

ZIELE BEWEGEN UNS



SAE SHIGEMOTO



Das Ziel von Nike ist es, die Welt durch Sport zu vereinen, um **einen gesunden Planeten, aktive Gemeinschaften und gleiche Voraussetzungen für alle zu schaffen.**



BRIEF VON UNSEREM CEO

NIKE existiert, um den Sport voranzutreiben. Aber in den letzten Jahren stellen wir uns ebenfalls einer größeren Herausforderung: der Herausforderung, den Sport selbst zu schützen.

Heute ist das der Grund, weswegen wir in größeren Dimensionen denken, als Inspiration und Innovation für Sportler zu bieten. Damit wir kommende Generationen bestmöglich unterstützen können, geben wir bei NIKE auch unser Bestes, um die dringlichsten Herausforderungen unserer Zeit anzugehen.

Das Ziel von Nike ist es, die Welt durch Sport zu vereinen, um einen gesunden Planeten, aktive Communitys und gleiche Voraussetzungen für alle zu schaffen. Das sind alles mehr als nur reine Bestrebungen. Es sind grundlegende Schwerpunkte, die Entscheidungen in all unseren Geschäftsbereichen beeinflussen.

Zum Zeitpunkt dieses GJ19 NIKE, Inc. Einflussberichts bin ich seit weniger als zwei Monaten Präsident und CEO von NIKE. Dennoch ist mir der außergewöhnliche Einfluss bereits bewusst, den NIKE haben kann.

Das ist die Kraft von Sport. Wie so viele in unserem Unternehmen bin ich zu NIKE gekommen, weil ich an Sport glaube. Ich glaube daran, dass Sport Leben und Communitys verändern kann. Und in einer Zeit, in der unsere Gesellschaft so gespalten ist wie nie zuvor und in der Polarisierung unsere Institutionen zermürbt und der Klimawandel unser Überleben bedroht, glaube ich daran, dass Sport uns vereinen kann, um die Welt zum Besseren zu verändern.

Nirgendwo ist diese Fähigkeit, Einfluss zu nehmen, wichtiger als in Bezug auf unseren sich verändernden Planeten. Was den wachsenden Klimanotstand angeht, sind die Daten glasklar – ebenso wie die Haltung unserer Sportler. Die Startzeiten für Marathons werden in die Stunden vor der Morgendämmerung gelegt und sowohl Spieler als auch Fans leiden unter Hitzeerschöpfung durch extreme Wetterbedingungen: Alle, die mit Sport zu tun haben, erleben die fatalen Auswirkungen des Klimawandels aus nächster Nähe. Die Krise betrifft die Sportler, die wir unterstützen – und das nicht irgendwann, sondern schon heute. Daher sind wir gezwungen, unser Geschäft zügig weiterzuentwickeln.

Ohne unseren Planeten gibt es auch keinen Sport mehr. Diese Erkenntnis bestärkt die Dringlichkeit unseres Engagements für Nachhaltigkeit und positive Einflussnahme.

Im GJ19 konnten wir unglaubliche Fortschritte in Richtung unserer Ziele erreichen. Wir haben über 81 Mio. USD investiert, um den **Einfluss in unseren Communitys** anzukurbeln, und konnten mehr als 17 Millionen Kinder zu mehr Aktivität anregen. Wenn wir die Kraft von Spiel und Sport für Kinder entfesseln können, können wir Leben verändern.

Aus diesem Grund liegt der Schwerpunkt unserer Community-Arbeit darin, Kinder dazu zu motivieren, Sport zu treiben. Ein guter Coach kann für ein Kind den entscheidenden Unterschied ausmachen. Daher haben wir bei der Ausbildung von fast 100.000 Community-Coaches über von NIKE unterstützte Programme geholfen.

Dabei haben wir uns vor allem darauf konzentriert, die Anzahl weiblicher Coaches zu erhöhen, da wir wissen, wie wichtig sie dabei sind, **Mädchen dazu zu inspirieren, mit dem Sport anzufangen**. Wir investieren weiterhin in die Schaffung sicherer Orte, an denen Mädchen lernen, über sich hinauswachsen und schließlich zu den Spitzenreiterinnen werden können, die sie sein können – sowohl im Sport als auch im Leben. Dazu gehört unsere Partnerschaft mit Gemeindeorganisationen, um weibliche Coaches zu rekrutieren und zu schulen, sowie die Einführung eines Schulungsleitfadens gemeinsam mit dem United States Olympic & Paralympic Committee, der Coaches dabei unterstützt, eine inklusive Kultur für Mädchen zu schaffen.

