

A woman with long brown hair, wearing a light-colored dress with a vibrant floral and botanical print, stands amidst lush green tropical foliage. She is looking towards the camera with a slight smile, her hands resting on her neck and waist. The background is filled with large, dark green leaves, creating a dense jungle atmosphere.

H&M
CONSCIOUS*
ACTIONS

HÖHEPUNKTE 2011

* SO BEZEICHNEN WIR ALL UNSER
ENGAGEMENT, BEWUSST ZU
HANDELN, UM IHNEN
NACHHALTIGERE MODE ZU BIETEN
- HEUTE WIE AUCH IN ZUKUNFT.

HERZLICH WILLKOMMEN ZU
CONSCIOUS*
ACTIONS

HÖHEPUNKTE 2011

„Nachhaltigkeit ist ein Schlüsselement unserer Werte als Unternehmen und unserer Geschäftsidee – Mode und Qualität zum besten Preis. Unsere Branche hat mit vielen Herausforderungen zu kämpfen, vom Umgang mit natürlichen Ressourcen bis hin zu den Arbeitsbedingungen bei unseren Lieferanten. Doch wir sind ein großes Unternehmen und können uns diesen Herausforderungen stellen, indem wir bewusst handeln. Dadurch sind wir in der Lage, unseren Kunden in aller Welt nachhaltigere und erschwinglichere Mode zu bieten.“

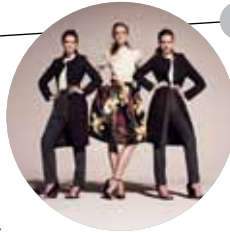


Karl-Johan Persson
CEO H & M Hennes & Mauritz AB

HERAUSFORDERUNGEN VON ANFANG AN

DESIGN

Nachhaltigkeit beginnt bei der allerersten Designidee. Die Materialien, die wir auswählen, können einen riesigen Unterschied machen. Unsere Herausforderung ist, unseren Kunden nachhaltigere Mode zu bieten, die sie sich leisten können und die sie mehrere Jahre mit Begeisterung tragen.



ROHSTOFFE

Um Rohstoffe wie Baumwolle herzustellen wird viel Wasser benötigt und der Einsatz von Chemikalien und die Arbeitsbedingungen sind oft bedenklich. Wir kaufen Rohstoffe zwar nicht direkt ein, arbeiten aber hart daran, unseren Einfluss auf die Herstellung zu vergrößern - durch mehr Kooperationen und indem wir die Nachfrage nach nachhaltigen Alternativen steigern.



STOFFHERSTELLUNG

Bei der Produktion von Stoffen kann es zu einem intensiven Einsatz von Chemikalien kommen. Dies erregt Besorgnis bezüglich Umweltverträglichkeit und der Gesundheit der Arbeiter. Wir haben freiwillige Partnerschaften zwischen verschiedenen Stoff-Fabriken unserer Lieferanten ins Leben gerufen, um ihnen bei Verbesserungen zu helfen.

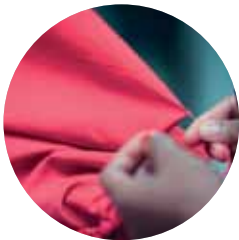
PRODUKTION

Die Produktion für H&M findet in rund 1.650 Fabriken von Lieferanten weltweit statt. Wir überprüfen regelmäßig die Einhaltung unserer Standards in den Fabriken. Um komplexe und oft branchenweite Herausforderungen wie Überstunden und faire Löhne anzugehen, unterstützen wir die Lieferanten und Arbeiter und tun uns auch mit Vorreitern der Industrie und anderen Partnern zusammen.



TRANSPORT

Da wir auf vier Kontinenten vertreten sind, müssen wir große Mengen an Kleidungsstücken über große Entfernungen transportieren. Das erzeugt CO₂-Emissionen. Diese Umweltbelastung können wir reduzieren, indem wir die passenden Transportmittel wählen und unseren Einfluss auf die Partner im Transport nutzen.



VERTRIEB

Der Großteil unserer Mitarbeiter ist in unseren rund 2.500 Geschäften in 43 Ländern tätig. Hier verbrauchen wir zudem ungefähr 90 % unserer direkt genutzten Energie. Unsere Herausforderung ist, sicherzustellen, dass wir unsere Werte im Unternehmen auch leben und auf all unseren Märkten effizient mit Ressourcen und Energie umgehen.



