CALIDA

Nachhaltigkeitsbericht 2021

Inhalt

Vorwort

Meilensteine

Highlights 2021

Die Marke

Nachhaltigkeitsstrategie und Managementansatz

Stakeholder-Engagement

Nachaltigkeitssäulen

i. Unternehmensführung
ii. Produkte und Materialien
iii. Umwelt
iv. Mitarbeitende
v. Externes Engagement

CALIDA ist eine Marke der CALIDA GROUP, zu der auch die Marken Aubade Paris, Lafuma Mobilier, erlich textil, onmyskin und ROS gehören Der voll umfängliche ESG Report ist auf der CALIDA GROUP Seite unter der Sektion Nachhaltigkeit ersichtlich: **calidagroup.com**

Nachhaltigkeit aus Tradition und Überzeugung

Liebe Leser und Leserinnen

Es ist CALIDA eine grosse Freude, Ihnen den Nachhaltigkeitsbericht 2021 präsentieren zu können. Seit dem ersten Tag der Gründung der Marke ist CALIDA bemüht, die Nachhaltigkeitsbilanz zu verbessern. Das Hauptaugenmerk liegt hierbei auf den sozialen und ökologischen Standards.

Unser Ziel ist es, unsere Transparenz noch weiter auszubauen und unseren Stakeholdern einen unverfälschten Einblick in die Auswirkungen und die Massnahmen im Hinblick auf Nachhaltigkeit zu gewähren. Nachhaltigkeit ist für uns nicht nur ein leeres Versprechen. Seit der Markteinführung unseres ersten Produkts ist Nachhaltigkeit ein fester Bestandteil unserer DNA. Sie ist Teil unserer Tradition, und das aus Überzeugung. In diesem Sinne evaluiert CALIDA seit jeher die direkten Auswirkungen, die das Unternehmen auf die Gesellschaft und die Umwelt hat. Die ganze Lieferkette, verwendete Materialien und der gesamte Lebenszyklus eines jeden Produkts werden kontinuierlich überprüft und nach Möglichkeit optimiert. Für unsere Produkte verwenden wir natürliche, nachhaltige, innovative und umweltfreundliche Materialien sowohl bei der Rohstoffauswahl als auch bei der Produktion. Rohmaterialien und Produkte werden hauptsächlich in Europa beschafft und hergestellt, um eine hohe Qualität, kurze Lieferzeiten, weniger CO_2-Emissionen und damit eine höhere Kundenzufriedenheit gewährleisten zu können. Im Rahmen der 100% Nature-Kollektion ist CALIDA sogar noch einen Schritt weiter gegangen und hat dafür eine der anspruchsvollsten Zertifizierungen der Branche erhalten: das Cradle to Cradle Certified® Zertifikat.

Neben Produkten und Materialien haben wir zahlreiche weitere Schritte unternommen, um unseren Nachhaltigkeitsanspruch zu untermauern. Jedes Jahr werden neue Lieferanten STeP by OEKO-TEX® zertifiziert. In 2021 wurde ein neues Outlet eröffnet. Bei dem Outlet handelt es sich um eine hochmoderne Holzkonstruktion, die Ladestationen für Elektrofahrzeuge bietet als auch als neuer sozialer Treffpunkt für Mitarbeitende und Besucher dient. Zusätzlich wurden flexiblere Arbeitszeiten und neue Schulungssysteme eingeführt, um unseren Mitarbeitenden die Möglichkeit zu geben, Arbeit und Beruf besser in Einklang zu bringen. Als letztes haben wir damit begonnen, uns verstärkt extern für soziale Projekte zu engagieren. All diese Massnahmen wurden eingeleitet, um den Fokus verstärkt auf unsere Mitarbeitenden und unser externes Engagement auszurichten.

Wir bei CALIDA sind fest entschlossen, unseren Weg Richtung Nachhaltigkeit auch in den kommenden Jahren fortzusetzen. Wir werden auch weiterhin verstärkt nachhaltige Produkte auf den Markt bringen, eine CO_2 Strategie zur Reduktion unserer Emissionen in 2022 entwickeln und unsere Zusammenarbeit mit unseren Stakeholdern vertiefen. Dies alles mit dem Ziel die Auswirkungen unseres Handelns auf die Umwelt und die Gesellschaft zu verringern. Nachhaltigkeit ist für die Mitarbeitenden und die Führungskräfte von CALIDA ein Bekenntnis zu unseren Kernwerten. Wir möchten uns deshalb an dieser Stelle bei allen Beteiligten, insbesondere bei unseren Mitarbeitenden, Partnern sowie Kunden und Kundinnen, für ihre tolle Unterstützung im Jahr 2021 bedanken und laden Sie, liebe Stakeholder, herzlich dazu ein, diesen Weg auch weiterhin gemeinsam mit uns zu bestreiten. Aus Tradition und Überzeugung.

Alexandra Helbling,
Managing Director, CALIDA

Meilensteine

CALIDA kann bezüglich Nachhaltigkeit und Unternehmenswachstum auf eine lange Erfolgsgeschichte zurückblicken. In den vergangenen Jahren haben wir diverse Meilensteine setzen können, welche den Einsatz hinsichtlich Nachhaltigkeit unterstreichen, während gleichzeitig ein konstantes wirtschaftliches Wachstum sichergestellt werden konnte.

1946

GARANTIE UND REPARATURSERVICE
CALIDA gewährt fortan Garantie auf Damenunterwäsche, einschliesslich eines kostenlosen Reparaturservices.

1999

BEWERTUNG DES PRODUKTLEBENSZYKLUS
CALIDA entwickelte ihre erste Öko- und Umweltbilanz vor mehr als 20 Jahren.

2005

SOZIALETHIK
CALIDA führt ein Sozialethikprogramm ein.

2016

MADE IN GREEN BY OEKO-TEX®
CALIDA zertifiziert die ersten Produkte nach dem anspruchsvollen MADE IN GREEN-Standard.

Trees Of Life

TREES OF LIFE
2016 geht CALIDA eine Partnerschaft mit Trees of Life ein. Seit Beginn der Partnerschaft wurden 18'000 Bäume gepflanzt.

2018

CRADLE TO CRADLE CERTIFIED®-T-SHIRT
CALIDA führt das erste vollständig kompostierbare T-Shirt ein.

2020

EINE WAHRHAFT GRÜNE GESCHICHTE
Gemeinsam mit dem Haute-Couture-Label Viktor&Rolf lanciert CALIDA die erste vollständig kompostierbare Designerkollektion der Welt.

Highlights 2021

100% NATURE
2021 wurde das Cradle to Cradle Certified®-Produktangebot um die nachhaltige Athleisure-Linie 100% NATURE RELAX erweitert. Die Designs wurden speziell für sanfte Sportarten wie Yoga und Pilates entwickelt. Cradle to Cradle Certified®-Spitze sorgt für einen femininen, modernen Touch. Ein Set, bestehend aus einem Oberteil im Oversize-Look und einer Hose aus Bio-Baumwolle und ROICA™-Elastan, rundet den Look ab.

VIKTOR&ROLF × CALIDA
Anlässlich des 80-Jahr-Jubiläums von CALIDA wurde unter dem Motto Heritage x Sustainability und in Zusammenarbeit mit Viktor&Rolf die dritte Kapselkollektion der Viktor&Rolf x CALIDA Reihe vorgestellt. Die Kollektion erreichte einen neuen Höhepunkt durch die Neuinterpretation ikonischer CALIDA-Materialien. Die Sonderkollektion ist ebenso natürlich wie opulent, feminin und farbenfroh und wird ausschliesslich aus Cradle to Cradle Certified®-Stoffen hergestellt – darunter auch die erste vollständig kompostierbare Spitze, ein wirklich innovatives Material.

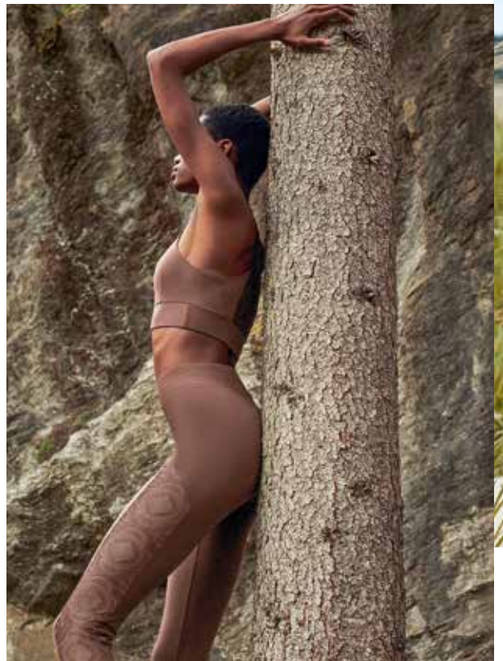
CRADLE-TO-CRADLE-SHIRT

KOMPOSTIERBARE ARTIKEL

CRADLE-TO-CRADLE-SHIRT

KOMPOSTIERBARE ARTIKEL

ZUSAMMENARBEIT



CALIDA × FTC CASHMERE
Gemeinsam mit FTC Cashmere kreierte CALIDA eine unvergleichlich weiche Wohlfühlkollektion aus handgekämmtem, fair gehandeltem Kaschmir und innovativen SeaCell™-Fasern. Im Rahmen dieser Zusammenarbeit wurden verantwortungsbewusste Produktionsmethoden gefördert und soziale Projekte unterstützt, die sowohl den Menschen als auch den Tieren in der chinesischen Region Shaanxi zugutekommen. Beispielsweise wurden neue Ziegenställe gebaut, wobei das Wohlergehen von Mensch, Tier und Natur berücksichtigt wurde. Alle Modelle der Kollektion tragen das Gütezeichen Marked & Traced by Haelixa.

ZUSAMMENARBEIT

UNTERSTÜTZUNG DES HILFSPROJEKTS «LET THE CHILDREN UGANDA»
Im Jahr 2021 unterstützte CALIDA erstmals die Aktion «Let the children Uganda». Der lokalen Bevölkerung wurde über das Hilfsprojekt eine Sachspende in Form von Kleidung zur Verfügung gestellt. Dank den superleichten und atmungsaktiven Stoffen eignen sich die Kleidungsstücke perfekt für das Klima in Uganda und können sowohl tagsüber als normale Kleidung oder zum Schlafen getragen werden.

WOHLTÄTIGKEITS-PROJEKTE

CLEANER COOK STOVES RWANDA
Als Ausgleich zu den CO_2-Emissionen, die bei der Veredelung der Cradle to Cradle Certified®-Qualitäten im Jahr 2021 angefallen sind, hat CALIDA in Zusammenarbeit mit Cleaner Cook Stoves Rwanda 300 verifizierte Emissionsreduktionen über ihren Lieferanten E. Schellenberg Textildruck AG erworben. In Ruanda deckt Brennholz mindestens 86% des Energieverbrauchs ab und ist für 98% der Haushalte in ländlichen Gebieten das wichtigste Brennmaterial zum Kochen. Mit dem Programm soll die Bedrohung von Wäldern und Wildtieren verringert, die Luftverschmutzung in Innenräumen reduziert und das Leben der Familien vor Ort verbessert werden.

BEKÄMPFUNG DES KLIMAWANDELS

Unsere Marke

CALIDA ist ein global tätiges Unternehmen im Unterwäsche, Nachtwäsche und Loungewear Bereich, welches in mehr als 23 Ländern vertreten ist. Jedes Produkt wird mit viele Liebe kreiert. Ein herausragendes Design, nachhaltige, innovative und komfortable Materialien sowie eine perfekte Passform machen jedes CALIDA-Produkt einzigartig.

CALIDA hat ihren Hauptsitz in Sursee (CH) und beschäftigt rund 1.000 Mitarbeitende. 2021 wurde ein Umsatz von 152,7 Mio. CHF erzielt – inklusive des firmeneigenen Online-Shops www.calida.com.

CALIDA bezieht Rohware hauptsächlich innerhalb von Europa. Der Grossteil der Produktion der Fertigprodukte wird ebenfalls innerhalb der EU vollzogen. 2021 wurde der von CALIDA unabhängig betriebene Produktionsstandort in Rajka (HU), an dem die Calida Holding AG, die Muttergesellschaft der CALIDA GROUP, 100% der Anteile hält, mit dem grössten Teil der Produktion betraut.

Der Vertrieb der Fertigprodukte erfolgt über zwei Logistikzentren: die Hauptzentrale am Standort Sursee (CH) und über ROS mit Sitz in Stephanskirchen (DE).

Seit der Gründung der Marke ist CALIDA führend im Bereich des Grosshandels (B2B - Handel über einen Zwischenhändler) unterwegs. Im Laufe der Jahre hat das Unternehmen jedoch ein florierendes Einzelhandels- (eigene Geschäfte) und E-Commerce- Geschäft aufgebaut. 2021 entfielen 29% des Umsatzes auf den Online-Handel. 2021 wurde ein Wachstum von 35% verzeichnet.

