

GEMEINWOHL-BERICHT 2013

Herausgegeben im Oktober 2014

VAUDE SPORT GMBH & CO. KG



UNTERNEHMEN

ALLGEMEINES

Branche: Textilindustrie (Outdoor)

Mitarbeiterstand 2013 (Obereisenbach): 469 (entspricht 317 Vollzeitstellen)

Töchtergesellschaften: VAUDE Franchise GmbH, eine Vertriebsniederlassung in Spanien, ein Büro in Shanghai sowie ein Produktionsstandort in China

Hauptsitz: Obereisenbach/Tettnang

Homepage: www.vaude.com

Berichtszeitraum: 2013

TÄTIGKEITSBEREICH

VAUDE Sport GmbH & Co. KG entwickelt, produziert und vertreibt Outdoor-Ausrüstung: funktionelle Bekleidung für Draußen, Rucksäcke und Taschen, Schlafsäcke, Zelte, Schuhe, Campingzubehör. Mit seinen Produkten steht VAUDE für Berg- und Bike-Sportkompetenz, Innovation und den verantwortungsvollen Umgang mit Mensch und Natur, in den drei Geschäftsfeldern Mountain Sports, Bike Sports und Packs 'n Bags. Ökonomische, ökologische und soziale Nachhaltigkeit des Unternehmens wie der Produkte sind zentrale Werte für VAUDE.

Auch in zweiter Generation befindet sich das Unternehmen zu 100 Prozent in Familienbesitz der Familie von Dewitz. Unsere Firmenzentrale befindet sich in Obereisenbach bei Tettnang im Süden Deutschlands.

In Tochtergesellschaften (Joint Ventures und 100-prozentige Tochtergesellschaften) sind die : VAUDE Franchise GmbH, eine weitere Vertriebsniederlassung in Spanien, ein Büro in Shanghai sowie ein Produktionsstandort in China organisiert. Einer unserer wichtigsten Lieferanten ist VAUDE Vietnam. Diese Produktion wurde 2008 von VAUDE-Gründer Albrecht von Dewitz in Vietnam aufgebaut.

Etwa ein Drittel der Produkte werden in den Produktionsstätten in Tettnang-Obereisenbach, China und bei VAUDE Vietnam produziert. Alle übrigen Produkte werden im Auftrag von VAUDE von unabhängigen Lieferanten in Europa und Asien hergestellt.



VAUDE beliefert ausschließlich den (Fach-) Handel – nicht direkt den Endverbraucher. Neben einem Team von fest angestellten Außendienstmitarbeitern¹ in Deutschland hat VAUDE Vertriebspartner fast überall auf der Welt.

VAUDE steht auf drei Säulen: Die stärkste – und die Wurzel der Firma – ist der Bereich Mountainsport mit einem Anteil von 59 Prozent. Es folgen die Bereiche Bike Sport mit einem Anteil von 32 Prozent und Packs ‘n Bags mit neun Prozent. Die prozentuale Verteilung dieser Bereiche hat sich seit einigen Jahren nicht verändert. Die Umsatzverteilung auf mehrere Geschäftsbereiche ist so gewollt, um der Firma Stabilität zu geben. Es konnten in allen Bereichen in den letzten Jahren deutliche Wachstumsraten erreicht werden.

Produkthauptgruppe	Anteil am Umsatz in Prozent
Bekleidung	58 %
Rucksäcke	29%
Zelte	5 %
Schlafsäcke	3 %
Schuhe	3 %
Hartware Accessoires	2%

Mit 58 Prozent Umsatzanteil ist Bekleidung die stärkste Produkthauptgruppe. Sie ist in den letzten fünf Jahren überproportional stark gewachsen und liegt heute etwas über dem EU-Durchschnitt für Bekleidung im Outdoor-Markt, der laut dem Branchenverband European Outdoor Group (EOG) -Angaben 2012- bei etwa 53 Prozent lag.

Der zweitstärkste Bereich sind die Rucksäcke, die 29 Prozent unseres Umsatzes ausmachen. Das liegt deutlich über dem EU-Schnitt von sechs Prozent. Rucksäcke waren die ersten Produkte von VAUDE und sind in allen drei Markt Bereichen zu etwa gleichen Teilen vertreten. In vielen Ländern wird VAUDE nach wie vor als Rucksackmarke wahrgenommen. Etwa 20 Prozent der Rucksäcke werden in Deutschland am Standort gefertigt.

¹ Soweit wir im Folgenden Berufs- Gruppen- und / oder Personenbezeichnungen verwenden, ist auch stets die jeweils weibliche Form gemeint. Wir haben uns aus Gründen der Einfachheit und der besseren Lesbarkeit entschieden, das generische Maskulin zu verwenden. Bei VAUDE legen wir sehr viel Wert auf eine faire Gleichbehandlung der Geschlechter und sind stolz auf einen hohen Frauenanteil von über 60 Prozent in der Belegschaft.



DAS UNTERNEHMEN UND GEMEINWOHL

Aus einem in der Tradition von VAUDE verankerten Bewusstsein für Umweltschutz ist in den letzten Jahren eine konsequente Ausrichtung zum "nachhaltigen" Wirtschaften erfolgt. VAUDE bekennt sich in seinen Unternehmenswerten zu sozialer, ökologischer und ökonomischer Verantwortung. Nachhaltigkeit ist ein fest verankerter Baustein in der Unternehmensphilosophie von VAUDE.

Engagiert für(D)eine lebenswerte Welt!

Wir tun Gutes, reden darüber und machen unser Engagement und unsere Schritte hin zu einer nachhaltigeren Welt transparent. Die Gemeinwohl Ökonomie (GWÖ) ist -vereinfacht gesagt- an Werten orientiert, die unsere privaten Beziehungen gelingen lassen und uns glücklich machen; wie zum Beispiel Toleranz, Rücksicht, Kooperation, Verständnis, Respekt, Teilen, Solidarität und Mitgefühl.

Zwar sind in der Wirtschaftswelt weder zwischenmenschliche, soziale Werte noch ökologische Werte traditioneller Bestandteil unternehmerischen Handelns; doch gab es auch dort Visionäre und das Leitbild des „ehrbaren Kaufmanns“. Leider zeigt die heutige Wirtschaftsrealität ein weitgehend anderes Bild: Die Folgen sind ein ausgeprägtes Konkurrenzdenken, Neid, Rücksichtslosigkeit, Ausbeutung und Zerstörung des Öko-Systems.

Um zu einem Umdenken beizutragen und eine unserem Gemeinwohl dienende Wirtschaft hervorzubringen, müssen wir die uns wichtigen Werte selbst aktiv einbringen und unternehmerische Verantwortung übernehmen.

Wir sehen uns als Nachhaltigkeits-Treiber und als Vorreiter, beispielsweise bei folgenden Themen:

- Unser frühes Engagement seit 2001 für den ökologischen Textilstandard bluesign® und der breite Einsatz des Standards in allen Produktkategorien, ob Bekleidung, Rucksäcke, Zelte oder Schlafsäcke.
- Unser Biodiversitätskonzept als erstes mittelständisches Unternehmen nach dem Modellprojekt „Business & Biodiversity“ am Standort Obereisenbach.
- Die Eco-Management und Audit Scheme (EMAS) Zertifizierung am Standort, die wir als eines der ersten Unternehmen der Outdoorbranche 2008 begonnen haben und seither jährlich durchführen.



- Unser erfolgreiches Mobilitätskonzept mit eBike-Pool, Radförderprogramm (mit 45.000 gefahrenen Kilometern als Jahresziel), Mitfahrzentrale, Werksbus, Öffentlicher Personennahverkehr (ÖPNV), verbunden mit einem Anreizsystem (Mobilitätslotto).
- Wir gehören zu den ersten Unternehmen der Branche, die eine vollständige Klimabilanz (für den Standort Tett nang) erstellt haben und sämtliche nicht vermiedenen Emissionen kompensiert haben (seit 2011).
- Unser hohes Engagement für eine gute „Work Life“-Balance mit dem bereits 2001 gegründeten Kinderhaus und der parallel über Jahre stattfindenden Zertifizierung durch das Audit „Hertie Beruf und Familie“.
- Unsere Teilnahme an den Machbarkeitstests für die Umsetzung des umfassenden Produkt-Öko-Bilanzierungsverfahren auf internationaler Ebene, dem Higg-Index und dessen beginnende Integration in der Produktentwicklung.
- Unser hohes Engagement in Sachen Transparenz: Wir veröffentlichen als einer der ersten Outdoor-Ausstatter in Europa einen umfassenden Global Reporting Initiative (GRI) (4) Bericht.
- Durch umfangreichen freiwilligen Verzicht in Planen-Produkten auf Polyvinylchlorid (PVC) trotz deutlich höherer Mehrkosten, die nicht vollständig an den Endkunden weitergegeben werden können.
- Durch unsere umfassende Integration der Nachhaltigkeit in die Unternehmensstrategie, die zu einem breiten Engagement auf allen Unternehmensebenen führt.
- Durch unseren hohen Einsatz für Branchen-Lösungen und übergreifende Standards, beispielsweise durch unsere Mitarbeit beim Deutschen Nachhaltigkeitskodex, Leitung der „Sustainability Working Group“ der EOG, Mitarbeit im „Advisory Panel“ für Sustainability der EOG, Geschäftsführerin Antje von Dewitz als Botschafterin der The Economics of Ecosystems and Biodiversity (TEEB) Studie, Mitglied im Vorstand der European Outdoor Conservation Association (EOCA).
- Durch unsere vorbildlichen Nachhaltigkeitsschulungen für den Fachhandel und für die Verkäufer in den Geschäften.



