



MARCCAIN

RETHINK TOGETHER

FÜR MEHR NACHHALTIGKEIT

NACHHALTIGKEITS-
BERICHT 2024

Liebe Leserinnen und Leser,

2024 war ein Jahr der Gegensätze. Globale Unsicherheiten, wirtschaftlicher Druck und die spürbaren Folgen des Klimawandels haben einmal mehr gezeigt, wie fragil bestehende Strukturen sein können – und wie wichtig verantwortungsvolles Handeln ist. Für uns bei Marc Cain war dieses Umfeld jedoch nicht nur Herausforderung, sondern auch Antrieb.

Trotz dieser Widrigkeiten konnte sich Marc Cain erfolgreich am Markt behaupten und wichtige strategische Impulse setzen. Mit unserem Einstieg ins Sportsponsoring beim Porsche Tennis Grand Prix in Stuttgart haben wir neue Zielgruppen erschlossen und unsere Markenpräsenz gestärkt. Mit der Einführung des neuen Labels Glam konnten wir unser Portfolio erweitern und neue Akzente setzen. International haben wir unsere Präsenz ausgebaut – mit einem neuen Store in Madrid, der Eröffnung eines Showrooms in New York sowie neuen Onlineshops für Dänemark, Schweden, Norwegen, Luxemburg, Kroatien, Griechenland, Rumänien und Bulgarien.

Gleichzeitig war 2024 ein entscheidendes Jahr für unsere Weiterentwicklung im Bereich Corporate Responsibility. Ein Schwerpunkt lag auf der Durchführung der Wesentlichkeitsanalyse gemäß den Anforderungen der Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD). Parallel dazu haben wir neue Prozesse zur strukturierten Datenerhebung aufgebaut und unternehmensweit Schnittstellen etabliert, um Transparenz, Verlässlichkeit und Effizienz im Nachhaltigkeitsreporting weiter zu erhöhen.

Im Bereich Social Compliance konnten wir durch eine intensiverte Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten sowie durch die Einführung neuer Prozesse deutliche Fortschritte erzielen. Es ist uns gelungen, die Transparenz in unserer Lieferkette weiter auszubauen und konkrete Verbesserungen bei unseren Partnern anzustoßen. Diese Entwicklungen bestärken uns in unserem Anspruch, Verantwortung entlang der gesamten Wertschöpfungskette zu übernehmen.

2024 war zweifellos wieder ein herausforderndes Jahr. Aber mit einem klaren Bekenntnis zu Nachhaltigkeit, Transparenz und Innovation gehen wir gestärkt in die Zukunft und sind entschlossen, unseren Beitrag für eine nachhaltigere und resiliente Wirtschaft zu leisten. Nachhaltigkeit verstehen wir dabei nicht als Verpflichtung, sondern als integralen Bestandteil unserer unternehmerischen Haltung.

Ihr



Helmut Schlotterer

Vorsitzender der Geschäftsführung, Gründer und Inhaber



INHALT

VORWORT	02
ÜBER DIESEN REPORT	04-07
Nachhaltigkeitsmanagement	
MARC CAIN – DAS UNTERNEHMEN	08-16
Wertschöpfungskette Unternehmen Marc Cain in Zahlen Hauptsitz in DE	
PRODUKT	17-36
Materialien Material Benchmark Innovation Schadstofffreie Produkte Rethink Together Ziele	
SUPPLY CHAIN	37-49
Lieferkette Beschaffungsmodelle Produktionsländer Social Compliance Prozess Ziele	
UMWELT	50-69
Energie und Emissionen Ressourcennutzung und Kreislaufwirtschaft Verpackungsmaterialien Wasser Ziele	
STAKEHOLDER	70-78
Stakeholder Mitarbeiter Zusammenarbeit mit Organisationen Gesellschaftliches Engagement Nachhaltigkeitskommunikation Ziele	
ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS	79-80
CSRD ZURORDNUNG	81-84

ÜBER DIESEN REPORT

Der vorliegende, am 30.04.2026 veröffentlichte Bericht für das Geschäftsjahr 2024, ist in den Grundzügen auf die EU-Vorgabe zur Nachhaltigkeitsberichtserstattung ausgerichtet. Noch während der Erstellung hatte sich abgezeichnet, dass Marc Cain nicht mehr die Relevanzkriterien erfüllt, nach denen das Unternehmen berichtspflichtig wäre. Ebenso unterliegt Marc Cain nicht dem Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz. Dennoch publizieren wir weiterhin unsere nachhaltigkeitsbezogenen Aktivitäten jährlich in Form eines Nachhaltigkeitsberichts auf freiwilliger Basis. Dieser Bericht unterliegt keiner externen Prüfung. Der Report wird von der Marc Cain Geschäftsführung verantwortet und wurde von der Abteilung Corporate Responsibility erstellt.

Das Streben nach guten Arbeitsbedingungen in unserer Wertschöpfungskette, nach Einhaltung des Tierwohls und nach Erhalt der Umwelt ist ein fortlaufender Prozess, auch um für Marktanforderungen und für die Erfordernisse der Zukunft gut gerüstet zu sein. So entwickeln wir unsere Nachhaltigkeitsstrategie weiter, definieren Ziele und Maßnahmen.

Der Bericht basiert auf Daten und Fakten, die in den unterschiedlichen Fachabteilungen erhoben wurden. Der Berichtszeitraum umfasst die Periode vom 01.01. bis 31.12.2024. In den folgenden Kapiteln berichten wir über Entwicklungen und Fortschritte im Rahmen unserer vier Handlungsfelder Produkt, Supply Chain, Umwelt und Stakeholder.

Der Report umfasst alle Geschäftseinheiten der Marc Cain GmbH. Auch im Jahr 2024 haben wir weitere Fortschritte erzielt hinsichtlich einer systematischen, umfänglichen und prozessoptimierten Datenerfassung. Dies zeigt sich nicht nur bei den Kennzahlen bezüglich unserer Materialien und Lieferanten, sondern ganz deutlich bei den Kennzahlen im Kapitel Umwelt.

Um Missverständnisse zu vermeiden, wollen wir an dieser Stelle darauf hinweisen, dass wir bei allgemeinen Begriffen, wie „umweltschonend“, „nachhaltiger“, „umweltfreundlich“ o. ä. keinen Perfektionsanspruch implizieren möchten. Hierbei handelt es sich in keinem Fall um eine perfekte nachhaltige Lösung, sondern um einen Schritt in Richtung mehr Nachhaltigkeit. Außerdem gelten sämtliche Personenbezeichnungen ausdrücklich gleichermaßen für alle Geschlechter.

Für Fragen und Anregungen wenden Sie sich jederzeit gerne an unser CR-Team:

sustainability@marc-cain.de

NACHHALTIGKEITSMANAGEMENT BEI MARC CAIN

Marc Cain nimmt die Erfüllung seiner Sorgfaltspflichten ernst, deshalb ist der Nachhaltigkeitsgedanke seit langem Bestandteil des Handelns bei Marc Cain. Dazu gehört der verantwortungsvolle Umgang mit Materialien, die Nutzung von erneuerbaren Energien, sowie Innovationen und Abfallvermeidung durch entsprechende Technologien.

Die Geschäftsführung hat im Februar 2019 die Abteilung Corporate Responsibility initiiert, ist aber weiterhin mitverantwortlich für die Überwachung und Koordination des Nachhaltigkeitsmanagements und der Auswirkungen des Unternehmens auf Umwelt und Gesellschaft unter Einbeziehung wirtschaftlicher Aspekte. Die Abteilung Corporate Responsibility definiert zentrale nachhaltigkeitsbezogene Strategien und Ziele in Abstimmung mit der Geschäftsführung.

Unser Ziel ist ein ganzheitliches Nachhaltigkeitsmanagement, um unseren Nachhaltigkeitsanspruch systematisch und langfristig zu realisieren. Wir wissen, dass es sich bei Nachhaltigkeit um einen Prozess handelt, der nicht von heute auf morgen vollendet werden kann, sondern kontinuierliche Verbesserung erfordert.

Dabei orientieren wir uns u.a. an den Leitsätzen der Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD), der Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte der Vereinten Nationen und den Normen der International Labour Organization (ILO). Darüber hinaus sind wir bestrebt, durch unser Handeln auf einige der Sustainable Development Goals (SDGs) der Vereinten Nationen einzuzahlen. Beim Thema Tierschutz beziehen wir uns auf das Fünf-Domänen-Modell der Tierschutzorganisation Vier Pfoten.

Unser Nachhaltigkeitsmanagement ist risikobasiert

Unsere Maßnahmen und Aktivitäten zielen darauf ab, ökologische und menschenrechtliche Risiken entlang unserer Wertschöpfungskette zu minimieren und gegebenenfalls bei Missständen Abhilfe zu schaffen. Um zu ermitteln, welche Nachhaltigkeitsthemen für Marc Cain besonders relevant sind, haben wir eine sogenannte Wesentlichkeitsanalyse durchgeführt. Dabei werden unterschiedliche Nachhaltigkeitsaspekte entlang der Wertschöpfungskette entsprechend der Relevanz und Schwere der Auswirkung auf interne und externe Stakeholder bewertet. Entscheidend sind die Eintrittswahrscheinlichkeit sowie unsere Möglichkeit der Einflussnahme. Bei Themen mit einem potenziell hohen Risiko wird geprüft, ob bereits Maßnahmen ergriffen wurden, die das Risiko reell minimieren, so dass solche Themen zwar im Auge behalten werden müssen, aber aktuell keine hohe Priorität haben.

Im Jahr 2024 haben wir wieder eine Wesentlichkeitsanalyse durchgeführt mit Hinblick auf die doppelte Wesentlichkeit, um zu überprüfen, ob sich Risiken geändert oder sich neue ergeben haben. Dabei haben wir positive und negative Auswirkungen betrachtet, die wir durch unsere Geschäftsaktivitäten auf Mensch, Umwelt und Tier haben. Parallel wurden aber auch finanzielle Risiken und Chancen bewertet, die auf Marc Cain treffen können. Die Ergebnisse dieser Wesentlichkeitsanalyse wurden von externen Wirtschaftsprüfern anerkannt.

Aspekte, die im Rahmen der Analyse als wesentlich identifiziert wurden und die wir für uns höher priorisiert haben, sind im Bereich Umwelt, Klimawandel, Umweltverschmutzung, Wasser- und Meeresressourcen sowie Ressourcennutzung und Kreislaufwirtschaft. Im Bereich Sozial sind neben unserer eigenen Belegschaft auch die Arbeitskräfte in der Wertschöpfungskette sowie betroffene Gemeinschaften als wesentlich zu betrachten. Ein weiterer relevanter Bereich unserer Unternehmenspolitik ist der Tierschutz.

Unser Nachhaltigkeitsmanagement nimmt diese Aspekte in den Fokus und zielt darauf ab, Transparenz zu schaffen und wenn nötig Abhilfemaßnahmen zu ergreifen. Unsere Aktivitäten lassen sich grob in vier Bereiche unterteilen: Produkt, Supply Chain, Umwelt und Stakeholder. Diese werden in den folgenden Kapiteln näher vorgestellt.

Unter Betrachtung unseres Geschäftsmodells und dessen Auswirkungen haben wir die SDGs herangezogen und unsere Aktivitäten zur Verringerung der Auswirkungen zugeordnet. Die Sustainable Development Goals (SDGs) der Vereinten Nationen stellt die Agenda für eine nachhaltige Entwicklung dar. Sie wurde im Jahr 2015 verabschiedet und alle 193 Länder der Vereinten Nationen haben sich zur Umsetzung verpflichtet. Der politische Handlungsrahmen soll bis zum Jahr 2030 umgesetzt sein. Die Agenda enthält mit 17 Zielen, 169 Unterzielen und 232 Indikatoren eine große Bandbreite an Themen. Unter anderem zu Bekämpfung von Armut, Ungleichheit, Klimawandel, Schutz der Menschenrechte und Förderung von Frieden.

Durch ihr Handeln können Unternehmen Einfluss auf zumindest einen Teil dieser Ziele nehmen. Basierend auf unseren Aktivitäten und deren sozialen wie ökologischen Auswirkungen haben wir geprüft, auf welche der Sustainable Development Goals (SDGs) Marc Cain mit seinen Zielen und Commitments Einfluss nehmen kann.

6 SAUBERES WASSER UND SANITÄR-EINRICHTUNGEN



Ohne Wasser kein Leben. Sauberes Trinkwasser ist elementar wichtig für das Leben auf der Erde.

Wir als Bekleidungsunternehmen sind in unserer Wertschöpfungskette auf Wasser angewiesen. Beim Anbau pflanzlicher Fasern und der Versorgung von Tieren, von denen wir tierische Materialien gewinnen, aber besonders durch Prozesse wie Färben, Gerben, Waschen, wird viel Wasser benötigt. Ebenso verbrauchen wir als Endverbraucher Wasser für die Reinigung der Bekleidung. Um die Wasserqualität zu verbessern, streben wir bei allen Prozessschritten eine Vermeidung der Freisetzung gefährlicher Chemikalien an.

8 MENSCHENWÜRDIGE ARBEIT UND WIRTSCHAFTSWACHSTUM



Neben unserem eigenen Produktionsstandort in Deutschland, beschaffen wir Produkte und Dienstleistungen in Europa, Asien und Nordafrika. In vielen dieser Länder herrschen andere Arbeitsbedingungen als in Deutschland. Wir sehen es als unsere Verantwortung, auch dort die Einhaltung der Menschenrechte sicherzustellen. Dabei steht das Verbot von Kinderarbeit und Zwangsarbeit an erster Stelle. Darüber hinaus ergreifen wir diverse Maßnahmen, um die Rechte und Gesundheit der Arbeitenden nicht nur am eigenen Standort, sondern auch bei unseren Lieferanten zu schützen.

10 WENIGER UNGLEICHHEITEN



Unsere Lesart dieses Zieles ist, dass wir für uns selbst Diskriminierung im beruflichen Kontext vermeiden und auch bei unseren Partnern darauf hinwirken, dass die Arbeitenden nicht aufgrund von z. B. Alter, Geschlecht, Behinderung, Ethnizität, Herkunft oder Religion diskriminiert werden.

12 NACHHALTIGE/R KONSUM UND PRODUKTION



Dieses Ziel umfasst mehrere Themengebiete, denen wir uns verschrieben haben: Für unsere Produkte, die gefärbt, gegerbt, gewaschen und für die auch Rohstoffe angebaut werden, streben wir nach einem umweltverträglichen Umgang mit Chemikalien. Wir wollen sie langlebig gestalten und Ressourcen schonen, auch indem wir darauf achten, Abfall zu verringern oder sogar zu vermeiden. Nicht nur durch unsere jährlichen Nachhaltigkeitsberichte, sondern auch durch unsere Website oder unsere Magazine wollen wir unsere Kundinnen zu Rohstoffgewinnung oder Produktionsverfahren informieren.

13 MASSNAHMEN ZUM KLIMASCHUTZ



Am eigenen Standort bemühen wir uns durch Stromsparmaßnahmen, Nutzung erneuerbarer Energien und Vermeidung von textilen Abfällen, das Klima zu schützen. Wir setzen immer mehr auf recycelte Materialien und motivieren unsere Lieferanten, in ihren Produktionsstätten Maßnahmen zum Klimaschutz zu ergreifen. Aktuell sind wir in der Entwicklung, um unseren Carbon Footprint valide zu bestimmen und von da ausgehend weitere Ziele zu setzen.

14 LEBEN UNTER WASSER



Diverse Chemikalien können einen Einfluss auf die Erhaltung von Organismen und Fischen in den Meeren haben. Durch strikte Vorgaben zu deren Einsatz wollen wir den negativen Einfluss minimieren.

Mit unseren neuen Zielen hinsichtlich Kunststoffverpackungen gehen wir einen ersten Schritt, um die Verbreitung von Mikroplastik einzudämmen.

15 LEBEN AN LAND



Beim Einkauf von Papier und Holz, aber auch zumindest einem Teil unserer Baumwolle, achten wir darauf, zertifizierte Materialien zu verwenden, bei deren Rohstoffgewinnung Wälder und Böden nachhaltig bewirtschaftet werden. Das Verbot zum Handel mit Materialien von geschützten Tieren ist Bestandteil unserer Lieferverträge. Marc Cain setzt nur tierische Materialien ein, die von domestizierten Tieren stammen bzw. ein Nebenprodukt der Fleischindustrie sind.



Marc Cain – Das Unternehmen

MARCCAIN

UNSERE WERTSCHÖPFUNGSKETTE

Als global agierendes Unternehmen verkaufen und produzieren wir international. Gleichzeitig bleiben wir mit unserer eigenen Produktion am Standort Deutschland unseren Wurzeln treu.

Von unseren Lieferanten beziehen wir teilweise fertige Ware, aber fast zur Hälfte auch Rohware, wie Stoffe und Garne, die wir selbst weiterverarbeiten oder verarbeiten lassen. Im Unterschied zum reinen Bezug von Fertigware haben wir so eine größere Transparenz hinsichtlich der Wertschöpfungskette unserer Produkte, denn wir kennen nicht nur unsere Konfektionäre, sondern auch unsere Stoff- und Garnlieferanten persönlich. Aufgrund der eigenen Expertise arbeiten unsere erfahrenen Fachkräfte vor Ort auf Augenhöhe mit unseren Lieferanten an nachhaltigeren Lösungen, die unsere Design- und Qualitätsansprüche erfüllen.

Diese zwei unterschiedlichen Beschaffungswege lassen sich unter den Begriffen „Handelsware“ und „passive Lohnveredelung“ (PLV) zusammenfassen. Alle Prozesse der Produktentwicklung, wie die Beschaffungsaktivitäten oder das Produktdesign, werden aus dem Headquarter in Bodelshausen gesteuert. Beim Beschaffungskanal PLV liegt der Entwicklungs- und Designprozess in Bodelshausen und bei der Handelsware wird der Lieferant in die Entwicklung miteinbezogen.



Handelsware:

Produkte, die in fertigem Zustand bezogen und verkauft werden. Die Produktentwicklung erfolgt in enger Abstimmung zwischen Marc Cain und den Lieferanten. Insbesondere für Denim legt Marc Cain häufig langjährige Stofflieferanten fest, mit denen unsere Handelswarenlieferanten anschließend zusammenarbeiten.

Passive Lohnveredelung:

Bei der PLV werden Rohwaren, wie Stoffe oder Garne, eingekauft und an unserem eigenen Produktionsstandort in Deutschland oder bei Lohnkonfektionären weiterverarbeitet und veredelt.

Wertschöpfungsketten sind komplex und global verzweigt. Im Folgenden zeigen wir eine vereinfachte Abbildung unserer Wertschöpfungskette, für deren Auswirkungen auf Tier, Umwelt und Gesellschaft wir ganzheitlich Verantwortung übernehmen.

Rohstoffanbau und -gewinnung
(Anbau, Ernte, Erzeugung)

Rohstoffverarbeitung
(Spinnen, Weben, Färben,
Waschen, Drucken, etc.)

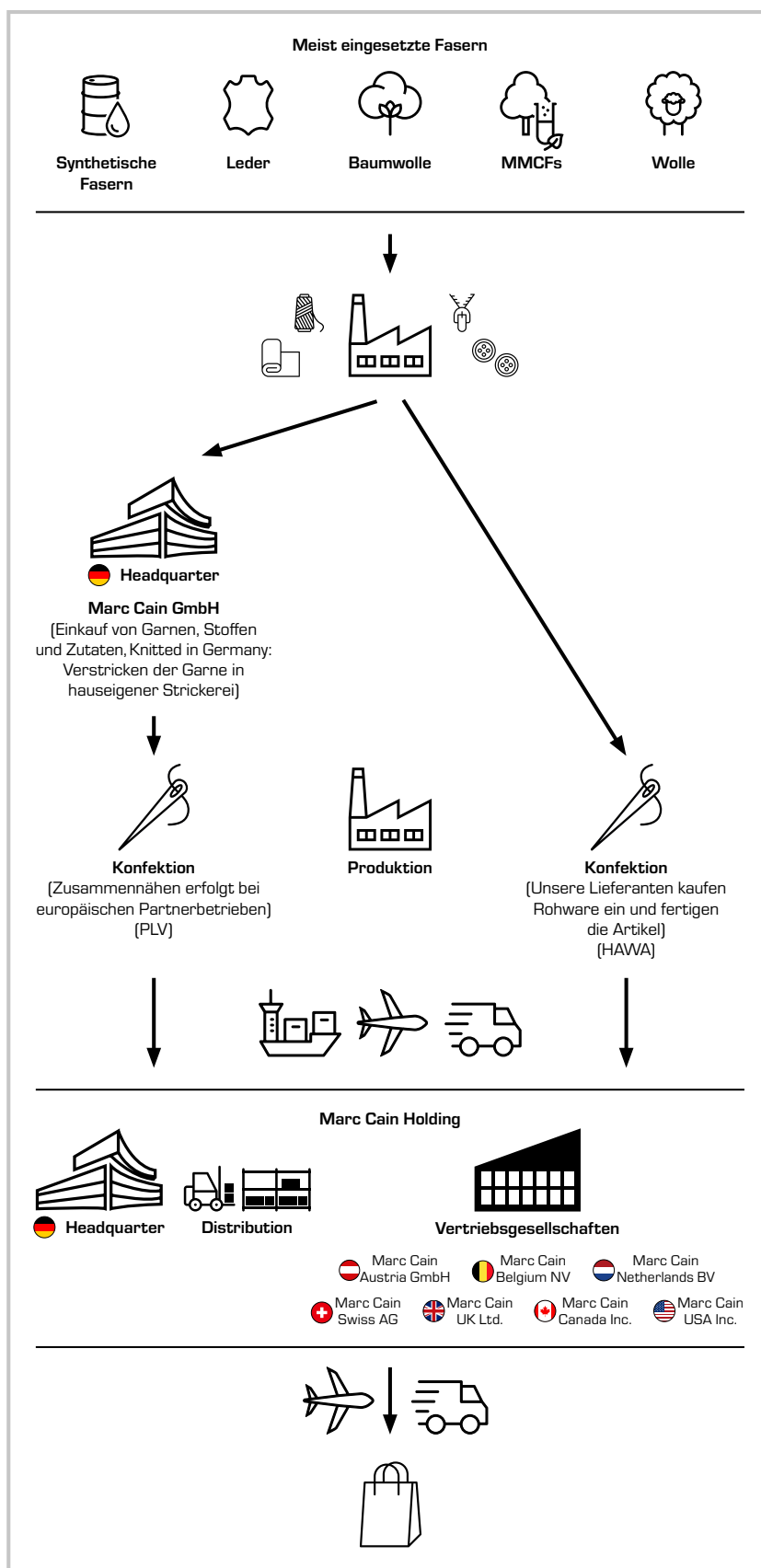
Herstellung der fertigen Artikel
(Zuschneiden,
Zusammennähen/-fügen)

Transport

Logistikzentrum
(Wareneingang, Lager,
Versand)

Transport

Vertrieb
Handelskunden, Online-Platt-
formen, eigene Vertriebskanäle
(stationär und online)



Die Marc Cain GmbH ist eine 100 % Tochter der Marc Cain Holding GmbH.

Die Marc Cain Stiftung ist an der Marc Cain Holding GmbH beteiligt.

DAS UNTERNEHMEN

Das international erfolgreiche Modeunternehmen Marc Cain wurde 1973 von Helmut Schlotterer, dem Vorsitzenden der Geschäftsführung und Inhaber, gegründet. Heute ist Marc Cain eine weltweit operierende Premium-Marke für Damenmode mit eigenem Produktionsanteil in Deutschland. Seit inzwischen 50 Jahren kreieren wir mit Leidenschaft, Hingabe und Liebe zum Detail einzigartige Mode in Deutschland. Dazu gehören eindrucksvolle Strick-Highlights, außergewöhnliche Muster und brillante Farben. In vier Kollektionen im Jahr werden Damenoberbekleidung sowie Schuhe und Taschen unter den Labels Marc Cain Collections, Sports, Glam, Pants, Essentials und Additions angeboten. Vom Stammsitz Bodelshausen aus betreut die Marc Cain GmbH das globale Geschäft. Über unsere zahlreichen Stores, Wholesalepartner sowie unseren Onlineshop erreichen wir Kunden auf der ganzen Welt.

MARC CAIN IN ZAHLEN



986 Mitarbeiter
729 weiblich
257 männlich
216 in Teilzeit
48 in Elternzeit
57 Auszubildende
 und Praktikanten



142 Marc Cain Stores
 in 27 Ländern
355 Shop-in-Stores
281 Depotkunden
4 Marc Cain Outlets
17 Showrooms
772 gehobene
 Fachhandelsgeschäfte
 in 42 Ländern



65 % der Führungs-
 kräfte sind weiblich



Das Durchschnitts-
 alter der Mitarbeiter
 beträgt **45 Jahre***.
 Die Betriebszuge-
 hörigkeit beläuft sich
 auf durchschnittlich
 ca. **11 Jahre**.



