

EXTRA NACHHALTIGKEIT

ALPIN

LEBEN FÜR DIE BERGE

Grüne Trends

UMDENKEN IN UNSERER
OUTDOOR-WELT



MEHR AUSZEIT



Das neue ALPIN.
Hol' dir das Abo für deine
Leidenschaft. Zwölf Ausgaben
für nur 62,90 Euro. Deine Prämie:
ein Multifunktionsstuch von Buff.

Mehr unter www.alpin.de/vorteil
oder unter +49 (0)911 216 22 22



ALPIN

LEBEN FÜR DIE BERGE



NZ...

GA

FOTO: ANDREAS STRAUSS

Ungemein schlau und faszinierend ist die Natur – und dabei doch so fragil. Uns allen ist bewusst, auf welcher Gratwanderung wir uns als „Konsumenten“ der Landschaften befinden. Wir reisen, wir tragen Funktionsbekleidung, wir nutzen die Infrastruktur. Natürlich können wir es uns einfach machen und die Verantwortung für eine nachhaltigere Ausrichtung der Industrie der Politik und den Regionen zuschreiben. Wir können uns aber auch selbst hinterfragen, uns über Alternativen informieren und sie dann tatsächlich nutzen. Dabei geht es um ökologische Verträglichkeit genauso wie um soziales, ethisches Engagement.

Wir stellen exemplarisch einige Projekte vor, erklären Labels wie Siegel und zeigen Produkte, die mit der Natur arbeiten. Fakt ist: In vielen Bereichen der Outdoor-Branche ist ein ehrliches, sehr bemühtes Umdenken zu verzeichnen! – Und wenn „die Umwelt-Ampel“ Grün wird, ist es für uns alle Zeit, den nächsten Schritt zu gehen.

Ihre Redaktion ALPIN

Inhalt

Wohin geht die Reise? – Öko von A wie Anreise bis Z wie Zimmer	06
Soziale Nachhaltigkeit – Fortschrittliche Projekte in abgelegenen Regionen	10
Produkte & Materialtrends – „Transparente“ Schuhe und Kaffee zum Anziehen	14
Zur Orientierung – Auf welche Labels ist Verlass?	19
Heimspiel – Wie engagieren sich die Hersteller am Firmensitz?	20

Impressum

Beilage zu **ALPIN** 8/2018

Verlag
Olympia-Verlag GmbH, Badstraße 4 – 6,
90402 Nürnberg, Tel. +49 911 2160

Redaktion
Planegger Str. 15, 82131 Gauting
Tel. +49 89 8931600, info@alpin.de
Chefredakteur Dr. Bene Benedikt
(verantwortlich)
Redaktion Andreas Erkens
Titelfoto Fotolia/Sarayut Taneris und Ioan
Panaite, **Montage** Johanna Marxer
Texte Dr. Sissi Pärsch, Andreas Erkens
Grafik und Druckvorstufe Lu Schüller,
Johanna Marxer

Vermarktung Print und Digitale Medien
Martin Schumacher (Leitung), Tel. +49
911 2162212, Otto Hofbeck (Stv. Leiter
Vermarktung Print und verantwortlich für
Anzeigen), Tel. +49 911 2162215, Marco
Lutz (Stv. Leiter Vermarktung Digitale
Medien), Tel. +49 911 2162140
anzeigen@alpin.de

Druck
Oberndorfer Druckerei, A-5110 Oberndorf,
Österreich

Alle Angaben in diesem Heft sind mit
Sorgfalt erarbeitet und erfolgen nach
bestem Wissen. Eine Garantie für die
Richtigkeit und jede Haftung sind jedoch
ausgeschlossen. Copyright für Inhalt und
Gestaltung by Olympia-Verlag GmbH
2018.

... NATÜRLICH



Eine Erde

Wir alle sind uns bewusst, dass wir nur diese eine Erde haben. Wir sind uns bewusst, dass wir alle hier gemeinsam leben und dass die Natur unser größtes Geschenk ist. Also sollten wir auch bewusst mit ihr umgehen und dieses Geschenk pflegen – indem wir als Natur-Sportler nachhaltig(er) leben!

GANZ NAH



Wohin geht die Reise?

Von der Anreise bis zur Übernachtung gibt es viele Möglichkeiten, den eigenen Fußabdruck in den Bergen so klein wie möglich zu halten. Hier einige nahe Alternativen von Bus bis Bett.

Bergsport ist immer Tourismus. Denn die wenigsten Wanderer, Kletterer, Mountainbiker oder Sonstwie-Outdoorsportler wohnen mitten in den Bergen. Man reist also an, man übernachtet, droben am Berg oder drunten im Tal. Das freut zwar die Touristiker, aber nicht zwangsläufig die Einheimischen, die zur Hauptsaison von Blechlawinen überrollt werden. Noch kritischer ist das für die Natur. Was also tun – verzichten? Sicher nicht! Bewusst handeln heißt vielmehr die Devise: Bewusst ruhige Bergziele aussuchen, bewusst anreisen (mit Bus & Bahn) und bewusst eine Bio-Unterkunft wählen. Denn 85% des CO₂-Fußabdrucks hinterlässt man bereits mit Pkw-Anreise und Übernachtung.

Der Verein BIO HOTELS ist mit über 90 Mitgliedern der größte Zusammenschluss nachhaltig wirtschaftender Hotels. Zu den kontinuierlich überprüften Auflagen zählen unter anderem:

Möglichst regional und zu 100% bio
Gemüse und Obst, Fisch und Fleisch, Kräuter und Gewürze, Limo und Wein – für die Küche wird alles aus zertifizierten Bio-Betrieben bezogen. Maximal drei Ausnahmen werden pro Hotel genehmigt, das aber auch nur bei Kaffee oder lokalen Spezialitäten, die es (noch) nicht in Bio-Qualität gibt. Zubereitet wird frisch – das heißt zum Beispiel auch, dass man in den Küchen keine Mikrowelle findet.