Ihr Ansprechpartner für das Thema GWÖ bei VAUDE ist Hilke Patzwall, unsere Corporate Social Responsibility (CSR) Managerin und Umweltmanagementbeauftragte. Für Fragen über den Bericht oder Allgemein das Thema Nachhaltigkeit bei VAUDE können Sie uns gerne unter csr@vaude.com kontaktieren.



TESTAT

TESTAT : AUDIT

**GEMEINWOHL-
BILANZ** 2013

für VAUDE SPORT GMBH & CO KG

AuditorIn Dr. Manfred Kofranek



WERT BERÜHRUNGSGRUPPE	Menschenwürde	Solidarität	Ökologische Nachhaltigkeit	Soziale Gerechtigkeit	Demokratische Mitbestim- mung & Transparenz
A) LieferantInnen	A1: Ethisches Beschaffungsmanagement				60 %
B) GeldgeberInnen	B1: Ethisches Finanzmanagement				30 %
C) MitarbeiterInnen inklusive EigentümerInnen	C1: Arbeitsplatzqualität und Gleichstellung 50 %	C2: Gerechte Verteilung der Erwerbsarbeit 40 %	C3: Förderung ökologischen Verhaltens der MitarbeiterInnen 60 %	C4: Gerechte Verteilung des Einkommens 20 %	C5: Innerbetriebliche Demokratie und Transparenz 20 %
D) KundInnen / Produkte / Dienstleistungen / Mitunternehmern	D1: Ethische Kundenbeziehung 40 %	D2: Solidarität mit Mitunternehmern 30 %	D3: Ökologische Gestaltung der Produkte und Dienstleistungen 70 %	D4: Soziale Gestaltung der Produk- te und Dienstleistungen 10 %	D5: Erhöhung der sozialen und ökologischen Branchenstandards 60 %
E) Gesellschaftliches Umfeld: Region, Souve- rän, zukünftige Genera- tionen, Zivilgesellschaft, Mitmenschen und Natur	E1: Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte / DL 50 %	E2: Beitrag zum Gemeinwesen 70 %	E3: Reduktion ökologischer Auswirkungen 80 %	E4: Gemeinwohlorientierte Gewinnverteilung 90 %	E5: Gesellschaftliche Transparenz und Mitbestimmung 60 %
Negativ-Kriterien	Verletzung der ILO- Arbeitsnormen/ Menschenrechte 0	Feindliche Übernahme 0	Illegitime Umweltbelastungen 0	Arbeitsrechtliches Fehlverhalten seitens des Unternehmens 0	Nichtoffenlegung aller Beteiligungen und Töchter 0
	Menschenunwürdige Produkte, z.B. Tretminen, Atomstrom, GMO 0	Sperrpatente 0	Verstöße gegen Umweltauflagen 0	Arbeitsplatzabbau oder Standort-verlagerung bei Gewinn 0	Verhinderung eines Betriebsrats 0
	Beschaffung bei / Kooperation mit Unternehmen, welche die Menschenwürde verletzen 0	Dumpingpreise 0	Geplante Obsoleszenz (kurze Lebensdauer der Produkte) 0	Umgehung der Steuerpflicht 0	Nichtoffenlegung aller Finanzflüsse an Lobbies / Eintragung in das EU-Lobbyregister 0
				Unangemessene Verzinsung für nicht mitarbeitenden Gesellschafter 0	Exzessive Einkommens- spreizung 0

Mit diesem Testat wird das Audit des Gemeinwohl-Berichtes bestätigt. Das Testat bezieht sich auf die Gemeinwohl-Matrix 4.1. Nähere Informationen zur Matrix, den Indikatoren und dem Audit-System finden Sie auf www.gemeinwohl-oekonomie.org

Testat gültig bis 31.01.2017

BILANZSUMME 502

NACHHALTIGKEIT BEI VAUDE

A1 ETHISCHES BESCHAFFUNGSWESEN

BERÜCKSICHTIGUNG NACHHALTIGER ASPEKTE BZW. HÖHERWERTIGER ALTERNATIVEN

Ausgabenposten	in % vom Aufwand	Erläuterung und (soziale, ökologische, regionale) Bewertung
Grundstücksinstandhaltung, Wartung und Instandhaltung Technik	0,56%	z.B. Biodiversitätskonzept am Standort Obereisenbach
Gehälter und Provisionen für Handelsvertreter	18,64%	
Instandhaltung Gebäude	0,14%	
Miete	0,59%	
Energie (Strom, Wasser, Gas)	0,26%	100% Ökostrom und Bio Gas
Beiträge und Gebühren	0,18%	z.B. bluesign Mitgliedschaft
KFZ Kosten und Leasing KFZ/Allgemein	1,58%	Emissionsarme Fahrzeugflotte
Werbung und Messekosten	4,85%	Printwerbung auf recyceltem Papier, umweltfreundlicher Messebau (z.B. kein Teppichboden)
Produkte	54,30%	38% Anteil an Green Shape Produkten in der Sommerkollektion 2013, 50% Anteil an Green Shape Produkten in der Winterkollektion 2013
Sonstiges	18,89%	



Energie:

Für die Firmenzentrale inklusive des Produktionsstandortes Obereisenbach beziehen wir seit Mitte 2009 ausschließlich Strom aus erneuerbaren Energien und seit Oktober 2013 verwendet VAUDE hier ausschließlich Bio-Gas, das zu 100 Prozent aus Reststoffen der Herstellung von Zucker aus Zuckerrüben gewonnen wird.

Seit 2008 veröffentlichen wir eine EMAS-Umwelterklärung mit unseren Energieverbräuchen und vielen Energie-Kennzahlen. Diese können auf unserer GRI Website im Bereich Energie im Detail begutachtet werden. Die aktuelle EMAS Umwelterklärung kann hier (Seite 26 ff) heruntergeladen werden.

Materialien und Handelswaren:

Die Anforderungen an Outdoor-Produkte sind enorm: Bei der Auswahl von Materialien wird daher verlangt, dass sie höchste Qualität und Funktionalität erfüllen. Gleichzeitig ist es unser Ziel und Herausforderung zugleich, die Auswirkungen unseres Tuns auf die Umwelt so gering wie möglich zu halten.

Da es weltweit keinen einheitlichen Maßstab gibt, der bewertet ob ein Material oder ein Produkt umweltfreundlich ist, hat VAUDE ein eigenes Bewertungssystem entwickelt: Green Shape. Green Shape ist die VAUDE-Garantie für umweltfreundliche Produkte – aus nachhaltigen Materialien und ressourcenschonender Herstellung.

Wann ist ein Produkt Green Shape?

- Wenn es die Bedingungen eines bluesign® product erfüllt,
- wenn es mit VAUDE eColour gefärbt wurde
- oder
- wenn es zu mindestens 90 % aus umweltfreundlichen Materialien besteht:
 - o bluesign® approved fabric
 - o Biobaumwolle
 - o Recycelte Materialien
 - o einer Kombination daraus mit mindestens 35 % Tencel® oder Hanf





Der VAUDE Green Shape Mountain ist unser Bewertungssystem. Je näher wir als VAUDE-Seilschaft dem Gipfel kommen, desto höher ist der Vorteil für die Umwelt. Ganz oben am "Sustainability Summit" steht größtmögliche Ressourcen-Effizienz und zertifizierte Öko-Qualität: "bluesign® product". Idealerweise kombiniert mit umweltfreundlichen Ausgangsmaterialien, wie z.B. recyceltem Polyester.

Für das "Camp 2" kombinieren unsere Produktmanager umweltfreundliche Materialien mit der bluesign® approved fabric Zertifizierung.

Das "Camp 1" erreichen Produkte aus mindestens 90 % umweltfreundlichen Materialien.

Im "Advanced Basecamp" bietet das Produkt zwar einen Öko-Vorteil, dieser reicht aber nicht aus, um die Green Shape Kriterien zu erfüllen. Zum Beispiel ein T-Shirt aus 70 % Biobaumwolle: besser, aber nicht Green Shape.

Im "Basecamp" haben wir noch Hausaufgaben zu machen: Für viele Materialien und Komponenten existieren noch keine umweltfreundlichen Alternativen mit derselben Funktionalität. Hier ist Forschung und Entwicklung gefragt, damit innovative Materialien und Technologien möglichst bald verfügbar sind.

Genauere Angaben zu unserer umweltbewussten Materialenauswahl finden Sie auf unserer [GRI Website](#). Details zu Green Shape, Anteile in der Kollektion, Ziele und Herausforderungen veröffentlichen wir [hier](#).



Wir setzen uns aktiv für innovative Lösungen zur Vermeidung kritischer Stoffe für die es bisher keine bessere Alternative gibt ein. Wir haben die Zielsetzung, bis 2017 komplett auf PVC und bis 2020 komplett auf Per- und polyfluorierte Chemikalien (PFC) zu verzichten (weitere Informationen zum PVC-frei Projekt finden Sie [hier](#), sowie zum Ausstieg aus PFC finden Sie [hier](#)).

AKTIVE AUSEINANDERSETZUNG MIT DEN RISIKEN ZUGEKAUFTER PRODUKTE UND PROZESSE ZUR SICHERSTELLUNG

Wir wissen: Durch unsere Geschäftstätigkeit ergeben sich Risikofelder im ökologischen wie auch im sozialen Bereich. Beide gehen wir in Zusammenarbeit mit schlagkräftigen Partnern an (Siehe [E2 - Leistungen](#), [D2 – Solidarität mit Mitunternehmern](#)).

