

# Wie grün sind wir?

Die ganze Outdoor-Branche lebt von der Natur. Doch wie ökologisch wirtschaften diese Unternehmen wirklich? **Text:** Pepe Willert

**O**hne Natur kein Outdoor-Business. Eigentlich der beste Grund, in die Natur zu investieren und damit in der gesamten Wirtschaft Vorreiter zu sein.

In die Natur zu investieren heißt: nachhaltig ökologisch wirtschaften, also Natur und Umwelt schonen. Der Begriff Nachhaltigkeit ist bereits in der Branche angekommen. Jede Firma hat ihn in der einen oder anderen Form in die Firmenphilosophie integriert. Die Umsetzung scheint jedoch nicht leicht zu sein. Viele Firmen haben bislang noch keine Öko- oder Energiebilanz durchgeführt. Eine Übersicht, wie der eigene Umwelt-„footprint“ aussieht, ist aber kaum möglich. Einige Firmen haben begonnen, für einzelne Produkte Bilanzen zu erstellen und möchten diese Analysen erweitern.

**DOCH WAS WILL DER KUNDE?** Billige Produkte, ökologische Produkte? Welches Ökolabel hilft dem Käufer bei der Kaufentscheidung? Selbst die brancheneigene Fachgruppe der European Outdoor Group (EOG) hat noch keine Lösung gefunden. So gibt es in der gesamten Textilindustrie kein einheitliches Label. Hinzu kommt, dass jede firmenfremde Organisation, etwa der „Öko-Tex Standard 100“ oder „bluesign“, natürlich für ihre Kontrolle bezahlt werden möchte. Jack Wolfskin und Arc'teryx haben externe Beratungsfirmen engagiert, da sie mit den bestehenden Labels nicht zufrieden sind.

Das Label „Öko-Tex Standard 100“ (Stichwort: Textiles Vertrauen) dürfte den meisten Kunden bekannt sein. Es gewährleistet, dass die Produkte gewisse Schadstoffgrenzen nicht überschreiten. Die Anforderungen von „bluesign“ gehen über diese Kriterien hinaus. Ist ein Produkt mit dem „bluesign“-Label gekennzeichnet, kann der Käufer sicher sein, dass sämtliche ökologischen, ökonomischen und sozialen Aspekte bei der Herstellung kontrolliert und im Sinne der Nachhaltigkeit verbessert werden. Von der Rohfaser bis zum Endprodukt.

Neben diesen beiden Labels gibt es eine Vielzahl firmeneigener Labels, als da wären der grüne Fuchs (Fjällräven), Eco-Engineering (Polartec) oder e-Label (Patagonia). Überschaubar ist dieser Label-Wald nur schwer. Schon deshalb, weil jede Firma eigene Anforderungen an ihr Label stellt. Woher soll der Käufer wissen, wie viel „Öko“ wirklich dahintersteckt? Eine ähnliche Frage stellt sich bei den

Mülltrennung ist selbstverständlich. Doch Nachhaltigkeit auch in der Outdoor-Branche einzuführen, scheint nicht so einfach zu sein.



FOTOS: DIGITALSTOCK

Recycling-Produkten. Wann ist ein Fleece ein recyceltes Fleece? Für Polartec, einen der großen Fleece-Hersteller, erst ab einem Recycling-Anteil von 50 Prozent. Eine allgemeine Kennzeichnung gibt es dafür aber nicht.

Einige Hersteller schrecken bisher vor der Verarbeitung der Recycling-Materialien aufgrund mangelnder Qualität zurück. Laut Polartec gehört dies der Vergangenheit an. Recyceltes Fleece sei genauso robust und funktionell wie herkömmliches Fleece. Speziell im Bereich Recycling gibt es spannende Ideen: Die Firma Keen verwendet recyceltes Aluminium für ihre Ösen. Klättermusen sammelt ausgediente Fischernetze, um diese weiterzuverarbeiten. Polartec macht Stoffe aus Kokosnussschalen.

**MUSS ES ÜBERHAUPT POLYESTER SEIN?** Wie wäre es mit Baumwolle oder Merinowolle? Merinowolle ist ein tierisches Produkt und somit schwer mit pflanzlichen oder synthetischen zu vergleichen. Der Wasserverbrauch zur Herstellung von Baumwolle ist im Vergleich zu Polyester immens. Laut Trevira sind 25 m<sup>3</sup> Wasser zur Herstellung von 1 Tonne Baumwollfaser erforderlich – für die gleiche Menge Polyester lediglich 4 m<sup>3</sup>. Gegen Baumwolle spricht auch die konventionelle Anbaumethode. Dabei wird meist kräftig mit Chemikalien und Pestiziden gedüngt, es werden mehr und mehr genveränderte Pflanzen eingesetzt. Biologisch angebaute Baumwolle schneidet ökologisch betrachtet sehr gut ab. Aber selbst die beste Biobaumwolle erfüllt die Anforderungen, die in der Outdoor-Branche gestellt werden, nicht. Robustheit und Funktionalität sprechen – zumindest derzeit noch – für Polyester. Der Verbrauch an nicht nachwachsendem Rohstoff, Rohöl und der hohe Energieverbrauch hinterlassen allerdings einen faden Beigeschmack. Recycling-Polyesterfasern könnten die Bilanz ein wenig verbessern. Yvon Chouinard, Gründer von Patagonia, sagt: „... es erscheint uns unmöglich, ein Produkt herzustellen, das umweltneutral und absolut nachhaltig produziert wird. Aber, was immer Patagonia tun wird, ist, es zu versuchen.“ Und dazu zählt der Einsatz von Recycling-Fasern, durch den 76% Energie und 71% CO<sub>2</sub> (Quelle: Patagonia) gegenüber herkömmlichen Fasern eingespart werden. Diese Zahlen beinhalten sogar die Transportwege. Was durchaus erstaunt. Wird doch das recycelbare Polyester meist erst

