

MANIT@BER

TRANSPARENZ-
BERICHT

Inhalt

| | |
|------------------------------------|----|
| 0 Intro | 05 |
| 01 Manitober in Zahlen | 06 |
| 02 Mission | 08 |
| 03 Nachhaltigkeit | 12 |
| 04 Materialien | 17 |
| 05 Produktion | 28 |
| 06 Preiszusammensetzung | 35 |
| 07 Gesellschaftliche Verantwortung | 37 |
| 08 Team und Zusammenarbeit | 43 |
| 09 Pläne und Ziele | 46 |

**Hi, wir sind
Manitober!
Willkommen zu
unserem ersten
Transparenzbericht**



Intro

Hi iHR!



Ihr fragt euch sicher, was es mit diesem Bericht eigentlich auf sich hat...

Bei Manitober schreiben wir uns gern den Begriff Transparenz auf die Fahne. Denn Transparenz ist für uns der wohl wichtigste Baustein für ein echtes nachhaltiges Handeln. Das fängt bei der internen Kommunikation und Offenlegung von etwa unternehmerischen Entscheidungsfindungen und Gehältern an, bezieht aber natürlich auch die Weitergabe von Informationen an Kund:innen mit ein. Dafür versuchen wir unsere Prozesse so gut wie möglich darzustellen und die beteiligten Schritte innerhalb unserer Wertschöpfungskette nachvollziehbar zu machen.

Leider ist die textile Produktion sehr komplex, sodass wir noch nicht alle in unsere Produktion involvierten Prozesse zu 100% kennen – wir arbeiten aber konsequent und aus Überzeugung daran, dies zu ändern. Diese Anforderung an uns und unsere Vision erzeugt Hürden, die wir teils überwinden können, teils noch nicht. Auch darauf wollen wir hiermit hinweisen.

Wenn ihr uns schon länger verfolgt oder bereits ausgiebig unsere Website studiert habt, kommen euch ein paar der Inhalte auf den nächsten Seiten vielleicht bekannt vor. Nichtsdestotrotz ist es uns wichtig, mal eine übergeordnete Bestandsaufnahme zu machen – den Status Quo, unsere Ziele und Wünsche für ein nachhaltigeres und noch offeneres Manitober mit euch zu teilen, fern von Greenwashing und wohlklingenden Marketing-Versprechen.

Also lehnt euch zurück, studiert unser Werk, lernt uns noch besser kennen und vielleicht lieben. Wie immer gilt: Wir sind offen und dankbar für konstruktive Kritik, euer Lob und kluge Anregungen. Danke für eure Unterstützung und Interesse!

Viel Spaß beim Lesen,
eure lieben Leute von Manitober

01

Manitober in Zahlen

Manitober in Zahlen

2017

wurde Manitober gegründet!
Was bedeutet das also?
Richtig, bald gibt's eine dicke
Party zum 5. Geburtstag!



30,25

ist der Altersdurchschnitt in
unserem Team

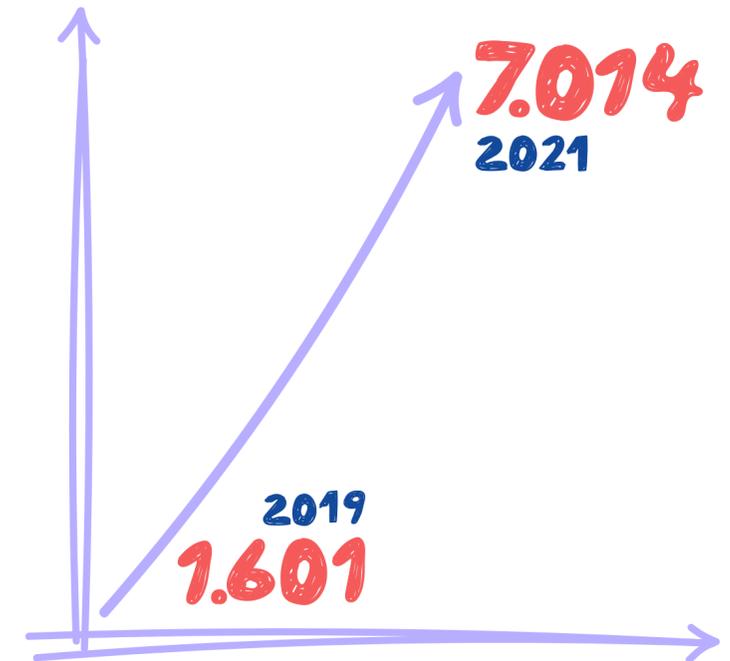
Übrigens: Was 2017 als One-Man-Show
begann, ist über die Zeit zu einem acht-
köpfigen Team gewachsen. Davon arbei-
ten sieben Personen in Hamburg und
eine in Hessen. Der Frauenanteil liegt bei
87,5%. Guess the other **12,5%**.

Rücknahme- konzept 2021

338 wiederaufbereitete Artikel über den Shop verkauft
216 getragene Produkte zurückerhalten
50:50 Anteil des Rebuy-Umsatzes durch Kinder- und
Erwachsenenbekleidung

**Welcome to
the family -
welcome to
the cycle!**

Bestellungen



1835 RePacks haben
wir bisher verschickt und
damit **963 kg** Müll ver-
mieden!

02

Mission



Unser Leitsatz

Manitober steht für ressourcenschonende Kleidung ohne gesellschaftlich zu prägen, macht diese möglichst vielen Menschen verfügbar und hinterfragt dabei stetig vorherrschende Strukturen.