**Eigene Produktion
 in Bodelshausen,**
 Deutschland, sowie in
 13 Produktionsländern



Seit 2020
 Nachhaltigkeitslabel:
 „Rethink Together“



Seit 2020
 Qualitätslabel:
 „Knitted in Germany“

* ohne USA, Canada und UK

MARC CAIN – UNSER HAUPTSITZ IN DEUTSCHLAND

Höchste Ansprüche in jedem Bereich unseres Unternehmens bestimmen die Marc Cain Firmenpolitik. Dazu gehören der hohe Anspruch an die Qualität unserer Produkte, sowie deren Fertigung unter Berücksichtigung ökologischer und sozialer Aspekte. Innovation durch Forschung und Entwicklung ist elementarer Teil unserer DNA, der es uns ermöglicht, unseren Nachhaltigkeits- mit unserem Qualitätsanspruch für das perfekte Produkt zu vereinen. Über die hierfür benötigte Expertise verfügen wir an unserem Standort Bodelshausen, an dem Kernprozesse gesteuert werden und wo wir heute noch selbst produzieren. Neben der Verwaltung befinden sich am Stammsitz Bodelshausen unsere eigene Produktion für Strickwaren mit Ausrüstung, Druckerei, Nähsaal, unser eigenes Labor für Qualitätsprüfungen, eine eigene Schreinerei, das Logistikzentrum sowie ein Outlet.

Unsere Strickerei

Von allen Strickartikeln wurden im Jahr 2024 **72 %** (2023: 64 %) an unserem Headquarter gestrickt. Diese Produkte labeln wir mit „Knitted in Germany“.



In unserem Strickpark, der zu den modernsten und innovativsten in Europa zählt, verstricken wir die Garne auf hochmodernen Flach- sowie Rundstrickmaschinen und veredeln die gestrickten Kollektionsteile in Ausrüstungsprozessen. Die komplexe Arbeit an den Strickmaschinen erfordert viel Fachwissen – daher setzen wir auf unsere erfahrenen Stricktechniker. Sie entwickeln laufend neue Programme für unsere Maschinen, sodass unsere Strickteile nach dem neuesten Stand der Technik gefertigt werden.

Eine hauseigene Spulerei und Zwirnerei befähigen Marc Cain, individuelle Garnkreationen herzustellen. Zudem können wir fehlerhafte Strickteile wieder aufziehen, sodass das Garn erneut verstrickt werden kann.

Unsere hochmodernen Rundstrickmaschinen sind mit einer variablen Arbeitsbreite ausgestattet. Je nach Konfektionsgröße können wir die Ware breiter oder schmaler stricken. Das führt zu weniger Verschnitt und geringerem Materialverbrauch.

Durch die neue Technologie dieser Maschinen können mehr individuelle Designs realisiert werden. Ebenso eröffnet sich die Möglichkeit, Jacquardmuster auf beiden Warensseiten sowie Säume und Bündchen in unterschiedlichen Varianten zu stricken oder sogar Plisse-Effekte zu erzielen.

Die Rundstrickmaschinen verfügen über einen speziellen Filtercreel, der sämtlichen Flaum absaugt und somit die Verschmutzung am gestrickten Kleidungsstück verhindert. Zudem wird die Staubbelastung für die Mitarbeiter enorm reduziert, was die Arbeitsqualität erheblich verbessert.



Auf unseren zahlreichen Flachstrickmaschinen stellen wir zum einen Produkte im Ganzen her und zum anderen Einzelkomponenten, die bei unseren europäischen Partnern zusammengefügt werden.

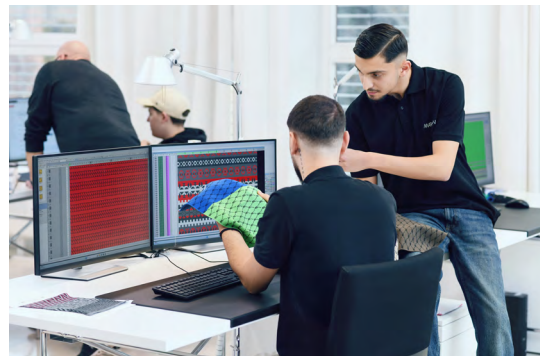
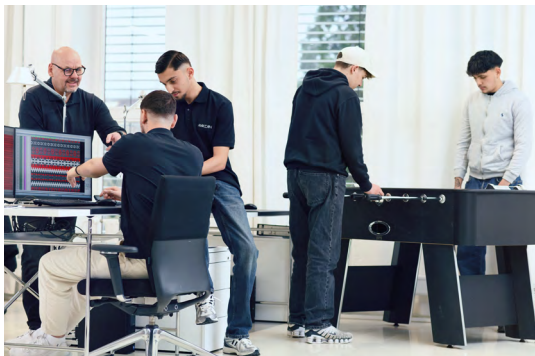
Die im Ganzen gestrickten Artikel, die sich auch „Knit-&Wear“ nennen, werden mit unserem 3D-Strickverfahren am Standort Deutschland in nur einem Stück komplett ohne Nähte gestrickt. Das heißt, die Maschinen sind dank modernster Technik in der Lage, in nur einem Arbeitsgang ein fertiges Kleidungsstück zu produzieren. Ganz zum Schluss müssen tatsächlich nur zwei Fäden vernäht werden, der Anfang und das Ende. Es entsteht praktisch kein Garnabfall.

Hierfür beschaffen wir die Garne direkt. Alle weiteren Herstellungsschritte – Zwirnen – wenn notwendig, Stricken, Drucken, Ausrüsten, Fertigstellen nehmen wir auch bei uns am Standort Bodelshausen vor. Dies trifft auf 7 % (2023: 8 %) der Strickwaren zu.

Auch bei den Produkten aus den gestrickten Einzelkomponenten – den sogenannten Fully-Fashion Strickteilen – fällt kaum textiler Abfall an. Die einzelnen Komponenten wie Ärmel, Vorder- und Rückteil werden bereits in der finalen Form gestrickt. Nach dem Stricken verschicken wir die einzelnen Teile an unsere Konfektionäre, die sie zusammennähen. 11 % aller unserer Strickteile sind so gefertigt.

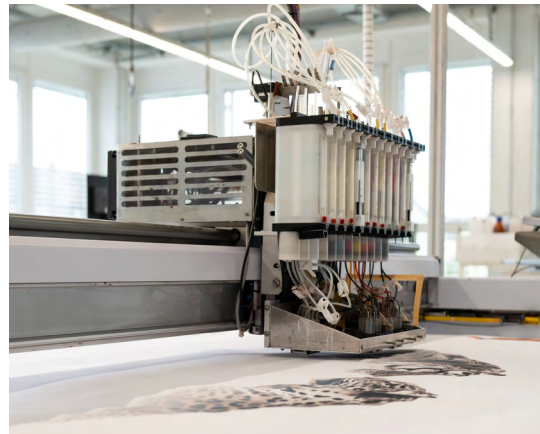


Strick ist unsere Leidenschaft. Damit wir auch weiterhin hochwertige und innovative Produkte anbieten können, haben wir im Jahr 2024 ein modernes Stricklabor eingerichtet, in dem unsere Auszubildenden das fachspezifische Wissen zum Stricken lernen und vertiefen können.



Unsere Näherei

In der Näherei fertigen wir zum einen Zuschnitte, Prototypen, Muster und Trageversuchsteile sowie kleine Aufträge. Verarbeitet werden Maschenwaren, Jersey und Webwaren. Zum anderen bereiten wir Produktionsteile, die durch unsere strenge Qualitätskontrolle gefallen sind, auf. Die Prototypen sind die Basis für die spätere Verarbeitung in der Serienproduktion. Gleichzeitig ermöglicht dieser Produktionsschritt eine realistische Kalkulation der Arbeitszeit und damit eine faire Verhandlungsbasis mit unseren Lieferanten. Von Beginn an hat sich das Unternehmen die Kompetenz für den Konfektionsprozess selbst erarbeitet und bis heute auf höchstem Niveau gehalten. Dies war nur durch die stetige Weiterentwicklung und Investitionen in die einzelnen Abteilungen möglich. Daher investiert Marc Cain mit der Ausbildung zum Modeschneider, der Betreuung von Bachelor- und Masterarbeiten und Praktika ganz gezielt in den Nachwuchs.



Unsere Druckerei

Bereits seit vielen Jahren wird im Headquarter von Marc Cain in Bodelshausen digital gedruckt. Neben dem Inkjetverfahren wenden wir auch das Siebdruckverfahren an. Die Designer erstellen die Bilddaten für die Druckentwürfe und leiten sie an die hausinterne Druckerei weiter. Das reine Druckverfahren für ein kleines, platziertes Motiv auf einem T-Shirt dauert etwa zwei Minuten. Für einen Allover Druck auf Vorderteil, Rückenteil und Ärmel einer Jacke benötigen wir ungefähr 14 Minuten. In speziellen Anlagen werden die Drucke dann noch fixiert, gewaschen und getrocknet.

Dass dieser gesamte Prozess unter einem Dach stattfindet, hat enorme Vorteile. Die Designer haben die Möglichkeit, in sehr kurzer Zeit viele unterschiedliche Druckmotive zu entwerfen und auszuprobieren, um diese in der Kollektion optimal anzupassen. Nach Fertigstellung aller Arbeitsgänge kann ein bedruckter Artikel mit kleinem Motiv innerhalb von etwa 90 Minuten vorliegen. Diese Drucktechniken bieten uns viel Flexibilität und Schnelligkeit in der Produktion, da Transportwege zu externen Druckereien entfallen.

Unser Logistikzentrum

Im November 2015 hat das größtenteils automatisierte Marc Cain Logistikzentrum am Standort Bodelshausen den Betrieb aufgenommen. Das Bauwerk beherbergt einen 4-geschossigen Funktionsbau für Büros, Lager, Technik, Verpackung und Qualitätssicherung. Direkt daneben befinden sich der Lagerbau für Versandvorbereitung, ein Shuttlelager für Liegware sowie ein Hängewarenlager, das sich über vier Ebenen erstreckt. Über unser Logistikzentrum wird auch der Online-Versand abgewickelt.



Unsere Interior-Abteilung

Im Jahr 2007 haben wir unsere hausinterne Interior-Abteilung, inklusive einer eigenen Schreinerei mit Lager, gegründet.

Neben der Planung und Projektkoordinierung von Eröffnungen eigener Marc Cain Stores, Shop-in Shop Flächen, Outlets, Showrooms, saisonaler Events und Window Campaigns entwickeln wir eigene Store- und Büromöbel. Einen großen Teil der Möbel fertigen wir selbst in unserer Schreinerei. Die Materialien stammen hauptsächlich aus Deutschland.

Die Shopkonzepte haben wir so entwickelt, dass Design-Aktualisierungen möglich sind, die Ausstattung repariert und somit wieder neu aufbereitet werden kann – wir nennen es „Recycling-Design“.

Die Beleuchtung ist überwiegend in LED-Technik und die verbleibenden alten Leuchten werden sukzessive so umgerüstet, dass die Gehäuse ressourcenschonend erhalten bleiben und nur die Technologie getauscht wird.

Bislang hat unsere Interior-Abteilung 35 Marc Cain Stores, 4 Outlets, etwa 100 Franchiser sowie ungefähr 340 Shop-in-Stores geplant und ausgestattet.





Wir haben uns verbessert:
Im Branchenvergleich "**Material Change Index**"
von Textile Exchange
haben wir die zweithöchste Stufe "**Scaling**" erreicht

UNSER PRODUKT – DAS HERZSTÜCK VON MARC CAIN

Die Artikel, die wir herstellen, sind das Herzstück unserer Marke. Viele unserer Anstrengungen in Bezug auf eine bessere Umweltverträglichkeit und für den Schutz des Tierwohls sind hier direkt zu erkennen. Wir orientieren uns an Konzepten zur Kreislaufwirtschaft, verwenden immer mehr nachhaltigere Materialien, achten auf Einhaltung strenger Chemikalienvorgaben und streben nach innovativen Produktentwicklungs- und Produktionsprozessen. All diese Themenbereiche sind Teil des Produkts und werden dort auch für unsere Kundin sichtbar und erlebbar.

Wir sind auf einem guten Weg, einige der Ziele, die wir uns im Materialbereich gesetzt und im letzten Jahr erweitert haben, planmäßig und termingerecht zu erreichen.

UNSERE MATERIALAUSWAHL

Für unsere hochwertigen Produkte verwenden wir verschiedene Fasern und Materialien. Jede Faser- oder Materialart erfüllt dabei ihren ganz besonderen Nutzen und weist spezifische technische Eigenschaften auf. Die Mengen der in unseren Hauptmaterialien enthaltenen Faserarten werden jährlich nach Gewicht auf Rohwarenebene erhoben.

Bei der Erhebung unserer Daten berücksichtigen wir die sogenannten „Faser Umwandlungs- oder Verlustfaktoren“ der Organisation Textile Exchange. Somit versuchen wir eine Annäherung an die ursprünglich erzeugte Rohstoffmenge, bevor sie weitere Produktions- und Bearbeitungsschritte durchläuft.

Wie die folgende Tabelle zeigt, sind Synthefasern weiterhin unsere Hauptfasern. Leder schiebt sich bezogen auf das ursprüngliche Rohwarengewicht auf den zweiten Platz. Hierbei ist zu berücksichtigen, dass Leder generell schwerer ist und auch hohe „Faser Umwandlungs- oder Verlustfaktoren“ aufweist – gerade in der Oberbekleidung.



Welche Fasern kamen im Jahr 2024 in unseren Kollektionen zum Einsatz im Vergleich zu den Jahren 2022 und 2023?

	2022 in t	2023 in t	2024 in t	2024 in kg
Synthetische Fasern	503 t (34 %)	608,5 t (37 %)	609,7 t (31 %)	609.687 kg
Leder/Fell¹	160 t (11 %)	183,2 t (11 %)	456,7 t (23 %)	456.703 kg
Baumwolle	384 t (26 %)	405,7 t (24 %)	416,2 t (21 %)	416.234 kg
MMCFs	150 t (10 %)	226,9 t (14 %)	226,4 t (11 %)	226.438 kg
Wolle	233 t (16 %)	199,0 t (12 %)	233,3 t (11 %)	223.268 kg
Leinen	24 t (2 %)	25,5 t (2 %)	24,2 t (1 %)	24.211 kg
Seide	16 t (1 %)	12,8 t (1 %)	19,6 t (1 %)	19.642 kg
Ramie	2,3 t (< 1 %)	1,2 t (< 1 %)	1,0 t (< 1 %)	1.029 kg
Sonstige Fasern	0,2 t (< 1 %)	0,1 t (< 1 %)	0,6 t (< 1 %)	597 kg
Metallische Fasern	1,6 t (< 1 %)	0,9 t (< 1 %)	0,0 t (0 %)	0 kg
Gesamt	1.474 t (100 %)	1.664 t (100 %)	1.978 t (100 %)²	1.977.810 kg

Im Jahr 2024 haben wir verstärkt an einer effizienteren Datengewinnung durch digital unterstützte Auswertungssysteme sowie an der Verbesserung der Datenqualität gearbeitet. Zudem umfasst die erfasste Ledermenge nun neben Bekleidung auch Schuhe und Taschen. Dadurch liegt Leder gewichtsbezogen auf dem zweiten Platz, obwohl die Anzahl der Artikel nicht signifikant gestiegen ist.

Durch unsere Risikobetrachtung haben wir erkannt, dass auf der Stufe der Rohstoffgewinnung und -verarbeitung die Themen CO₂ Emissionen, Wasserverbrauch, Landnutzung, Biodiversität, Gefährdung des Tierwohls und mögliche Schadstoffe im Fokus stehen. Unser Ziel ist es daher, dort, wo wir das größte Volumen haben, die negativen Auswirkungen auf Umwelt, Gesundheit, Arbeitssicherheit und Tierwohl zu minimieren. Für die meistverwendeten Faserarten haben wir uns ambitionierte Ziele gesetzt, um den Anteil nachhaltigerer Alternativen zu erhöhen.

Unter nachhaltigeren Alternativen verstehen wir Fasern, die im Vergleich zu konventionellen Alternativen geringere negative Umweltauswirkungen haben, eine bessere Sozialverträglichkeit aufweisen oder das Tierwohl berücksichtigen. Ziele und Zielerreichung werden im Folgenden beschrieben.

¹ Shearling/Lambskin enthalten (in 2024 mit 0 kg)

² exklusive Materialmengen von Schuhen, Taschen und den meisten Accessoires aus Textil

NATURFASERN PFLANZLICHEN URSPRUNGS

BAUMWOLLE

Baumwolle ist unsere meistverwendete Einzelfaser. Die Pflanze kommt grundsätzlich mit wenig Wasser aus. Daher wird sie in eher trockenen und wärmeren Gebieten angebaut. Allerdings ist sie in bestimmten Wachstumsphasen auf Wasser angewiesen. Der konventionelle Anbau erfolgt in Monokultur und verwendet synthetische Düngemittel und Pestizide. Diese können nicht nur für die Menschen, die in der Landwirtschaft arbeiten, ein Gesundheitsrisiko darstellen, sondern sie können auch zur Kontamination des Grund- und Oberflächenwassers führen. Hinzu kommt die hohe Menge an freigesetzten Treibhausgasen, die die Herstellung und der Einsatz von Stickstoffdünger mit sich bringen.

Um die schädlichen Auswirkungen auf die Umwelt und umliegende Gemeinden zu mindern, gibt es diverse nachhaltigere Alternativen auf dem Markt mit unterschiedlichen Ansätzen, Ansprüchen und Preisen.

Welche nachhaltigeren Alternativen verwenden wir?

Bio-Baumwolle

Diese Baumwolle stammt aus kontrolliert ökologischem Anbau, der ohne gentechnisch verändertes Saatgut sowie ohne synthetische Pestizide und Düngemittel erfolgt – für mehr Artenvielfalt und eine bessere Bodengesundheit. Wir sourcen Bio-Baumwolle, die nach den international anerkannten Standards GOTS (Global Organic Textile Standard) und OCS (Organic Content Standard) zertifiziert ist. 2024 betrug unser Anteil an Bio-Baumwolle 15 % (2023: 18 %). Bio-Baumwolle ist ein Materialkriterium für Rethink Together Artikel und ist aus der Materialzusammensetzung am Produkt erkennbar.

Supreme Green Cotton®

Diese Baumwolle stammt aus Griechenland und ist vom Feld bis zum Kleidungsstück nachverfolgbar. Ihr Anbau erfolgt ohne gentechnisch verändertes Saatgut, unter sparsamem Einsatz von Pestiziden und mit Tröpfchenbewässerung. Die gesamte Lieferkette vom Anbau der Baumwolle bis zur Fertigung des Kleidungsstücks findet in Europa statt. 2024 betrug der Anteil an Supreme Green Cotton 2 % (2023: 3 %) des gesamten Baumwolleinsatzes. Supreme Green Cotton ist ein Materialkriterium für Rethink Together Artikel.

Baumwolle aus regenerativer Landwirtschaft

Einige unserer Denim-Produkte sind nach dem regenagri® Standard zertifiziert. Ziel der regenerativen Landwirtschaft ist eine Bearbeitung des Bodens zur Erholung der Bodengesundheit, z. B. durch Anbau in Fruchtfolge oder durch Deckfruchtanbau. Dies wird mit natürlichen Maßnahmen erzielt, die z. B. dazu beitragen, Bodenerosion zu verringern, Kohlenstoff zu binden, biologische Vielfalt im Boden zu fördern und dem Boden helfen, Wasser zu speichern. Dabei steht eine ganzheitliche Betrachtung der Farm im Fokus. Zu beachten ist jedoch, dass bei regenagri® Baumwolle auch genmodifiziertes Saatgut erlaubt ist. regenagri® Baumwolle gewährt eine Rückverfolgbarkeit über die gesamte Lieferkette. 2024 haben wir diese Baumwolle mit einem Anteil von 4 % (2023: 5 %) eingesetzt. Regenerative Baumwolle nach dem regenagri® Standard ist ein Materialkriterium für Rethink Together Artikel und ist aus der Materialzusammensetzung am Produkt erkennbar.

Better Cotton

Über unsere Mitgliedschaft bei Better Cotton beziehen wir den Großteil unserer nachhaltigeren Baumwolle. Landwirte, die Better Cotton anbauen, werden geschult, Wasser effizient zu nutzen, den Einsatz wachstumsfördernder Substanzen zu reduzieren und die Biodiversität, Bodengesundheit und das Wohlergehen der Arbeitnehmer zu respektieren. Die Rückverfolgung nach „Mass-Balance“ bedeutet geringe Mehrkosten und Aufwände für die weitere Lieferkette und ermöglicht gleichbleibende Qualität, da die Fasermischung dieselbe bleiben kann. Die relative Menge von Better Cotton betrug in 2024 54 % (2023: 39 %).

Spanish Cotton

Diese Baumwolle findet aktuell Einsatz bei unseren Denim-Produkten. Sie wird in Spanien und somit unter europäischer Gesetzeslage angebaut, wodurch das Risiko von menschenunwürdiger Beschäftigung beim Anbau und der Ernte deutlich gemindert wird. Nach europäischem Recht ist der Anbau von genmanipulierter Baumwolle nicht zugelassen. Dieser Aspekt ist vergleichbar mit Bio-Baumwolle. Zudem dürfen im europäischen Anbau nur zugelassene Pestizide verwendet werden.

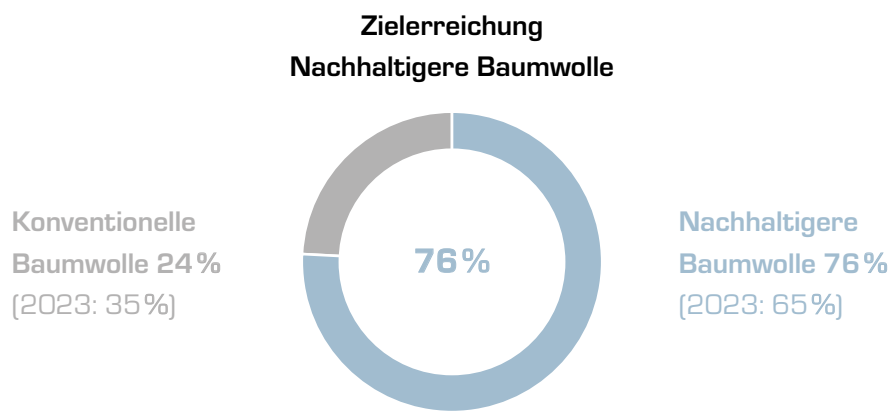
Die genaue Herkunft dieser Baumwolle ist bekannt und kann sogar bis zum Feld nachverfolgt werden. Wir haben somit nicht nur eine bessere Transparenz, sondern für uns bedeutet der Einsatz von spanischer Baumwolle auch kurze Transportwege, da vom Rohstoff bis zum fertigen Produkt alle Produktionsschritte in Europa oder europahanah in Nordafrika erfolgen. 2024 lag der Anteil bei etwas über 1 % (2023: knapp unter 1 %) unserer gesamten Baumwolle.

Recycelte Baumwolle

Die Verwendung von recycelter Baumwolle reduziert Auswirkungen, die durch den Baumwollanbau entstehen. Allerdings liegt ein Nachteil der recycelten Baumwolle in der geringeren Qualität im Vergleich zur Virgin-Baumwolle, was insbesondere bei feinen Baumwollgeweben problematisch sein kann. Der Anteil lag im Jahr 2024 wieder bei unter 1 %. Recycelte Baumwolle ist ein Materialkriterium für Rethink Together Artikel und ist aus der Materialzusammensetzung am Produkt erkennbar.

UNSER ZIEL: 100 % NACHHALTIGERE BAUMWOLLE

Bis Ende 2025 streben wir an, 100 % nachhaltigere Baumwolle für unsere Produkte zu verwenden.



LEINEN

Leinen wird aus der Flachsfaser hergestellt und zu 80 – 85 % in Europa angebaut, hauptsächlich in Frankreich. Weitere Anbauländer sind Belarus, Russland, Ukraine und China. Die Weiterverarbeitung zu Leinen kann je nach Hersteller wasserintensiv sein. Insgesamt macht Leinen einen sehr kleinen Anteil an unseren Rohstoffen aus. 1 % des von uns eingesetzten Leinens stammte aus biologischer Landwirtschaft.

RAMIE

Ramie ist eine Bastfaser. Sie ist aus purem Weiß, sehr robust und langlebig. Aktuell ist die Verarbeitung mit hohem mechanischem Aufwand und Handarbeit verbunden, was die Verarbeitung der Faser teuer macht. Wir setzen Ramie seit Jahren kontinuierlich in einzelnen Artikeln ein, diese Artikel enthalten dann immer 100 % Ramie. Im Jahr 2024 lag der Anteil dieser Faser bei unter 1 %.