Ökologie:

Neben der Auswahl von Materialien hat vor allem der Produktionsprozess von Outdoor-Produkten eine sehr hohe Umweltrelevanz durch Ressourcenverbrauch, Verwendung von chemischen Substanzen, Abwasser und Emissionen. VAUDE setzt vor allem auf den bluesign® Standard, den weltweit strengsten Umweltstandard für textile Produkte. Mit Hilfe der unabhängigen Instanz werden Produktionsabläufe beurteilt und optimiert. Eine externe Kontrolle findet über das Monitoring der bluesign technologies AG statt (Weitere Infos finden sie [hier](#).) Als Mitglied von bluesign® hat sich VAUDE verpflichtet, Schritt für Schritt die gesamte textile Kollektion gemäß bluesign® herzustellen.

Bei nicht bluesign® zertifizierten Lieferanten orientiert VAUDE sich am „Blue Guide“, einer Datenbank des bluesign® Standards für zertifizierte Materialien. Die VAUDE Liste eingeschränkt nutzbaren Substanzen (RSL) gilt als verbindliches Dokument für alle VAUDE Lieferanten (unsere RSL ist [hier](#) abrufbar). Die Auswahl unserer Lieferanten erfolgt in enger Abstimmung mit dem VAUDE Materialien-Team. Bevor die Entscheidung für einen neuen Lieferanten getroffen wird, lassen wir Mustermaterialien durch akkreditierte Labors testen.

Gemäß des VAUDE Schafstoffmanagements entnehmen wir regelmäßig Stichproben aus der Musterung und der Produktion, um die Einhaltung der RSL durch externe Labors zu überprüfen. Dazu wurde ein Qualitätsmanagement-Handbuch erstellt, das diese Abläufe und die anzuwendenden Tests genau definiert.



Bei Abweichungen von der RSL fordern wir zunächst einen zweiten Test durch ein anderes Labor an. Sollte dieser die Abweichung von unserer RSL erneut bestätigen, besprechen wir gemeinsam mit unserem Lieferanten die Problematik und das weitere Vorgehen.

Soziales:

Menschenrechte auch über Ländergrenzen hinweg anzuerkennen und deren Einhaltung entlang der Lieferkette sicherzustellen, ist für VAUDE ein wichtiges Anliegen. Der Beitritt zur unabhängigen Non-Profit Organisation Fair Wear Foundation (FWF) 2010 war ein wichtiger Meilenstein in einem kontinuierlichen Verbesserungsprozess.

Als Mitglied verpflichtet sich VAUDE, den strengen Verhaltenskodex (Code of Labour Practices, CLP) der FWF einzuhalten, der die allgemeine Erklärung der Menschenrechte der Vereinten Nationen sowie die Konventionen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) abbildet. Gleiches erwarten wir auch von unseren Lieferanten. In Zusammenarbeit mit der FWF stellen wir die Einhaltung der CLP mittels drei Kernmaßnahmen sicher:

1. Jeder Produzent erhält den CLP der FWF und einen Fragebogen, der ausgefüllt und unterschrieben zurückgeschickt werden muss.
2. Jeder Produzent ist dazu verpflichtet den CLP in Landessprache sowie die Kontaktdaten einer Beschwerdestelle in den Produktionsstätten auszuhängen, an die sich Arbeiter anonym wenden können. Die Arbeiter können so eine zeitnahe Nachverfolgung von etwaigen Missständen sicherstellen sowie einen definierten Prozess zur Verbesserung der Arbeitsbedingungen in Gang setzen, der durch die FWF verfolgt wird.
3. Audits finden innerhalb und außerhalb des Fabrikgeländes unter Einbeziehung lokaler Organisationen wie Gewerkschaften, Unternehmensverbänden und Menschenrechtsgruppen statt. Darüber hinaus gibt es Maßnahmen zur Verbesserungen der Arbeitsbedingungen. Während 2011 insgesamt 35% des gesamten Einkaufsvolumens auditiert wurden, waren wir 2013 schon bei 78%. Im Laufe des Jahres 2014 werden wir 90% unserer Lieferkette auditiert haben (weitere Informationen finden Sie [hier](#)).

Nach jedem Audit wird gemeinsam mit dem Audit-Team und dem Management des Produktionsbetriebs ein verbindlicher Maßnahmenplan (Corrective Action Plan, CAP) festgelegt. Die Umsetzung der darin enthaltenen Maßnahmen wird laufend durch die Mitarbeiter der VAUDE Qualitätskontrolle begleitet. Sie arbeiten direkt vor Ort im Produktionsbetrieb. Sie berichten regelmäßig an die VAUDE Produktionsleitung. Bei Schwierigkeiten in der Umsetzung wird gemeinsam eine Lösung gesucht.



Im Laufe des Jahres wird jeder Produzent persönlich von der VAUDE Produktionsleiterin und den verantwortlichen Produktmanagern besucht. Hier wird neben Qualitätsthemen die Implementierung des CAP besprochen und gegeben falls weitere Maßnahmen und nächste Audittermine festgelegt.

Unser aktuellster „Brand Performance Check“ durch die FWF und der „Code of Labour Practices“ sind auf der Homepage der FWF öffentlich zugänglich.

Uns ist wichtig, dass jene Menschen, die unsere Produkte fertigen, fair bezahlt werden. Daher fordern wir von unseren Produzenten, dass sie ihre Mitarbeiter angemessen entlohnen. Unsere chinesischen Produzenten zahlen durchschnittlich 50 Prozent über dem jeweiligen gesetzlichen Mindestlohn und 17 Prozent unter dem „Asian Floor Wage“ (AFW). In Vietnam liegen die Löhne im Schnitt 115 Prozent über dem jeweiligen gesetzlichen Mindestlohn und 13 Prozent unter dem AFW.

VAUDE hat sich mit der Mitgliedschaft in der FWF langfristig zur Zahlung existenzsichernder Löhne verpflichtet. Wir arbeiten darauf hin, dass unsere Produktionsbetriebe ihren Arbeitern einen existenzsichernden Lohn („living wage“) zahlen. Die aktuelle Situation wird in den FWF Audits geprüft. Bei zwei Betrieben in Vietnam und bei allen geprüften Produzenten in China gab es insgesamt 19 Beanstandungen zum Thema „Zahlung eines existenzsichernden Erwerbseinkommens“. Häufige Gründe sind, dass die gesetzliche Prämie von 200 Prozent für Überstunden nicht eingehalten wird (Überstunden werden oft nur mit 150 Prozent des regulären Gehalts vergütet) oder dass das Gehalt unterhalb der Gehaltsgrenze liegt, die durch lokale Stakeholder berechnet wurde. (weitere Informationen finden Sie auf unserer GRI-Website).



STRUKTURELLE RAHMENBEDINGUNGEN ZUR FAIREN PREISBILDUNG

VAUDE hat traditionell großes Interesse an langfristigen Beziehungen zu seinen Lieferanten. Mit fast 70% der Produzenten arbeitet das Unternehmen bereits seit fünf oder mehr Jahren zusammen. Zuverlässigkeit, Preispolitik und Kommunikation ebenso wie Qualität, Umweltschutz und Sozialstandards werden durch die intensive Zusammenarbeit stetig verbessert.

Da gut qualifizierte Produktionsbetriebe für Outdoor-Produkte in aller Regel für viele verschiedene Marken produzieren und daher meistens sehr gut ausgelastet sind, sind wir nicht in der Situation, Preise „diktieren“ zu können. Preise werden zwischen VAUDE und dem Produktionsbetrieb verhandelt. Sie hängen von vielen Faktoren ab, in erster Linie von den von VAUDE vorgegebenen Materialien, die einzusetzen sind, aber natürlich auch von der Verarbeitungs-Qualität, den vereinbarten Lieferzeiten, Produktionsmengen usw.

Endverbraucherpreise werden vom Fachhandel bestimmt. Unsere Möglichkeiten Handelsmargen zu beeinflussen, sind eingeschränkt.

B1 ETHISCHE FINANZDIENSTLEISTUNGEN

INSTITUTIONALISIERUNG

VAUDE Sport arbeitet in der Rechtsform einer GmbH & Co. KG. Es gibt vier Kommanditisten, die jeweils mit ihrer Pflichteinlage haften und Gewinne nach Gesellschafterbeschluss anteilsgemäß vorab bzw. prozentual verteilt bekommen. Die Höhe der Entnahme ist durch einen gemeinsam festgelegten Maximalwert gedeckelt, der die Innenfinanzierung sichert.

Die Kraft unserer Marke und die Wertigkeit unserer Produkte ist unser höchstes Gut. Deshalb orientieren wir uns bei VAUDE bereichsübergreifend an unseren definierten Werten – und nicht an kurzfristigen Gewinnmaximierungen (weitere Informationen zu unseren Werten finden Sie [hier](#)).

Wichtige Stakeholder für VAUDE sind die Banken. Nach deren Rating ergeben sich die Finanzierungsmöglichkeiten für VAUDE. Im Rahmen unserer Bankenfinanzierung verpflichten wir uns, so genannte Covenant-Vorgaben einzuhalten. Dabei handelt es sich um Kennzahlen wie beispielsweise die Eigenkapitalquote, den Zinsdeckungs- und Verschuldungsgrad. 2013 konnten wir alle Vorgaben erfüllen und zum Teil sogar übertreffen.