Wir haben uns zuvor das Ziel gesetzt, unsere eigenen und die von uns betriebenen Standorte bis 2025 zu 100 % mit erneuerbaren Energien zu versorgen. Vor kurzem haben wir diese **100 % erneuerbaren Energien in Nordamerika erreicht** – wirklich ein beeindruckender Schritt in Richtung unserer globalen Energieziele. Wir arbeiten außerdem daran, dass kein Abfall bei der Schuhfertigung mehr auf der Mülldeponie oder in der Müllverbrennung landet. GJ19 **wurden 99,9 % des Abfalls bei der Schuhfertigung von NIKE Vertragswerken recycelt oder in Energie umgewandelt**. Zusätzlich erhöhen wir die Nutzung nachhaltigerer Materialien in unseren Produkten. Wir wandeln etwa 1 Milliarde Plastikflaschen pro Jahr in recyceltes Polyester für Trikots und in andere Materialien für Kleidung und Schuhe um.

In unserer Lieferkette investieren wir ebenfalls in eine fähige, geschätzte und engagierte Belegschaft. Wir glauben zum Beispiel, dass es wichtig ist, Arbeitern in Vertragswerken zu ermöglichen, an Produktivitätsgewinnen teilzuhaben. In diesem Jahr haben wir unsere **Umfrage "Engagement and Wellbeing" für unsere Lieferanten** angepasst, wodurch wir einen ganzheitlichen und umfassenden Überblick über die Erfahrungen unserer Mitarbeiter erhalten und umsetzbare Daten für unsere Lieferanten erfassen. GJ19 konnten wir die Teilnahme an der Umfrage auf 45 Standorte erhöhen und so unsere Reichweite mit insgesamt 270.000 Teilnehmern fast verdoppeln.

Wir denken weiterhin kritisch über die Änderungen nach, die wir innerhalb von NIKE vorantreiben wollen. Im GJ19 konnten wir das

globale Entgeltgleichheitsverhältnis für Männer im Vergleich zu Frauen und für Weiße im Vergleich zu unterrepräsentierten Gruppen in den USA beibehalten, das wir letztes Jahr erreicht haben. Im letzten Jahr konnten wir auf Vice President-Ebene den Anteil von Frauen um 3 Prozentpunkte auf 39 % weltweit und den Anteil von unterrepräsentierten Gruppen in den USA um 2 Prozentpunkte auf 21 % erhöhen. Das ist zwar ein guter Fortschritt, aber wir wissen, dass noch einiges zu tun ist. Wir werden weiterhin den Anteil erhöhen und unsere Kultur der Zugehörigkeit stärken.

Außerdem werden wir uns weiter dafür einsetzen, Kindern und Communitys Sport überall näherzubringen, indem wir mehr nachhaltige Lösungen skalieren, die Teams bei NIKE unermüdlich jeden Tag entwickeln. Wir werden nach wie vor Innovationen für alle Sportler überall auf der Welt schaffen, um ein gleichberechtigtes Spielfeld für alle zu ermöglichen, und bestehende Systeme infrage stellen, während wir uns in Richtung einer nachhaltigeren Zukunft bewegen.

Für mich sind die Eigenschaften, die NIKE zum weltweiten Marktführer im Bereich Sport gemacht haben – unsere Kühnheit, unsere Kreativität und unser Ehrgeiz –, ebenfalls die, die uns in eine Position bringen, in der wir einen größeren Einfluss bei den heutigen globalen Herausforderungen nehmen können. Und darum bin ich sehr zuversichtlich. Ich sehe schon jetzt den Unterschied, den unsere Teams machen – für die Menschen und unseren Planeten. Es könnte nicht mehr auf dem Spiel stehen. Aber die Chancen könnten auch nicht größer sein.

Wie bei so vielem anderen bei NIKE auch ist es nicht genug, Teil des Spiels zu sein. Wir bei NIKE bestimmen das Spiel. Wir fordern uns jeden Tag dazu heraus, besser zu werden und großes zu bewirken. Gemeinsam können und werden wir die Zukunft schaffen, die wir erleben möchten.



John Donahoe

John Donahoe
Präsident und CEO



FREISETZEN VON MENSCHLICHEM POTENZIAL

REPRÄSENTATION

3 PP¹

Steigerung des weltweiten Anteils von **Frauen** auf Vice-President-Ebene auf insgesamt 39 %.

2 PP

Steigerung des weltweiten Anteils
in den USA **von unterrepräsentierten Gruppen** in den
USA auf Vice-President-Ebene auf insgesamt 21 %.

