

NACHHALTIGKEIT

Outdoorausrüstungen sinnvoll entsorgen

Die europäische Outdoor-Industrie verstärkt ihre Bemühungen in Sachen Nachhaltigkeit. So wurde ein End of Life Options Committee ins Leben gerufen, welches sich mit umweltverträglichen Entsorgungslösungen für gebrauchte Outdoorartikel beschäftigt. BEAT LADNER

Die amerikanische Outdoor Industry Association (OIA) arbeitet seit rund zwei Jahren an einem Eco Index Framework. Dabei handelt es sich um ein Grundsatzzpapier, welches für sämtliche Stufen des Produktlebenszyklus – vom Material über Produktion, Vermarktung und Gebrauch bis hin zur Entsorgung – ökologische Richtlinien definiert. Anhand dieser Richtlinien lassen sich dann Indikatoren und Messmethoden festlegen. Der Eco Index soll der Outdoor-Industrie inklusive Zulieferern helfen, ihre Umweltbemühungen über die gesamte Supply Chain hinweg in standardisierter Form zu messen und kontinuierlich zu verbessern. Durch die Verwendung einer ein-

heitlichen Sprache wird zudem der direkte Vergleich zu den Mitbewerbern ermöglicht.

Der Eco Index ist eine Gesamtbewertung bestehend aus zahlreichen Einzelbewertungen wie zum Beispiel Ressourcenverbrauch, Umweltverträglichkeit, Langlebigkeit usw. Beim Eco Index Framework handelt es sich also um eine umfassende Betrachtungsweise. Durch ein stark strukturiertes Vorgehen soll trotz hoher Komplexität Transparenz geschaffen werden.

Die European Outdoor Group (EOG) hat sich zu einer Zusammenarbeit mit der OIA entschlossen und eine internationale Arbeitsgruppe ins Leben gerufen, welche sich im Rahmen des Eco



Adrian Huber, Vorsitzender des End of Life Options Committee: «Nachhaltigkeit kann nicht eindimensional abgehandelt werden, es braucht immer eine Gesamtbetrachtung!»

Index Framework mit der letzten Phase eines Produktes, nämlich der Entsorgung (End of Life), befasst. Diese Arbeitsgruppe wird von Adrian Huber präsiert, der bei der Mammut Sports Group für das Thema Nachhaltigkeit verantwortlich ist. «Schweizer Sport & Mode» hat sich mit Adrian Huber an seinem Arbeitsort in Seon unterhalten:

Schweizer Sport & Mode: Herr Huber, was soll der Sporthändler unter End of Life (EoL) genau verstehen?

Adrian Huber: Es gibt zahlreiche Möglichkeiten, ein Produkt zu entsorgen: recyceln, kompostieren, in den normalen Abfall wer-

fen, verbrennen, einer Zweitnutzung zuführen, reparieren oder für die Herstellung anderer Produkte weiterverwerten. Unsere Arbeitsgruppe wird in einem ersten Schritt Richtlinien erstellen, was unter welchen Voraussetzungen Sinn macht und was nicht.

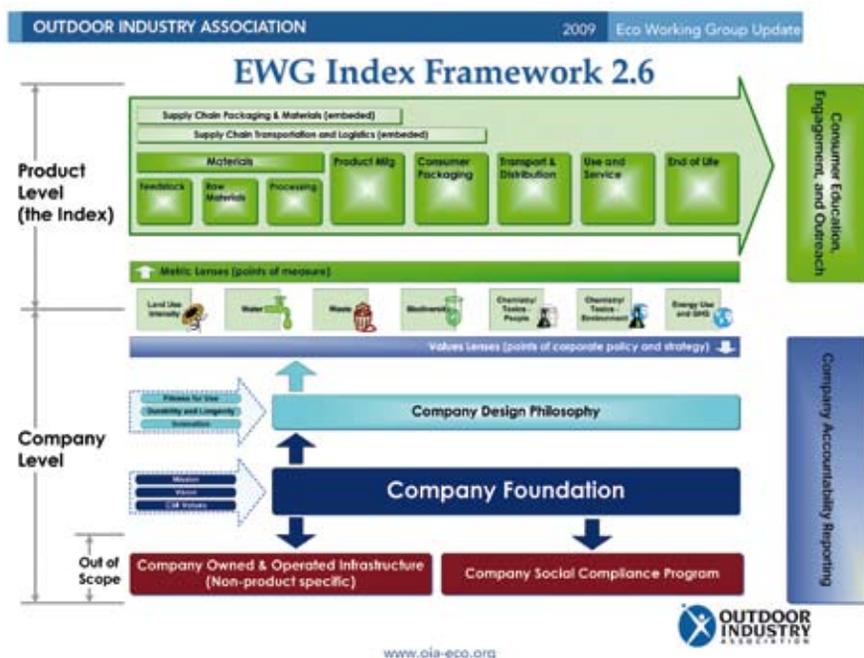
Schweizer Sport & Mode: Wie setzt sich die EoL-Arbeitsgruppe zusammen?