ZAHLEN UND FAKTEN
DIE MARKE

HQ

HAUPTSITZ

Sursee, Luzern

FIRMENEIGENE VERTRIEBSZENTREN

2

CALIDA

EIGEN GEFÜHRTE GESCHÄFTE

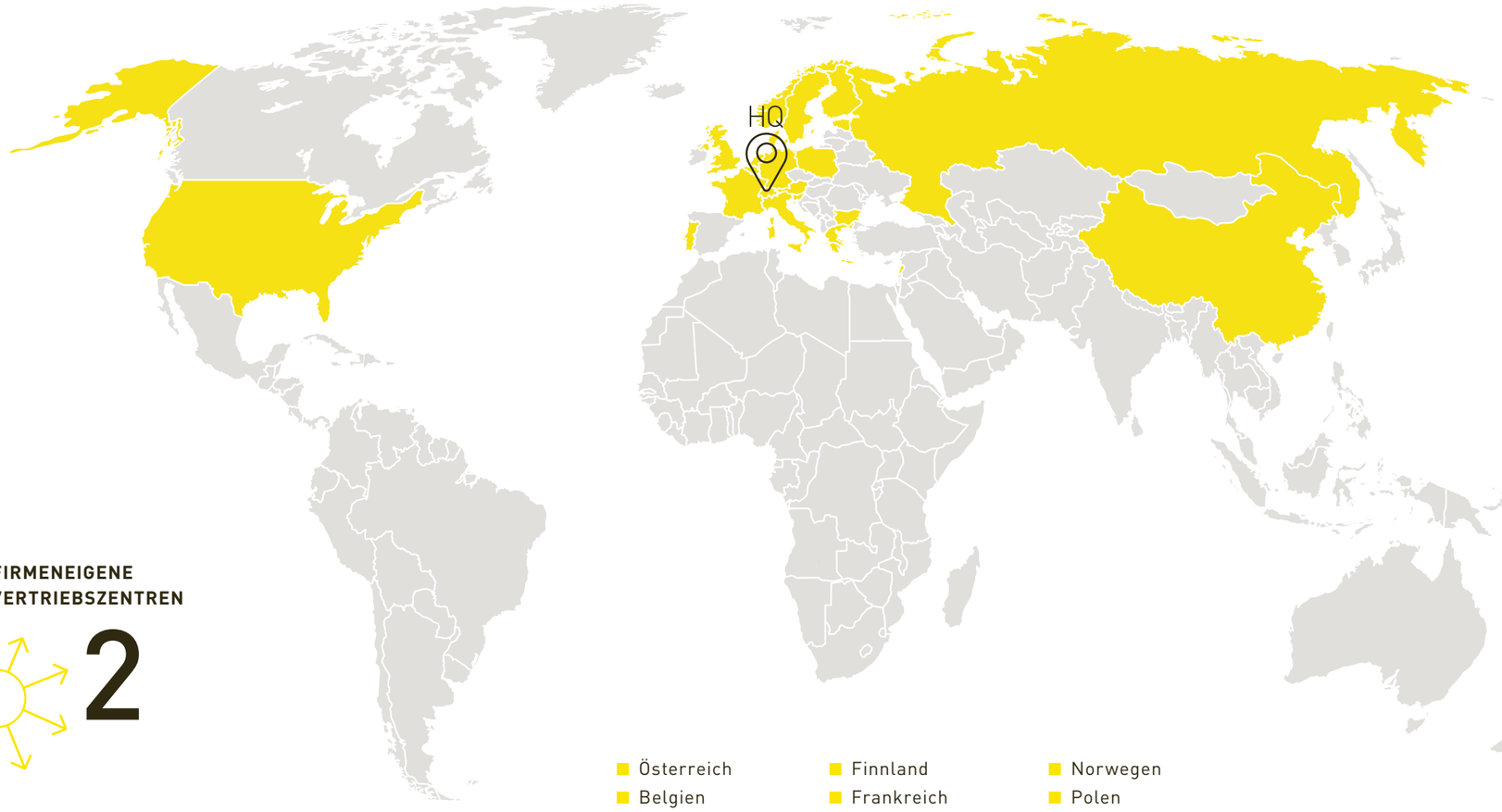
~100

NETTOUMSATZ IN CHF

152,7 Mio.

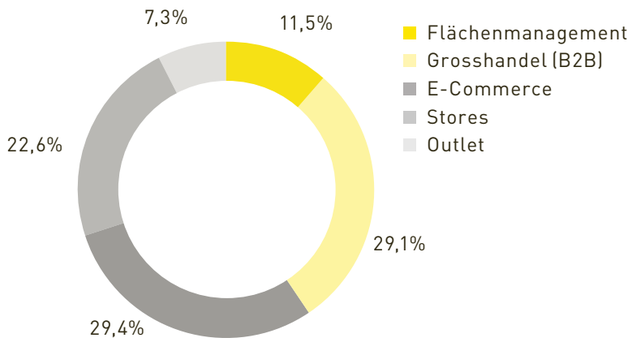
FIRMENEIGENER PRODUKTIONSSTANDORT

1



- Österreich
- Belgien
- Bulgarien
- China
- Schweiz
- Deutschland
- Dänemark
- Estland
- Finnland
- Frankreich
- England
- Griechenland
- Italien
- Libanon
- Luxemburg
- Niederlande
- Norwegen
- Polen
- Portugal
- Russland
- Schweden
- Slowenien
- USA
- Vatikan (IT)

UMSATZVERTEILUNG



Nachhaltigkeits-strategie

Als global tätige Anbieterin von Unterwäsche, Nachtwäsche und Loungewear legt CALIDA den Fokus auf ein qualitativ hochwertiges Produktangebot. Unter Nachhaltigkeit versteht CALIDA die Förderung von innovativen Materialien und Technologien als aber auch die Verlängerung der Lebenszyklen, die Sicherstellung der Werterhaltung jedes einzelnen Produktes und die Einbeziehung der Stakeholder.

Aus diesem Grund schaut CALIDA immer zuerst über den eigenen Tellerrand hinaus, bevor ein neues Produkt kreiert wird. Bereits in der Entwicklungsphase wird der gesamte Lebenszyklus eines Produkts bewertet und nach Möglichkeit fortgeschrieben. Dabei werden Anregungen, Bedürfnisse und Wünsche der Stakeholder stets einbezogen.

Für CALIDA bedeutet Nachhaltigkeit verantwortungsbewusstes Handeln gegenüber Umwelt und Gesellschaft. CALIDA engagiert sich dafür, die Auswirkungen, welche die Prozesse und Produkte des Unternehmens entlang der gesamten Wertschöpfungskette auf alle natürlichen und menschlichen Ressourcen haben, möglichst gering zu halten. Aus diesem Grund wird die gesamte Wertschöpfungskette aus einer ganzheitlichen Perspektive betrachtet, wobei das Hauptaugenmerk auf den Punkten liegt, wo CALIDA am meisten dazu beitragen kann eine Reduktion der negativen Auswirkungen zu bewirken.

In Anlehnung an die fünf Säulen der Nachhaltigkeit, die von der CALIDA GROUP definiert wurden, konzentriert sich CALIDA auf:

I. Unternehmensführung
II. Produkte und Materialien (Wertschöpfungskette)
III. Umwelt
IV. Mitarbeitende
V. Externes Engagement

Weitere Informationen finden Sie im Abschnitt «Unser Nachhaltigkeits- und Managementansatz», CALIDA GROUP ESG-Bericht 2021, Seite 10/11: calidagroup.com

UNTERNEHMENSFÜHRUNG
Entwicklung gemeinsamer Werte und Aufbau starker Führungsstrukturen auf der Grundlage der Nachhaltigkeitsziele (SDGs) und der Grundsätze der Vereinten Nationen sowie der Richtlinien für die Berichterstattung der Global Reporting Initiative (GRI).

PRODUKTE UND MATERIALIEN
Aufbau einer transparenten und durchgängigen Wertschöpfungskette,die eine nachhaltige Produktentwicklung und -verteilung ermöglicht.

UMWELT
Verringerung des direkten ökologischen Fussabdruckes in den eigen geführten und kontrollierten Betrieben und die Verbesserung der Rückverfolgbarkeit entlang der Wertschöpfungskette.

MITARBEITENDE
Schaffung einer fairen Kultur und eines verantwortungsbewussten Arbeitsumfelds für unsere Mitarbeitenden und das Befähigen unserer Partner und Partnerinnen, diesem Beispiel zu folgen.

EXTERNES ENGAGEMENT
Unterstützung lokaler und andere externen Institutionen und Initiativen und Förderung des Wissenstransfers zusammen mit den Stakeholdern für eine nachhaltige Entwicklung.

Stakeholder-Engagement

CALIDA ist fest davon überzeugt, dass die Kommunikation mit und der Einbezug von Stakeholdern einen Mehrwert schaffen kann – für die Gesellschaft, für lokale Institutionen und Vereine, für die Umwelt und für das Unternehmen selbst. Die Einbindung von Stakeholdern ermöglicht einen Wissenstransfer und bietet CALIDA die Chance, mehr über bestimmte Themen und die Ansichten und Anforderungen der Stakeholder zu erfahren. So kann CALIDA ein Verständnis dafür entwickeln, auf welche Einflüsse aktiv reagiert werden sollte, um mögliche negative Auswirkungen auf die Stakeholder abmildern oder gar ganz vermeiden zu können.

Als wichtigste Stakeholder-Gruppen von CALIDA gelten CALIDAs Kunden und Kundinnen, Mitarbeitende und Lieferanten. Zusätzlich wird auch den lokalen Gemeinschaften eine wichtige Rolle zu gewiesen. Aus diesem Grunde wird CALIDA nicht nur das bestehende Engagement gegenüber den Kunden und Kundinnen, Lieferanten und Mitarbeitenden fortsetzen und ausbauen, sondern sich auch zukünftig verstärkt für ein externes Engagement einsetzen. Beispiele zum Einbezug von Stakeholdern finden Sie unter den Abschnitten «Mitarbeitende» und «Externes Engagement».

KUNDEN UND KUNDINNEN

CALIDA liegen die Bedürfnisse ihrer Kunden und Kundinnen besonders am Herzen, weshalb CALIDA stets versucht diese zu erfüllen. Die Bedürfnisse der Kunden und Kundinnen ändern sich laufend, genauso wie der damit einhergehende Qualitätsanspruch. Deshalb setzt CALIDA auf die Bereitstellung innovativer Produkte, die sich durch die Alleinstellungsmerkmale von CALIDA auszeichnen: nachhaltig, innovativ, angenehm, aussergewöhnliche Langlebigkeit und perfekte Passform. Bei der Entwicklung eines neuen Produktes ist es sehr wichtig das Feedback der Kunden und Kundinnen aufzunehmen und mit in die Produktentwicklung einfliessen zu lassen. Vorschläge und konstruktive Kritik sind hilfreich, da sie Chancen für Verbesserungen bieten. Durch Kundenumfragen und Fokusgruppen stellt CALIDA einen konstanten Austausch und Dialog zwischen CALIDA und ihren Kunden und Kundinnen sicher.

MITARBEITENDE

Für CALIDA stellen die Mitarbeitenden den grössten Erfolgsfaktor da. Alle Mitarbeitenden geniessen eine hohe Wertschätzung und tragen dazu bei, dass CALIDA sich stetig weiterentwickeln kann. Aus diesem Grund dienen Mitarbeiter-Umfragen dazu, Feedback zu den Arbeitsbedingungen, den Bedürfnissen der Mitarbeitenden und zu möglichen, neuen Anforderungen und Veränderungswünschen einzuholen. Darüber hinaus finden jährlich Feedbackgespräche, Zielerreichungs- und Bonusgespräche als auch Mitarbeitergespräche statt.

LIEFERANTEN

CALIDA setzt auf langfristige Lieferanten-Partnerschaften und unterstützt diese beim Erwerb des benötigten Wissens, um hoch qualitative Produkte liefern zu können. Daher liegt es CALIDA am Herzen, dass möglichst viele Lieferanten nach STeP by OEKO-TEX® sowie Cradle to Cradle Certified® zertifiziert sind. CALIDA arbeitet mit einem kleinen, stabilen Netzwerk von Lieferanten zusammen. Daher sind CALIDA die Fertigungsprozesse ihrer Lieferanten über alle Bereiche gut bekannt. Es findet ein ständiger Austausch über neue Entwicklungen im Bereich der innovativen Produktionstechnologien, Verfahren usw. statt.

GEMEINDEN

Der Austausch mit externen Stakeholdern ist wichtig, um lokale, geografische und kulturelle Probleme besser verstehen und Konflikte möglichst vermeiden zu können. So kann CALIDA ihre Geschäftsstrategien an die Bedürfnisse der jeweiligen Gesellschaft anpassen. Durch externes Engagement und damit verbundenen Investitionen kann CALIDA positiv auf das Allgemeinwohl einwirken. Dies zum Beispiel durch die Bereitstellung von Produktspenden, der Teilnahme an Wohltätigkeitsveranstaltungen oder durch den Einbezug der lokalen Gemeinden durch beispielsweise die Beschäftigung lokaler Arbeitskräfte.

Weitere Informationen zum Stakeholder-Engagement finden Sie im Abschnitt «Unser Stakeholder-Engagement», CALIDA GROUP ESG-Bericht 2021, Seite 12/13: **calidagroup.com**

Nachhaltigkeits-effekte

GESUNDHEIT UND WOHLERGEHEN

GESCHLECHTER-GLEICHHEIT

SAUBERES WASSER UND SANITÄRE EINRICHTUNGEN

BEZAHLBARE UND SAUBERE ENERGIE

Seit der Gründung von CALIDA ist Nachhaltigkeit ein fester Bestandteil der Unternehmensphilosophie. So ist CALIDA stets bestrebt, ihre Nachhaltigkeitsbilanz zu verbessern. Ziel ist es, Initiativen zu ergreifen, die auf lange Sicht ein ökologisches, soziales und wirtschaftliches Gleichgewicht gewährleisten, um den ökologischen Fussabdruck von CALIDA so klein wie möglich zu halten. In Übereinstimmung mit den Nachhaltigkeitszielen (SDGs) der Vereinten Nationen, den Richtlinien der Global Reporting Initiative (GRI) und den von der CALIDA GROUP festgelegten Zielen, fokussiert sich CALIDA auch auf die Ziele 3, 5, 6, 7,8, 12, 13, 17 für nachhaltige Entwicklung:

MENSCHENWÜRDIGE ARBEIT UND WIRTSCHAFTSWACHSTUM

VERANTWORTUNGS-VOLLER KONSUM UND PRODUKTION

MASSNAHMEN ZUM KLIMASCHUTZ

Im Einklang mit den definierten Zielen, Indikatoren und Nachhaltigkeitssäulen hat sich CALIDA klare Ziele gesetzt. Zur Zeit werden Überwachungsinstrumente aufgesetzt, um in den kommenden Jahren kurz- und langfristige Erfolge messen und verfolgen zu können.
Bis dato liegt CALIDAs Schwerpunkt auf den Nachhaltigkeitssäulen «Produkte und Materialien» entlang der gesamten Wertschöpfungskette sowie «Umwelt».
Das Hauptaugenmerk liegt daher auf den verwendeten Materialien und der Verbesserung der gesamten Lieferkette. Insbesondere wird darauf geachtet, mögliche negative ökologische und soziale Auswirkungen auf die Umwelt und die Gesellschaft zu minimieren.
Die Einbindung von Lieferanten, Partnern, Mitarbeitenden sowie Kunden und Kundinnen spielt dabei für den Wissentransfer eine grosse Rolle.

