

Förderung existenzsichernder Löhnen in Indien – Brands Fashion lässt erste Lieferkette nach dem Fairtrade Textilstandard zertifizieren

geschrieben von Andreas | 6. Dezember 2021



Buchholz, Dezember 2021 | Brands Fashion führt als erstes Unternehmen Produkte mit dem Fairtrade Textilstandard Siegel ein. Das Novum des Siegels: Schrittweises Einführen existenzsichernder Löhne in der gesamten Lieferkette.

Brands Fashion ist Vorreiter in der Textilbranche und hat sich einer der anspruchsvollsten Zertifizierungen verpflichtet: dem Textilstandard von Fairtrade. Das neue Siegel soll für mehr Fairness und Gerechtigkeit entlang der textilen Wertschöpfungskette sorgen. Ziel ist es, Rechte für Arbeiterinnen und Arbeiter zu stärken und existenzsichernde Löhne zu realisieren. Seit 2017 wurden am Produktionsstandort Indien dazu intensive Trainings und Schulungen für die Arbeitnehmer und -geber durchgeführt, die ein Bewusstsein für gerechte Löhne schaffen, sensibilisieren und aufklären. Außerdem wurden demokratisch gewählte Arbeitnehmervertretungen implementiert, die ihrerseits gezielt geschult werden und für

ihre Kollegen als Ansprechpartner dienen, wenn es um Arbeits- und Sozialrechte geht. Auch die Einführung von existenzsichernden Löhnen wurde in konkreten Maßnahmenplänen besprochen und festgelegt. Die teilnehmenden Betriebe müssen neben den fairen Arbeitsbedingungen auch hohe Umweltauforderungen erfüllen.

Die Standards des Fairtrade-Siegels hat Brands Fashion im Rahmen eines develoPPP-Entwicklungsprojekts gemeinsam mit der Deutschen Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH umgesetzt. Gefördert wird das Projekt über das develoPPP-Programm, mit dem das Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) unternehmerische Initiativen mit entwicklungspolitischem Nutzen unterstützt.

In 2021 gelang es dann schließlich, alle teilnehmenden Betriebe nach dem anspruchsvollen Standard zu zertifizieren und somit die erste Lieferkette hervorzubringen, die sich im Rahmen des Programms zur Umsetzung von existenzsichernden Löhnen verpflichtet. Kontrolliert und zertifiziert wird dies regelmäßig von Flocert, dem unabhängigen Zertifizierungsinstitut von Fairtrade. Die ersten Textilien, die mit dem Fairtrade Textilstandard ausgezeichnet wurden, sind seit Oktober 2021 im Handel erhältlich. „Wir sind stolz mit dem VfB Stuttgart einen ersten Partner gefunden zu haben, der diesen Weg mit uns bestreiten möchte“, erklärt Mathias Diestelmann, CEO von Brands Fashion.

„Wir sind Vorbilder und als solche sollten wir auch mit gutem Beispiel vorangehen“, ist sich der Vorstandsvorsitzende des VfB Stuttgart, Thomas Hitzelsberger, sicher. Er hofft, dass das gute Beispiel Schule macht und auch andere Clubs in der Bundesliga und darüber hinaus folgen. Zum Marktstart des neuen Siegels hat Fairtrade gemeinsam mit Brands Fashion und dem VfB Stuttgart ein Video produziert, das den neuen Standard vorstellt.

Mindestlohn ≠ Existenzsichernder Lohn

Der Mindestlohn wird in der Regel von einem Land für einen Industriezweig gesetzlich festgelegt. Das heißt aber noch nicht, dass der Arbeiter von diesem Lohn auch leben kann. Ein sogenannter existenzsichernder Lohn liegt für Textilarbeiterinnen und -arbeiter deutlich über dem Mindestlohn und deckt grundlegende Bedürfnisse von Familien. Er ermöglicht Arbeiter*innen eine angemessene Unterkunft und nährstoffreiche Ernährung sowie Ausgaben für Gesundheitsvorsorge, Bildung, Kleidung, Transport und Rücklagen.



