



BUS SPORT AG • Schingasse 4a • CH-9470 Buchs SG
+41 81 750 03 30 • info@bussport.ch • www.bussport.ch

MEDIENMITTEILUNG, 12. Juni 2025

Fjällräven CSR-Report 2024: Nachhaltig, langlebig und glaubwürdig

Nutzung von recyceltem Polyamid um 20% gesteigert, Emissionen aus eingehendem Überseetransport um 95% reduziert oder 100% erneuerbare Energie an eigenen Standorten: Fjällräven ist einer der nachhaltigsten Outdoor-Brands überhaupt. Dies belegen nicht nur die neusten Zahlen im eben publizierten CSR-Report 2024, sondern vor allem die seit Jahrzehnten gelebten Werte als Vorreiter in der Branche, die schon immer äusserst transparente und damit glaubwürdige Nachhaltigkeits-Kommunikation und die Tatsache, dass Fjällräven sich selbst weit strengere Standards auferlegt, als das Gesetz dies vorschreibt.

Am 5. Juni 2025 hat die schwedische Outdoormarke Fjällräven ihren jährlichen Sustainability- und CSR-Report für 2024 publiziert. Verpflichtet wäre dazu nur die Muttergesellschaft Fenix Outdoor. Fjällräven ist aber seit jeher davon überzeugt, dass eine eigene, zusätzliche, transparente Kommunikation über Nachhaltigkeit und andere CSR-Themen der richtige Weg ist. Die neusten Zahlen dürfen sich sehen lassen. Einige Highlights:

- Nutzung von recyceltem Polyamid: 78% im Vergleich zu 58% im Jahr 2023: +20%. Ziel für 2025 um 8% übertroffen.
- Emissionen durch eingehenden Überseetransport: -95%, entspricht 332 Tonnen CO₂e, dank Biokraftstoff-Partnerschaft mit Flexport.
- Nutzung erneuerbarer Energie an eigenen Standorten: 100%, Ziel für 2025 im 2. Jahr in Folge erreicht.
- Scope-1- und 2-Emissionen: -59% seit Basisjahr 2019, -28% im Vergleich zu 2023. Ziel für 2025 um 16% übertroffen.

Fjällräven informiert aber genauso transparent über nicht erreichte Ziele und legt offen, wo sie sich noch verbessern wollen – zum Beispiel hier:

- Kohlenstoffintensität pro produziertem Produkt (kg CO₂e): Nicht auf Kurs. Das Ziel sah eine Reduzierung von 50% bis 2025 vor. Für das Jahr 2025 liegt der Fokus auf erneuerbarem Strom bei Tier-1-Lieferanten und auf einer Dekarbonisierung der Lieferkette über Luftemissionen hinaus.
- Emissionen des Lufttransports (t CO₂e): Die Instabilität der Lieferkette führte zu einer Zunahme des Lufttransports. Ziel für 2025 ist allerdings, Transportemissionen um 25 % zu senken. Deshalb wurde ein spezielles Projekt zum Thema Lufttransport gestartet.

Den vollständigen und durchaus unterhaltsamen **Sustainability- und CSR-Report von Fjällräven** in Englisch, mit einer guten Portion Selbstironie, finden Sie hier (PDF, 15 Seiten):

<https://www.fjallraven.com/49c097/globalassets/fjallraven/eu/csr/fjr-csr-summary-2024.pdf>

- Kurzzusammenfassung (PDF, 1 Seite): <https://press.fjallraven.com/modules/?md=getfile&fileid=1035>

Die **offizielle Pressemitteilung von Fjällräven** dazu gibt es hier:

<https://press.fjallraven.com/en/story/sustainability-and-csr-2024.html> (Englisch) bzw.

<https://press.fjallraven.com/modules/?md=getfile&fileid=1036> (PDF in Deutsch)



DEVOLD



BUS SPORT AG • Schingasse 4a • CH-9470 Buchs SG
+41 81 750 03 30 • info@bussport.ch • www.bussport.ch

