

Freiburg, 19. Juli 2019

# Triaz Group stellt neuen Nachhaltigkeitsbericht vor

Unter dem Titel „Gemeinsam lassen wir menschengerechtes Wirtschaften lebendig werden“ präsentiert die Triaz Group ihren Nachhaltigkeitsbericht für die Jahre 2017 und 2018. Neben ihrem nachhaltigen Engagement dokumentiert die Freiburger Unternehmensgruppe in ihrem zweiten Nachhaltigkeitsbericht, welche neuen Wege sie mit ihren Versandhausmarken Waschbär, Vivanda und PranaHaus eingeschlagen hat und wie sich die Gruppe als Purpose-Unternehmen neu formiert. Der Nachhaltigkeitsbericht, der sich am Standard der Global Reporting Initiative (GRI) „Kern“-Option orientiert, steht ab sofort zum Download zur Verfügung unter: [www.triaz-group.com](http://www.triaz-group.com)



## Neue Markenarchitektur mit der Marke Waschbär im Fokus

Umwelt- und sozialgerechte Produkte für alle Lebensbereiche anzubieten und Verbrauchern so einen nachhaltigen Alltag zu ermöglichen: Das ist die Mission des 1987 gegründeten Umweltversands Waschbär und der daraus hervorgegangenen Triaz Group. Bis zuletzt waren unter dem Dach der Triaz Group auch die beiden nachhaltig ausgerichteten Versandhäuser PranaHaus und Vivanda vereint. Seit Ende 2017 ist PranaHaus ein eigenständiges Unternehmen; Vivanda wurde Mitte 2018 mit Waschbär zusammengeführt. Seitdem konzentriert sich die Gruppe wieder vollständig auf ihre Kern-Marke Waschbär, die mit einem rund 10.000 Artikel umfassenden Sortiment zu den größten Spezialversendern von nachhaltigen Produkten im deutschsprachigen Raum gehört.

Freiburg, 19. Juli 2019

### Nachhaltiges Handeln gehört zur Unternehmensphilosophie

Der Name Triaz symbolisiert den Dreiklang aus sozialer, ökologischer und ökonomischer Verantwortung. Für die Triaz Group ist Nachhaltigkeit im Sinne eines gegenüber Menschen und Umwelt verantwortungsvollen Wirtschaftens existenzieller Bestandteil der Unternehmenskultur, was sich im Leitmotiv „Gemeinsam lebendig wirtschaften“ widerspiegelt. „Nachhaltiges Handeln ist für uns seit jeher gelebte Praxis. Wir verstehen Nachhaltigkeit jedoch als einen Prozess und damit als Verpflichtung, uns an veränderte Handlungsspielräume anzupassen und stetig besser zu werden. In unserem zweiten Nachhaltigkeitsbericht machen wir unsere Fortschritte transparent und dokumentieren, wie wir im Einklang mit unseren Werten handeln“, erklärt Katharina Hupfer, Eigentümerin und Geschäftsführerin der Triaz Group.

### Standards der Berichterstattung

Der Nachhaltigkeitsbericht wurde in Anlehnung an den Standard der Global Reporting Initiative (GRI) „Kern“-Option“ erstellt. Um entsprechend der GRI-Vorgaben die relevanten Themen für die Berichterstattung zu ermitteln, hat die Triaz Group eine Umfrage unter ihren wichtigsten Stakeholdern durchgeführt. Die daraus abgeleiteten wesentlichen Aspekte wurden um die Unternehmensziele der Triaz Group erweitert und bilden zusammen die Grundlage des Berichts, der entsprechend dem nachhaltigen Dreiklang in die Kapitel „Ökologische Verantwortung“, „Ökonomische Verantwortung“ und „Soziale Verantwortung“ gegliedert ist.

### Zertifiziert nach DIN EN ISO 14001

Im Kapitel „Ökologische Verantwortung“ geht es zum einen um die hohen nachhaltigen Standards der angebotenen Produkte. Zum anderen wird dargelegt, wie die Unternehmensgruppe mit Hilfe ihres seit 2017 nach DIN EN ISO 14001 zertifizierten Umweltmanagements ihren eigenen ökologischen Fußabdruck systematisch minimiert.