MATERIALIEN TIERISCHEN URSPRUNGS

Hochwertige Tierfasern und Materialien sind für uns ein wichtiges Qualitätsmerkmal. Gegenüber synthetischen Fasern zeichnen sich Merino-, Mohair-, Alpaka-, Kaschmirwolle, Seide, Leder sowie Daunen und Federn als natürlich vorkommende Fasern aus. Ein tierleidfreier Beschaffungsprozess sowie eine umweltschonende Weidehaltung sind oberste Prinzipien.

Unser Lieferantenrahmenvertrag enthält eine Tierschutz-Policy, die wir im Jahr 2022 gemeinsam mit der Tierschutz Organisation Vier Pfoten aktualisiert haben. Aktuell befindet sich die Policy in Überarbeitung, um auf die Marktanforderungen bezüglich Nachverfolgbarkeit noch besser einzugehen.

In unseren vertraglichen Tierwohlanforderungen beziehen wir uns auf das Fünf-Domänen-Modell. Demnach sollten Tiere eine gute Ernährung und eine gute Haltungsumwelt erhalten. Gleichzeitig sind eine gute Gesundheit, angemessene Verhaltensinteraktionen und positive geistige Erfahrungen zu fördern. Wir verlangen von unseren Lieferanten, dass nur Produkte von Tieren verwendet werden, die den geltenden Gesetzen und Verordnungen entsprechend aufgezüchtet und gehalten werden. Insbesondere beziehen wir uns auf Verordnungen zum Artenschutz, welche u. a. die Anforderungen des Washingtoner Artenschutzabkommens (Convention on International Trade in Endangered Species of Wild Fauna and Flora – CITES) umsetzt. Im Jahr 2024 waren 39 % (2023: 36 %) unserer tierischen Fasern nach einem anerkannten Standard zertifiziert.



Wir verarbeiten keinen Pelz und kein Angora.



Wir verwenden kein Leder von exotischen Tieren. Das bei uns verwendete Leder ist ein Nebenprodukt der Lebensmittelindustrie.



Wir verwenden ausschließlich Daunen und Federn als Füllmaterial von Lieferanten, die für eine artgerechte Tierhaltung zertifiziert wurden.

WOLLE UND EDELHAARE

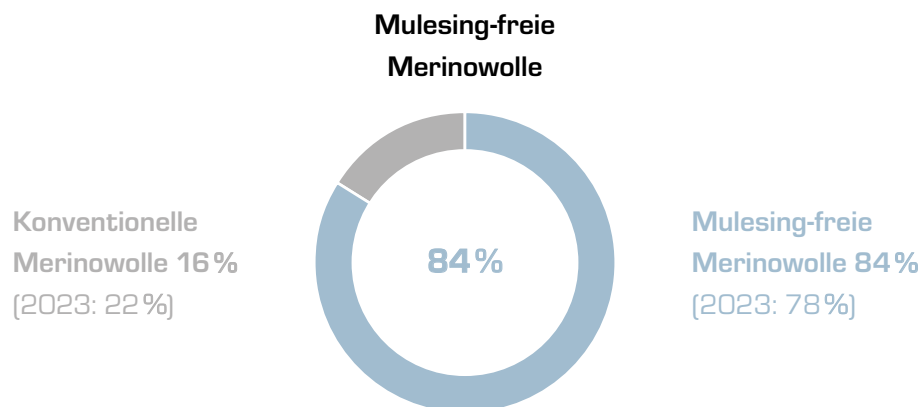
Strick gehört zu unseren Kernkompetenzen und wir verarbeiten viele Wollfasern auch in gewebten oder gewalkten Produkten. Wolle und alle dazugehörigen Edelhaare sind unsere fünftgrößte Fasergruppe.

Schafwolle

Ein großer Teil unserer eingesetzten Wolle stammt von Merinoschafen. Australien ist der größte Produzent für Merinowolle. Als Teil der Initiative „Marken gegen Mulesing“ der Tierenschutzorganisation Vier Pfoten sprechen wir uns auch auf politischer Ebene entschieden gegen die Mulesing-Praxis aus. Bei australischer Wolle erfolgt der Nachweis zu mulesing-freier Wolle über RWS Zertifikate. In den letzten Jahren konnten wir den Anteil mulesing-freier Wolle stetig steigern.

UNSER ZIEL: 100 % MULESING-FREIE MERINOWOLLE

Unser Ziel ist es, ab 2028 ausschließlich Wolle von Schafen zu verwenden, die nicht dem Mulesing unterworfen wurden.



Edelhaare

Neben Wolle von Alpakas setzen wir auch Wolle der Kaschmirziege und in sehr kleiner Menge Wolle der Angoraziege – Mohairwolle – ein. Alle diese Wollarten sind sehr fein, wärmend und hochpreisig. Das weitaus größte Lieferland für Alpakawolle ist Peru. Hier werden die Alpakas auf Farmen aber auch in landwirtschaftlicher Tradition der indigenen Ureinwohner gehalten. Kaschmir stammt fast ausschließlich aus der Mongolei. Dort werden die Ziegen auch noch von Nomaden gehalten. Über die Hälfte der Mohairwolle wird im südlichen Afrika produziert, aber auch in der Türkei, woher die Ziege ursprünglich stammt. Für die Mohairwolle haben wir uns im Jahr 2024 zum ersten Mal ein Ziel gesetzt. Für Kaschmir und Alpaka nehmen wir uns dies für das Jahr 2025 vor.

Welche nachhaltigeren Alternativen verwenden wir?

RWS – Responsible Wool Standard

Diese Zertifizierung achtet auf eine rückverfolgbare Lieferkette. Die Farmen, auf denen die Schafe gehalten werden, halten den RWS-Standard ein. Dieser beinhaltet das Fünf-Domänen-Modell für das Tierwohl. Zusätzlich besagt diese Zertifizierung, dass die Wolle mulesing-free gewonnen wurde. 47 % unserer eingesetzten Schafswolle war im Jahr 2024 nach diesem Standard zertifiziert (2023: 47 %). RWS-zertifizierte Wolle ist ein Materialkriterium für Rethink Together Artikel.

RAS – Responsible Alpaca Standard

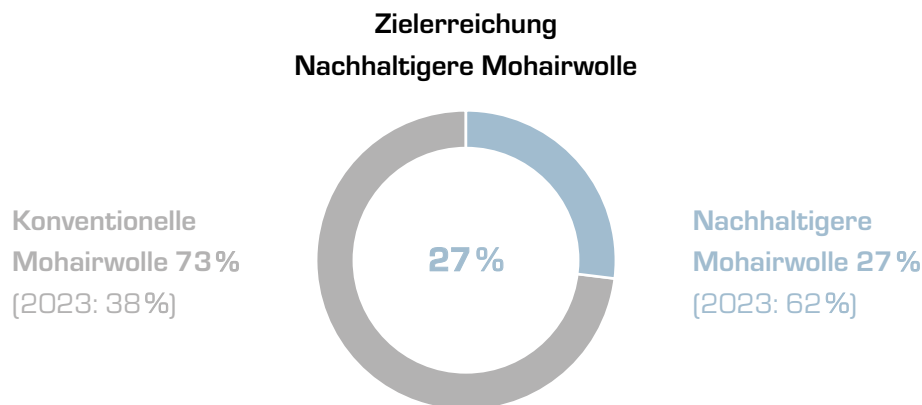
Diese Zertifizierung bezieht sich auf Alpakawolle und hat grundsätzlich die gleichen Anforderungen wie der RWS-Standard. Im Jahr 2024 haben wir keine zertifizierte Alpakawolle eingesetzt (2023: <1 %).

RMS – Responsible Mohair Standard

Diese Zertifizierung bezieht sich auf Mohairwolle mit den entsprechenden Anforderungen wie die oben gelisteten Standards. Der Anteil an zertifizierter Mohairwolle ist im Vergleich zum Vorjahr deutlich rückläufig. Durch andere Einkaufspraktiken werden wir versuchen, dennoch das Ziel bis Ende des Jahres 2025 zu erreichen. RMS-zertifizierte Mohairwolle ist ein Materialkriterium für Rethink Together Artikel.

UNSER ZIEL: 100 % NACHHALTIGERE MOHAIRWOLLE

Bis Ende 2025 streben wir an, nur noch zertifizierte Mohairwolle zu verwenden.



SEIDE

Seide steht für Eleganz und brillante Farben. Dabei ist Seide sehr weich und hautverträglich. Seide ist ein tierisches Produkt, da sie aus den Kokons der Seidenraupe gewonnen wird. Auch wenn der Anteil an Seide am Gesamtmaterialeinsatz die letzten zwei Jahre gleich ist, haben wir im Jahr 2024 in absoluten Zahlen mehr Seide verwendet als im Vorjahr.

LEDER UND FELL

Wir verwenden nur Häute von Tieren, die als Nebenprodukt bei der Fleischproduktion anfallen. Als pelzfreie Marke sind wir zudem beim deutschen Tierschutzbund und der Fur Free Retailer Initiative gelistet. Hierbei fällt Lammfell nicht unter die Definition von Zuchtpelz. Wir verwenden in unseren Kollektionen hauptsächlich Schafs- und Rindsleder. Leder ist vielseitig einsetzbar und überzeugt durch Charakteristiken wie Langlebigkeit, Elastizität, Abriebfestigkeit und auch Wasserdampfdurchlässigkeit.

Die Bearbeitung und insbesondere die Gerbung von Leder kann negative Auswirkungen auf die Umwelt haben. Aus diesem Grund fordern wir von unseren Lieferanten Nachweise, dass das Leder gemäß dem Standard der Leather Working Group (LWG) produziert wurde.

Welche nachhaltigeren Alternativen verwenden wir?

Seit der Kollektion Herbst/Winter 2022 verwenden wir Taschen, die aus recycelten Lederfasern bestehen. Diese Art von Leder ist zu mehr als 50% Pre-Consumer recycled und nach dem GRS-Standard zertifiziert. In einem Upcycling-Verfahren werden aus den Pre-Consumer Lederresten gewonnene Lederfasern auf ein Textilgewebe aufgebracht und erhalten so ein zweites Leben. Bezogen auf den Gesamteinsatz von Leder in Bekleidung, Schuhe & Taschen, haben wir im Jahr 2024 2% (2023: 3%) recycelte Lederfasern eingesetzt. Recycelte Lederfasern sind ein Materialkriterium für Rethink Together Artikel und ist aus der Materialzusammensetzung am Produkt erkennbar.

DAUNEN UND FEDERN

Daunen und Federn werden als Füllmaterial und vereinzelt auch als Verzierung eingesetzt. Alle als Füllmaterial eingesetzten Daunen und Federn sind dabei nach dem Responsible Down Standard zertifiziert. Der Responsible Down Standard achtet auf eine verantwortungsvolle Tierhaltung und die Tiere wurden ausschließlich zur Fleischproduktion gezüchtet, weder lebend gerupft noch für die Stopfleberproduktion (Foie Gras) gehalten. Kommen Verzierungen zum Einsatz, werden ausschließlich Straußenfedern aus Südafrika eingesetzt, diese sind Nebenprodukte der Fleischindustrie. Im Jahr 2024 haben wir mit gut 4 Tonnen etwas weniger Daunen und Federn verwendet als im Jahr davor (2023: 4,6 t).

SYNTHESEFASERN

Synthesefasern – auch Kunstfasern genannt – haben ihren Vorteil in den Bereichen Funktionalität und Pflegeleichtigkeit. Die bekanntesten Synthesefasern sind Polyester und Polyamid. Aber auch Elasthan, Acryl und dessen Variationen zählen hierzu. Polyurethan ist ein Bestandteil in einigen Oberstoffen, wird aber häufig zur Beschichtung von anderen Materialien eingesetzt, z. B. als Lederersatz bei Sneakern. Polyurethan ist leicht, belastbar und kann individuell in Farbe und Form angepasst werden. Die Risiken der Synthesefasern liegen in ihren Auswirkungen auf die Umwelt: Der Ausgangsstoff Erdöl trägt zu CO₂-Emissionen bei, beim Waschen kann durch den Abrieb Mikroplastik entstehen und diese Materialien sind nicht biologisch abbaubar. Ressourcen schonende Alternativen sind beispielsweise Synthesefasern aus recycelten Materialien. Recycelte Materialien sind aus der Materialzusammensetzung am Produkt erkennbar.

Welche nachhaltigeren Alternativen verwenden wir?

Recyceltes Polyester

Die bloße Umstellung von konventionell hergestelltem Polyester auf recyceltes ist nicht die alleinige Lösung für Marc Cain. Denn recyceltes Polyester, das tatsächlich aus textilen Abfällen hergestellt wird, ist mengenmäßig noch sehr begrenzt. 2024 lag unser Anteil an recyceltem Polyester bei 9 % (2023: 7 %) bezogen auf den Gesamteinsatz von synthetischen Fasern. Recyceltes Polyester ist ein Materialkriterium für Rethink Together Artikel.

Recyceltes Polyamid

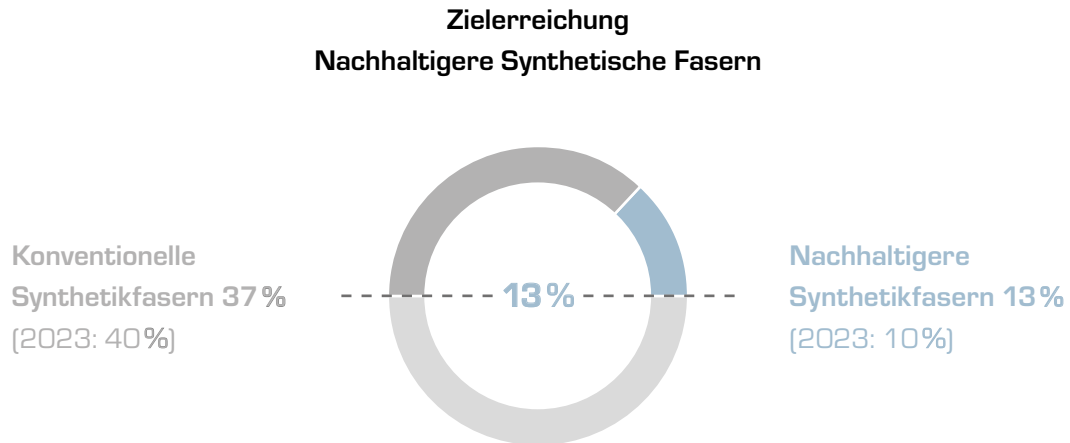
Bei Marc Cain akzeptieren wir recyceltes Polyamid, das nach dem GRS- oder RCS-Standard zertifiziert ist, sowie die Fasermarke Econyl. Der Anteil an recyceltem Polyamid lag 2024 bei 4 % (2023: 3 %). Recyceltes Polyamid ist ein Materialkriterium für Rethink Together Artikel.

Recyceltes Elasthan

In einigen Denim Artikeln ist der Elasthan-Anteil teilweise recycelt. Der Anteil liegt auch in diesem Jahr wieder bei unter 1 %.

UNSER ZIEL: 50 % NACHHALTIGERE SYNTHETISCHE FASERN

Unser Ziel ist 50% nachhaltigere Alternativen bezogen auf alle synthetischen Fasern bis Ende 2025 zu erreichen.



REGENERIERTE ZELLULOSEFASERN

Manmade cellulosic Fibers (MMCFs), auf Deutsch regenerierte Zellulosefasern, bestehen wie auch pflanzliche Naturfasern aus dem Rohstoff Zellulose. Die Zellulose wird bei MMCFs meist aus Holz, Holzmasse oder anderen Gewächsen wie Bambus gewonnen. Der Prozess der Fasergewinnung erfolgt mithilfe chemischer Verfahren, deshalb handelt es sich hierbei um keine natürlichen, sondern künstlich hergestellte Zellulosefasern. Dennoch, da der Rohstoff pflanzenbasiert ist, gelten sie als erneuerbare Fasern. Mit dem global steigenden Produktionsvolumen von MMCFs, werden auch Umweltrisiken und die Einhaltung menschenrechtlicher Grundrechte immer bedeutender. Diese sind u. a. zunehmende illegale Abholzung von Wäldern und Regenwäldern zur Gewinnung des Zelluloserohstoffs und damit Zerstörung von Biodiversität und Lebensgrundlage für indigene Bevölkerungen. Die im Herstellungsverfahren verwendeten Chemikalien haben bei nicht sachgerechter Handhabung und Entsorgung gesundheitsschädliche Konsequenzen für Mensch und Umwelt, wenn z. B. diese Chemikalien ins Wasser oder in Böden gelangen.

Zur Fasergruppe der MMCFs gehören Viskose (in den USA auch „Rayon“ genannt), Acetat, Triacetat, Lyocell, Modal und Cupro. Viskose ist die global und auch von uns am häufigsten verwendete künstliche Zellulosefaser mit 84 % (2023: 86 %). Sie wird oft auch „Kunstseide“ genannt, da sie Naturseide in Optik und Haptik sehr ähnlich ist.

Der Zellstoff für Lyocell mit 4 % (2023: < 4 %) wird in einem geschlossenen Herstellungsprozess, bei dem das Lösungsmittel zurückgewonnen wird, extrahiert. Lyocell ist damit bereits mit seiner konventionellen Herstellungsmethode eine ressourceneffizientere Faser.

Modal wird mit knapp 3% (2023: 2%) im Vergleich zu den oben genannten Zellulosefasern zu wesentlich geringeren Teilen bei Marc Cain eingesetzt. Modalfasern sind leichter und feiner als Viskosefasern.

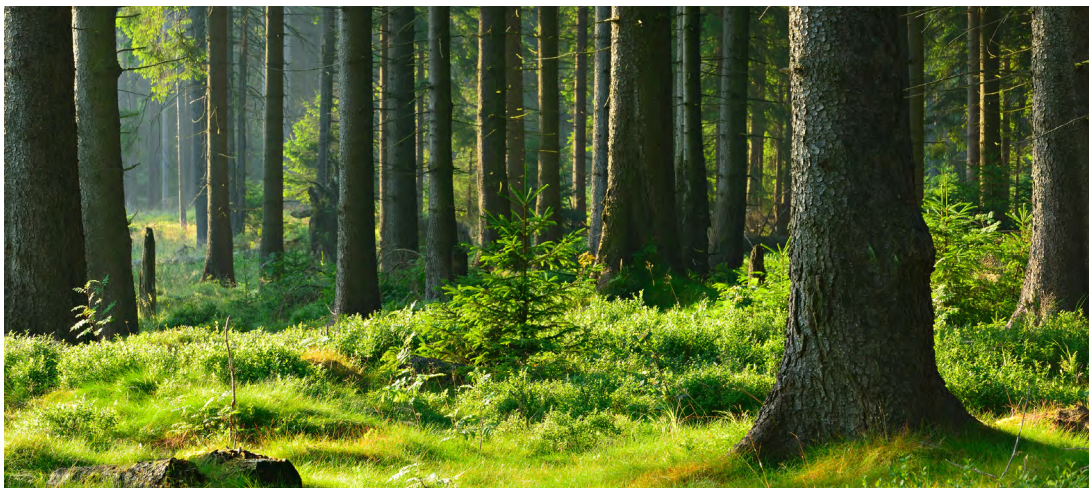
Acetat und darunter auch Triacetat machen zusammen ca. 9% aus (gleichbleibend zum Vorjahr). Triacetat ist eine hochwertigere Form von Acetat. Diese Fasern ähneln noch stärker der Seide.

Cupro (< 1%) wird aus Baumwoll-Linters hergestellt. Dabei handelt es sich um verspinnbare, sehr kurze, bei der Entkörnung anfallende, Baumwollfasern. Cupro wird weltweit nur noch von einem Hersteller unter strengen Umweltauflagen produziert und wird häufig in Futterstoffen verwendet. Unsere systemseitige Fasermengenerhebung umfasst nur die Oberstoffmaterialien.

Welche nachhaltigeren Alternativen verwenden wir?

Um die oben genannten Risiken beim Einsatz von regenerierten Zellulosefasern zu reduzieren, setzen wir auf eine Reihe von nachhaltigeren Alternativen. Unter nachhaltigeren regenerativen Zellulosefasern verstehen wir die Fasern, die sich vor allem durch zwei Eigenschaften auszeichnen: Zum einen stammt der Rohstoff Holz aus zertifiziert nachhaltigerer Forstwirtschaft. Das bedeutet, dass bei der Entnahme des Holzes die Artenvielfalt und Regenerationsfähigkeit des Waldes geschützt werden. Zum anderen erfolgt die Faserherstellung in einem weitestgehend geschlossenen Wasser-Chemikalien-Kreislauf, bei dem die eingesetzten Ressourcen zu einer hohen Rate wiederverwendet werden. Im Jahr 2024 lag der Anteil an eingesetzten nachhaltigeren MMCFs bei 26% (2023: 19%).

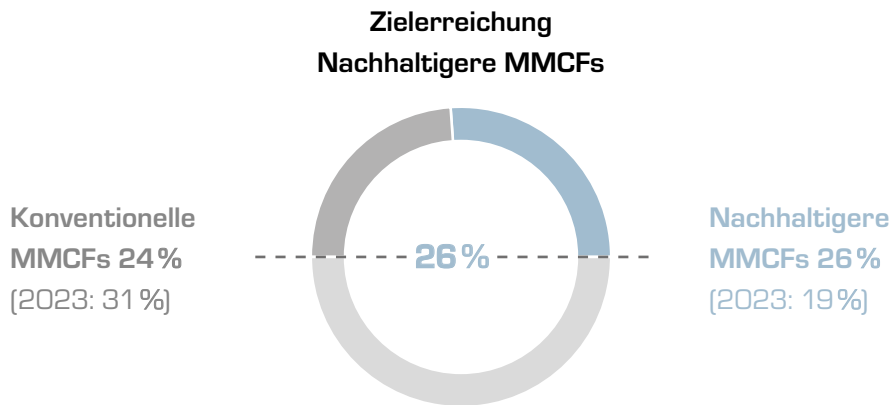
Im Bereich Viskose setzen wir bei Marc Cain auf **LENZING™ ECOVERO™** oder **ENKA® Viskose**. Bei Lyocell stellt für uns **TENCEL™** eine bessere Alternative dar. **TENCEL™ Lyocell** mit der innovativen **REFIBRA™**-Technologie geht bereits einen wichtigen Schritt in Richtung Kreislaufwirtschaft, da bis zu 30% der Rohstoffbasis aus recycelter Pre-Consumer Baumwolle besteht. Bei Modal verwenden wir gerne **TENCEL™ Modal** und bei Acetat **Eastman Naia™** oder **Naia™ Renew**. ECOVERO™, TENCEL™ und REFIBRA™ sind Marken der Lenzing AG. ENKA® ist eine Marke der ENKA GmbH & Co. KG.



UNSER ZIEL:

50 % NACHHALTIGERE REGENERIERTE ZELLULOSEFASERN

Unser Ziel ist, bis Ende 2025 auf 50% nachhaltigere regenerierte Zellulosefasern (= MMCFs) umzusteigen.



SONSTIGE FASERN

Findet man bei der Materialzusammensetzung die Angabe „Sonstige Faser“, resultiert das aus dem pragmatischen Ansatz von Textilkennzeichnungsvorschriften weltweit. Wenn zum Zeitpunkt der Herstellung der exakte Gewichtsanteil in Bezug auf die Fläche sehr schwierig zu bestimmen ist und der Anteil an der Materialzusammensetzung unter 5% liegt, darf er als „Sonstige Fasern“ angegeben werden.

NACHHALTIGERE MATERIALIEN IM BRANCHENVERGLEICH

Seit 2019 nehmen wir am „Materials Benchmark“ von Textile Exchange teil. Ziel des Benchmarks ist es, zu berichten und damit herauszufinden, wie die Bekleidungsindustrie bei der Umstellung auf nachhaltigere Materialien vorankommt und den Übergang zur Kreislaufwirtschaft vorantreibt. Gleichzeitig erhalten Unternehmen einen Einblick in den aktuellen Branchenvergleich. Der Vorteil dieses Benchmarks ist die einheitliche Methodik, die eine direkte Vergleichbarkeit zwischen Unternehmen ermöglicht. Die Auswertung der Unternehmensperformances erfolgt dabei in den Bereichen „Business Integration“, „Circular Economy“, „Materials Portfolio“ und „Impact Areas“. Im Jahr 2024 haben wir uns für das Berichtsjahr 2023 zum ersten Mal der Beurteilung des Bereichs „Impact Areas“ gestellt. Basierend auf den Daten der Unternehmen erfolgt eine Bewertung innerhalb vier Stufen: Developing, Establishing, Scaling (vormals Maturing), Leading auf einer Skala von 1 – 100 Punkten.

Das Ergebnis des Material Change Index 2024 beruht auf den Daten aus dem Jahr 2023. Die in diesem Nachhaltigkeitsbericht enthaltenen Daten aus dem Jahr 2024 werden erst im Materials Benchmark 2025 zu sehen sein. Auch im Jahr 2023 erzielten wir wesentliche Fortschritte in den einzelnen Modulen. Übergeordnet haben wir zum ersten Mal das Level „Scaling“ erreicht.