ETHISCH-ÖKOLOGISCHE QUALITÄT DES FINANZDIENSTLEISTERS UND GEMEINWOHLORIENTIERTE FINANZIERUNG

VAUDE strebt eine breitgestreute und nachhaltige Unternehmensfinanzierung an. Zu den Partnerbanken von VAUDE zählen die Sparkasse Bodensee, die Landesbank Baden-Württemberg, die DZ Bank, die Volksbank Allgäu-West und die Commerzbank Villingen. Alle beschäftigen sich mit Öko- und Sozialthemen und haben bereits Nachhaltigkeitsberichte veröffentlicht. Die Entscheidungen des Bankenkonsortiums werden mit Kreditgebermehrheit getroffen. Die Kreditgebermehrheit besteht aus denjenigen Kreditgebern, deren Anteile an den Kreditlinien zusammen einen Anteil von 66 Prozent an den Kreditlinien erreichen oder übersteigen.

Im Zuge des „Green Financing“ Projekts plant VAUDE, zusätzlich weitere Banken mit explizit nachhaltiger Ausrichtung in sein Bankenportfolio mitaufzunehmen. VAUDE verzichtet auf Spekulationsgeschäfte mit Futures und Optionen. Aufgrund der internationalen Geschäftstätigkeiten werden lediglich Währungsswaps eingesetzt, um das Risiko von Wechselkursschwankungen zu verringern. Kredite werden ausschließlich in Euro und nicht in Fremdwährungen finanziert.

VAUDE kann auf eine Eigenkapitalquote von über 30% verweisen (36,4% am 31.12.2013). Die erwirtschafteten Gewinne werden zum Großteil wieder ins Unternehmen investiert. Der Staat partizipiert über Steuern und Sozialversicherungsbeiträge.

GEMEINWOHLORIENTIERTE VERANLAGUNG

VAUDE hat kaum Rücklagen oder Geldvermögen welche angelegt werden. Der Großteil der Gewinne wird direkt ins Unternehmen investiert. In der Folge werden Beispiele für unsere Investitionen aufgelistet.

Gemeinwohlorientierte Investitionen

VAUDE hat über die Jahre einige gemeinwohlorientierte Investitionen getätigt, wie etwa als Gründungsinvestor der BaumInvest GmbH & Co.KG, oder Betreiber der Photovoltaik-Anlagen auf den Firmendächern, die Einrichtung des VAUDE Kinderhauses oder als Betreiber des örtlichen Freibads. Diese machen einen geringen Teil des Unternehmensgewinnes aus: Das meiste wird in das Unternehmen reinvestiert.



Derzeit können wir nicht alle gemeinwohlorientierte Investitionen monetär ausdrücken. So sind wir häufig auf Veranstaltungen wie Diskussionsrunden und präsent und setzen hier gerne Personal, Zeit und Wissen ein. Unsere Anstrengungen nachhaltiges Wirtschaften noch salonfähiger zu machen, lassen sich (bis auf die Reisekosten) kaum monetär ausdrücken. Trotzdem versuchen wir hier einen Überblick über Fokusbereiche unserer gemeinwohlorientierten Investitionen zu geben. (mehr dazu in [E2-Leistungen](#)).

Baumaßnahmen

Wir achten darauf, dass durch VAUDE getätigte Investitionen das Gemeinwohl nicht verletzt und vermehrt in soziale und ökologische Projekte investiert wird. Während in den vergangenen Jahren in die Gewinnung erneuerbare Energien investiert wurde, z. B. eine Photovoltaik Anlage, erfolgt momentan ein großer Umbau am VAUDE Standort Obereisenbach. Dieser steht ganz im Zeichen einer modernen und ökologischen Bauweise und orientiert sich am Deutschen Gütesiegel für nachhaltiges Bauen (DGBN). Durch eine DGNB Zertifizierung werden alle Felder des nachhaltigen Bauens berücksichtigt – von Energieeffizienz, Ressourcenschutz, Gesundheit bis hin zur Berücksichtigung der gesamten Lebenszykluskosten eines Gebäudes.

Grundsätzlich werden alle Baumaßnahmen von einem Landschaftsarchitekten begleitet. Als Teilnehmer der EU Business and Biodiversity Campaign versucht VAUDE zudem, gezielt Maßnahmen zur Förderung der Biodiversität umzusetzen (siehe hierzu unsere [GRI Website](#)).

Klimaschutz

Nachdem wir 2012 erstmals eine Klimabilanz veröffentlicht haben, erfolgt seitdem jährlich eine Ausgleichszahlung für alle nicht vermiedenen Emissionen in ein Gold Standard-zertifiziertes Klimaschutzprojekt der non-profit-Organisation „myclimate“ (näheres dazu in auf unserer [GRI Website](#)).

Zusätzlich flossen ca. 250.000 € in Naturschutzprojekte des WWF Deutschland. VAUDE unterstützt zudem diverse Naturschutzprojekte über die EOCA (weitere Infos [hier](#)).

Regionale Investitionen

Unter dem Aspekt der Nachbarschaftshilfe hat sich VAUDE 2006 dazu bereit erklärt, das Freibad in Obereisenbach zu betreiben und konnte es so vor seiner Schließung bewahren. Wir führen das Freibad also unternehmerisch-organisatorisch: Personalplanung sowie Instandhaltung sind hierbei zwei wesentliche Elemente. Die Betriebskosten werden nach wie vor von der Kommune übernommen.



Eine weitere regionale Investition, auf die wir als familienfreundliches Unternehmen sehr stolz sind, ist das 2001 gegründete VAUDE-Kinderhaus. Mitten auf dem Betriebsgelände befindet sich ein Kindergarten, der Mitarbeiter von VAUDE aber auch Eltern aus dem Umkreis ein bedarfsorientiertes Betreuungsangebot für ihre Kinder bietet (weitere Infos zu beiden Projekten [hier](#)).

VAUDE wurde 2001 und 2004 nach dem Audit berufundfamilie® zertifiziert.

C1 ARBEITSPLATZQUALITÄT UND GLEICHSTELLUNG

ALLGEMEINES

Seit der Unternehmensgründung wurde von Seiten der Geschäftsleitung großer Wert auf einen familiären Charakter bei VAUDE gelegt. Trotz rasanten Wachstums innerhalb kurzer Zeit und mittlerweile fast 500 Mitarbeiter am Firmenstandort Obereisenbach bleibt VAUDE ein Familienunternehmen und teilt gemeinsame Werte mit allen Kollegen. Eine Kultur der Chancengleichheit wird von allen Führungskräften gestützt und vorgelebt.

Bei VAUDE in Tettang-Obereisenbach sind 469 Mitarbeiter beschäftigt. Zu Mitarbeitern zählen wir alle Personen mit unbefristetem oder befristetem Vertrag, Praktikanten, Auszubildende sowie regelmäßig und unregelmäßig Beschäftigte mit geringfügiger Bezahlung. Nicht mit eingerechnet sind die Mitarbeiter des Outlets in Metzingen, des Freibads in Obereisenbach, das von VAUDE gepachtet ist, und die Mütter in Elternzeit. Von den 469 Mitarbeitern waren mit Stichtag 31.12.2013 insgesamt 408 mit einem unbefristeten Vertrag fest angestellt, darunter 273 Frauen und 135 Männer. 232 der fest angestellten Mitarbeiter arbeiten Vollzeit, 176 Mitarbeiter Teilzeit. Das entspricht einem Vollzeitäquivalent von 317. Die unterschiedlichen Teilzeitmodelle werden individuell vereinbart.

Befristete Arbeitsverträge werden vor allem in den beiden Hauptauslieferzeiten in der Logistik genutzt. Für wesentliche Tätigkeiten im Unternehmen werden keine freiberuflichen Kräfte oder Leiharbeiter eingesetzt. Im Jahr 2013 waren acht Personen als weisungsgebundenes Personal (Leiharbeiter) in der Logistik beschäftigt.

Bei der Aufnahme und Angabe von Unfallstatistiken orientieren wir uns am klaren Regelwerk der für uns zuständigen Berufsgenossenschaft für Handel und Waren. Im Berichtszeitraum haben wir keine Todesfälle oder Ausfälle durch Berufskrankheiten verzeichnet. Insgesamt haben sich fünf Mitarbeiter, davon vier männlich und eine weiblich, verletzt.



Unfallmeldungen sind bei VAUDE jedoch erst bei Krankschreibungen von mehr als drei Tagen zu erstellen. Daher sind kleinere Verletzungen nicht erfasst.

Pro 200.000 gearbeiteter Stunden passierten bei uns im Unternehmen 1,58 Unfälle. Unsere Abwesenheitsquote, also alle durch Krankheit verursachten Abwesenheiten, inklusive der Arbeitsunfälle oder Berufskrankheiten, liegt im Jahr 2013 bei 5,35 Prozent. Unser Bestreben ist es, diese Zahl zu senken (weitere Infos sind auf unseren GRI Website unter dem Aspekt „Mensch“ aufgelistet).

MITARBEITER ORIENTIERTE ORGANISATIONSKULTUR UND – STRUKTUREN

VAUDE vertraut darauf, dass Mitarbeiter grundsätzlich eigenmotiviert sind. Sie haben Spaß an der Leistung, bringen ihre Fähigkeiten gerne zum Einsatz und übernehmen Verantwortung. Wir sehen es als Aufgabe der Führungskräfte und des Unternehmens die Rahmenbedingungen des Arbeitsplatzes so herzustellen, dass unsere Mitarbeiter ihre Leistung erbringen können und wollen.

Gelegenheiten zum regelmäßigen Dialog werden bei VAUDE an vielen Stellen geschaffen und genutzt. Mitarbeiter werden gezielt gefordert und gefördert. Die Zufriedenheit am Arbeitsplatz wird zudem durch regelmäßige Mitarbeiterbefragungen und -gespräche festgestellt. Maßnahmen zur Verbesserung werden davon abgeleitet (siehe auch C5 - Grad der Transparenz und Mitbestimmung bei Grundsatz- und Rahmenentscheidungen).