NUTZUNG

Die Art, wie unsere Kunden unsere Produkte behandeln, hat große Auswirkungen auf die Umwelt. Das betrifft Energieverbrauch und Wasserverschmutzung beim Waschen ebenso wie die Entsorgung getragener Kleidungsstücke. Wir regen unsere Kunden aktiv dazu an, mit den Produkten, die sie bei uns kaufen, bewusst umzugehen.



1.

SELBSTVERPFLICHTUNG



MODE FÜR BEWUSSTE KONSUMENTEN ANBIETEN

Wir möchten unsere Kunden überraschen und inspirieren. Weil Umweltschutz und soziale Aspekte immer wichtiger werden, ist die Nachhaltigkeit unserer Produkte ein entscheidender Faktor, um dies zu erreichen.



29 %

MEHR UMSATZ BEI KLEIDUNGSSTÜCKEN MIT EU-BLUME

3.600

STUNDEN WURDEN UNSERE EINKÄUFER UND DESIGNER IN NACHHALTIGKEIT GESCHULT

HÖHEPUNKTE 2011

Wir verwenden mehr zertifizierte Bio-Baumwolle als jedes andere Unternehmen der Welt. Bis 2020 wird unsere Baumwolle zu 100 % aus nachhaltigeren Quellen stammen – Better Cotton, Bio-Baumwolle und recycelte Baumwolle.

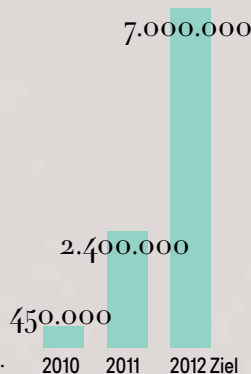
Unsere ersten Produkte mit Better Cotton sind bereits erhältlich. Better Cotton ist Baumwolle, die weniger Auswirkungen auf die Umwelt und mehr Vorteile für die Bauern hat.

Wir haben Bio-Hanf in unser wachsendes Sortiment nachhaltigerer Materialien aufgenommen. Er wird ohne Pestizide angebaut und benötigt nur wenig Wasser.

H&M DEUTSCHLAND

© Test-Sieger im CSR-Test der Stiftung Warentest 10/2011 (Ergebnis: "engagiert", Gesamtnote 2,4).

EIN PAAR SCHUHE MIT KLEBSTOFFEN AUF WASSERBASIS



2.

SELBSTVERPFLICHTUNG



VERANTWORTUNGSBEWUSSTE PARTNER AUSWÄHLEN UND PRÄMIEREN

Unsere Kleidung wird von 750 unabhängigen Lieferanten zum Großteil in Asien produziert. Wir engagieren uns für die Einhaltung ethischer Standards in unserer gesamten Lieferkette und versuchen verantwortungsvolle Partner zu finden, die unsere Werte teilen und gemeinsam mit uns an der Verbesserung von sozialen und ökologischen Methoden arbeiten.

78 %

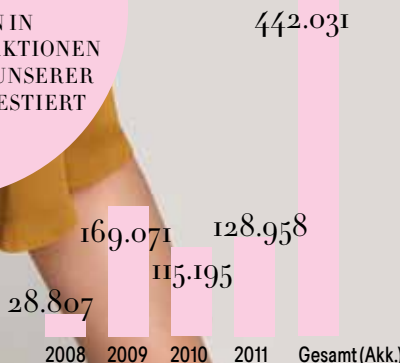
ALLER

HAUPT-AUDITS WURDEN
UNANGEKÜNDIGT
DURCHFÜHRT

SCHÄTZUNGSWEISE

9.000

TAGE WURDEN IN
NACHHALTIGKEITSAKTIONEN
FÜR DIE FABRIKEN UNSERER
LIEFERANTEN INVESTIERT



HÖHEPUNKTE 2011

Im Rahmen unserer Audits fanden schätzungsweise 10.000 Mitarbeitergespräche statt.

Wir bemühen uns sehr, nicht nur zu „überwachen“ und haben daher 1.339 Aktionen zur Kompetenzbildung durchgeführt und die Managementsysteme von 1.941 Lieferanten analysiert.