Weitere Informationen finden Sie im Abschnitt «Unsere Nachhaltigkeitseffekte», CALIDA GROUP ESG-Bericht 2021, Seite 14 ff.: **calidagroup.com**

Nachhaltigkeitssäulen

I. UNTERNEHMENSFÜHRUNG

Ziele für nachhaltige Entwicklung:

MENSCHENWÜRDIGE ARBEIT UND WIRTSCHAFTSWACHSTUM

GESCHLECHTERGLEICHHEIT

UNTERNEHMENSSTRUKTUR VON CALIDA

Im Jahr 2021 wurde CALIDA durch ihre Managing Director Alexandra Helbling repräsentiert.

Das Brand Management Team besteht aus einer Managing Director, dem Sales Leadership Team (SLT's) und deren direkt unterstellten Mitarbeitenden.

Das Brand Management Team leitet, führt und überwacht die folgenden Bereiche:

1. Marke & Produkt
2. Operative & Information Technologien
3. Finanzenwesen
4. Vertrieb B2C (Endkundengeschäft) & OC (Omnichannel) Vertriebsgeschäfte
5. Vertrieb B2B (Grosshandelsgeschäft)
6. Personalwesen

Das Brand Management Team von CALIDA umfasst drei Kategorien:

1. Geschäftsleitung Operative Divisionen
2. Sales Leadership Team (SLTs)
3. Dem Sales Leadership Team direkt unterstellte Mitarbeitenden

CALIDA stellt innerhalb der CALIDA GROUP den grössten Anteil der Mitarbeitenden in Führungspositionen. Dem Führungsgremium gehören 41 Mitarbeitende an. Dies entspricht einem Anteil von 4,2% an allen Beschäftigten. Der Frauenanteil ist überdurchschnittlich hoch. Die Anzahl der meisten Mitarbeitenden ist in der Altersgruppe von 35-50 zu finden.

Weitere Informationen zur Unternehmensführung finden Sie im Governance Report 2021 der CALIDA GROUP: calidagroup.com.

Allgemeine Informationen zu allen wirtschaftlichen Informationen in Anlehnung an den GRI Indikator 200 finden Sie im Geschäftsbericht 2021 der CALIDA GROUP: calidagroup.com

ORGANISATIONSSTRUKTUR

ALEXANDRA HELBLING
MANAGING DIRECTOR

BRAND MANAGEMENT TEAM

JANINE WEIZ-BÜHLER
DIRECTOR
BRAND & PRODUCT

TIETJE VOSS
DIRECTOR
OPERATIONS & IT

DAVE MÜLLER
DIRECTOR
FINANCE

MARKUS WEISS
DIRECTOR SALES B2C & OC
SALES SERVICES

MARCEL KRUG
DIRECTOR
SALES B2B

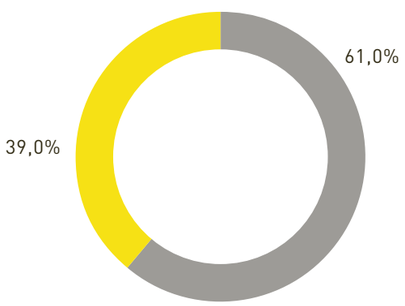
EDDA RETTINGER
DIRECTOR
HUMAN RESOURCES

Die Grafik zeigt die Organisationsstruktur von CALIDA per Jahresende 2021.

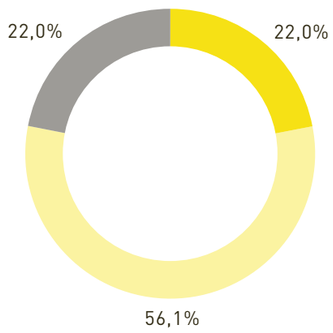
ZAHLEN UND FAKTEN UNTERNEHMENSFÜHRUNG

61%

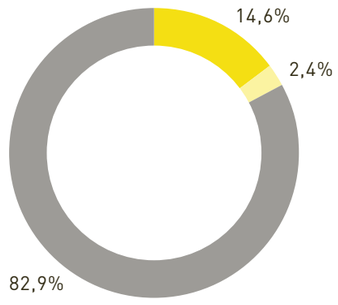
FRAUEN IN FÜHRUNGSPOSITIONEN



VERTEILUNG DER FÜHRUNGSPOSITIONEN NACH ALTER



VERTEILUNG DER FÜHRUNGSPOSITIONEN NACH KATEGORIEN



28%

ALLER MITARBEITENDEN DER CALIDA GROUP BEFINDEN SICH IN FÜHRUNGSPOSITIONEN

4%

REPRÄSENTATIONSANTEIL VON CALIDA MITARBEITENDEN IN FÜHRUNGSPOSITIONEN

II. PRODUKTE UND MATERIALIEN (WERTSCHÖPFUNGSKETTE)

Ziele für nachhaltige Entwicklung:

VERANTORTUNGS-VOLLER KONSUM UND PRODUKTION

MASSNAHMEN ZUM KLIMASCHUTZ

PARTNERSCHAFTEN ZUR ERREICHUNG DER ZIELE

Für CALIDA ist Nachhaltigkeit nicht nur ein Trend oder eine Modeerscheinung. Nachhaltigkeit ist fester Bestandteil des unternehmerischen Leitbilds und als zentrales Markenattribut in der Unternehmensstrategie verankert. So verfolgt CALIDA seit ihrer Gründung im Jahr 1941 das Ziel, das Bewusstsein für nachhaltige Produkte zu stärken. Zu den zentralen Werten von CALIDA zählen Qualität, Langlebigkeit und Widerstandsfähigkeit der Produkte, die Verwendung innovativer Materialien und Technologien, Wertbeständigkeit, Recycling sowie die Anwendung umweltfreundlicher und sozialverträglicher Herstellungsverfahren. Darüber hinaus legt CALIDA grossen Wert auf eine geschlossene und transparente Wertschöpfungskette - vom Design bis zur Auslieferung des Produkts am Point of Sale (POS).

Damit diese Werte auch umgesetzt und CALIDA ihrer Verantwortung gegenüber zukünftigen Generationen gerecht werden kann, setzt CALIDA auf:

- eine selbstgesteuerte Produktion innerhalb Europas zur Gewährleistung kurzer Lieferzeiten, fairer Löhne, guter Arbeitsbedingungen und geringer Emissionen
- eine enge Zusammenarbeit mit Lieferanten und Partnern zur Sicherstellung der Weitergabe von Fachwissen und einer daraus resultierenden hochwertigeren Wertschöpfungskette
- eine professionelle Zusammenarbeit mit Zertifizierungsstellen wie OEKO-TEX® zur Reduzierung oder Vermeidung negativer sozialer und ökologischer Auswirkungen auf die Gesellschaft
- die Steigerung des Anteils an hoch innovativen und nachhaltigen Materialien zur Senkung des Verbrauchs von Wasser und anderen natürlichen Ressourcen
- die Erhöhung des Anteils kreislauffähiger Produkte und Materialien zur Verlängerung des Produktlebenszyklus und zur Reduktion der Abfallmenge

MATERIALIEN

Die richtige Faser für jeden Moment. Und das so nachhaltig wie möglich. CALIDA achtet seit jeher darauf, dass die verwendeten Naturfasern unter optimalen Bedingungen angebaut und geerntet werden, beziehungsweise von Tieren stammen, die tierfreundlich gehalten und gut behandelt werden. CALIDA entwickelt laufend neue Verfahren und Produkte, die ihrer Zeit weit voraus sind und branchenweite Massstäbe setzen.

GESCHICHTE

MADE IN GREEN BY OEKO-TEX®-LABEL

2016

CALIDA ist die erste Wäschemarke, die mit dem Label MADE IN GREEN by OEKO-TEX® ausgezeichnet wird -eine Kombination aus den Zertifikaten STANDARD 100 by OEKO-TEX® und STeP by OEKO-TEX®. Das Label ist Garant für eine transparente und nachhaltige Lieferkette.

2019

Start eines Pilotprojekts zur Entwicklung einer umfassenden Lebenszyklusanalyse (LCA) in Zusammenarbeit mit OEKO-TEX® (Abschlussdatum: 2021)

2021

Anteil für Fertigware von 36% im Jahr 2020 auf 42% im Jahr 2021 erhöht.

2024

Ziel: Erhöhung des MADE IN GREEN by OEKO-TEX®-Anteils für Fertigwaren auf 60%.

CRADLE TO CRADLE CERTIFIED® PRODUKTE UND KOOPERATIONEN

2018

Einführung des ersten 100% NATURE Cradle to Cradle Certified®-T-Shirts.

2020

Präsentation der ersten Viktor&Rolf x CALIDA -Kollektion.

2021

Präsentation der Viktor&Rolf x CALIDA-Kollektion, inklusive einer vollständig biologisch abbaubaren und kompostierbarer Spitze.

Erhöhung des Cradle to Cradle Certified®-Anteils für Fertigwaren auf 6%.

2024

Ziel: Erhöhung des Anteils der Cradle to Cradle Certified®- Kollektion auf 20%.

NACHHALTIGE MATERIALIEN

2018

100% GOTS-zertifizierte Baumwollproduktion für die gesamte Kinderkollektion.

2019 – 2021

Konstanter Anteil von anderen nachhaltigen Materialien wie TENCEL™, Lyocell usw.

2020 – 2021

Erhöhung des Anteils an FSC-zertifizierten Verpackungen von 39% im Jahr 2020 auf 58% im Jahr 2021.

Verringerung des Anteils an Polypropylenverpackungen von 61% im Jahr 2020 auf 52% im Jahr 2021.

Ziel: Weitere Steigerung des Anteils an FSC-zertifizierten Verpackungen in den nächsten zwei Jahren.

2021

Präsentation der neuen Basics-Linie EcoSense für Damen aus regeneriertem Polyamid (ECONYL®).

ZUSAMMENARBEIT MIT FTC CASHMERE

2021

Einführung der ersten CALIDA x FTC Cashmere-Kollektion aus nachhaltigen Materialien (eine Mischung aus SeaCell™-Fasern und handgekämmter Kaschmirwolle). Ein Statement für qualitativ hochwertige und verantwortungsbewusst hergestellte Kleidung zum 80-jährigen Bestehen. Jeder Artikel trägt das Gütezeichen Marked & Traced by Haelixa, welches eine transparente und nachhaltige Lieferkette garantiert.

ZAHLEN UND FAKTEN
ROHSTOFFE UND FERTIGPRODUKTE

ZERTIFIZIERTE ROHSTOFFE

100%
STANDARD 100 BY OEKO-TEX®

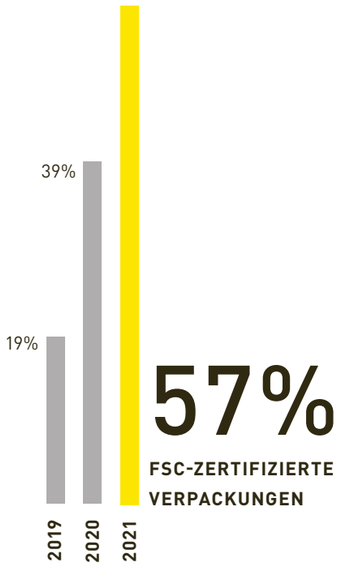
3%
GOTS (BIO-BAUMWOLLE)

4%
RWS (STANDARD ZUR VERANTWORTUNGSVOLLEN NUTZUNG VON WOLLE)

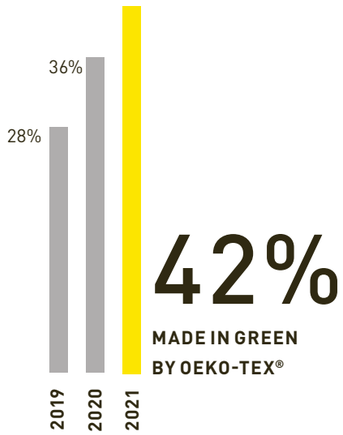
8%
NACHHALTIGE MATERIALIEN (TENCEL™, LYOCELL, MODAL)

1,5%
GRS (REGENERIERTES POLYESTER)

ZERTIFIZIERTE FERTIGPRODUKTE

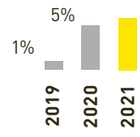


57%
FSC-ZERTIFIZIERTE VERPACKUNGEN



42%
MADE IN GREEN BY OEKO-TEX®

100%
STANDARD 100 BY OEKO-TEX®



6%
CRADLE TO CRADLE CERTIFIED®

ZERTIFIZIERUNGEN

STANDARD 100 by OEKO-TEX® garantiert, dass die verwendeten Materialien auf schädliche Inhaltsstoffe geprüft wurden. Über eine eindeutige Produkt-ID können Endverbraucherinnen und Endverbraucher die Lieferkette im Detail über einen QR-Code nachverfolgen.