Über 50 %

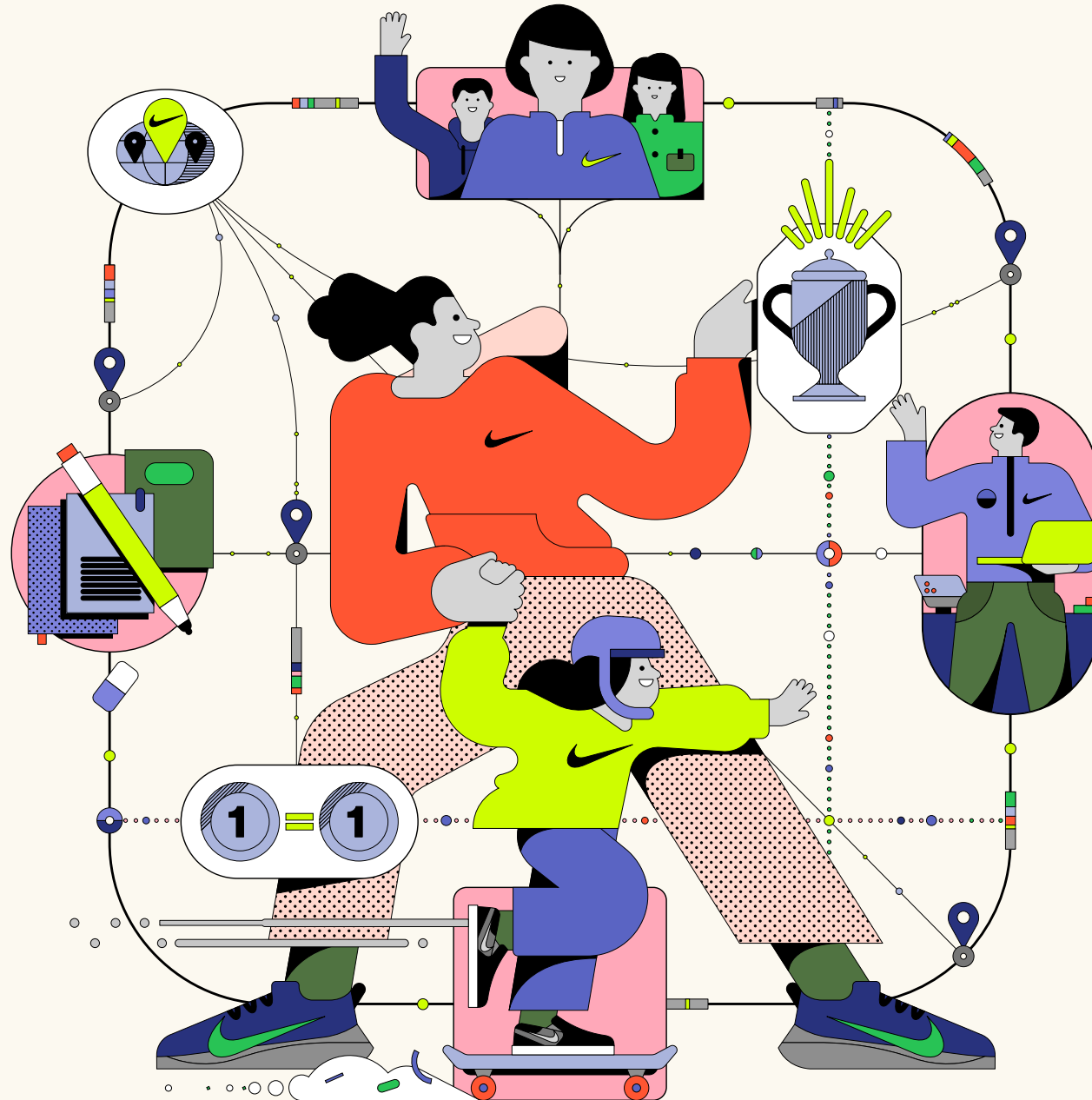
der Mitarbeiter weltweit nahmen an einer **Sensibilisierungsschulung zum Thema "Unbewusste Voreingenommenheit"** teil.

PERSONALWESEN

52/40 %

Frauen/unterrepräsentierte Gruppen nahmen in den USA am NIKE Internship Program teil.

1 PP = Prozentpunkte



GEHALT UND ZUSATZLEISTUNGEN

1:1

Entgeltgleichheit für Frauen weltweit und unterrepräsentierte Gruppen in den USA.

Zusatzleistungen für Familien

Erweiterte Unterstützung für Fruchtbarkeitsbehandlungen und Adoption und **zusätzliche neue Zusatzleistungen** für Leihmutterschaft und Eltern, die für Kinder mit Schwierigkeiten bei der Lern-, Sozial- und Verhaltensentwicklung sorgen.

Sportzentren
für Mitarbeiter in der weltweiten Zentrale **kostenlos**.

ENTWICKLUNG

Mentoring Program
zur **Verbesserung von Karriere und Kultur** gestartet mit
ca. 1.000 Mitarbeitern.

FREISETZEN VON MENSCHLICHEM POTENZIAL

MITARBEITER-ENGAGEMENT

147.000

Stunden Freiwilligenarbeit von Mitarbeiter.

ÜBER 2.700

Organisationen erhielten Unterstützung von Mitarbeitern.

5.400

Einzelhandelsmitarbeiter in 24 Ländern stellten sich im Rahmen des Programms **NIKE Community Ambassadors** freiwillig als Jugend-Coaches zur Verfügung.

AUSGEBILDETE COACHES

CA. 100.000

Community-Coaches wurden mit der Unterstützung von Partnern ausgebildet, um positive Sporterlebnisse für Kinder zu schaffen.

COMMUNITY INVESTMENT

417 MIO. USD

wurden von GJ15 bis GJ19 in unsere Communitys investiert; davon halfen 130 Mio. USD dabei, die Gleichberechtigung und **Fairness** für alle zu fördern.