Ressourcenschonend
Die Hotels verwenden ausschließlich Strom aus erneuerbaren Energiequellen und errechnen zudem ihren individuellen Wasser- und Energie-

verbrauch sowie das Müllaufkommen. Daraus ergibt sich ein CO₂-Wert pro Gast und Nacht. Die Hotels müssen alles dafür unternehmen, um letztlich den grünen Bereich von weniger als zehn Kilogramm CO₂-Emissionen pro Kopf und Nacht zu erreichen.

Das Gebäude
Auch wenn es derzeit keine baulichen Auflagen gibt, setzen viele Bio-Hotels auf Naturholz und natürliche Textilien und verzichten freiwillig auf schädliche Lacke und Farben.

Nachhaltige Pflegeprodukte
Es wird durchwegs zertifizierte Naturkosmetik verwendet.

WANN IST EIN HOTEL
EIN BIO-HOTEL?

FOTO: CHESA VALISA

Gut genug? In vielen Bio-Hotels gibt es eigene Gemüse- und Kräutergärten. Im Bio-Hotel Panorama in Mals (s. u.), kümmert sich Familie Steiner um das Wohl der Gäste. Koch ist Vater Friedrich, Tochter Lena pflegt liebevoll den Kräutergarten.



ZURÜCK ZUR NATUR IN BAYERN



Der **Tannerhof** liegt in Bayrischzell am Fuß des Wendelsteins. Bereits 1904 startete der Arzt Christian von Mengershausen das Haus als „Zurück-zur-Natur“-Projekt. Und so wird es auch heute noch in vierter Generation geführt! Auf dem weitläufigen Gelände finden Gäste nicht nur viele Tiere, sondern auch alte und moderne Hütten, in denen man übernachten kann. natur-hotel-tannerhof.de



BIOLOGISCHES PANORAMA

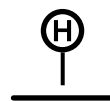
Das **Bio-Hotel Panorama** im Vinschgauer Bergsteigerdorf Mals ist Südtirols erstes Bio-Hotel. Für ein gutes Raumklima sorgen Lehmwände und Hanfziegel. Außerdem stammt ein Großteil der Versorgung (inklusive Schnaps) aus dem hauseigenen 3000 m² großen Bio-Garten. biohotel-panorama.it

TRADITIONELL MODERN



Im Kleinwalsertal liegt das **Chesa Valisa** auf 1200 Metern Höhe. Den Kern des Hotels bildet ein traditionelles Walserhaus aus dem Jahr 1507. Vom Spa-Bereich bis zur Küche setzt man auf bewussten Genuss statt auf asketischen Verzicht – alles bio natürlich! naturhotel.at

FOTOS: BIOHOTEL PANORAMA (2), CHESA VALISA, NATURHOTEL TANNERHOF, EXPLORER SWITZERLAND, DAV/HANS HERBIG



Verzweifelte Parkplatzsuche am Ausgangspunkt der Tour? Das muss nicht sein. Wie man bequem mit Bus und Bahn in die Berge kommt, erfährt man von den Alpenvereinen SAC, ÖAV und DAV.

Der **DAV Bergsteigerbus** bringt Wanderer ins Karwendel oder zum Spitzingsee. Und der neue **Bergsteigerbus des ÖAV** fährt ab frühmorgens von Mayrhofen in den hinteren Zillertal. Das Busticket dient dabei auch als „Umweltbonus“, den man in den Gastbetrieben im Zillertal einlösen kann. In der Schweiz gibt es sogar einen **elektrischen Tourbus**, der (unter anderem) Tagestouren in die Biosphäre Entlebuch oder zum Rhône-Gletscher anbietet. Übrigens will die Schweizerische Bundesbahn bis 2025 nur noch Strom aus erneuerbaren Energien einsetzen. Aktuell speist sie ihr zu 99,3% elektrifiziertes Schienennetz zu 90% aus Wasserkraft. Zum Vergleich: Die DB setzt zu 35% auf erneuerbare Energien in ihrem Schienennetz, das immerhin zu 58,8% elektrifiziert ist. alpenverein.de | alpenverein.at | switzerland-explorer.ch

Die Bahn kommt – immer öfter auch mit Angeboten für Bergsteiger. Allein 2018 investieren zum Beispiel die Deutsche Bahn, der Bund und der Freistaat Bayern etwa 1,3 Milliarden Euro in den Ausbau von Gleisen und Bahnhöfen. Wie etwa in die Elektrifizierung der Strecke München – Zürich, auf der bislang Dieselloks verkehrten.



ANREISE MIT
DEN ÖFFENTLICHEN



BERGSTEIGER DÖRFER

KREUTH



Kreuth ist Bergsteigerdorf...

... und das ist Ehre und Verpflichtung zugleich! Orte, die das vom Alpenverein verliehene Siegel tragen dürfen, müssen ein breites Bergsportangebot vorweisen. Sie verpflichten sich zu einem nachhaltigen Alpentourismus, der Natur und Landschaft schützt, legen Wert auf Traditionen, regionale Produkte und sanfte Mobilität. Damit beschützen und bewahren Bergsteigerdörfer für die Zukunft, was sie von vorhergehenden Generationen und der Natur ererbt haben.

Lassen Sie den Alltag und Stress zuhause und tauchen Sie ein in diese grüne Bergwelt, gekrönt mit felsigen Gipfeln und sanften Wiesen im Tal. Kreuth hat ein Herz für Bergsteiger und seine Gastgeber freuen sich auf Ihren Besuch.

www.bergsteigerdorf-kreuth.de

GANZ FERN



Abgelegen und fortschrittlich!