Mission und Kern- ziele

Von Beginn an, seit unserer Gründung im Jahr 2017, arbeiten wir bei Manitober nach und für unseren Leitsatz – unsere Überzeugung und Motivation. Wir haben eine klare Haltung, die wir im letzten Jahr in die Form eines Manifests gegossen und nach schweißtreibenden Diskussionen im Team verabschiedet haben. Es soll uns als Kompass bei Entscheidungen und im Arbeitsalltag dienen und dafür sorgen, dass wir auch in Zukunft unsere Vision nicht aus den Augen verlieren.

Unser Manifest

Die Basis unserer Arbeit

Transparenz

Wir streben nach Transparenz in all unseren Prozessen. Durch diesen offenen Umgang übernehmen wir Verantwortung für unser Handeln.

Konsumbewusstsein

Wir engagieren uns für einen nachhaltigen Umgang mit Gütern und eine möglichst lange Nutzung erworbener Produkte – für ein bewusstes und kritisches Konsumverhalten.

Fortschritt

Wir betrachten stetige Veränderung als Bereicherung und sehen Weiterentwicklung als unabdingbare Voraussetzung für unser gesellschaftspolitisches Handeln.

Ressourcen schonen

Wir wollen Ressourcen schonen, sparen und wertschätzen, indem wir uns für einen verantwortungsvollen Umgang in allen Produktionsschritten und Lebensbereichen einsetzen.

Faire Arbeit

Wir fordern faire und sichere Arbeitsbedingungen sowie existenzsichernde Löhne für alle Menschen, die in der textilen Wertschöpfungskette oder in anderen Branchen beschäftigt sind.

Vielfalt

Wir wünschen uns eine diverse Gesellschaft, in der Menschen wertfrei miteinander leben – unabhängig von Geschlecht, Sexualität, Herkunft, körperlicher Konstitution oder Glauben.

03

**Nachhaltig-
keit**



Wir betrachten Nachhaltigkeit ganzheitlich. Deshalb versuchen wir unser gesamtes Geschäftsmodell wirklich nachhaltig auszurichten und nicht bloß mit einer ökologisch und sozial verträglichen Produktion gleichzusetzen. Sowohl Entwicklung, Design, Produktion, als auch Vertrieb, unser Rücknahmeversprechen und unsere interne Organisation sollen zu einer sinnvollen Nutzung von Ressourcen und einem bewussteren Konsum beitragen.

Nachhaltigkeit

- Ganzheitliche Nachhaltigkeit
- Transparenz
- Produktion
- Design und Funktionalität
- Qualität in der Fertigung
- Lager und Logistik
- Interne Infrastruktur
- Unternehmenswerte

In den letzten Jahren gab es eine inflationäre Zunahme bei der Verwendung des Nachhaltigkeitsbegriffs! Die wirkliche Bedeutung bleibt dabei aber häufig auf der Strecke.



**Buy. Wear.
Send back.
Get a refund.**

Nachhaltigkeit bezieht sich bei uns nicht ‚nur‘ auf eine ethische Produktion, sondern auch auf eine Verlängerung des Produktlebenszyklus. Deshalb bieten wir auf alle unsere Artikel ein lebenslanges Rücknahmeversprechen – egal in welchem Zustand sie zu uns zurückkommen. Kund:innen erhalten eine Gutschrift, wir reparieren die Kleidung und verkaufen sie als wiederaufbereitete Artikel in unserem Onlineshop.

Welcome to the cycle!



Auf einmal sprechen alle von ‚Circularity in fashion‘ und der Kreislaufökonomie. Was es damit auf sich hat und welchen Beitrag wir dazu leisten, erklären wir euch hier.

Circular fashion und Kreislaufwirtschaft sind Schlagworte, die in den letzten Jahren eine immer größere Rolle im Diskurs um die nachhaltige Zukunft der Textilindustrie eingenommen haben. Die Kreislaufwirtschaft lässt sich als eine Art regeneratives System verstehen. Zirkularität bedeutet hier einerseits, dass gefertigte Güter durch ihre recyclingfähige Materialkomposition zu den Rohstoffen von morgen werden, also in den Kreislauf zurückgeführt werden können. Gleichzeitig zielt

es darauf ab, dass Produkte – in unserem Fall Kleidungsstücke – durch ihre langlebige Qualität, möglichst zeitloses Design, Reparaturen und/oder Upcycling so lang zirkulieren, bis keine andere Möglichkeit als die Entsorgung besteht.

Auch wir verfolgen einen zirkulären Ansatz. Wir achten auf sortenreine Materialien, die sich gut recyceln lassen, zeitlose Designs und hohe Qualität in der Fertigung für eine höchstmögliche Lebensdauer

unserer Produkte über die aktuelle Saison hinaus. Mit unserem Rücknahmekonzept haben wir zudem nicht nur die Möglichkeit geschaffen, nachhaltige Bekleidung für verschiedene Einkommenslagen zugänglich zu machen, sondern ein eigenes zirkuläres System etabliert. Denn das Konzept hört nicht bei der Rückgabe der getragenen Teile und der Gutscheinerstellung auf. Jedes zurückgesandte Produkt wird von uns in Hamburg begutachtet und durch fachgerechte Reinigung sowie notwendige

Reparaturen wiederaufbereitet. Anschließend führen wir es durch das Angebot in unserem Shop oder die Weitergabe an Second Hand Läden zurück in den Kreislauf – manchmal auch als third- oder fourth hand Ware. Damit vermeiden wir Bekleidungsabfälle und textile Überproduktion, schonen wertvolle Ressourcen und versuchen Sensibilität für einen bewussten Umgang mit Mode zu schaffen.