81 MIO. USD

wurden GJ19 investiert, um unseren Einfluss in unseren Communitys zu steigern.

9,8 MIO. USD

wurden über Employee Matching Gifts, Auszeichnungen für Freiwilligenarbeit und NIKE Foundation Match gespendet.

AKTIVE KINDER

ÜBER 17 MIO.

Kinder wurden mit Hilfe von NIKE und seiner über 90 Community-Partner auf der ganzen Welt sportlich aktiv.



UMGESTALTEN DER FERTIGUNG

NACHHALTIGE BESCHAFFUNG

ÜBER 1 MIO.
Mitarbeiter in unserer Grundbasis in 41 Ländern.

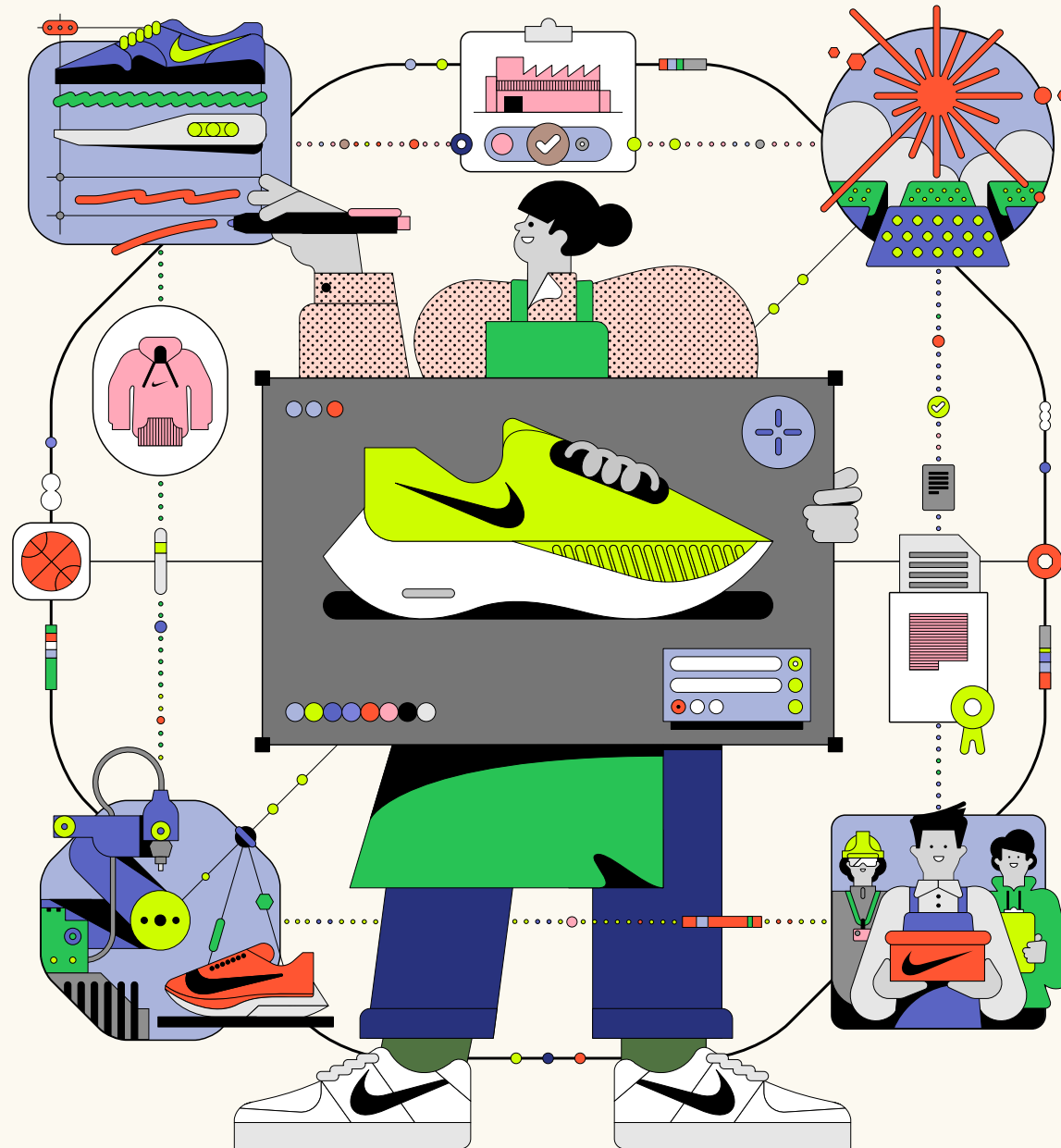
CA. 93 %
der 525 Vertragswerke von NIKE wurden mit **Bronze oder besser** bewertet, unserer Definition von Nachhaltigkeit.