Adrian Huber: Momentan haben wir knapp 20 Mitglieder aus Europa und Amerika. Gut ein Drittel wird von der Markenindustrie gestellt, der Rest teilt sich auf Händler, Zulieferindustrie, Universitäten, Berater und Verbände auf. Zudem soll die Gruppe um Händler, Endkonsumenten und Textilsammel-Organisationen erweitert werden, um alle Interessensgruppen einzubeziehen.

Schweizer Sport & Mode: Kann man schon sagen, in welche Richtung die Arbeit gehen wird?

Adrian Huber: Wenn die Richtlinien und Indikatoren zur Entsorgung einmal erarbeitet sind, will die Arbeitsgruppe der Branche und vor allem dem Handel auch konkrete Entsorgungslösungen anbieten können. Dabei geht es nicht darum, das Rad neu zu erfinden. Vielmehr sollen bestehende, gut funktionierende Lösungen von Herstellern oder Entsorgungsspezialisten der gesamten Branche zugänglich gemacht und auf breiter Ebene eingeführt werden.

Schweizer Sport & Mode: Im Vergleich zur Textilindustrie ist die



Die Grafik zeigt die Komplexität und den gesamtheitlichen Ansatz des Eco Index Frameworks auf, wie er von der Outdoor Industry Association (Eco Work Group) definiert worden ist. Der Eco Index soll im Sommer 2010 in die Testphase treten und ab Januar 2011 zur Anwendung kommen. Soziale Aspekte der Produktionskette (z. B. Kinderarbeit usw.) werden in separaten Arbeitsgruppen bearbeitet.

EOG Mehr Durchblick bei Öko-Labels

Neben dem EoL Committee gibt es innerhalb der EOG auch ein Standards and Regulations Committee, das kürzlich seine Arbeit aufgenommen hat. Seine Zielsetzung lautet, den Überblick über Gesetze, Standards und Labels, die auf Umwelt und Nachhaltigkeit ausgerichtet sind, zu verbessern und dadurch die Aufmerksamkeit zu erhöhen. Zusätzliche soll die branchenweite Einführung von Nachhaltigkeit-Standards gefördert und unterstützt werden. ◇

Outdoor-Industrie ein Nischenplayer. Macht es überhaupt Sinn, in diesem Rahmen über Entsorgungslösungen nachzudenken?

Adrian Huber: Die Outdoorbranche besitzt durch ihre Naturnähe eine hohe Glaubwürdigkeit und hat Mitte der 90er-Jahre bereits Erfahrungen gesammelt mit

in grösseren Kontexten funktionieren muss. Eine Insellösung für die Outdoorbranche kann nicht das Ziel sein. Es gibt zum Beispiel bereits zahlreiche auf Recycling spezialisierte Firmen. Dieses vorhandene Know-how versuchen wir zu nutzen. Wir möchten auch darauf vorbereitet sein, wenn von

Projekten wie «Balance Project» oder «Ecolog». Als innovative Branche können wir eine Vorreiterrolle übernehmen. Es ist aber von zentraler Bedeutung, dass alles, was entwickelt wird, auch

Seite Gesetzgeber auf einmal eine Recyclinggebühr für Textilien vorgeschrieben wird. Solche Gebühren sind in anderen Branchen bereits Standard.

Schweizer Sport & Mode: Ist es nicht eine Illusion, zu glauben, dass sich eine nachhaltige Verhaltensweise durchsetzen wird? Bürdet man sich als Unternehmen nicht einen Wettbewerbsnachteil auf, wenn man sich für Nachhaltigkeit engagiert?

Adrian Huber: Nachhaltigkeit muss sich für ein Unternehmen rechnen. Nicht kurzfristig, aber mittel- und langfristig. Das heisst, es braucht einen Markt für Nach-

haltigkeit bzw. eine Nachfrage nach nachhaltigen Produkten. Deshalb ist es ganz wichtig, die Konsumenten umfassend zu informieren, aufzuklären und zu überzeugen. Wenn wir als ganze Branche auftreten, entfalten wir eine grössere Wirkung, als wenn jeder für sich seinem eigenen Konzept zum Durchbruch verhelfen will. Nachhaltigkeit ist immer ein langfristiger Prozess, der sich nicht in kurzfristigen Erfolgen niederschlägt. Als Outdoorbranche sind wir auf eine intakte Natur angewiesen. Für uns ist es ein Muss, ökologische und soziale Verantwortung zu übernehmen. ◇