Eine Gewerkschaftsvertretung ist nun nötig, wenn ein Lieferant die höchste Nachhaltigkeitsbewertung erhalten will.

H&M DEUTSCHLAND

© 100 % der Dienstleister von H&M haben unseren Code of Ethics unterzeichnet.

ANZAHL DER TEXTILARBEITER
IN BANGLADESH, DIE ÜBER IHRE
RECHTE AUFGEKLÄRT WURDEN

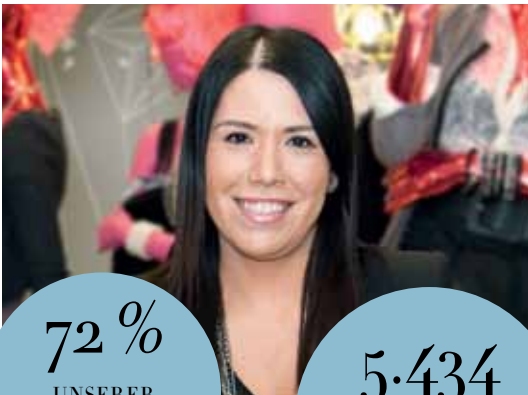
3.

SELBSTVERPFLICHTUNG



ETHISCH HANDELN

Für uns heißt „ethisch handeln“: Jederzeit und bei allem was wir tun, Integrität zeigen. Unsere Kunden, Kollegen und Lieferanten mit Respekt und als faire Partner zu behandeln, ist ein Grundpfeiler unserer Wertvorstellungen.



72 %

UNSERER
FÜHRUNGSKRÄFTE
SIND FRAUEN

5.434

NEUE ARBEITSPLÄTZE
(VOLLZEIT) WURDEN
GESCHAFFEN

HÖHEPUNKTE 2011

Für 63 % unserer Mitarbeiter gelten Tarifvereinbarungen.

In unseren Geschäften wurden 2.973 Sicherheitsprüfungen und 3.684 Evakuierungsübungen durchgeführt.

Wir haben ein neues globales Lernmanagementsystem entwickelt, um Mitarbeiterschulungen konzernweit einheitlicher zu gestalten.

H&M DEUTSCHLAND

© H&M in Deutschland ist tarifgebunden – dies gilt für 100% unserer Mitarbeiter.

VERHÄLTNIS MÄNNER/FRAUEN
IM VORSTAND VON H&M

50 %

50 %

4.

SELBSTVERPFLICHTUNG



KLIMASCHONEND HANDELN

Wir sind alle dafür verantwortlich, etwas gegen den Klimawandel zu tun. Der Transport unserer Produkte und die Beleuchtung unserer Geschäfte verbrauchen Energie und erzeugen CO₂-Emissionen. Wir versuchen aktiv, so CO₂-effizient zu handeln wie möglich. Außerdem möchten wir unsere Kunden und Lieferanten dazu anregen, ebenfalls ihren Teil zum Klimaschutz beizutragen.

HÖHEPUNKTE 2011

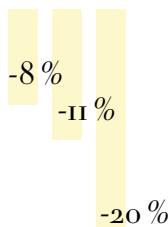
Relativ zum Umsatz haben wir unseren CO₂-Ausstoß um 5 % reduziert, indem wir den Luftfrachtanteil gesenkt, unsere Geschäfte energieeffizienter gemacht und CO₂-Ausgleiche geschaffen haben.

Über 80 % des Gesamtvolumens, das wir von unseren Lieferanten zu unseren

Distributionsszentren transportiert haben, wurde kohlenstoff-sparend mit Schiff oder Bahn befördert.

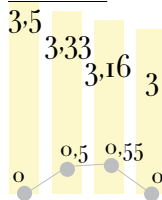
LEDs in allen H&M-Logos an neuen Geschäften haben zu CO₂-Einsparungen geführt, die dem jährlichen Stromverbrauch von 60 Haushalten entsprechen.

REDUZIERUNG DES ENERGIE- VERBRAUCHS PRO QUADRATMETER GESCHÄFT (AUSGANGSWERT 2007)



2010 2011 2020 Ziel

CO₂-AUSSTOSS IN TONNEN



2009 2010 2011 2012 Ziel

■ CO₂-Ausstoß in Tonnen pro Million Umsatz in SEK

● CO₂-Ausgleich

H&M DEUTSCHLAND

© Eine eigene Photovoltaicanlage in unserem Logistikzentrum erzeugte seit der Inbetriebnahme 2008 genug Energie, um mehr als 22 Millionen Hemden zu bügeln.



