote erledigt werden, sodass Fahrten zur Arbeitsstätte reduziert werden können. Jedes Handeln und jede Strategie stellen wir in den Kontext der Nachhaltigkeit und Verantwortlichkeit.



## Bleiben Sie informiert!

Außerdem sind wir der Überzeugung, dass wir nachhaltige Lösungen nur finden können, wenn wir im stetigen und offenen Austausch sind. Deswegen freuen wir uns jederzeit über Fragen, Anregungen und Feedback!

Wenn Sie mehr erfahren und uns auf unserem Weg begleiten wollen, dann besuchen Sie uns online!



# Abkürzungen

AbTF	Aid by Trade Foundation	COMPACI	Competitive African	MRS�	Manufacturing Restricted
BCI	Better Cotton Initiative		Cotton Initiative		Substance List
BMGF	Bill and Melinda Gates Foundation	DEG	Deutsche Investitions- und Entwicklungsgesells- chaft	RSL	Restricted Substance List
BMZ	Bundesministerium für Wirtschaftliche (Federal Ministry for Economic Affairs)	FSC	Forest Stewardship Council		
CHA	Cotton Expert House Africa	GIZ	Gesellschaft für internat. Zusammenarbeit (Society for International Cooperation)		
CmiA	Cotton made in Africa				
CSR	Corporate Social Responsibility				



# Impressum

**Herausgeber**  
FYNCH-HATTON  
Textilhandelsgesellschaft mbH  
Alsstraße 166  
41063 Mönchengladbach  
Germany

Telefon: +49 2161 56745-0  
[www.fynch-hatton.de](http://www.fynch-hatton.de)  
[info@fynch-hatton.de](mailto:info@fynch-hatton.de)

**Text**  
FYNCH-HATTON  
Textilhandelsgesellschaft mbH

**Veröffentlichungsdatum**  
31. August 2021

**Ansprechpartner**  
Mathias Eckert - CEO  
Laura Steinhauer  
[info@fynch-hatton.de](mailto:info@fynch-hatton.de)

