



Die Ergebnisse der Umfrage Nachhaltigkeit - Kurzfassung

Nachhaltigkeit, Fair Wear, Fair Trade und ähnliche Begriffe sind Vokabeln, die glücklicherweise immer mehr ins Bewusstsein dringen. Auch Rund-ums-Rad liegen diese Themen am Herzen. Deshalb haben wir Anfang des Jahres überlegt, eine Umfrage unter den Herstellern von Sportbekleidung durchzuführen, mit denen wir in Kontakt stehen.



Rund ums Rad Umfrage zum Thema 'FairTrade' und Nachhaltigkeit.

Seite 1 von 22



Rund ums Rad ist seit Jahren als kompetenter Informationslieferant in der Fahrradszene bekannt. Wir berichten über interessante Ereignisse rund ums Rad. Vor allem aber unterziehen wir von Jahr zu Jahr immer mehr Produkte unseren Praxistests.

Wir testen völlig unabhängig und ausschließlich im Praxisbetrieb, also genau so, wie der Endkunde die Teile später auch verwendet. Darüber berichten wir dann anschließend unvoreingenommen auf unserer Plattform. Dass sich das in der Branche herum gesprochen hat, beweist die steigende Zahl von Testangeboten.

Heute wollen wir uns allerdings einem ganz anderen Thema widmen und bitten deshalb um Ihre Mithilfe. Wir würden uns nämlich gerne kundig machen, wo, wie und unter welchen Bedingungen Sie die Produkte herstellen, die wir und unsere Leser täglich einsetzen.

Diese Informationen werden wir dann in bewährter Weise mit unseren Lesern teilen. Wir wissen, dass einige von Ihnen erhebliche Anstrengungen unternehmen, um eine nachhaltige Produktion zu ermöglichen. Auch Sie würden uns helfen, wenn Sie unsere Fragen vollständig beantworten und uns in der Abschlussfrage Ihre konkreten Erfahrungen vermitteln.

Deshalb bitten wir Sie, bis zum **23.08.2015** die folgenden Fragen zu beantworten oder diese Aufforderung an einen Kollegen weiter zu leiten, der unsere Fragen beantworten kann.

Das Team von Rund ums Rad bedankt sich für Ihre Teilnahme und falls Fragen sind, dann diese bitte an info@rund-ums-rad.info senden.

[Weiter zur Seite 2 >](#)

Die Umfrage wurde erstellt mit Hilfe von Q-Set.de.

Veranstalter der Umfrage: Radblogs, Detlef Kast, E-Mail: info@radblogs.de



Einstimmung ins Thema Nachhaltigkeit

Man mag zu dem VW-Abgasskandal stehen, wie man will, er macht uns eines auf jeden Fall deutlich: Das Vorgehen eines Unternehmen, das betrügt und seine Kunden absichtlich hinters Licht führt, wird so ohne Weiteres nicht toleriert und hart bestraft. Dabei handelt es sich beim VW-Skandal nicht etwa um ein sicherheitsrelevantes Bauteil, das manipuliert wurde - nein, es geht um Umweltschutz, welcher in diesem Fall völlig missachtet wurde.

Den Verbrauchern (also uns allen) wird immer wichtiger, dass die Produkte, die wir kaufen, nachhaltig produziert werden. Doch was bedeutet Nachhaltigkeit eigentlich? Nachhaltigkeit lässt sich in drei Bereiche untergliedern: Umweltschutz (Ökologie), soziale Gerechtigkeit (Soziales) und der schonende Umgang mit Ressourcen (Ökonomie).

Gerade Outdoorsportler legen naturgemäß mehr Wert darauf, dass nicht nur der Sport als solcher in der Umwelt stattfindet, sondern auch der eigene Lebensstil in Einklang mit unserer Natur steht. Die Produkte, die wir kaufen, sollen selbstverständlich von guter Qualität sein und dazu noch ein ansprechendes Preis-Leistungsverhältnis haben - sie sollen aber auch ökologisch sinnvoll produziert worden sein. Auch andere Verstöße, wie z.B. Kinderarbeit, würden die wenigsten von uns akzeptieren, um ein Produkt möglichst günstig erwerben zu können. Qualität darf schließlich auch ihren Preis haben!