Wie vereinbart man Reisen mit einem ökologischen Bewusstsein? Heimurlaub wäre die umweltfreundlichste Option, doch Verzicht auf den Austausch mit anderen Kulturen wäre sozial sicher nicht nachhaltig. Also gilt es, das eigene Reiseverhalten zu hinterfragen.

Um fünf Prozent wächst die Tourismusindustrie jährlich – der Outdoor-Sektor ist in den letzten fünf Jahren mit 21% sogar regelrecht explodiert. Shannon Stowell, CEO der internationalen Tourismusvereinigung Adventure Travel Trade Association (ATTA), sieht diese Entwicklung mit gemischten Gefühlen: „Generell ist es natürlich toll, wenn die Menschen nicht nur Sightseeing-Touren wollen, sondern intensive, authentische Erlebnisse suchen. Das bringt aber auch große Verantwor-

tung mit sich. Die schönsten Regionen sind am wenigsten massentourismustauglich.“ Die ATTA fördert daher ganzheitliche Konzepte, zeigt Destinationen neue Möglichkeiten auf, schult und unterstützt kleine, lokale Projekte. „In den abgelegensten Regionen gibt es die fortschrittlichsten Projekte,“ so Stowell. „Dort erleben die Menschen die Notwendigkeit viel direkter, weil ihre Lebensgrundlage betroffen ist.“ Viele Bestrebungen integrieren neben ökologischen auch soziale Aspekte.

Schlafen mit Blick auf Eisberge oder gar Wale? Kein Problem in einer der 15 nachhaltig gebauten Ilimanaq Hütten am Ilulissat-Eisfjord in Grönlands wilder Natur.



LODGE HOCH OBEN

FOTOS: WORLD OF GREENLAND, WORLD OF GREENLAND/GUSTAV THUSEN



Kochen mit Sonnenlicht wie hier auf Madagaskar spart Wasser, Brennstoff (Holz) und ist damit auch eine Form von Umweltschutz.

Vor elf Jahren wurde das **Mountain-Lodges-Projekt** in Peru etabliert: Auf einer vom Massentourismus verschonten Route nach **Machu Picchu** übernachtet man in hochwertigen Unterkünften mitten in den Bergen. Die einheimische Anden-Bevölkerung arbeitet in den Lodges, führt Gäste in ihre Kultur ein und ist sogar Teilhaber der Hotels. Der Verbund hat zudem eine Nichtregierungsorganisation gegründet, die mit ihren Umwelt- und Schulprojekten die Region nachhaltig prägt. mountainlodgesofperu.com



INDIOS ALS HOTELIERS

BEI BEDUINEN ZU GAST



Die lokale Beduinen-Bevölkerung führt die **Feynan Eco Lodge** in der Einsamkeit des Biosphärenreservats Dana in **Jordanien**. Von der Brotbäckerin über die Rezeptionisten bis hin zu den Guides sichern sich hier über 80 Familien ihr Grundeinkommen. Neben Touren durch die faszinierende Wadi-Landschaft kann man mit Beduinen kochen, einen Tag mit einem Hirten verbringen oder zusehen, wie die Frauen Kerzen produzieren. Davon braucht es in der Lodge viele, denn der Solarstrom speist lediglich die Küche – das kleine Hotel erstrahlt nachts im Kerzenschein. ecohotels.me

FOTOS: HASEEN SALUM, MOUNTAIN LODGES OF PERU, MYCLIMATE (2)



Wer ökologisch nachhaltig leben möchte, muss nicht auf Fernreisen verzichten! Eine Möglichkeit: Klima-Kompensation.

nachdenken • klimabewusst reisen
atmosfair

Eine Möglichkeit, die CO₂-Emission, die auf unseren Reisen anfällt, auszugleichen, ist die Investition in Umweltförderprojekte. Darauf spezialisiert haben sich Organisationen wie Atmosfair mit Sitz in Deutschland und die Schweizer Stiftung Myclimate. Auf ihren Webseiten kann man die CO₂-Menge errechnen und den entsprechenden Betrag dann gezielt spenden, ob an Solarenergie-Projekte in Äthiopien, Biogasanlagen in Indien oder Filtersysteme in Uganda. Bei einem Flug von München nach Katmandu kommt man beispielsweise auf 3,9 Tonnen CO₂ und somit auf einen Kompensationsbetrag von 91 Euro.

myclimate
shape our future

Auch der DAV Summit Club arbeitet mit Myclimate zusammen: Bei der Buchung kann man direkt 30 Euro als freiwilligen Beitrag spenden. Davon profitiert ein Klimaschutzprojekt in der nepalesischen Region Langtang, wo der Einsatz von Biomasse-Briketts und -Pellets Arbeitsplätze schafft, Brennstoff einspart und nachhaltige Wald-Nutzung fördert.

Weitere Information unter
atmosfair.de
myclimate.org
dav-summit-club.de/nachhaltig-reisen.html



Hierhin fließt ein Teil der Spendengelder aus der Klimakompensation: Äthiopier installieren eine finanzierte Solarstromanlage auf ihrem Dach.

KOMPENSATION – EIN GUTER AUSGLEICH

maier sports

PASST MIR UND ZU MIR.



MAIER SPORTS – der Passformspezialist – bei unserer **breiten** Auswahl an PFC-freien Outdoorhosen muss man nicht **lang** suchen und es kommt niemand zu **kurz**.

Hier geht's zum Video:
www.maier-sports.com/passform

GANZ FEIN



Verzwickelt und zugenäht!

Fleece-Bekleidung aus Holz, „transparente“ Schuhe und Wachs gegen eindringendes Wasser – die Industrie forscht und nutzt dabei intensiv die Kräfte der Natur.