Mindestlohn ≠ Existenzsichernder Lohn

Über Brands Fashion:

Brands Fashion ist Europas Marktführer für nachhaltige Corporate Workwear. Der Textil-Pionier entwickelt seit 2002 hochwertige und modische Arbeitskleidung für namhafte Unternehmen in Europa und den USA. Zudem umfasst das Portfolio eine große Bandbreite an Private Label-, Merchandising- und Promotion-Artikeln. Im Mittelpunkt stehen dabei die individuellen Anforderungen der Kunden. Brands bietet eine One Stop Solution: vom kreativen Design und einer marktorientierten Produktentwicklung bis hin zu weltweiten Logistik- und Webshop-Lösungen. 2019 gründete Brands Fashion mit der dänischen Firma Scan-Thor die GoJungo GmbH. Als innovative Plattform übernimmt das Start-up für Marken die komplexen und zeitaufwändigen Prozesse für den erfolgreichen Verkauf von insb. textilen Produkten auf Online-Marktplätzen. Weitere Informationen unter www.brands-fashion.com

Pressematerial kann angefordert werden bei:

Menyesch Public Relations GmbH

Tobias Böcher

Kattrepelsbrücke 1

20095 Hamburg

Tel.: +49 (0) 40 36 98 63-19

Fax: +49 (0) 40 36 98 63-10

E-Mail: brands@m-pr.de

Firmenkontakt:

Brands Fashion GmbH

Maret König

Müllerstr. 11

21244 Buchholz i.d.N.

Tel: +49 4181 / 9422-545

Fax: +49 (0) 4181-9422-500

E-Mail: maret.koenig@brands-fashion.com

Unterhaltung mit Sinn: Kulturprogramm Highlights auf der 8. Hamburger Klimawoche

geschrieben von Frank Schweikert | 6. Dezember 2021



Hamburg, 27.09.2016. Frankensteins Elektroauto, Klimakonflikte in Kenia, wie man mit Bäumen Auto fahren kann oder aus Pferdemit Gold gewinnt sind die Top-Themen beim ersten Klima Science Slam im berühmten Mojo Club anlässlich der 8. Hamburger Klimawoche (25.09.-02.10.). Junge Wissenschaftler verwandeln spannende und wichtige Klimathemen aus ihrem Forscheralltag in unterhaltsame Shows und das Publikum wählt den Sieger des Abends. Mit einem interkulturellen Dialog und kreativen Miteinander beteiligt sich auch die KinderKulturKarawane mit zwei internationalen Theaterteams aus Afrika und Indien. Gemeinsam mit Hamburger Schülern gestalten sie künstlerische Aktionen und Appelle zu Klima-Themen.

Klima-Slam erstmals im Hamburger Mojo Club

Spannende und innovative Beiträge rund um die Themen Klima, Nachhaltigkeit und Energie präsentieren die jungen Science Slammer aus dem gesamten Bundesgebiet am 28. September ab 20.30 Uhr im MojoClub und damit erstmalig in der Hamburger Club-Szene. Auf unterhaltsame Weise stellen die jungen Forscher ihre Projekte in Form von 10 Minuten Vorträgen vor und geben somit auch fachfremden Interessierten die Möglichkeit, sich von der Begeisterung für die Themen anstecken zu lassen. Der Eintritt kostet 9 Euro, Karten gibt's bei der Theaterkasse Schumacher oder online bei ticketino.

Klima KinderKulturKarawane zieht durch die Klimawoche

Sieben tansanische Jugendliche aus Hamburgs Partnerstadt Dar-es-Salaam arbeiten mit den Schüler/innen einer 9. Klasse der Fritz-Schumacher-Schule (Timmerloh 27-29, Hamburg-Langenhorn) zu Klima-Themen gemeinsam an einer eigenen Bühnenshow, die sie zum Abschluss der Projektwoche am Freitagnachmittag, den 30. September, ab 16 Uhr im Rahmen eines Umwelt- und Klimatages in der Schule präsentieren. Das Bühnenstück mit Akrobatik, Tanz, Theater und Trommelmusik klärt über die Zusammenhänge zwischen dem eigenen Handeln, der zunehmenden Umweltzerstörung und dem Klimawandel auf und sucht nach Lösungen, speziell im Kontext

des tansanischen Alltags. Informationen und Anmeldung bei Friderike Seithel (seithel@klimaretter.hamburg).

