



## Medieninformation

Auf dem Weg in eine verantwortungsvollere Zukunft

### Nachhaltigkeit bei Breuninger

- Fokussierung aller bisherigen Nachhaltigkeits-Maßnahmen
- Vier Handlungsfelder: Materialien, Menschen, Umwelt, Stadt
- Festlegung verbindlicher, fortlaufender Ziele
- Nachhaltiger Siegelkatalog für das zukünftige Gesamtsortiment

Stuttgart, 17.11.2020

**Das Stuttgarter Fashion- und Lifestyle-Unternehmen Breuninger bündelt alle bisherigen Maßnahmen im Bereich Nachhaltigkeit und startet trotz der momentan schwierigen Zeit mit einer noch umfangreicheren Corporate Responsibility-Strategie mit verbindlichen Zielen. Die forcierte Ausrichtung betrifft alle Unternehmensfelder und hat direkte Auswirkungen auf alle zukünftigen Unternehmensentscheidungen und -projekte.**

Trotz der derzeit äußerst herausfordernden Situation richtet Breuninger den Blick nach vorne und startet ab sofort ein richtungsweisendes Zukunftsprojekt: Mit einer umfassenden und verbindlichen Corporate Responsibility-Strategie stellt Breuninger als der führende Premium-Department Store die Weichen für eine noch nachhaltigere Zukunft. Hauptbestandteil der Ausrichtung sind ambitionierte, aber realistische und nachvollziehbare Ziele für alle Unternehmensbereiche, die Auswirkungen auf alle Unternehmensprozesse und -entscheidungen haben.

Als führendes Familienunternehmen mit tief verankerten Unternehmenswerten empfindet es Breuninger seit jeher als seine Pflicht, einen aktiven Beitrag zu einer nachhaltigen Textil- und Konsumgüterwirtschaft zu leisten sowie regional Verantwortung zu übernehmen. Die Auseinandersetzung mit sozialen und ökologischen Fragen spielt seit der Unternehmensgründung eine immanente Rolle bei allen Entscheidungen. Verantwortungsvolles, verlässliches und nachvollziehbares Handeln gegenüber Kunden, Mitarbeitern und Partnern hat bei Breuninger Tradition und bildet ein wichtiges Fundament für den Unternehmenserfolg. Daher bündelt Breuninger zukünftig alle bereits bestehenden sozialen und ökologischen Maßnahmen in einer ganzheitlichen Corporate Responsibility-Strategie.

#### Vier Handlungsfelder

Insgesamt vier Handlungsfelder umfasst die neue Nachhaltigkeitsausrichtung des Unternehmens: **Materialien, Menschen, Umwelt und Stadt**. Neben Sortimentsentscheidungen legt die Strategie besonderen Fokus auf die Bereiche Real Estate, Gastronomie, Logistik und gesellschaftliche Verantwortung. Alle Bereiche berücksichtigen bereits heute nachhaltige Aspekte, neu ist die zentrale Steuerung und die Festlegung auf ambitionierte Ziele.

Seit über zwei Jahren bündelt ein eigenes Corporate Responsibility Team die nachhaltigen Themen und steuert fachübergreifend eine Nachhaltigkeits-Taskforce aus allen Unternehmensbereichen. „Die Motivation innerhalb des Breuninger Teams ist enorm. Wir haben viele Ansätze und Ideen, die wir gemeinsam vorantreiben wollen“, erklärt Breuninger CEO Holger Blecker die Fokussierung. „Wir wissen, Corporate Responsibility ist ein agiler Prozess. Wir wissen auch, dieser Weg wird nie vollständig abgeschlossen sein. Aber als führendes Fashion- und Lifestyle-Unternehmen im DACH-Raum können, müssen und wollen wir zukünftig noch stärker den Fokus auf nachhaltiges Handeln legen. Diese Verantwortung entspricht der tiefsten Überzeugung und der Haltung von Breuninger.“

