

# NACH HALTIG KEITS REPORT



| CLINTON

BE GOOD.  
BECOME  
BETTER.

[www.campdavid-soccx.de](http://www.campdavid-soccx.de)

25

# INHALT

- 1**  
START
  - 1. Vorwort
- 2**  
PRODUKT
  - 2.1 Design made in Germany
  - 2.2 Vertrauensvolle Partner
  - 2.3 Nachhaltige Materialien
  - 2.4 Tierwohl
  - 2.5 Umweltschonende Veredlungen
  - 2.6 Unsere Zertifikate
  - 2.7 Qualitätsstandards
- 3**  
LOGISTIK
  - 3.1 Transport
  - 3.2 Fuhrpark
  - 3.3 Verpackung
  - 3.4 Onlineshop

# 4

## MITEINANDER

- 4.1 Ausbildung
- 4.2 Schulungen intern
- 4.3 Mitarbeiter-Benefits

# 5

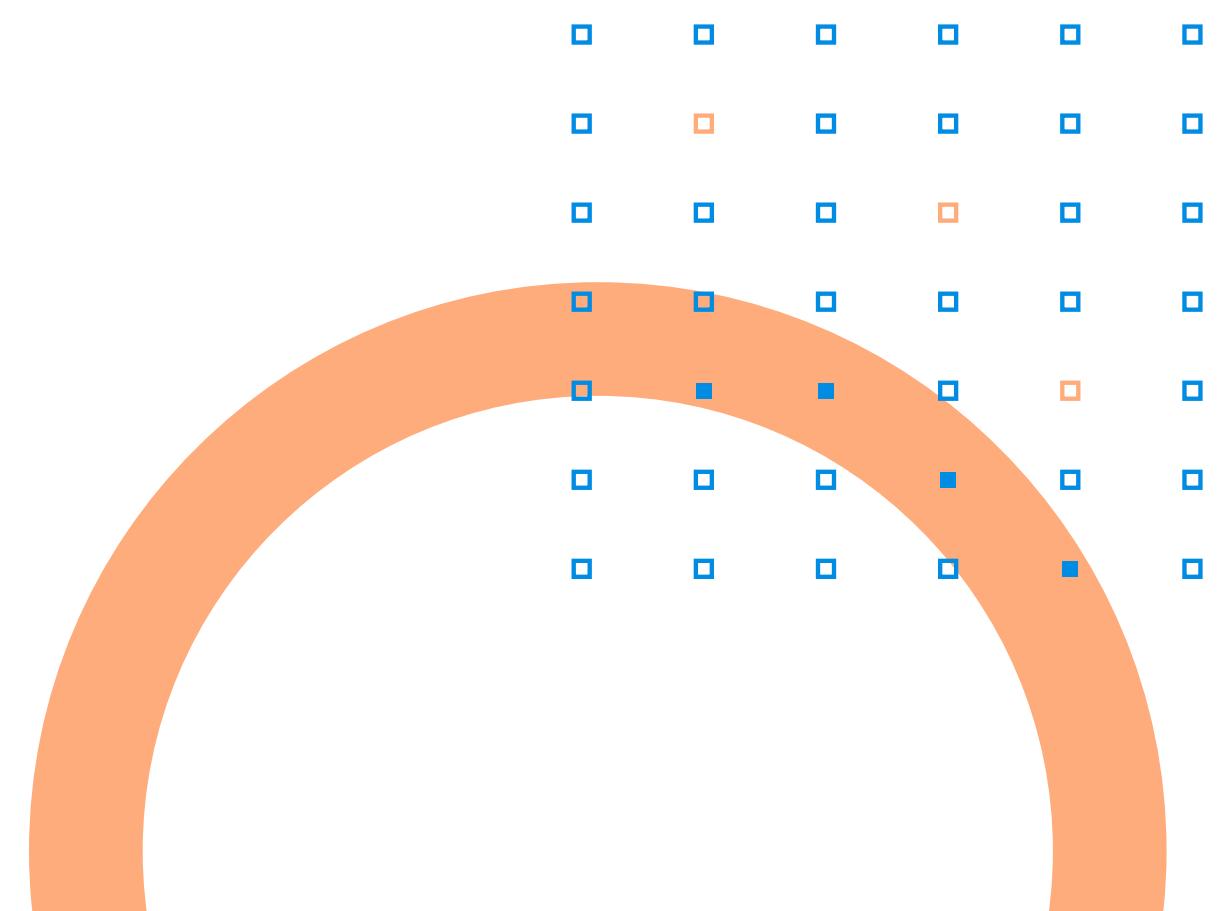
## KLIMA & UMWELT

- 5.1 Unsere Umwelt-Leitsätze 2025
- 5.2 Energie
- 5.3 Abfallwirtschaft und Umwelt

# 6

## FINAL

- 6. To be continued



# VOR WORT

Wir, die CLINTON Group, sind ein modernes mittelständiges Modeunternehmen mit Sitz in Hoppegarten bei Berlin. Zur CLINTON Markenwelt gehören die Fashion Brands CAMP DAVID, SOCCX, GAASTRA, SENSES.THE LABEL und HARLEM SOUL.