Während der Schultage der Klimawoche (26.09. – 30.09.2016) führen die indischen Jungen und Mädchen dann mit Schüler/innen der Elbinselschule und des Helmut-Schmidt-Gymnasiums im Bildungszentrum „Tor zur Welt“ (Wilhelmsburg) Theater- und Tanzworkshops durch, bei denen es immer auch um Klimathemen geht.

Pressefotos zur KinderKulturKarawane finden Sie hier: <http://www.kinderkulturkarawane.de/presse/2016/>

Über die Hamburger Klimawoche

Die Hamburger Klimawoche hat sich laut Umweltprogramm der Vereinten Nationen (UNEP) zur größten europäischen Klimakommunikationsveranstaltung entwickelt. Des Weiteren ist die Hamburger Klimawoche als UNESCO Dekade Projekt für nachhaltige Bildung ausgezeichnet worden. Sieben erfolgreiche Veranstaltungswochen, mit jeweils bis zu 170 Akteuren und einem Gesamtbudget von etwa 1,8 Mio. Euro, wurden von weit über einer Million Menschen besucht. Unterstützt wird die Klimawoche 2016 von der Stiftung Gemeinsames Rücknahmesystem Batterien.

Weitere Informationen finden Sie unter www.klimawoche.de.

Presseinformationen stehen unter www.klimawoche.de/presseinformationen/ bereit.

Logo, Plakat und Grafiken unter: <http://www.klimawoche.de/flyer-grafiken-2016/>

Folgen Sie uns gerne auch auf [Facebook](#) und [Twitter](#)!

Live Entertainment und Nachhaltigkeit ist kein Widerspruch – First Climate AG und Berlin Show Orchestra beschließen enge Zusammenarbeit.

geschrieben von Andreas | 6. Dezember 2021
Pressemitteilung

Hamburg, den 05. November 2015

Das nachhaltig agierende Berlin Show Orchestra sichert sich durch die Zusammenarbeit mit First Climate AG die Expertise des deutschen Marktführers im Bereich Grüne Energie, Klimaneutralität und Wassermanagement.

Die erste Etappe der Vereinbarung besteht darin, dass Orchester klimaneutral zu stellen, indem der CO₂-Fußabdruck des Orchesters zunächst festgestellt wird, dann minimiert wird und im letzten Schritt eine Klimaneutralstellung erfolgt, indem der berechnete CO₂-Fußabdruck des Orchesters durch die Unterstützung TÜV-zertifizierter Klimaschutzprojekte kompensiert wird.

Auch die Gewinnung weiterer Nachhaltigkeitspartner für das Orchester im Bereich Transporte, Logistik, Bühnenoutfits, Backdrops, Instrumente, Technik etc. gehören zum Umfang der Partnerschaft.

Stefan Lohmann – zuständig für Veranstaltungskonzepte, Booking, Marketing: „Ich hatte das Treffen arrangiert, weil ich weiß, dass Sascha Lafeld nicht nur ein Vollprofi auf

seinem Gebiet ist, sondern auch neuen Ideen und Konzepten gegenüber sehr aufgeschlossen ist. Dass vor Ort eine so weitreichende Zusammenarbeit beschlossen werden konnte, liegt aber wohl nicht nur daran, dass die Firmen und die zukünftige Vorhaben perfekt zusammenpassen, sondern dass es auch zwischenmenschlich „gerockt“ hat.“