STeP by OEKO-TEX® steht für nachhaltige Textil- und Lederproduktion und repräsentiert ein modulares Zertifizierungssystem für Produktionsstätten. Hauptziel dieser Zertifizierung sind die Einführung umweltfreundlicher Produktionsverfahren zur Verbesserung von Gesundheit und Sicherheit sowie die Förderung hoher sozialer Standards an den Produktionsstätten.

MADE IN GREEN by OEKO-TEX® ist ein Produktlabel, das nach strengen sozialen und ökologischen Kriterien vergeben wird. Es ist eines der wenigen Labels, das die wichtigsten beiden Kriterien für Textilien berücksichtigt: die verwendeten Materialien und den Produktionsprozess selbst.
Es kombiniert die Zertifizierungsanforderungen von STANDARD 100 by OEKO-TEX® und STeP by OEKO-TEX®.

Cradle to Cradle Certified® ist der weltweite Standard für Produkte, die sich durch Sicherheit, Kreislauffähigkeit und verantwortungsbewusste Herstellung auszeichnen.
Die Zertifizierung bewertet Sicherheit, Kreislauffähigkeit und Verantwortung von Materialien und Produkten nach fünf Kategorien:

- Materialgesundheit
- Kreislauffähigkeit des Produkts
- Saubere Luft und Klimaschutz
- Verantwortung für Wasser und Boden
- Soziale Fairness

Cradle to Cradle Certified® ist eine eingetragene Marke des Cradle to Cradle Products Innovation Institute.

MATERIALIEN

BAUMWOLLE
Je länger, feiner und gleichmässiger Baumwollfasern sind, desto hochwertiger ist der daraus hergestellte Stoff. CALIDA verwendet ausschliesslich Qualitäten mit Faserlängen von 25 bis 50 mm, die besonders glatt, geschmeidig, pflegeleicht und langlebig sind. Dabei achtet CALIDA konsequent auf eine nachhaltige Herkunft sowie auf die Einhaltung höchster Schweizer Qualitäts- und Umweltstandards.

WOLLE
Wenn es um Wolle geht, geht es auch zuerst einmal um die Schafe. Deshalb wird die von CALIDA verarbeitete Wolle zu 100% tierfreundlich und garantiert Mulesing-frei gewonnen. Den grössten Teil der CALIDA Wolle kommt von artgerecht gehaltenen Merinoschafen aus Südafrika, deren Fell besonders weich und hochwertig ist.

SEACELL™
SeaCell™ Fasern sind nicht nur hautfreundlich und vitalisierend. Sie werden ausserdem besonders umweltfreundlich aus norwegischen Braunalgen gewonnen. CALIDA kombiniert diese durchweg positiven Eigenschaften mit denen von TENCEL™, das aus zertifizierter Forstwirtschaft nachhaltig gewonnen wird.

ECONYL®
ECONYL® ist ein besonders glatter, weicher und hautschmeichelnder Stoff aus 100% recyceltem Nylon, das aus alten Fischernetzen, Teppichen und Stoffresten gewonnen wird. Oder aus sich selbst: Denn ECONYL® kann ganz im Sinne eines geschlossenen Kreislaufs unzählige Male recycelt werden. ECONYL® ist qualitativ so gut wie herkömmlich produziertes Nylon, aber unendlich viel besser für die Umwelt.

TENCEL™
TENCEL™ Fasern werden aus nachhaltig gewachsenem Holz gewonnen, das ohne Kunstdünger oder künstliche Bewässerung auf zertifizierten Farmen angebaut wird. Die Herstellung erfolgt in einem geschlossenen Kreislauf mit geringsten ökologischen Auswirkungen.

EINKAUFS- UND BESCHAFFUNGS-STRATEGIE

Der Aufbau einer nachhaltigen Wertschöpfungskette ist zentraler Bestandteil der Nachhaltigkeitsstrategie von CALIDA. Dementsprechend werden die meisten Materialien lokal bezogen. In den vergangenen drei Jahren konnte CALIDA den Anteil der Rohwaren, welche innerhalb von Europa beschafft wurden, trotz der schwierigen Umständen in der Pandemie, stabil halten.

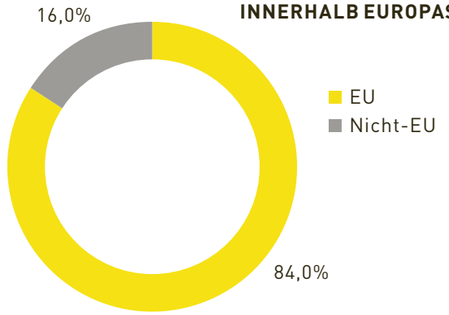
CALIDA war in den vergangenen Jahren in der Lage, den Anteil Fertigprodukte, welche innerhalb Europas produziert wurden zu erhöhen. Die Produktion in Asien wurde Mitte 2021 eingestellt. Infolgedessen wurden mehr Fertigprodukte in der eigenen Produktionsstätte in Rajka (HU) produziert. Seit Mitte 2021 werden alle Fertigprodukte in dem Produktionsstandort in Rajka (HU) und in den Produktionsstätten der Subunternehmen produziert.

Somit wird CALIDA das Ziel einer 100% unabhängigen Produktion in 2022 erreichen. CALIDA wird zukünftig noch besser in der Lage sein, schneller auf die sich ständig ändernden wirtschaftlichen, ökologischen und sozialen Bedingungen zu reagieren und die Beschaffungszeiten zu optimieren.

2021 wurde erstmals der Anteil an erneuerbaren Materialien, welche für die Verpackung von Fertigprodukten genutzt wurden, gemessen. 2021 betrug der Anteil 92,7%. Tendenz: steigend.

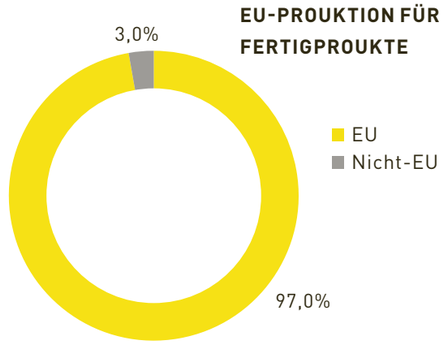
84%

DER ROHSTOFFE WERDEN INNERHALB EUROPAS BEZOGEN



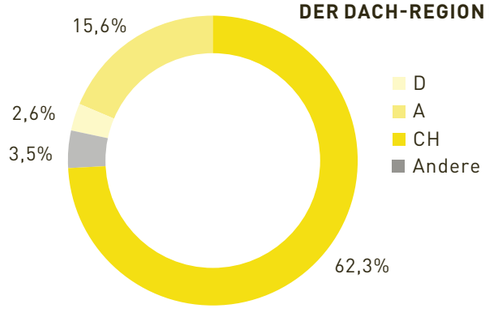
97%

EU-PROUKTION FÜR FERTIGPROUKTE



81%

ALLER ROHSTOFFE WERDEN AUS DER DACH-REGION BEZOGEN



* Die Daten wurden basierend auf dem Lieferdatum an CALIDA innerhalb des Berichtjahres erstellt.

ZAHLEN UND FAKTEN PRODUKTION

1

FIRMENEIGENE PRODUKTIONSSTÄTTE

28

SUBUNTERNEHMEN

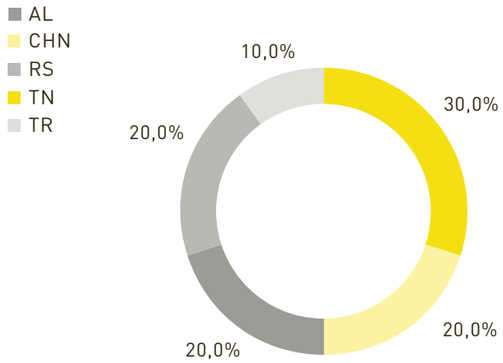
8

ZUKAUF PRODUZENTEN

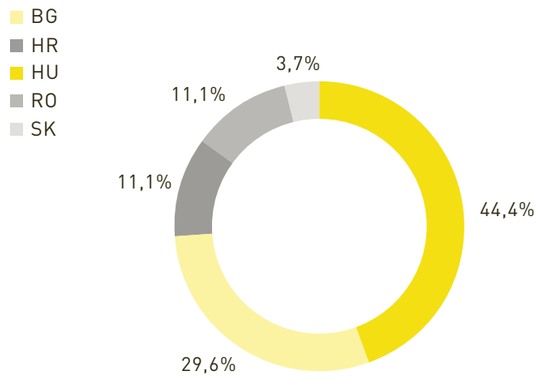
73%

PRODUKTIONSSTÄTTENANTEIL INNERHALB DER EU

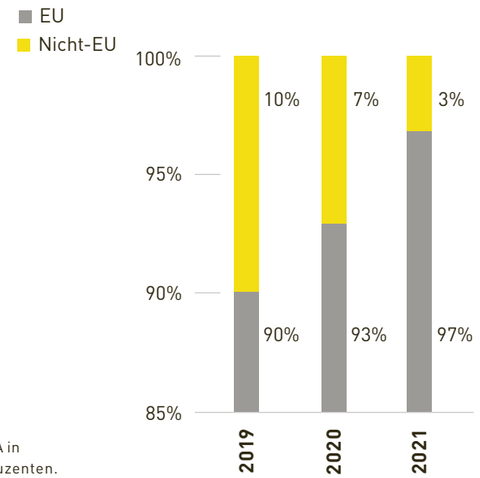
VERTEILUNG DER PRODUKTIONSSTÄTTEN AUSSERHALB DER EU



VERTEILUNG DER PRODUKTIONSSTÄTTEN INNERHALB DER EU



VERTEILUNG DER PRODUKTIONSSTÄTTEN FÜR FERTIGPROUKTE ALLGEMEIN



* Die Zahlen beinhalten die firmeneigene Produktion von CALIDA in Rajka (HU), die ihrer Subunternehmer und die der Zukauf Produzenten.

MATERIALIEN, WELCHE ZUR VERPACKUNG VON FERTIGPRODUKTEN VERWENDET WURDEN

1,8

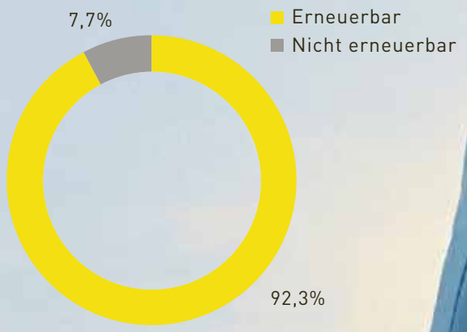
TONNEN ERNEUERBARER MATERIALIEN

0,2

TONNEN NICHT ERNEUERBARER MATERIALIEN

92%

ANTEIL AN ERNEUERBAREN MATERIALIEN



ÖKOLOGISCHE UND SOZIALE STANDARDS / QUALITÄTS-SICHERUNG

CALIDA legt einen grossen Fokus auf die Einhaltung der durch CALIDA und die CALIDA GROUP definierten Standards als auch eine optimale Qualitätssicherung entlang der gesamten Lieferkette. Um dies garantieren zu können, besucht CALIDA regelmässig ihre Lieferanten und Subunternehmer und führt mit ihnen Schulungen durch.

CALIDA fokussiert sich auf die konsequente Zusammenarbeit mit Rohwarenlieferanten und Produktionsstätten, welche STeP by OEKO-TEX® zertifiziert sind. Für bestehende Kooperationen mit Lieferanten und Produktionsstätten, welche nicht zertifiziert sind, erarbeitet CALIDA entweder mittelfristige Pläne zur zeitnahen Umsetzung einer Zertifizierung oder bemüht sich, neue, bereits zertifizierte Partner zu finden. Alle Partner werden nach ökologischen und sozialen Kriterien überprüft oder auditiert.

Ein hoher Anteil der Mitarbeitenden von CALIDA beschäftigt sich ausschliesslich mit der Qualitätssicherung: alleine 50 Mitarbeitende, 5% der Gesamtbelegschaft werden hierfür eingesetzt. Zu ihren Aufgaben gehört die konsequente Kontrolle und Freigabe von Materialien und Fertigprodukten.