Hochwertige Casual Wear ist das, was unsere Kunden von uns erwarten. Unsere Aufgaben sind jedoch vielfältiger.

Als Modeunternehmen haben wir auch die Verpflichtung einen gesellschaftlichen Beitrag zu leisten. Das heißt, uns auf den Weg zu machen, nachhaltiger und ressourcenschonender zu arbeiten – in allen Bereichen unserer Geschäftstätigkeit.

Nachhaltiges Handeln ist für uns ein gemeinsamer Weg mit unseren Mitarbeitern, Lieferanten und Partnern und fester Bestandteil unserer Firmenphilosophie.

Als deutsches Textilunternehmen mit einer globalen Lieferkette begegnen wir täglich unterschiedlichen Herausforderungen. Diesen stellen wir uns mit ökologischer und ökonomischer Verantwortung, Leidenschaft und Zuverlässigkeit. Gleichzeitig halten wir die Augen offen nach neuen Trends und Innovationen, um die Zukunft der Modeindustrie aktiv mitzugestalten.

In unserem Nachhaltigkeitsreport geben wir einen Überblick über aktuelle Prozesse und Fortschritte bei CLINTON. Der Report soll zeigen, wo wir heute stehen. Er ist eine Zwischenbilanz, die wir ständig überprüfen und verbessern.

Unser offizieller Leitspruch spiegelt diesen Gedanken wider:

**BE GOOD, BECOME BETTER.**

Dieses Prinzip ist Antrieb und Anspruch zugleich.





# 2

# PRO DUKT

In unserem Designteam verfügen wir über gebündelte, jahrelange Kompetenz. Allen Produkten widmen wir größte Aufmerksamkeit, um unseren eigenen Ansprüchen gerecht zu werden.

## 2.1

### DESIGN MADE IN GERMANY

Wir haben das Ziel, Kollektionen zu entwickeln, die unsere hohen Anforderungen an Qualität und Langlebigkeit erfüllen und zugleich sozial verantwortlich und ökologisch verträglich sind.

Alle Artikel werden mit Leidenschaft und Sorgfalt entwickelt und geprüft, so erschaffen wir langlebige Mode mit unverkennbarem Design.

Flexibles Agieren der Marken am Markt und eine genaue Planung der Styles & Mengen ermöglichen die bedarfsgerechte Produktion. Saisonale Kollektionen werden ergänzt durch kleine Kapselkollektionen, um zielgerichtet auf Kundenbedürfnisse und aktuelle Marktgegebenheiten zu reagieren.

Wir legen großen Wert auf gute Qualität und optimale Passform unserer Produkte. Alle notwendigen Zutaten – vom Stoff über Reißverschlüsse bis hin zu Kordeln – werden im Hinblick auf Funktionalität und lange Haltbarkeit ausgewählt. Die Zufriedenheit unserer Kunden ist uns wichtig, die Styles sollen ihnen möglichst lange Freude bereiten.

Wir geben eine ausführliche Pflegeanweisung für jeden Artikel, um unsere Kunden unkompliziert über die richtige Pflege zu informieren und so eine lange Haltbarkeit des Produkts und eine möglichst geringe Belastung der Umwelt in Einklang zu bringen.

Mehrstufige Qualitätskontrollen ermöglichen es uns, Qualitätsmängel frühzeitig zu erkennen, schnell eingreifen zu können und somit Fehlproduktionen zu vermeiden.

Wir haben durch die festgelegten Standards eine vergleichsweise geringe Retouren-Quote im Onlineshop & den Filialen.

Wir vernichten keine intakte Ware. Zum einen werden beschädigte Artikel repariert, zum anderen öffnet unser eigenes Fashion Outlet regelmäßig für preisgünstige 2.-Wahl-Verkäufe.



## 2.2

### VERTRAUENSVOLLE PARTNER

Basis für unser verantwortungsvolles Handeln ist der „Code of Conduct“, zu dem sich alle Produzenten verpflichten. In ihm sind alle für unsere Partner international gültigen Sozial- und Umweltstandards festgehalten. Nationale Gesetze, Vorschriften und Standards, die in den jeweiligen Ländern im Zusammenhang mit unserer Tätigkeit stehen, sind unabhängig von den politischen und kulturellen Verhältnissen einzuhalten. Dabei sehen wir in unserem Verhaltenskodex nicht nur das Erfüllen gesetzlicher Vorschriften, sondern definieren unsere darüber hinausgehenden, eigenen ethischen und ökologischen Grundsätze.

Wir erfüllen unserer unternehmerischen Sorgfaltspflicht zum Schutz der Lieferkette, indem wir eine umfassende Risikoanalyse unserer Lieferanten durchführen und regelmäßig potenzielle Risiken im Hinblick auf Menschenrechtsverletzungen entlang der Lieferkette evaluieren.

Intern haben wir einen Beschwerdemechanismus durch einen anonymen Briefkasten eingerichtet. Zudem wurde auf unserer Firmenwebseite eine Hinweisgeberstelle für interne und externe Beschwerden geschaffen.

Wir pflegen langjährige Partnerschaften mit den Lieferanten und schaffen so Vertrauen und Kontinuität.

Respekt, Offenheit und fairer Umgang sind für uns selbstverständlich.