Für Biker - wie alle anderen Outdoorsportler auch - ist in den letzten Jahren das Bewusstsein für nachhaltig produzierte Produkte immer größer geworden, weshalb wir uns dieses Themas angenommen haben.

Vorgeschichte

Im März 2015 kam die Frage auf, ob wir eine entsprechende Umfrage angehen wollen. Und wenn ja, wer's denn tun soll. Relativ schnell war die Frage „Wollen wir“ mit „JA“ beantwortet und es fand sich auch ein zweiköpfiges Team, das sich zutraute eine ansprechende Umfrage zusammenzustellen. Da wir unsere journalistische Arbeit alle nur als Hobby betreiben, wurde es Ende April, Anfang Mai. Dann hatten wir endlich die nötigen Überlegungen zur Plattform, auf der die Umfrage laufen sollte, sowie zu den technischen Hilfsmitteln, die wir verwenden wollten, abgeschlossen. Über den Mai und einen Teil des Monats Juni hinweg haben wir unser Fragenpaket zusammengestellt und mit unseren Mitautoren und interessierten Freunden abgestimmt.

Am 22.7.2015 haben wir dann endlich die Einladung zu unserer Umfrage verschickt.

Unser Ziel war nicht die umfassende repräsentative Umfrage zum Thema Nachhaltigkeit, die alle Fragen abschließend beantwortet. Nein, wir wollten bei den Partnern, mit deren Material wir ständig unterwegs sind, in Erfahrung bringen, wie sie mit dem Thema umgehen. Dabei wollten wir gerne Sensibilität wecken und unseren Lesern anschließend berichten, wie der Stand der Dinge ist.

Der Risiken einer solchen Umfrage waren wir uns wohl bewusst. Von Unverständnis über Anstoß an „peinlichen“ Fragen bis zu minimalen Rückläufer-Zahlen waren wir auf alles gefasst. Vor allem aber war uns klar, dass viele unserer Kontakte, allen voran die Agenturen, mit denen wir erfolgreich zusammen arbeiten, selbst gar nicht die Adressaten unserer Umfrage waren. Sie mussten den Fragebogen weiter geben und damit war die persönliche Ansprache verloren und natürlich das Risiko deutlich gestiegen, dass keine Antwort kommen würde.

Wir hatten auch die Möglichkeit vorgesehen, dass sich Probanden outen und eine Mailadresse hinterlassen.



Von dieser Möglichkeit haben zu unserer Freude die meisten Kandidaten, die den Fragebogen vollständig ausgefüllt haben, Gebrauch gemacht.

Unsere Fragen

Unser Fragebogen umfasst 25 Fragen, Dazu die Möglichkeit, das eigene Unternehmen zu outen sowie zwei Textfelder für eine freie Stellungnahme.

Der erste Punkt ermöglicht den Teilnehmern, ihre Firma und einen Ansprechpartner mit Kontaktdaten zu benennen.

In Frage 2 versuchen wir ein Gefühl für die Schwerpunkte/Wichtigkeiten/Rangfolge in der Produktion zu bekommen.

Der Fragenkomplex in den Fragen 3 bis 7 erfragt die Zusammenarbeit mit Organisationen wie z.B. Fair Labor Association, Fair Wear Foundation, Sustainable Apparel Coalition und anderen. Dazu fragen wir nach Existenz und Aufbau bestehender bzw. geplanter Monitoringsysteme zur Überwachung der Produktion.

Die Fragen 8 bis 11 zielen auf Verträge mit Lieferanten und deren Überwachung durch eigene Aktivitäten oder geeignete Organisationen.