Bitte lesen Sie weiter auf Seite 94.

## LABELS DER TEXTILINDUSTRIE

### bluesign®-Standard

Unabhängiger, internationaler Qualitätsstandard. Berücksichtigt die gesamte Herstellung vom Rohstoff über die Prozesse bis zum Endprodukt. Garantiert schadstoffarme Textilien, die unbedenklich für die Gesundheit und umweltfreundlich hergestellt sind.  
[www.bluesign.com](http://www.bluesign.com)

### EMAS

Von der Europäischen Gemeinschaft entwickeltes freiwillig anzuwendendes Instrument für Unternehmen oder Organisationen, die ihre Umweltleistung durch ein Umweltmanagement und eine Umweltbetriebsprüfung kontinuierlich verbessern wollen.  
[www.emas.de](http://www.emas.de)

















### ISO 14001

Diese internationale Norm legt weltweit anerkannte Anforderungen an ein Umweltmanagementsystem fest. Über die gesetzlichen Anforderungen hinaus sollen auch firmeneigene Umweltziele eingehalten werden.  
[www.iso.org](http://www.iso.org)

### Oeko-Tex® Standard 100

Weltweit einheitliches Prüf- und Zertifizierungssystem für textile Roh-, Zwischen- und Endprodukte. Die Prüfungen umfassen gesetzlich verbotene und reglementierte Substanzen, gesundheitsbedenkliche Chemikalien sowie Parameter zur Gesundheitsvorsorge.  
[www.oeko-tex.com](http://www.oeko-tex.com)

## SO PRODUZIEREN OUTDOOR-FIRMEN

	Energie-Ökobilanz	Einsatz von Recycling-Materialien	Eigenes Ökolabel	Zertifizierung (bluesign® oder Oeko-Tex® 100)	Ziel
Arc'teryx 					Energie- und Materialreduktion
Deuter 		keine Bekleidung			Gesunde Kleidung, Zulieferer beeinflussen
Fjällräven 					Ökobilanz für die ganze Firma
Haglöfs 					Recycling-Anteil erhöhen, gesunde Kleidung, Zulieferer kontrollieren
Icebreaker 		verwendet Merinowolle			Prozesse kontrollieren
Jack Wolfskin 					Öko da, wo problemlos möglich
Lafuma 					Eco-Design ausbauen
Lundhags 					Transparenz
Mammut 				in Verhandlung	Nachrichtungsbericht 2010
Mountain Equipment 					Nachhaltigkeitsprozesse vorantreiben
Patagonia 		61% der Winterkollektion			Nachhaltigkeit in allen Bereichen ausbauen
Polartec 		20% der Produktpalette			Nachhaltige Produkte
Salewa 		k. A.			Analyse 2010 geplant
Schöffel 	k. A.	k. A.			k. A.
The North Face 					Reduktion der Umweltbelastung
VAUDE 					bluesign® für ganzes Sortiment

■ Prozesse nicht gestartet bzw. nicht vorhanden 
 ■ Prozesse gestartet 
 ■ Prozesse vorhanden 
 k. A. = keine Angaben

Insgesamt 16 Firmen wurden bei dieser Untersuchung angefragt. Am auffälligsten waren die Antworten von Salewa und Schöffel. Beide betonten ihr Interesse an Nachhaltigkeit. Salewa antwortet jedoch ohne konkrete Informationen, Schöffel übergeht die gestellten Fragen komplett. Deuter und Icebreaker sind aufgrund ihrer Produkte schwer in dieser Untersuchung einzustufen. Deuter führt keine Bekleidung und Icebreaker verwendet Merinowolle. Vaude ist neben den angefragten Zertifizierungen auch nach EMAS und ISO 14001 zertifiziert.

nach Fernost geschippert, dort zerkleinert, gereinigt, eingeschmolzen und zu wiederverwertbarem Garn „gesponnen“. Die eigentliche Verarbeitung zum Endprodukt beginnt erst jetzt.