5.

SELBSTVERPFLICHTUNG



REDUZIEREN, WIEDER- VERWENDEN, RECYCELN

Indem wir Ressourcen bestmöglich nutzen und bei jedem Arbeitsschritt von H&M Müll vermeiden, können wir Mode und Qualität zum besten Preis anbieten. Dadurch können wir auch unseren Einfluss auf die Umwelt reduzieren. Wir verpflichten uns zu reduzieren, wiederzuverwenden und zu recyceln, wo immer es geht.

HÖHEPUNKTE 2011

Unsere Mode wird in wiederverwendbaren Transportboxen von den Logistikzentren zu unseren Geschäften gebracht. Das spart im Vergleich zu herkömmlichen Pappkartons Papier in der Menge von rund 400.000 Bäumen.

Wir haben damit begonnen, eine konzernweite Abfallstrategie zu entwickeln.

Wir haben ein Pilotprojekt gestartet, damit getragene Kleidungsstücke in unsere Geschäfte zurückgegeben und recycelt werden können.

H&M DEUTSCHLAND

© 119 Tonnen Papier recycelt.

100 %
UNSERER PLASTIKTÜTEN
WERDEN AUS
RECYCELTEM MATERIAL
HERGESTELLT

90 %

DES PAPIERS FÜR UNSERE
VERSANDVERPACKUNGEN
IST RECYCELT

WIR HABEN RECYCELTEN
POLYESTER ENTSPRECHEND
DER MENGE VON
9,2 Mio.
PLASTIKFLASCHEN
VERWENDET



6.

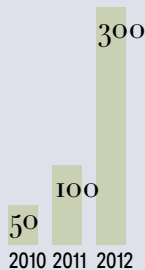
SELBSTVERPFLICHTUNG



VERANTWORTLICHER UMGANG MIT NATÜRLICHEN RESSOURCEN

Unser Geschäft basiert auf natürlichen Ressourcen wie Baumwolle und Wasser. Um als Unternehmen nachhaltig zu arbeiten, müssen wir mit diesen Ressourcen verantwortungsvoll umgehen, um die Bedürfnisse heutiger und zukünftiger Generationen zu berücksichtigen. Deshalb verpflichten wir uns dazu, Wasser, Erde, Luft und Arten zu bewahren.

BEI DER JEANSPRODUKTION GESPARTES WASSER (MILLIONEN LITER)



100 %

ALLER H&M PAPIERTÜTEN
WURDEN AUS FSC®-
ZERTIFIZIERTEN
QUELLEN HERGESTELLT

100 %

UNSERER
KOSMETIKPRODUKTE
WURDEN OHNE
TIERVERSUCHE
PRODUZIERT

HÖHEPUNKTE 2011

Wir arbeiten mit Greenpeace zusammen, um in unserer Branche die Abgabe gefährlicher Chemikalien an die Umwelt auf Null zu reduzieren.

Weiterhin schaffen wir in unserer Lieferkette die Verwendung von Chemikalien auf Lösungsmittelbasis ab, haben die erste Kleidung frei von Fluorkohlenstoff auf den Markt gebracht und den Einsatz von Toluol komplett verboten.

Unser ansteigender Verbrauch nachhaltigerer Baumwolle bewirkte eine Einsparung von fast 3,5 Millionen kg Pestiziden.

H&M DEUTSCHLAND

© 6,9 Millionen Liter Regenwasser durch Aufarbeitungsanlage in unserem Logistikzentrum wiederverwendet.

7.

SELBSTVERPFLICHTUNG



DIE GESELLSCHAFT UNTERSTÜTZEN

Unser Verhalten als Unternehmen betrifft Standorte in aller Welt. Wir sind dafür verantwortlich, diese Standorte in unserem Interesse zu stärken und gemeinsame Werte zu schaffen. Aus diesem Grund sind wir nicht nur ein wichtiger Arbeitgeber, sondern investieren auch in Projekte für die Menschen in unserer gesamten Wertschöpfungskette.