Markenzeichen Langlebigkeit

Fjällräven legt grossen Wert darauf, nachhaltige Ausrüstung herzustellen, die ausserordentlich lange hält – Langlebigkeit als Markenzeichen, sozusagen. Die schwedische Traditionsmarke setzt daher bei all ihren Produkten auf robuste Materialien und zeitloses Design, das auch nach vielen Jahren noch gefällt. Konsequenterweise sind rund 85% der gesamten Palette von Fjällräven sogenannte «Durchläufer», also zeitlose Produkte, die über mehrere Jahre oder gar Jahrzehnte in der Kollektion bleiben. Fjällräven-Produkte sind bekannt dafür, dass sie ihren Wert bewahren, an die nächste Generation weitergegeben oder gut auf dem Secondhandmarkt verkauft werden zu können. Langlebigkeit ist aber Gemeinschaftssache. Die schwedische Outdoormarke ruft bewusst dazu auf, Outdoorkleidung und -ausrüstung lange zu nutzen, über mehrere Jahre, besser Jahrzehnte, statt Teile alle ein bis zwei Saisons zu ersetzen – und verzichtet damit auch auf ordentlich Mehreinsatz, zugunsten von Glaubwürdigkeit: Weniger wegwerfen, weniger neue Produkte herstellen, weniger Umweltbelastung.

Gelebte Werte: Ziele 2025 mit strengeren Standards

2025 wird ein entscheidendes Jahr für Fjällräven. Einerseits misst das Unternehmen seine Leistung an den Zielen, die es sich 2020 gesteckt hat, andererseits legt es die neuen Nachhaltigkeitsziele bis 2030 fest. Wie immer möchte Fjällräven dabei über gesetzliche Vorgaben hinausgehen. Denn die schwedische Outdoormarke lebt Umweltschutz tatsächlich, sagt schon lange und oft bewusst «Nein» und auferlegt sich selbst in vielen Bereichen weit strengere Standards, als das Gesetz vorschreibt. Dies macht Fjällräven in Sachen Nachhaltigkeit äusserst glaubwürdig. Schädliche Chemikalien beispielsweise verbannt Fjällräven so rasch wie möglich aus ihren Produkten. So startete der Brand bereits 2009 als absoluter Branchenvorreiter damit, PFC (per- und polyfluorierte, künstlich hergestellte und kaum natürlich abbaubare Chemikalien) massiv zu reduzieren und produziert schon seit 2015 alle seine Textilien komplett PFC-frei. Auch Tierwohl ist Fjällräven wichtig: Die Marke nutzt nur ethisch vertretbare Daune ohne Lebendrupf, seit 2014 vollständig rückverfolgbar. Zudem verwendet sie nur komplett Mulesing-freie Merino-Wolle, rückverfolgbar seit 2015, und baut insbesondere die Zusammenarbeit mit regenerativen, nachhaltig wirtschaftenden Farmen kontinuierlich aus.

Ausrüstung pflegen und reparieren

Damit Outdoorkleidung und -ausrüstung möglichst lange hält, ist nicht nur robustes Material und beste Qualität, sondern auch die richtige Pflege nötig. Fjällräven unterstützt ihre Kundschaft daher seit Jahrzehnten mit Pflegetipps, um die Funktionalität langfristig aufrechtzuerhalten, wie beispielsweise Ausrüstung nur dann zu waschen, wenn es wirklich nötig ist, Shell-Bekleidung regelmässig neu zu imprägnieren bzw. die Materialien G-1000 und Leder mit Wachs wasserabweisend zu machen oder Ausrüstung ordnungsgemäss aufzubewahren. Und wenn das alles nicht mehr hilft: Reparieren, statt wegschmeissen! Fjällräven stellt dazu zahlreiche Anleitungen mit Videos zur Verfügung: <https://www.fjallraven.com/de/de-de/kundenservice/care-repair/>. Alternativ kann man seine Ausrüstung auch ins Outdoorgeschäft zurückbringen – dann kümmert sich Fjällräven um die Reparatur. Eine eigene Reparaturstelle befindet sich zudem im Fjällräven Store an der Löwenstrasse 61 in Zürich. Die Marke hat ihre Anzahl reparierter Artikel in den letzten Jahren stetig massiv erhöhen können.





BUS SPORT AG • Schingasse 4a • CH-9470 Buchs SG
+41 81 750 03 30 • info@bussport.ch • www.bussport.ch

Gelebte Nachhaltigkeit bei Fjällräven: Weitere Beispiele

Sustainable Brand Index und Tradera Circular Brands

Im März 2025 hat Fjällräven erneut den Sustainable Brand Index gewonnen: Schwedische Verbraucher haben Fjällräven in Europas grösster Markenwahrnehmungsstudie zum sechsten Mal in Folge als nachhaltigste Marke in der Kategorie „Bekleidungs- und Modemarken“ bewertet.