Man kann mit Fug und Recht behaupten, dass sich die Outdoor-Hersteller dem Thema Nachhaltigkeit verpflichtet haben. Und das, obwohl sie eher kleine Verarbeiter von Textilien, Stoffen und Materialien sind. Doch nicht erst seit Greenpeace 2012 auf die Missstände in Sachen Fluor-Kohlenstoffverbindungen (PFC) hingewiesen hat, ist der Trend

zu grüneren Materialien (z. B. PFC-freie Membranen und wasserabweisende Ausrüstungen), höherem Recycling-Anteil (PET-Flaschen oder Plastikmüll als Rohstoff für Garne und Füllungen), fairer und sauberer Produktion (umweltfreundlichere Chemikalien, einheitliche Produktions-Standards für Daunen oder Merino-Wolle) ungebrochen.



SCHÜTZT UMWELT & KÖRPER

So schnell, robust und umweltfreundlich, wie sich die namensgebenden Murmeltiere in der alpinen Welt bewegen, ist auch der Anspruch von **MARMOT** an die eigenen Produkte. Das sieht man zum Beispiel in der neuen EVODry-Technologie der Kalifornier, die nicht nur den Körper schützen soll, sondern auch die Umwelt. So besteht zum Beispiel das Eclipse Jacket aus recyceltem, sehr strapazierfähigem Nylon-Material und ist vom Reißverschluss bis zur Imprägnierung 100% PFC-frei. Dabei ist die Jacke atmungsaktiv, und hat 20.000 mm Wassersäule. Besonders schlau: Die Imprägnierung ist direkt ins Garn eingearbeitet, ein lästiges Nachimprägnieren entfällt daher. **Eclipse Jacket, 270 Euro** marmot.com

FOTOS: LÖFFLER, MARMOT, AKU, FJÄLLRÄVEN

EIN TRANSPARENTER SCHUH

Welchen Einfluss hat ein Schuh auf die Umwelt? **AKU** hat sich dieser Frage von den Rohmaterialien über die Produktion, den Verkauf bis hin zur Entsorgung des ausgedienten Schuhs gestellt und dabei versucht, jeden Prozessschritt zu optimieren. Beim **Bellamont Plus** kann man diese komplett zurückverfolgen. 99% der Materialien des transparenten Outdoor-Schuhs stammen aus Europa. Das Leder ist chrom- und schwermetallfrei, die Schnürung besteht aus natürlicher Baumwolle und die Lauf- und Zwischensohlen enthalten Recyclingmaterial.

Bellamont Plus, 169,90 Euro aku.it



EIN HALBES JAHRHUNDERT

Nicht alle grünen Trends sind neu! **FJÄLLRÄVEN**-Gründer Åke Nordin entwickelte schon 1968 ein extrem robustes Material, mit dem man Berge besteigen und Holz hacken konnte: das G-1000. Er imprägnierte es mit natürlichem Wachs, dem Greenland Wax. Beides ist heute noch Basis der Fjällräven-Kollektion. Wie in der Keb-Hose (65% recyceltes Polyester, 35% Bio-Baumwolle), die strapazierfähig ist und viel Bewegungsfreiheit bietet. Sie ist anatomisch geformt, die Nähte sind verstärkt, das Material teils doppellagig. Dazu gibt es praktische Ventilationsöffnungen sowie Taschen – alles natürlich ausgerüstet mit nachimprägnierbarem Greenland Wax! **Keb Trousers, 219,95 Euro** fjallraven.de



ANZEIGE

WER

WILL,

KANN.

Wer will, kann den Berg bezwingen. Und wer will, kann Sportbekleidung in Europa herstellen. Das ist der Wille, der LÖFFLER nicht den kürzesten Weg gehen lässt, sondern den besten. Für Innovation mit Verantwortung. **AUS ÖSTERREICH.**



Löffler
MADE FOR BETTER

BEWUSST FÜR DEN NACHWUCHS

Der Kikki von **DEUTER** ist ein Renner bei den Kleinen ab 3 Jahren. Keine Kleinigkeit hingegen ist seine bluesign-Zertifizierung (siehe S. 19). Bei Hartware, die aus vielen Einzelteilen besteht (der Kikki kommt mit einem erwachsenen Rückensystem), ist die Implementierung der strikten Kriterien besonders komplex. Auch schön: Die Kikkis sind komplett PFC-frei.

Kikki, 44,95 Euro
deuter.com



KOMFORT AUS HOLZ

Als grüner Vorreiter in der Outdoor-Branche setzt **VAUDE** eine Vielzahl von Naturmaterialien in den unterschiedlichsten Produkten ein, vom Reisetrolley bis zum T-Shirt. Die bequeme Sport-Tights aus der Green Core Linie – dem Herzstück der Kollektion – eignet sich für Wandertouren genauso wie für Yoga-Einsätze und besteht aus recyceltem Polyamid, Merinowolle und Holz. Letzteres in Form der Tencel-Faser, einer natürlichen Zellulosefaser, die aus Eukalyptusholz gefertigt wird. Tencel hat eine ausgezeichnete Ökobilanz, weil das Holz sehr schnell wächst und keine künstliche Bewässerung benötigt – ganz im Gegensatz zur Produktion von Baumwolle.

Green Core Tights, 75 Euro
vaude.com



MARKE MIT MISSION

2012 feierte das Traditionsunternehmen **MAIER SPORTS** sein 75-jähriges Bestehen und startete die „Mission Clean Function“. Mit dem Ziel, „die Umwelt und die Natur nachhaltig zu schützen.“ Seit 2011 ist man Mitglied der Fair Wear Foundation und setzt ohnehin auf lange Produktlebenszyklen. Kein Wunder, dass die Schwaben freiwillig 5 Jahre Garantie auf Verarbeitung und Material geben. Außerdem haben sie sich verpflichtet, bis 2020 komplett PFC-frei zu sein. Bei den elastischen Funktionshosen haben die Hosen- und Passform-Spezialisten ihr Ziel schon erreicht. Die bequeme Nil Plus glänzt mit toller Passform, robusten Einsätzen an Gesäß wie Beinabschlüssen und leichtem Material, das besonders schnell trocknet. Kurzum: eine vielseitige Hose.