7

NEUE SUBUNTERNEHMER/PRODUZENTEN

100%

AUDITIERUNG FÜR ALLER FERTIGPROUKT PRODUKTIONSSTÄTTEN

16

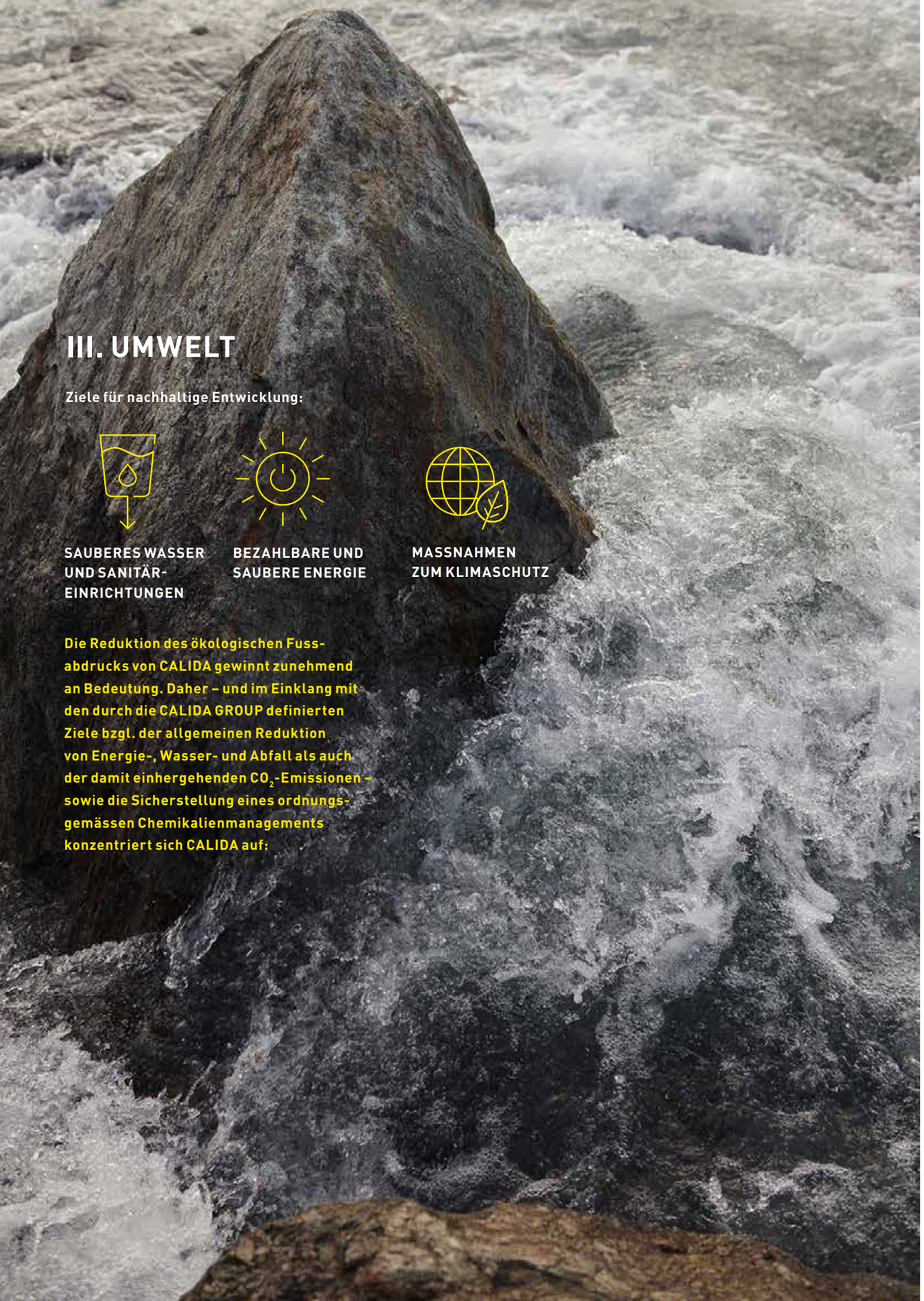
ZERTIFIZIERTE STEP BY OEKO-TEX® PRODUKTIONSSTÄTTEN

2

NEUE STEP BY OEKO-TEX®-ZERTIFIZIERUNGEN (HR, SK)

7

CRADLE TO CRADLE CERTIFIED® PRODUKTIONSSTÄTTEN



III. UMWELT

Ziele für nachhaltige Entwicklung:

SAUBERES WASSER UND SANITÄR-EINRICHTUNGEN

BEZAHLBARE UND SAUBERE ENERGIE

MASSNAHMEN ZUM KLIMASCHUTZ

Die Reduktion des ökologischen Fussabdrucks von CALIDA gewinnt zunehmend an Bedeutung. Daher – und im Einklang mit den durch die CALIDA GROUP definierten Ziele bzgl. der allgemeinen Reduktion von Energie-, Wasser- und Abfall als auch der damit einhergehenden CO_2-Emissionen – sowie die Sicherstellung eines ordnungsgemässen Chemikalienmanagements konzentriert sich CALIDA auf:

- die Reduzierung von Luft- und Seefracht
- Kooperationen mit Speditionsunternehmen, die die neuesten Emissionsvorschriften einhalten
- eine enge Zusammenarbeit mit Rohstofflieferanten
- die Wiederverwertung von Verpackungsmaterial wenn immer möglich, insbesondere aber für B2C-Sendungen
- den Einsatz energieeffizienter Aktuatoren, einschliesslich frequenzgetriebener Steuerungs- und automatischer «Ruhemodus»-Programme
- die Verbesserung der Energieeffizienz und Reduktion des allgemeinen Energieverbrauches durch die vermehrte Nutzung erneuerbarer Ressourcen (Abbau der Nutzung nicht erneuerbarer Ressourcen)

Darüber hinaus plant CALIDA bis 2022 die Erarbeitung einer CO_2 Strategie zur Reduktion der Treibhausgasemissionen. Dies im Einklang mit der allgemeinen CALIDA GROUP Gruppenstrategie.

Bei der Auswahl von Rohwarenlieferanten achtet CALIDA nicht nur darauf vermehrt bzw. ausschliesslich Lieferanten auszuwählen, welche nach STeP by OEKO-TEX® sowie Cradle to Cradle Certified® zertifiziert sind, sondern prüft auch, ob zusätzliche Zertifizierungen vorgewiesen werden können, wie zum Beispiel ein Zertifikat zur klimaneutralen Produktion. Des Weiteren wird geprüft, ob die potenziellen Partner ebenfalls einer strikten ESG Strategie folgen.

PRAXISBEISPIELE

ROHSTOFFLIEFERANT – E. SCHELLENBERG TEXTILDRUCK AG

Erreicht nahezu 100% der Vorgaben der im Jahre 2011 von Greenpeace initiierten DETOX TO ZERO-Kampagne. Ziel der Kampagne ist der Ausschluss gefährlicher Chemikalien aus der Textilproduktion.
Weitere Informationen finden Sie unter:
estextildruck.ch

FASERLIEFERANT – LENZING AG

Eines der wichtigsten Ziele der Lenzing AG ist es, bis spätestens 2050 klimaneutral zu sein.
Die Lenzing AG setzt alles daran, bis 2050 einer der ersten klimaneutralen Faserlieferanten zu werden. Um dieses Ziel zu erreichen, müssen die erzeugten CO_2-Emissionen bis 2030 um mehr als 50% reduziert werden. Weitere Informationen zu diesem Thema finden Sie auf:
lenzing.com

EMISSIONEN

Bis dato hat CALIDA noch keine CO_2 Strategie zur Reduktion der Treibhausgasemissionen etabliert. Daher liegt der derzeitige Fokus auf den genutzten Transportarten für ein- und ausgehende Waren. 2022 wird CALIDA erstmalig ihre CO_2 Werte evaluieren und im Nachgang daraus eine Strategie zur Reduktion der Treibhausgasemissionen aufsetzen, um einen Beitrag zur Erreichung der Ziele des Pariser Abkommens von 2016 leisten zu können. Ziel des Abkommen ist es, die globale Erwärmung auf 1,5/2 Grad Celsius zu begrenzen.

Um die derzeitig schon bekannten Emissionen zu reduzieren, wurde am Hauptsitz von CALIDA in Sursee (CH) die Beheizung durch Öl eingestellt. Sowohl am Hauptsitz in Sursee (CH) als auch in der firmeneigenen Produktionsstätte in Rajka (HU) wird ausschliesslich mit Gas geheizt. Ebenfalls stellt CALIDA, in Zusammenarbeit mit nextbike, ihren Mitarbeitenden öffentliche Fahrräder zu Vorzugspreisen zur Verfügung. Anlässlich der Wiedereröffnung des neuen Outlets wurden zudem Ladestationen für Elektrofahrzeuge installiert, um Mitarbeitende sowie Besucher und Besucherinnen zu ermutigen, ihre persönlichen CO_2-Emissionen zu reduzieren.

Fertigprodukte wurden zu 100% via LKW angeliefert. Für ausgehende Fertigprodukte ist CALIDA stets bemüht den Versand per See- und/oder Luftfracht zu vermeiden. Transporte per See- und Luftfracht werden ausschliesslich für Kunden und Kundinnen oder Partner mit Sitz in Übersee arrangiert. Sollten dennoch einmal Transporten per See- und/oder Luftfracht benötigt und nicht vermieden werden können, achtet CALIDA genaustens auf die Auswahl der Speditionsunternehmen. Es werden ausschliesslich Speditionsunternehmen ausgewählt, welche die aktuellen Emissionsvorschriften gewährleisten. 2021 war der Versand von Fertigprodukten per See- und Luftfracht jedoch so gering, dass er als vernachlässigbar angesehen werden kann.

Endkundenbestellungen von Kunden und Kundinnen innerhalb Europas wurden über das E-Commerce-Kompetenzzentrum ROS in Stephanskirchen (D) abgewickelt. Endkundenbestellungen von Kunden und Kundinnen innerhalb der Schweiz wurden über das Vertriebszentrum am Hauptsitz Sursee (CH) abgewickelt. Auf diese Weise konnten Kosten, Vorlaufzeiten und Emissionen so gering wie möglich gehalten werden.

23%

REDUKTION DER EMISSIONEN (120 TONNEN) DURCH UMSTELLUNG VON ÖL AUF GAS

100%

TRANSPORT PER LKW

67%

ANTEIL ENDKUNDENGESCHÄFTE

ENERGIE

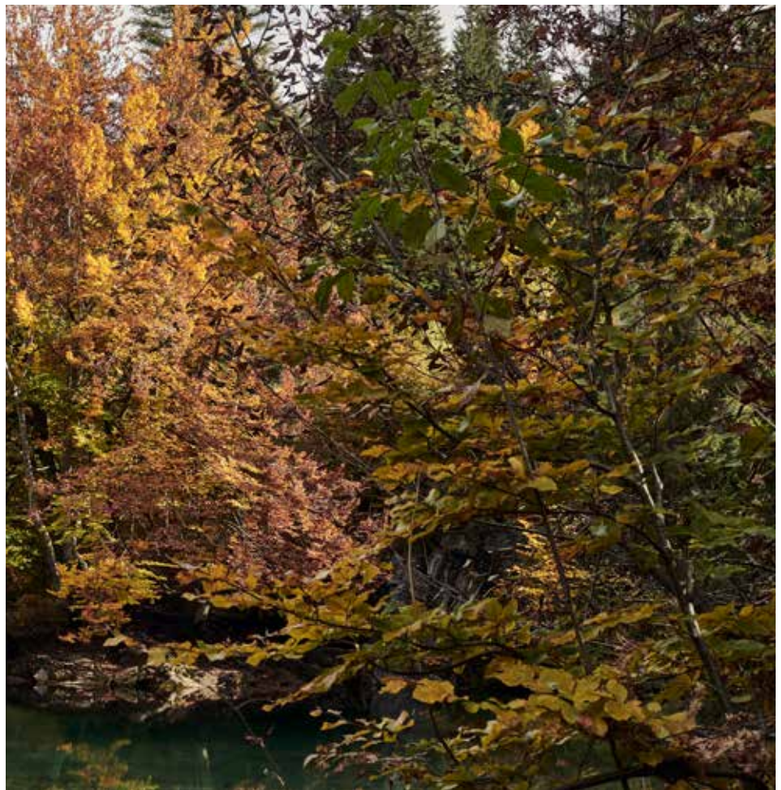
Die Einsparung von Energieressourcen ist ein weiteres Ziel von CALIDA. Im Jahr 2021 wurde der Strom am Hauptsitz Sursee (CH) zu 100% aus Wasserkraft gedeckt. Zudem hat CALIDA damit begonnen alle Glühbirnen durch LED-Leuchten zu ersetzen und wird dies auch in Zukunft tun. Des Weiteren wurden und werden fortan Ruhemodus-Programme und Überwachungssensoren installiert, um den Energieverbrauch zu senken.

In den kommenden Jahren werden weitere Sanierungsmassnahmen an der Fassade durchgeführt und die Fenster im Innenhof ersetzt, um die energetischen Vorteile zu maximieren. Des Weiteren werden weitere Ladestationen für Elektrofahrzeuge eingerichtet und Firmenfahrzeuge, die noch nicht durch erneuerbare Energie betrieben werden, durch Elektrofahrzeuge ersetzt. CALIDA ist stets auf dem Laufenden bezüglich der staatlichen Vorschriften zur Minimierung des Energieverbrauchs. So mussten beispielsweise bei der Errichtung des neuen Outlets folgenden regulatorischen Anforderungen berücksichtigt werden:

- Verzicht auf fossile Brennstoffe
- Verpflichtung zur Nutzung eigener Energiequellen
- Einhaltung der gesetzlichen Vorschriften zur Wärmedämmung

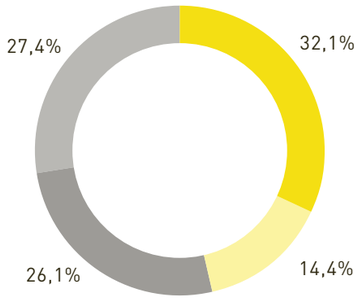
Infolgedessen wurden eine Luft-Wärmepumpe und Solarpaneele installiert. Es wurde seitens CALIDA ein höherer Wärmedämmungsstandard festgelegt als benötigt. Dieser liegt aktuell 40% über dem gesetzlich vorgeschriebenen Wert. Darüber hinaus wurden für die Herstellung der hochmodernen Holzkonstruktion nur natürliche Dämmstoffe (Glaswolle) verwendet.