Zudem belegt Fjällräven im jährlichen Report "Circular Brands 2025" von Tradera, Schwedens grösstem Second-hand-Marktplatz, zum vierten Mal in Folge den ersten Platz, in den Kategorien Bekleidungsindustrie insgesamt und Outdoor-Bekleidung. Tradera Circular Brands 2025 stellt die auf tradera.com meist geschätzten Bekleidungsmarken vor, die dadurch führend beim Übergang zu mehr Kreislaufwirtschaft in der Modebranche sind.

G-1000: Fjällrävens wichtigstes Material – robust, langlebig, witterungsbeständig

G-1000 ist Fjällrävens wichtigstes Material: atmungsaktiv, äusserst strapazierfähig und dazu noch umweltfreundlich – schon fast ein Markenzeichen. Der Outdoor-Brand verwendet das extrem robuste Gewebe für alle Produktarten – ob Rucksäcke, Jacken oder Hosen. G-1000 ist ein dicht gewebter und sehr langlebiger Stoff aus 65% Polyester und 35% Baumwolle. Fjällräven führte das Gewebe bereits 1968 ein und hat seither verschiedene Varianten entwickelt, alle sehr robust, atmungsaktiv. Durch das Auftragen von Greenland Wax wird es zudem wasser- und windabweisend und damit perfekter Begleiter für Abenteuer. Greenland Wax ist ein Gemisch aus Bienenwachs und Paraffin, ein einfaches, natürliches Rezept gegen alle Arten von Witterung:

<https://www.fjallraven.com/de/de-de/uber-uns/materialien/g-1000/>

Fjällräven CSR Report 2024 online: Medieninfos und Bildmaterial

- **Vollständiger Sustainability- und CSR-Report 2024** von Fjällräven, Englisch (PDF, 15 Seiten):
<https://www.fjallraven.com/49c097/globalassets/fjallraven/eu/csr/fjr-csr-summary-2024.pdf>
- **Offizielle Pressemitteilung** von Fjällräven zum CSR-Report 2024:
<https://press.fjallraven.com/en/story/sustainability-and-csr-2024.html> (Englisch) bzw.
<https://press.fjallraven.com/modules/?md=getfile&fileid=1036> (PDF in Deutsch)
- **One-Pager, Kurzzusammenfassung CSR Report 2024** (PDF, 1 Seite):
<https://press.fjallraven.com/modules/?md=getfile&fileid=1035>
- Diese **Medienmitteilung** online:
https://drive.google.com/drive/folders/1ypN8KHoQHCEwuq07_4Qkn7Zz4hanD6U_?usp=sharing
- **CSR-Report 2024 von Fenix Outdoor**, Mutterkonzern, Englisch (PDF, 60 Seiten):
https://www.fenixoutdoor.com/wp-content/uploads/2025/04/Fenix_CSR_WEB.pdf

Fjällräven online

Webseite: <https://www.fjallraven.com/de>

Presseinfos: <https://www.press.fjallraven.com/de>

Facebook: <https://www.facebook.com/Fjallraven>

Instagram: <https://www.instagram.com/fjallravenofficial/>

YouTube: <https://www.youtube.com/Fjallraveninternational>



DEVOLD



BUS SPORT AG • Schingasse 4a • CH-9470 Buchs SG
+41 81 750 03 30 • info@bussport.ch • www.bussport.ch

Medienkontakt

TEXTSCHAFT, Kathrin Senn, Im Rigiblick 27, 8623 Wetzikon, www.textschaft.ch

E-Mail: info@textschaft.ch; Mobile: +41 78 821 08 99

Über Bus Sport AG

Die Firma Bus Sport AG mit Sitz in Buchs SG vertreibt die Marke Fjällräven exklusiv in der Schweiz und dem Fürstentum Liechtenstein. Als Grosshandelsfirma im B2B-Bereich beliefert sie den Schweizer Sport- und Schuhfachhandel, Outdoor- und Jagd-Fachgeschäfte, Trendshops sowie die wichtigsten Warenhaus- und Sportfachmarkt-Ketten. Neben Fjällräven zählen auch die Marken Hanwag, Devold, Primus und Royal Robbins zum Markenportfolio. www.bussport.ch

Über Fjällräven

Aus dem kleinen schwedischen Städtchen Örnköldsvik hinaus in die weite Welt: Die 1960 gegründete Marke Fjällräven entwickelt Outdoor-Bekleidung und -Ausrüstung. Sie hat sich dem Ziel verschrieben, die Natur für alle zugänglicher zu machen. Typisch schwedisch, legt sie hohen Wert auf Schlichtheit und Nützlichkeit und hat grössten Respekt für die Umwelt. <https://www.fjallraven.com/>



DEVOLD