Nil Plus, ab 129,95 Euro
maier-sports.com



Der Tegernsee ist nicht nur eine schöne Region, sondern auch ein Schuhmodell des bayerischen Bergschusters **LOWA**. Der bequeme Reiseschuh im Retro-Style nutzt **TERRACARE**, ein Leder der Gerberei Heinen, die in Sachen ressourcenschonender und umweltverträglicher Verarbeitung seit Jahren federführend ist. Die Traditionslederfabrik verwendet ausschließlich deutsche Rohware, achtet auf optimale Nutzung mit minimalem Energieaufwand und CO₂-Ausstoß und außerdem darauf, ein guter Arbeitgeber zu sein: Denn die Industrie- und Handelskammer kürte die vielfach umweltausgezeichnete Firma Heinen auch zum besten Ausbildungsbetrieb Deutschlands.

Tegernsee, 199,95 Euro
lowa.de und terra-care.de



AUSGEZEICHNETER GERBER

Matthias Dreuw gründete die kleine Münchner Marke **TRIPLE2**, nachdem er als Testredakteur einer Bike-Zeitschrift unzählige Kleidungsstücke in Händen hielt oder am Körper hatte – und sich dachte: „Das müsste doch auch ökologischer gehen.“ So startete er seine Marke als grünes Label für Bikewear, führt aber inzwischen auch eigene Outdoor-Produkte wie zum Beispiel das Kapp Merino Storm Hoodie, das geschickt feine Merinowolle mit recyceltem Polyester kombiniert.

Kapp Merino Storm Hoodie, 139,95 Euro
triple2.de



GRÜNER MÜNCHNER



Eine Million Plastikflaschen werden weltweit pro Minute verkauft. Über 90% davon enden auf Deponien oder im Ozean. In der Herbstkollektion von **JACK WOLFSKIN** steckt mit 1.034.498 PET-Flaschen also eine globale Plastikflaschen-Minute. So viel Einsatz brauchen die Hessen, weil sie als erster BekleidungsHersteller mit ihrer Texapore-Ecosphere-Linie Membranjacken entwickelt haben, deren Textilien komplett aus recyceltem Material bestehen. So sind Membran, Oberstoff und Futter der schicken 2-Lagen-Jacke Newport zu 100% recycelt und zu 100% frei von PFC. Die Texapore-Ecosphere-Membran ist wind- sowie wasserdicht (20.000 mm Wassersäule) und angenehm atmungsaktiv.

Newport Jacket, 169,95 Euro
jack-wolfskin.de

EIN HUNDERTPROZENTIGES STATEMENT



WIR STELLEN BEREITS seit 50 Jahren Wanderhosen her und obwohl diese für viele unterschiedliche Aktivitäten in der Natur entworfen werden, haben sie eines gemeinsam: ihre extreme Langlebigkeit.

Sie sind strapazierfähig, zuverlässig und mit vielen praktischen Funktionen ausgestattet. Sie sollen Menschen ermutigen, rauszugehen und die Natur zu erkunden. Jetzt und in Zukunft.



www.fjallraven.de

FOTOS: DEUTER, JACK WOLFSKIN, LOWA, MAIER SPORTS, VAUDE

Membranen halten trocken, belasten bislang aber die Umwelt, da sie aus PTFE bestehen. **SYMPATEX** strebt schon lange nach wasserdichten und umweltfreundlichen Lösungen. Ihre Membran ist nicht nur recycelbar, sondern auch PTFE- und PFC-frei, weil sie nach einem chemisch-physikalischen Prinzip funktioniert. Zudem hält die Marke ihre gesamte Membran-Jahresproduktion klimaneutral und unterstützt auch ihre Kunden darin: wie die deutsche Öko-Marke **BLEED ORGANIC CLOTHING**, die den CO₂-Ausstoß der Lieferkette ihres Rain Shell Jackets errechnet hat und das Äquivalent an Waldschutzprojekte spendet. Rain Shell Jacket, 260 Euro, bleed-clothing.com sympatex.com

KLIMANEUTRALE JACKE



DOPPELT HÄLT BESSER

Zur OutDoor-Messe 2018 gab Membran-Spezialist **GORE** bekannt, den ersten Meilenstein erreicht zu haben, „um bis zum Jahr 2020 ökologisch bedenkliche PFCs aus dem Lebenszyklus der überwiegenden Zahl ihrer Outdoor-Laminatete zu beseitigen“. Dieses Ziel hatte Gore 2017 ausgegeben. So gelang es für 2019, mit exklusiven Partnern wie **HAGLÖFS** zweilagige Jacken zu präsentieren, deren Imprägnierung ohne ökologisch bedenkliche PFCs auskommt. Außerdem sind diese Jacken doppelt umweltfreundlich, bestehen ihre Gore-Tex-Laminatete in der äußeren Textillage doch aus recyceltem Material. Merak Jacket, 280 Euro hagloefs.com goretex.com



ZURÜCK ZUR FARM

Die Hiking-Bekleidung von **DEVOLD** besteht aus 100% Merinowolle. Besonders fein ist dabei Devolds Sheep-to-Shop-Konzept, mit dem die Norweger garantieren, die gesamte Produktion zu kontrollieren: Vom Scheren der Schafe über das Kämmen, Spinnen, Färben und Nähen (in Europa) bis hin zum Fachhändler. Die leichte und weiche Hiking-Kollektion isoliert gut und ist atmungsaktiv. Praktische Mesh-Einsätze helfen zusätzlich bei der Belüftung. Dank eines körpernahen Schnitts und flacher Nähte ergibt sich ein hoher Tragekomfort. Praktisch, denn die Kollektion passt zu allen Jahreszeiten. Hiking Woman Long John, 70 Euro devold.com



Kaffee zum Anziehen

INTERVIEW TONY WANG

Tony Wang ist Vizepräsident von bluesign-Systempartner Singtex in Taiwan. Sein Unternehmen spinnt aus Kaffeesatz eine nachhaltige Faser.