Die Fragen 12 bis 15 befassen sich mit dem Themenkomplex Rohstoffe, deren Herkunft sowie Vorprodukten.

Den zwei Fragen nach den Produktionsstandorten (16, 17) und den daraus resultierenden Transportwegen, schließt sich mit den Fragen 18 bis 20 ein Fragenkomplex zur Kinderarbeit an.

In unseren Fragen 21 bis 23 geht es um gerechte Arbeitsbedingungen.

Den Abschluss machen die Fragen 24 bis 26 zum Komplex Schadstoffe und Umweltschäden.

Zusammenfassung

Wir wollen nicht lange drum rum reden. Insgesamt wurden fünf Fragebögen vollständig beantwortet. Das ist nicht viel und lag deutlich unter unseren pessimistischsten Annahmen. Aber die Sache hat auch ein Gutes. Die Antworten, bei denen sich die Unternehmen „geouted“ haben, kamen nämlich von Vaude, P.A.C., Gore und Fjällräven. Und das sind Unternehmen, die aktiv in Sachen Fair Wear unterwegs sind. Sicher spielt da auch „Tu Gutes und rede darüber“ eine Rolle. Aber das ist den Unternehmen nicht vorzuwerfen und gibt uns gleichzeitig einen Einblick, was unsere Probanden denn aktiv tun. Aber auch bei diesen Unternehmen werden wir die Antworten nicht dem Unternehmen zuordnen, außer in Fällen, in denen in den Antworten ein direkter Bezug zum Unternehmen enthalten ist.

Für die Eiligen unter euch fassen wir hier kurz das Ergebnis unserer Befragung zusammen. Wer mehr Zeit hat, kann nächste Woche auch im Detail lesen, wie die einzelnen Fragen beantwortet wurden.

Ergebnis der vollständig ausgefüllten Fragebogen

Hier haben Unternehmen geantwortet, die sich um Nachhaltigkeit ausführlich Gedanken gemacht haben und wissen, wie sie das Thema umsetzen müssen.

Folglich gibt es eigene Monitoring Systeme, die Herstellung und Lieferanten überwachen. Die Zusammenarbeit mit entsprechenden Organisationen ist etabliert und die Kontrolle der Lieferanten und



beauftragten Unternehmen ist relativ engmaschig. Kinderarbeit wird natürlich streng verhindert und entsprechend kontrolliert. Die verwendeten Vorprodukte unterliegen ebenfalls vertraglichen Vereinbarungen, die die Nachhaltigkeit und die Fairness der Produktion auch in diesem Bereich sicherstellen.

Produziert wird in Übersee (3), in Deutschland (1) bzw. in Europa, die Transportwege werden so weit wie möglich reduziert. Unsere Befragungsteilnehmer stellen faire Arbeitsbedingungen her, die sie mit ihren Lieferanten vertraglich vereinbaren und auch entsprechend kontrollieren.

Auch das Themenumfeld Schadstoffe wird ausreichend beachtet. Entsprechende Grenzwerte werden (teilweise erheblich) unterschritten.

In den letzten zwei Fragen haben wir die Unternehmen um Stellungnahmen gebeten. Zum einen zu ihrer eigenen Einschätzung über die „Fairness“ und „Nachhaltigkeit“ bei der Produktion ihrer Produkte. Die Stellungnahmen hier im Original:

- Fairness ist eines der vier Grundprinzipien, auf denen die Gore-Firmenkultur aufbaut. Die gilt nicht nur firmenintern, sondern auch im Umgang mit unseren Geschäftspartnern. Auch Nachhaltigkeit ist ein wesentlicher Bestandteil der Unternehmenskultur. Für uns bedeutet Nachhaltigkeit, verantwortungsbewusst zu handeln. Wir erfüllen oder übertreffen alle anwendbaren Gesundheits-, Sicherheits- und Umweltbestimmungen sowie von uns zusätzlich eingeführte Standards. Zudem bemühen wir uns um langfristige Partnerschaften. Es ist uns wichtig, dass unsere Partner sichere Arbeitsplätze bieten und ihre Mitarbeiter fair behandeln.
- Unsere Lieferanten sind Partner in unserem Netzwerk, weshalb wir sie behandeln als seien sie fester Teil unserer Firma.
- <http://nachhaltigkeitsbericht.vaude.com/gri/vaude/unsere-nachhaltigkeitsstrategie.php>