Recycling ist aber nicht nur bei der Herstellung ein Thema. Vaude hat vor nahezu 20 Jahren das Ecolog-System eingeführt. Produkte, die mit Ecolog gekennzeichnet waren, konnten zurückgegeben und wiederverwertet werden. Das System ist mittlerweile mehr oder weniger zu Grabe getragen. Der Kreis schließt sich nur, wenn die Kunden die Produkte zurückbringen. Ähnliche Erfahrungen haben einige Händler mit dem Rückgabesystem von Patagonia gemacht. Trotzdem gibt es mit Eco Circle (Fjällräven) und Common Threads Recycling (Patagonia) wieder Versuche, solche Systeme aufzubauen. Klättermusen aus Schweden geht ganz eigene Wege. Mit einem Pfand soll der Kunde animiert werden, die abgetragenen Kleider zurückzubringen. Netterweise raten Klättermusen nur dann zu einem neuen Produkt, wenn das „alte“ wirklich nichts mehr hergibt.

**IN SKANDINAVIEN** spielt der Gesundheitsaspekt für die Kunden eine wichtige Rolle. Bei uns sind die Käufer noch nicht sensibilisiert. Beschichtungen und Membranen sind nicht unbedingt frei von kritischen Stoffen. Hierzu zählen u.a. Fluorcarbone, die für wasserabweisende Stoffe eingesetzt werden und nicht abbaubar sind. Ob sie jedoch von der Kleidung auf den Menschen übertragbar sind und gesundheitliche Schäden hervorrufen können, hält das Umweltbundesamt für fraglich. Allerdings gibt es bereits alternative Beschichtungen, die weniger schädlich sind: z.B. Bionic finish Eco, entwickelt von Sympatex und Rudolf Chemie.

Die Branche bewegt sich. Innovative Ideen sind da. Sei es in der Herstellung oder beim Recycling. Manche Firmen gleichen den unumgänglichen CO<sub>2</sub>-Ausstoß durch andere Maßnahmen aus. Fjällräven unterstützt eine Windkraftanlage, Mammut solare Treibhäuser in Ladakh. Dies sind leider immer nur einzelne Ansätze, ein Gesamtkonzept fehlt. Patagonia kommt dem am nächsten. Firmen, die ihr gesamtes Sortiment nach „bluesign®“ zertifizieren, sind ebenfalls auf dem richtigen Weg.

Arc'teryx betont, dass Funktionalität und Langlebigkeit der Produkte oberstes Gebot ist. Wer hingegen Recycling oder die Verwendung erneuerbarer Materialien unterstützen möchte, muss laut Arc'teryx eine andere Wahl treffen. Arc'teryx nimmt so eine klare Position ein. Nicht unbedingt Umwelt-orientiert, aber deutlich und offen kommuniziert. Transparenz und Kommunikation darf und muss der Kunde erwarten, wenn er sich entscheiden soll. Geboten wird es nur von wenigen Herstellern. Hierzu zählen u.a. Deuter, Haglöfs und Patagonia. Salewa und Schöffel betonen ihr Nachhaltigkeitsbewusstsein. Allein, die entsprechenden Maßnahmen stehen noch aus, oder eben die offene Kommunikation. Ingola Metz, Pressesprecherin von Jack Wolfskin erklärt: „Die Kunden verlangen in erster Linie Funktionalität, wenn dabei Ökoprodukte möglich sind, ist es o.k.“ Das ist eine Aufforderung an uns Kunden. Je größer die Nachfrage nach Ökoprodukten, umso größer ist auch die Bereitschaft der Hersteller ihr Sortiment umzustellen. Im eigenen Interesse sollte die Branche das Thema Nachhaltigkeit forcieren. Gleiches gilt für uns. Mit unserer Kaufentscheidung können wir die Natur schützen – und weiter „outdoor“ erleben. □

## FIRMENEIGENE LABEL



Das **Mammut Responsibility**-Label steht für Produkte und Engagements, die dazu beitragen, die soziale und ökologische Verantwortung gegenüber den Mitmenschen und zukünftigen Generationen sowie der Natur zu übernehmen. [www.mammut.ch](http://www.mammut.ch)



### Eco-Engineering

Ökolabel von Polartec. Steht für Produkte aus Recycling-Material bzw. erneuerbare Materialien. [www.polartec.com](http://www.polartec.com)



### Grüner Fuchs

Ökolabel von Fjällräven. Kennzeichnet alle Produkte, die unter Einsatz umweltfreundlicher Technologien oder Rohstoffe hergestellt werden. [www.fjallraven.se](http://www.fjallraven.se)



### e-Label

Ökolabel von Patagonia. Kennzeichnet Produkte, die umweltfreundliche Komponenten enthalten. [www.patagonia.com](http://www.patagonia.com)



### Pure leaf

Eco-Design von Lafuma. [www.lafuma.com](http://www.lafuma.com)



### Eco Circle

Recycling-Programm von Fjällräven. [www.fjallraven.se](http://www.fjallraven.se)



### Common Threads Recycling

Recycling-Programm von Patagonia. [www.patagonia.com](http://www.patagonia.com)



### 1% for the Planet

Gemeinnützige Vereinigung, deren Mitglieder sich verpflichten, mindestens 1% ihres Umsatzes für den Schutz und die Erhaltung der Umwelt zu spenden. [www.onepercentfortheplanet.org](http://www.onepercentfortheplanet.org)