Im Jahr 2021 lag der indirekte Energieverbrauch noch bei 100%. Der indirekte Energieverbrauch soll jedoch bis spätestens 2025 um 25% gesenkt werden. Der Anteil an Energie, welcher direkt aus erneuerbaren Ressourcen erzeugt wird, soll steigen. Von 2019 bis 2021 blieben die Energiekosten für Büros, eigene Produktionsstätten und Vertriebszentren nahezu unverändert. Der Gesamtenergieverbrauch betrug 32.778 kWh pro Mio. CHF inklusive eigen geführter Geschäfte, die erstmals in die Auswertung mit einbezogen wurden.
Der Energieverbrauch ohne Berücksichtigung der eigen geführten Geschäfte stieg insgesamt um 17% pro Mio. CHF, was vor allem auf die Zunahme des E-Commerce-Geschäfts zurückzuführen ist.



VETEILUNG DES ENERGIEVERBRAUCHS

- Hauptsitz
- Eigen geführte Geschäfte
- Firmeneigene Produktionsstätten
- Firmeneigene Vertriebszentren



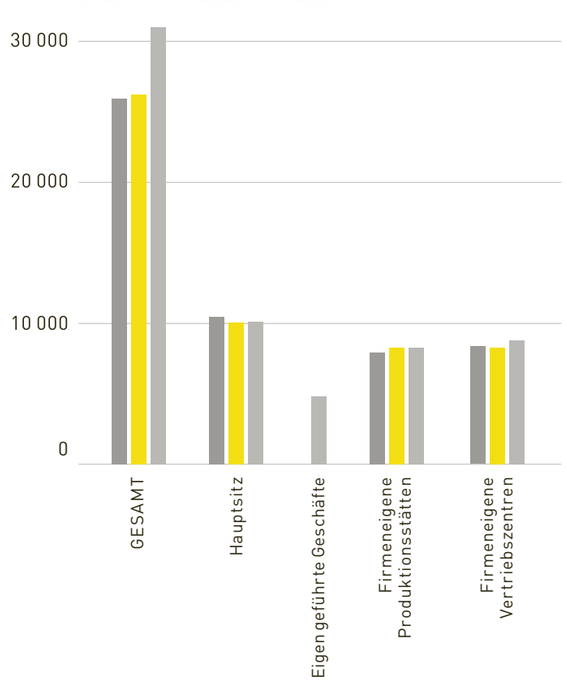
10.515 kWh/ Mio. CHF
HAUPTSITZ

8.571 kWh/Mio. CHF
FIRMENEIGENE PRODUKTIONSSTÄTTEN

8.972 kWh/Mio. CHF
FIRMENEIGENE VERTRIEBSZENTREN

4.720 kWh/Mio. CHF
EIGEN GEFÜHRTE GESCHÄFTE

ENTWICKLUNG DES ENERGIEVERBRAUCHS PRO MIO. CHF



WASSER

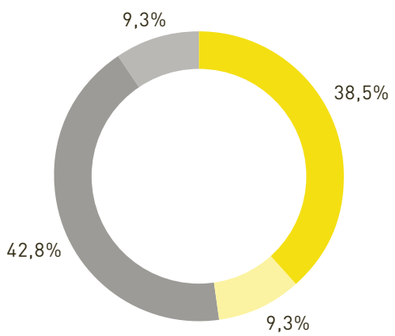
CALIDA wählt ihre Lieferanten sorgfältig aus, damit der Wasserverbrauch umweltschonender wird, weniger Chemikalien eingesetzt werden und kein Schmutzwasser in die Umwelt gelangt. Darüber hinaus kontrolliert CALIDA auch, inwieweit sich der Wasserverbrauch der jeweiligen Rohwarenlieferanten auf die Umwelt auswirkt. Die E. Schellenberg Textildruck AG, die mehr als 60% der Rohstoffe für die Herstellung von Fertigprodukten liefert, hat ein spezielles Färbeverfahren entwickelt, das dazu beiträgt, den Wasserverbrauch pro Kg gefärbten Stoff im Vergleich zum weltweiten Branchendurchschnitt um 50% zu reduzieren.

Ferner wurden Sanierungsarbeiten an den Rohrleitungen auf dem Vorplatz des Hauptsitzes in Sursee (CH) in Angriff genommen. Diese Arbeiten werden voraussichtlich in 2022 abgeschlossen.

2021 betrug der Verbrauch 35,6 Kubikmeter pro Mio. CHF. Der Wasserverbrauch blieb damit weitgehend unverändert.

VERTEILUNG DES WASSERVERBRAUCHS

- Hauptsitz
- Eigen geführte Geschäfte
- Firmeneigene Produktionsstätten
- Firmeneigene Vertriebszentren

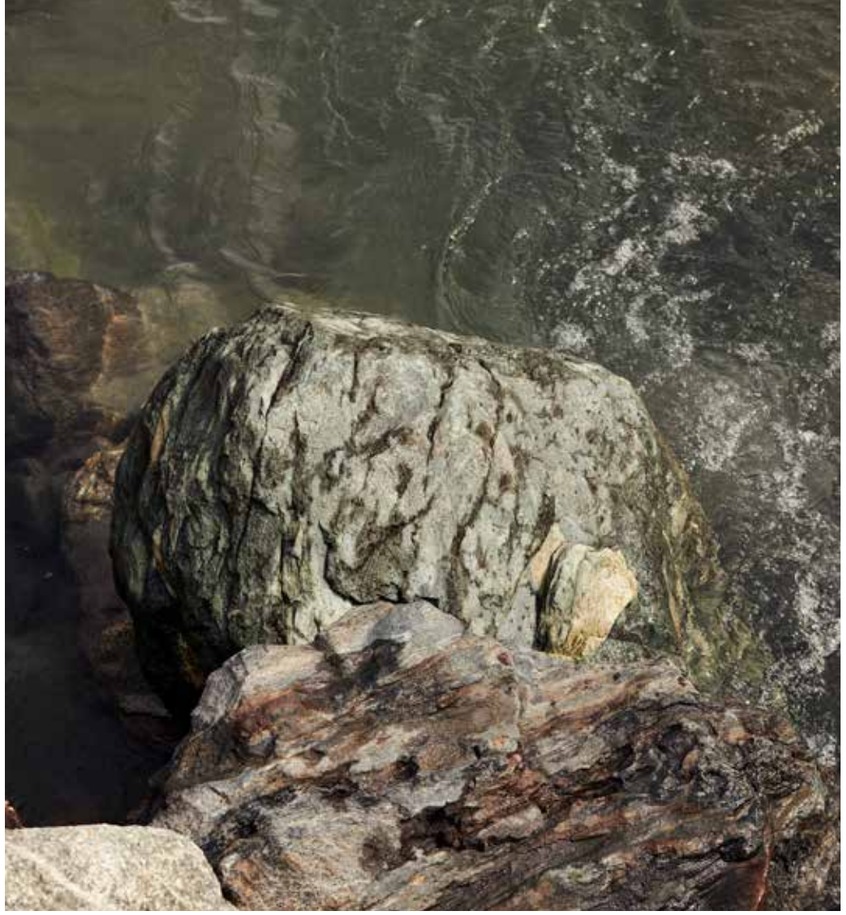


15,1 m³/Mio. CHF
FIRMENEIGENE PRODUKTIONSSTÄTTEN

13,6 m³/Mio. CHF
HAUPTSITZ

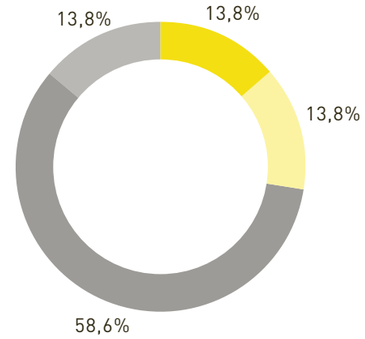
3,7 m³/Mio. CHF
FIRMENEIGENE VERTRIEBSZENTREN

3,3 m³/Mio. CHF
EIGEN GEFÜHRTE GESCHÄFTE



VERTEILUNG ABFALL

- Hauptsitz
- Eigen geführte Geschäfte
- Firmeneigene Produktionsstätten
- Firmeneigene Vertriebszentren



ABFALL

CALIDA unternimmt alles, um das Abfallaufkommen auf ein Minimum zu reduzieren. 2019 führte CALIDA am Hauptsitz Sursee (CH) ein neues Verfahren zur Abfalltrennung ein. Seitdem trennen die Mitarbeitenden ihren Abfall nach den verschiedenen Abfallarten: Papier, Kunststoff oder PET. Darüber hinaus wurden automatisierte Zuweisungsverfahren für die Bearbeitung der erteilten Aufträge eingerichtet, um die Anzahl der verschickten Sendungen zu verringern. Soweit möglich werden einzelnen Bestellungen gesammelt und gemeinsam verpackt und verschickt, mit dem Ziel weniger Verpackungsmaterial zu nutzen und damit weniger Abfall zu produzieren. In 2021 wurden 2,8 Tonnen Abfall pro Mio. CHF generiert. Der Anteil an recyceltem Abfall stieg von 68% im Jahr 2020 auf 72% im Jahr 2021. Die allgemeine Digitalisierung trug einen Grossteil zu diesem positiven Ergebnis bei.

1,7 Tonnen/ Mio. CHF
FIRMENEIGENE PRODUKTIONSSTÄTTEN

0,4 Tonnen/ Mio. CHF
HAUPTSITZ, FIRMENEIGENE VERTRIEBSZENTREN, EIGEN GEFÜHRTE GESCHÄFTE

4% kWh/ Mio. CHF
ERHÖHUNG DES ANTEILS AN RECYCELTEM ABFALL

IV. MITARBEITENDE

Ziele für nachhaltige Entwicklung:

GESUNDHEIT UND WOHLERGEHEN

GESCHLECHTER-GLEICHHEIT

MENSCHENWÜRDIGE ARBEIT UND WIRTSCHAFTSWACHSTUM

CALIDA beschäftigt rund 1.000 Mitarbeitende (einschliesslich der Mitarbeitenden am Produktionsstandort in Rajka (HU)) aus 28 verschiedenen Nationalitäten. Der Grossteil der beschäftigten Personen sind Frauen. Fast die Hälfte aller Mitarbeitenden ist zwischen 35 und 50 Jahre alt. Rund 522 Personen sind in Vollzeit beschäftigt. Diese Zahl wird auf der Grundlage des Vollzeitbeschäftigungsäquivalents berechnet, welche nur Vollzeitstellen berücksichtigt.

Die durchschnittliche Betriebszugehörigkeit eines Mitarbeitenden variiert je nach Land. Mit einer durchschnittlichen Betriebszugehörigkeit pro Vollzeitbeschäftigten von über neun Jahren, ist die durchschnittliche Betriebszugehörigkeit jedoch recht hoch. Dadurch erklärt sich auch der hohe Anteil der beschäftigten Personen im Alter von 50 Jahren und älter. In den kommenden Jahren wird CALIDA das Augenmerk verstärkt auf die Verjüngung der Personalstruktur legen, einhergehend mit der Re-branding- und Verjüngungsstrategie der Zielgruppe.

Im Jahr 2021 wurden rund 240 neue Mitarbeitende eingestellt. Etwa 85% davon waren Frauen. Die meisten neuen Mitarbeitenden sind zwischen 35 und 50 Jahre alt. 37% der Mitarbeitenden sind jünger als 35 Jahre, was die Verjüngungsstrategie von CALIDA bestätigt.

2021 nahmen 27 Personen eine Elternzeit in Anspruch – 93% davon waren Frauen. Dies entspricht etwa 3% der Gesamtbelegschaft.

In der Schweiz gewährt CALIDA ihren Vollzeitmitarbeiterinnen einen längeren Mutterschaftsurlaub als gesetzlich vorgeschrieben ist. Beispielsweise werden 16 Wochen statt der üblichen 14 Wochen, welche im Bundesgesetz über den Erwerbsersatz für Dienstleistende und bei Mutterschaft (EOB) vorgeschriebenen werden, gewährt. Ausgenommen sind lediglich Mitarbeiterinnen, die vor Inanspruchnahme des Mutterschaftsurlaubs nicht arbeiten konnten. Darüber hinaus sind auch die Lohnfortzahlungen höher als üblich. Für die ersten 30 Tage erhält die Mitarbeiterin 100% ihres Lohns. Ab dem 31. Tag werden noch 90% des Lohns ausgezahlt. Für Teilzeitbeschäftigte oder Zeitarbeitskräfte gelten die allgemein gesetzlichen Bestimmungen.