04

Materialien



Auswahl und Ansprüche



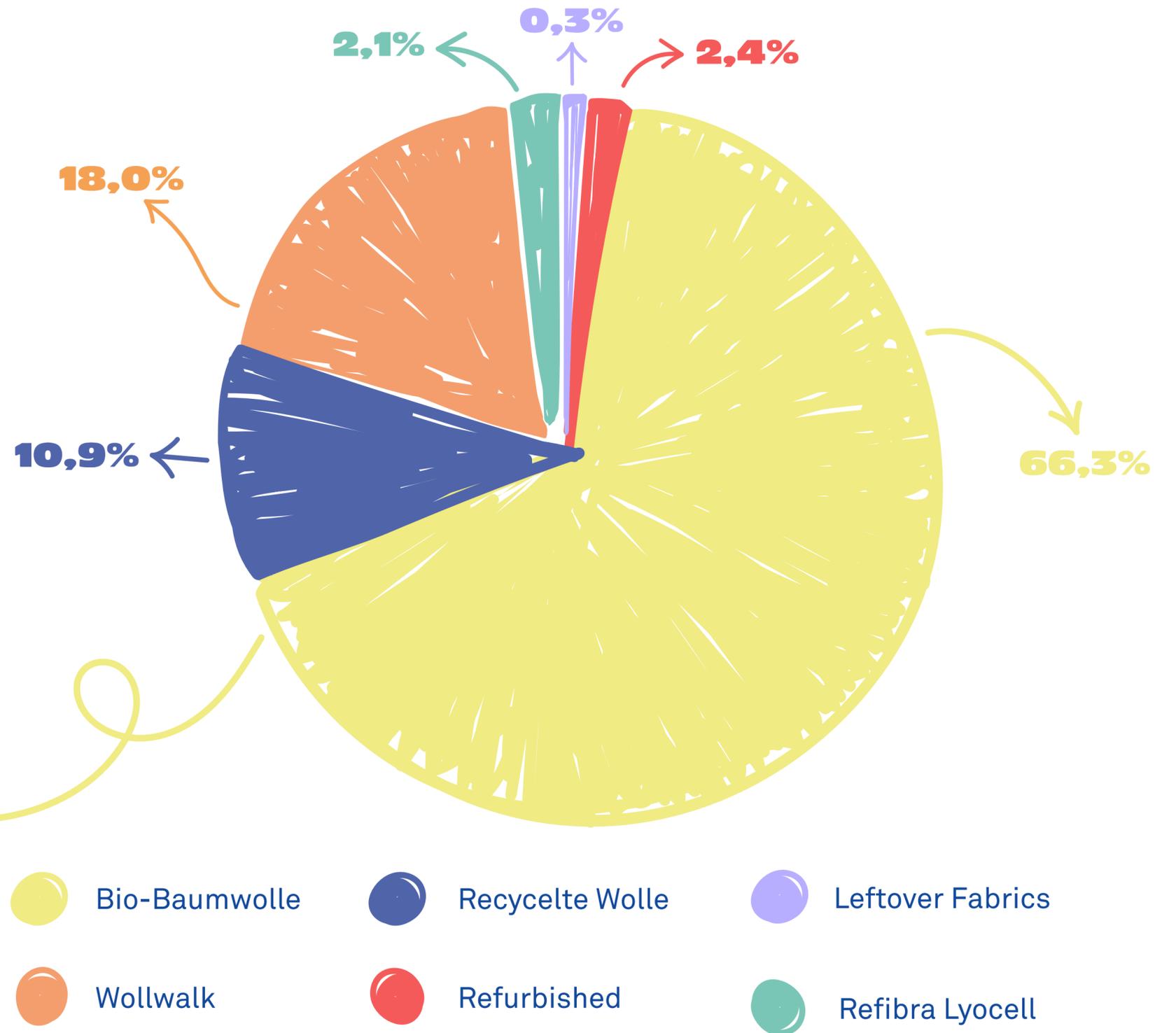
Bei der Auswahl unserer Materialien achten wir bei Manitober darauf, dass diese im Einklang mit Natur und Tier gewonnen wurden. Wir versuchen Stoffe mit hoher Qualität und geringer Umweltauswirkung zu verwenden, weshalb überwiegend natürliche oder recycelte Fasern zum Einsatz kommen. Die Gewinnung der Naturfasern ist sehr arbeitsintensiv und bei fehlenden Standards durch den Einsatz von Pestiziden, einem enorm hohen Wasserverbrauch und menschenunwürdigen Arbeitsbedingungen nicht nur ökologisch problematisch. Daher setzen wir hier auf Bio- und GOTS-Zertifizierungen sowie Recyclingverfahren. Viscose und Markennamen wie Tencel™ Lyocell bilden eine Hybridfaser, da das Ausgangsmaterial Cellulose pflanzlich ist, der komplette Prozess der Faserentstehung jedoch dem der Chemiefasern gleicht. Bei Chemiefasern bestehen die Ausgangsstoffe wie beim Plastik überwiegend aus Rohöl, sodass die Erd-

ölindustrie hier eine bedeutende Rolle einnimmt. Daher empfinden wir die Beurteilung eines sinnvollen Einsatzes von Kunstfasern als weitaus schwieriger. Aufgrund der Komplexität bei der Herstellung und eines eigenen fehlenden Leitbildes versuchen wir den Einsatz solcher Fasern weitestgehend zu meiden. Daher haben wir auch den Polyesteranteil in unseren Labels seit 2019 durch Bio-Baumwolle ersetzt. Sollte es jedoch vorkommen, dann setzen wir ausschließlich auf recycelte Kunstfasern, um die Neuproduktion – und somit den Verbrauch endlicher Ressourcen und die schädlichen Umweltauswirkungen – nicht weiter zu befeuern.

