

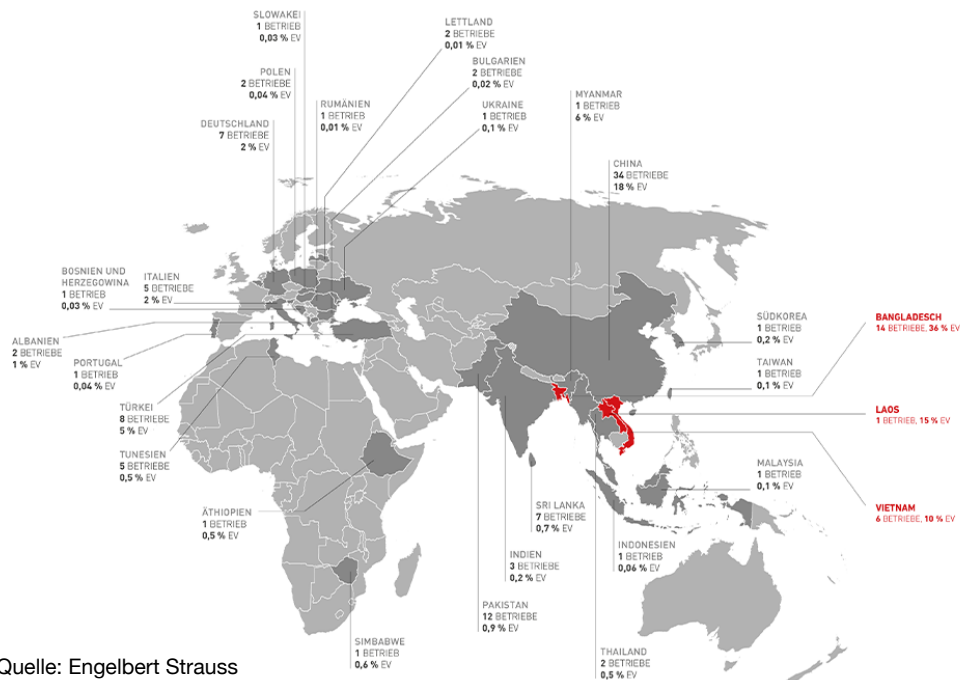
Sponsor Check EM 2024



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

Engelbert Strauss (STRAUSS) ist offizieller Partner der UEFA EURO 2024 in Deutschland¹, darüber hinaus Sponsor im nationalen und internationalen Fußball sowie in vielen anderen Sportarten und Bereichen.²

Gründung	1948
Unternehmensleitung	Norbert, Steffen und Henning Strauss
Zahl der Angestellten	1.700 ³ , ein Großteil davon in Deutschland ⁴
Unternehmensform	GmbH & Co. KG (Familienunternehmen)
Unternehmensumsatz	ca. 1 Mrd. Euro (2022) ⁵
Unternehmensgewinn	keine Angaben
Produktionsländer	28 Länder, darunter Deutschland (1%) Hauptländer: Bangladesch: 44 %, China: 18%, Vietnam: 11 %, Laos: 10 % ⁶
Produktionsanteile nach Kontinent	Asien: 88 %, Europa: 10 %, Afrika: 2 %.



Quelle: Engelbert Strauss

¹ UEFA - STRAUSS offizieller Partner

² STRAUSS - Brand Partnership

³ Unternehmensangaben

⁴ Webspotting - Engelbert Strauss

⁵ Die Deutsche Wirtschaft - STRAUSS Umsatz

⁶ 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.¹

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

Das Unternehmen lässt seit 2015 in einer Fabrik in Myanmar fertigen. Trotz Militärdiktatur und schwierigen Rahmenbedingungen hat sich STRAUSS entschieden, die Produktion in dem Land aufrechtzuerhalten. Maßnahmen, die das Unternehmen in dem Land zur Einhaltung von Standards unternimmt, sind in seinem Sozialbericht dokumentiert.³ Wir halten diese Argumentation für 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.⁴ Diese Klausel ist zwar Teil der Standardverträge, kam aber offenbar noch nie zum Einsatz. STRAUSS hat deren Änderung zugesagt.

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.

¹ [CI-Romero - Engelbert Strauss](#)

² [FAIR WEAR - Engelbert Strauss](#)

³ [STRAUSS - Sozialbericht](#)

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