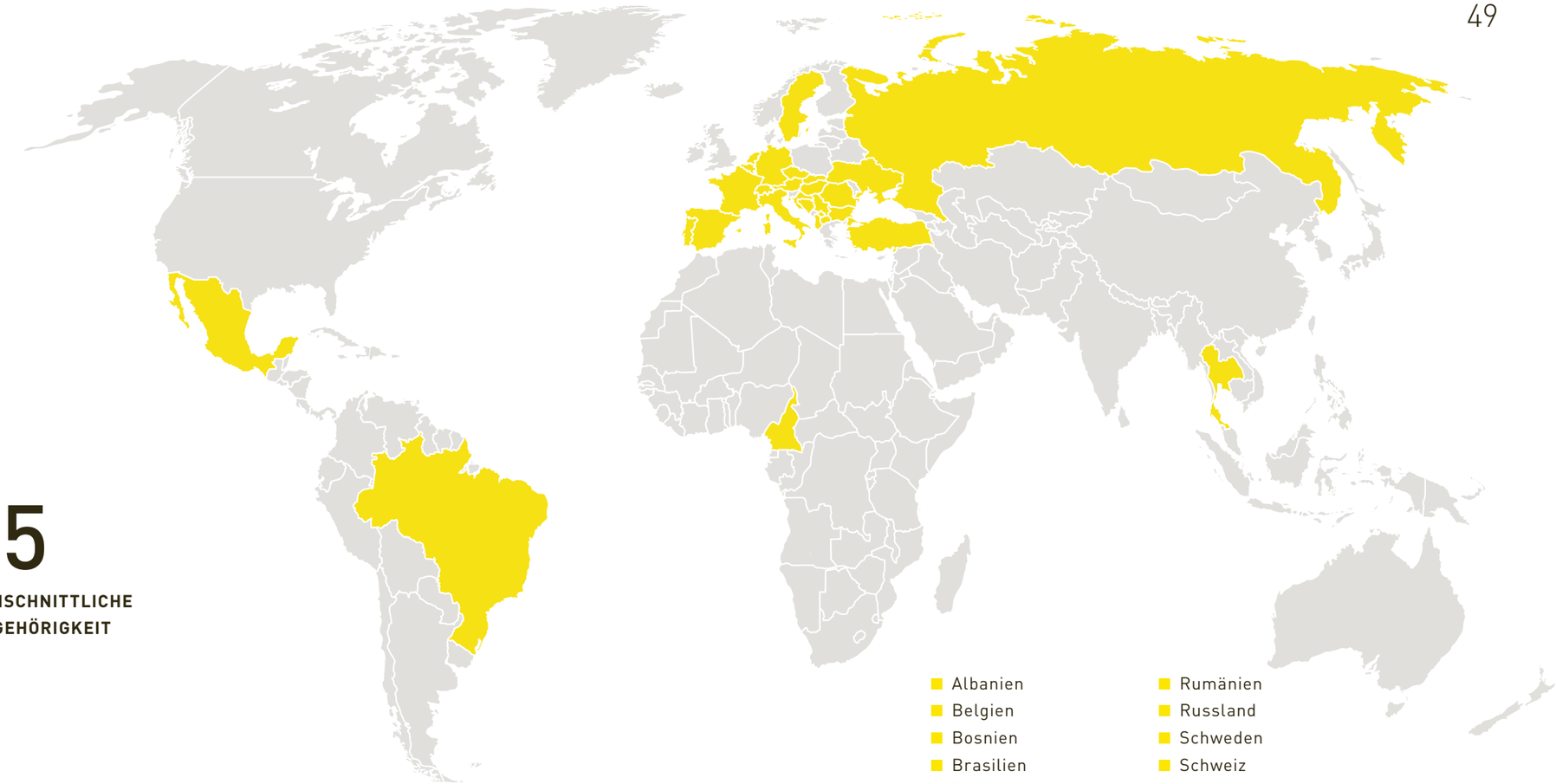
ZAHLEN UND FAKTEN MITARBEITENDE

MITARBEITENDE WELTWEIT

~1.000

9,35

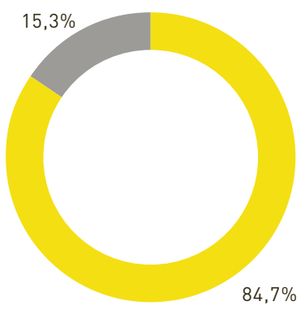
JAHRE DURCHSCHNITTLICHE BETRIEBSZUGEHÖRIGKEIT



- Albanien
- Belgien
- Bosnien
- Brasilien
- Bulgarien
- Deutschland
- Frankreich
- Italien
- Kamerun
- Kosovo
- Kroatien
- Mexiko
- Niederlande
- Nordmazedonien
- Österreich
- Portugal
- Rumänien
- Russland
- Schweden
- Schweiz
- Serbien
- Slowakei
- Spanien
- Thailand
- Slowakei
- Spanien
- Thailand
- Tschechien
- Türkei
- Ukraine
- Ungarn

85%

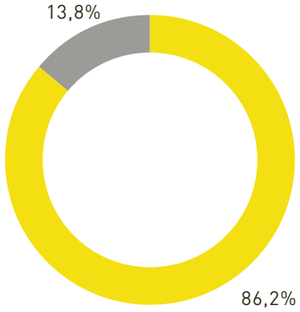
FRAUENANTEIL FÜR NEUZUGÄNGEN



- Weiblich
- Männlich

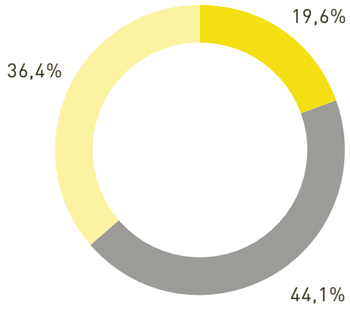
86%

FRAUENANTEIL INSGESAMT



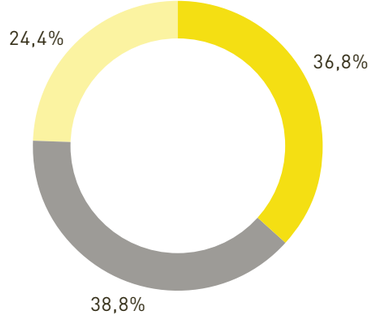
- Weiblich
- Männlich

ALTERSVERTEILUNG DER MITARBEITENDEN



- ‹35
- 35–50
- ›50

ALTERSVERTEILUNG DER NEUEN MITARBEITENDEN



- ‹35
- 35–50
- ›50

MITARBEITERINFORMATIONEN UND ERFAHRUNGSBERICHTE

MITARBEITERSOZIALLEISTUNGEN
Die Mitarbeitenden sind CALIDAs grösster Erfolgsfaktor. Daher legt CALIDA grossen Wert auf das Wohlergehen ihrer Mitarbeitenden. Um den Einklang zwischen Beruf und Familie gewährleistet zu können, bietet CALIDA ihren Vollzeitbeschäftigten und partiell auch den Teilzeitbeschäftigten verschiedene Leistungen an.

DIE WICHTIGSTEN LEISTUNGEN IN KÜRZE
- Lebensversicherung
- Gesundheitsvorsorge
- Invaliditäts- und Berufsunfähigkeitsversicherung
- Elternzeit abhängig von den länderspezifischen Regularien
- Ruhestandsregelungen
- Beteiligung an Aktien für ausgewählte Mitarbeitergruppen

SONSTIGE LEISTUNGEN
- Flexible Arbeitszeiten
- Mobiles Arbeiten – bis zu drei Tage für Vollzeitbeschäftigte
- Stehpulte
- Preisnachlässe für Mitarbeitende (40–55% je nach Marke)
- Corporate-Benefit-Plattform mit speziellen Rabattaktionen
- Subventionierte Lebensmittel (Kantine)
- Freier Eintritt in lokale Einrichtungen

Je nach Jahreszeit stammt ein Teil des Gemüses, das für die Zubereitung der Speisen in der CALIDA-Kantine verwendet wird, aus dem eigens dafür angelegten Gemüsegarten auf dem Gelände am Hauptsitz Sursee (CH). Ebenfalls wird hier ein Teil der Lebensmittelabfälle kompostiert.

SCHULUNGEN/WEITERBILDUNG
CALIDA bietet seit einigen Jahren vermehrt Schulungen und Weiterbildungsmöglichkeiten für ihre Mitarbeitenden an. Insbesonders seit dem Ausbruch der Pandemie wurden neue digitale Schulungsinstrumente eingeführt. Da die meisten digitalen Schulungsinstrumente schwer zu quantifizieren sind, ist der durchschnittliche Anteil an Weiterbildungsstunden pro Mitarbeitenden mit 3,4 Stunden pro Vollzeitbeschäftigten oder 1.750 Stunden pro VZÄ (Vollzeit Äquivalent) immer noch recht gering.

UNTER ANDEREM WERDEN FOLGENDE WEITERBILDUNGSMÖGLICHKEITEN ANGEBOTEN
- Subventionierter Französischunterricht
- Interne und externe Fortbildungskurse
- Diverse Workshops
- E-Books
- E-Learnings
- Online-Schulungen via LinkedIn

JANINE WEIZ-BÜHLER
DIRECTOR
BRAND & PRODUCT

«Ich sehe es als Privileg, mit so vielen talentierten Menschen zusammenarbeiten zu dürfen, um Nachhaltigkeit in jedes Produkt und jede Geschichte, die wir kreieren, einfliessen zu lassen. Was ich an CALIDA ausserdem sehr schätze, ist der Umstand, dass wir bei unserem Handeln stets ein Ziel vor Augen haben. Und damit beziehe ich mich nicht nur auf mich, sondern auch auf unsere Teams und jungen Talente. Es ist einfach grossartig, zu wissen, in welche Richtung man sich bewegt, was man vorhat. Man kann sich sicher sein, dass der Beitrag, den man leistet, etwas bewirkt. Das ist etwas ganz Besonderes. Auch nach über 80 Jahren hat CALIDA immer noch diesen Pionier- und Erfindergeist und den unabdingbaren Willen, schlichtweg die besten Produkte herzustellen. Immer mit dem Gedanken nur das Beste für unsere Kunden und Kundinnen als auch für unseren Planeten im Hinterkopf zu haben. Hieraus schöpfen wir unsere Energie, daraus ergeben sich unsere gemeinsamen Ziele – das ist die Quelle unserer täglichen Inspiration.»

ILDIKÓ ÁBRAHÁM
HEAD OF PRODUCTION
UNGARN

«Da ich in einer Familie von Näherinnen und Nähern aufgewachsen bin, war es für mich naheliegend, ebenfalls eine berufliche Laufbahn in diesem Bereich einzuschlagen. 1995 erhielt ich schliesslich die Chance, für CALIDA tätig zu werden, wo ich mich seither sowohl persönlich als auch beruflich ständig weiterentwickeln durfte. Ich freue mich jeden Tag aufs Neue, zur Arbeit zu gehen. Für mich ist kein Tag wie der andere. Wir bekommen jeden Tag die Gelegenheit, Neues zu lernen. Das Engagement der Marke, sich ständig verbessern zu wollen, wirkt sich positiv auf das gesamte Team aus und zeigt, welche grossartigen Dinge erreicht werden können, wenn man an einem Strang zieht. CALIDA ist mittlerweile wirklich wie eine zweite Familie für mich. Wir unterstützen uns gegenseitig. Manchmal gibt es auch Meinungsverschiedenheiten, aber meistens haben wir viel Spass zusammen und erreichen als Team Grosses.»

GABRIELE WAGNER
HEAD OF SOURCING

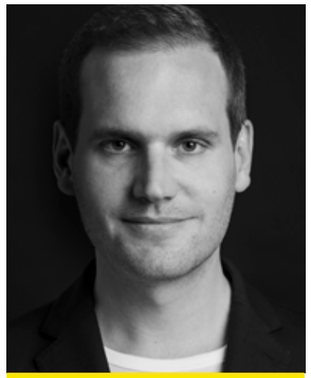
«Ich schätze die enge Zusammenarbeit bei CALIDA mit all unsere internen und externen Partnern sehr. Zwischen allen Parteien herrscht ein grosses Vertrauen. Es gibt einen ausgeprägten Teamgeist, da uns allen bewusst ist, dass wir auf das gleiche Ziel hinarbeiten. Zwischen den Abteilungen findet stets ein inspirierender, dynamischer und produktiver Austausch statt. Ich bin stolz darauf, mein ganzes Wissen, das ich in den Bereichen Beschaffung, Produktentwicklung und Prozessoptimierung erworben habe, bei CALIDA einbringen zu dürfen. Es macht mich auch stolz, dass ich in den Bereich Cradle to Cradle eingebunden bin und die Weiterentwicklung bezüglich Nachhaltigkeit aktiv vorantreiben kann. Ebenfalls betrachte ich es als mein persönliches Ziel, einen grünen Fussabdruck zu hinterlassen.»

GIOACCHINO CASCIO
HEAD OF LOGISTICS &
FACILITY MANAGEMENT

«Nach mehr als 45 Jahren im Unternehmen habe ich immer noch das Gefühl, den richtigen Weg eingeschlagen zu haben. In all den Jahren konnte ich an vielen spannenden den Projekten mitarbeiten und habe mich bis heute nie gelangweilt – jeder Tag ist für mich anders und aufregend. Seit der Gründung von CALIDA haben sich unsere Produkte, Prozesse und Technologien ständig weiterentwickelt. Wir sind auf dem Markt bestens bekannt und sind kontinuierlich bestrebt, unsere Standards hochzuhalten. Es macht mich stolz, für ein solches Unternehmen zu arbeiten und einen Beitrag zum Erfolg leisten zu dürfen. Ich werde als die Person anerkannt, die ich bin und für die Arbeit, die ich leiste, geschätzt. Das sind die kleinen Dinge, die michjeden Tag anspornen, mein Team proaktiv zu motivieren, einen Beitrag für eine Welt mit mehr Nachhaltigkeit zu leisten.»

HARALD LENZINGER
SENIOR PM & DESIGN MEN

«Da ich jetzt schon 20 Jahre bei CALIDA bin, ist das Team für mich wie eine zweite Familie. Seitdem ich hier arbeite, geht es immer darum, sich gegenseitig zu unterstützen, zu inspirieren und zu fordern, um das Bestmögliche zu erreichen – nicht nur in Hinblick auf das Endprodukt, sondern auch mit Hinblick auf die Leistung jedes Einzelnen. Rückblickend haben wir bereits so viele tolle Dinge erreicht, auf die wir als Team und als Marke stolz sein können. Ich freue mich schon sehr auf alles, was noch kommen mag und bin bereit mich den neuen Herausforderungen der Branche zu stellen. Das gilt insbesondere für mein Fachgebiet – insbesondere mit Fokus auf das Design und die verwendeten Materialien. Ausserdem freue ich mich darauf unseren Weg Richtung Nachhaltigkeit konsequent mitzugehen.»