### Die Triaz Group übernimmt ökonomische und soziale Verantwortung

Im Kapitel „Ökonomische Verantwortung“ informiert die Triaz Group unter anderem darüber, wie sie sich als Mitglied der Fair Wear Foundation (FWF) für bessere Arbeitsbedingungen in ihren textilen Lieferketten einsetzt und hierfür zum vierten Mal in Folge mit dem Leader-Status, der höchsten FWF-Kategorie, ausgezeichnet wurde. Zudem arbeitet die Triaz Group seit 2018 zusammen mit ihrem neuen Partner STEP für einen fairen Handel mit handgefertigten Teppichen. Über das Engagement in einem Projekt zur Erzeugung



**Freiburg, 19. Juli 2019**

von Bio-Seide in China berichtet das Unternehmen im Kapitel „Soziale Verantwortung“. Das Seiden-Projekt leistet über die Förderung des ökologischen Landbaus hinaus einen Beitrag zum Umweltschutz und bietet rund 250 Kleinbauern und ihren Familien eine Existenzgrundlage.

**Die Triaz Group ist seit Ende 2017  
ein Purpose-Unternehmen**

Neben wesentlichen Nachhaltigkeitsaspekten enthält der Bericht angelehnt an die GRI-Vorgaben auch allgemeine Angaben zum Unternehmen. Die Triaz Group hat nicht nur eine neue Markenarchitektur, sondern im Zuge der Nachfolge von Mehrheitsgesellschafter Ernst Schütz auch eine neue Eigentumsform erhalten. Seit Ende 2017 ist die Unternehmensgruppe ein Purpose-Unternehmen und damit ein sogenanntes Unternehmen in Verantwortungseigentum. Die neuen Inhaber Katharina Hupfer und Matthias Wehrle leiten die Geschäfte und haben als treuhänderische Verantwortungseigentümer weder Rechte an den finanziellen Erträgen noch dürfen sie die Triaz Group verkaufen oder vererben.

Damit bleiben sowohl die Verantwortung im Unternehmen als auch die Gewinne, die in nachhaltige Initiativen sowie in das Unternehmen selbst reinvestiert werden. „Purpose garantiert, dass auch zukünftig nicht die Profitinteressen fremder Investoren oder Eigentümer, sondern die Werte und der Zweck unseres Unternehmens im Mittelpunkt stehen“ erklärt Eigentümer und Geschäftsführer Matthias Wehrle. Im Zuge dieses Wandels arbeitet die Triaz Group auch an einer neuen hierarchieübergreifenden Führungskultur. Diese wird besser den heutigen Bedürfnissen ihrer Mitarbeiter gerecht und bietet viele Möglichkeiten für die persönliche Entwicklung und eigenverantwortliches Arbeiten.

**FIRMENINFORMATION**

**Pressekontakt für weitere  
Informationen und Bildmaterial:**

**Sylvia Raabe**

raabengrün - nachhaltig kommunizieren

Presse-Service *Triaz Group*

Böttberg 6

83627 Warngau

Tel: +49 (0) 89 - 99 01 607 11

Fax: +49 (0) 89 - 99 01 607 13

Email: [s.raabe@raabengruen.de](mailto:s.raabe@raabengruen.de)

Die *Triaz Group* handelt über ihre Marke *Waschbär* mit nachhaltigen Produkten im deutschsprachigen Raum. Triaz steht für den Dreiklang aus sozialer, ökologischer und ökonomischer Verantwortung. Als erstes deutsches Unternehmen versendet die *Triaz Group* schon seit 2005 komplett klimaneutral. Die *Triaz Group* ist Mitglied der *Fair Wear Foundation* sowie dem *Bündnis für nachhaltige Textilien*. Ihr ökosoziales Engagement spiegelt sich in hauseigenen Artikelpässen und einer engen Zusammenarbeit mit ihren Lieferanten wider – für eine ökologische Produktion und faire Arbeitsbedingungen. Unabhängige Siegel wie der Global Organic Textile Standard (GOTS) und das *BDIH-Label* für kontrollierte Naturkosmetik belegen dieses Engagement. Die *Triaz Group* beschäftigte 2018 insgesamt 354 MitarbeiterInnen und setzte rund 69 Mio. Euro um.

[www.triaz-group.com](http://www.triaz-group.com)