## Transparenter Siegelkatalog

Um das Thema Nachhaltigkeit für Breuninger Kunden transparent und nachvollziehbar zu gestalten, setzt Breuninger zukünftig vermehrt auf etablierte und seriöse **Nachhaltigkeitsiegel** zur Kennzeichnung in seinem Gesamtsortiment. Insgesamt 23 bekannte und vertrauenswürdige Siegel wie bspw. **Better Cotton**, **Fairtrade** oder **der grüne Knopf** signalisieren dem Kunden zukünftig, welche nachhaltigen Kriterien der Artikel erfüllt. Nur Artikel, die mit mindestens einem dieser Siegel zertifiziert sind, werden bei Breuninger als nachhaltig geführt und gekennzeichnet. Im Breuninger Online-Shop [breuninger.com](https://www.breuninger.com) kann ab sofort nach „nachhaltig“ gefiltert werden, die Artikelbeschreibung ist mit den jeweiligen Siegeln versehen. Auch stationär wird die transparente Produktkennzeichnung folgen.

Eine Übersicht der bei Breuninger zugelassenen Siegel und weitere Informationen dazu finden sich auf der **Nachhaltigkeit-Infoseite** <https://www.e-breuninger.de/nachhaltigkeit>

## Verbindliche Unternehmensziele

In allen Geschäftsfeldern wurden von Breuninger Nachhaltigkeitsziele festgelegt, die alle zukünftigen Unternehmensentscheidungen und -prozesse beeinflussen werden.

### 1. Breuninger und Materialien

Insgesamt sollen nachhaltige Materialien zukünftig noch stärker gefördert werden. Baumwolle ist dabei die wichtigste Faser im Produktportfolio. Da konventionell angebaute **Baumwolle** u.a. aufgrund der Produktion schädlich für die Umwelt ist, stellt Breuninger bis 2025 alle Produkte der Eigenmarken zu 100% auf nachhaltige Baumwolle um. Bereits seit der Saison Frühjahr/Sommer 2020 kauft Breuninger keine Produkte mit **Echtpelz** mehr ein und hat das Sortiment dahingehend umgestellt. Die letzten Abverkäufe von Artikeln vorheriger Kollektionen laufen und sind bis Ende des Jahres abgeschlossen. „Wir freuen uns sehr, ab dem kommenden Jahr Mitglied beim internationalen Fur Free Retailer Programm zu sein“, so Blecker. Entsprechende Gespräche laufen bereits mit der Tierschutzorganisation VIER PFOTEN Deutschland, mit der sich Breuninger auch zu anderen Themen des Tierwohls austauscht. Zudem verzichtet Breuninger zukünftig auf den Verkauf von Angorawolle und Exotenleder.

### 2. Breuninger und Menschen

Seit Unternehmensgründung ist Breuninger bestrebt, verlässlich und nachvollziehbar zu handeln sowie ein vertrauensvolles Verhältnis gegenüber Mitarbeitern, Lieferanten und Dienstleistern zu pflegen. Eine **wertschätzende Unternehmenskultur**, die den offenen Dialog innerhalb des Breuninger Teams fördert, Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aktiv in Unternehmensprozesse und -entscheidungen mit einbezieht und die persönliche Weiterentwicklung eines Jeden unterstützt, ist essentiell und wird bei Breuninger aktiv gelebt. Ebenso wichtig ist der partnerschaftliche Umgang mit Lieferanten und Dienstleistern sowie ein offener Diskurs. Um künftig einen noch transparenteren Leitfaden für vertrauensvolle Geschäftsbeziehungen bieten zu können, entwickelt Breuninger derzeit einen **Anforderungskatalog** auf Basis der geltenden Einkaufsrichtlinien und der **Breuninger**

**Responsible Sourcing Policy.** Die Responsible Sourcing Policy definiert Grundsätze für Lieferanten und Geschäftspartner, um sicherzustellen, dass alle Produkte umweltbewusst und insbesondere ethisch und sozialverträglich hergestellt werden. Die Responsible Sourcing Policy stützt sich auf internationale Vereinbarungen, Konventionen und Standards, wie z.B. solche der Vereinten Nationen, der Internationalen Arbeitsorganisation sowie der Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung. Sie gilt zukünftig für alle direkten Geschäftspartner und Lieferanten, die Produkte der Eigenmarken von Breuninger oder Teile davon liefern und wird fester Bestandteil der Lieferantenverträge.