38.347

MENSCHEN WURDE
DER ZUGANG ZU
SAUBEREM
TRINKWASSER
ERMÖGLICHT

ÜBER
2,3 Mio.

KLEIDUNGSSTÜCKE
WURDEN GESPENDET
(2010: 630.000)

HÖHEPUNKTE 2011

Mehr als 49 Mio. SEK (7,1 Mio. USD)
– sowohl Investitionen von H&M als auch
Spenden unserer Kunden – flossen in
Projekte.

Über 2,8 Millionen Menschen erhielten
Zugang zu medizinischer Vorsorge,
Aufklärung und Behandlung.

H&M unterstützte die Schulung von
120.000 Baumwollfarmern in besseren
Anbaumethoden durch die Better Cotton
Initiative mit 600.000 EUR.

H&M DEUTSCHLAND


© 290.000 Kleidungsstücke
an Hilfsorganisationen in
Deutschland gespendet.



FALLSTUDIE

UMSTIEG AUF NACHHALTIGER PRODUZIERTE BAUMWOLLE


Meist verwenden wir Baumwolle – ein natürlicher, erneuerbarer Rohstoff mit vielen Vorteilen. Doch der konventionelle Baumwollanbau hat oft schwere Folgen für die Umwelt. Deshalb haben wir uns das Ziel gesetzt, bis spätestens 2020 ausschließlich Baumwolle aus nachhaltigeren Quellen zu verarbeiten. Wir sind schon jetzt der weltweit größte Abnehmer von Bio-Baumwolle und möchten dies in Zukunft noch weiter ausbauen. Außerdem engagieren wir uns im Rahmen der Better Cotton Initiative für die Umschulung der Bauern auf umweltfreundlichere und für sie lukrativere Anbaumethoden.

 hm.com/cotton

FALLSTUDIE

FAIRE LÖHNE

Die in unserer Lieferkette gezahlten Löhne stehen im Mittelpunkt unserer Nachhaltigkeitsarbeit. Doch Lohnstrukturen in globalen Lieferketten sind oft sehr komplex. Aus diesem Grund hat sich H&M 2011 dem Fair Wage Network angeschlossen – einer Vereinigung aus Modemarken, Kleidungsherstellern, nichtstaatlichen Organisationen (NGOs), Arbeitervertretern und Wissenschaftlern, die sich für faire Löhne in aller Welt einsetzt. In diesem Zusammenhang wird die Fair Labour Association 2012 die Lohnstrukturen in rund 200 Zulieferbetrieben von H&M in Bangladesh, Kambodscha, China und Indien unabhängig beurteilen.

 hm.com/fairwages





FALLSTUDIE

INTENSIVERE BEMÜHUNGEN FÜR EINEN BESSEREN ENTWICKLUNGSPLAN IN BANGLADESCH

Bangladesch ist ein wichtiger Einkaufsmarkt für H&M, aber auch eines der ärmsten Länder der Welt. Die Textilherstellung gibt mehreren Millionen Menschen Arbeit und macht einen Großteil der nationalen Exporte aus. Als langjähriger Einkäufer möchte H&M die Bedingungen für die Beschäftigten in der Bekleidungsindustrie nachhaltig verbessern. Deshalb haben wir 2011 einen ehrgeizigen Plan entwickelt mit dem Ziel, die soziale Entwicklung in Bangladesch dauerhaft weiter zu unterstützen.

hm.com/bangladeshplan

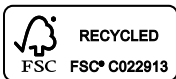
ALLE HINTERGRÜNDE

Dies ist nur ein kleiner Überblick über die vielen Höhepunkte der H&M Conscious Actions 2011. Mehr zu diesem Thema finden Sie auf:

hm.com/conscious

oder laden Sie den vollständigen Bericht herunter:

hm.com/consciousactions2011



Produziert von Salterbaxter in Großbritannien.

Diese Broschüre wurde auf Revive 100 White Offset gedruckt, einem Papier aus 100 % FSC®-zertifizierten Recyclingfasern aus entfärbten Verbraucherabfällen. Druckerei und Papierfabrik besitzen eine Akkreditierung nach ISO14001, der Norm für Umweltmanagementsysteme, und sind FSC®-zertifiziert.

Druck: Pureprint Group