Unsere Ergebnisse im Einzelnen:



1. Business Integration

Wie im Jahr zuvor, konnten wir auch 2024 wieder darlegen, dass wir unsere Strategie für nachhaltigere Materialien in zentrale Entscheidungsfindung und Unternehmensstrukturen entsprechend Level 3 „Scaling“ integriert haben.



2. Circular Economy

Bezüglich der Kreislaufwirtschaft haben wir im Berichtsjahr einige Fortschritte erzielen können. Neben einigen Projekten zur Verringerung von Pre-Consumer Waste setzen wir weiterhin auf Langlebigkeit und Reparaturangebote. Im Jahr 2024 erreichten wir Level 4 „Leading“.



3. Material Portfolio

Für die von uns eingesetzten Rohwaren haben wir uns in Abhängigkeit von der Risikobetrachtung Ziele gesetzt. Dementsprechend suchen wir nach nachhaltigeren Alternativen und messen den Fortschritt der von uns gesetzten Ziele. Für Mohair haben wir uns zum ersten Mal ein Ziel gesetzt.

Im Jahr 2024 erreichten wir über alle Rohstoffarten hinweg Level 2 „Establishing“. Bezüglich der Rohstoffe Baumwolle, Polyester, Polyamid, regenerierte Zellulosefasern, also MMCFs und Alpaka lagen wir im Branchendurchschnitt. Bei Mohair und Kaschmir unter dem Branchendurchschnitt und in Bezug auf Daunen/Federn, Wolle und Leder über dem Durchschnitt.



4. Impact Areas

Die von uns dargelegten Maßnahmen wurden mit „Scaling“ also Level 3 beurteilt.



Unter folgendem Link sind die Ergebnisse aller teilnehmenden Unternehmen einsehbar: <https://textileexchange.org/material-change-index/>

INNOVATION

Innovation ist ein zentraler Bestandteil der Marken-DNA von Marc Cain. Neben modernsten Strick- und Drucktechnologien stehen die Digitalisierung von Prozessen und die 3D-Produktentwicklung im Fokus.

Digitale Visualisierung der Kollektion

Die Digitalisierung der Produktentwicklung eröffnet zahlreiche Chancen: Durch digitale Prozesse wird die Zusammenarbeit über Abteilungen hinweg transparenter und flexibler gestaltet. Gleichzeitig reduzieren wir den Verbrauch von Ressourcen wie Papier und Druckfarben, da physische Skizzenausdrucke zunehmend entfallen. Auch der Bedarf an Rohmaterialien für Prototypen sinkt, wodurch Transportwege minimiert werden.

Mittlerweile entstehen bis zu 80 % der Kollektion mithilfe der 3D-Technik, davon verfügen rund 50 % über einen vollständig ausgearbeiteten digitalen Zwilling. Für 25 % der Artikel entfällt der physische Prototyp sogar komplett – insbesondere bei Basic-Artikeln wie T-Shirts oder bewährten Schnittformen.

Die digitale Produktentwicklung beschleunigt nicht nur den gesamten Prozess, sondern ermöglicht es auch, physische Musterteile für den Verkauf zu reduzieren. So wurden beispielsweise bei der Jubiläumskollektion wertvolle Erkenntnisse aus einer rein digitalen Order gewonnen, die nun für weitere Mustereinsparungen genutzt werden. Eine Kapselkollektion aus bewährten Modellen in neuen saisonalen Farben wird mittlerweile ausschließlich digital präsentiert. Zudem unterstützen 3D-visualisierte Outfit- und Merchandise-Bilder den Verkauf.

Allerdings gibt es noch Herausforderungen: Nicht alle Produkte lassen sich bislang realistisch simulieren. Besonders Denim-Artikel sind aufgrund spezieller Ausrüstungen und Wascheffekte in der digitalen Darstellung komplex. Im Bereich Strick gab es im vergangenen Jahr neue Erkenntnisse durch den Einsatz einer neuen Designsoftware eines Herstellers von Flachstrickmaschinen.

Die Software ermöglicht eine frühzeitige, schnellere und flexiblere Entwicklung von Strickdesigns. Durch das direkte Einscannen von Garnen können Stricklaschen digital von Grund auf visualisiert werden, was eine präzisere und nachhaltigere Gestaltung unterstützt.



WIE STREBT MARC CAIN SCHADSTOFFFREIE PRODUKTE AN

Damit unsere hochwertigen Marc Cain Produkte tragfähig und modisch werden, durchlaufen die Materialien unterschiedliche Prozesse, bei denen auch Chemikalien zum Einsatz kommen. So werden z. B. Stoffe gefärbt sowie teilweise bedruckt und Leder gegerbt.

Um unsere Kundin und Mitarbeiter in den Produktionsstätten vor Schadstoffen zu schützen, haben wir Chemikalien in einer sogenannten Restricted Substances Lists (RSL) aufgeführt, die in unseren Produkten entweder überhaupt nicht oder nur bis zu einem unbedenklichen Grenzwert vorkommen dürfen. Wir aktualisieren unsere RSL jährlich. Sie ist ein Teil der Verträge mit unseren Lieferanten und die Einhaltung wird uns jedes Jahr von unseren Lieferanten schriftlich zugesichert.

Die Liste basiert einerseits auf unserem eigenen hohen Anspruch an einen verantwortungsvollen Chemikalieneinsatz, den wir kontinuierlich erhöhen. So haben wir zum Beispiel PVC (Polyvinylchlorid) schon seit einigen Jahren aus unseren Produkten verbannt. Andererseits werden neben der REACH-Verordnung (Europäische Chemikalienverordnung zur Registrierung, Bewertung, Zulassung und Beschränkung chemischer Stoffe) selbstverständlich auch die internationalen Gesetzgebungen unserer Vertriebsländer berücksichtigt.

Um die Einhaltung durch unsere Lieferanten zu prüfen, werden die Materialien in externen akkreditierten Laboren getestet. Die Prüfungen erfolgen risikobasiert. Relevant ist dabei, um welches Material es sich handelt, aus welchem Land wir es beziehen und ob es von einem neuen Lieferanten stammt. Nur eine als gut befundene Ware erhält seitens Marc Cain eine Freigabe für die Fertigung.

Neben den Grenzwerten für unsere Produkte fordern wir auch bei der Verarbeitung einen verantwortungsvollen Umgang mit Chemikalien. Für unsere Rethink Together Produkte gelten besonders strenge Anforderungen, für die wir entsprechende Nachweise bei unseren Lieferanten einholen. Ihre eigene Produktion aber auch die ihrer Vorlieferanten müssen den Anforderungen der Manufacturing Restricted Substances List (MRSL) der Vereinigung „Zero Discharge of Hazardous Chemicals“ (ZDHC) entsprechen.



Was ist der Unterschied zwischen einer RSL und einer MRSL?

In einer RSL wird der Einsatz von bestimmten Chemikalien in einem Produkt verboten oder dafür Obergrenzen definiert. Ziel der RSL ist der Schutz der Endverbraucher und aller Personen, die mit dem Produkt in Kontakt kommen. Manche Menschen reagieren allergisch auf bestimmte Inhaltsstoffe. Sowohl eine Sensibilisierung als auch allergische Reaktionen wollen wir vermeiden, indem dafür bekannte Stoffe gar nicht oder nur streng limitiert eingesetzt werden.

In der MRSL werden Obergrenzen oder Einsatzverbote für Chemikalien, die in Produktionsprozessen wie z. B. beim Färben oder Gerben zum Einsatz kommen, festgelegt. Dabei dienen manche Chemikalien nur dazu, Reaktionen auszulösen, verbleiben aber nicht am Produkt. Die MRSL zielt darauf ab, das Wasser in der Produktion gar nicht erst mit bedenklichen Chemikalien zu belasten.

RETHINK TOGETHER

Rethink Together beschreibt das Verständnis, mit dem wir Nachhaltigkeit bei Marc Cain leben. Denn wir alle zusammen müssen umdenken, achtsam agieren und Verantwortung übernehmen. Für unsere gemeinsame Zukunft und um unseren Planeten für künftige Generationen zu bewahren. Aus diesem Ansatz haben wir mit der Frühjahr/Sommerkollektion 2021 ein Label kreiert, das Produkte kennzeichnet, bei denen wir die Nachhaltigkeit nicht nur ganzheitlich angehen, sondern für die wir uns auch strengere Anforderungen gesetzt haben. Seitdem zeichnen wir Artikel aus, die drei Kriterien erfüllen.

Unsere Rethink Together Artikel erfüllen drei Kriterien:



Die Artikel bestehen aus mindestens 50% nachhaltigerem Hauptmaterial, das von uns nach strengen Prinzipien ausgewählt wird und aus unabhängig zertifizierten Quellen stammt. Dazu zählen wir beispielsweise zertifizierte Bio- und Recycling-Fasern oder Zellulosefasern der Firma Lenzing (TENCEL™ Fasern oder LENZING™ ECOVERO™).



Die Produkte durchlaufen außerdem einen umweltschonenderen Produktionsprozess. Dies bedeutet, dass bei den Nassprozessen, z. B. das Waschen, Färben, Drucken, die Konformität zu der ZDHC (Zero Discharge of Hazardous Chemicals) MRSL überprüft wird. Außerdem werden bei der Produktion erneuerbare Energien oder ressourcensparende Methoden, wie z. B. Wasser-Recycling-Technologien angewendet.



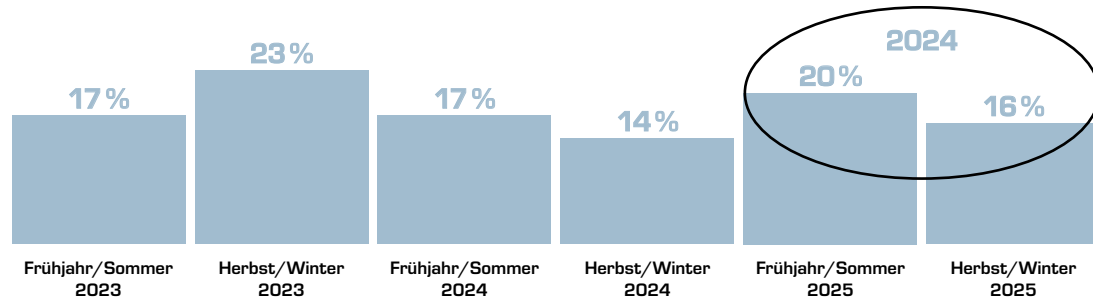
Zusätzlich wurde unser Konfektionär, also der Betrieb, der die Ware zusammennäht, auf die Einhaltung unserer Sozialstandards überprüft. Dafür muss unser Lieferant einen entsprechenden Nachweis erbringen (z. B. ein gültiges Sozialaudit nach einem international anerkannten Standard). Diese Mindestanforderung an sozialverträgliche Arbeitsbedingungen stellen wir an alle unsere Produzenten.

Durch konsequente Entwicklung unserer Lieferanten in Bezug auf Einhaltung der Menschenrechte und faire Arbeitsbedingungen gilt der Anspruch auf Einhaltung der Sozialstandards für alle Produkte von Marc Cain. Zudem enthalten inzwischen deutlich mehr Artikel in unseren Kollektionen Materialien, die nach anerkannten Materialstandards zertifiziert sind. Wir arbeiten daran, dass unsere Kundin sich dazu in unserem Webshop besser informieren kann.

UNSER ZIEL: 20% DER KOLLEKTION MIT LABEL RETHINK TOGETHER

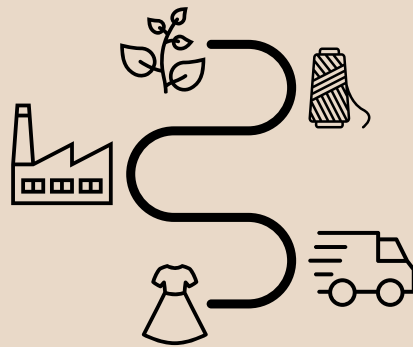
Mit der Frühjahr/Sommer Kollektion 2025 haben wir unser selbst gesetztes Ziel nach über einem Jahr wieder erreichen können: 20% unserer angebotenen Artikel in dieser Saison haben die Anforderungen erfüllt und trugen somit das Label Rethink Together. Mit der Herbst/Winter Kollektion 2025 lagen wir mit 16% aber unter unserem Ziel. Auf's ganze Jahr betrachtet konnten 18% der Kollektionsartikel mit Rethink Together ausgezeichnet werden (2023: 16%).

Anteil Rethink Together Artikel pro Saison



UNSERE ZIELE IM BEREICH PRODUKT AUF EINEN BLICK:

Ziel zu pflanzlichen Fasern	Zieljahr	Status 2024
100 % nachhaltigere Baumwolle	2025	76 %
Ziele zu Tierfasern	Zieljahr	Status 2024
100 % Mulesingfreie Merinoschafswolle	2028	84 %
100 % nachhaltigere Mohairfasern	2025	27 %
Ziele zu Synthefasern und regenerierten Zellulosefasern	Zieljahr	Status 2024
50 % nachhaltigere Synthefasern	2025	13 %
50 % nachhaltigere regenerierte Zellulosefasern	2025	26 %
Ziel zu Rethink Together Artikeln	Zieljahr	Status 2024
20 % der Kollektion	2023	18 %



Supply Chain

Durch verbesserte Prozesse im **Lieferantenmanagement**
sind wir unseren **Zielen** deutlich näher gekommen:

85 % unserer **Lieferanten** weisen
eine **GUTE SOCIAL COMPLIANCE** auf

UNSERE LIEFERKETTE

Die Herstellung unserer Produkte, vom Rohmaterial bis hin zum verkaufsfertigen Artikel, basiert auf globalen Lieferketten. Eine internationale und gleichzeitig auch lokale Fertigung sowie das Anbieten unterschiedlicher Produktgruppen (Bekleidung, Schuhe, Taschen und Accessoires) macht die Marc Cain Wertschöpfungskette sehr komplex. Darauf folgt eine Vielzahl an Herausforderungen. Bei unseren direkten Lieferanten, aber auch bei deren Vorlieferanten, können soziale und umwelttechnische Risiken vorhanden sein. Als internationales Modeunternehmen sind wir uns der Verantwortung für unser Handeln entlang der Wertschöpfungskette bewusst. Um diesen Sorgfaltspflichten nachzugehen, arbeiten wir aktiv daran, diese Risiken im ESG (Environmental, Social und Governance) Kontext zu quantifizieren und durch entsprechende Maßnahmen zu verringern oder gar zu beseitigen. Unsere Lieferanten verpflichten sich vertraglich dazu, bestimmte Sozial- und Umweltstandards einzuhalten und diese auch in ihre Lieferkette zu implementieren.



arbeitet Marc Cain im Schnitt mit
seinen Lieferanten* zusammen

Bei der Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten ist uns wichtig, vertrauensvoll und auf Augenhöhe zu kommunizieren – entsprechend unserem Wert „Partnerschaft“. Eine langfristige Partnerschaft ist vorteilhaft, um qualitativ hochwertige Produkte zu gewährleisten und die Zusammenarbeit gemeinsam auszubauen. Zudem sind langjährige Geschäftsbeziehungen eine wertvolle Basis, um CR-Aktivitäten weiterzuentwickeln. Einerseits gewährt eine kontinuierliche Zusammenarbeit unseren Produktionspartnern Planungssicherheit für die Zukunft. Andererseits entsteht in der Produktion weniger Zeitdruck durch eine stabile Bestellmenge, was längere Produktionsläufe ermöglicht und somit für eine bessere Planbarkeit der Produktionskapazitäten und Investitionen in umweltschonendere Technologien sorgt.

*Lohnbetriebe und Lieferanten für Handelsware, Rohwaren und Zutaten

UNSERE BESCHAFFUNGSMODELLE

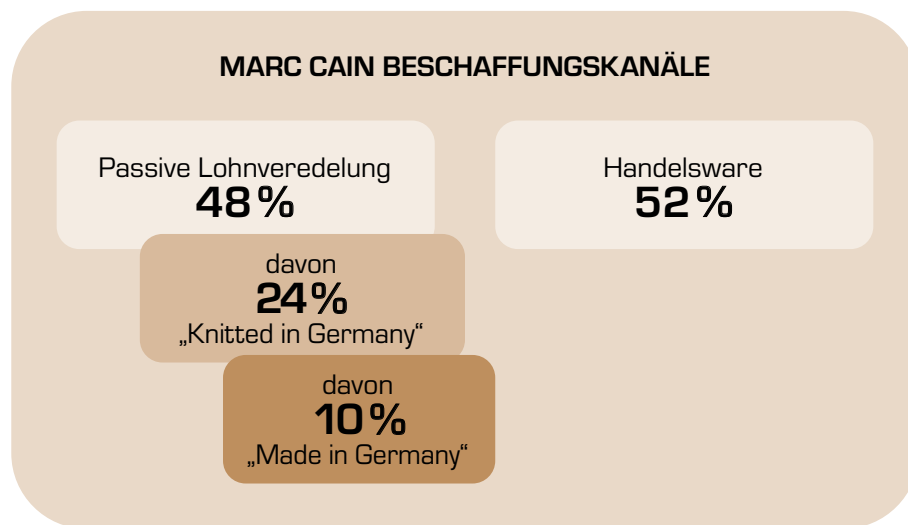
Die vorgelagerte Wertschöpfungskette von Marc Cain lässt sich in zwei unterschiedliche Beschaffungskanäle unterteilen – Passive Lohnveredelung und Handelsware.

Beschaffungskanal passive Lohnveredelung (PLV)

Bei diesem Beschaffungskanal kaufen wir direkt bei unseren Rohwarenlieferanten Stoffe, Garne und Zutaten ein. Je nach Artikel erfolgen das Verstricken der Garne und die Veredelung in sogenannten Ausrüstungsprozessen und der Sieb- und Digital-Druck bei uns am Headquarter oder im europäischen Ausland bei sogenannten Lohnkonfektionären. Unsere hauseigene Näherei und Textiltechnik unterstützen die Lieferanten kompetent bei allen Fragen rund um die Produktion der Produkte.

Beschaffungskanal Handelsware

Bei diesem Beschaffungskanal liefern uns unsere Lieferanten die fertigen Artikel. Der Lieferant ist zuständig für die vollständige Herstellung des Kleidungsstücks, inklusive Beschaffung der dafür notwendigen Materialien. Um dennoch eine gewisse Transparenz gewährleisten zu können und die Einhaltung von Qualität zu sichern, werden die Lieferanten für die Rohware in den Produkten von uns zunehmend nominiert. D. h. unsere Beschaffungsabteilung legt fest, bei welchen Lieferanten Rohwaren zu beziehen sind. In den Produktionsbetrieben (Konfektion/Nähereien) werden die Kleidungsstücke unserer Handelsware dann zusammengenäht.



Im Jahr 2024 wurden unverändert 48%* unserer Kollektion über den Beschaffungskanal PLV und 52 % unserer produzierten Artikel über den Beschaffungskanal Handelsware eingekauft. Betrachtet man die PLV wurde fast ein Viertel der Teile in Deutschland gestrickt: 24 % (2023: 19%). Diese werden mit dem Label „Knitted in Germany“ gekennzeichnet. Davon wiederum sind knapp 10 % (2023: 12 %) sogenannte 3-D-Artikel, die komplett in Deutschland gefertigt werden. Bezogen auf alle Strickteile gesamt erhielten 72 % (2023: 64 %) der Strickteile das „Knitted in Germany“ Label.

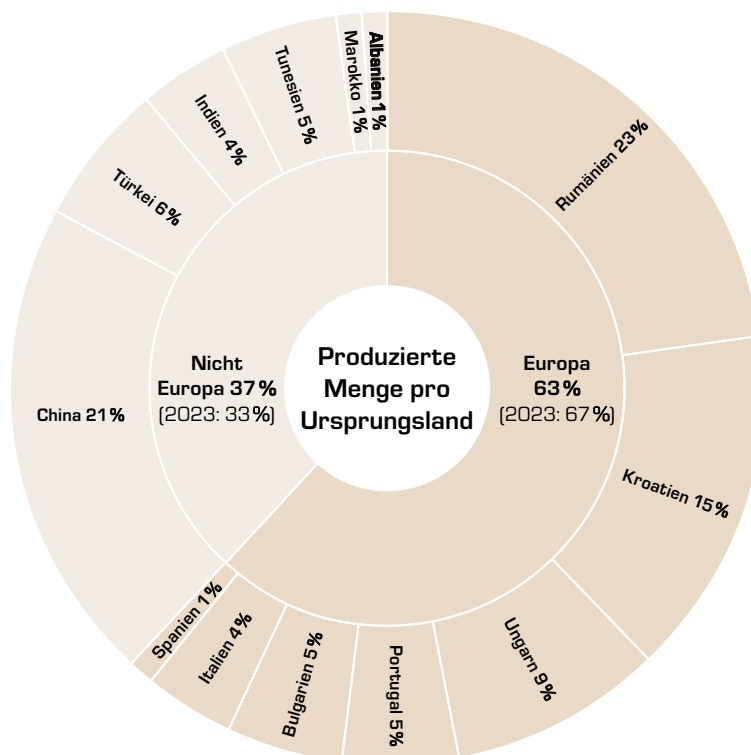
*Die Kennzahlen in diesem Abschnitt basieren auf den Fertigungsauftragsmengen im Jahr 2024

UNSERE WEITEREN PRODUKTIONS-LÄNDER

Auch im Jahr 2024 wurden unsere Produkte in 14 Ländern inklusive Deutschland (dargestellt in der Weltkarte) bei 87 Produktionsbetrieben gefertigt. Ca. 63 %* (2023: 67 %*) davon haben wir in Europa und ca. 37 %* (2023: 33 %*) außerhalb von Europa konfektioniert.



Ein prozentualer Vergleich der produzierten Menge pro Ursprungsland zeigt, dass 23 % (2023: 24 %) der Artikel in Rumänien gefertigt wurden, gefolgt von China mit 21 % (2023: 20 %), Kroatien mit 15 % (2023: 16 %), Ungarn mit 9 % (2023: 11 %), Türkei gleichbleibend mit 6 %, Tunesien rückt auf mit 5 % (2023: 3 %), Portugal mit 5 % (2023: 7 %), Bulgarien mit 5 % (2023: 4 %), Indien mit 4 % (2023: 3 %), Italien gleichbleibend mit 3 %, Marokko, Albanien, Spanien (zusammen ca. 3 %).



*Prozentuale Verteilung nach produzierter Menge an Artikeln pro Jahr

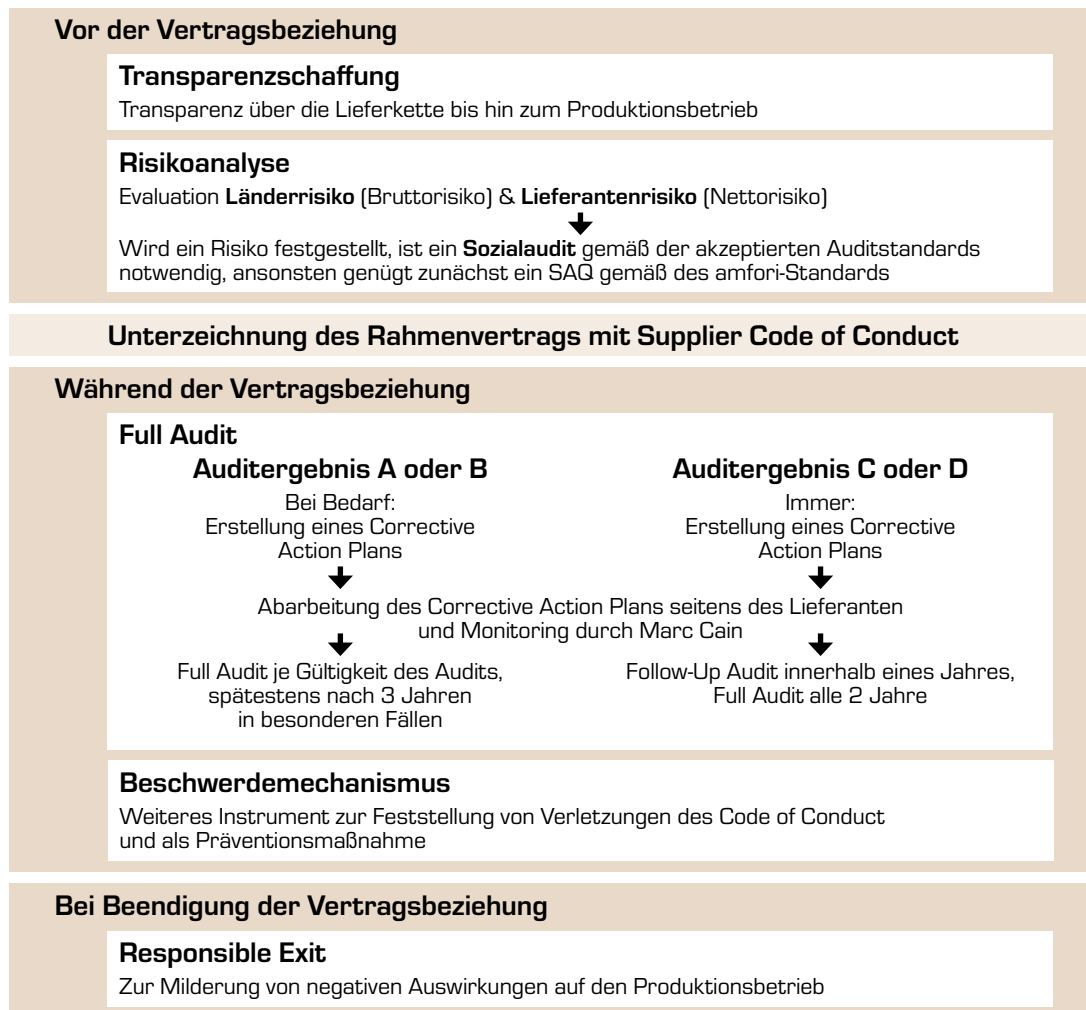
Die vorherigen Grafiken spiegeln unsere Produktionsländer, d. h. die Länder, wo unsere Produkte im letzten Schritt gefertigt wurden, wider. Für unseren Beschaffungskanal PLV benötigen wir eine Vielzahl an Rohware (Garne, Stoffe und Zutaten). Noch etwas modifiziert: Unsere direkten Lieferanten für diese Rohstoffe befinden sich – gemessen am Umsatz der produzierten Artikel – größtenteils in Italien. Zusammen mit Deutschland und Japan beziehen wir von dort insgesamt 93% unserer Rohwaren.