Wir versuchen offen für neue Materialien, innovative (Roh-)Stoffe und Fasern zu bleiben und ihre Verwendung für unsere Produkte mitzudenken und abzuwägen – denn aktuell passiert hier in der Branche eine ganze Menge.

Material- einsatz

Das Kreisdiagramm stellt die Materialien dar, die in unseren 2021 verkauften Produkten verarbeitet wurden.



**2,5
TONNEN**

Bio-Baumwolle haben wir bisher verarbeitet und damit – je nach Bewässerungsgrundlage – bis zu 25 Mio. Liter Wasser gegenüber konventionellem Anbau eingespart.

Bio-Baumwolle

Folgende gefertigte Stoffe aus Bio-Baumwolle verwenden wir:

- Single Jersey (unbehandelt)
- Italian Fleece brushed/unbrushed

Produkte aus Bio-Baumwolle



Baumwolle ist eine sehr vielseitige Faser, die wir für verschiedenste Stoffe einsetzen. Sie kann Feuchtigkeit gut aufnehmen, ist pflegeleicht, vielseitig zu verarbeiten und leicht zu beschaffen. Leider ist die Herstellung teilweise aus verschiedenen Gründen problematisch, weswegen wir auf biologische Standards setzen. Unsere Bio-Baumwolle wird ohne den Einsatz

chemischer Düngemittel, gentechnisch veränderter Pflanzen, Entlaubungsmittel und synthetischer Pestizide angebaut. Sie hat einen geringeren Wasserverbrauch als konventionelle Baumwolle, verfügt über ein sehr niedriges Allergienpotenzial, ist damit hautschonend und als sortenreines Gewebe gut zu recyceln.



Leftover Fabrics

Manchmal finden wir die Stoffreste aus den Produktionen anderer Firmen in den Lagern unserer Hersteller noch so gut, dass wir sie für unsere Zwecke einsetzen. Sie sind nicht nur günstig im Einkauf, sondern werden von uns allem voran vor dem Wegwerfen oder Downcycling gerettet. Die Stoffe bestehen zwar nicht immer aus bio-zertifiziertem Material, da wir so jedoch Neuproduktionen verhindern und zusätzliche Emissionen einsparen, die bei der Entsorgung freigesetzt worden wären, entscheiden wir uns in Einzelfällen für ihren Einsatz.

Produkte aus Leftover Fabrics



Post-Consumer recycelte Wolle

Produkte aus recycelter Wolle



Recycelte Wolle belastet die Umwelt zu 97% weniger als neues Material, da sie etwa Wasser und CO2 einspart sowie den Landverbrauch für die Schafbeweidung reduziert. Das Garn wird mechanisch aus alten, bereits getragenen Strickpullovern und -produkten gewonnen. Dazu werden sie händisch nach Faserzusammensetzung und Farbe sortiert, bevor sie zerkleinert und aufgefaser werden. Anschließend werden die Fasern versponnen und bei unserem Hersteller zu neuen Strickprodukten verarbeitet. Durch den mechanischen Recycling-Prozess alter Kleidungsstücke kann es jedoch passieren, dass auch andere Faserarten verarbeitet werden. Dieser Fremdanteil wird von uns natürlich entsprechend gekennzeichnet.



Refibra Lyocell von Tencel

Wir sehen großes Potential in regenerativen Fasern. Daher verwenden wir erstmalig bei unserem beliebten Pommes-Shirt aus der SS21 Kollektion für einige unserer Produkte zusätzlich zu der Bio-Baumwolle rund ein Drittel Refibra™ Lyocell der Marke Tencel™. Lyocell ist eine Viscosefaser, dessen Zellstoff aus nachhaltiger Forstwirtschaft gewonnen wird. Genau wie Baumwolle besteht sie aus Zellulose und kann dadurch als sortenreiner Stoff recycelt oder wiederverwertet werden. Durch die Refibra™ Technologie wird zudem ein Teil des Rohmaterials mit Baumwollstoffresten ersetzt und zu einer neuen Lyocellfaser verarbeitet – ein Upcyclingverfahren, das den Wasserverbrauch in der Herstellung reduziert, während es die Pflegeeigenschaften der Baumwolle erhält.

Produkte mit Refibra Lyocell Anteil



Wollwalk aus GOTS-zertifizierter ter Wolle

Unser Wollwalk besteht zu 100% aus Wolle, die unter den nachhaltigen Bedingungen des Global Organic Textile Standards (GOTS) erzeugt wurde – also aus artgerechter Tierhaltung ohne Mulesing und im Einklang mit der Natur.