FLA-Reakkreditierung

des Sustainable Manufacturing Program von NIKE:
Wir entsprechen dem Goldstandard für den Ansatz auf
Systemebene für die **Einhaltung von Menschenrechten
und sozialer Verantwortung.**

ÜBER 100.000

Mitarbeiter in unseren Tier 1-Lieferantenwerken
schlossen seit 2015 Schulungssitzungen zum Thema
Brandprävention und -schutz durch.



ENGAGIERTE BELEGSCHAFT

270.000
Mitarbeiter aus 45 Vertragswerken in 11 Ländern nahmen an der Umfrage **Engagement and Wellbeing** (EWB) von NIKE teil.

Vergütung und Zusatzleistungen

Wir haben die Ergebnisse unserer **vierjährigen Studie** dazu veröffentlicht, wie Vergütungsansätze in einem Standort sowohl die Arbeiter als auch die Leistung am Standort beeinflusst haben.

**PARTNERSCHAFTEN ZUR
BESCHLEUNIGUNG DES WANDELS
IN DER BRANCHE**

437 Mio. USD

wurden im Rahmen eines **Handelsfinanzierungsprogramms** zwischen NIKE und der International Finance Corporation (IFC) ausgegeben, die einen Anreiz für die Lieferantenleistung durch das Angebot geringerer Handelsfinanzbestimmungen für Werke mit einer Bewertung von Bronze oder höher bietet.

Responsible Labor Initiative (RLI)

Wir sind RLI beigetreten, einer Kollaboration zwischen führenden Unternehmen und Expertenorganisationen, um den **positiven Wandel** durch die Art und Weise zu unterstützen, wie Fremdarbeiter in unserer Wertschöpfungskette eingestellt werden.



VERBESSERN DER UMWELTBILANZ

MATERIALIEN

ÜBER 7,5 MRD.

Plastikflaschen werden seit 2010 von Mülldeponien und Wasserstraßen abgeleitet und zu recycelten Polyesterschuhen und -kleidungsstücken umgewandelt.

53,5 Mrd.

Liter Wasser wurden eingespart und 200.000 kg weniger Pestizide wurden durch die Umstellung hin zu nachhaltiger Baumwolle verwendet.

76 %

der Schuh- und Kleidungsprodukte der Marke Nike bestehen zu einem Anteil aus **recycelten Materialien**, vom Obermaterial von Schuhen bis zu ganzen Trikots.

WASSER

23 Mrd.

Liter Wasser wurden durch effiziente Programme eingespart, die von unseren wichtigsten Materiallieferanten seit GJ16 eingeführt wurden.

PRODUKT

23 Mio.

Paare Flyknit Schuhe wurden unter Verwendung von recyceltem Plastikmaterial hergestellt, das **über 31 Mio. Plastikflaschen entspricht**.

50 %

recycelter Fertigungsabfall in jeder Nike Air Sohle enthalten.

75 %

recycelte Materialien in Air Sohlen von VaporMax Random, auch aus ausrangiertem Flyknit Garn und CDs, im Ferseneinsatz.