TIETJE VOSS
DIRECTOR
OPERATIONS & IT

«Der Erhalt unseres Planeten und der verfügbaren Ressourcen für die kommenden Generationen auf faire und sozial gerechte Weise ist sicherlich eine der globalen und wohl zu wenig beachteten Herausforderungen, die es dringend zu bewältigen gilt. Vor diesem Hintergrund sind nachhaltige Geschäftsmodelle und Produkte für die Entwicklung langfristiger Lösungen in diesem zunehmend immer komplexer werdenden Umfeld von entscheidender Bedeutung. Wir bei CALIDA setzen uns jeden Tag dafür ein, unsere Produkte nachhaltiger zu machen und unseren ökologischen Fussabdruck kontinuierlich zu verkleinern. Als Verantwortlicher für die gesamte Lieferkette bin ich sehr stolz darauf, Teil dieses hoch engagierten CALIDA-Teams zu sein und meinen Beitrag zu diesen wichtigen Initiativen zu leisten.»

SIÂN FUHRMANN
HEAD OF INTERNATIONAL
SALES B2B

«Es bereitet mir viel Freude, bestehende und neue Kunden, Partneragenturen und Mitarbeitende in meiner Funktion als Head of International Sales immer wieder für unsere Nachhaltigkeitsstrategie, unsere tollen Produkte und für die Marke CALIDA zu begeistern. Es ist mir ein grosses Anliegen, meinen Teams in allen Ländern nahe zu sein – physisch und digital. Durch flexibles Management, hohe Leistungsbereitschaft und die notwendige Fokussierung der Teams am Hauptsitz und in den jeweiligen Ländern konnten wir hervorragende Ergebnisse erzielen. Es macht mich glücklich, dass ich die Möglichkeit habe, unsere CALIDA-Botschafter und -Botschafterinnen aus der Ferne zu unterstützen und ihnen die Chance zu geben, sich in ihren Regionen zu entfalten. Es erfüllt mich mit grossem Stolz, für ein modernes, innovatives und nachhaltiges Unternehmen arbeiten zu dürfen, in dem die Mitarbeitenden aus allen Bereichen des Unternehmens am Erfolg beteiligt sind. Ich bin dankbar, ein Teil von CALIDA zu sein und den ‹Yellow Family Spirit› jeden Tag miterleben zu dürfen.»

CELINA SPESCHA
PR & COMMUNICATION
MANAGER

«CALIDA ist für mich ein Ort, an dem ich berufliche und persönliche Leidenschaften ausleben kann. Ein Ort, an dem ich persönlich wachsen und mich weiterentwickeln kann, und schliesslich ein Ort, an dem Gleichgesinnte zusammenkommen, die ein gemeinsames grosses Ziel vor Augen haben und die gleichen Werte vertreten. Hier dreht sich alles um Branchentrends, die heute weit mehr als nur Design und kulturelle Aspekte umfassen. Dabei geht es vor allem um Nachhaltigkeit, ökologische und soziale Verantwortung – letztlich einer der Gründe, warum ich überhaupt für die Marke arbeiten wollte. Es ist eine Ehre für mich, ein Teil der Erfolgsgeschichte sein zu dürfen.»

ANNA BECHEN
ESG MANAGER

«Ich arbeite nun seit fast fünf Jahren für CALIDA. In dieser Zeit hatte ich die Gelegenheit, in verschiedenen Positionen zu arbeiten und mein Know-how in unterschiedlichen Bereichen zu vertiefen – vom Vertrieb über den operativen Bereich bis hin zum Nachhaltigkeitsmanagement. CALIDA ist eine der nachhaltigsten Marken, für die ich bisher tätig war. Auswirkungen auf Umwelt und Gesellschaft werden, soweit möglich, von vornherein vermieden. Aus diesem Grund werden innovative Materialien verwendet und nachhaltige, langlebige Lieferketten aufgebaut. Es werden täglich neue Risikofaktoren identifiziert und beseitigt, was die Arbeit von Tag zu Tag spannender macht.»

V. EXTERNES ENGAGEMENT

Ziele für nachhaltige Entwicklung:

GESUNDHEIT UND WOHLERGEHEN

MASSNAHMEN ZUM KLIMASCHUTZ

PARTNERSCHAFTEN ZUR ERREICHUNG DER ZIELE

Der Aufbau langfristiger Kooperationen mit lokalen oder internationalen Verbänden und die Einbindung externer Stakeholder ist entscheidend, um für das Thema Nachhaltigkeit zu sensibilisieren und die Auswirkungen auf Umwelt und Gesellschaft so gering wie möglich zu halten.

PRAXISBEISPIELE

NEUERÖFFNUNG OUTLET SURSEE (CH)

Im November 2021 eröffnete CALIDA ein neues Outlet an dem schon existierenden Standort in Sursee (CH). Anstelle der alten Verkaufsfläche rückte eine 700 Quadratmeter grosse, hochmoderne Holzkonstruktion. Ein gemütliches Café mit 24 Sitzplätzen bietet den Kunden und Kundinnen und deren Familien einen Ort für eine Ruhepause. Angeboten werden saisonale und regionalen Snacks und Getränke. Um eine vollständig grüne Energieversorgung zu gewährleisten, wurden auf dem Dach Solarpaneele installiert. Der Strom wird zu 100% aus Wasserkraft gewonnen. Ferner wurden Ladestationen für Elektrofahrzeuge installiert. Die Konstruktion wurde zudem in Zusammenarbeit mit Fachleuten, Lieferanten und Dienstleistern aus der Region geplant und errichtet – nachhaltig, verantwortungsbewusst und unter Einsatz von lokalen Ressourcen. Das neue Outlet bietet Kunden, Kundinnen, Besuchern und Mitarbeitenden eine Touristenattraktion, ein Einkaufszentrum und einen Ort der Begegnung, an dem es möglich ist einen Einblick in eine besondere

Markenwelt zu erhalten und den unverwechselbaren, zeitgenössischen und nachhaltigen Charakter der Marke entdecken und erleben zu können.

EIGENE PRODUKTIONSTÄTTE RAJKA (HU)
CALIDA hat den Standort in Rajka (HU) in den vergangenen 30 Jahren kontinuierlich ausgebaut. Es wurden beträchtliche Investitionen in den Erhalt und die Entwicklung des Standorts getätigt, wodurch Arbeitsplätze erhalten und die wirtschaftliche Entwicklung der Region gesichert werden konnten.

CALIDA GOAT-HOUSE
Im Rahmen der Zusammenarbeit mit FTC® (Fair Trade Cashmere) hat CALIDA in der chinesischen Region Shaanxi ein Goat-House für Ziegen errichtet. Neue Ställe für bis zu 50 Kaschmirziegen wurden geschaffen, um eine tierfreundliche Haltung sicherzustellen. Zum Wohle der Tiere und der Natur wurde Stampflehm anstelle von herkömmlichen Ziegeln verwendet. Durch die Nutzung dieses natürlichen und lokal verfügbaren Rohstoffs werden die Emissionen massiv gesenkt – und gleichzeitig traditionelle Stampflehm-Methode gefördert. Mit dieser Baumethode lässt sich Energie sparen, und extreme Temperaturschwankungen können auf natürlich Weise ausgeglichen werden – ein nützlicher und wertvoller Vorteil in einer Gebirgsregion wie Shaanxi. Für die Umsetzung des Projektes wurden von Anfang an einheimische Arbeitskräfte mit einbezogen. Dies um sicherzustellen, dass soziale, ortsgebundene und nachhaltige Aspekte während der Bauarbeiten berücksichtigt werden konnten.

KOOPERATIONEN FÜR WOHLTÄTIGE ZWECKE
Zur Stärkung des externen Engagements investiert CALIDA in Kooperationen mit lokalen und internationalen Verbänden. In 2021, wurden folgende Hilfsprojekte unterstützt:

- Let the children Uganda
- MAMbrella
- Trees of Life

LET THE CHILDREN UGANDA
CALIDA hat den Schweizer Verein Let the children Uganda erstmalig im Jahr 2021 unterstützt. Rund 60 Einheimischen wurde mit kostenloser Kleidung aus superleichten und atmungsaktiven Stoffen eine grosse Freude bereitet.

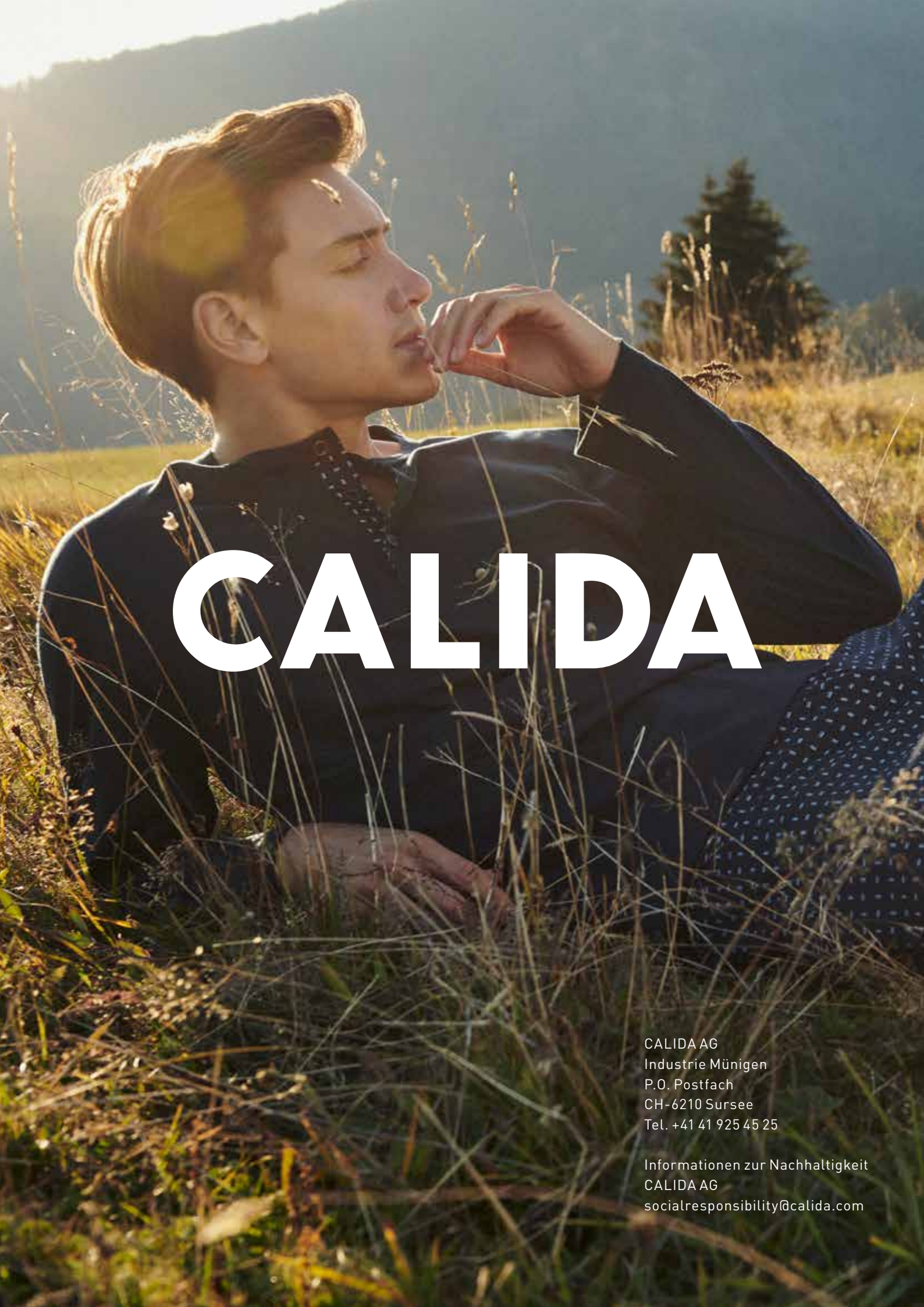
MAMBRELLA
Der Schweizer Verein MAMbrella stellt jungen Müttern und ihren Familien in griechischen Flüchtlingslagern während der Schwangerschaft und in der vulnerablen Phase unmittelbar nach der Geburt, eine Beratungsstelle zur Verfügung. CALIDA beteiligte sich an der Aktion, indem sie MAMbrella mit kostenloser Unterwäsche für die betreuten Frauen unterstützte.

TREES OF LIFE
Um Mutter Natur etwas zurückzugeben und einen Teil der CO_2-Emissionen kompensieren zu können, hat CALIDA in Zusammenarbeit mit dem Verein Trees of Life in Madagaskar bis jetzt insgesamt 18.000 Bäume gepflanzt. Tendenz: steigend.

SPENDEN
CALIDA unterstützt ausgewählte soziale Projekte/Verbände und bedürftige Menschen in der Schweiz als auch im Ausland. So wurden 2021 u.a. Produktspenden nach Griechenland in Flüchtlingslager gesendet. Darüber unterstützte CALIDA in den vergangenen Jahren auch lokale Einrichtungen wie:

- Solidarité Femmes (Frauenhaus und Beratungsstelle), Biel
- GasseChuchi, Luzern
- Gassechuchi, Langenthal
- Rumänien Altersheim-Hilfe, Bern
- Armen-Hilfe tamilische Hindu, Luzern
- Haus Hagar, St. Anna Stiftung, Luzern

Die meisten Produktspenden stammen aus Retouren und Altbeständen. Daher unterstützt CALIDA mit den Sachspenden nicht nur soziale Projekte, sondern sorgt dafür, dass der Produktlebenszyklus verlängert und der Warenausschuss so gering wie möglich gehalten wird.



CALIDA AG
Industrie Münigen
P.O. Postfach
CH-6210 Sursee
Tel. +41 41 925 45 25

Informationen zur Nachhaltigkeit
CALIDA AG
socialresponsibility@calida.com