Zum anderen hatten die Unternehmen die Möglichkeit, zu Punkten Stellung zu nehmen, die in der Befragung nicht behandelt wurden, die ihnen aber wichtig sind. Auch hier die Antworten im Original:

- Komplette Kollektion fluorcarbon-frei imprägniert.
Daunen-Produktionsprozess branchenführend und ausgezeichnet von Tierschutzorganisation Vier Pfoten.
Tier- und Umweltschutz sowie faire Arbeitsbedingungen sind fester Bestandteil der Unternehmensphilosophie.
- Weitere Informationen finden Sie auf unserer Webseite unter „Verantwortung“.
- - Fair Wear Foundation Leader Status:
<http://nachhaltigkeitsbericht.vaude.com/gri/menschen/menschenrechte.php>
- Green Shape: <http://nachhaltigkeitsbericht.vaude.com/gri/produkte/greenshape-konzept.php>
- Klimaneutrales Unternehmen:
<http://nachhaltigkeitsbericht.vaude.com/gri/umwelt/umwelt-emissionen.php>

Zur weiteren Information haben wir im Kapitel „Links“ Verweise zu den Darstellungen der Unternehmen aufgenommen.

Ergebnis der unvollständig ausgefüllten Fragebogen

Hier „zerfasern“ die Ergebnisse ziemlich stark. Während die ersten Fragen noch von knapp 10 Unternehmen beantwortet wurden, nimmt die Zahl der Antworten gegen Ende rapide ab. Vermutlich müssen wir daraus den Schluss ziehen, dass der Fragebogen zu lang geraten ist.

Die Zusammenarbeit mit entsprechenden Organisationen ist hier nicht etabliert. Allerdings gibt es bei sechs



Teilnehmern Verträge mit den Lieferanten über die Arbeitsbedingungen, die auch überwiegend durch eigene Stichproben vor Ort überprüft werden.

Die weiteren Fragen sind hier nur noch so sporadisch beantwortet, dass eine gezielte Auswertung keinen Sinn mehr macht. Ein Unternehmen hat uns per Mail eine Stellungnahme zugeleitet, auf die wir ebenfalls in der Langfassung eingehen werden.

Fazit

Die Fragebogenaktion hat einiges an Arbeit verursacht. Das Feedback war etwas dünn. Einige Unternehmen sind sehr aktiv in Sachen Nachhaltigkeit und das freut uns. Wir haben viel über die beteiligten Unternehmen gelernt. Andere Unternehmen konnten sich nicht dazu durchringen, den Fragebogen (vollständig) zu beantworten. Wir wollen daraus keine voreiligen Schlüssen über deren Bemühungen um das Thema ziehen. Klar ist, dass wir uns deutlich mehr Antworten gewünscht hätten.

Wir würden es - vielleicht in etwas anderer Form - wieder tun.

Links

Im Folgenden noch die versprochenen Links zu den Nachhaltigkeitsinformationen der einzelnen Unternehmen.

Vaude: [Nachhaltigkeitsbericht](#)

P.A.C.: [Produktion](#)

Gore: [Nachhaltigkeit-bike](#)

Fjällräven: [Unsere-Verantwortung](#)

Aktuelles zum Schluss

Mit der Firma Vaude wurde eines der von uns befragten Unternehmen für den Deutschen Nachhaltigkeitspreis in der Kategorie „Deutschlands nachhaltigste Marken 2015“ nominiert. Ich drücke die Daumen.