Darüber hinaus wird an gemeinsamen Konzepten gearbeitet und an Ideen, wie auch die Konzert Veranstalter und Event Agenturen von den Vorteilen der Partnerschaft mit First Climate AG profitieren können. Stefan Lohmann: „Unter anderem arbeiten wir gerade mit dem Orchester an einem Veranstaltungskonzept zusammen mit der Commerzbankarena in Frankfurt. Gerade große Veranstaltungsarenen wissen, dass Energieeinsparpotentiale auch große finanzielle Vorteile mit sich bringen.“

Das bestätigte auch **Philip Rieneck** vom SPONSORS Verlag, der mit seiner Expertise eine Einschätzung im Bereich Live Entertainment und Nachhaltigkeitsbestrebungen von Sport Arenen und Sport Vereinen gab. „Nachhaltigkeit in der Show- und Eventbranche war in der Vergangenheit ein eher stiefmütterlich behandeltes Thema.

Dies hat sich in den letzten zwei Jahren gewandelt und wir sind froh mit dem Berlin Show Orchestra einen tollen Partner gefunden zu haben, der diese Thematik ernst nimmt und professionell angeht“, ergänzt **Sascha Lafeld** von First Climate.

Lenn Kudrjawizki (Head of Berlin Show Orchestra, Regisseur und Showproduzent) : „Als modernes Orchester ist es für uns selbstverständlich, dass wir uns auch Gedanken um die Umwelt machen. Das steht für uns auch nicht im Widerspruch zu unseren wirtschaftlichen Interessen. Ganz im Gegenteil. Für uns ist es selbstverständlich, dass der Erfolg des Orchesters mit den fantastischen Musikern und dem kreativen Team dahinter im Einklang mit der Umwelt und erfolgreichem Business stehen muss. Wir sind froh einen so erfahrenen Profi wie Sascha

Lafeld von der First Climate AG als Berater zur Seite zu haben, der uns auch bei der Suche nach weiteren passenden Partnern helfen wird. Denn uns ist auch klar, dass wir erst am Anfang eines Prozesses stehen. Wir haben aber auch festgestellt, dass das Potential auf dem Gebiet noch lange nicht ausgeschöpft ist. Wir freuen uns auf die neuen Herausforderungen.“

Felix Neumann (Musical Director Berlin Show Orchestra): „Wir sind in der komfortablen Situation uns unsere Partner genau auswählen zu können. Da wir viel wertvolle Zeit mit unseren Partnern verbringen, muss es von der Arbeitsweise, vom Qualitätsanspruch und vom Zwischenmenschlichen passen. Dass wir mit einigen Marktführern in den jeweiligen Bereichen arbeiten, zeigt auch den Stellenwert, den sich das Orchester in kürzester Zeit erarbeitet hat. Allerdings stehen wir aus unserer Sicht erst ganz am Anfang – man darf gespannt sein, was wir in den nächsten Wochen und Monaten alles ankündigen werden. 2016 wird ein super spannendes Jahr, mit tollen Veranstaltungen. Das können wir jetzt schon sagen.“

Das Berlin Show Orchestra wird in diesem Jahr erstmals das musikalische Programm der Verleihung des Deutschen Nachhaltigkeitspreises gestalten. Am 27.11.15 wird das Orchester – verstärkt durch internationale Gaststars – auftreten und unter anderem den britischen Sänger Marlon Roudette begleiten.

Über das Berlin Show Orchestra:

Eine der Kernkompetenzen des Berlin Show Orchestras ist die individuelle Erstellung eines Show Programms und die Begleitung von nationalen und internationalen Stars. Das Ensemble besteht zu 100% aus Profi-Musikern aus Berlin, die unter anderem für Künstler wie Sido, Udo Lindenberg, Udo Jürgens, Michael Bublé, Till Brönner, den Münchener Symphonikern, Adoro und dem Andrej Hermlins Swing Dance Orchestra tätig waren.