Wollwalk ist ein besonders robuster und langlebiger Stoff, der sich gut pflegen und unkompliziert reparieren lässt. Bereits seit unserer ersten Kollektion im Jahr 2017 setzen wir auf diesen wahren Alleskönner: Es ist atmungsaktiv, temperaturregulierend und enthält natürliches, auch Wollwachs genanntes Lanolin, das ihm seine wasser- und schmutzabweisende Eigenschaft verleiht. Bei der Herstellung wird das Material gewaschen und mecha-

nisch gestaucht, wodurch die homogene Struktur entsteht, die für das angenehme Trageklima sorgt, das wir an Wollwalk so schätzen.

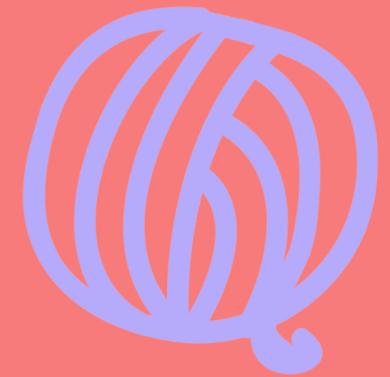
Produkte aus 100% GOTS-zertifiziertem Wollwalk



550 GR./M²

Unser Wollwalk
ist deutlich dicker
als das bekann-
ter Hersteller und
dabei trotzdem
elastisch und an-
schmiegsam!

Von der Wolle zum Wollwalk



1

Kontrollierte biologische Tierhaltung (kbT)

KbT setzt großzügige, rotierende Weideflächen für die Tiere voraus. Es gibt nur eine geringe Besatzungsdichte und es wird auf natürliche Reproduktion geachtet. Es werden weder Pestizide noch Masthilfsmittel eingesetzt. Außerdem beinhaltet kbT das Verbot von Mulesing – dem qualvollen Beschneiden des Tieres gegen Parasitenbefall ohne Betäubung.

2

Waschen

Geschorene Wolle wird gereinigt und gewaschen, um sie weiterverarbeiten zu können. Dabei werden nur die Teile des Fells für Bekleidungsgarne verwendet, die keine allzu großen Verschmutzungen aufweisen.

3

Spinnen

Die Wollfasern werden in einer Spinnerei zu Garn versponnen. Garne gibt es in verschiedensten Stärken und Dicken – je nach Einsatzgebiet.

4

Fertiges Wollgarn

Die Wollgarne für unser Wollwalk stammen von der Firma Südwole, die Wolle kommt aus Argentinien und Uruguay.



5

Färben

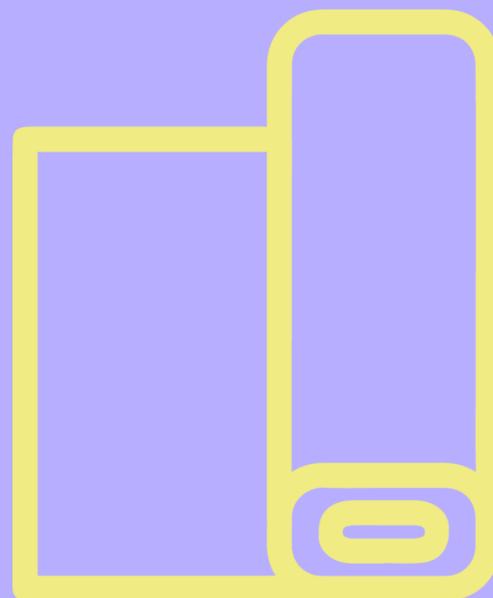
Meistens werden erst die fertigen Garne gefärbt, das Färben der Rohfasern erfolgt eher selten. Die Anforderungen an Farbstoffe und -pigmente sind durch den GOTS Standard streng geregelt. Wollfärbungen sind sehr intensiv und langlebig, da die Pigmente eine chemische Verbindung mit den Fasern eingehen.



6

Stricken

Die gefärbten Garne sind bei unserem Hersteller Carcemal eingetroffen und werden hier auf Strickmaschinen zu einem langen Schal gestrickt.



7

Walken

Das zuvor gestrickte Flächengebilde wird mit Seifenlauge, Wärme und Feuchtigkeit unter mechanischem Einfluss zusammengestaucht. Dabei schrumpft und verdichtet sich der Stoff. Von diesem als ‚walken‘ bezeichneten Prozess erhält das Material seinen Namen.



8

Wollwalkstoff

Wollwalk hat eine grobe, diffuse Struktur, die viel Luft einschließt. Dadurch wärmt sie überaus gut und ist trotzdem luftig genug, um Schweiß in Form von Wasserdampf nach außen zu transportieren.



05

Produktion

Unser Anspruch

Seit unserer ersten Kollektion produzieren wir in Portugal. Bei der Auswahl unserer Hersteller setzen wir verschiedene Standards an uns und unsere Partner. Da wir all unsere Produkte ausschließlich von europäischen Unternehmen fertigen lassen, unterliegen sie zuallererst den Gesetzen der europäischen Union. Daher sind alle Mitarbeiter:innen der Betriebe hinsichtlich Arbeitsschutz, Mindestlohn, Arbeitsbedingungen und Mitbestimmungsrecht von einem sicheren und validierbaren Rechtssystem geschützt.

Wir versuchen ein- bis zweimal pro Jahr nach Portugal zu reisen, um uns mit unseren Partnern vor Ort auszutauschen, die laufenden Produktionen zu begutachten

und neue Projekte zu planen. Uns ist der persönliche Kontakt wichtig, ebenso die Möglichkeit, einen echten Eindruck für die Arbeit an und mit unseren Produkten zu erhalten. Durch unsere regelmäßigen Besuche können wir zudem für faire Produktionsbedingungen garantieren.

