

DRYKORN

CAUSE
WE_MIND

DRYKORN MIND

IMPACT REPORT SUMMARY
2025



DRYKORN MIND: UNSER BEKENNTNIS ZU UNTERNEHMERISCHER VERANTWORTUNG

Schönheit zeigt sich in vielen Facetten und geht dabei weit über die äußere Erscheinung hinaus. Für uns bei DRYKORN steht „beautiful“ für die geistige, seelische und charakterliche Schönheit, die in uns allen existiert. Unsere Mode soll als Werkzeug dienen, um Persönlichkeit auszudrücken und das eigene Verständnis von Schönheit zu gestalten.

Wir möchten unser Handeln für dich nachvollziehbar abbilden, deswegen hältst du den IMPACT REPORT Summary 2025 in deinen Händen.

GOVERNANCE

Brief und Siegel

Neue Regulatorik ist stets ein Treiber für Fortschritt. Manchmal bringt sie jedoch auch Wachstumsschmerzen mit sich. Mit der Empowering Consumers Directive (EU 2024/825), die 2026 in Kraft tritt, ist genau das der Fall.

Wir werden uns den neuen Anforderungen Schritt für Schritt annähern. Dabei wird deutlich, dass bewährte Systeme aus einer neuen Perspektive betrachtet werden müssen. Das gilt insbesondere für die Kommunikation rund um unsere Materialien. Wir lernen, was wir besser machen können. Und genau das werden

wir tun, um zukünftig wieder detailliert berichten zu können.

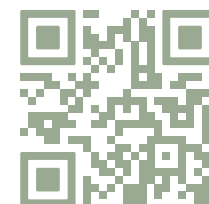
Hinweis zur Kommunikation

In diesem Bericht verwenden wir das Wort „nachhaltig“ bewusst nur dann, wenn keine logische Alternative existiert, denn wir wollen nicht zu seiner Bedeutungsentleerung beitragen.

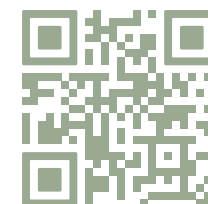
Alle Umweltaussagen stützen sich auf Daten und die jeweils angegebene Methodik. Etwaige Limitierungen beleuchten wir im Interesse der Verbraucher*innen.

WE MIND & BLOG

Du willst mehr wissen? Seit 2025 betreiben wir auf der DRYKORN WE MIND Seite einen eigenen CSR-Blog, der regelmäßig mit neuen Inhalten aus dem DRYKORN CSR Kosmos bespielt wird.