Herr Wang, wie kommt man darauf, Bekleidung aus Kaffee zu machen?

„Wir beschäftigen uns schon viele Jahre mit alternativen Materialien für Funktionsfasern. Für Outdoor-Marken mit hohem funktionellen Anspruch müssen wir auf Synthetik zugreifen. So hatten wir die Idee, Polyesterfasern aus recycelten PET-Flaschen mit Naturprodukten zu kombinieren. Beim Tüfteln entdeckten wir, wie perfekt sich Kaffeesatz eignet.“

Was sind die Vorzüge?

„Neben einem guten Feuchtigkeits-

transport bietet unser Garn S.Café einen natürlichen UV-Schutz und verhindert die Geruchsbildung, weshalb man auf chemische Zusätze verzichten kann. Die Beständigkeit in der Faser ist dauerhafter als bei einer chemischen Ummantelung. Der Kaffee wird direkt in die Faser eingesponnen und löst sich nur schwer von dem Polyester.“

Woran forschen Sie aktuell?

„Wir haben bereits eine Nylonfaser namens Ice.Café, die dank Zusatz von Kristallpulver einen extrem kühlenden Effekt hat. Hier setzen wir derzeit noch neues Nylon ein, wollen das aber auch so schnell wie möglich umstellen. Das Problem ist, dass der Recycling-Grundstoff für dieses Nylon Fischernetze sind und es noch schwer ist, ausreichend Recycling-Rohware für unsere Produktion zu bekommen.“



Seit der Firmengründung am Standort Mondsee verankert, ist **KOMPERDELL** eine fixe Größe hinsichtlich Arbeitsplätzen und langfristigen Arbeitsverhältnissen. Auch langjährige Partnerschaften mit Kunden und Lieferanten sind Bestandteil der Firmenphilosophie. Als inhabergeführter Familienbetrieb steht die nachhaltige Wirtschaftlichkeit über kurzfristigen Renditen und Aktiensteigerungen. Daher werden auch große Teile des Umsatzes in den Betrieb reinvestiert. Komperdell folgt nicht dem Trend der Umweltsiegel. Die Firma ist sich aber bewusst, dass Outdoorsportarten von einer intakten Natur abhängig sind. Komperdell produziert 100% aller Stücke in Mondsee. Die Umweltauflagen sind in Österreich wesentlich strenger als beispielsweise in Asien. So sind alle verwendeten Lacke auf Wasserbasis und die Stockverpackungen aus Karton. Auf das Einschweißen in Polybeutel wird bis auf Ausnahmen verzichtet.

MADE IN AUSTRIA

FOTOS: BLEED, DEVOLD, HAGLÖFS, SINGTEX



Eine Sache des Vertrauens: die Labels

Die Verwirrung in Sachen Labels kennt man zu gut aus den Lebensmittelregalen. Kein Wunder, dass man Vorbehalte hat, wenn man auch im Outdoor-Handel auf Zertifikate stößt. Doch neben einigen markeneigenen stehen zwei Labels besonders für seriöse Qualität und striktes Arbeiten: die Fair Wear Foundation und Bluesign.

Bluesign



Die bluesign® Zertifizierung ist ein hochkomplexes Unterfangen: Jede einzelne Zutat in der Herstellung eines Produktes wird auf die Aspekte Umwelt, Gesundheit, Sicherheit und Schadstofffreiheit durchleuchtet – vom Faden bis zum Färbeprozess, vom Reißverschluss bis zur Abfallentsorgung. Es werden Verbesserungen und effiziente Lösungen herausgearbeitet, die dann bei den Rohstofflieferanten und Produktionsstätten implementiert werden müssen, um eine Zertifizierung zu erhalten. bluesign.com

Fair Wear Foundation



Die Fair Wear Foundation (FWF) ist eine NGO, die mit Herstellern, Produktionsstätten, Gewerkschaften und auch Regierungen zusammenarbeitet, um für faire und sichere Arbeitsbedingungen entlang der gesamten Lieferkette zu sorgen. Wer Mitglied werden möchte, muss u. a. rechtsverbindliche Arbeitsverträge, sichere Arbeitsbedingungen bieten und existenzsichernde Löhne zahlen. Die Auditoren überprüfen die Feuerlöscher genauso wie die Arbeitszeiten. Inzwischen zählt die FWF über 120 Hersteller, viele davon aus der Outdoor-Branche. Dabei sind Deuter, Haglöfs, Jack Wolfskin, Mammut, Ortovox, Schöffel, Vaude und viele mehr. fairwear.org

Orientierung im Handel



Auch der Fachhandel möchte seinen Kunden bessere Orientierung verschaffen. Während die Handelskette REI in den USA gar Hersteller aus ihrem Sortiment verbannt, die nicht den Firmenrichtlinien entsprechen, versucht es Globetrotter hierzulande mit klarer Markierung. Mit der „Mission: Grüne Horizonte“ hat die Firma eine Kampagne lanciert, die mit dem Symbol „Eine grünere Wahl“ besonders nachhaltige Produkte kennzeichnet. Die Auswahl trifft Fabian Nendza, der als Corporate-Social-Responsibility-Manager (kurz: CSR) für das verantwortliche Handeln des Unternehmens zuständig ist. Dabei spielen Material und Langlebigkeit der Produkte ebenso eine Rolle wie die Markentransparenz. globetrotter.de

Eigene Markenlabels



Vaude, deutsche Vorreiter-Marke in Sachen Nachhaltigkeit, hat seit 2010 ein eigenes Label für grüne Produkte: „Green Shape“. Damals habe es kaum verlässliche Labels gegeben, die alle für VauDe wichtigen Kriterien erfüllten. Heute erfasse das Label „Green Shape 2.0“ den gesamten Produktlebenszyklus: vom Design, über Materialien, Produktionsstätten, Gebrauch und Pflege des Produkts sowie mögliches Recycling oder umweltfreundliche Entsorgung. vaude.de



NACHHALTIG AUFTRETEN



terracare® ist umweltfreundliche Lederqualität aus Deutschland!