UNSER SOCIAL COMPLIANCE PROZESS

Ziel des Social Compliance Prozesses ist es, dass bei der Herstellung unserer Produkte die Vorgaben des Supplier CoC eingehalten werden. Die wichtigsten Themen sind das Verbot der Kinderarbeit, der Zwangsarbeit und der Diskriminierung in der Beschäftigung. Aber auch Arbeitsschutz und -sicherheit sowie das Recht auf Vereinigungsfreiheit und auf Kollektivverhandlungen sind elementar. Eine wichtige Voraussetzung, um das Ziel zu erreichen, ist, Transparenz in unserer Lieferkette zu schaffen. Mit unseren direkten Geschäftspartnern, welche ebenfalls angehalten sind, die entsprechenden Prozesse bei ihren Vorlieferanten zu etablieren, arbeiten wir kontinuierlich an diesen Themen.

Die Ergebnisse des Social-Compliance-Prozesses sind ein entscheidender Faktor bei der Auswahl der Lieferanten für eine Kollektion. Unser Social Compliance Prozess ist in drei Zeitphasen unterteilt. Wir unterscheiden zwischen der Zeit **vor** einer Vertragsbeziehung, **während** der Vertragsbeziehung und **bei** Beendigung einer Vertragsbeziehung. In seiner Gesamtheit kann der Social Compliance Prozess wie folgt beschrieben werden:



Unser Supplier Code of Conduct

Den Kern für die Integration in unseren Social Compliance Prozess stellt unser Supplier Code of Conduct innerhalb des Rahmenvertrags dar. Er enthält die Sozialanforderungen, die wir an unsere Lieferanten stellen und ist damit die Grundlage für die Zusammenarbeit mit unseren Partnerbetrieben.

Im Jahr 2019 sind wir der amfori BSCI-Initiative beigetreten. Damit bekennen wir uns zu den Werten und Grundsätzen des amfori BSCI Code of Conducts für die Achtung von Menschen- und Arbeitnehmerrechten und den OECD-Guidelines für verantwortungsvolles Wirtschaften. Im Jahr 2023 haben wir den amfori Code of Conduct um weitere Prinzipien im Bereich der Menschenrechte und Umweltschutz ergänzt und so zu unserem eigenen Marc Cain Supplier Code of Conduct gemacht. Wir verpflichten alle unsere Lieferanten und Produktionsstätten dazu, den Verhaltenskodex mit den folgenden Grundsätzen einzuhalten und die Standards in ihren vorlagerten Lieferketten kaskadenmäßig zu implementieren.



Der Marc Cain Supplier Code of Conduct ist in den für unsere Lieferanten relevanten Sprachen verfügbar. Wir haben uns zum Ziel gesetzt, alle Produktionsbetriebe unserer direkten Geschäftspartner auf dessen Einhaltung zu überprüfen. Zusätzlich sind auch ausgewählte Mitarbeiter von uns regelmäßig in den Produktionsstätten vor Ort.

Transparenzschaffung

Unser Social Compliance Prozess beginnt mit der Erfassung aller Produktionsstätten unserer Lieferanten. Nur so können wir die einzelnen Standorte bezüglich der Einhaltung unseres Codes of Conduct überprüfen und bewerten. Zur Sicherstellung der Transparenz wurden im Jahr 2024 verbesserte Prozesse im Beschaffungsbereich implementiert. Die Art der Bewertung der Social Compliance ist risikobasiert. Ausschlaggebend ist das Land der Produktionsstätte. In Risikoländern haben wir weitergehende Maßnahmen zur Überprüfung der Einhaltung unseres Verhaltenskodex eingeführt.

Risikoanalyse

Das Ziel der Risikoanalyse ist es, potenzielle Menschenrechtsverletzungen auf Länderebene und tatsächliche Risiken auf Lieferantenebene entlang unserer Wertschöpfungskette zu identifizieren.

Der erste Schritt ist eine Risikoanalyse auf Länderebene. Hierbei wird betrachtet, inwieweit Menschen- und Arbeitsrechte im Land verankert sind. Das Ergebnis spiegelt sich in unserer Risikomatrix wider, welche die analysierten Länder in bestimmte Risikoklassen einteilt. Dies basiert auf dem amfori ESG Risk Compass und weiteren HREDD (Human Rights and Environmental Due Diligence) Indizes. Darüber hinaus werden öffentliche Berichte, Indizes und Analysen von Institutionen, wie unter anderem den Vereinten Nationen, Presseberichte und Erfahrungswerte aus unseren Auditberichten von unserer CR-Abteilung herangezogen. Aktuell fokussieren wir uns bei der Länderrisikoanalyse auf die Herkunft unserer direkten Geschäftspartner. Laut unserer aktuellen Risikomatrix wurden die Länder China, Türkei und Indien als Länder mit höherem Risiko für potenzielle Menschenrechtsverletzungen und Verstöße gegen die Arbeitssicherheit eingestuft.

Nach der Risikobeurteilung des Herkunftslandes untersuchen wir im zweiten Schritt, welche Risiken tatsächlich auf unsere Lieferanten und deren Produktionsbetriebe zutreffen. Bei Lieferanten und deren Produktionsstätten in Risikoländern erfordert die weitere Beurteilung zwingend ein gültiges Sozialaudit. Stammt der Lieferant aus einem Nicht-Risikoland, so ist mindestens ein Self-Assessment Questionnaire (SAQ) zur Einschätzung eines ersten Lieferantenrisikos notwendig. Neben den länderspezifischen Risiken werden auch vorherige Auditergebnisse sowie unser Einfluss in der Produktionsstätte basierend auf der eingenommenen Produktionskapazität und der strategischen Bedeutung des Lieferanten miteinbezogen.

Bei der Entscheidung, ob wir mit einem Lieferanten zusammenarbeiten möchten, sind neben den identifizierten Risiken auf Länder-/und Lieferantenebene natürlich auch Qualität, Preis, Performance, Transparenz und Nachhaltigkeit für uns entscheidende Kriterien.

Audits, SAQs und CAPs

Zur Feststellung von tatsächlichen Risiken eines Lieferanten werden bei uns verschiedene Instrumente angewandt. Dies sind Sozialaudits und Self-Assessment Questionnaires (SAQs) und zum anderen Besuche der Produktionsstätten. Die Ergebnisse der Auditberichte und SAQs liefern uns wichtige Informationen zu Produktionsbedingungen und Umweltstandards. Müssen Ergebnisse verbessert oder Abhilfe geschaffen werden, so folgt ein Corrective Action Plan (CAP).

Bei einem Sozialaudit wird von unabhängigen, speziell ausgebildeten Auditoren überprüft, inwieweit ein Produktionsbetrieb die Anforderungen unseres Supplier Code of Conduct einhält. Eine Auditierung beinhaltet die Besichtigung der Produktionsstätte, die Sichtung von relevanten Unterlagen, Interviews mit den Beschäftigten und der Arbeitervertretung sowie den Austausch mit dem Management des Produktionsbetriebs. Wir führen unsere Audits „semi-announced“ durch. Das bedeutet, dass das Audit innerhalb eines bekannten Zeitfensters von einem Monat umgesetzt wird, ohne dass dem Betrieb der genaue Zeitpunkt bekannt ist. So wird gewährleistet, dass zu dem Zeitpunkt die richtigen Ansprechpersonen vor Ort sind. Die Ergebnisse des Audits werden anschließend in einem Auditbericht zusammengefasst und unserer CR-Abteilung übermittelt.

Ein weiteres Instrument ist die Durchführung von SAQs. Hier wird das Lieferantenrisiko mit Hilfe eines Selbstauskunftsbogens bzw. der gegebenen Antworten und Nachweise bewertet.

Wird bei einem Audit oder SAQ festgestellt, dass Abweichungen zu unserem Supplier Code of Conduct vorliegen (sogenannte „Findings“), wird im Nachgang ein Maßnahmenplan im Sinne einer Abhilfemaßnahme erstellt. Diese CAPs (= Corrective Action Plan) verfolgen wir gemeinsam mit dem Lieferanten nach. Ein solcher Plan führt alle Problemstellungen auf, die entsprechenden Maßnahmen sowie Zeiträume zur Erfüllung. Die Betriebe werden bei diesem Prozess von uns beraten und unterstützt. Gefördert wird dabei vor allem die Ursachenanalyse für ein bestehendes Problem, sowie die Definition von kurzfristigen und langfristigen Verbesserungsmaßnahmen. Für die Umsetzung der Verbesserungsmaßnahmen ist der Lieferant selbst verantwortlich.

Bei kritischen Auditergebnissen setzen wir schnellstmöglich einen Folgebesuch bei der Produktionsstätte um. Eine Vielzahl von Feststellungen können nur vor Ort überprüft werden. Dabei wird eine Analyse durchgeführt, inwieweit entsprechende Auditergebnisse auf die Aktivitäten bei Marc Cain zurückzuführen sind.

Beschwerdemechanismus

Ein weiteres Instrument ist der Beschwerdemechanismus. Er soll Beschäftigten in unseren Produktionsbetrieben die Möglichkeit geben, Verletzungen des Supplier Code of Conducts anonym zu übermitteln. Seit 2021 gibt es den Beschwerdemechanismus der amfori BSCI. Um die Zugänglichkeit zu einem solchem Mechanismus zu erleichtern, arbeiten wir seit 2023 mit einem weiteren Anbieter zusammen, der speziell unsere Produktionsländer abdeckt. So soll in Zukunft unser Beschwerdemechanismus für all unsere Produktionsländer verfügbar sein.

Responsible Exit

Kommt es zu einer Beendigung der Zusammenarbeit mit einem Lieferanten, so verfahren wir nach dem Prozess des „Responsible Exits“. Hier steht ein verantwortungsvoller Ausstieg an erster Stelle. Das heißt, dass frühzeitig Maßnahmen ergriffen werden, um negative Auswirkungen auf Produktionsbetriebe und somit auf Beschäftigte gering zu halten oder zu mildern. Die Dauer der Geschäftsbeziehung, das Produktionsvolumen und Abhängigkeiten spielen hier eine große Rolle. Eine Beendigung der Zusammenarbeit ist der letzte Ausweg, wenn der Lieferant bei kritischen Auditergebnissen keinen Willen und keine Bereitschaft zur Verbesserung zeigt.

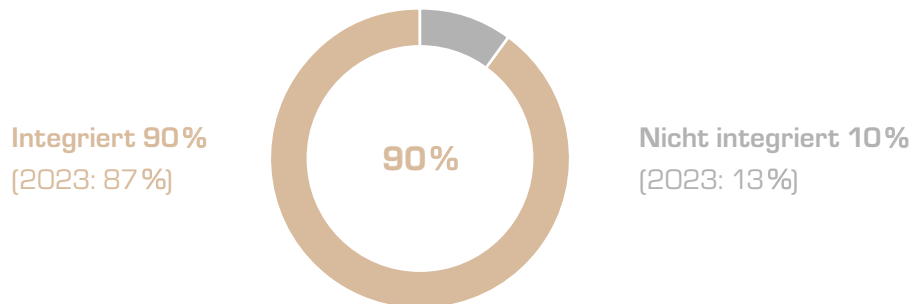
UNSERE SOCIAL COMPLIANCE ZIELE

Marc Cain legt großen Wert darauf, dass seine Produkte unter fairen und sicheren Arbeitsbedingungen gefertigt werden. Kinder- und Zwangsarbeit sind für uns inakzeptabel. In der Lieferkette soll unser Supplier Code of Conduct eingehalten werden, der sich in unserer Nachhaltigkeitsvision und in unseren Unternehmenswerten widerspiegelt. Ein hohes Risiko haben wir für Konfektionsbetriebe identifiziert. Der Automatisierungsgrad ist dort gering und die Arbeitsbedingungen können stark vom Produktionsland beeinflusst sein. Unser Einfluss ist bei unseren direkten Lieferanten am größten. Deshalb haben wir uns hier zunächst das Ziel gesetzt, im ersten Schritt alle unsere Fertigwarenlieferanten mit ihren Produktionsstätten in unseren Social Compliance Prozess zu integrieren. Im zweiten Schritt streben wir nach einer „guten“ Social Compliance. In der Beurteilung ist jeder Lieferant nur so gut, wie sein schlechtester Produktionsbetrieb.

UNSER ZIEL: 100 % UNSERER DIREKTEN GESCHÄFTSPARTNER FÜR FERTIGWARE SIND BIS ENDE 2024 IM SOCIAL COMPLIANCE PROCESS INTEGRIERT

Im Jahr 2024 haben wir unser Ziel fast erreicht. Bei den im Social Compliance Prozess nicht integrierten Lieferanten stand entweder die Beendigung der Geschäftsbeziehung kurz bevor, Lieferanten haben in Betrieben produziert, die nicht von Marc Cain freigegeben waren oder es lagen keine gültigen Audits bzw. SAQs vor.

Zielerreichung: Integration der direkten Lieferanten in unseren Social Compliance Prozess

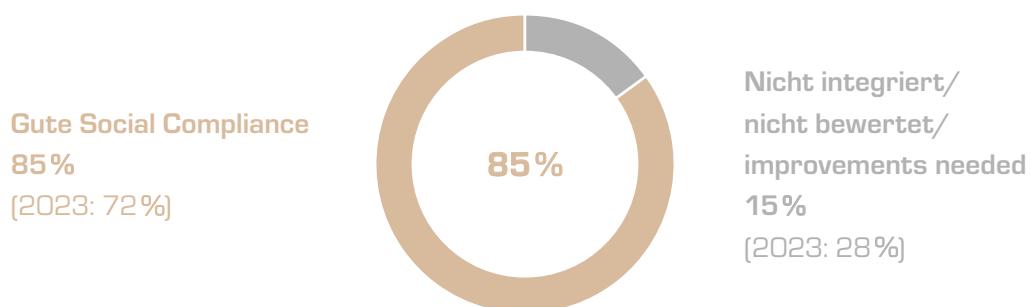


Durch neue, bessere Prozesse und eine damit verbundene verlässlichere Datenlage und somit eine bessere Transparenz, können wir jetzt zielgerichteter agieren.

UNSER ZIEL: 100 % DER DIREKTEN GESCHÄFTSPARTNER FÜR FERTIGWARE WEISEN BIS ENDE 2025 EINE GUTE SOCIAL COMPLIANCE AUF

Das Erreichen der Transparenz kann nur ein erster Schritt sein. Entscheidend ist, dass die Lieferanten unseren Code of Conduct in allen Produktionsstätten implementieren und respektieren. Die aktuelle Zielerreichung zeigt, dass dies bei fast allen der integrierten Lieferanten gelungen ist. 85% unserer Geschäftspartner können ein jeweiliges Sozialaudit (nach dem amfori BSCI-Standard, Fair Wear, GOTS, SMETA, SA8000 oder SLCP) oder ein SAQ für ihre Produktionsstätten nachweisen, die entweder konform zum Supplier CoC arbeiten oder für die Verbesserungen empfohlen werden, welche nicht dringend erforderlich sind.

Zielerreichung: Gute Social Compliance



Bezogen auf die Produktionsstätten der Lieferanten war die Situation folgende: Im Jahr 2024 arbeiteten wir mit 91 Produktionsstätten von unseren insgesamt 61 direkten Lieferanten für Fertigware zusammen. Von diesen waren 78 Betriebe in unseren Social Compliance Prozess integriert. Ein Großteil der Produktionsstätten (57) wurde nach dem Amfori BSCI-Standard auditiert. Die weiteren Sozialaudits (20) erfolgten nach anderen Standards. Von Lieferanten aus Ländern mit geringem Risiko bezogen auf soziale Themen akzeptieren wir statt einem Audit auch einen SAQ gemäß des Amfori BSCI Standards. Im letzten Jahr haben wir die Angleichung der Ergebnisbewertung von SAQs sowie der Fremdaudits umgesetzt.

	2023	2024
Produktionsstätten (Konfektion)	91	87
In den Social Compliance Prozess integrierte Produktionsstätten	78	78
mit gültigem Sozialaudit	68	67
• Amfori BSCI-Standard • Sonstige Auditstandards (Fair Wear, GOTS, SA8000, SLCP, SMETA)	52 16	47 20
mit gültigem SAQ	10	11
• Amfori BSCI SAQ • Ehemaliges eigenes SAQ Format	0 10	10 1
Audit-/SAQ-Ergebnisse*		
• Konform zum CoC • Weitgehend konform zum CoC • Verbesserungen empfohlen • Verbesserungen erforderlich • Nicht akzeptabel	28* 9* 29 2 0	13 40 21 3 1
Nicht integrierte Produktionsstätten	13	9

Nicht im Social Compliance Prozess integriert waren 9 Produktionsstätten von insgesamt 6 Lieferanten. Davon haben 3 Lieferanten vertragswidriges Sub-Contracting betrieben. 2 Lieferanten waren bereits gegen Ende im Exit-Prozess, so dass hier kein erneuter Social Compliance Nachweis angefordert wurde und 1 Lieferant hat einen entsprechenden Nachweis versäumt. Durch neu implementierte Prozessverbesserungen soll ab 2025 vertragswidriges Sub-Contracting vermieden werden.

Die Ergebnisse der Produktionsstätten im Social Compliance Prozess zeigen, dass im Jahr 2024 13 der bewerteten Betriebe im Einklang mit unserem Verhaltenskodex arbeiteten. 40 Betriebe waren weitestgehend konform zu unseren Sozialstandards, bei 21 Konfektionären wurde eine Nachbesserung empfohlen, bei 3 Produktionsstätten

*Die Anforderungen für das Ergebnis „Konform zum CoC“ haben wir im letzten Jahr erhöht, so dass einige Lieferanten mit ihrem Auditergebnis jetzt als „Weitgehend konform zum CoC“ beurteilt wurden.

waren Verbesserungen erforderlich und 1 Produktionsstätte war in Bezug auf die Social Compliance inakzeptabel.

Bei dem inakzeptablen Auditergebnis handelt es sich durchgehend um Verstöße gegen die Arbeitssicherheit, bei denen der Lieferant keine Anstrengungen unternommen hat, sie zu beenden. Zusätzlich traten über einen längeren Zeitraum hinweg Qualitätsmängel und Lieferverzögerungen auf, sodass wir uns letztendlich von diesem Lieferanten getrennt haben.

Von den beiden Lieferanten, bei denen Verbesserungen erforderlich waren, wurde der eine Betrieb aus persönlichen Gründen des Inhabers geschlossen. Bei dem anderen gab es kritische Verstöße in verschiedenen Bereichen: u.a. nicht rechtmäßige Klauseln in Arbeitsverträgen, Lohnlücke für Frauen bei gleicher Arbeit, kein besonderer Arbeitsschutz für Schwangere, verminderter Lohn aufgrund von Falschberechnung, nicht genügend Urlaub am Stück. Wir haben die Produktionsstätte persönlich besucht. Sowohl das Management als auch ein Teil der Beschäftigten wurde zu den genannten Themen trainiert. Wir haben einen Beschwerdemechanismus eingerichtet, über den die Arbeiter auch anonym Beschwerden einreichen können. Im Laufe des Jahre 2024 ist keine Beschwerde eingetroffen.

UNSERE ZIELE IM BEREICH SUPPLY CHAIN AUF EINEN BLICK:

Ziele	Zieljahr	Status 2024
100% der direkten Geschäftspartner für Fertigware sind im Social Compliance Prozess integriert*	2024	90%
100% der direkten Geschäftspartner für Fertigware zeigen eine gute ** Social Compliance auf	2025	85%

*Integriert in unseren Social Compliance bedeutet, dass uns die Konfektionäre des Lieferanten bekannt sind und alle Konfektionäre im Jahr 2024 ein gültiges & akzeptiertes Audit/SAQ hatten. Sobald ein Konfektionär eines Lieferanten kein gültiges Audit hat, gilt der gesamte Lieferant als nicht-integriert.

**Eine gute Social Compliance bedeutet, dass der Lieferant in allen zugehörigen Produktionsstätten ein Audit oder SAQ mit einem Ergebnis A, B, C oder gut (im Fall von Audits, die nicht nach A, B, oder C bewertet werden) vorweisen kann.



Umwelt

Durch **Kooperation** mit einem **Reparaturdienstleister**
können unsere Kundinnen
die **Lebensdauer ihrer Lieblingsteile verlängern**

UNSER VERANTWORTUNGSVOLLER UMGANG MIT DER UMWELT

Im Jahr 2024 haben wir uns im Rahmen einer Wesentlichkeitsanalyse systematisch mit den potenziellen Umweltauswirkungen der eigenen Geschäftstätigkeit sowie mit den Risiken auseinandergesetzt, die sich aus Umweltveränderungen für unser Unternehmen ergeben können. Im Ergebnis wurden Themen wie Klimawandel, Umweltverschmutzung, Wasser- und Meeresressourcen sowie Ressourcennutzung und Kreislaufwirtschaft als wesentlich für Marc Cain eingestuft. Vor diesem Hintergrund verfolgen wir den Anspruch, gezielte Maßnahmen zu ergreifen, um die Umweltauswirkungen des eigenen Handelns schrittweise zu reduzieren.



KLIMAWANDEL – ENERGIE UND EMISSIONEN

Treibhausgase tragen wesentlich zum Klimawandel bei. Sie entstehen unter anderem bei der Verbrennung fossiler Brennstoffe oder durch das Abholzen von Wäldern. Die Auswirkungen des Klimawandels bedrohen zunehmend das Leben von Menschen, Tieren und Pflanzen, zum Beispiel durch immer häufiger auftretende Extremwetterereignisse. Wir sind uns dessen bewusst, dass bei der Produktion unserer Marc Cain Produkte eine gewisse Menge an CO₂ entlang der Wertschöpfungskette ausgestoßen wird. In der vorgelagerten Lieferkette entstehen Emissionen beim Erzeugen unserer Rohstoffe, bei der Produktion unserer Artikel, auch an unserem eigenen Standort. Ebenso kommt es zu Emissionen in der nachgelagerten Kette beim Transport unserer Ware zum Kunden, durch die Pflege der Waren und zuletzt auch durch deren Entsorgung.

Um hier Transparenz und Abhilfe zu schaffen, werten wir im ersten Schritt unsere Energieverbräuche und deren Emissionen aus. Hier konzentrieren wir uns aktuell auf die Verbrauchsmengen in Deutschland: Standort Bodelshausen sowie unsere Stores und Showrooms in Deutschland.

Das Thema Emissionsreduktion wird bei Marc Cain schon seit einiger Zeit priorisiert. So nutzen wir zum Teil Energie aus erneuerbaren Energiequellen und streben nach möglichen Energieeinsparmaßnahmen. Um hier noch zielgerichteter vorzugehen, plant Marc Cain, sich hinsichtlich der ISO 50001 zertifizieren zu lassen. Dafür bauen wir ein Energiemanagementsystem auf.

Aber auch im Kleinen sind wir aktiv: Marc Cain bietet seinen Mitarbeitern Möglichkeiten, ihren persönlichen CO₂-Fußabdruck zu verringern durch Angebote wie das Job-Rad oder das Vernetzen von Pendlern.



ISO 50001 – ein internationaler Standard für Energiemanagement

Ziel einer Zertifizierung nach diesem Standard ist es, die Energieeffizienz zu steigern sowie Kosten und Umweltauswirkungen zu reduzieren.