Durch die Zusammenarbeit mit Agenturen vor Ort haben wir einen direkten Kontakt und permanenten Austausch. Außerdem besuchen wir in regelmäßigen Abständen unsere Produktionsstätten selbst und verschaffen uns so ein aktuelles Bild der Betriebe. Zusammen mit den Produzenten gibt es stetige Bemühungen die Prozesse und damit auch unsere Produkte noch besser und nachhaltiger zu machen.

Gleichzeitig versuchen wir kontinuierlich die Transparenz der Lieferkette zu optimieren, um über alle Schritte der Produktionskette informiert zu sein.

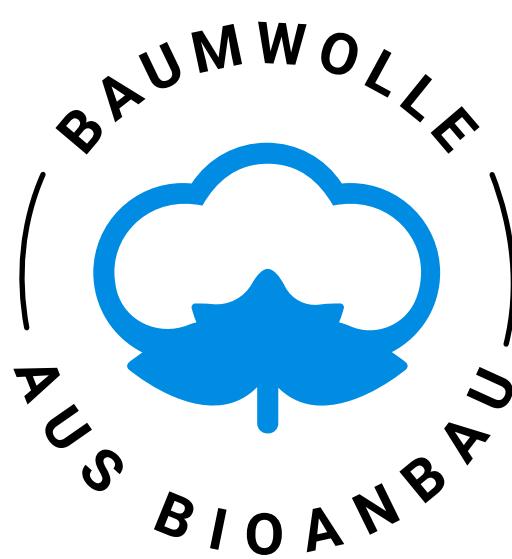


# HAND IN HAND

---

In enger Zusammenarbeit mit den Lieferanten arbeiten wir stetig am Ausbau unserer Standards. Seit Februar 2022 sind wir nicht nur als Unternehmen, sondern auch der Großteil unserer Produkte STANDARD 100 by OEKO-TEX® zertifiziert.

## 2.3 NACHHALTIGE MATERIALIEN



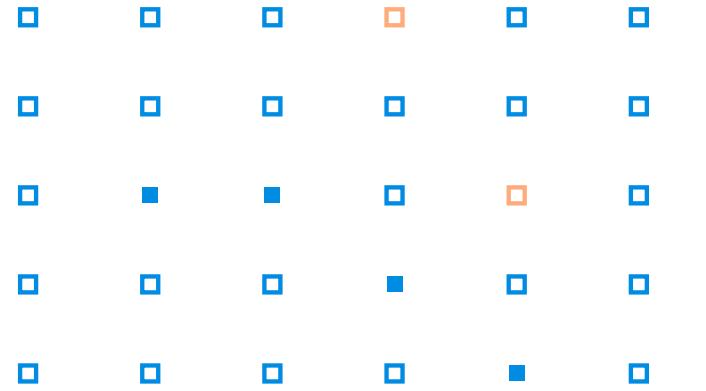
Biologisch angebaute Baumwolle ist ressourcenschonender als konventionell angebaute. Der Wasserverbrauch ist erheblich geringer, ausschließlich natürliche Düngemittel kommen zum Einsatz, auf Pestizide wird gänzlich verzichtet. Eine nachhaltige Landwirtschaft wird gefördert, unsere Umwelt und die Gesundheit der Bauern werden geschont.

BIOBAUMWOLLE



Zur Herstellung von recycelter Baumwolle werden Altkleider und Produktionsverschnitte gesammelt, sortiert, gereinigt, zerkleinert und unter Zugabe von Frischfasern zu neuen Garnen gesponnen. Der Einsatz von recycelter Baumwolle schont Ressourcen, denn der Wasserverbrauch ist um ein Vielfaches geringer als bei neu gewonnenen Fasern und die landwirtschaftlichen Flächen können anderweitig genutzt werden

RECYCELTE BAUMWOLLE



Zur Herstellung von recycelten Fasern werden PET-Flaschen, Altkleider und Produktionsverschnitte gesammelt, sortiert, gereinigt, zerkleinert, verschmolzen und zu neuen Garnen gesponnen. Der Einsatz von recycelten Fasern schont Ressourcen, denn der Energie- und Wasserverbrauch ist um ein Vielfaches geringer als bei neu gewonnenen Fasern.



Die Polyester Fasern der Firma REPREVE® werden aus gesammelten Plastikflaschen sowie Industrieabfällen hergestellt. REPREVE® Fasern geben Plastikflaschen damit ein zweites Leben – und halten diese von der Natur fern. REPREVE® ist eine eingetragene Marke von Unifi.

Für die Polyester Fasern mit der Kennzeichnung REPREVE Our Ocean® werden PET Flaschen im Umkreis von 50 km zu Küstenregionen gesammelt, in denen es kein offizielles Abfall- oder Recycling-system gibt. Diese Flaschen werden gereinigt, geschreddert, geschmolzen und anschließend zu innovativen Polyesterfasern versponnen. REPREVE Our Ocean® Fasern halten dadurch Plastikmüll von unseren Ozeanen fern. REPREVE Our Ocean® ist eine eingetragene Marke von Unifi.