VAUDE setzt sich für Themen ein, die über gesetzliche Standards hinausgehen und bezieht Mitarbeiter mit ein: Gesundheitsprävention, Vereinbarkeit von Familie und Beruf, Mitarbeiterschulungen und Talentförderung sind bereits bestehende Handlungsfelder. Um zukünftig weitere Handlungsbedarfe aufzudecken, werden unter Einbeziehung der Mitarbeiter "VAUDE-Arbeitswelten" definiert. Sie basieren auf Mitarbeiterwerten und sollen unter Berücksichtigung der bestehenden Aufbau- und Ablauforganisation in einer baulichen Neugestaltung des Arbeitsumfelds münden und die Arbeitgeberattraktivität nachhaltig sichern.

Unsere Mitarbeiter, die volle Entfaltung ihres Potenzials und eine kontinuierliche Weiterentwicklung sind für uns als mittelständisches Familienunternehmen entscheidend, um einen langfristigen Erfolg des Unternehmens im dynamischen Wettbewerb der Outdoor-Branche sicherzustellen.



Geeignete und erfahrene Mitarbeiter in den vielfach stark spezialisierten Berufsfeldern zu finden und zu halten ist wichtig, um am Markt konkurrenzfähig zu bleiben.

Ein zentrales Element unserer Aus- und Weiterbildung ist unser jährlich erscheinendes Programm der VAUDE-Academy. Seit Beginn des Jahres 2012 beschäftigen wir eine eigens hierfür eingestellte Referentin für Personalentwicklung, die schwerpunktmäßig unser Schulungsprogramm erstellt und konzeptionell weiterentwickelt. Ziel der Personalentwicklung ist es, unsere Mitarbeiter einerseits fachlich und persönlich weiterzuentwickeln, als auch die Unternehmenskultur im Unternehmen auf allen Ebenen glaubhaft zu verankern und zu leben.

Die VAUDE-Academy bietet jährlich rund 120 Veranstaltungen in den folgenden sechs Themengebieten an:

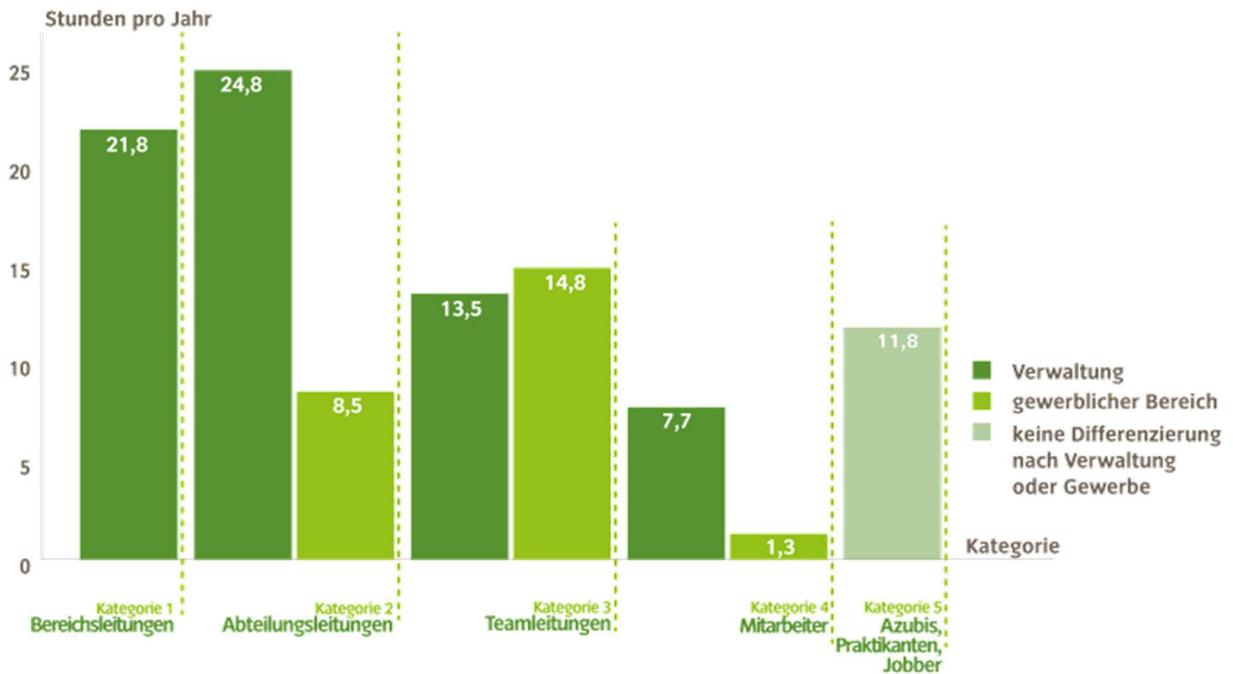
- VAUDE verstehen – VAUDE weiterbringen
- Arbeiten bei VAUDE – Grundlagen und Methodik
- VAUDE qualifizieren – zur Höchstform auflaufen
- Abenteuer VAUDE – den Spirit erleben
- Gesund bei der Arbeit – fit fürs Leben und
- Ausbildung bei VAUDE

Für unsere Nachwuchskräfte bieten wir seit 2012 das VAUDE-Talentprogramm an, in dem sechs junge Mitarbeiter auf dem Weg zur Fach- oder Führungskarriere zwei Jahre lang intensiv begleitet und gecoacht werden.

Seit 2013 ist auch das Thema Projektmanagement in den Fokus gerückt, mit dem ein Qualifizierungsprogramm für zukünftige Projektleiter gestartet wurde. Mit interner und externer Begleitung bilden wir acht Kollegen unter methodischen und sozialen Aspekten zu Projektmanagern aus.

Unser außergewöhnliches und umfassendes Schulungsprogramm zeigt sich bei VAUDE in den Zahlen der Teilnahme an den Veranstaltungen: Durchschnittlich knapp sechs Stunden an interner Weiterbildung hat jeder unserer Mitarbeiter über das Programm der VAUDE Academy 2013 in Anspruch genommen. Männer waren durchschnittlich 7,82 Stunden in Schulungen, Frauen durchschnittlich 4,56 Stunden.





VAUDE ist ein Ausbildungsbetrieb. Jährlich starten zwischen sechs und zehn neue Auszubildende, die wir zu Industriekaufleuten mit oder ohne Zusatzqualifikation im internationalen Wirtschaftsmanagement, zu Fachinformatikern Systemintegration, zu Informatikkaufleuten, zu Fachkräften für Lagerlogistik sowie zu Änderungsschneidern ausbilden. Insgesamt betreuen wir dauerhaft rund 15 Auszubildende, von denen viele im Anschluss direkt übernommen werden.

Einmal im Jahr, zu Beginn des neuen Lehrjahrs, stimmen wir unsere Auszubildenden während der Azubi-Tage auf ihre gemeinsame Zeit bei VAUDE ein. Drei Tage lang erleben unsere Auszubildenden Outdoor hautnah, lernen sich kennen, machen Teambuildingübungen und machen sich mit dem VAUDE Spirit vertraut, der sie zumindest während der kommenden Jahre begleiten wird.

Des Weiteren führt jeder Mitarbeiter ungeachtet der Hierarchieebene mit seiner Führungskraft ein jährliches Feedback-Gespräch, in dem auch Jahresziele vereinbart werden. Für unsere Zielvereinbarungen und Mitarbeitergespräche gibt es Vorlagen, die allen Führungskräften und Mitarbeitern zur Verfügung stehen.

Das Gespräch wird dokumentiert, Ziele definiert und eventuelle Maßnahmen für das kommende Jahr abgeleitet. Diese Zielvereinbarung wird von Mitarbeitern und Führungskraft unterschrieben, dem Personalleiter zur Ansicht vorgelegt und in der Personalakte abgelegt.



FAIRE BESCHÄFTIGUNGS- UND ENTGELTPOLITIK

Bei VAUDE geht es beim Thema Entlohnung nicht primär darum, ob Frauen und Männer ungleich entlohnt werden, sondern ob gleiche oder vergleichbare Tätigkeiten ungleich entlohnt werden. Mitarbeiter, die vergleichbare Tätigkeiten ausüben, sollen ein vergleichbares Gehalt bekommen, unabhängig von ihrem Geschlecht.

Um dies zu erreichen und bisherige Unterschiede in der Bezahlung auszugleichen, haben wir im Jahr 2012 mit der Entwicklung und Definition einer Gehaltssystematik begonnen. Diese wurde in einer Projektgruppe unter Einbeziehung von Mitarbeiter aus verschiedenen Abteilungen erstellt. Im Laufe des Jahres 2014 wird dieses System eingeführt (weiter Informationen unter C4 – Transparenz und Institutionalisierung).

Als weitere Maßnahmen wurden unter anderem die Einführung eines Mindestlohns und eines Cafeteria-Modells für nicht-monetäre Zusatzleistungen definiert, die nach und nach innerhalb eines festen Zeitplans umgesetzt werden.

Zusätzlich nimmt VAUDE gemeinsam mit 200 anderen Unternehmen an dem Programm „Lohnleichheit im Betrieb – Deutschland“ (Logib-D) des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend teil. Logib-D wurde ins Leben gerufen, um Unternehmen mehr für die finanzielle Chancengleichheit ihrer Mitarbeiter zu sensibilisieren. Unter Geschlechtergesichtspunkten werden hierbei die Entgelt-Strukturen des Unternehmens analysiert.