ENERGIE/CO2

600.000

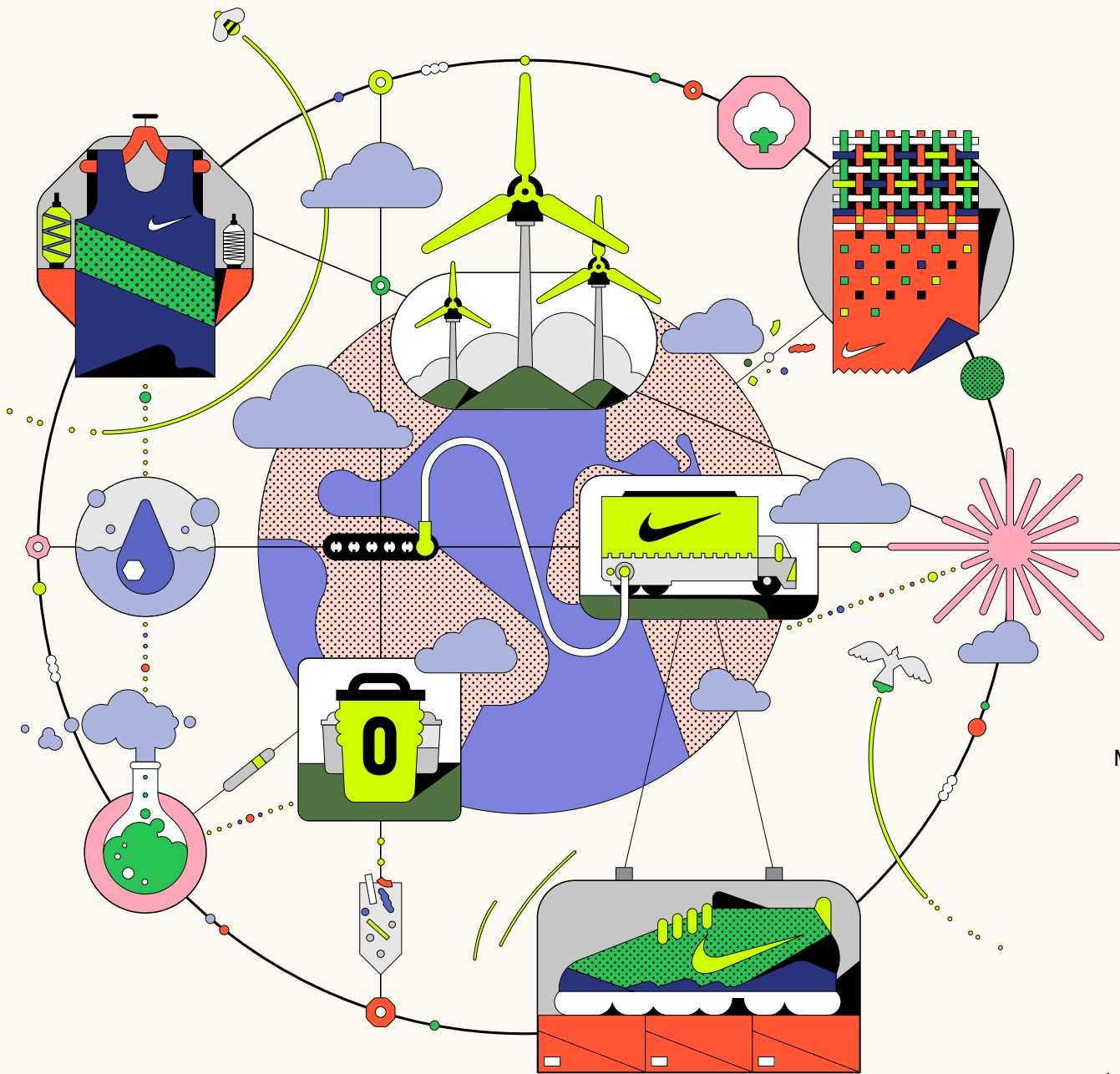
Megawattstunden aus **erneuerbaren Energiequellen** pro Jahr; das entspricht über 75 % unseres weltweiten Strombedarfs.

ÜBER 30 %

der NIKE Stores weltweit sind **LEED-zertifiziert**.

7,33

kg CO₂e/Einheit ist der **durchschnittliche CO2-Fußabdruck von NIKE Produkten**.