RECYCELTES POLYESTER

REPREVE®

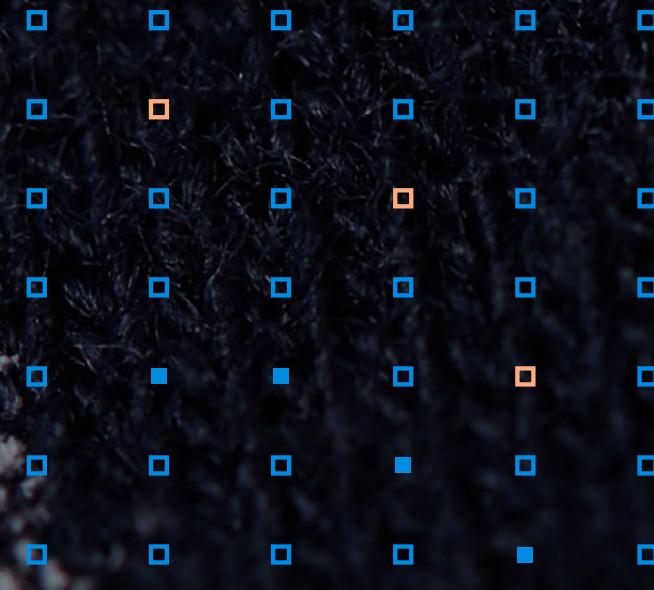
REPREVE OUR OCEAN®

## 2.4 TIERWOHL



Wir verzichten bei all  
unseren Artikeln auf Echtpelz  
und verwenden ausschließlich  
Kunstpelze (Fake Fur) aus  
synthetischen Fasern.

VERZICHT AUF ECHTPELZ



## 2.5 UMWELTSCHONENDE VEREDELUNGEN



Unsere Lederjacken werden ausschließlich mit pflanzlichen Mitteln gegerbt – ohne den Einsatz von Chromsalzen. Pflanzliche Gerbstoffe werden aus Hölzern, Rinden und Blättern extrahiert.



Für immer mehr Jeans setzen wir auf einen speziellen Waschprozess. Dieser wurde vom Technologieunternehmen Jeanologia® entwickelt und ermöglicht einen geringeren Einsatz von Wasser, Energie und Chemikalien. Die Umweltverträglichkeit wird im Messverfahren „Environmental Impact Scoring“ (EIM) ermittelt und ist direkt auf dem Hang-Tag eines Artikels zu finden.

VEGETABLE LEDER-GERBUNG

JEANOLOGIA®

## 2.6 UNSERE ZERTIFIKATE

Alle von einer unabhängigen dritten Stelle zertifizierten Produkte sind mit dem jeweiligen Siegel am Pflegeetikett sowie auf der Produktseite im Onlineshop gekennzeichnet.



certified by CU 1018028

Der Responsible Down Standard (RDS) ist der weltweit führende Standard für den Tierschutz bei Daunen- und Federprodukten.

Er bezieht sich auf die gesamte Wertschöpfungskette, von den Tierfarmen bis zu den Produzenten und Bekleidungsfabriken.



certified 23.HDE.70636

Bei Artikeln mit Recyclinganteil, die mit dem STANDARD 100 by OEKO-TEX® Label ausgezeichnet sind, wurden alle Bestandteile, d.h. alle Fäden, Knöpfe und sonstige Accessoires sowie speziell die recycelten Komponenten auf Schadstoffe geprüft und der Artikel ist somit gesundheitlich unbedenklich.



certified 21.0.92304

Bei Artikeln, die mit dem STANDARD 100 by OEKO-TEX® Label ausgezeichnet sind, wurden alle Bestandteile, d.h. alle Fäden, Knöpfe und sonstige Accessoires, auf Schadstoffe geprüft und der Artikel ist somit gesundheitlich unbedenklich.

## 2.7

### QUALITÄTSSTANDARDS

Um die Qualität und die Sicherheit unserer Produkte gewährleisten zu können, gelten verpflichtende, umfangreiche Richtlinien.

Die definierten Grenzwerte für alle eingesetzten Materialien und Veredelungsprozesse garantieren die Einhaltung nationaler und internationaler Regelungen zur Verwendung von Chemikalien und gesundheitsgefährdender Stoffe. Für viele chemische Parameter wurden interne Standards definiert, die über die gesetzlichen Anforderungen hinausgehen und dem strengen STANDARD 100 by OEKO-TEX® entsprechen.

Zudem gelten hohe physikalische Ansprüche, um die Langlebigkeit der Kleidung zu garantieren. Diese Anforderungen werden laufend stichprobenartig von einem unabhängigen Labor geprüft, um sicherzustellen, dass sie unsere hohen internen Qualitäts- und Sicherheitsstandards erfüllen.