### 3. Breuninger und Umwelt

Um die CO<sub>2</sub>-Emissionen mittel- und langfristig zu verringern und natürliche Ressourcen zu schonen, sucht Breuninger kontinuierlich nach neuen Möglichkeiten. Bei der Reduktion von CO<sub>2</sub> setzt das Unternehmen vor allem da an, wo es den größten Einfluss nehmen kann: bei Transporten und Liegenschaften. Breuninger hat sich das Ziel gesetzt, Bestellungen über den Online-Shop und interne Transporte **bis 2022 CO<sub>2</sub>-neutral** zu gestalten. Um zielgerichtet Ressourcen zu sparen und Abfall zu vermeiden, will Breuninger bis 2025 in seinen Beschaffungsprozessen – soweit es geht – auf Plastik verzichten. Durch eine Abschaffung von sogenannten Polybags - Druckverschlussbeutel, die in der gesamten Bekleidungsbranche zum Versand von Kleidung genutzt werden - und die Vermeidung von Einwegplastik hat Breuninger den Anspruch, viele Prozesse künftig **plastikfrei** zu gestalten.

### 4. Breuninger und Stadt

Als aktiver Teil der lokalen Gemeinschaft erstreckt sich das nachhaltige Engagement von Breuninger auf soziale und karitative Engagements wie zum Beispiel Bürgerstiftungen, Kultureinrichtungen und Sportverbänden. Mit gezielten Maßnahmen will das Unternehmen außerdem zu einer Infrastruktur beitragen, die Nachhaltigkeit fördert und Projekte und Menschen in der Region unterstützt. Den größten Einfluss kann Breuninger dabei durch die eigenen **Liegenschaften und Beschaffungsprozesse** ausüben und setzt beispielsweise auf die Entwicklung bis 2022 von Ladestationen für PKWs und E-Bikes in den eigenen Parkhäusern. Durch den vermehrten Einsatz von **saisonalen und regionalen Produkten** in der Breuninger Gastronomie werden zudem Landwirte und Produzenten aus der Region gefördert.

**Weitere Informationen** zum Thema Nachhaltigkeit bei Breuninger sowie den Siegelkatalog finden Kunden zukünftig auf der Corporate Responsibility Website:

<https://www.e-breuninger.de/nachhaltigkeit>

**Bilderlink:**

<https://www.picdrop.com/e.breuninger GmbH./n2dNeabogJ>

### E. Breuninger GmbH & Co.

Das Fashion- und Lifestyle-Unternehmen Breuninger wurde 1881 von Eduard Breuninger gegründet und zählt heute zu den führenden Multichannel-Department-Stores in Europa. Seit mehr als 135 Jahren setzt Breuninger mit einer exklusiven Auswahl an internationalen Designermarken und ausgesuchten Newcomer Brands hohe Maßstäbe in den Bereichen Fashion, Beauty und Lifestyle. Der im Jahr 2008 gestartete Online Shop [www.breuninger.com](http://www.breuninger.com) zählt zu den erfolgreichsten im Premiumsegment und ist auch für Kunden in Österreich und in der Schweiz verfügbar. Neben Stilbewusstsein und Trendgespür steht Breuninger für eine ausgeprägte Kundenorientierung: Serviceangebote wie der Special Service, das hauseigene Maßatelier, Click&Collect und Online Reservierung, der Instore Bestellservice sowie der Shuttle Service sorgen stationär und online für ein einzigartiges Einkaufserlebnis. Deutschlandweit umfasst das mehrfach ausgezeichnete Unternehmen elf Breuninger Häuser mit über 5.500 Mitarbeitern.