Und zwar vom ersten bis zum letzten Schritt. Denn terracare® Leder ist...

- ...schadstoffgeprüft
- ...made in Germany
- ...nachhaltig
- ...ohne Fluorcarbon hergestellt.

Fragen Sie im Handel nach Wanderschuhen aus terracare®-Leder!

www.terra-care.de

GRÜNE KENNZEICHEN

ANZEIGE

GANZ BEI SICH



Heimspiel 2.0

Produkte sind das eine, doch wie engagieren sich Outdoor-Hersteller rund um den heimischen Standort oder die eigene Firmenzentrale?

Gute und vor allem nachhaltige Produkte zu liefern, ist in der Outdoor-Branche mittlerweile Pflicht. Die Kür hingegen sind alle Aktivitäten, die die Hersteller unter dem Begriff CSR bündeln, Corporate Social Responsibility: unternehmerische Sozialverantwortung. Dieses Schlagwort beinhaltet unter anderem ein

optimiertes Energiemanagement, effiziente Gebäude, Produktion und Mitarbeiter zu erhalten, Fragen der Ver- und Entsorgung, Minimierung von Schadstoffen, sich am eigenen Standort für Umweltthemen zu engagieren – kurz: CSR meint die Anstrengung, nachhaltige Prozesse dauerhaft in den Betriebsalltag zu integrieren.



FOTOS: OBERALP/GÜNTHER PICHLER (2), MESSEFRIEDRICHSHAFEN/SILKE MAGINO, LOWA

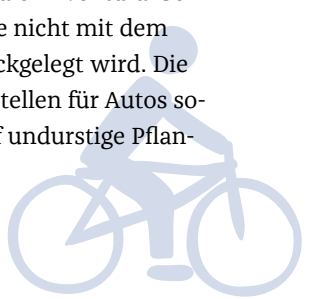
NICHT KAUFEN!



Patagonia ist der Pionier schlechthin in Sachen Umweltschutz und soziales Engagement in der Outdoor-Branche. Unter anderem waren die US-Amerikaner dort die ersten bluesign-Partner. Patagonia forciert die Langlebigkeit ihrer Produk-

te nicht nur mit ihrem weltweiten Reparaturservice, sondern auch mit der provokanten Anti-Konsum-Kampagne: „Kauft diese Jacke nicht.“ Entsprechend ausgerichtet ist auch die Firmenzentrale in Ventura. So erhalten Mitarbeiter zwei Dollar pro Arbeitsfahrt, die nicht mit dem Auto, sondern per Rad, Skateboard oder ÖPNV zurückgelegt wird. Die Solaranlagen auf den Gebäuden speisen die E-Tankstellen für Autos sowie Räder und in Sachen Wasser setzt Patagonia auf undurstige Pflanzen und sparsame Duschköpfe.

patagonia.com/environmentalism



AUFS DACH GESCHAUT



Im oberbayerischen Jetzendorf deckt Schuhhersteller **Lowa** rund 16 Prozent seines jährlichen Strombedarfs über die hauseigene Photovoltaik-Anlage ab, die den Großteil der Firmenparkplätze überspannt, der Rest ist Öko-Strom aus Wasserkraft. Außerdem hat man die Gebäude nachgerüstet, stromsparend beleuchtet und eine E-Tankstelle instal-

liert. Weitere Ziele sind langfristig, den Anteil regenerativer Energien zu erhöhen, die Abfallentsorgung zu optimieren, die biologische Vielfalt auf dem Firmengelände zu fördern (Nistkästen & Insektenhotels) sowie Flächen zu entsiegeln (Dachbegrünung) und insgesamt das Naturschutzengagement zu verstärken. lowa.de

Im eigenen autarken Gebäude in Bozen, das zu 90% Firmen aus der Region errichtet haben, produziert **Salewa** mehr Photovoltaikstrom als das Unternehmen verbraucht. Aber nicht nur dafür erhielt die Marke den Klimahaus-Award. Berücksichtigt wurden auch soziale Beiträge

wie die hauseigene Kinder-Tagesstätte, die eigene Kletterhalle und der 3000 m² große Garten, der von 15 Flüchtlingen betreut wird. Zudem gibt es in jedem Stockwerk einen Mitarbeiter, der für die Einhaltung der Verhaltensregeln wie minimalen Energieverbrauch und Verzicht auf Plastikflaschen achtet.

salewa.com/de-de/sozial-und-umweltverantwortung



Nicht nur die Sendung der Ware aus Asien in die schwedische Heimat verläuft bei **Haglöfs** weitestgehend auf See und Schienen, auch die tägliche Logistik ist auf Emissionsreduktion ausgerichtet: Wenn möglich werden die persönlichen Meetings durch digitale Besprechungen ersetzt. Für die Geschäftsreisen gibt es strenge Richtlinien (Zug statt Pkw oder Flugzeug) sowie CO₂-Grenzwerte für Firmenwägen und die anfallenden Emissionen werden komplett kompensiert. In allen Niederlassungen wird Bio-Obst und Fair-Trade-Kaffee bereitgestellt.

haglofs.com/de/de-de/sustainability



FIX & FERTIG

Die Marke **Löffler** ist ein Unikum im Outdoor-Markt, denn am Firmenstandort in Ried im Innkreis entwickelt sie nicht nur ihre Produkte, sie fertigt sie auch dort – inklusive eines Großteils der Stoffe. Klar, dass die Arbeitsbedingungen hier fair sind und keine unerlaubten Chemikalien verwendet werden. Stattdessen berät man sich mit den vielen weiblichen Mitarbeiterinnen, um ihnen durch individuelle Zeitmodelle zu helfen, Beruf und Familie zu vereinen. Außerdem sucht man nach optimalen Lösungen für die Reststoffe: damit und mit den Kartons basteln Kinder in Schulen und Kindergärten des Ortes. Und seit die Firma mit Geothermie heizt, spart man jährlich 40.000 Liter Öl! loeffler.at

DIGITALE ZUKUNFT



Die schwäbische Marke **Vaude** ist seit Langem Vorreiter in Sachen Nachhaltigkeit – nicht nur in der Outdoor-Branche. Auch dafür wurde Geschäftsführerin Antje von Dewitz jüngst als „Brand Manager of the Year“ ausgezeichnet. Über die Gewinnmaximierung stellt sie eine konsequent nachhaltige und gemeinwohlorientierte Unternehmensstrategie. Mit eigenem Mobilitätskonzept (JobRäder, gratis Leih-E-Bikes, etc.), Klimakonzept (umweltzertifizierte Gebäude, Dachbegrünung), Biodiversitätsmanagement (Blühwiesen statt Parkplätze, usw.), zahlreichen Maßnahmen zur Mitarbeiter-Zufriedenheit (wie ein eigenes Kinderhaus) sowie aktiven Forschungsprojekten, z.B. zur Reduktion von Mikroplastikmaterial. nachhaltigkeitsbericht.vaude.com

DEUTSCHE VORREITER

INSEKTENHOTELS & ERDGASTAXIS

Die hessische Marke **Jack Wolfskin** wird nicht nur bis 2019 ihre gesamte Bekleidungskollektion frei von Fluorchemie haben, sondern bietet auch deutschlandweit in den Stores und Online einen 100% PFC-freien Imprägnierservice an. Die Standorte in Deutschland, Österreich und der Schweiz beziehen ausschließlich Ökostrom und der Taxipartner an der Firmenzentrale fährt auf Wunsch der Marke Erdgasfahrzeuge. Zudem hat man auf dem eigenen Firmengelände eine Wildblumenwiese angelegt samt Insektenhotels, Nist- und Bruthilfen sowie Vogeltränken und -bäder.

jack-wolfskin.de/corporate-responsibility.html



Mach doch mal Pause: Mitarbeiter von Vaude genießen ihre Mittagspause in der „grünen Kantine“ in Tettang.



„ Es gibt immer noch viel zu tun



Vaude geht seit 2009 so konsequent den grünen Weg wie kein anderer in der Branche – und das auch am Firmensitz am Bodensee: Dort gibt es Kinderhaus und flexible Arbeitszeiten, Wertpapiere für Mitarbeiter, acht eBikes, die den Pendlern zur Verfügung stehen und vieles mehr. Ein Gespräch über die Erfolgsspur des Unternehmens mit Hilke Patzwall aus dem Corporate-Social-Responsibility-Team von Vaude.

Frau Patzwall, auf welche grüne Leistung sind sie besonders stolz?

„ Ein Meilenstein ist sicher, dass unsere Bekleidungskollektion seit diesem Jahr zu 100% PFC-frei ausgerüstet ist. Außerdem haben wir soeben die höchste Punktebewertung beim Brand Performance Check der Fair Wear Foundation bekommen. Was uns aber wohl am meisten freut, ist, dass unsere Arbeit andere Marken in der Outdoor-Branche inspiriert, einen nachhaltigeren Weg einzuschlagen.

Tauschen sich die Marken eigentlich auch untereinander aus?

„ Ja, wir arbeiten oft und gerne

gemeinsam an den Nachhaltigkeitsthemen – schließlich sitzen wir hier ja alle im selben Boot. Wir sind bestens vernetzt, ob zu unseren Mitbewerbern, Lieferanten, externen Experten, diversen Universitäten oder anderen Stakeholdern. Diese Zusammenarbeit ist wichtig und sinnvoll, davon profitieren wir alle.

Was sind die nächsten Schritte?

„ Zwei Punkte vielleicht. Erstens: Wie können wir unsere Produkte so gestalten, dass sie ohne neue (fossile) Ressourcen auskommen und quasi unendlich im Nutzungs-Kreislauf verbleiben können? Und zweitens:

Das Thema Mobilität, das betrifft uns alle. Wie können wir gemeinsam die Verkehrswende schaffen?

Wovon träumen Sie für die Zukunft?

„ Meine Vision für die Zukunft sieht so aus: Nachhaltiges Wirtschaften wird immer mehr zum Mainstream und in das Tagesgeschäft aller Unternehmen integriert. Unternehmerischer Erfolg misst sich nicht mehr nur in Profit, sondern im Beitrag zum Gemeinwohl. Da haben wir als Weltgemeinschaft alle miteinander noch einen längeren Weg vor uns ...

EVO Dry

The Future of Rainwear

Stell Dir vor...

- diese Jacke muss auch nach häufigem Gebrauch nicht nachimprägniert werden,
- diese Jacke bleibt dauerhaft atmungsaktiv,
- diese Jacke ist besonders nachhaltig und umweltfreundlich hergestellt.



100% PFC frei
von der Imprägnierung
bis zum Reißverschluss



Wasserdicht
20.000 mm Wassersäule



**Solution Dye
gefärbtes Garn**
spart Wasser, Energie
und CO₂ in der Produktion



Men's & Wm's Eclipse Jacket



100% recyceltes Nylon
nachhaltig und
besonders robust



Atmungsaktiv
20.000 MVTR



**Innovative High Definition
Finish Imprägnierung**
wird direkt ins Garn
eingearbeitet und hält
permanent