Dazu werden die Energieflüsse systematisch erfasst und Verbesserungsmaßnahmen implementiert. Die Zertifizierung ist 3 Jahre gültig, muss aber durch jährliche Audits überwacht werden.



Energiequellen am Stammsitz in Bodelshausen sowie in den deutschen Stores

Neben Heizöl und Erdgas nutzt Marc Cain Pellets aus zertifiziertem Holz zur Wärme-gewinnung und generiert Strom durch die hauseigene Photovoltaikanlage (= Solarstrom) sowie durch das eigene Blockheizkraftwerk (BHKW). Zusätzlich wird weitere Elektrizität und Fernwärme erworben.

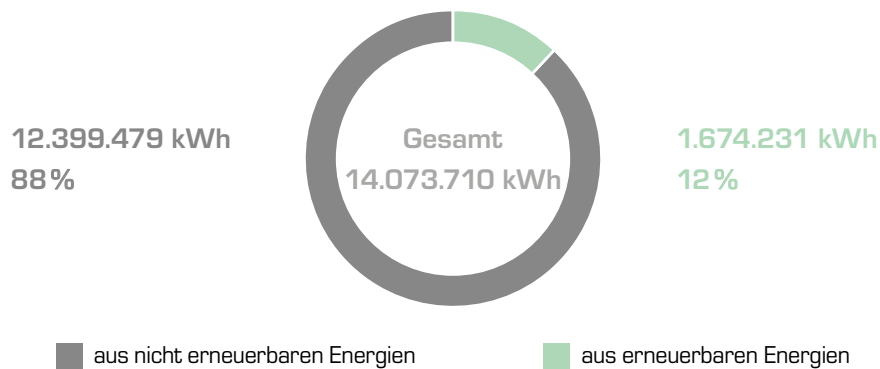
Energieverbrauch nach Energiequellen (in kWh)	2023	2024
Direkter Energieverbrauch	9.557.907	8.364.467
Heizöl	464.400	710.603
Erdgas (inkl. Verbrauch durch BHKW)	7.103.832	5.746.573
Holzpellets	1.344.000	1.152.000
Selbsterzeugter Strom durch unser BHKW	93.123	54.324
Selbsterzeugter Strom durch unsere PV-Anlage	552.552	436.267
Indirekter Energieverbrauch	5.681.352	5.709.243
Zugekaufte Elektrizität	5.678.550	5.618.246
Fernwärme	2.802	90.997
Marc Cain Fuhrpark	1.174.817	854.560
Benzin	356.057	375.675
Diesel	795.887	470.644
Flüssiggas (Propan für den Betrieb des Gasstaplers)	21.230	2.983
Verbrauch an Strom für Elektrofahrzeuge	1.643	5.258
Gesamtenergieverbrauch	16.414.076	14.928.270

Im Jahr 2024 wurde am Headquarter in Bodelshausen und in den Marc Cain Verkaufsflächen in Deutschland insgesamt 14.928.270 kWh (2023: 16.414.076 kWh*) Energie verbraucht. Ein großer Teil des Energiebedarfs entsteht in der Verwaltung mit eigener Kantine, in der Produktion zum Betreiben der Strick-, Druck- und Ausrüstungsmaschinen und für die Dampferzeugung. Zudem beinhaltet die Energienutzung ein Outlet, unser Logistikzentrum, Lagerflächen und alle Verkaufsflächen in Deutschland. Ebenso fließt auch der Kraftstoffverbrauch unseres Marc Cain Fuhrparks in die Verbräuche mit ein. Im Sinne der Wärmerückgewinnung wird mit Hilfe eines Dampfkessels in der Produktion der zu Wasser kondensierte Dampf in den Gebäuden am Stammsitz Bodelshausen zur Wassererwärmung genutzt. Auch die Abluft aus den Lüftungsanlagen wird zur Wärmerückgewinnung wiederverwendet, sodass weniger zusätzliche Energie zum Heizen benötigt wird.

*Die Energieverbräuche des Jahres 2023 basieren zum Teil auf dem Jahr 2022 oder Hochrechnungen mit Hilfe von Durchschnittswerten und der jeweiligen Fläche, weil der genaue Verbrauch für 2023 nicht verfügbar war.

Betrachtet man den Gesamtenergieverbrauch ohne unseren Fuhrpark, so wurden mit 1.674.231 kWh (2023: 1.896.552 kWh) durch erneuerbare Energien (Photovoltaik und Holzpellets) erzeugt. Das entspricht 12 % (2023: 13 %). 88 % (12.399.479 kWh) der Energie stammt aus nicht erneuerbaren Energiequellen (Heizöl, Erdgas, selbst erzeugter Strom durch unser BHKW und Fernwärme). Hier ist der zugekaufte Strom inkludiert. Da der Strommix nicht bekannt ist, wird er den nicht erneuerbaren Energien zugerechnet.

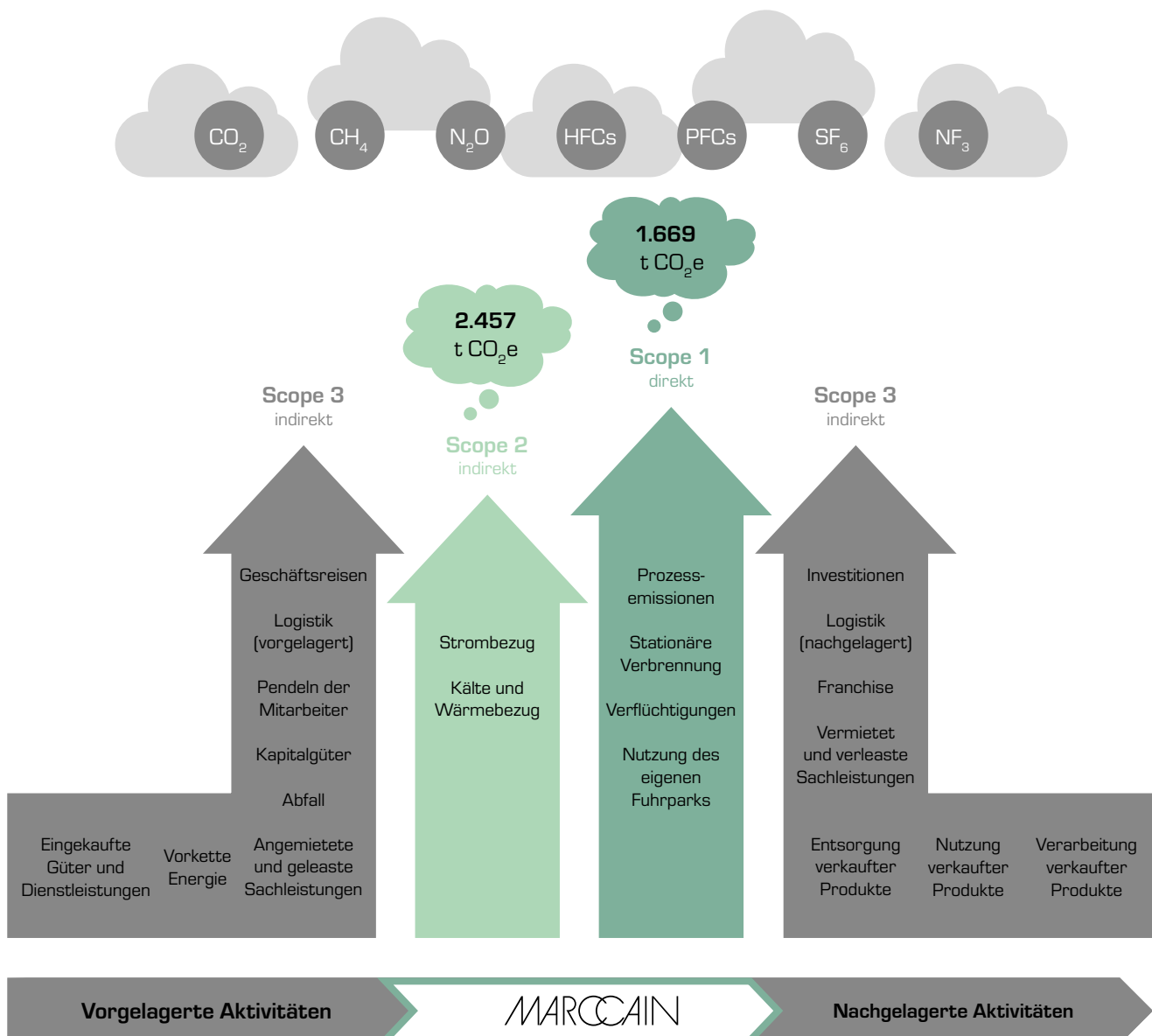
**Erneuerbare versus nicht erneuerbare Energien –
Energieverbrauch (in kWh) am Standort Bodelshausen
und in den Stores in Deutschland (ohne Fuhrpark)**



Unsere Emissionen

International hat sich das Greenhouse Gas (GHG) Protocol als Standard etabliert, um Unternehmen dabei zu unterstützen, die durch ihre Tätigkeit verursachten Treibhausgase zu messen und vergleichbar zu machen. Hierzu werden die Emissionen in drei Kategorien, sogenannte „Scopes“, eingeteilt, abhängig davon, ob die Emissionen direkt oder indirekt vom Unternehmen verursacht werden.

Übersicht der Scopes und Emissionen entlang der Wertschöpfungskette in Anlehnung an das GHG Protocol*



* <https://ghgprotocol.org/corporate-standard>

Im **Scope 1** halten wir die **direkten Emissionen** aus Energiequellen nach, die sich unter direkter Kontrolle von Marc Cain befinden. Hierzu zählen wir in der Bilanz für 2024 den Verbrauch an Heizöl, Erdgas und Holzpellets zur Wärmegewinnung, zum Betreiben unseres BHKWs und für unsere Produktion. Dazu kommen Treibstoffe für die Fahrzeuge unseres Fuhrparks und für das Notstromaggregat (Benzin, Diesel und Propan). Die direkten Treibhausgas-Emissionen belaufen sich im Jahr 2024 auf 1.669 Tonnen CO₂ Äquivalente (2023: 1.979 Tonnen CO₂ Äquivalente).

Der **Scope 2*** umfasst unsere **indirekten Emissionen**. Diese entstehen zwar durch unsere Tätigkeiten, aber sind in der Quelle einem anderen Unternehmen zugeordnet. Ein Beispiel wäre Strom, der von uns verbraucht wird, jedoch durch Energieversorgungsunternehmen erzeugt wurde. Neben dem erworbenen Strom für unsere alltäglichen Prozesse oder für die Elektrofahrzeuge unseres Fuhrparks zählen wir hier auch die eingekaufte Fernwärme hinzu. Im Jahr 2024 sind unserem Scope 2 insgesamt 2.457 Tonnen CO₂ Äquivalente zugeordnet (2023: 2.494).

Scope 1 und 2 Emissionen (in t CO ₂ e)	2023	2024
Scope 1	1.979	1.669
Direkter Energieverbrauch	1.600	1.387
Marc Cain Fuhrpark	379	282
Scope 2	2.494	2.457
Indirekter Energieverbrauch	2.494	2.457
Gesamt Scope 1 und 2	4.473	4.126

Scope 3-Emissionen werden auch den indirekten Treibhausgasemissionen zugeordnet. Sie werden entlang der Wertschöpfungskette ausgestoßen und unterliegen nicht der direkten Kontrolle durch Marc Cain. Sie entstehen zum einen in der vorgelagerten Wertschöpfungskette, zum Beispiel bei der Erzeugung von Rohstoffen, die wir beziehen, aber auch in der nachgelagerten Wertschöpfungskette, wie bei der Entsorgung von Textilien. Trotz mangelnder Kontrolle über die Quellen von Scope 3-Emissionen, haben wir die Möglichkeit, indirekt Einfluss auszuüben, unter anderem durch die Auswahl unserer Materialien. Die Auswertung dieser Emissionen stellt viele Unternehmen aufgrund des indirekten Zugangs zu Daten vor große Herausforderungen. Aus diesem Grund wurde der Scope 3 für das Jahr 2024 bei Marc Cain nicht ausgewertet.

*Bei der Berechnung der THG-Emissionen in Scope 2 wurde die standortbasierte Methode angewandt. Die herangezogenen CO₂-Emissionsfaktoren stammen aus offiziellen Datenbanken (GEMIS Datenbank 5.0 Bundesförderung Energie- und Ressourceneffizienz (EEW) 2022).



Was versteht man unter CO₂ Äquivalente (CO₂e)?

Neben Kohlendioxid (CO₂) gibt es einige weitere Treibhausgase (Methan CH₄, Lachgas N₂O sowie fluorierte Gase), die bei verschiedenen Produktionsabläufen ausgestoßen werden und zur Erderwärmung und somit zum Klimawandel beitragen. Das CO₂ Äquivalent ist eine Maßeinheit, die die verschiedenen Treibhausgase zusammenfasst. Im Grunde wird so die Klimawirkung der einzelnen Gase vereinheitlicht und Vergleichbarkeit geschaffen. Als Basis dient die Wirkung von Kohlenstoffdioxid.

Unsere Maßnahmen, um Emissionen zu reduzieren

Um die Treibhausgas-Emissionen zu reduzieren, haben wir in den letzten Jahren bereits Maßnahmen ergriffen. So werden alle Leuchten nach und nach durch LED-Leuchten ersetzt, das An- und Ausschalten der Deckenbeleuchtung wird über Bewegungsmelder gesteuert.

Seit 2015 existiert bei unserem Marc Cain Outlet am Standort Bodelshausen auch eine E-Tankstelle. Unsere Kunden und Mitarbeiter können so bequem während der Dauer ihres Einkaufs oder während der Arbeit ihr Auto aufladen. Zudem arbeiten wir stetig daran, Verbesserungen auch im Sinne des Klimawandels zu erkennen und umzusetzen. Unsere Photovoltaikanlage erzeugt Strom, der den erneuerbaren Energien zugerechnet wird. Einerseits wird der Strom bei Scope 2 bilanziert, da laut dem Umweltbundesamt CO₂-Emissionen durch Monokristalline entstehen. Andererseits können durch sie auch Emissionen von CO₂e vermieden werden. Im Jahr 2024 konnten durch die Eigenerzeugung von Solarstrom ca. 315 Tonnen CO₂ Äquivalente eingespart werden (2023: ca. 390 t CO₂e). Die Berechnung basiert auf dem Eigenverbrauch des erzeugten Solarstroms, berechnet mit dem vom Umweltbundesamt angegebenen Vermeidungsfaktor für CO₂-Emissionen (0,690 kg CO₂e/kWh).



DHL GoGreen

Seit Mai 2015 versenden wir alle unsere Pakete und Päckchen an Endverbraucher mit DHL GoGreen. Mit diesem Zusatzbeitrag pro Paket und Päckchen setzen wir uns für Klimaschutzprojekte ein, die von DHL unterstützt werden. Im Jahr 2024 haben wir insgesamt 156,54 Tonnen CO₂ Äquivalente (2023: 106,97 t CO₂e) durch GoGreen Produkte und Services ausgeglichen.

UNSER BEITRAG ZUR VERMEIDUNG VON UMWELTVERSCHMUTZUNG

Bei der Textilproduktion sind zahlreiche Prozesse entlang der Wertschöpfungskette zu berücksichtigen, die zur Verschmutzung unserer Umwelt führen können. Luft, Wasser und Böden können durch verschiedene Quellen, die bereits in den vorherigen Kapiteln beschrieben wurden, belastet werden. Treibhausgasemissionen, Textilabfälle und die Nutzung von Plastikverpackungen sind nur ein Teil davon. Ein Haupttreiber der Verschmutzung bei der Produktion von Kleidung ist der Einsatz von Chemikalien, die zur Verunreinigung von Abwasser und so zur Verschmutzung von Wasser und Böden führen können.

Unser Umgang mit Chemikalien

Damit unsere Artikel farbig und haltbar werden, einen schönen Griff und ein angenehmes Tragegefühl erhalten und sich auch überhaupt gut verarbeiten lassen, werden die Rohmaterialien wie Stoffe bzw. Garne und Leder gefärbt, gegerbt, gewaschen und ausgerüstet. Die dabei eingesetzten Chemikalien können negative Auswirkungen auf das Abwasser haben. Das gilt für unsere eigene Produktion sowie für unsere vorgelagerte Lieferkette. Ein verantwortungsvoller Umgang mit Chemikalien ist deshalb für uns von hoher Bedeutung. Auch Abfälle können Schadstoffe enthalten, die unsere Umwelt negativ belasten. Wir verfolgen verschiedene Maßnahmen, um diese Verschmutzungsquellen innerhalb unserer Geschäftstätigkeiten zu erkennen, zu minimieren und im besten Fall zu beseitigen. Dafür legt Marc Cain Obergrenzen oder Einsatzverbote für Chemikalien, die in den Produktionsprozessen zum Einsatz kommen, fest. Wir erkennen die ZDHC MRSL (Manufacturing Restricted Substances List) an und fordern auch von unserer Lieferkette, diese einzuhalten.

Ein unsachgemäßer Gebrauch von Chemikalien kann zur Verunreinigung des Grundwassers durch Schadstoffe im Abwasser führen. Das Thema Abwasser ist demnach ein ausschlaggebender Treiber in Bezug auf die Umweltverschmutzung. Im besten Fall sollte Wasser in unseren Produktionsprozessen in der Lieferkette durch die Einhaltung der ZDHC MRSL und der ZDHC Abwasserrichtlinie erst gar nicht mit bedenklichen Chemikalien belastet werden. Für unsere Rethink Together Artikel fordern wir bereits heute entsprechende Nachweise. Zukünftig soll dieser Anspruch auch für die Produktionsprozesse aller Artikel gelten.

In unserer eigenen Produktion sind wir bestrebt, noch weiter Chemikalien zu reduzieren, wenn dies technisch und ohne Qualitätsverlust möglich ist. So werden beispielsweise bei der chemischen Reinigung in der hauseigenen Produktion nur geringe Mengen an Perchlorethylen (PER) eingesetzt. Die Chemikalie dient hier zum Lösen von Schmutz und Fett vor allem bei Naturfasern wie Wolle oder Seide, ohne dabei die Qualität des Textils zu beschädigen. Die Menge an eingesetztem PER ist abhängig von der jeweiligen Faserart und dem Verschmutzungsgrad der Artikel nach der Strickerei. Bei diesem Prozess wird ohne Wassereinsatz gereinigt. Zudem verläuft eine chemische Reinigung innerhalb eines geschlossenen Kreislaufs, sodass nach dem Prozess keine Lösemittel durch das Produkt an Menschen und Umwelt abgegeben werden können. Die Entsorgung des Lösemittels, des sogenannten PER-Abfalls, erfolgt gesondert und unter strengen Vorschriften. Seit 2023 ist unser Verfahren der chemischen Reinigung mit PER zum Teil auf eine Alternativrezeptur, die größtenteils biologisch abbaubar ist, umgestellt.

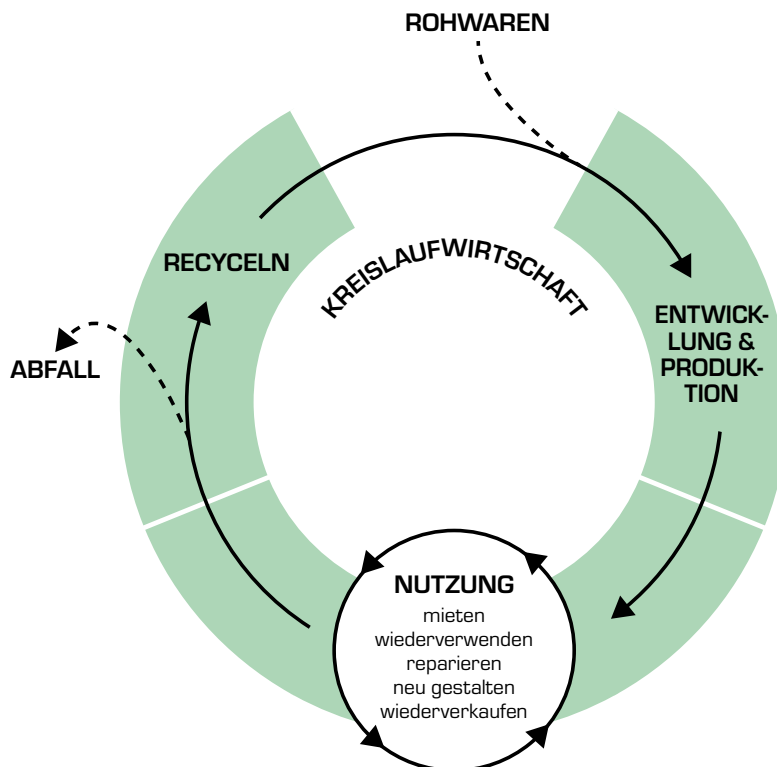


RESSOURCENNUTZUNG & KREISLAUFWIRTSCHAFT

Die Wahl eines Rohstoffs für Garne, Stoffe und Zutaten lässt Umweltauswirkungen eines Kleidungsstücks zum großen Teil vorherbestimmen. So entstehen zum Beispiel für Materialien aus fossilen Ressourcen schon bei der Gewinnung hohe CO₂ Emissionen. Recycelte Materialien hingegen verringern die negativen Umweltauswirkungen, die bei einer Neugewinnung entstehen würden.

Eine hohe Qualität der Materialien und des Produktes sowie ein zeitloses Design machen es aus, dass ein Produkt lange in Gebrauch bleiben kann. Neben der Langlebigkeit gibt es noch weitere Aspekte der Kreislaufwirtschaft, wie die Reparierfähigkeit, Wiederverwendbarkeit oder auch die Recyclingfähigkeit eines Produktes. Zu guter Letzt spielt auch unser Umgang mit Alttextilien und Abfällen eine wichtige Rolle dabei, Ressourcen so lange wie möglich im Kreislauf zu halten.

Aber nicht nur unsere Produkte, sondern auch Verpackungen, wie zum Beispiel Schutzhüllen oder Kartonsagen für den Versand der Marc Cain Ware sind Teil unserer genutzten Ressourcen und sind entscheidend beim Thema Ressourcennutzung und Kreislaufwirtschaft.



Wie bestimmt unsere Materialauswahl der Rohwaren die Ressourcennutzung?

Bei der Einschätzung der Auswirkungen unserer Materialien auf die Umwelt fokussieren wir uns vor allem auf die Art und Weise, wie verwendete Rohstoffe gewonnen werden. Themen, wie beispielsweise der Wasser- und Pestizideinsatz beim Anbau von pflanzlichen Fasern, die Nutzung von fossilen Rohstoffen zur Gewinnung von Synthefasern oder die Landnutzung beim Pflanzenanbau und der Tierhaltung für die Wollerzeugung stehen hier im Fokus.

Um die Auswirkungen auf die Umwelt zu minimieren, haben wir uns zu einem Ziel zu den unterschiedlichen Faserarten gesetzt, welche im Kapitel „Produkt“ bereits zusammengefasst sind. Aber auch durch hohe Qualitätsanforderungen und deren engmaschige Kontrolle wollen wir die maximale Lebensdauer unserer Produkte erreichen. Daneben minimiert ein zugleich innovativer Produktionsprozess mit wenig Textilabfall wie an unserem Standort Bodelshausen durch die hochmodernen Flach- und Rundstrickmaschinen den Verbrauch von unnötigen Ressourcen.

Unsere Mengenauswertung zeigt, dass synthetische Fasern (darunter Polyester und Polyamid), Baumwolle, MMCFs (überwiegend Viskose) und Wolle die vier meistverwendeten Fasern bei Marc Cain sind.

Die schlechte Umweltbilanz von **Synthefasern** resultiert hauptsächlich aus dem Erdölverbrauch – also fossilen Rohstoffen. Die Verwendung von beispielsweise recyceltem Polyester oder Polyamid reduziert zumindest die Nutzung von neuem Erdöl, was mit unserem Ziel „50% nachhaltigere Synthefasern bis 2025“ übereinstimmt.

Im Vergleich zu Synthefasern wird Baumwolle als pflanzliche Faser aus nachwachsenden Rohstoffen gewonnen. Negative Auswirkungen von Baumwolle entstehen durch den Anbau in Monokulturen, ineffizienten Wasserverbrauch und den Einsatz von Pestiziden bzw. synthetischen Düngemitteln. Hier wirken wir mit unserem Ziel „die Nutzung von 100% nachhaltigerer Baumwolle bis 2025“ entgegen, da gerade bei dieser nachhaltigeren **Baumwolle** die Bodengesundheit, eine effiziente Wassernutzung durch beispielsweise Tröpfchenbewässerung und die biologische Vielfalt im Vordergrund stehen.