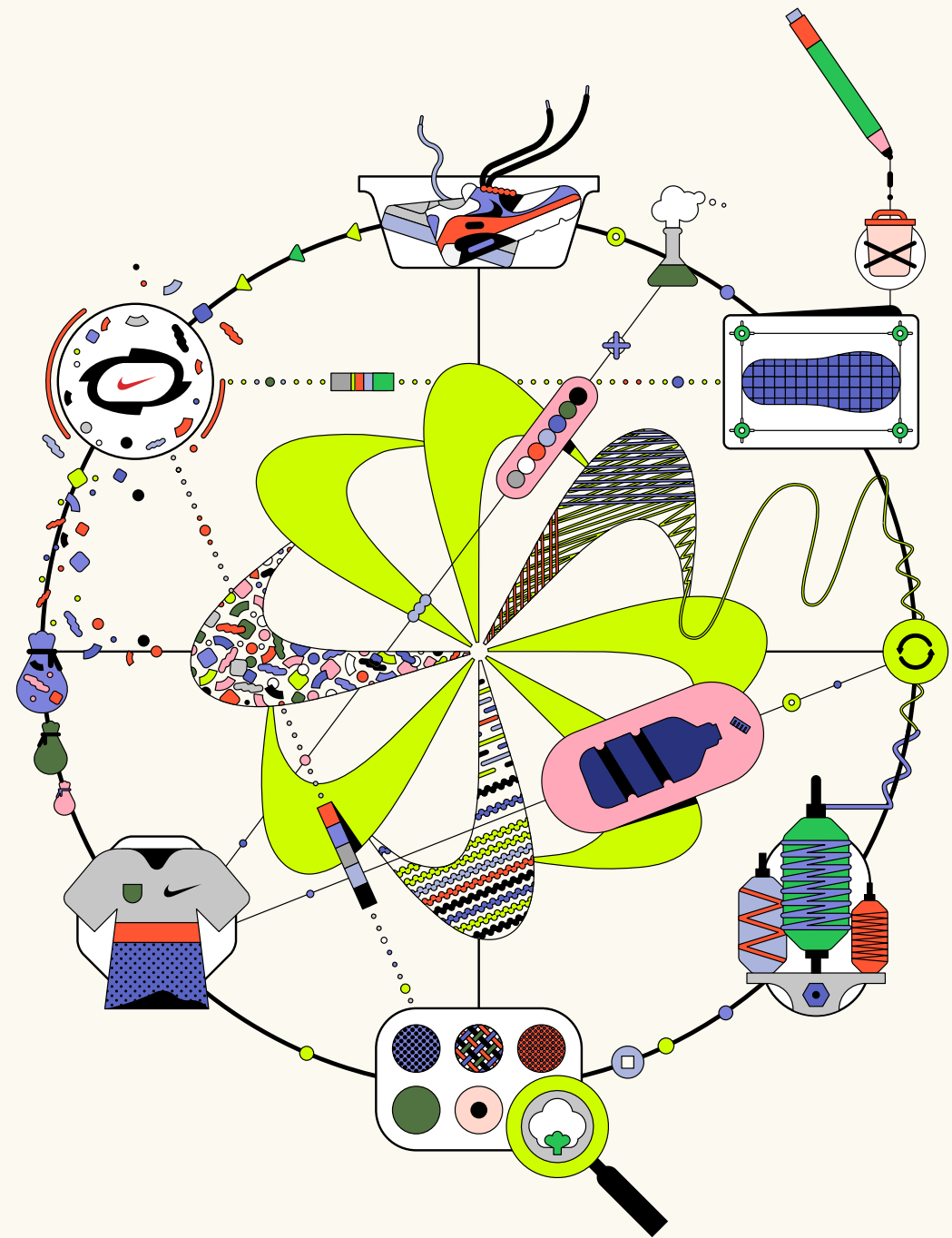


KREISLAUF

Wurde mit Studenten und Personal der Kunsthochschule Central Saint Martins in London erstellt und von der Global Fashion Agenda inspiriert. Er vermittelt eine **gemeinsame Sprache** für die Kreislaufwirtschaft.

120 Mio.
Pfund Material aus der Schuhfertigung wurden bisher von NIKE Grind recycelt.

Über 30 Mio.
Paar Schuhe wurden seit dem Start von Reuse-A-Shoe zu
Laufbahnen, Spielplätzen und anderen Oberflächen recycelt.



ABFALL

99,9 %
des **Abfalls bei der Schuhfertigung von Vertragswerken** wurden
recycelt oder in Energie umgewandelt.

2 Mio.
Kilogramm Abfall werden jedes Jahr durch die
Installation von über 1.000 modernen und effizienten
Schneidemaschinen durch Vertragswerke in unserer
Wertschöpfungskette vermieden.

Einweg-Plastikflaschen

wurden weltweit in unseren Zentralen und in den meisten wichtigen Städten abgeschafft, darunter Los Angeles, New York und London.

25 %
Reduzierung der Converse Verpackung durch den Wechsel von
zwei Kartons pro Produkt zu einem speziell entwickelten Karton
(OneBox).

GJ19-ZIELDATEN

Legende	▲ Zunahme	▼ Abnahme
Positiv	▲	▼
Negativ	▲	▼

	Maßeinheit	GJ15-Baseline	GJ16	GJ17	GJ18	GJ19	GJ19-Änderung im Vgl. zu Baseline	Ziel
FREISETZEN VON MENSCHLICHEM POTENZIAL								
COMMUNITY-EINFLUSS								
Jährliche Investitionen als % des Vorsteuergewinns	%	1,9 %	1,8 %	1,9 %	1,8 %	1,9 %	K. A. ¹	1,5 %
UMGESTALTEN DER FERTIGUNG								
FERTIGUNG ²								
Werke mit Bewertung Bronze oder besser	%	86 %	87 %	91 %	93 %	93 %	▲ 44 PP ³ (im Vgl. zu GJ11-Baseline)	100 %
Werke mit übermäßigen Überstunden	%	3,3 %	3,2 %	3,9 %	2,4 %	2,3 %	▼ 1 PP	0 %
VERBESSERTEN DER UMWELTBILANZ								
PRODUKT								
Durchschnittlicher CO2-Fußabdruck pro Produkt ⁴	(kg CO ₂ e/Einheit)	7,33	7,19	7,15	7,45	7,33	0 % ⁵	▼ 10 %
Produkt bewertet nach Nachhaltigkeitsleistung ⁶	%	27 %	68 %	71 %	73 %	69 %	▲ 42 PP	80 %
MATERIALIEN								
Nachhaltige Materialien – Bekleidung (AP = Apparel) ⁷	%	19 %	21 %	33 %	34 %	41 %	▲ 22 PP	Zunahme
Nachhaltige Materialien – Schuhe (FW = Footwear) ^{7,8}	%	31 %	31 %	32 %	32 %	30 %	▼ 1 PP	Zunahme
Baumwolle aus nachhaltigerer Beschaffung ⁹	%	24 %	35 %	53 %	60 % ¹⁰	86 %	▲ 62 PP	100 %

Mehr Details zu unseren Zielen für 2020 findest du in unserem GJ19 NIKE, Inc. Einflussbericht ([purpose.nike.com](https://www.nike.com/purpose)).

1 Dies ist ein jährliches Ziel. Baseline und Änderung im Vgl. zu Baseline sind für dieses Ziel nicht relevant.

2 Der Umfang umfasst die gesamte Herstellung fertiger Erzeugnisse.

3 PP = Prozentpunkte.

4 Dieses Ziel umfasst von NIKE designte/entwickelte globale Bekleidungsmodelle der Marken Nike, Jordan und NIKE Golf und globale Schuhmodelle der Marken Nike, Jordan und NIKE Golf. Wir verwenden unsere CO₂e-Emissionen stellvertretend für unsere Umwelteinwirkungen (z. B. Energie, andere Emissionen in der Luft).