# QUALITÄT BRAUCHT REGELN





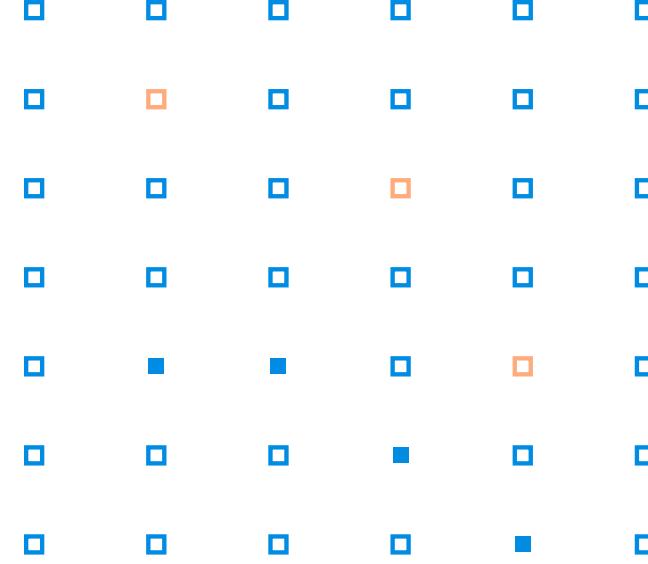
# LOGI STIK

3

Unser innovatives Logistikzentrum ermöglicht die kontinuierliche Versorgung aller Shops und Partner. Dank automatisierter Lagertechnik haben wir einen geringeren Energieverbrauch im Vergleich zur klassischen Regalbedienung.

Die moderne Lagertechnik ermöglicht mitarbeiterfreundliche Arbeitsbedingungen und höchste Standards.

Durch geeignete Maßnahmen wie optimierte Verpackung, hoher Auslastungsgrad der Anlagen, Reduktion von Verpackungsmaterial und den Einsatz von recycelten Kartonagen werden Umweltbelastungen reduziert.



## 3.1

### TRANSPORT

Wir reduzieren unsere Emissionen signifikant durch die weitgehende Vermeidung von Luftfracht und die stetige Optimierung der B2B & B2C Logistik.

## 3.2

### FUHRPARK

In den letzten Jahren wurde der firmeninterne Fuhrpark umstrukturiert und es wurden Nutzer- und Fahrprofilabhängig Elektro- und Hybridfahrzeuge angeschafft.

Durch den vermehrten Umstieg auf digitale Meetings konnten die gefahrenen Kilometer der firmeneigenen Dienstwagen gesenkt werden.

Für die innerbetriebliche Nutzung, auf kurzen Strecken zwischen den Firmengebäuden, werden E-Bikes für die Mitarbeiter zur Verfügung gestellt.

# JUST IN TIME

3.3

## VERPACKUNG

Unserem Anspruch, unsere CO2-Bilanz nachhaltig zu reduzieren, werden wir durch stetiges Überprüfen und Optimieren unserer Verpackungslösungen gerecht.

So beliefern wir die im näheren Umkreis liegenden Filialen mithilfe von wiederverwendbaren Transportboxen statt Kartons.

Nach Einführung der automatisierten Lagertechnik konnte durch Reduzierung der Kartonhöhe ca. 30 % Packvolumen eingespart werden.

Die Einführung einer zusätzlichen Kartongröße für Jacken konnte sowohl das Volumen als auch die Kartonmenge für den Jackentransport verringern.

Wir setzen verstärkt auf Kartonagen und Folien aus recyceltem Material. Eine große Herausforderung ist dabei die Berücksichtigung der unterschiedlichsten Anforderungen in der umfangreichen Lieferkette sowie der Schutz des Produktes während des Transports.

Für Kundenlieferungen verwenden wir Versandbeutel mit dem Siegel „Blauer Engel“.





## 3.4

### ONLINESHOP

Generell haben wir den Anspruch, die Retourenquote möglichst gering zu halten und damit CO2 durch unnötigen Versand zu sparen. In den letzten drei Jahren konnten wir diesem Ansatz gerecht werden und die Retouren kontinuierlich senken.

Durch gezielte Marketingaktionen schaffen wir eine enge Kundenbindung und verkaufen einen Großteil unserer Artikel in unserem eigenen Onlineshop. Damit schaffen wir eine hohe Kundenzufriedenheit und so eine im Vergleich zum Wettbewerb geringe Retourenquote.

Bei B2C-Retourenscheinen verzichten wir auf die Nutzung von Papier, da das Formular nur noch digital verschickt wird. Bei Bedarf druckt der Kunde den Retourenschein selbst aus.

Durch die Nutzung von Versandtaschen erreichen wir eine Volumeneinsparung auf  $\frac{1}{4}$  im Vergleich zum Versand im Karton. Unsere Versandtaschen haben zwei Klebestreifen und können für den Hin- und Rückversand genutzt werden.

Soweit möglich, wird defekte Ware wieder aufbereitet oder repariert, es wird keine intakte Ware vernichtet.



A black and white photograph of two people walking away from the camera down a modern office hallway. One person is carrying a coffee cup and a newspaper. The hallway has large pendant lights and glass walls.

# MIT EIN AN DER

4

Der Umgang miteinander wird geprägt von gegenseitiger Wertschätzung, Vielfalt und Toleranz, Offenheit und Vertrauen, Ehrlichkeit und Verständnis.

# WE ARE FASHION FAMILY

Soziales, respektvolles und integres Handeln ist für uns eine gemeinsame Verantwortung, die wir mit unseren Mitarbeitern, Lieferanten und Partnern teilen. Damit schützen wir unser Unternehmen – und bewahren das Vertrauen aller Beteiligten.

Wir bieten gleiche Chancen für alle und fördern Inklusion im Arbeitsalltag, indem wir eine Umgebung schaffen, in der alle gleichermaßen wertgeschätzt werden und akzeptiert sind.