MMCFs basieren auf dem Rohstoff Zellulose, der meist aus Holz gewonnen wird. Neben Themen wie dem Abholzen von Wäldern und dem Verlust von Biodiversität sind auch die Verwendung von schädlichen Chemikalien beim Herstellungsverfahren negativ belastet. Auch hier setzen wir auf mehr nachhaltigere **regenerative Zellulosefasern** um unser 50% Ziel bis 2025 zu erreichen. Diese Fasern stehen nicht im Widerspruch zur Artenvielfalt und der Regenerationsfähigkeit des Waldes und entstehen zudem weitestgehend durch geschlossene Wasser-Chemikalien-Kreisläufe.

Die viertgrößte Fasergruppe bei Marc Cain ist Wolle, ein Rohstoff der oft mit mangelndem Tierwohl, einer intensiven Bodennutzung durch die tierische Landwirtschaft und dem daraus folgenden Verlust an Biodiversität in Verbindung gebracht wird. Diese negativen Auswirkungen auf Tier und Umwelt versuchen wir durch unsere zwei gesetzten Ziele zu den Tierfasern, unter anderem dem Ziel: 100% nachhaltigere **Mohairwolle** bis 2025, zu verringern. Ein Verzicht auf Intensivtierhaltung reduziert zudem die Gefahr für Böden und Gewässer in der Umgebung.

Was tun wir in der Entwicklung und Produktion?

Höchste Qualität für langlebige Freude

Ein Aspekt, der die Kreislaufwirtschaft unterstützt, ist die Langlebigkeit eines Produktes. Unsere Kundinnen verlassen sich darauf, dass sie hochqualitative Produkte erwerben. So werden alle Materialien in unserem eigenen Labor in Bodelshausen auf Einhaltung unserer strengen Qualitätsansprüche gegengeprüft. Typische Prüfparameter sind das Pillingverhalten, Licht-, Wasch- und Reibechtheit. Erst wenn diese Prüfungen bestanden sind, wird die Freigabe für die Produktion erteilt.

Neben diesen physikalisch-technischen Labortests gehören aber auch Tragetests, für maximale Langlebigkeit und Tragekomfort zur Prüfroutine. Mitarbeiterinnen tragen Musterartikel testweise und werden im Anschluss zu ihrem Trageerlebnis befragt. So können für die Produktion Verbesserungen vorgenommen und der Tragekomfort für die Endkundin optimiert werden.

Innovative Produktionstechniken vermindern Abfall bereits im Entstehungsprozess

Für unsere Strickartikel, die komplett an unserem Standort in Bodelshausen entstehen, verwenden wir die innovative „**3D-Knit and Wear**“-Technologie. Dieses Verfahren ermöglicht eine optimale Ressourcennutzung, denn sie vermeidet Verschnitt, der sonst beim Zuschnitt aus einem Stoffballen anfallen würde. Die Artikel kommen praktisch fertig aus der Strickmaschine heraus. Sie werden in einem Arbeitsgang ohne Nähte gefertigt, und nur noch End- und Anfangsfaden müssen vernäht werden.

Etwas anders funktioniert die Fully-Fashion Technologie. Dabei entsteht nicht der fertige Artikel als Ganzes direkt auf der Strickmaschine, sondern die einzelnen Passformteile wie Vorder- und Rückenteil, Ärmel und Kragen. Auch hier entsteht kein Abfall durch Verschnitt. Allerdings erhalten diese vorgefertigten Schnittteile zur Kennzeichnung und Stabilisierung zusätzliche Maschenreihen mit eingestrickt. Durch die Kennzeichnungen kann der Konfektionär, der die Teile zusammenfügt, sicherstellen, dass er die richtigen Teile an der richtigen Position zusammennäht. Diese Maschenreihen werden beim Konfektionär wieder entfernt.

Wie verlängern wir die Nutzungsdauer?

Pflege- und Reparaturanleitungen für mehr Langlebigkeit

Zu einem bewussten Umgang mit Ressourcen gehört nicht nur die Auswahl hochwertiger Materialien und eine gute Verarbeitung. Für eine lange Lebensdauer ist zusätzlich die richtige Pflege und das Reparieren eines Kleidungsstücks durch die Kundin entscheidend. Um unsere Kundin beim richtigen Umgang mit ihren Lieblingsstücken zu unterstützen, finden sich auf unserer Website Pflege- und Reparaturvideos, in denen Expertinnen aus unserem hauseigenen Labor und dem Repassierbereich Tipps und Tricks verraten, darunter wie Marc Cain Teile richtig zu waschen sind, wie Flecken vorsichtig entfernt oder wie kleine Löcher nahezu unsichtbar geflickt werden können.

Kooperation gestartet mit dem Reparaturdienstleister Cashmere Spa

Seit Ende letzten Jahres können unsere Kundinnen ihre besonders geschätzten Bekleidungsstücke durch den professionellen Pflege- und Reparaturdienstleister Cashmere Spa zu einem Spezialpreis aufbereiten lassen, falls sie Schädigungen z. B. durch Mottenfraß erlitten haben. Der Service erfolgt in Deutschland, wird aber für die Kunden weltweit angeboten. Weitere Informationen und Kontaktdaten sind auf unserer Website zu finden.



Unsere +Artikel

Bei der Kollektionsentwicklung achten wir stets auf den Materialbedarf und prüfen, ob zeitloses Restmaterial aus früheren Saisons für die Produktion von Basic-Artikeln mit einfachen Designs verwendet werden kann.

Überhänge von Oberstoffen und Zutaten

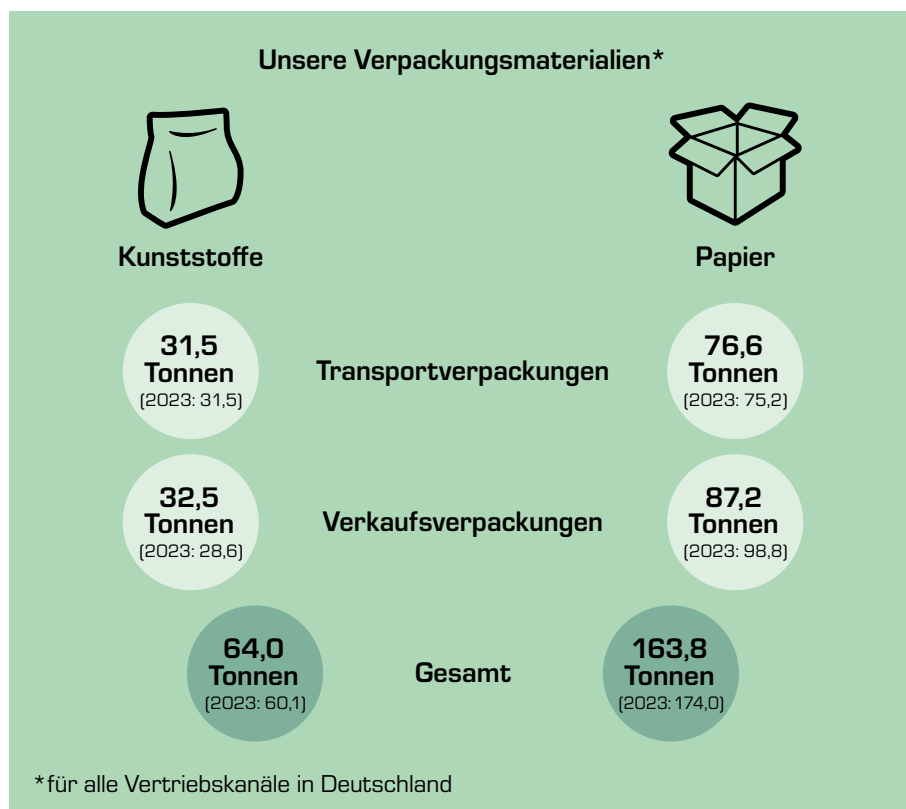
Stoffe, Garne, Jerseys, die nach dem saisonalen Produktionsprozess oder aus der laufenden Musterung übrig sind, werden hinsichtlich einer Neuaufnahme in die kommende Saison erneut geprüft und gesichtet. Alte Restbestände gehen an Sonderpostenaufkäufer, Hochschulen oder werden in Kleinmengen auch an wohltätige Vereine weitergegeben. Auf diese Weise möchten wir dazu beitragen, dass unsere Überhänge bestmöglich verwertet werden.

Umgang mit nicht verkaufter Ware

Natürlich ist es unser Ziel, unsere Warenmenge genau an die Bedürfnisse und Nachfrage unserer Kundinnen anzupassen. Trotz Bemühungen gibt es am Ende jeder Saison eine Restmenge an Prototypen und Musterteilen in unseren Lagern sowie Artikel, die nicht verkauft werden konnten. Um diese Ware bestmöglich zu verwerten, folgt Marc Cain bereits seit Jahren einem festen Verwertungsprozess: Zuerst ist unsere Ware ca. 10 Monate lang im Onlineshop erhältlich. Anschließend wird sie als 1. und 2. Wahl im Outlet angeboten oder an Drittanbieter weiterverkauft. Nur Ware, die nicht mehr tragfähig ist, geht letztlich an einen Textilverwerter. Hierzu möchten wir im kommenden Jahr die Mengen eruieren, weitere Maßnahmen definieren, um die Menge an nicht verkauften Artikeln zu reduzieren und nach alternativen Verwertungen suchen.

UNSERE VERPACKUNGSMATERIALIEN

Um unsere hochwertigen Produkte von den Produktionsstätten in unser Lager und von dort wieder zu unseren Kunden zu transportieren, ist es nötig, sie vor negativen Einflüssen wie Schmutz, Feuchtigkeit oder sonstigem Qualitätsverlust zu schützen. Wir unterscheiden zwischen Transportverpackungen, die für die Beförderung unserer Artikel zwischen den Produktionsstätten und Marc Cain sowie von Marc Cain zu den Geschäftskunden genutzt werden, und Verkaufsverpackungen, die über den Online-Versand direkt beim Endverbraucher landen. Zudem kommen auch verschiedene Verkaufsverpackungen, wie z. B. Tragetaschen in unseren Stores zum Einsatz. Diese Unterscheidung macht es uns möglich, Veränderungen und Verbesserungen bzgl. der Verpackungsmaterialien zielgerichtet einführen zu können.



Marc Cain beschäftigt sich bereits seit einiger Zeit mit der Frage, wie das Verpackungsaufkommen reduziert werden kann und wie Verpackungen noch mehr Teil der Kreislaufwirtschaft werden. Hierzu haben wir uns konkrete Verpackungs-Ziele gesetzt und schon einige Maßnahmen eingeführt.

Als eine der ersten Maßnahmen haben wir uns zum Ziel gesetzt für unsere Verpackungen, die aus Kunststoff bestehen, nur noch recyceltes Material zu verwenden. Zudem sollen diese Verpackungen durch den Recyclingprozess nach der Nutzung im Kreislauf verbleiben.

UNSER ZIEL: 100 % RECYCELTE KUNSTSTOFFVERPACKUNGEN

Polybags-Material: reduziert und im Kreislauf verbleibend

Unserem Ziel, bis Ende des Jahres 2025 nur noch recycelte Polybags zu verwenden, sind wir im Jahr 2024 deutlich nähergekommen. Im Beschaffungsbereich „Passive Lohnveredlung“ ist die Umstellung fast vollständig abgeschlossen. Ende 2024 hatten wir nur noch Restbestände nicht-recycelter Polybags im Lager – ausschließlich von den größten und kleinsten Größen. Neben der Materialumstellung wurde auch die Wandungsstärke reduziert, was die anteilige Kunststoffmenge stark verringert. Für den Beschaffungsbereich „Handelsware“ ist die Umstellung auf ein dünneres und 100 % recyceltes Material noch voll im Gang. Für unsere Artikel, die hängend gelagert werden, muss die Umstellung noch erfolgen.

I am a polybag made from 100 % recycled material

**MY JOB IS TO PROTECT OUR VALUABLE GOODS ON THEIR JOURNEY.
PLEASE HELP CONTINUE THE CYCLE AND RECYCLE ME AGAIN.**

Im Jahr 2024 haben wir die **Schutz- und Versandhüllen unserer Hängeware** dahingehend optimiert, dass wir den Anteil an recyceltem Material erhöht und die Wandungsstärke halbiert haben. So geht Rohstoff in diese Hüllen ein, der andernfalls entsorgt worden wäre. Durch die Gewichtsreduktion wird die potentielle Abfallmenge halbiert – ganz im Sinne der Abfallvermeidung bzw. -reduktion. Zudem werden diese Schutzhüllen in Deutschland produziert. So minimieren wir Transportwege und reduzieren negative Umweltauswirkungen.

Sowohl für unser Ziel bezüglich recycelter Kunststoffverpackungen als auch für die anderen Ziele haben wir uns vorgenommen, einen realistischen und klar strukturierten Plan zu erstellen und mit passenden Kennzahlen den Status zu verfolgen.

Unsere weiteren Ziele zu Kunststoffverpackungen

100% Reduktion von
Einwegverpackungen,
ohne essenziellen Nutzen

20% Reduktion von
Einwegkunststoffverpackungen

100% Zuführung aller
Einwegkunststoffverpackungen
in einen Recyclingstrom

Mindestanteil von 10% an wieder-
verwendeten Verpackungen

Papierverpackungen – verbesserte Recyclebarkeit der Webshop-Kartons

Seit Ende 2024 sind neue **Kartonagen für den Online-Versand** an die Endkundin im Einsatz. Das mit einem Umweltsiegel ausgezeichnete Material ist jetzt nicht mehr beschichtet und kann so leichter recycelt werden. Bis Ende 2025 soll unser Online-Versand nur noch mit diesen umweltfreundlicheren Kartonagen erfolgen.



Um den Verbrauch an Kartonagen für den B2B Transport zu reduzieren, bzw. sogar in manchen Bereichen ganz darauf zu verzichten, kommen bei uns **wiederverwendbare und somit umweltfreundlichere Kleinladungsträger-Kunststoffboxen** zum Einsatz. In der Praxis heißt das, dass die Boxen zusammengeklappt auf Paletten an Zulieferer und Betriebe versandt werden, sodass diese mit Fertigware zurückgeschickt werden können. Die Boxen verfügen über eine lange Haltbarkeit und sind über viele Jahre einsatzbereit. Die Boxen werden für den Zutatenlager-Versand verwendet und haben ihre Vorteile bereits unter Beweis gestellt.



WASSER ALS RESSOURCE

Der Verbrauch an Wasser und die Entstehung von Abwasser ist in der Textilindustrie unerlässlich. Naturfasern müssen nach der Gewinnung gewaschen werden, bevor sie weiterverarbeitet werden können. Erst durchs Färben und sogenannte Nachbehandlungen erhalten Garne und Stoffe die schönen Farben, eine angenehme Haptik sowie eine besondere Optik. Wir sind uns dessen bewusst, dass in vielen Teilen der Welt Wasserknappheit herrscht und Wasser eine kostbare Ressource ist. Deshalb ist ein verantwortungsvoller Umgang mit Wasser und auch Abwasser für Marc Cain von Bedeutung.

Unmittelbar haben wir auf den direkten Verbrauch an Wasser für unsere eigene Produktion und den häuslichen Gebrauch am Standort Bodelshausen Einfluss. Dagegen sind Wasserverbrauchsmengen für uns vor allem in der tieferen Lieferkette schwer zu erfassen. Hier liegt unser Schwerpunkt derzeit eher beim Thema Abwasser im Sinne der Überprüfung des Umgangs mit Chemikalien in den Produktionsstätten. Aber gerade in der Jeansproduktion arbeiten unsere Lieferanten mit modernsten Maschinen und achten darauf, mit wenig Verbrauch an Wasser zu produzieren.

Unsere Maßnahmen und Projekte in Bezug auf Wasser

Digital Denim Print Jeans

Unsere Denim-Lieferanten haben eine hochinnovative, nachhaltigere Drucktechnik als Alternative zur herkömmlichen aufhellenden Jeanswäsche entwickelt: Hierbei wird die ungefärbte Grundware auf der Außen- und Innenseite schnittteilgenau bedruckt, Wascheffekte inklusive. Dafür wird eine herkömmlich gewaschene Jeans mit dem gewünschten Look abfotografiert und dann mit dem Digitaldruck optisch nachgestellt. Diese Art der Veredelung erfolgt mit GOTS-zertifizierten Tinten, ist komplett wasserfrei und damit sehr ressourcenschonend. Neben Wasser werden weniger Chemikalien verwendet und der Energieverbrauch der Industriemaschinen wird minimiert.



Im Jahr 2023 hat Marc Cain angefangen, diese Technologie zu nutzen. Inzwischen bieten wir in unseren Kollektionen Jeansartikel an, die nach diesem Verfahren hergestellt werden.

Regenwasser-Zisterne

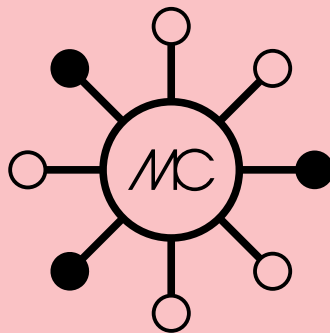
Marc Cain verfügt am Headquarter über eine Regenwasser-Zisterne. Hier können bis zu 100.000 Liter Wasser gesammelt werden, welches für die Bewässerung unserer Gartenanlage auf dem Firmengelände genutzt wird.



UNSERE ZIELE IM BEREICH UMWELT AUF EINEN BLICK:

Um klimabezogene Risiken und Chancen systematisch anzugehen, planen wir mittelfristig die vollständige Berechnung unseres ökologischen Fußabdrucks, inklusive der Scope-3 Emissionen. Zudem sind eine tiefere Aufspaltung unseres Abfallaufkommens und eine jeweilige Mengenauswertung geplant, um hier zielgerichtet zu handeln.

Unsere Verpackungsziele	Zieljahr	Status 2024
Umstellung der Polybeutel auf 100% recycelte Materialien	2025	Umstellung für PLV erfolgt, für HAWA erfolgreich gestartet, aber noch nicht finalisiert
100% unbeschichtete Kartonagen für den Online-Versand	2025	Umstellung erfolgreich abgeschlossen



Stakeholder

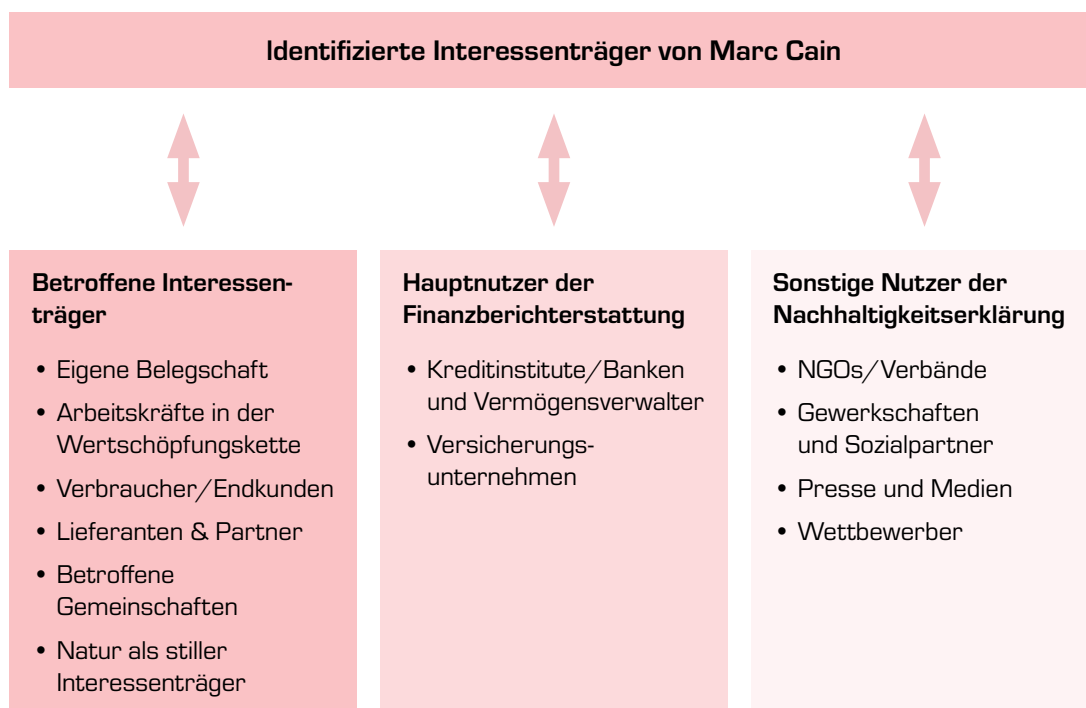
Marc Cain hat eine **Wesentlichkeitsanalyse** im Sinne der **CSRD** (Corporate Sustainability Reporting Directive) durchgeführt

Einführung eines „Betriebsbarometers“ zur **Gesundheitsvorsorge** für die eigene Belegschaft

UNSERE STAKEHOLDER

Ein Kernaspekt unseres Vorgehens im Sinne der Corporate Responsibility ist es, alle Stakeholder unserer Geschäftstätigkeiten bei der Richtungsgebung und Durchführung unserer Nachhaltigkeitsaktivitäten bestmöglich zu berücksichtigen oder sogar miteinzubinden. Unsere Stakeholder und deren Interessen zu identifizieren, versetzt uns in die Lage, mögliche Risiken zu erkennen und sie besser zu managen. Zukunftsorientiertes Wirtschaften erfordert, dass Unternehmen nicht nur auf die Anforderungen von Kundinnen und Märkten eingehen, sondern auch im Hinblick auf die rechtlichen Vorgaben in den Bereichen Umwelt, Gesellschaft und Unternehmensführung gut aufgestellt sind. Stakeholder-Engagement ist für uns ein fortlaufender Prozess des Zuhörens, des Austausches und des Lernens. Wir setzen dabei auf eine klare und offene Kommunikation. Das sehen wir als Chance, uns kontinuierlich zu verbessern und einen Mehrwert für alle Betroffenen und Beteiligten zu schaffen.

Im Rahmen der doppelten Wesentlichkeitsanalyse haben wir unsere Stakeholder neu betrachtet. Als sehr wesentliche Stakeholdergruppen haben wir unsere eigene Belegschaft, sowie unsere Lieferanten und Partner mit den Mitarbeitern in der Wertschöpfungskette sowie unsere Kunden definiert. Darüber hinaus gibt es auch die Natur als stillen Interessensträger sowie weitere unternehmensinterne und -externe Personengruppen, die ein Interesse an den Geschäftstätigkeiten von Marc Cain haben oder davon beeinflusst werden können. Der Austausch mit unseren Stakeholdern erfolgt über zahlreiche Kommunikationskanäle und unterschiedliche Formen der Zusammenarbeit. Unsere Endkundin ist herzlich eingeladen, uns Anregungen und Fragen zum Thema Nachhaltigkeit über unsere Mailadresse sustainability@marc-cain.de zu übermitteln.



UNSERE MITARBEITER

Unsere Mitarbeiter sind der Kern unseres Erfolges und daher eine Stakeholdergruppe mit besonderer Bedeutung. Aus diesem Grund arbeiten wir laufend daran, unsere Arbeitsbedingungen weiterzuentwickeln sowie ein dynamisches Umfeld mit spannenden Aufgaben, einem wertschätzenden Arbeitsklima und weiteren Benefits zu schaffen.



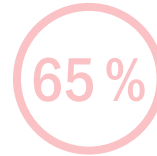
unserer Mitarbeiter
sind weiblich



unserer Mitarbeiter
sind in Deutschland
angestellt



beträgt die
durchschnittliche
Betriebszugehörigkeit



der Führungskräfte
sind weiblich

WAS WIR UNSEREN MITARBEITERN BIETEN

Förderung der fachlichen und persönlichen Entwicklung:

- Mit unserer Marc Cain Academy bieten wir unseren Mitarbeitern vielfältige und individuelle Weiterbildungsangebote
- Darüber hinaus unterstützen wir bei der Vermittlung von Kinderbetreuungsangeboten und der Vereinbarkeit von Familie und Beruf

Förderung des kollegialen Zusammenhalts:

- Sommer-, Weihnachtsfeste oder auch unsere After Work Events bieten den Mitarbeitern die Möglichkeit, sich in entspannter Atmosphäre außerhalb des Büros besser kennenzulernen. Neben individuellen Teamevents fördert dies den Team-Spirit der Mitarbeiter
- Eine interne Mitarbeiter-Kommunikations-App dient dem abteilungsübergreifenden Austausch, Information und Organisation sowie einer transparenten und fortlaufenden Unternehmenskommunikation

Wohlfühl-Benefits:

- Sportkursangebote im Haus sowie Zuschüsse für ausgewählte Fitnessstudios
- Job-Rad-Leasing für Mitarbeiter
- Frische, gesunde und meist regionale Gerichte im betriebseigenen Restaurant – Rezeptvorschläge von Mitarbeitern sind hier immer willkommen

- „relaxed start“ am Montagmorgen (Arbeitsbeginn bis 10 Uhr) und „early weekend“ am Freitagnachmittag (Feierabend ab 14 Uhr), sowie die Möglichkeit des mobilen Arbeitens außerhalb des Büros
- Eine betriebliche Zusatz-Krankenversicherung bietet den Mitarbeitern Zuschüsse zu Behandlungen und Gesundheitshilfen

AUSBILDUNG IST UNS WICHTIG

Marc Cain ist seit vielen Jahren bekannt dafür, als Arbeitgeber junge Menschen in ihrer Ausbildung zu unterstützen – sei es als Ausbildungsbetrieb, als Partnerunternehmen für ein Duales Studium oder durch Praktikumsplätze, die für unterschiedliche Studienrichtungen angeboten werden.

