

## Sponsor Check EM 2024

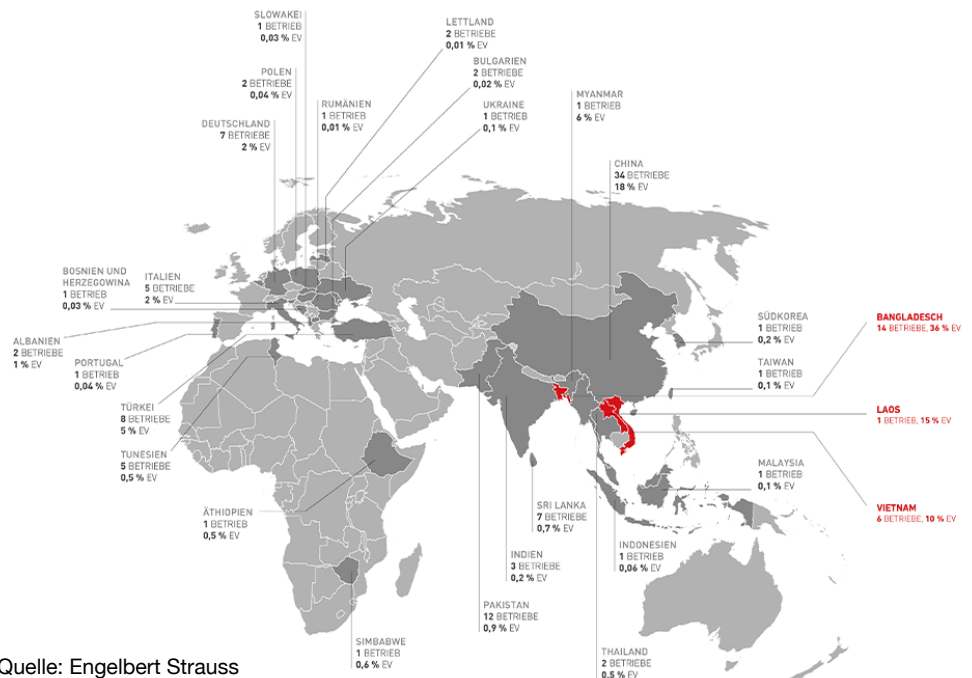


**STRAUSS**

**Engelbert Strauss GmbH & Co. KG**  
Frankfurter Str. 98-108, 63599 Biebergemünd

Engelbert Strauss (STRAUSS) ist offizieller Partner der UEFA EURO 2024 in Deutschland<sup>1</sup>, darüber hinaus Sponsor im nationalen und internationalen Fußball sowie in vielen anderen Sportarten und Bereichen.<sup>2</sup>

Gründung	1948
Unternehmensleitung	Norbert, Steffen und Henning Strauss
Zahl der Angestellten	1.600 <sup>3</sup> , ein Großteil davon in Deutschland <sup>4</sup>
Unternehmensform	GmbH & Co. KG (Familienunternehmen)
Unternehmensumsatz	ca. 1 Mrd. Euro (2022) <sup>5</sup>
Unternehmensgewinn	keine Angaben
Produktionsländer	28 Länder, darunter Deutschland (1%) Hauptländer: Bangladesch: 44 %, China: 18%, Vietnam: 11 %, Laos: 10 % <sup>6</sup>
Produktionsanteile nach Kontinent	Asien: 88 %, Europa: 10 %, Afrika: 2 %.



Quelle: Engelbert Strauss

<sup>1</sup> UEFA - STRAUSS offizieller Partner

<sup>2</sup> STRAUSS - Brand Partnership

<sup>3</sup> Die Deutsche Wirtschaft - STRAUSS Mitarbeiterzahl

<sup>4</sup> Webspotting - Engelbert Strauss

<sup>5</sup> Die Deutsche Wirtschaft - STRAUSS Umsatz

<sup>6</sup> STRAUSS - Sozialbericht

## Sponsor Check EM 2024

---

### Wir sehen das so:

Engelbert Strauss (Markenname: STRAUSS) ist ein Familienunternehmen, das ursprünglich nur Arbeitskleidung hergestellt und verkauft hat.

Mittlerweile gehören außerdem Corporate Fashion, Schutzbekleidung, Schuhe, Textilien, Werkzeuge und Büroartikel zum Sortiment. 10 bis 15 % des Gesamtumsatzes macht STRAUSS mit der „öffentlichen Hand“, also mit Kommunen, Ländern und dem Bund.

Die Firma hat nicht nur ihr Logo modernisiert, sie hat auch die Marke STRAUSS mit vielen Investitionen in Sport-Sponsoring – weit über den europäischen Fußball hinaus und bis zur Tour-Crew von Metallica – anderen Zielgruppen bekannt gemacht.

STRAUSS hat einen eigenen Verhaltenskodex veröffentlicht und berichtet über die Maßnahmen und Standards, die Struktur der Zulieferkette, die Produktionsländer und Produktionsstätten. Die Berichterstattung ist vergleichsweise transparent.<sup>1</sup>

Seit 2016 ist das Unternehmen u.a. Mitglied der *FAIR WEAR Foundation*; dadurch gibt es regelmäßig ausführliche Berichte zu den Produktionsbedingungen.<sup>2</sup> Für 2023 wird STRAUSS hier in der Kategorie „gut“ geführt.

Allerdings lässt das Unternehmen 6 % seiner Produkte in Myanmar fertigen, einem Land unter Militärdiktatur, die für Verletzung von Menschenrechten und fairen Arbeitsbedingungen bekannt ist. STRAUSS' Argumentation für diesen Produktionsstandort (*... den Menschen in Myanmar zur Seite zu stehen und damit ein Stück wirtschaftliche Stabilität für sie und ihre Familien zu gewährleisten*<sup>3</sup>) ist ambivalent.

STRAUSS formuliert vorbildliche Ziele. Dazu gehören eine transparente Einkaufspolitik, eine integrierte Einkaufsstrategie sowie eine Preisgestaltung, die auch die Zahlung existenzsichernder Löhne wirklich ermöglichen.

**Solche Ziele zu formulieren ist gut, aber sie müssen auch stringent umgesetzt werden.**

Und da hapert es noch.

Gerade in punkto existenzsichernde Löhne müsste sich STRAUSS mehr engagieren.

Auch die Einkaufspraxis des Unternehmens ist nicht als vorbildlich zu bezeichnen, denn für verspätete Lieferungen müssen die Zulieferer empfindliche Strafen befürchten.<sup>4</sup>

Es ist also durchaus noch Luft nach oben; im Vergleich zu den anderen Sponsoren der EM steht STRAUSS aber schon ziemlich gut da.

**Fairness? – Wir haben wenig zu meckern.**

<sup>1</sup> [CI-Romero - Engelbert Strauss](#)

<sup>2</sup> [FAIR WEAR - Engelbert Strauss](#)

<sup>3</sup> [STRAUSS - Sozialbericht](#)

<sup>4</sup> [FAIR WEAR - STRAUSS Brand Performance 2023 - S. 22](#)