

PRESSEMITTEILUNG

WE CARE – S.OLIVER GROUP STARTET NACHHALTIGKEITSPROGRAMM

ROTTENDORF, 6. Mai 2019

Im 50. Jahr seines Bestehens geht das Modeunternehmen s.Oliver beim Thema Nachhaltigkeit neue Wege: Unter dem Claim „WE CARE– for PEOPLE, PLANET and the FUTURE“ vereint die Unternehmensgruppe zahlreiche Maßnahmen und Initiativen zur Umsetzung von Nachhaltigkeit. Viele der Aktivitäten sind seit vielen Jahren fester Bestandteil der Unternehmensphilosophie. In den Bereichen Produkt und Kommunikation verstärkt das Unternehmen sein Engagement.

Bernd Freier, CEO s.Oliver Group: „Es ist für uns in der s.Oliver Group eine Selbstverständlichkeit, Verantwortung für gesellschaftliche Belange, Herstellungsprozesse und sichere Produkte zu übernehmen. Diese Maßnahmen wollen wir entlang der gesamten Wertschöpfungskette weiter intensivieren, für eine nachhaltige Weiterentwicklung unseres Unternehmens. Als Familienunternehmen hat die s.Oliver Group besondere soziale und ökologische Verantwortung. Zugleich ist die Rücksichtnahme auf Mensch und Natur Voraussetzung dafür, dass wir auch in Zukunft unternehmerisch erfolgreich sind. Nachhaltigkeit ist deshalb ein zentraler Baustein auf unserem Weg in die nächsten 50 Jahre.“

Dafür arbeitet ein eigenes Nachhaltigkeits-Board im Konzern. Auf höchster Management-Ebene angesiedelt, treibt es die Umsetzung der Ziele von der Unternehmensspitze aus bereichsübergreifend voran. Wesentliche Neuerungen sind die aktive Kommunikation zum Thema Nachhaltigkeit, beispielsweise durch einen eigenen Informationsbereich auf der Unternehmens-Webseite, sowie die Verabschiedung einer neuen Strategie für nachhaltige Produkte. Hier stehen insbesondere nachhaltige Baumwolle, recyceltes Polyester und umweltfreundliche Denim-Herstellung auf der Projektagenda. Voraussichtlich ab 2020 werden die ersten Produkte auf die Fläche kommen und mit einem eigens entwickelten WE CARE Hangtag versehen.

KLARE ZIELE FÜR MEHR NACHHALTIGE MATERIALIEN

Bis 2030 wird die s.Oliver Group den Anteil an nachhaltig produzierter Baumwolle sukzessive auf 100 Prozent steigern, überwiegend in Zusammenarbeit mit den Initiativen Cotton made in Africa und Better Cotton. Der größte Produktanteil an Baumwolle liegt bei der Kernmarke s.Oliver. „Schon dieses Jahr werden wir fünf Prozent erreichen, was einer Stückzahl im siebenstelligen Bereich entspricht“, sagt Kristina Szasz, Chief Product and Marketing Officer s.Oliver. „2020 wollen wir den Anteil auf 15 und in den nächsten fünf Jahren auf 50 Prozent anheben.“

Auch den Einsatz recycelter Fasern will die Unternehmensgruppe in den kommenden Jahren signifikant steigern, vor allem bei den Marken s.Oliver BLACK LABEL und comma. Sonja Balodis, CEO comma: „Unsere Kundinnen erwarten von uns moderne, stilsichere Looks mit dem gewissen Etwas. Dazu gehört es auch, unsere Kleidung mit einem guten Gefühl zu tragen. In dem Wissen, dass sie auf verantwortungsvolle Weise hergestellt wurde.“

Weitere Informationen zu den Nachhaltigkeitsaktivitäten der s.Oliver Group unter www.soliver-group.com/wecare.



UNTERNEHMENSINFORMATION

Die 1969 von Bernd Freier gegründete s.Oliver Group hat sich innerhalb weniger Jahrzehnte zu einem der führenden europäischen Modeunternehmen entwickelt. Der Konzern beschäftigt international rund 6.400 Mitarbeiter. Neben den Marken s.Oliver, s.Oliver BLACK LABEL, s.Oliver ACTIVE, Q/S designed by und TRIANGLE gehören auch comma, comma casual identity und LIEBESKIND Berlin zum Portfolio des Unternehmens.

Bei Fragen wenden Sie sich bitte an:

Verena Väth
PR Consultant

Telefon: +49-(0)9302-309-9557
E-Mail: verena.vaeth@de.soliver.com

soliver-group.com