Ausbildung von Nachwuchstalenten:

Aktuell bilden wir in folgenden Berufen aus:

- Fachinformatiker-Systemintegration
- Fachinformatiker-Anwendungsentwicklung
- Fachkraft Lagerlogistik
- Kaufmann E-Commerce
- Kaufmann Groß- und Außenhandel
- Kaufmann Einzelhandel
- Produktionsmechaniker
- Textil- und Modenäher/-schneider
- Koch

Unsere Auszubildenden im Groß- und Außenhandel verbringen ca. 2–3 Monate ihrer Ausbildungszeit in der CR-Abteilung.



Für die Auszubildenden in der Strickerei hat Marc Cain eine eigene Lehrstrickerei eingerichtet.



DIE MEINUNG UNSERER MITARBEITER IST UNS WICHTIG

Im Frühjahr letzten Jahres fand eine Mitarbeiterbefragung statt. Dieses sogenannte Betriebsbarometer ermöglicht eine Beurteilung der vorhandenen Belastungen und der Ressourcen im Unternehmen. Indem aktiv an Verbesserungen gearbeitet wird, dort wo negative Auffälligkeiten festgestellt werden, soll die Arbeitssituation sowie die Gesundheit der Beschäftigten verbessert werden. Abgefragt wurden verschiedene Themenbereiche wie Arbeitsorganisation, -umgebung und Arbeitsaufgabe. Aber auch Aspekte zu sozialen Beziehungen, zu Führungskräften und zur Arbeitszufriedenheit. Das Gesamtergebnis ist recht gut ausgefallen. Der ganze Prozess wird von einer unabhängigen dritten Partei durchgeführt, die auch mögliche Verbesserungen in einzelnen Bereichen aktiv begleitet.



...wenn es dann doch mal Probleme gibt

Mit der Marc Cain WhistleApp haben wir eine Meldestelle eingerichtet, in der Mitarbeiter anonym und vertraulich auf Missstände hinweisen können. Gerade bei sensiblen Themen ist es oft leichter, diese Hinweise an unabhängige Personen zu übermitteln. Ein ähnliches System gibt es auch für

Mitarbeiter in unserer Lieferkette (Beschwerdemechanismus im Kapitel Supply Chain). Im Berichtsjahr gab es keine Meldungen.

Bei Marc Cain gibt es eine nominierte und dafür ausgebildete Menschenrechtsbeauftragte. In vertraulicher Zusammenarbeit mit den Verantwortlichen für die WhistleApp als auch mit denen des Beschwerdemechanismus kann so Hinweisen nachgegangen und Maßnahmen ergriffen werden, um Missstände zu lösen.



UNSERE MITARBEITER IN ZAHLEN

	DE	BE	CH	NL	AT	USA	CAN	UK	Gesamt
Mitarbeiterzahl*	887	11	6	10	12	8	45	7	986
davon weiblich	635	10	6	8	12	8	43	7	729
davon männlich	252	1	0	2	0	0	2	0	257
davon Auszubildende, Praktikanten, Volontäre	57	0	0	0	0	0	0	0	57
davon weiblich	39	0	0	0	0	0	0	0	39
davon männlich	18	0	0	0	0	0	0	0	18
Mitarbeiterzahl nach Altersgruppe									
unter 30 Jahre	175	1	0	1	0	0	5	0	182
30 – 50 Jahre	347	1	4	1	4	6	24	1	388
über 50 Jahre	365	9	2	8	8	2	16	6	416
Mitarbeiter nach befristet/unbefristet									
unbefristet	759	10	6	6	12	8	45	6	852
davon weiblich	552	9	6	4	12	8	43	6	640
davon männlich	207	1	0	2	0	0	2	0	212
befristet	128	1	0	4	0	0	0	1	134
davon weiblich	83	1	0	4	0	0	0	1	89
davon männlich	45	0	0	0	0	0	0	0	45
Mitarbeiterzahl nach Vertragsart									
Vollzeit	664	5	2	4	5	4	25	4	713
davon weiblich	430	4	2	2	5	4	23	4	474
davon männlich	234	1	0	2	0	0	2	0	239
Teilzeit	169	5	4	5	6	4	20	3	216
davon weiblich	161	5	4	5	6	4	20	3	208
davon männlich	8	0	0	0	0	0	0	0	8
Aushilfe	54	1	0	1	1	0	0	0	57
davon weiblich	44	1	0	1	1	0	0	0	47
davon männlich	10	0	0	0	0	0	0	0	10
Mitarbeiter mit Führungsverantwortung	123	2	1	2	1	0	0	1	130
davon weiblich	79	1	1	1	1	0	0	1	84
unter 30 Jahre	6	0	0	0	0	0	0	0	6
30 – 50 Jahre	36	0	1	0	0	0	0	0	37
über 50 Jahre	37	1	0	1	1	0	0	1	41
davon männlich	44	1	0	1	0	0	0	0	46
unter 30 Jahre	5	0	0	0	0	0	0	0	5
30 – 50 Jahre	19	0	0	0	0	0	0	0	19
über 50 Jahre	20	1	0	1	0	0	0	0	22
Tarifvertragsabdeckung **	94%	100%	100%	100%	100%				
Urlaubsanspruch aus familiären Gründen ***	99% aller Beschäftigten haben Anspruch auf Urlaub aus familiären Gründen 6% haben Urlaub aus familiären Gründen beansprucht (55 Personen)								
Personen in Elternzeit	48								
Fluktuationsrate	11,5%	15,4%	0,0%	41,2%	0,0%				11,8%
				Storeschließung				ohne USA, Canada und UK	
Austritte weltweit	114	2	0	7	0	0	0	0	123

* Anzahl pro Kopf (Head Count)

** Tarifbindung bzw. Bezug auf Tarif//in DE unterteilt in 56% Bezug auf Tarif und 38% Tarifabdeckung//AT, BE, CH und NL alle MA nur Tarifverträge

*** Urlaubsanspruch und Elternzeit wurde ohne USA, Canada und UK Daten berechnet

Innerhalb regelmäßig stattfindender Mitarbeitergespräche, die es mindestens einmal im Jahr gibt, nehmen alle Mitarbeiter an einer Leistungsbeurteilung teil.

UNSERE ZUSAMMENARBEIT MIT ANDEREN ORGANISATIONEN



Im Jahr 2019 wurden wir Mitglied der Organisation **amfori**, einem globalen Wirtschaftsverband, der einen nachhaltigen Handel, nachhaltige Lieferketten und nachhaltiges Wirtschaften fördert. Wir bekennen uns zu den Arbeitsstandards von amfori und fordern die Einhaltung auch von unseren Lieferanten. Ziel dieser Mitgliedschaft für uns ist, Arbeitsbedingungen für die Arbeitenden in den Produktionsstätten unserer Lieferanten zu überprüfen und bei Bedarf zu verbessern.



Der Initiative **Better Cotton** sind wir im Juli 2020 beigetreten. Better Cotton ist eine Multi-Stakeholder-Initiative mit dem Ziel, nachhaltigeren Anbau von Baumwolle zu fördern. Der Ansatz dieser Initiative ist, den Baumwollgemeinschaften helfen zu überleben und zu gedeihen, indem Baumwollbauern geschult werden, wie sie Baumwolle anbauen und dabei gleichzeitig die Umwelt schützen und wiederherstellen.

Seit 2021 arbeiten wir regelmäßig mit der Tierschutzorganisation **Vier Pfoten** zusammen. Wir unterstützen die Initiative „Marken gegen Mulesing“, indem wir uns öffentlich gegen diese leidvolle Praxis aussprechen. Ende des Jahres 2022 unterstützten wir die Petition der „Fur Free Europe“. Konkret geht es bei der Forderung um ein Verbot der Haltung und Tötung von Tieren ausschließlich oder hauptsächlich zur Pelzgewinnung und den Import von Pelz von Zuchttieren sowie von Produkten, die solchen Pelz enthalten. 2023 gab es einen offenen Markenappell an die EU-Kommission.

Die Organisation **Textile Exchange** ermöglicht es, jährlich an einem Benchmark der Brands teilzunehmen. Vorrangig geht es darum, den aktuellen Stand der Transformation zum vermehrten Einsatz nachhaltigerer Materialien nachzuvollziehen. Neben der Teilnahme am Benchmark kaufen wir auch Rohstoffe und Produkte, die nach einem der verschiedenen Nachhaltigkeitslabels zertifiziert sind (mehr dazu im Kapitel „Produkte“).

Innerhalb der Branche tauschen wir uns zudem regelmäßig mit **anderen Marken und Fachverbänden** wie z.B. Gesamtmasche e.V., Fachvereinigung Wirkerei Strickerei, Fashion Net Düsseldorf e.V. sowie German Fashion Modeverband zu gemeinsamen Herausforderungen im Bereich Nachhaltigkeit aus.

UNSER GESELLSCHAFTLICHES ENGAGEMENT

Zusätzlich zu unseren bisher genannten Aktivitäten übernehmen wir als international tätiges Unternehmen mit Sitz in Deutschland gesellschaftliche Verantwortung, indem wir verschiedenen Organisationen und Vereinigungen Geld- und Sachspenden zukommen lassen. Viele dieser Einrichtungen unterstützen wir regelmäßig und die meisten bereits seit vielen Jahren. Es ist uns wichtig, nicht nur kurzfristig zu helfen, sondern dauerhaft etwas zu bewegen.

Im Mittelpunkt unseres sozialen Engagements stehen seit jeher Frauen und Kinder, sie möchten wir mit unseren Spenden und Aktionen ganz besonders fördern. Einen hohen Stellenwert haben bei Marc Cain daher vor allem solche Organisationen, die sich – international oder lokal – für deren Schutz, Gleichstellung und Rechte sowie verbesserte Zukunftschancen durch Schul- oder Weiterbildung einsetzen.

Regionales Engagement

Unsere Unternehmensgeschichte ist eng mit dem Standort Bodelshausen in Deutschland verknüpft. Hier ist auch heute noch einer unserer Produktionsstandorte und gleichzeitig der Standort unseres Headquartiers. Daher liegen uns regionale Projekte besonders am Herzen. So unterstützt Marc Cain beispielsweise Fördervereine von Schulen oder andere ortsansässige Vereine und Institutionen.

UNSERE KOMMUNIKATION ZUM THEMA NACHHALTIGKEIT

Mit unserer Kommunikation zum Thema Nachhaltigkeit halten wir all unsere Stakeholder, wie z. B. unsere Kundinnen und Mitarbeiter über unsere Aktivitäten, Herausforderungen und Erfolge im Bereich Nachhaltigkeit auf dem Laufenden. Informationen zu unserem Engagement für eine nachhaltigere Entwicklung berichten wir nicht nur in unserem Nachhaltigkeitsbericht, sondern auch über unsere Website, Social Media sowie unser Kundenmagazin und -newsletter. So möchten wir unter anderem umweltbewusste Kaufentscheidungen unterstützen und den Wert Nachhaltigkeit in unserer Unternehmenskultur verankern.

Bei unserer Nachhaltigkeitsberichterstattung sind uns die Prinzipien Offenheit, Transparenz und Authentizität besonders wichtig. Deshalb lehnen wir eine Kommunikation, die Greenwashing fördert, entschieden ab und orientieren uns an aktuellen Branchenstandards sowie Richtlinien von Politik und NGOs. Unsere Ansprüche verschärfen wir kontinuierlich. Im Jahr 2022 verabschiedeten wir eine interne Guideline für Claims zum Thema Nachhaltigkeit, die regelmäßig überarbeitet und intern geschult wird.

Kommunikation am Produkt

Um unseren Kunden konkrete Nachhaltigkeitsaspekte produktspezifisch aufzuzeigen, hat Marc Cain sich vorgenommen, sich als Brand für bestimmte nachhaltigere Materialien zertifizieren zu lassen. Dabei beginnen wird mit unseren Daunenartikeln. Schon seit Jahren verwenden wir nur zertifizierte Daunen und Federn als Füllmaterial. Mit unserer Zertifizierung als Brand möchten wir die Nachweiskette schließen. Durch die Zertifizierung jedes Prozessschrittes von der Farm bis zu uns wird nachgewiesen, dass bei den Daunen und Federn, die wir als Füllmaterial verwenden, die ganz klar definierten Aspekte des Tierwohls eingehalten werden. Für unsere Kundin wird dies an unserem Daunenhangtag sichtbar werden.

UNSERE ZIELE IM BEREICH STAKEHOLDER AUF EINEN BLICK:

Ziele	Zieljahr
Zertifizierung von Marc Cain durch ein unabhängiges Zertifizierungsunternehmen für den Responsible Down Standard (RDS)	2025

ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS

3D	3-Dimensional
AG	Aktiengesellschaft
amfori BSCI	amfori Business Social Compliance Initiative
BHKW	Blockheizkraftwerk
BSCI	Business Social Compliance Initiative
B2B	Business-to-Business / Gewerbetreibende
B2C	Business-to-Consumer / Endverbraucher
BV	Niederländische Gesellschaft mit beschränkter Haftung
CAP	Corrective Action Plan / Abhilfemaßnahmenplan
CO ₂	Kohlenstoffdioxid
CO ₂ e	Kohlenstoffdioxid Äquivalent
CoC	Code of Conduct / Verhaltenskodex
CR	Corporate Responsibility / Unternehmensverantwortung
CSRD	Corporate Sustainability Reporting Directive
DNA	Deoxyribonucleic acid / Desoxyribonukleinsäure – Träger der Erbinformation aller Lebewesen
ESG	Environmental, Social and Governance / Umwelt, Sozial und Unternehmensführung
ESRS	European Sustainability Reporting Standards / Europäische Standards zur Nachhaltigkeitsberichtserstattung
EU	Europäische Union
e.V.	Eingetragener Verein
GHG	Greenhouse Gas / Treibhausgas
GmbH	Gesellschaft mit beschränkter Haftung
GOTS	Global Organic Textile Standard – Standard zur Kennzeichnung von Bio-zertifizierte Materialien
GRS	Global Recycle Standard
HAWA	Handelsware
HREDD	Human Rights and Environmental Due Diligence / Unternehmerische Sorgfaltspflicht für Menschenrechte und Umwelt
ILO	International Labour Organization / Internationale Arbeitsorganisation
Inc.	Incorporated / US-amerikanische Gesellschaftsform – gleicht einer deutschen Kapitalgesellschaft (AG oder GmbH)
kWh	Kilowattstunde
LED	Lichtemittierende Diode
LWG	Leather Working Group
MA	Mitarbeiter
MMCF	Man-Made Cellulosic Fibers / regenerierte Zellulosefasern

ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS

MRS�	Manufacturing Restricted Substances List – Liste von Substanzen, die nur eingeschränkt im Herstellprozess verwendet werden dürfen
NGO	Non-Governmental Organisation – Nichtregierungsorganisation
NV	Niederländische Rechtsform für eine Aktiengesellschaft
OCS	Organic Content Standard (OCS) – Standard zur Kennzeichnung von Bio-zertifizierte Materialien
OECD	Organisation for Economic Cooperation and Development / Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung
PER	Perchlorethylen
PLV	Passive Lohnveredelung – Bei diesem Beschaffungskanal werden Rohwaren, wie Stoffe oder Garne, eingekauft und an unserem eigenen Produktionsstandort in Deutschland oder bei Lohnkonfektionären weiterverarbeitet und veredelt
PV-Anlage	Photovoltaikanlage
PVC	Polyvinylchlorid
RAS	Responsible Alpaca Standard – Zertifizierungsstandard für Alpakawolle
RCS	Recycled Claim Standard – Zertifizierungsstandard für recycelte Materialien
RMS	Responsible Mohair Standard – Zertifizierungsstandard für Mohairwolle
RSL	Restricted Substances List – Liste von Substanzen, die nur eingeschränkt in einem Produkt aufzufinden sein dürfen
RWS	Responsible Wool Standard – Zertifizierungsstandard für Schafwolle
SA8000®	Internationaler Standard zur Sozialen Verantwortung von SAI
SAI	Social Accountability International – Nicht-Regierungsorganisation, Standardgeber von SA8000®
SAQ	Self-Assessment Questionnaire / Selbstauskunftsbogen
SDG	Sustainable Development Goal(s) / Nachhaltigkeitsziele der Vereinten Nationen
Sedex	Supplier Ethical Data Exchange – Online-Plattform zur Offenlegung von sozialen Prozessen für Unternehmen
SLCP	Social & Labor Convergence Program (Multi-Stakeholder Initiative)
SMETA	Sedex Members Ethical Trade Audit – Auditing-Verfahren von der Organisation Sedex
t	Metrische Tonne – Masseneinheit
THG	Treibhausgase
UK Ltd.	Private Company Limited by Shares – britische, nicht börsennotierte Kapitalgesellschaft, welche der deutschen GmbH gleicht
ZDHC	Zero Discharge of Hazardous Chemicals – Zusammenschluss von Unternehmen zur Eliminierung von schädlichen Substanzen in der Wertschöpfungskette

CSRD-ZUORDNUNG

Als Vorbereitung auf die Corporate Sustainability Reporting Directive und den jeweiligen Vorgaben zur Nachhaltigkeitsberichterstattung versuchen wir bereits in diesem Nachhaltigkeitsbericht, uns auf die jeweiligen Standards der CSRD zu beziehen. Es werden nur die Standards aufgelistet, die in unserem Bericht (vollständig oder teilweise) enthalten sind. Die Angaben wurden nicht extern überprüft.

ESRS	Angaben	Seite
------	---------	-------

ESRS 2: ALLGEMEINE ANGABEN

BP-1	Allgemeine Grundlagen für die Erstellung der Nachhaltigkeitserklärung	4-7, 9-11
GOV-1	Die Rolle der Verwaltungs-, Leitungs- und Aufsichtsorgane	4-5
GOV-2	Informationen und Nachhaltigkeitsaspekte, mit denen sich die Verwaltungs-, Leitungs- und Aufsichtsorganen des Unternehmens befassen	4-6
GOV-5	Risikomanagement und interne Kontrollen der Nachhaltigkeitsberichterstattung	5-7
SBM-1	Strategie, Geschäftsmodell und Wertschöpfungskette	9-11, 75
SBM-2	Interessen und Standpunkte der Interessenträger	71

ESRS E1: KLIMAWANDEL

E1-IRO-1	Beschreibung des Verfahrens zur Ermittlung und Bewertung der wesentlichen Auswirkungen, Risiken und Chancen im Zusammenhang mit dem Klimawandel	51
E1-2	Strategien im Zusammenhang mit dem Klimaschutz und der Anpassung an den Klimawandel	18-30, 52
E1-3	Maßnahmen und Mittel im Zusammenhang mit den Klimastrategien	57
E1-5	Energieverbrauch & Energiemix	53-54
E1-6	THG-Bruttoemissionen der Kategorien Scopes 1, 2 und 3 sowie THG-Gesamtemissionen	55-56

ESRS	Angaben	Seite
-------------	----------------	--------------

ESRS E2: UMWELTVERSCHMUTZUNG

E2-IRO-1	Beschreibung des Verfahrens zur Ermittlung und Bewertung der wesentlichen Auswirkungen, Risiken und Chancen im Zusammenhang mit Umweltverschmutzung	51
E2-1	Strategien im Zusammenhang mit Umweltverschmutzung	18–30, 33, 58–59
E2-2	Maßnahmen und Mittel im Zusammenhang mit Umweltverschmutzung	18–30, 58–59
E2-4	Verschmutzung von Luft, Wasser und Boden	53–54

ESRS E3: WASSER- UND MEERESRESSOURCEN

E3-IRO-1	Beschreibung des Verfahrens zur Ermittlung und Bewertung der wesentlichen Auswirkungen, Risiken und Chancen im Zusammenhang mit Wasser- und Meeresressourcen	51
E3-1	Strategien im Zusammenhang mit Wasser- und Meeresressourcen	18–30, 34, 61, 68–69
E3-2	Maßnahmen und Mittel im Zusammenhang mit Wasser- und Meeresressourcen	18–30, 34, 61, 68–69

ESRS E5: RESSOURCENNUTZUNG UND KREISLAUFWIRTSCHAFT

E5-IRO-1	Beschreibung des Verfahrens zur Ermittlung und Bewertung der wesentlichen Auswirkungen, Risiken und Chancen im Zusammenhang mit Ressourcennutzung und Kreislaufwirtschaft	51
E5-1	Strategien im Zusammenhang mit Ressourcennutzung und Kreislaufwirtschaft	60–63, 66
E5-2	Maßnahmen und Mittel im Zusammenhang mit Ressourcennutzung und Kreislaufwirtschaft	61–64, 66–67
E5-3	Ziele im Zusammenhang mit Ressourcennutzung und Kreislaufwirtschaft	22–30, 35–36, 66, 69
E5-4	Ressourcenzuflüsse	20–30, 33, 65

ESRS	Angaben	Seite
------	---------	-------

ESRS S1: EIGENE BELEGSCHAFT

S1-SBM-2	Interessen und Standpunkte der Interessenträger	72–74
S1-1	Strategien im Zusammenhang mit der eigenen Belegschaft	72, 74
S1-2	Verfahren zur Einbeziehung eigener Arbeitskräfte und von Arbeitnehmervertretern in Bezug auf Auswirkungen	70, 74
S1-3	Verfahren zur Behebung negativer Auswirkungen und Kanäle, über die eigene Arbeitskräfte Bedenken äußern können	74
S1-4	Ergreifung von Maßnahmen in Bezug auf wesentliche Auswirkungen und Ansätze zur Minderung wesentlicher Risiken und zur Nutzung wesentlicher Chancen im Zusammenhang mit der eigenen Belegschaft sowie die Wirksamkeit dieser Maßnahmen und Ansätze	72–74
S1-6	Merkmale der Beschäftigten des Unternehmens	11, 72, 75
S1-8	Tarifvertragliche Abdeckung und sozialer Dialog	75
S1-9	Diversitätsparameter	11, 72, 75
S1-15	Parameter für die Vereinbarkeit von Berufs- und Privatleben	11, 75

ESRS S2: ARBEITSKRÄFTE IN DER WERTSCHÖPFUNGSKETTE

S2-SBM-2	Interessen und Standpunkte der Interessenträger	38, 50–51, 71, 76
S2-1	Strategien im Zusammenhang mit Arbeitskräften in der Wertschöpfungskette	37–49
S2-2	Verfahren zur Einbeziehung der Arbeitskräfte in der Wertschöpfungskette in Bezug auf Auswirkungen	42–46, 76
S2-3	Verfahren zur Behebung negativer Auswirkungen und Kanäle, über die die Arbeitskräfte in der Wertschöpfungskette Bedenken äußern können	42–46
S2-4	Ergreifung von Maßnahmen in Bezug auf wesentliche Auswirkungen und Ansätze zum Management wesentlicher Risiken und zur Nutzung wesentlicher Chancen im Zusammenhang mit Arbeitskräften in der Wertschöpfungskette sowie die Wirksamkeit dieser Maßnahmen und Ansätze	38, 42–49, 76
S2-5	Ziele im Zusammenhang mit der Bewältigung wesentlicher negativer Auswirkungen, der Förderung positiver Auswirkungen und dem Umgang mit wesentlichen Risiken und Chancen	47, 49

ESRS	Angaben	Seite
------	---------	-------

ESRS S4: VERBRAUCHER UND ENDNUTZER

S4-SBM-2	Interessen und Standpunkte der Interessenträger	71
S4-1	Strategien im Zusammenhang mit Verbrauchern und Endnutzern	18, 33–44, 62–63, 77–78
S4-3	Verfahren zur Behebung negativer Auswirkungen und Kanäle, über die Verbraucher und Endnutzer Bedenken äußern können	33, 62–63
S4-4	Ergreifung von Maßnahmen in Bezug auf wesentliche Auswirkungen auf Verbraucher und Endnutzer und Ansätze zum Management wesentlicher Risiken und zur Nutzung wesentlicher Chancen im Zusammenhang mit Verbrauchern und Endnutzern sowie die Wirksamkeit dieser Maßnahmen und Ansätze	63

ESRS G1: UNTERNEHMENSPOLITIK

G1-GOV-1	Die Rolle der Verwaltungs-, Leitungs- und Aufsichtsorgane	4–5
G1-1	Strategien in Bezug auf Unternehmenspolitik und Unternehmenskultur	4–7, 23, 72–73, 76–77
G1-2	Management der Beziehungen zu Lieferanten	38–39, 42–46