Eine Faire Entlohnung ist auch ein wichtiges Thema in unserer Lieferkette. Deshalb arbeiten wir auch hier mit der FWF zusammen um dies zu garantieren (mehr dazu in Abschnitt C4 – Gerechte Verteilung des Einkommens und in unseren GRI Bericht).

ARBEITSSCHUTZ UND GESUNDHEITSFÖRDERUNG EINSCHLIEßLICH WORK-LIFE-BALANCE/ FLEXIBLE ARBEITSZEITEN

Das Thema Gesundheitsförderung ist ein weiteres Handlungsfeld am Firmenstandort Obereisenbach.

Im Zuge des Umbaus werden alle Büroarbeitsplätze unter ergonomischen und ökologischen Gesichtspunkten modernisiert. Alle Mitarbeiter der Verwaltung bekommen im Rahmen der aktuellen Umbaumaßnahmen höhenverstellbare Tische, die Büros werden mit schalldämpfenden Decken und Böden sowie Stehleuchten mit Tageslichtsensoren ausgestattet.



Schon jetzt unterstützt das Unternehmen seine Mitarbeiter bei Anträgen an die Berufsgenossenschaft für z.B. rüchenschonende Büromöbel.

Zudem werden im Hinblick auf die Altersvorsorge zweimal jährlich Informationsveranstaltungen für interessierte Mitarbeiter und auf Anfrage individuelle Beratungstermine mit Versicherungspartnern vereinbart.

Die verschiedenen Arbeitszeitmodelle, die VAUDE anbietet, wurden in C1 - Allgemeines aufgeführt.

Natürlich liegt es uns sehr am Herzen, unseren Mitarbeiter neben einem abgestimmten Arbeitsumfeld einen Rahmen für sportliche Aktivitäten unter freiem Himmel zu bieten. Hier bieten wir im Programm der VAUDE-Academy in der Regel zehn bis 15 Sport-Veranstaltungen pro Jahr an, die sich an Einsteiger wie an Fortgeschrittene richten. Unsere Mitarbeiter können beispielsweise zwischen Mountainbike- und Klettertrainings, Schneeschuhwanderungen und Trekkingtouren wählen.

Wir bieten bei Bedarf Schwimmtrainings in unserem Freibad an oder ermutigen unsere Mitarbeiter zur kostenlosen Teilnahme am wöchentlichen Yogakurs. Unser Boulder-Raum steht den Kletterern immer zur Verfügung. Alle zwei Wochen bieten wir die Möglichkeit einer „Massage am Arbeitsplatz“, zu der eine ausgebildete Masseurin eigens nach Tettngang-Obereisenbach kommt.

Überstunden und deren Vermeidung sind auch bei VAUDE ein Thema. Um präventiv gegen das Anhäufen von Überstunden zu agieren, verfolgen wir den Ansatz, dass nicht die reine Anwesenheit unserer Mitarbeiter am Arbeitsplatz zählt, sondern deren Zielerreichung (Siehe C4-Senkung der Normalarbeitszeit).

Zum weiten Feld der Gesundheit gehört auch das Thema „Sicherheit“ – vor allen Dingen in Bereichen in denen sprichwörtlich „angepackt“ wird (Z. B. Logistik, Fertigung oder Instandhaltung). Unsere Mitarbeiter erhalten regelmäßig Unterweisungen in Sachen Arbeits- und Brandschutz durch unseren Arbeitsschutzbeauftragten und einer externen Beratungsfirma für Arbeitssicherheit. Unser Arbeitssicherheitskonzept sowie in der Firma sichtbare Maßnahmen (Ausweisung der Fluchtwege, Listen der Ersthelfer, Erste Hilfe-Kästen etc.) werden in internen Audits reflektiert und mindestens einmal jährlich vom Umweltgutachter im Rahmen des EMAS-Audits geprüft. Dies hat sich als sehr effektiv erwiesen: Im Jahr 2013 ist die Zahl der Arbeitsunfälle in Obereisenbach von 15 im Jahr 2011 auf fünf gesunken.



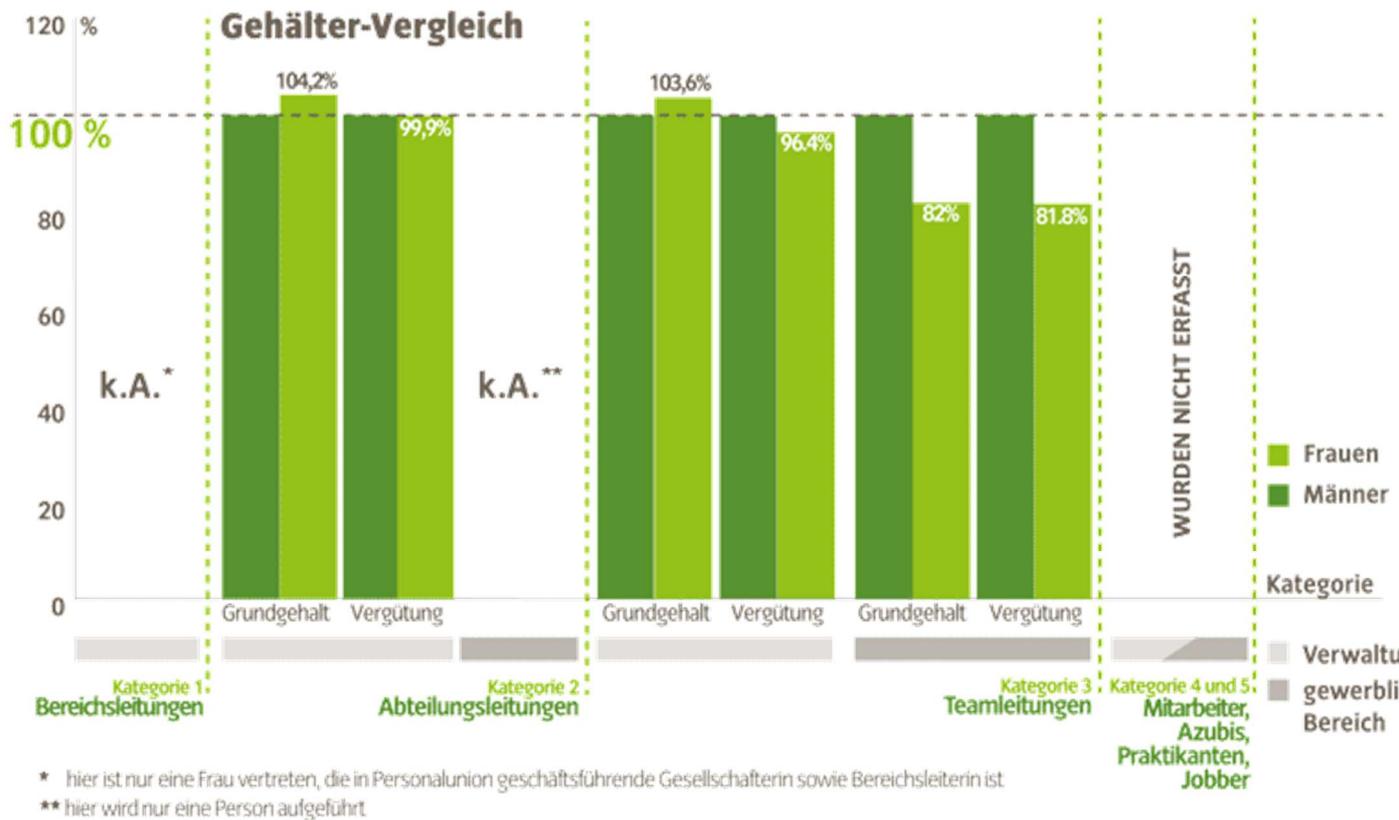
	Gesamt	Quote
Verletzungen	5	1,58
Ausfalltage	270	85,07
Abwesenheitstage	4.246,5	5,35%

In den Produktionsstätten in Asien arbeitet VAUDE mit der FWF zusammen und verfolgt Verbesserungsmaßnahmen im Rahmen des CAP. Hier sind beispielsweise Maßnahmen zum Thema "Occupational Helath and Safety" (OHS) und Schulungen feste Bausteine des gemeinsam erarbeiteten Maßnahmenplans zur Verbesserung der Arbeitsbedingungen. Auch ein Beschwerdemanagementsystem in den Produktionsbetrieben ist ein wichtiges Instrument, um Mitarbeiter in Übersee eine Stimme zu geben und Rückmeldungen zu Arbeitsbedingungen zu erhalten (siehe hierzu auch A1- Aktive Auseinandersetzung mit den Risiken Zugekaufter Produkte und Prozesse zur Sicherstellung sowie unseren GRI Bericht).

GLEICHSTELLUNG UND DIVERSITÄT

Eine lange Tradition hat das Thema "Vereinbarkeit von Familie und Beruf" bei VAUDE. Unsere Geschäftsführerin Antje von Dewitz ist berufstätige vierfache Mutter und Profi auf diesem Gebiet. Bei VAUDE hat sie selbst während der Schwangerschaften und nach den Geburten Unterstützung erfahren – und sich so dieses Thema zur Herzensangelegenheit gemacht. Ein Grund mehr, die individuellen Arbeitszeitpräferenzen Ihrer Mitarbeiter angemessen zu berücksichtigen. Durch gegenseitiges Vertrauen und einen großen internen Erfahrungsschatz kann so für alle Mitarbeiter höchstmögliche Zeitsouveränität geschaffen werden.