Bei der Auswahl und Entwicklung unserer Beschäftigten zählen alleine individuelle Qualifikationen und Fähigkeiten.

Jede Form der Diskriminierung – ob aufgrund von Geschlecht, ethnischer und nationaler Zugehörigkeit, Religion, Rasse, Hautfarbe, Alter, Behinderung, sexueller Orientierung sowie Identität oder sonstiger gesetzlich geschützter Merkmale – lehnen wir ausdrücklich ab.

Die Achtung der Menschenrechte ist ein Grundpfeiler unseres Handelns. Wir lehnen jegliche Nutzung von Kinder-, Zwangs- und Pflichtarbeit sowie jegliche Form von moderner Sklaverei und Menschenhandel ab. Das gilt nicht nur für die Zusammenarbeit innerhalb unseres Unternehmens, sondern auch für das Verhalten von und gegenüber Geschäftspartnern.

Wir nehmen unsere Verantwortung für die Sicherheit und Gesundheit unserer Mitarbeiter sehr ernst. Wir gewährleisten Arbeits- und Gesundheitsschutz im Rahmen der jeweils gültigen nationalen Bestimmungen sowie auf der Basis der Gesundheits- und Arbeitsschutzpolitik unseres Unternehmens.



## 4.1

### AUSBILDUNG

Wir sind ein anerkannter Ausbildungsbetrieb und ein gelistetes BDVT Institut (Berufsverband für Training, Beratung und Coaching im deutschsprachigen Raum). Ganz nach dem Motto „Eine gute Ausbildung kommt nie aus der Mode“ bilden wir den Nachwuchs in 15 verschiedenen Berufen aus.

Ausbildungsbereiche: Medien & Kreation, Gastronomie, kaufmännischer Bereich, IT, gewerblich-technischer Bereich.

Für unsere Auszubildenden veranstalten wir jährlich sogenannte „Rookie Days“, um ihnen in praktischen Workshops tiefergehende Einblicke in die unterschiedlichen Bereiche unseres Unternehmens zu geben. Damit schaffen wir die Möglichkeit, alle Facetten eines Textilunternehmens kennenzulernen sowie Begeisterung und Neugier für unsere Produkte zu entwickeln.

An zwei aufregenden Onboarding-Tagen finden zahlreichen Schulungen und Informationen rund um die Ausbildung statt. Unterjährig führen wir zahlreiche Team-Events und Projekte durch, bei denen ausbildungsjahrübergreifend und unabhängig der Ausbildungsrichtung zusammengearbeitet wird.

Wir bieten vielfältige und fachspezifische Praktika für Studenten und Schüler. Durch Kooperationen mit Hochschulen schlagen wir eine Brücke zur nächsten Generation und zukünftigen Arbeitnehmern:innen.

Es gibt Stellen für Werkstudenten und mittlerweile auch duale Studenten in unserem Unternehmen.

Für den Bereich Ausbildung wurde eine eigene Abteilung mit zwei Mitarbeitern eingerichtet, die sich nur um die Auszubildenden kümmern.





NEXT  
GENE  
RATI  
ON

# BALANCE IS KEY

## 4.2

### SCHULUNGEN INTERN

Unsere unternehmenseigene „CLINTON AKADEMIE“ bietet einen umfangreichen Trainingskatalog sowie Coachings und spezielle modulare Weiterbildungsprogramme an. Somit wird eine bestmögliche Qualifizierung für Mitarbeiter:innen und Führungskräfte sichergestellt.

Die individuelle Weiterentwicklung der fachlichen und persönlichen Kompetenzen erfolgt zu unterschiedlichen Themen der Bereiche Sales, Fashion, Leadership und Persönlichkeitsentwicklung. Zudem setzen wir auf ein umfassendes Talententwicklungsprogramm. Durch das Angebot von Englischkursen unterstützen wir ebenso die sprachlichen Kompetenzen unserer Mitarbeiter:innen.

Diese Präsenztrainings werden durch ein breites digitales Angebot ergänzt. So können unsere Mitarbeiter:innen sowohl über die BUDDY-App als auch über die iPads in den Stores verschiedene Schulungsinhalte und Videos abrufen.



## 4.3

### MITARBEITER-BENEFITS

Die Gesundheit und das Wohlergehen der Mitarbeiter:innen werden durch ein sicheres und modernes Arbeitsumfeld unterstützt. An unserem Firmensitz in Hoppegarten unterstützen wir unsere Mitarbeiter:innen zudem mit einem vielfältigen Angebot für eine ausgewogene Work-Life-Balance.

Dazu gehören ein eigenes Fitness-Studio mit Kursangeboten sowie die Möglichkeit Massage- und Osteopathie-Behandlungen in Anspruch zu nehmen.

Für das leibliche Wohl sorgt eine hauseigene Kantine, die wochentags saisonale und frisch zubereitete Gerichte anbietet.

Die freie Nutzung moderner Etagen-Küchen ist ebenso selbstverständlich wie das kostenlose Angebot von Kaffee, Tee und Wasser.