Da wir selbst nicht ständig vor Ort sein können, arbeiten wir mit den zwei Agenturen Isafat und Perfect Fit zusammen, die im engen Kontakt zu unseren Herstellern stehen und uns so bei der Kommunikation und Pflege der Zusammenarbeit unterstützen. Sie koordinieren zudem die Besuche bei den einzelnen Produktionsstätten und dolmetschen, wenn die Sprachbarrieren mal zu groß werden sollten.

- Produktion in Portugal
- Hohe Qualität in der Fertigung
- Gute Beziehungen durch regelmäßige Besuche
- Landtransport der fertigen Produkte

Wir arbeiten ausschließlich mit Herstellern zusammen, die wir durch persönliche Empfehlung oder eigene langjährige Zusammenarbeit kennen.



Unsere Partner

Hersteller

BARBOTEX malhas e confeções, Lda., Barcelos, Portugal

Carcemal Malhas e Confeções, Lda., Barcelos, Portugal

FELMAC, malhas e confeções, Lda., Povoia de Varzim, Portugal

Felos, AFelos Unipessoal Lda., Barcelos, Portugal

J. Rodrigues & J. - Indústria de Malhas Exteriores, Lda., Barcelos, Portugal

Kardoos Sustainable Textiles, Unipessoal Lda., Barcelos, Portugal

Agenturen

Isafat, Brage, Portugal

Perfect Fit, Lissabon, Portugal

Standards in der Produktion

Ein Großteil der Arbeitsschritte in der textilen Produktion läuft mittlerweile automatisiert mithilfe von Maschinen ab. Die Konfektion, also etwa das Zusammennähen der einzelnen Teile zum fertigen Kleidungsstück, findet hauptsächlich in Handarbeit statt. In modernen Nähfabriken wird jeder Schritt getrennt genäht, wodurch die Anforderungen an die Näher:innen sehr gering ist und auch von unausgebildeten Arbeitskräften übernommen werden kann. Leider kommt es hier häufig zu Ausbeutung und Arbeitsrechtsverletzungen. Auf die folgenden Punkte haben wir daher ein besonderes Auge:



In all unseren Partner-Betrieben ist Kinderarbeit ein absolutes Tabu!

Faire Löhne

Auch in anderen Ländern entspricht der Mindestlohn nicht dem Existenzlohn. Wir bestärken unsere Lieferanten in der Zahlung eines existenzsichernden Lohns.

Arbeitsschutz

Die Anforderungen in Portugal sind mit denen in Deutschland vergleichbar. Im Fall unserer Wollwalkartikel werden diese zusätzlich vom GOTS Standard auditiert.

Antidiskriminierung

Wir legen bei unseren Partnern wert auf einen offenen Umgang mit allen Mitarbeiter:innen und lehnen jegliche Art von Diskriminierung strikt ab.

Vereinigungsfreiheit/ Gewerkschaften

Allen Mitarbeiter:innen soll die Möglichkeit gegeben sein, sich gemeinschaftlich zu organisieren und für ihre Arbeitsrechte einzustehen.

Angemessene Arbeitszeiten

Die gesetzliche Arbeitszeit beträgt in Portugal 8 Stunden mit einer 1h50min Pause über den Tag verteilt. Diese wird ebenfalls durch den GOTS Standard vorgeschrieben und überprüft.



GANG!

06

Preiszusammensetzung



Preistransparenz

Am Beispiel unseres Cut & Sew Klassikers zeigen wir euch hier, aus welchen Kostenpunkten sich unsere Preise zusammensetzen.

Näharbeiten & Konfektion: Zuschnitt, Handling, Einrichten der Maschinen, Bügeln, Verpacken, Kennzeichnen und natürlich Zusammennähen der einzelnen Kleidungsstücke

Material: Rohstoff und Herstellung der textilen Fläche, Zutaten, Labeling und Verpackung

Logistik: Der Transport der Ware nach Deutschland, der Wareneingang und das Handling in unserem Lager, die Lagerkosten, Versandkosten zum:zur Endverbraucher:in, Verpackungsmaterial

Fixkosten: Kosten unserer Gehälter, der

Raummierte und der monatlichen Kosten für Computer, IT, Web, Tools, Subscriptions etc.

Marketing & Investments: Kosten, die wir kalkulieren, um das Produkt an eine:n Kund:in zu 'vermitteln'. Ob Werbung, Rabatte oder besondere Aktionen: Diese Kosten sind immer Investitionen in zukünftige Kund:innen

Steuern & Gebühren: Umsatzsteuer und Zahlungsgebühren, die beim Verkauf anfallen, müssen pflichtmäßig einkalkuliert werden

07

**Gesellschaftliche
Verantwortung**

“Auch wer nicht aktiv seinen Kindern von Geschlechterrollen erzählt, beeinflusst ihr Verhalten durch das eigene und dazu gehört für mich auch das Akzeptieren von vorherrschenden Konditionen in Form von Kleidung, die bestimmte Geschlechterrollen suggeriert.”

Marcus Kraft, Gründer von Manitober

Handeln mit Haltung

Wir haben eine politische Haltung und versuchen unser individuelles, aber auch unternehmerisches Handeln so auszurichten, dass wir zu einer positiven Veränderung gesellschaftlicher Strukturen beitragen. Wir machen uns für Themen stark, die uns am Herzen liegen und nutzen unsere Reichweite in den sozialen Medien, um auf Missstände verschiedenster Art hinzuweisen. Dabei folgen wir stets unserer Mission und werden nicht müde, uns für eine fairere und nachhaltigere Welt einzusetzen.