5 Der durchschnittliche CO₂-Fußabdruck wird direkt mit der GJ15-Baseline verglichen, da sowohl das Material pro Einheit (Bekleidung wird schwerer) als auch die Herstellungsemissionsintensität (durch die Versorgungselektrizität in Vietnam und den Style/Modell-Mix) gestiegen sind. NIKE hat zwei weitere CO₂-Ziele für GJ20, die Tier 1 (Herstellung fertiger Erzeugnisse) in Kombination mit anderen Haupttätigkeiten und Tier 2 (Materialendbearbeitung) umfassen. Das Produktziel entspricht Tier 1 bis 4 (was Materialfertigung und Produktion der Rohstoffe umfasst).

6 Der Produktumfang umfasst alle Produkt-Engines bei der Marke Nike, Converse und Hurley sowie Lizenznehmern der Marke Nike.

7 Wir definieren nachhaltigere Materialien als solche, die die Umweltbelastung eines Produktes durch bessere Chemie, geringere Ressourcenintensität, weniger Abfall und/oder Recycelbarkeit reduzieren.

8 Die FW EPM-Prozentzahlen von GJ16 und GJ18 wurden aufgrund von Berichtabweichungen berichtigt, die durch die Datenkontrollprozesse von NIKE identifiziert wurden.

9 Bio-zertifizierte Better Cotton (Baumwolle, die gemäß des Better Cotton Standard System angebaut wird) oder recycelt.

10 GJ18 wurde aufgrund einer Berichtabweichung korrigiert, die durch die Datenkontrollprozesse von NIKE identifiziert wurde.



<

ENGAGEMENT UND KOLLABORATIONEN

ENGAGEMENTS

Arctic Shipping Pledge

Wir haben uns mit dem Ocean Conservancy zusammengetan, um ein Arctic Shipping Pledge einzuführen – eine Verpflichtung dazu, Schiffe nicht (absichtlich) durch die Arktis zu schicken, um die Natur vor der negativen Umweltbelastung zu schützen. Zu den ersten Unterzeichnern der Zusicherung gehören die Unternehmen Bestseller, Columbia, Gap Inc., H&M Group, Kering, Li & Fung, PVH Corp. sowie zahlreiche Reedereien.



 **Weitere Infos:**
[Arctic Shipping Pledge](#)

Science-Based Targets

Wir setzen uns durch Science-Based Targets mutige und ambitionierte Ziele, um unseren CO2-Fußabdruck bis 2030 zu reduzieren. Wir setzen uns für eine absolute Reduzierung der Scope-1- und Scope-2-Emissionen um 65 % und der Scope-3-Emissionen um 30 % bis 2030 ein.



 **Weitere Infos:**
[Science-Based Targets](#)

Circular Fashion System Commitment

Als strategischer Partner von Global Fashion Agenda (GFA) verpflichten wir uns zum Circular Fashion System Commitment 2020 der GFA und arbeiten weiter an der Implementierung von Kreislaufdesign-Strategien wie im [Circular Design Guide von NIKE](#) dargelegt.



 **Weitere Infos:**
[Circular Fashion System Commitment](#)

KOLLABORATIONEN

Responsible Labor Initiative

Wir haben uns der RLI angeschlossen, einer branchenübergreifenden Multi-Stakeholder-Initiative der Responsible Business Alliance, die sich darauf konzentriert, Käufern und Lieferanten bei der Entwicklung von Tools und Ressourcen zum Umgang mit den Risiken von Zwangsarbeit zu unterstützen.

Weitere Infos:
[Responsible Labor Initiative](#) 

Renewable Energy Buyers Alliance

Wir sind Gründungsmitglied der neuen Renewable Energy Buyers Alliance, einer Vereinigung großer Käufer sauberer Energie, die den Markt für alle gewerblichen Energieabnehmer öffnet und einen schnellen Übergang zu einer saubereren, erfolgreichen Energiezukunft ohne CO2 anführen.

Weitere Infos:
[Renewable Energy Buyers Alliance](#) 



Sustainable Air
Freight Alliance

Nachhaltig Air Freight ALLIANCE

Wir sind Gründungsmitglied der Sustainable Air Freight Alliance, einer Vereinigung aus Käufern und Lieferanten zwischen Spediteuren, Frachtführern und Luftfrachtspediteuren, deren Ziel es ist CO2-Emissionen aus Luftfracht nachzuverfolgen und zu reduzieren und einen verantwortungsbewussten Transport von Fracht zu fördern.

Weitere Infos:
[Nachhaltig Air Freight ALLIANCE](#) 



LADE DEN VOLLSTÄNDIGEN BERICHT HIER HERUNTER:

PURPOSE.NIKE.COM