Als verantwortungsvolles Unternehmen bieten wir unseren Mitarbeitern einen Betriebsarzt, der sowohl die Grippeimpfung als auch Angebots- und Tauglichkeitsuntersuchungen durchführt.

Neben einer leistungsorientierten Vergütung bieten wir unseren Mitarbeitern attraktive Rabatte für unsere eigenen Marken-Produkte an. Zusätzlich können sie auf einer Corporate Benefits Plattform weitere Preisvorteile bei ca. 600 Marken genießen.





5

# KLIMA UND UM WELT

## 5.1

### UNSERE UMWELT-LEITSÄTZE 2025

Als mittelständisches und modernes Mode- und Logistikunternehmen sind wir uns unserer Verpflichtung gegenüber Umweltschutz und Sicherheit sehr bewusst.

Für eine Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten und Partnern setzen wir voraus, dass alle für unsere Produkte tätigen Unternehmen mindestens die Umweltgesetze und Bestimmungen einhalten, die in ihren jeweiligen Ländern gültig sind. Dies ist vertraglich im „Code of Conduct“ vereinbart.

Darüber hinaus betrachten wir unsere Verantwortung gegenüber der Umwelt als Verpflichtung, mit natürlichen Ressourcen so sparsam und effizient wie möglich umzugehen. In dieser Frage streben wir mit unseren Lieferanten ebenfalls ein Höchstmaß an Transparenz an.

Auch die Senkung von Wasser- und Energieverbrauch und die kontinuierliche Verbesserung der energetischen Leistung sind relevante Energieziele.

Müllvermeidung hat bei uns höchste Priorität, sie gilt noch vor dem Recycling als wichtigstes Ziel. Übriggebliebenes Essen aus unserer betriebseigenen Kantine wird von unserem Partner foodsharing e.V. abgeholt und unentgeltlich an gemeinnützige Organisationen weiterverteilt. Somit werden die Lebensmittel zu 100 % genutzt und nichts verschwendet.

Bei neu angemieteten Flächen für unsere Filialen spielen sogenannte „Green Lease“ Mietverträge eine immer größere Rolle. Auch beim Thema Ladenbau und Ausstattung wird sehr auf nachhaltiges Wirtschaften geachtet. Ausstattungen von alten Filialen werden, sofern möglich, wieder für neue Shops verwendet. Auch die Kleiderbügel für die Ware sind in einem geschlossenen Kreislauf und werden ständig wiederverwendet. Ein offener Dialog mit Kunden, Lieferanten, Behörden und Mitarbeitern zum Zwecke einer kontinuierlichen Verbesserung unserer Umweltleistung ist unser ständiges Bestreben.



## 5.2

### ENERGIE

Unsere „CLINTON Europazentrale“ am Stadtrand von Berlin ist das strategische und operative Headquarter unserer Markenwelten. Der 2015 erbaute Firmensitz umfasst ein modernes Logistikzentrum, die Designstudios, unseren FLAGSHIP STORE sowie das FASHION OUTLET, das CLINTON'S Casual Fine Dining Restaurant, unser BISTRO sowie die große STAGE für Tagungen und Konferenzen.

Das Gebäude wurde 2015 nach dem neuesten Stand der Technik mit dem Schwerpunkt der Energieeffizienz konzipiert und gebaut.

Kernstück des Gebäudes ist ein modernes, wärmegeführtes Blockheizkraftwerk (BHKW). Durch gleichzeitige Wärmegewinnung und Stromerzeugung ist es besonders effizient. So erreicht es einen Wirkungsgrad von bis zu 90 %. Zurzeit werden ca. 45 % des für unser Headquarter benötigten Stroms durch das BHKW erzeugt. Seit Bau der Anlage konnte mithilfe von regelmäßigen Monitoring und Optimierung der Anlagenführung eine Steigerung der Anlagenleistung erreicht werden. Im Sommer werden die Büros der Europazentrale mithilfe einer Absorptionskälteanlage bzw. eines Kälteumwandlers ebenfalls über das BHKW gekühlt. Somit ist kein zusätzliches Kühlmittel notwendig.

Der Energieverbrauch konnte seit 2019 nach Durchführung eines Energieaudits und Feststellen der Einsparpotentiale durch den Energiedienstleister TENAG gesenkt werden.

Bei allen angemieteten Objekten für eigene Stores spielt eine möglichst geringe Energiebilanz eine wichtige Rolle. So wurde in den letzten Jahren die Beleuchtung der Filialen sukzessive komplett auf energiesparende LED-Beleuchtung umgestellt.

Ein Großteil der Gebäude unseres Firmensitzes in Hoppegarten wird seit 2023 mit klimaneutralem Erdgas durch den Lieferanten LichtBlick SE beliefert. Unser Stromlieferant ist seit 2024 für alle Standorte inklusive der Filialen, ebenfalls Lichtblick SE. Die Rechenzentren unseres Dienstleisters ACS für Datenservice werden mit Business-Ökostrom der Envia AG betrieben.



## 5.3

### ABFALLWIRTSCHAFT UND UMWELT

Das hauseigene Abfallwirtschaftskonzept unseres Headquarters regelt die Mülltrennung und die gesonderte Entsorgung.

Kartons und transparente Folie werden sortenrein gesammelt und können damit zu 100 % recycelt werden.