Periodenshirt

Mit unserem T-Shirt zum Weltmenstruationstag haben wir ein Zeichen gegen die Tabuisierung und Stigmatisierung der weiblichen* Menstruation gesetzt. Dafür haben wir gemeinsam mit der lokalen Siebdruckerei youme. ein Statement Shirt design – die Erlöse gingen zu 100% an die gemeinnützige Organisation Days for Girls, die sich international um die Sanitätsversorgung und Hygiene von Mädchen* während der Menstruation kümmert.



Unser Blog

Auf unserem Blog teilen wir unsere Gedanken zu gesellschaftsrelevanten Themen und Ereignissen und setzen uns mit Missständen auch abseits der Modebranche auseinander. Hierfür räumen wir auch Betroffenen und Mitarbeiter:innen gemeinnütziger Organisationen Platz ein,

um ihrer Stimme Gehör zu verschaffen. Im letzten Jahr etwa Rabia von Days for Girls oder Parasta, die uns im Sommer in einem Gespräch über die dramatische Lage in Afghanistan berichtete und was gerade Mädchen und Frauen vor Ort zu durchleben droht.

Feministischer Kampftag

Der Feministische Kampftag ist für uns ein Anlass, um auf die Benachteiligung von Frauen und FLINTA-Personen aufmerksam zu machen. Dafür kämpfen wir am 08. März auf unseren Kanälen gegen Sexismus, Diskriminierung und Pinkwashing-Kampagnen – und im Alltag an jedem anderen Datum auch.

Kooperieren statt Kon- kurrieren

Wir lieben es, uns mit gleichgesinnten Brands zusammenzutun und uns mit gemeinsamen Aktionen gegenseitig zu supporten. So gab es im letzten Jahr zur Einführung unseres Cut & Sew Schlafanzugs ein Bundle mit Hydrophil und Kushel und zur Vorweihnachtszeit unsere Fantastic 4 Weeks, in denen wir je ein befreundetes Unternehmen mit guten Werten vorgestellt haben – so auch Inaska, mit denen wir gemeinsam in diesem Jahr eine nachhaltige Swim- and Playwear Kollektion für Kinder herausbringen.

Genderneutralität

Wir entwickeln Bekleidung ohne Geschlechterzuordnung, um Kindern (und Erwachsenen) Freiräume statt Vorprägung zu ermöglichen und gemeinsam veraltete Stereotype hinter uns zu lassen. Mit unseren bunten und zeitlosen Designs geben wir allen die Chance, sich zu entfalten.



Rebuy

Mit unserem Rücknahme- und Rebuykonzept übernehmen wir durch den zirkulären Ansatz nicht nur ökologische, sondern auch gesellschaftliche Verantwortung. Denn damit können wir nachhaltige Produkte auch für Menschen mit geringeren

finanziellen Ressourcen anbieten. Darüber hinaus bieten wir den ursprünglichen Käufer:innen durch die Rückerstattung eine langfristige Kalkulation – was gerade bei Kinderbekleidung nicht zu unterschätzen ist.

Black Friday

Black Friday ist durch aggressive Angebote und maximalen Konsum einer der umsatzstärksten Tage für den Handel. Zum wiederholten Mal haben wir der Konsumschlacht an diesem höchsten Feiertag des Kapitalismus den Rücken gekehrt und unseren Shop 24 Stunden für den regulären Verkauf geschlossen. Stattdessen gab es ausschließlich wiederaufbereitete Artikel, um auf bewussten Konsum aufmerksam zu machen.



Fashion Revolution Week

Die Fashion Revolution Week ist eine Art Mahnmal für eine fairere, nachhaltigere Bekleidungsindustrie. Daher nehmen wir jedes Jahr auf unseren Kanälen (an) teil, um die bedeutende Message dieser globalen Bewegung in die Welt zu tragen und den Wandel mitzugestalten.



08

**Team und
Zusammen-
arbeit**

Team

Grundwerte unserer Zusammenarbeit

- Agilität und Flexibilität im Denken und Handeln
- Vertrauen
- Wertschätzung individueller Bedürfnisse und Entwicklungen
- Transparente Kommunikation
- Mitbestimmung
- Raum und Zeit für Feedback & Kritik
- Rollen statt Positionen
- Einheitsgehalt



Wie wir arbeiten

Wir sind ein achtköpfiges Team, das mit unterschiedlichen Wochenstunden, selbstorganisiert und in flexibler Zeiteinteilung zusammenarbeitet. So versuchen wir für alle ein möglichst ausgewogenes Verhältnis zwischen (Privat-)Leben und Arbeit zu gewährleisten, das die verschiedenen Bedürfnisse und Lebenssituationen berücksichtigt.

Da wir die **individuelle persönliche Entwicklung** fördern möchten, versuchen wir eine möglichst hierarchiefreie Arbeitsatmosphäre zu schaffen, in der sich alle entsprechend ihrer Kompetenzen und Interessen einbringen können. Dafür organisieren wir uns in Rollen, um uns gedanklich nicht von vordefinierten hierarchischen Positionen begrenzen zu lassen.