Als familienfreundliches Unternehmen unterstützt VAUDE gezielt Frauen in Elternzeit, rasch an ihren Arbeitsplatz zurückzukehren. Dazu gehören auch explizit Frauen in Führungspositionen. In diesem Sinne ist ein klarer Prozess definiert, der vor allem Frauen ermöglicht, Teile ihrer Arbeit von zu Hause aus zu erledigen. Durch regelmäßige Treffen aller Mitarbeiter in Elternzeit bemühen wir uns als Unternehmen, mit den Kollegen in Kontakt zu bleiben und ihre Verbundenheit mit VAUDE herauszustellen.

Des Weiteren ist die Besetzung von Führungspositionen mit Frauen ein wichtiges Anliegen. Unsere Geschäftsführung ist von einer Frau besetzt, außerdem waren 16 unserer 43 Führungskräfte im Jahr 2013 Frauen, was einer Quote von 35 Prozent entspricht.

Wir sind bestrebt, diese Quote in den kommenden Jahren gezielt weiter zu steigern. Seit dem Generationenwechsel 2009 sind einige neu entstandene Leitungsstellen an Frauen vergeben worden, so beispielsweise auch die Geschäftsführung unserer Tochterfirma, der VAUDE Franchise GmbH.

In dem speziellen Frauenförderprogramm „Frauen-Power“ bieten wir seit 2013 ausgewählten Frauen in Führungs- oder exponierten Funktionen, deren Kommunikations-, Führungs- und unternehmerische Kompetenzen gefragt sind, eine Möglichkeit zur optimalen Nutzung weiblicher Potenziale.



Minderheiten und andere Diversitätsfaktoren werden bei uns nicht gesondert erfasst. Im Jahr 2013 haben wir 32 Mitarbeiter mit nicht-deutscher Staatsangehörigkeit beschäftigt, was einem Anteil von Mitarbeitern mit nicht-deutscher Staatsangehörigkeit von knapp sieben Prozent entspricht.

Die soziale Ausrichtung unseres Unternehmens soll sich zukünftig noch stärker durch die Besetzung bestimmter Stellen mit Menschen mit Behinderungen ausdrücken, wofür eigens ein Programm definiert und schrittweise umgesetzt wird.

Im Berichtszeitraum haben wir vier Angestellte mit Schwerbehindertenstatus beschäftigt – zwei männliche und zwei weibliche Angestellte, davon ein Auszubildender –, was einem Prozentsatz von 0,85 Prozent entspricht. Wir haben für das kommende Jahr das erklärte Ziel, bei VAUDE die Arbeitsmöglichkeiten für Menschen mit Behinderungen zu verbessern beziehungsweise wieder gezielt mehr Menschen mit Behinderung einzustellen. Damit wollen wir einen aktiven Beitrag zur Inklusion von Menschen mit Behinderungen leisten und die Diversität innerhalb unserer Belegschaft weiter steigern.

Um das Ziel zu erreichen, wieder gezielt mehr Menschen mit Behinderungen eine attraktive Beschäftigungsmöglichkeit zu bieten, werden wir ab dem Jahr 2014 verstärkt Kontakt zu Einrichtungen der Behindertenhilfe in der Umgebung sowie zum Integrationsfachdienst aufnehmen und ausbauen.

Zusätzlich werden wir prüfen, in welchen Abteilungen Menschen mit Behinderung eingesetzt werden können und welche Aufgaben besonders geeignet sind. Dies gilt sowohl für feste Beschäftigungsmöglichkeiten als auch für Praktika. Hierunter fällt auch die Definition von angepassten Prozessen bei der Besetzung von Stellen, die Inklusion ermöglichen. Innerhalb unseres internen Weiterbildungsprogramms werden vermehrt Vorträge zum Thema Inklusion von Menschen mit Behinderungen angeboten, um Verständnis für entsprechende Situationen zu schaffen.

Chancengleichheit ist uns auch in den Produktionsstätten außerhalb von Deutschland ein Anliegen. Hier arbeiten wir mit der FWF zusammen, um einen Einblick in die Löhne und Geschlechterverteilung zu bekommen. In China und Vietnam ist dies kaum ein Problem.

Die FWF überprüft die sogenannte indirekte Diskriminierung und geht der Frage nach, ob es Abteilungen in Unternehmen gibt, in denen generell höhere Löhne gezahlt werden oder Männer bevorzugt beschäftigt werden, obwohl auch Frauen diese Tätigkeit ausüben könnten.



Bei unseren Produzenten gab es bei den FWF-Audits bei den VAUDE Lieferanten in China und Vietnam keinerlei Beanstandungen bezüglich der Gleichbehandlung der Beschäftigten (weitere Informationen [hier](#)).

C2 GERECHTE VERTEILUNG DER ERWERBSARBEIT

SENKUNG DER NORMALARBEITSZEIT

Überlegungen zur Senkung der Normalarbeitszeit werden bisher keine unternommen. Vollbeschäftigte arbeiten bei VAUDE 40 Stunden pro Woche. Alles was darunter liegt, wird als Teilzeitarbeit eingestuft und 1:1 wie bei Vollzeit entlohnt; lediglich auf weniger Stunden gerechnet. Insgesamt arbeiten 43 Prozent der Beschäftigten in Teilzeit.

Die durchschnittliche Arbeitszeit je Beschäftigten betrug 30,88 Stunden in der Woche im Jahr 2013.

Überstunden werden bei VAUDE über ein Gleitzeitkonto abgerechnet und als Zeitausgleich konsumiert. Leider können dazu keine zuverlässigen Zahlen geliefert werden, da der Großteil der Mitarbeiter keine Zeiten erfasst. In diesem Punkt wurde noch keine einheitliche Regelung festgelegt. Ziel ist es, durch weniger Zeiterfassung immer mehr Vertrauensarbeit zu etablieren. Derzeit haben alle Führungskräfte Vertrauensarbeitszeit. Bei weiteren Mitarbeitern wurde die Vertrauensarbeitszeit individuell festgelegt. In der Logistik und der Fertigung ist Vertrauensarbeitszeit derzeit nicht vollständig umsetzbar, da bestimmte Tätigkeiten aufeinander aufbauen. Eine Koordination der Arbeitszeiten ist daher notwendig.

Die Vertrauensarbeitszeit resultiert unter anderem auch in dem meist eigenverantwortlichen Abbau von Überstunden in Absprache mit der Führungskraft. "Verordneter" Abbau wird dadurch seltener.

Durch die zahlreichen Angestellten im Außendienst ist es auch hier letztendlich schwierig, aussagekräftige Zahlen zu veröffentlichen. Grundsätzlich gilt jedoch die Zielsetzung: Neueinstellungen sowie organisatorische und prozessuale Neugestaltung sind der permanenten Anhäufung von Überstunden vorzuziehen. An einer Systematik zur Reduzierung von Überstunden wird derzeit intensiv gearbeitet. Zudem versucht das Unternehmen, Themen zu priorisieren und gruppieren, sodass eine effiziente Durchführung von Meetings und ein Abbau von zeitintensiven Besprechungen möglich werden. Dadurch lassen sich effektiv Überstunden vermeiden.



In der Fertigung und Logistik werden mitunter auch Leiharbeiter beschäftigt, um mit Spitzenbelastungen fertigzuwerden. Der Bedarf wird abteilungsintern bestimmt.

ERHÖHUNG DES ANTEILS DER TEILZEIT-ARBEITSMODELLE

Aufgrund der unterschiedlichen Aufgabengebiete werden verschiedene Arbeitsmodelle angeboten, die im Punkt C1- Allgemeines erläutert wurden.

BEWUSSTER UMGANG MIT (LEBENS-) ARBEITSZEIT

VAUDE bietet individuelle Arbeitszeit-Modelle, Home Office und Teilzeit-Stellen (siehe C1- Allgemeines). Wir beschäftigen uns mit dem Thema Auszeit-Modelle und diskutieren derzeit verschiedene Modelle. Bei Mitarbeitern, die aus einer Elternzeit zurückkehren, achten wir darauf, dass sich ihr Berufs- und Familienleben durch flexible Arbeitszeitmodelle gut miteinander vereinbaren lässt. Durch Vertrauensarbeit haben unsere Mitarbeiter die Möglichkeit, sich Ihre Arbeitszeit auch individuell an ihre Bedürfnisse und das Unternehmen anzupassen.

Für die Zufriedenheit unserer Mitarbeiter tun wir einiges (für detaillierte Informationen siehe C5- Grad der Transparenz und Mitbestimmung bei Grundsatz- und Rahmenentscheidungen).

Im Rahmen der VAUDE-Academy werden Fortbildungen zum Selbst- und Zeitmanagement angeboten (siehe C1- Mitarbeiter orientierte Organisationskultur und –strukturen).

C3 FORDERUNG UND FÖRDERUNG ÖKOLOGISCHEN VERHALTENS DER MITARBEITER

ERNÄHRUNG WÄHREND DER ARBEITSZEIT

Im VAUDE-Café werden zwei verschiedene Gerichte – darunter auch eine vegetarische Speise – für Mitarbeiter angeboten. Seit Anfang 2014 ist das VAUDE-Café Bio-zertifiziert. Für alle Fleischliebhaber gibt es zudem täglich frisch gegrillte, im Nachbarort hergestellte Bio-Würstchen.

Mitarbeiter können auch eigenes Essen mitbringen, welches in den Küchen der verschiedenen Aufenthaltsräume zubereitet werden kann.

Im Alltagsgeschäft ist für Fair Trade und Bio-Kaffee und Tee stets gesorgt, und Besprechungen werden häufig mit regionalem Obst bereichert.



Das VAUDE Kinderhaus bietet ausschließlich Bio-Essen von der lokalen Catering Firma Bio-Genuss an.