WE_MIND



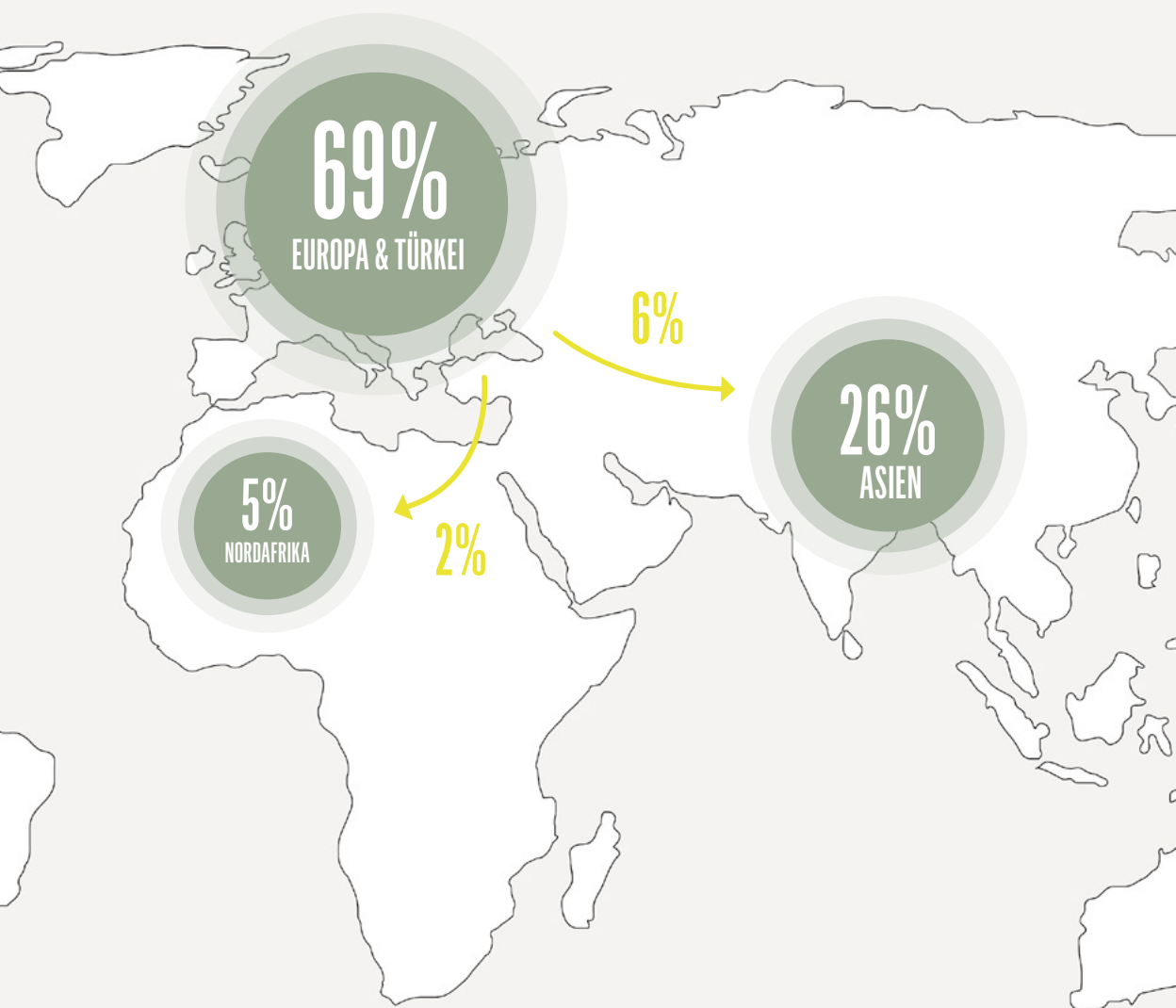
WE_MIND Blog



A photograph of two women sitting at a white plastic table outdoors by the sea. The woman on the left is older, with short grey hair, wearing a red jacket and sunglasses, and is gesturing while speaking. The woman on the right is younger, with long dark curly hair, wearing a white t-shirt, and is listening with her hand on her chin. On the table is a chess set, a white mug, and some small items. The background shows the blue sea and a clear sky.

PEOPLE

DRYKORN berührt die Leben von Tausenden, jeden Tag. Ob Endkund*innen, Arbeiter*innen in der Lieferkette oder unser eigenes Team – nichts hiervon würde ohne sie funktionieren: **BEAUTIFUL PEOPLE.**



Produktionsregionen von Drykorn-Produkten (umsatzbezogen)

WO KOMMT'S HER?

Die Herstellung in Europa und der Türkei ist seit jeher unsere Prio – und dabei bleibt es auch. Knapp ein Viertel unserer Kollektion wird in Asien gefertigt – vor allem Feinstrick und Jersey. Für Denim setzen wir zudem auf einen Lieferanten in Tunesien.

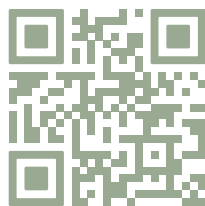
Im Vergleich zu letztem Jahr haben sich 8 % unseres Europa- und Türkei-Umsatzes nach Asien und Nordafrika verschoben. Hier liegt keine strategische Neuausrichtung zugrunde, sondern gängige Marktdynamiken.

Produktions-partner in	Länder (#)	Lieferanten (#)	Umsatz-anteil (%)	Veränderung zum Vorjahr (Prozentpunkte)	Längste Geschäftsbeziehung in der Region (Jahre)
Europa & Türkei	7	36	69	-8	16
Nordafrika	1	2	5	+2	14
Asien	4	9	26	+6	13

SUPPLY CHAIN

Due Diligence

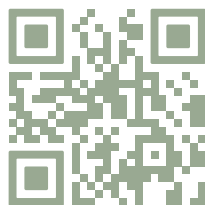
Menschenrechte sind niemals verhandelbar. Auch wir tragen einen Teil der Verantwortung, dass sie bei der Herstellung unserer Kleidung eingehalten werden. Um dieser Sorgfaltspflicht (Due Diligence) nachzukommen, nutzen wir verschiedene Mechanismen, aufbauend auf Risikoanalysen und Vertragsinhalten bis hin zu Sozialaudits und Lieferantenbesuchen.



CODE OF CONDUCT:
LIEFERANTEN

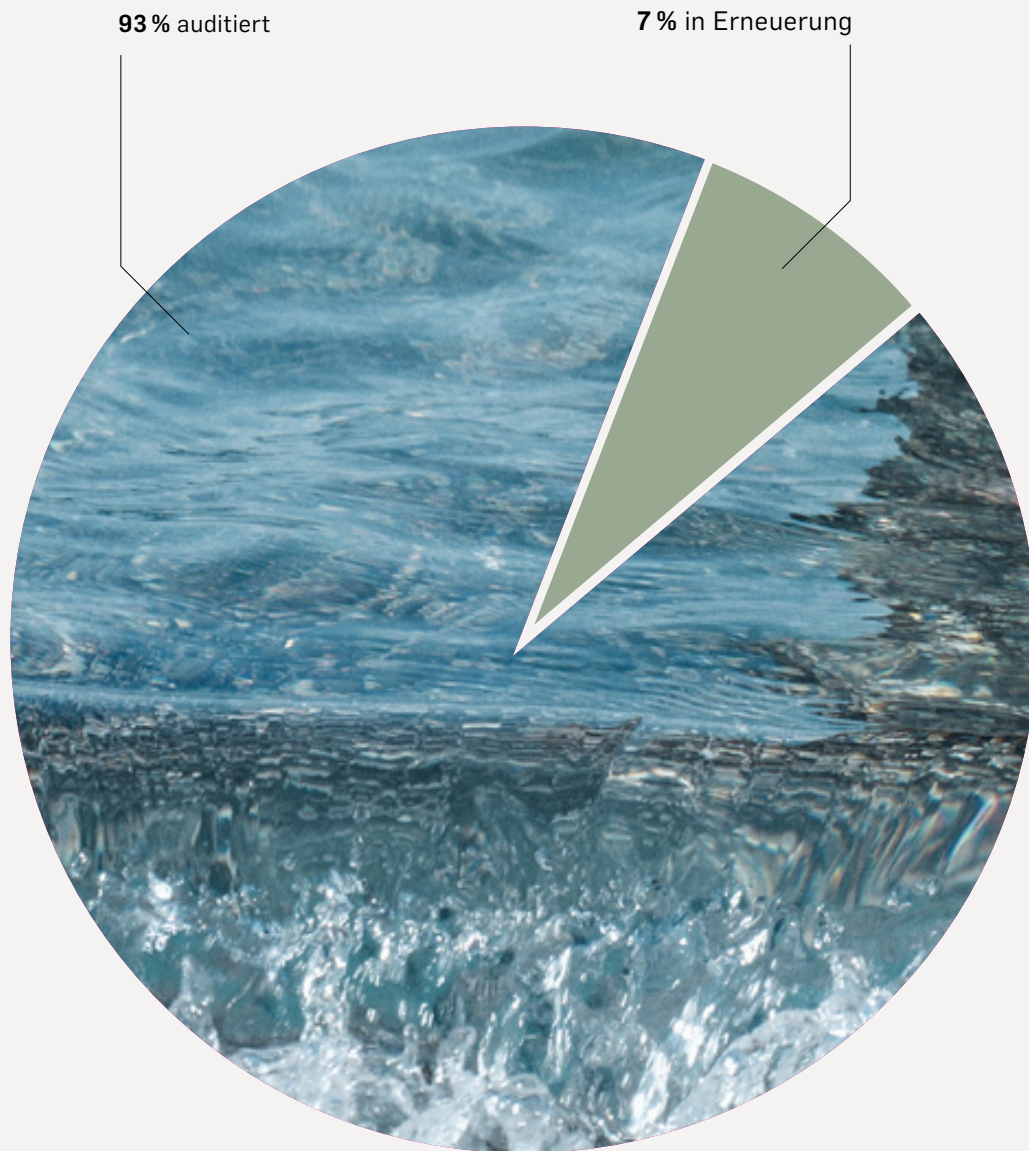
Vertraglich gesichert

Wir stellen klare Anforderungen an Lieferanten und uns selbst, gesichert durch unsere Vertragsinhalte, den verbindlichen CODE OF CONDUCT: LIEFERANTEN, sowie unsere 2025 veröffentlichte DRYKORN POLICY: MENSCHENRECHTE. In dieser ist auch unser Due Diligence Prozess im Detail aufgeführt.



DRYKORN POLICY:
MENSCHENRECHTE





Auditquote bei Tier-1-Lieferanten (umsatzbezogen)

SOZIALAUDITS

All unsere direkten Lieferanten konfektionierter Kleidung müssen ein Sozialaudit vorweisen¹. Hierbei prüfen externe Auditoren die Einhaltung einer Vielzahl von Menschenrechts- und Arbeitsthemen in den Fabriken.

Gemessen am erwirtschafteten Umsatz sind von unseren Lieferanten im Berichtszeitraum 93 % auditiert gewesen. 7 % des Umsatzes wurden mit Lieferanten in der Ukraine erwirtschaftet, die aufgrund des russischen Angriffskrieges weiterhin nicht auditiert werden können.

Direkt und unbürokratisch

In 2025 haben wir zunehmend den Dialog und die direkte Zusammenarbeit in unserer Lieferkette gesucht, um abseits von Zertifikaten einen Impact zu erschaffen. Wir stehen in regelmäßigem Austausch mit wichtigen Lieferanten und ihren CSR-Beauftragten.

2025 haben wir ein direktes Kooperationsprojekt mit der Tamil Nadu Textile and Common Labour Union (TTCU) um-

gesetzt – einer frauengeführten Gewerkschaft in Südindien, bekannt für ihre Schlüsselrolle im Dindigul-Agreement² von 2022, Asiens erstem rechtsverbindlichen Abkommen gegen geschlechtsspezifische Gewalt in Textilfabriken.

Unser Ansatz war bewusst unbürokratisch: Wir stellten den Kontakt zwischen TTCU und unserem größten indischen Lieferanten her und übernahmen die Finanzierung von Belegschafts-Trainings zu geschlechtsbasierter Gewalt und Belästigung. Die Konzeption, Organisation und Durchführung lagen vollständig in den Händen von TTCU.

Die Trainings fanden 2025 erfolgreich statt. Das Vertrauen der Beschäftigten wuchs sichtlich mit der Zeit – ein Zeichen dafür, wie wichtig lokale Expertise und ein langfristiger Ansatz sind. Das Programm wird 2026 fortgesetzt.

¹ Wir akzeptieren Audits gängiger Drittanbieter, bevorzugt von amfori BSCI, FairWear Foundation oder Sedex. Interne Audits und Audits von nicht-akkreditierten Stellen akzeptieren wir nicht.

² <https://globallaborjustice.org/media/uploads/2025/04/Dindigul-Agreement-Fact-Sheet-Jan.-2023.pdf>

TEAM & WORK

Unser Team besteht aus Enthusiast*innen und Freidenker*innen, die mit Leidenschaft und Hingabe DRYKORN zu der Brand machen, die sie ist.

DRYKORN is female

191 Menschen arbeiten bei DRYKORN – davon sind knapp zwei Drittel Frauen. In Führungspositionen sind Männer mit 68 % immer noch überrepräsentiert. Auch die Geschäftsführung war 2024/25 noch zu 100 % männlich. Das hat sich zwischenzeitlich jedoch geändert – mit zwei weiblichen Zugängen im C-Level.

Wir sehen trotzdem ein strukturelles Thema mit systemischen Wurzeln,

etwa die Tatsache, dass deutlich mehr Frauen als Männer in Teilzeit arbeiten, häufig aufgrund von Carearbeit.

Bei DRYKORN möchten wir ein Umfeld schaffen, in dem Fairness und Chancengleichheit selbstverständlich sind. Die aktuellen Zahlen zeigen uns, dass es sich lohnt, genauer hinzusehen und Alternativen auszuloten – vor allem bei Lohnungleichheit und Karriereentwicklung.

DRYKORN KITZINGEN 2025



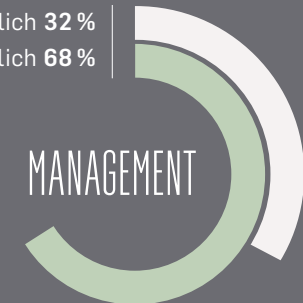
männlich 100 %



weiblich 64 %
männlich 36 %



weiblich 32 %
männlich 68 %



A photograph of two women from the waist down, standing on a rocky shore with the ocean in the background. They are wearing light blue, off-the-shoulder dresses. The woman on the right is also wearing a small, brown, knitted crossbody bag. The word 'PRODUCT' is overlaid in large, white, sans-serif capital letters across the center of the image.

PRODUCT

DRYKORN ist eine Product Brand. Das Produkt muss sowohl hinsichtlich des Designs als auch der Qualität exzellent sein. Für uns ist es daher ein selbstverständliches Qualitätsmerkmal, auf eine sorgfältige Produktentwicklung unter zukunftsorientierten und ethischen Gesichtspunkten zu achten.

SAFETY FIRST

Wir stellen für all unsere Produkte sicher, dass sie der EU-REACH-Verordnung und der EU-Produktsicherheitsverordnung entsprechen. Alle Lieferanten bestätigen die Einhaltung unserer Restricted Substances Lists (RSLs) für Produkte, Zutaten und Herstellungsprozesse. Darüber hinaus verbieten wir den Einsatz von PFAS.

Unser Testplan basiert unter anderem auf der REACH-4-Textiles Risk Based Testing Matrix. Unsere RSL baut auf dem AFIRM-Framework auf und wird durch markt- und materialspezifische Anforderungen ergänzt.

DRYKORN MATERIALS

Bei unseren Produkten liegt der Fokus klar auf Naturmaterialien. Das heißt: 78 % unseres Umsatzes erzielen wir mit Produkten aus Materialien, die in eine dieser drei Kategorien fallen:

- Naturfasern wie Baumwolle, Leinen oder Hanf;
- Tierische Materialien wie Wolle und Leder;
- Regeneratfasern wie Viskose oder Lyocell. Diese werden in einem chemischen Verfahren aus Zellstoff gewonnen, der von Bambus oder Bäumen stammt.

22 % unseres Umsatzes wird mit Kunstfasern aus fossilen Rohstoffen erzielt, hauptsächlich Polyester, Polyamid und Elasthan. Wir verwenden diese Materialien gezielt, um die Haltbarkeit oder andere Performanceeigenschaften unserer Teile zu verbessern.



Materialverteilung (umsatzbezogen)

Flower power

Baumwolle ist unsere mit Abstand wichtigste Faser. Im Berichtszeitraum haben wir Baumwolle mindestens anteilig in mehr als der Hälfte der gesamten Kollektion.

Wir kaufen Baumwolle über das Better Cotton (BC) System ein. BC schult Farmer*innen in den Bereichen Wassereffizienz, Bodengesundheit, verantwortungsvollem Einsatz von Pflanzenschutzmitteln, Biodiversität und fairen Arbeitsbedingungen – mit dem Ziel, dass die Landwirte ihre Erträge steigern, ihre Schuldenabhängigkeit verringern, ihre Kinder zur Schule schicken und die natürlichen Ressourcen schützen können.

BC wird über ein Massenbilanzsystem bezogen. Das bedeutet, dass BC von einem/einer zertifizierten Farmer*in produziert, nach der Ernte jedoch mit konventioneller Baumwolle gemischt



und auf dem Weltmarkt platziert wird. Auf diese Weise gelangt eine bestimmte Menge an Better Cotton auf den Markt, der eine entsprechende Anzahl an Better Cotton Claim Units (BCCUs) zugeordnet wird. Die BCCUs werden dann von den Akteuren auf dem Markt zusammen mit der gehandelten Baumwollmenge bis hin zu den Endprodukten weitergegeben.

Heißt: Wir können nicht garantieren, dass die Baumwolle in DRYKORN Teilen BC ist, allerdings tragen wir über unsere Mitgliedschaft zur Förderung eines besseren Baumwollanbaus bei.³

Science for safety

Seit 2022 schließen wir chinesische Baumwolle vollständig aus unserer Lieferkette aus – aufgrund der dokumentierten staatlich organisierten Zwangs-

arbeit der uigurischen Bevölkerung in Xinjiang. Das Verbot ist vertraglich verankert und nicht verhandelbar.

Um die Einhaltung zu prüfen und unseren Managementprozess abzusichern, haben wir im Berichtsjahr erstmalig eine Isotopenanalyse eingesetzt: Hierbei wird die Verteilung von Varianten natürlicher Elemente in einem Organismus gemessen. Die gemessene Signatur des analysierten Materials lässt sich dann einem eindeutigen Herkunftsort zuordnen.

Eine risikobasiert ausgewählte Stichprobe von acht Stoffen wurde durch das unabhängige Labor isoFoodtrace (Hongkong/Adelaide) auf ihre Herkunft untersucht. Sieben von acht Proben stimmten mit der deklarierten Herkunft überein; keine stammte aus China. Die Isotopenanalyse ist nun fester Bestandteil unseres jährlichen Prüfprozesses.

³ https://bettercotton.org/membership/find-members/?_sf_s=drykorn

Wolle und Tierwohl

Wolle ist unsere zweitwichtigste Faser. Im Berichtsjahr haben wir mit Produkten aus Schafswolle 14 % unseres Umsatzes erwirtschaftet.

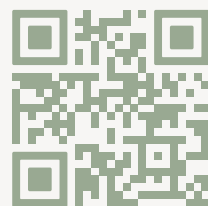
Mulesing

Mulesing bezeichnet die ausschließlich in Australien praktizierte operative Entfernung von Hautfalten am Hinterteil von Lämmern. Hierdurch wird ein Parasitenbefall durch eine bestimmte Schmeißfliegenart verhindert. Der Eingriff findet meist ohne Betäubung statt und verursacht starke Schmerzen bei Lämmern.

Wir lehnen Mulesing ausdrücklich ab.

47 % unserer Wolle kommt aus Australien. Hier haben wir bisher den non-mulesed Status über branchenübliche Managementsysteme sichergestellt. Wir sehen allerdings, dass diese Systeme überholt sind und keine hundertprozentige Absicherung gegen Mulesing darstellen.

Aus diesem Grund befinden wir uns zum Zeitpunkt des Reports in einer Entscheidungsphase über die Weiterentwicklung unseres Absicherungsprozesses, um lückenlos sicherzustellen, dass unsere australische Wolle mulesingfrei ist.



DRYKORN POLICY:
TIERISCHE MATERIALIEN

Und die anderen Tiere?

Wir nutzen auch andere tierische Materialien außer Schafswolle. Dabei handelt es sich hauptsächlich um Alpakawolle und Kaschmir sowie Leder von Rind, Schaf und Ziege. In wenigen Styles verwenden wir außerdem Seide, Perlmutter und Büffelhorn sowie in absoluten Einzelfällen Enten- oder Gänsedaunen. All diese Materialien verwenden wir, weil wir fest von ihrer Qualität und ihren Eigenschaften überzeugt sind.

Um hier intern wie extern ein sicheres Rahmenwerk zu schaffen, haben wir 2025 die DRYKORN POLICY: TIERISCHE MATERIALIEN veröffentlicht. Sie legt

unsere Grundsätze, Beschaffungsrichtlinien und Due-Diligence-Prozesse für tierische Materialien transparent dar und ist Bestandteil unserer Verträge mit Lieferanten.

Wir verbieten nach wie vor den Einsatz von Echtpelz, Angora, Mohair sowie Materialien bedrohter oder exotischer Arten.

Leder beziehen wir nur von Gerbereien, die durch die Leather Working Group zertifiziert sind und mindestens eine Bewertung von „Silber“ oder „Gold“ erhalten haben.⁴

⁴ Das Bewertungssystem der LWG reicht von „Bronze“ über „Silber“ bis „Gold“. Die Bewertung erfolgt nach einem vor-Ort-Audit in der Gerberei, bei dem insgesamt 17 Faktoren aus den Bereichen Umweltauswirkungen, Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz, Chemikalienmanagement und Rückverfolgbarkeit kontrolliert und bewertet werden. Für mehr Infos, besuche: <https://www.leatherworkinggroup.com/customer-landing-page/>

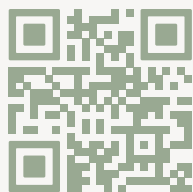
CIRCULAR ECONOMY

Die Circular Economy nimmt an Fahrt auf. Auch 2025 wurde das Thema groß öffentlich diskutiert und viele Innovationen und neue Konzepte sind auf der Bildfläche erschienen. Auch für uns ist Kreislaufwirtschaft kein unbeschriebenes Blatt mehr – wir haben 2025 einige Projekte erfolgreich vorangetrieben.

Repair

Wir wollen, dass unsere Produkte dich langfristig glücklich machen und zu Lieblingspieces werden. Wir reparieren daher kaputte DRYKORN-Teile auch nach Ablauf der Gewährleistungsfrist.

Für komplexe unsichtbare Ausbesserungen – zum Beispiel bei Strick- und Gewebeteilen – arbeiten wir mit den Expert*innen von Kunsto in Bayreuth zusammen. Und wenn mal ein Knopf abgerissen ist, kannst du dich einfach bei uns melden und wir schicken dir kostenlos Ersatz. Mehr dazu in unserem Repair Guide:



REPAIR GUIDE

Recycling & leftovers

Im Berichtsjahr haben wir etwa 1,9 t Stoffmuster und irreparable Retouren über das Faser-zu-Faser-Recyclingsystem von TURNS® verwertet.

Wir haben außerdem Kontakt zu Schulen und Kindergärten in der Umgebung aufgenommen. Die Resonanz war großartig, weswegen wir mittlerweile auch Swatches, die TURNS® nicht annehmen kann, an Schulen und Kindergärten für Bastelzwecke verschenken. So bekommt der Großteil unserer textilen Abfälle eine sinnvolle Verwendung.

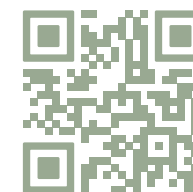
Grundsätzlich vernichten wir niemals verkäufliche Ware. Was bei uns gängige Praxis ist, wird ab Juli 2026 per Gesetz in der EU verboten sein.⁵

⁵ <https://www.tagesschau.de/ausland/europa/eu-verbot-vernichtung-kleidung-100.html>



Turnila

In Zusammenarbeit mit TURNS® haben wir im Berichtsjahr unser erstes Produkt mit dem Faser-zu-Faser Recyclinggarn von TURNS® hergestellt – unsere Strand- und Outdoordecke TURNILA. Sie besteht zu 10 % aus dem recycelten Garn und hat uns gezeigt, dass Circular und Premium tadellos zusammen funktionieren.



TURNILA BLOG

PLANET

Es gibt keinen Weg daran vorbei: Als produzierendes Unternehmen nutzen wir die Ressourcen der Erde. Für jedes unserer Teile wird Energie verbraucht und bis zum Lebensende eines Produkts entstehen Emissionen. Ob CO₂, Abwasser, Mikroplastik oder andere Treibhausgase – wir haben einen Impact, dem wir uns stellen müssen. **Wir nehmen diese Verantwortung wahr und gehen jedes Jahr tiefer ins Detail.**

CCF 2025

Gemeinsam mit unserem Partner myclimate gGmbH haben wir auch für das Geschäftsjahr 2024/2025 unseren CO₂-Fußabdruck erhoben. Insgesamt 20.547 t

CO₂-Äquivalente (CO₂e) haben wir verursacht, das ist ein Anstieg von 26 Prozentpunkten gegenüber dem letzten Berichtsjahr (16.322 t CO₂e).⁶

Emissionsfaktor	CO ₂ e-Emissionen GJ 23/24 (t)	CO ₂ e-Emissionen GJ 24/25 (t)	Veränderung (Prozentpunkte)
GESAMT	16.322	20.547	+25,9
Scope 1	124	130	+4,8
Scope 2	20	18	-10,0
Scope 3	16.178	20.399	+26,1

Woher der Anstieg?

In den Scopes 1 und 2 gab es an manchen Stellen Emissionszuwachs, das meiste davon wird jedoch an anderer Stelle wieder ausgeglichen. Wir haben zum Beispiel mehr Gas wegen eines kalten Winters verbraucht aber auf der anderen Seite unsere Autoflotte fast vollständig elektrifiziert und Emissionen eingespart. Insgesamt beträgt der Emissionsanstieg somit vier Tonnen CO₂e. Im Vergleich zu unseren Scope 3 Emissionen ist dieser Anstieg allerdings verschwindend gering.

99 % unserer Gesamtemissionen entstehen in unserer Wertschöpfungskette – im Scope 3. Hier liegt auch der Hauptgrund, warum unser CCF zugelegt hat: Wir haben mehr Daten erhoben als noch im letzten Berichtsjahr und bisher versteckte Emissionen aufgedeckt.

Wir konnten die Emissionsdaten unserer Rohmaterialien maßgeblich erweitern, haben Zutaten (Knöpfe, Reißverschlüsse, etc.) miteinberechnet sowie Plastikverpackungen, das Spinnen der Garne

und IT-Services erfasst. Darüber hinaus haben wir die Energieverbrauchsdaten unserer fünf wichtigsten Tier 1 Lieferanten abgefragt, von myclimate verifizieren lassen und mitbilanziert.⁷

Science based target

2023 haben wir uns den Science Based Targets (SBTi) verpflichtet. Unser Commitment:

DRYKORN Modevertriebs GmbH & Co. KG verpflichtet sich, die direkten (Scope 1) und energiebezogenen indirekten (Scope 2) Emissionen bis 2030 um 46 % gegenüber 2019 zu reduzieren und ihre

Scope 3 Emissionen zu erfassen und zu reduzieren.

Wie schon im letzten Bericht, können wir auch dieses Jahr mit Stolz berichten, dass wir unser erstes SBTi-Ziel gehalten haben. Mit einer Reduktion der Scope 1 und 2 Emissionen um 61,5 % im Verhältnis zu 2019 sind wir etwas schlechter als im Vorjahr (63 %), liegen allerdings trotzdem immer noch weit über unserem ursprünglichen Ziel.

Und was unserer Scope 3 Emissionen betrifft, sind wir mittendrin. Aktuell befassen wir uns intensiv mit Reduktionsprojekten bei unseren Lieferanten (Carbon Insetting).

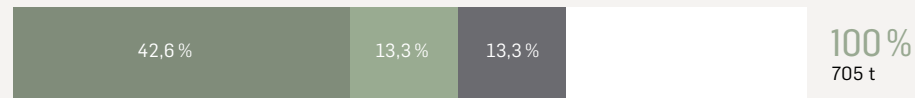
⁶ Der Corporate Carbon Footprint (CCF) wurde gemeinsam mit myclimate Deutschland gGmbH nach dem GHG-Protocol-Standard erhoben und ist in drei Scopes gegliedert. Scope 1: direkte Emissionen, Scope 2: indirekte Emissionen aus eingekaufter Energie, Scope 3: sonstige indirekte Emissionen entlang der Wertschöpfungskette

⁷ Gegenstand unserer Scope 3 Erfassung sind Emissionen aus: digitaler Arbeit, Pendel- und Geschäftsverkehr, Transporten durch Drittunternehmen, Verpflegung und Getränken, Wassernutzung, Verpackungen und Büromaterial, Herstellung und Verarbeitung textiler Fasern und Zutaten, Abfällen und Recycling sowie sonstigen Emissionen aus Strom, Wärme und Treibstoffverbrauch, die nicht Scope 1 oder 2 zugerechnet wurden.

PRODUCT EMISSIONS

Erstmals haben wir, auf Basis der Emissionsfaktoren von myclimate, die CO₂e-Emissionen pro Kilogramm unserer wichtigsten Materialien systematisch erhoben:⁸

Verwendetes Volumen von Schlüsselmaterialien



CO₂e-Emissionen der Schlüsselmaterialien

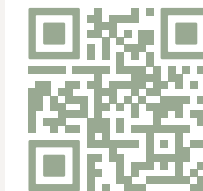


■ Baumwolle ■ Schafswolle ■ Polyester ■ Andere Materialien

Wir sehen:

- Etwa 63 % unserer Materialemissionen entstehen durch Schafswolle, obwohl sie nur 13,3 % des Materialvolumens ausmacht.
- Baumwolle verursacht nur ca. 8 % der Emissionen, obwohl sie unsere mit Abstand meistgenutzte Faser ist (ca. 43 % des Faservolumens)

Die Daten verdeutlichen, dass tierische Materialien durchweg hohe Emissionen verursachen. Für uns bedeutet das: Gerade bei Woll- oder Lederartikeln fokussieren wir uns auf eine lange Nutzungsdauer, geben Endkonsument*innen Circularity Tipps mit unseren Guides an die Hand und geben unser Bestes, um Mode zu machen, die Trends überdauert und zum Lieblingsteil wird.



GUIDES FOR CARE,
REPAIR, RESALE &
RECYCLING

⁸ Methodik: Die Emissionsfaktoren wurden von myclimate auf Basis aktuell verfügbarer wissenschaftlicher Daten modelliert. Über 90 % unseres Materialvolumens sind durch Emissionsfaktoren abgedeckt.

AUSBLICK

Unser Weg zu vollständiger Verantwortung ist noch lang – und nicht immer geradlinig. Manchmal machen wir einen Schritt zurück. Aber wir berichten ehrlich darüber. Für die kommenden Jahre haben wir konkrete Vorhaben:

- **Baumwolle:** Umstieg auf physisch rückverfolgbare Better Cotton, sobald das BC-Rückverfolgbarkeitssystem für uns operativ nutzbar ist (erwartet 2026/2027).
- **Wolle:** Prüfung einer Zertifizierung z. B. nach Materials Matter Standard sowie weiteres direktes Engagement mit australischen Wollorganisationen für Alternativen zum Mulesing.
- **Carbon Insetting:** Konkrete Projekte zur direkten Emissionsreduktion bei wichtigen Lieferant*innen, insbesondere durch erneuerbare Energieanlagen.
- **Kreislaufwirtschaft:** Aktive Verfolgung der erweiterten Herstellerverantwortung für Textilien in Deutschland und der EU.
- **Digitaler Produkt Passport:** Vorbereitung auf die EU-Anforderungen der Eco-design for Sustainable Products Regulation.

Und, wie immer: Wir achten auf unser Umfeld und versuchen, wann immer es geht, die Interessen unserer zahlreichen Stakeholdergruppen miteinander und mit unseren unternehmerischen Zielen in Balance zu bringen.

DRYKORN FOR BEAUTIFUL PEOPLE



DRYKORN Modevertriebs GmbH & Co. KG

Kommanditgesellschaft – Kitzingen
Rudolf-Diesel-Straße 1A | D-97318 Kitzingen

Registergericht Würzburg: HRA 4625

St.-Nr.: 156/01900 – UST/VAT-ID: DE 198 234 655

Persönlich haftbare Gesellschafterin:

DRYKORN Modeverwaltungs GmbH – Kitzingen
Rudolf-Diesel-Straße 1A | D-97318 Kitzingen

Registergericht Würzburg: HRB 6352

Geschäftsführer: Marco Götz, Gerrit Voss, Marino Edelmann

info@drykorn.com

Teile des Inhalts dieses IMPACT REPORT Summarys wurden mithilfe eines Sprachmodells erstellt. Sämtliche Inhalte wurden von qualifiziertem Fachpersonal entwickelt und dem Modell zur Verfügung gestellt. Alle maschinell generierten Ausgaben wurden mehrfach von internen und externen Expert*innen geprüft und Korrektur gelesen. Fehler und Irrtümer vorbehalten.

Jegliche unautorisierte Verbreitung, Vervielfältigung oder Offenlegung dieses Berichts, ganz oder teilweise, ist strengstens untersagt.

Begleiter für nachhaltigeres Wirtschaften:

Dr. Michael Arretz

Management in Accordance GmbH

Layout: may agency

Text: CSR-Team

Druck: Bonitasprint GmbH

Gedruckt mit mineralölfreien Farben auf Recyclingpapier, zertifiziert mit dem Umweltzeichen Blauer Engel. Dieser IMPACT REPORT wurde in einer limitierten, bedarfsgerechten Auflage produziert.

**IMPACT REPORT Summary 2025**

Stand Mai 2026

CAUSE WE_MIND

DRYKORN FOR BEAUTIFUL PEOPLE