Defekte und nicht mehr verkäufliche Textilien werden gemäß den gesetzlichen Vorgaben verwertet.

Die Reduzierung der gesamten Abfallmenge sowie die Reduzierung der Restmüllmenge durch Optimierung der Abfalltrennung sind wichtige Umweltziele.

Durch den Einsatz von Wasserspendern für Mitarbeiter und Gäste und den Verzicht von Plastikflaschen bei Meetings setzen wir zusätzlich auf „kleine“ Maßnahmen.

Abteilungsintern ist unser Bestreben, den Papierverbrauch deutlich zu reduzieren.

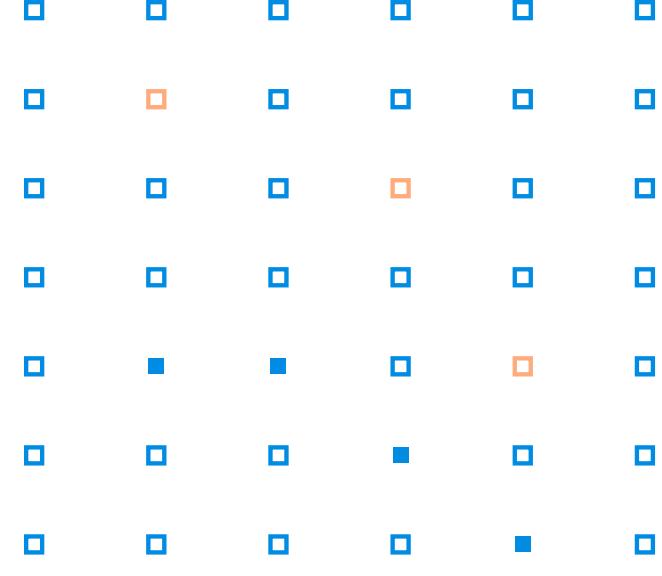
Interne Schulungen zum Thema Umweltmanagement animieren die Mitarbeiter:innen zu umweltbewussterem Handeln.

Das große Regenauffangbecken direkt neben dem Firmensitz ist mittlerweile begrünt und dient als Biotop und Zuhause der unter Schutz stehenden Wechselkröte.





**REDUCE  
REUSE  
RECYCLE**





**TO BE  
CONTI  
NUED**

**6**

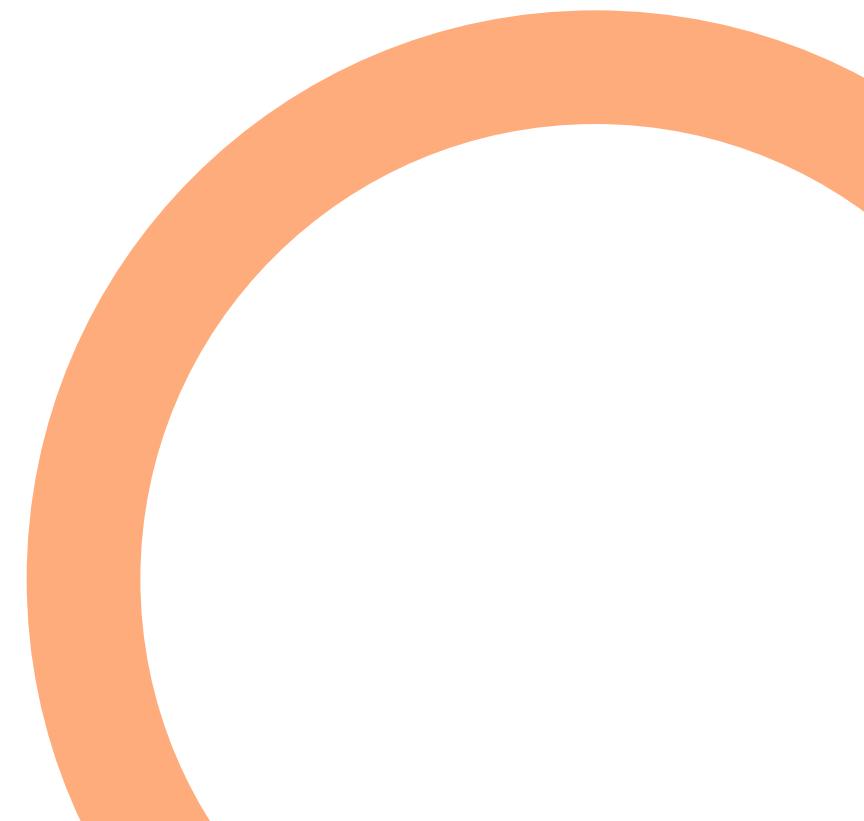


Dieser Nachhaltigkeitsreport dokumentiert den aktuellen Status Quo.

Wir blicken auf viele Jahre zurück, in denen sich das Thema Nachhaltigkeit in alle seinen Facetten entwickelt hat – und wir uns mit ihm.

Gleichzeitig blicken wir nach vorn und sind überzeugt, dass auch die nächsten Etappen auf unserer Reise spannend und herausfordernd werden.

Wir bleiben in Bewegung und wollen nachhaltigem Handeln in Zukunft noch mehr Raum geben.



be good.  
become better.