Wir kommunizieren offen und diskutieren viel im Team, um keine Meinung ungehört zu lassen. Seit Beginn des Jahres arbeiten wir zusätzlich daran ein **Feedbacksystem** zu etablieren, das Raum für übergeordnetes Reflektieren der Zusammenarbeit, eigenen Rolle, Wünsche und Visionen schafft.

Vier mal im Jahr nehmen wir uns zusätzlich ein bis zwei Tage Zeit für sogenannte **Quartalsmeetings**, in denen wir abseits des Büros Metathemen beackern und das gesamte Team wieder in eine Richtung lenken. Hier geht es gern mal heiß her, aber beim abendlichen Ausklingen mit Espresso Martini, Apfelwein oder -Schorle liegen wir uns dann doch wieder friedfertig in den (digitalen) Armen.

Transparenz und **Wertschätzung** aller Fähig- und Fertigkeiten spiegelt sich auch in unserem **Gehaltssystem** wider: Wir haben ein Einheitsgehalt, das alle entsprechend ihrer Wochenarbeitsstunden ausgezahlt bekommen. Ende letzten Jahres stand auch ein Faktorsystem mit Grundgehalt im Raum, für unsere aktuelle Situation halten wir jedoch an der einheitlich Auszahlung fest. Damit möchten wir die individuellen Beiträge im Unternehmen gleichermaßen würdigen – unabhängig von Leistungsdruck, selbstgewählter Lebenssituation oder der reinen Bewertung nach Ausbildungsweg. Die Grundsicherung ist dabei natürlich immer gewährleistet.

09

**Pläne und
Ziele**



2022 Vision Pläne und Ziele

Wir haben bei und mit Manitober noch viel vor. Allem voran natürlich weiterhin mit unseren funky Produkten für viel gute Laune zu sorgen und den verrückten Fashion-Zirkus etwas nachhaltiger, fairer und cooler zu machen. Dafür wollen wir auch in diesem und all den nächsten Jahren nicht untätig bleiben. Deswegen haben wir uns folgende konkrete Ziele gesetzt, die sich zwar laufend ergänzen lassen, aber stets an unserer Mission orientiert sind. Wie gewohnt versuchen wir bei allem, was wir tun, die berühmte Komfortzone zu meiden.



Was wir vorhaben

● Nachhaltiges Banking

Viel zu lange vor uns hergeschoben, nun richtig in Bewegung gesetzt: Wir wechseln mit all unserer Geschäftskonten zu der GLS Bank, damit auch unser Geld Gutes tut!

● Lieferkettentransparenz

Mehr Klarheit über Herkunft und Zusammensetzung einzelner Rohstoffe und Fertigungsschritte – so komplex textile Produktionsketten auch sein mögen.

● Retouren minimieren

Ein fortlaufender Prozess für den wir unsere Größen optimieren und gerade für die Erwachsenenprodukte noch besser kommunizieren wollen.

● CO2 Kompensation

Kompensation ist zwar keine Lösung des ursprünglichen Problems, aber ein wirksames Instrument, um den eigenen Bestrebungen im Kampf gegen den Klimawandel etwas mehr gerecht zu werden. Bis wir eine bessere Vermeidungsstrategie etabliert haben, möchten wir eine freiwillige Kompensation des CO2 Ausstoßes der einzelnen Produkte möglich machen.

● Teamcoaching

Wir wachsen – quantitativ und dank der Gruppensessions mit unserer Coach Kathrin auch als Team immer weiter zusammen.

● Kapazitätenplanung

Eigenverantwortung in allen Ehren – aber niemand sollte sich allein auf weiter Flur fühlen. Daher schrauben wir an unseren internen Prozessen, Absprachen und der Arbeitsverteilung, damit diese nicht zur Belastung wird.

● Rücknahmekonzept ausbauen

Die Kreislauffähigkeit unserer Produkte stärken, den Rücknahmeprozess vereinfachen, mehr wiederaufbereitete Artikel anbieten – triple-win!

● Kompensation Dienstreisen

Konsequent die Klimawirkungen aller Dienstreisen kompensieren. Kompensieren heißt auf Portugiesisch übrigens Compensação.

● Neue Marktplätze erschließen

Noch mehr Menschen von unserer Vision überzeugen? Wir haben lange diskutiert, aber nun sagen wir: Let's do it!

DANKE - BYE!



Wir hoffen, dass euch unser erster Transparenzbericht gefallen hat – Respekt an alle, die hier angekommen sind! Danke für eure Neugierde und euer Interesse an Manitober.

Wir freuen uns immer über Fragen, Kritik und Anregungen an service@manitober.de

Over and out!

Impressum

Die Umsetzung dieses Transparenzberichts wurde von allen Mitarbeiter:innen bei Manitober mit Informationen, Daten und konstruktiver Kritik unterstützt.

Verantwortlich für die Inhalte ist die Manitober GmbH.

Interne Realisierung: Lea Gries

Design: Atelier Disko

Fotocredits:

Janine Meyer: S. 4, 20, 31, 41, 47

Melina Mörsdorf: S. 10, 34

Christine Brandl: S. 15, 36 (Edit: intern), 49

Pauline Fuhr: S. 39

Claudia Schröder: S. 27, 42

Die restlichen Fotos sind Eigentum der Manitober GmbH. Alle Rechte vorbehalten.

MANITOBER wird vertreten durch:

Manitober GmbH

Markusstraße 4

D-20355 Hamburg

Geschäftsführer/Managing Director: Marcus Kraft

Amtsgericht/Court Hamburg HRB 147737

Hamburg, April 2022