Die langjährige Erfahrung des Produktionsteams, gepaart mit

überraschenden Entertainment-Höhepunkten des Show-Orchesters, garantieren einen überragenden Sound und je nach Budget und Thematik der Veranstaltung werden weitere Showhighlights und internationale Stars zu einer einmaligen Show zusammengestellt. Zu den visuellen Highlights gehören unter anderem leuchtende Instrumente, die in die Lichtshow integriert werden. Aber auch Akrobatik, Aerial Acts und andere Showelemente gehören zu den Inszenierungsmöglichkeiten.

Über Stefan Lohmann:

Wer ist Stefan Lohmann?

Ein Hamburger „Hanseat“ – bei dem der Handschlag noch zählt.

Was ist das Besondere an ihm und seiner Tätigkeit?

Durch seinen Wechsel vom Verkäufer zum Einkäufer von Live Entertainment bietet Stefan Lohmann seinen Kunden mit seinem Fach- und Insiderwissen einen einzigartigen Service – als Talent Buyer. Seine über 10jährige internationale Erfahrung und sein Verhandlungsgeschick als Booking Agent und Verkäufer von Live Entertainment stellt Stefan Lohmann mittlerweile als professioneller Einkäufer (Talent Buyer) ausgesuchten Kunden zu Verfügung.

Eine Frage des Vertrauens:

Das Künstler Booking ist auch eine Frage des Vertrauens! Deshalb bietet Stefan Lohmann eine vollkommen transparente Zusammenarbeit auf einer partnerschaftlichen Basis. Mit fairen Konditionen, die sich auszahlen.

www.stefanlohmann.com

Über First Climate:

Mit mehr als fünfzehn Jahren Erfahrung und über 500 Groß- und Mittelstandskunden zählt First Climate zu den führenden Dienstleistern in den Bereichen Grüne Energie, Klimaneutralität und Wassermanagement weltweit. First Climate unterstützt Unternehmen und Organisationen dabei, ihre Nachhaltigkeits- und Umweltschutzziele zu erreichen. Die Zusammenarbeit beruht auf einem klaren Selbstverständnis –

Engagement für Grüne Energie, Klimaschutz & Wassermanagement und wirtschaftlicher Erfolg für Unternehmen sind keine Widersprüche, sondern ein erfolgreiches Geschäftsmodell.

Sascha Lafeld ist Gründer der First Climate AG. Er begann seine berufliche Laufbahn beim Umweltprogramm der Vereinten Nationen, für welche er noch heute als Berater tätig ist. Nach dem Aufbau der Nachhaltigkeitsabteilung einer führenden deutschen Bank von 1999 bis 2001, gründete Sascha die First Climate AG, der er bis heute vorsteht.

<http://www.firstclimate.com/>

Über SPONSORs Verlag:

SPONSORs ist der führende deutschsprachige Aufbereiter und Anbieter von Informationen im Sportbusiness.

Seit seiner Gründung 1996 steht SPONSORs als Dienstleister allen Marktteilnehmern offen gegenüber und stellt neben einem einzigartigen, umfangreichen Informationsangebot auch die führenden Plattformen bereit, auf denen die Marktteilnehmer interagieren können. Das Portfolio reicht von der medialen Aufbereitung (Print, Online, TV) bis hin zu Kongressen und Corporate Events.

Das monatlich erscheinende SPONSORs MAGAZIN bietet den Entscheiden der Sportbusiness-Szene tiefgründige Analysen, umfangreiches Datenmaterial, spezifische Rechtsberatung, personenspezifische Hintergründe, journalistisch sauber aufbereitete Themen und vieles mehr. Darüber hinaus ist SPONSORs Herausgeber von Reports und Studien zu speziellen Themen. www.sponsors.de

Über Legrain Productions

“WE CREATE MUSIC FOR PICTURES AND PICTURES FOR MUSIC” ...so das Motto mit dem die Firma Anknüpfungspunkte zur Live Entertainment- und Musikbranche gleichwertig zur Filmbranche anbietet. Das Betätigungsfeld von LEGRAIN erstreckt sich über Musik- und Videoproduktionen für Künstler und Firmen sowie Filmstoffentwicklung und Filmproduktionen. Zudem werden Showacts und „custom made“ Showproduktionen für Firmenevents