Bewusste Ernährung auch außerhalb der eigenen vier Wände:

Die Verköstigung auf Events wie Messen, Sales Meetings, Betriebsfeiern etc. ist über klare Handlungsanweisungen geregelt. Das VAUDE-Handelsmarketing organisiert ausschließlich Nahrungsmittel aus regionaler Herstellung, verzichtet auf Lebensmittel wie Südfrüchte oder Thunfisch und reduziert bewusst den Einkauf von Fleisch. Wir hoffen, dass wir auch Außenstehende sensibilisieren und ein bewusstes Konsumverhalten erkennbar vorleben.

MOBILITÄT ZUM ARBEITSPLATZ

		Gesamt für das Unternehmen
Geschäfts- und Pendelverkehr in firmeneigenen Fahrzeugen		
	Auto/PKW (km)	2.368.262
Geschäfts- und Pendelverkehr in anderen Fahrzeugen		
	Flugreisen (t CO2e)	160,19
	Zug (t CO2e)	2,28
	Auto/ PKW einzeln (km)	1.760.244
	Car-Sharing (km)	111.710
	ÖPNV (km)	13.694
	Fahrrad/ Fuß (km)	46.849

VAUDE hat 2011 ein umfangreiches Mobilitätskonzept erarbeitet und seit 2012 erfolgreich umgesetzt. Der Firmensitz in Tettngang liegt im ländlichen, oberschwäbischen Raum und war bis 2013 weitgehend vom öffentlichen Nahverkehr abgekoppelt. Als nachhaltig ausgerichtetes Unternehmen sehen wir uns in der Pflicht, unseren Mitarbeiter umweltfreundlichere Alternativen zur PKW-Fahrt anzubieten.



Die im Mobilitätskonzept zusammengefassten und im Jahr 2012 implementierten Bausteine erfahren nicht zuletzt wegen des wöchentlich stattfindenden Mobilitätslottos, (s. u.) großen Zuspruch.

Mit dem Rad zur Arbeit:

44.335 Kilometer sind die VAUDE-Mitarbeiter im Jahr 2013 auf dem Fahrrad zur Arbeit gekommen. Das VAUDE-Rad-Förderprogramm umfasst nicht nur eine Reparaturwerkstatt mit Schlauchomat, einen überdachten und beleuchteten Fahrradparkplatz, Fahrtechnik- und Reparaturkurse und Duschen, sondern auch acht Leih-eBikes, die allen Kollegen gratis zur Verfügung stehen. Private eBikes der Mitarbeiter können selbstverständlich kostenlos auf dem Gelände aufgeladen werden.

VAUDE ermutigt Mitarbeiter, das eigene Auto stehenzulassen und umweltfreundlich und gesundheitsfördernd mit dem Rad zur Arbeit zu kommen. Geschäftsführerin Antje von Dewitz geht mit gutem Beispiel voran und sammelt täglich und wetterunabhängig Fahrradkilometer!

Aufgrund der hügeligen Topografie um Obereisenbach macht die Umrechnung der gesamt zurückgelegten Fahrradkilometer pro Kopf wenig Sinn: Nicht jedem ist das Radeln aufgrund der Entfernung zum Arbeitsplatz zumutbar.

Fahrgemeinschaften:

Fahrgemeinschaften haben großes Potential für CO₂-Einsparungen. VAUDE hat deshalb eine Kooperation mit dem „social mobility network“ flinc gestartet. In einer eigenen VAUDE-Gruppe auf www.flinc.org können alle VAUDEler schnell, unkompliziert und kostenlos Fahrten anbieten und Mitfahrten finden. Eine weitere Gruppe wurde für die verschiedenen VAUDE-Events eingerichtet, um Teilnehmern, die Anreise zu den Events über flinc in Fahrgemeinschaften zu organisieren. Im Jahr 2013 wurden über 50.000 Pendel-Kilometer durch Fahrgemeinschaften eingespart.

VAUDE-Kleinbus-Fahrgemeinschaften:

Durch Eigeninitiative von Kollegen haben sich zwei größere Fahrgemeinschaften zur Arbeit gebildet, für die VAUDE jeweils einen Kleinbus zur Verfügung stellt. Mitarbeiter sparen so nicht nur Geld und Parkplätze, sondern auch Emissionen ein. Diese Fahrgemeinschaften haben 2013 7.852 Pendel-Kilometer eingespart.



ÖPNV:

Der Tettnanger Ortsteil Obereisenbach, in dem sich die VAUDE Firmenzentrale befindet, war lange Zeit mit öffentlichen Verkehrsmitteln nur schwer zu erreichen – außer dem Schulbus zur örtlichen Grundschule existierte kein öffentlicher Busverkehr. Mit diesem Zustand wollte VAUDE sich nicht abfinden und hat deshalb ein Projekt initiiert.

Mit Erfolg: Der Regionale Verkehrsverbund Bodensee-Oberschwaben (bodo) hat zum 1. Oktober 2013 mit Unterstützung des Landkreises Bodenseekreis und des örtlichen Busunternehmers eine Berufspendler-Verbindung eingerichtet, die Obereisenbach an den nächsten Bahnhof in Meckenbeuren sowie an den Stadtverkehr Tettngang anbindet. Über die Bahnlinie nach Meckenbeuren sind Friedrichshafen und Ravensburg als nächstgelegene größere Städte, in denen viele Mitarbeiter wohnen, gut angebunden. Und sogar darüber hinaus: Mit der Bodenseefähre erreichen auch Mitarbeiter von der anderen Seite des Bodensees über die neue Buslinie mit öffentlichen Verkehrsmitteln ihren Arbeitsplatz.

Insgesamt haben die VAUDE-Mitarbeiter im Jahr 2013 über 13.000 Pendelkilometer mit öffentlichen Verkehrsmitteln zurückgelegt.

Rupert Mayer, Sachgebietsleitung Schülerbeförderung und ÖPNV, Landkreis Bodenseekreis:

„Die Verbesserung der Anbindung der Stadt Tettngang-Obereisenbach mit öffentlichen Verkehrsmitteln auf die Zug-Anschlüsse im Bahnhof Meckenbeuren ist Bestandteil des Nahverkehrsplans des Bodenseekreises. Aufgrund der Initiative von VAUDE konnte dieser Firmenstandort in die Neukonzeption mit aufgenommen werden. Damit wollen wir als Landkreis den Berufspendlern den Zugang zur umweltfreundlichen Mobilität gewährleisten.“

Reiserichtlinie:

Mit der VAUDE Reiserichtlinie wollen wir erreichen, dass Geschäftsreisen zum einen möglichst reduziert werden, zum anderen so umweltfreundlich wie möglich durchgeführt werden. Wir erreichen dies z.B. durch die Bevorzugung von Bahnreisen gegenüber Flügen bei innerdeutschen Geschäftsreisen. Die Einführung eines neuen Video-Konferenzsystems im Jahr 2013 bringt hier weitere Einsparungen.

Durch die nach wie vor sehr „sparsame“ Anbindung von Tettngang-Obereisenbach und der meisten Wohnorte der VAUDE-Mitarbeiter an öffentliche Verkehrsmittel und unsere (ansonsten wunderschöne) Randlage innerhalb von Deutschland ist die richtige Mischung aus Ökologie, Zeitaufwand und Kosten für Geschäftsreisen eine besondere Herausforderung.



Fuhrparkmanagement:

Seit 2011 wird die gesamte Fahrzeugflotte auf emissionsarme Fahrzeuge umgestellt. In Kombination mit Fahrerschulungen hat dies bereits zu einer Reduzierung des Dieserverbrauchs um zwei Prozent gegenüber 2010 geführt.

Mobilitätslotto:

Als zusätzliche Motivation und Anreizsystem wurde ein *Mobilitätslotto* eingeführt, das wöchentlich Sachpreise an Mitarbeiter verlost, die „umweltfreundlich“ (also nicht alleine mit dem eigenen Auto) zur Arbeit gekommen sind. Jeder Gewinner wird im Intranet namentlich und per Siegerfoto geehrt, so dass die Motivation, einen Mobilitätspreis zu gewinnen, auch bei anderen Kollegen wächst. So wird der Arbeitsweg zum Gesprächsthema -wer darüber redet, wie er zur Arbeit kommt, denkt eher darüber nach, ob es nicht einen umweltfreundlicheren Weg gibt.

ORGANISATIONSKULTUR, AWARENESS UND UNTERNEHMENSINTERNE PROZESSE

Die Implementierung der Nachhaltigkeitsstrategie ist auch durch den internen Unternehmensführungsprozess sichergestellt. Die Geschäftsleitung definiert konkrete Unternehmensziele mitsamt Kennzahlen und Maßnahmen, die in Klausuren und Mitarbeitergesprächen systematisch auf Abteilungs-, Bereichs-, Team- und Mitarbeitererebenen abgeleitet werden. So trägt jeder einzelne Mitarbeiter – unabhängig von Rolle oder Funktion – zur Erreichung der Unternehmensziele bei. Hierbei ist eines unserer Kernziele, bis 2015 in allen Kernbereichen nachhaltig gewachsen zu sein und ein Gleichgewicht zwischen ökonomischen, ökologischen und sozialen Zielen herzustellen.

Um Nachhaltigkeit im Arbeitsalltag zu leben und erlebbar zu machen, ist jeder Abteilungsleiter neben seiner Kerntätigkeit dafür verantwortlich, operative Themen in die Praxis umzusetzen wie zum Beispiel Energiesparmaßnahmen in den Büros, ressourceneffizientes Ausdrucken, