

Weniger Werbung – mehr Klimaschutz: VAUDE ab 2022 weltweit klimaneutral

von bb - Mittwoch, 13. Oktober 2021

<https://www.pd-f.de/2021/10/13/weniger-werbung-mehr-klimaschutz-vaude-ab-2022-weltweit-klimaneutral/>



Beginn Originaltext:

XXXXXX

VAUDE ab 2022 weltweit klimaneutral

CO₂-Emissionen müssen schnell und drastisch reduziert werden, andernfalls können wir das 1,5-Grad-Ziel nicht mehr erreichen – mit dramatischen Folgen für die Menschheit und für nachfolgende Generationen. So das alarmierende Fazit der Wissenschaftler im kürzlich veröffentlichten IPCC-Bericht des Weltklimarates. „Das ist ein Weckruf, der uns alle wachrütteln sollte. Der Klimaschutz erfordert höchste Priorität und wir müssen mit aller Kraft handeln, um unseren Planeten lebenswert zu halten!“, appelliert Antje von Dewitz, VAUDE Geschäftsführerin. Deshalb hat das Outdoor-Unternehmen beschlossen, ab dem 1. Januar 2022 mit allen weltweit hergestellten Produkten klimaneutral zu werden. Dafür kompensiert VAUDE seine globalen Treibhausgasemissionen vollständig. Doch nicht nur das: Derselbe Betrag, der jährlich in die Kompensation fließt, wird zusätzlich in die kontinuierliche Reduzierung der Emissionen investiert. Dabei setzt VAUDE klare Prioritäten: Für mehr Klimaschutz wird das Marketingbudget um rund eine halbe Million Euro gekürzt.

Schon bisher verzichtet VAUDE zugunsten der Nachhaltigkeit auf kostspielige Werbemaßnahmen. Um die weltweite Klimaneutralität zu finanzieren, werden die Marketingausgaben nun weiter reduziert. „Nachhaltigkeit ist teuer. Da die Bereitschaft für höhere Preise im Handel und bei den Endkunden ihre Grenzen hat, können wir die Mehrkosten für nachhaltig hergestellte Produkte und eine Klimakompensation nur aufbringen, wenn wir an anderen Stellen einsparen. Deshalb leisten wir

uns keine großen Image- und Werbekampagnen“, so Antje von Dewitz. „Wir möchten zeigen, dass Klimaschutz finanzierbar ist, indem man Budgets umschichtet. Wenn alle Unternehmen bspw. einen Teil ihres Marketingbudgets für den Klimaschutz verwenden würden, könnten wir enorm viel erreichen. Das ist machbar – und das sollte uns unsere Zukunft auf diesem Planeten wert sein!“ Dass erfolgreiches Marketing nicht unbedingt vom Budget abhängt, stellt VAUDE seit Jahren unter Beweis. Mit viel Kreativität und Engagement gelingt es VAUDE, immer mehr Menschen für die Marke zu begeistern und sich in einer international hart umkämpften Branche zu behaupten – bei überdurchschnittlichem Wachstum. Das bestätigt auch der CMO Award (CMO=Chief Marketing Officer), eine der höchsten Marketing-Auszeichnungen Deutschlands, die in diesem Jahr an VAUDE ging. „Die Kultur von VAUDE ist etwas ganz Besonderes. Diese Pionierleistung bei der Markenführung verlangt Mut, Risikofreude, Kreativität und Durchhaltevermögen. Der Erfolg gibt Antje von Dewitz recht: Sie ist vielen Marken um Jahre voraus“, so die Jury des CMO Awards, die aus renommierten Marketingexpert*innen besteht.

VAUDE in Deutschland klimaneutral seit 2012

VAUDE engagiert sich schon seit vielen Jahren aktiv für den Klimaschutz. Bereits seit 2009 nutzt das Unternehmen am Firmensitz in Tettang zu 100 % Ökostrom, u. a. aus selbsterzeugter Solarenergie. Seit 2012 ist die Firmenzentrale mit allen dort hergestellten Produkten klimaneutral. 2019 wurde das nächste große Klimaziel gesetzt: weltweite Klimaneutralität gemäß der Science Based Targets – so schnell wie möglich. Auf diesem Weg hat VAUDE nun den ersten Meilenstein erreicht: Mit viel Aufwand und in enger Zusammenarbeit mit den Lieferanten wurden alle Emissionen aus der vorgelagerten, globalen Lieferkette erfasst. Aufgrund dieser fundierten Datengrundlage hat VAUDE jetzt beschlossen: Ab 2022 werden alle VAUDE Produkte werden klimaneutral!

Sämtliche (noch) nicht vermeidbaren klimaschädlichen Emissionen werden über ein myclimate Gold Standard Klimaschutzprojekt in Vietnam kompensiert, bei dem Kleinbauern Biogas aus organischen Abfällen gewinnen. Doch VAUDE genügt es nicht, zu kompensieren, noch wichtiger ist die Reduktion der Emissionen. Deshalb hat sich das Unternehmen mit den Science Based Targets zu weitreichenden globalen Reduktionszielen verpflichtet, um den ökologischen Fußabdruck kontinuierlich zu verkleinern und einen messbaren Beitrag zur Eindämmung des Klimawandels unter Einhaltung des 1,5-Grad-Ziels zu leisten.

Größte Herausforderung: globale Lieferkette

Der Löwenanteil der Emissionen entsteht bei VAUDE in der globalen Lieferkette. Funktionelle Outdoor-Produkte bestehen überwiegend aus synthetischen Fasern, deren Herstellung hohe Energieverbräuche verursacht. Hier hat VAUDE bereits angesetzt: Bis 2024 sollen 90 % unserer Produkte überwiegend aus recycelten oder biobasierten Materialien bestehen. Damit bekennt sich VAUDE zum Prinzip der Kreislaufwirtschaft. Durch den Einsatz nachwachsender Rohstoffe und die Wiederverwertung von Materialien werden fossile Ressourcen geschont und CO₂-Emissionen – je nach Material – um rund 50 % im Vergleich zu neuwertigen Materialien reduziert. In der Bekleidungs-Kollektion für 2022 hat VAUDE dies schon für die Hälfte aller Produkte geschafft.

“Es liegen noch einige dicke Brocken vor uns. Wir wissen, dass der Großteil unserer Treibhausgasmissionen bei unseren Lieferanten in der Herstellung der Materialien für unsere Produkte entsteht. Eine Energiewende in den Herstellungsländern ist dringend nötig, um Emissionen im großen Stil reduzieren zu können“, so Hilke Patzwall, VAUDE CSR Managerin. Daher hat sich VAUDE das Ziel gesetzt, bis 2030 50 % der Emissionen aus der Lieferkette einzusparen. VAUDE arbeitet intensiv daran, die weltweiten Produktionspartner beim Umstieg auf erneuerbare Energiequellen zu unterstützen. In Zusammenarbeit mit dem Bundesministerium für wirtschaftliche Entwicklung (BMZ) hat VAUDE bereits 2015 in einem Pilotprojekt mit Zulieferern von textilen Materialien Energiemanagement-Schulungen durchgeführt, wodurch u. a. jährlich über 18 Millionen Kilowattstunden Energie in der Produktion eingespart werden. Das entspricht ungefähr dem jährlichen Stromverbrauch einer Kleinstadt. Den

Umstieg auf erneuerbare Energiequellen lässt sich in einer globalisierten Welt allerdings nur durch Zusammenarbeit bewältigen. Hier setzt VAUDE neben dem direkten Engagement auf Lieferantenebene auch auf Allianzen innerhalb der Branche.

Mehr dazu im VAUDE Nachhaltigkeitsbericht:

<https://nachhaltigkeitsbericht.vaude.com/gri/news/klimaneutral-ab-2022.php>

<https://nachhaltigkeitsbericht.vaude.com/gri/umwelt/klimabilanz.php>

[VAUDE CSR-Report – Energie in der Lieferkette](#)

Bericht des Weltklimarates IPCC: <https://www.de-ipcc.de/350.php>

Science Based Targets Initiative (SBTi): [Ambitious corporate climate action – Science Based Targets](#)

XXXXXX

Ende Originaltext

[Bildauswahl zum Thema \(5 Bilder\)](#)

Passende Themen beim pdf:

[Mobilitätswende in der Diskussion](#)

[Zum Tag des Waldes: Miteinander statt Gegeneinander](#)

[Weltfrauentag: Frauen an die Fahrradspitze](#)

[Wegwerfen oder nachhaltig nutzen: Wohin mit alten Fahrradteilen?](#)

Passendes Bildmaterial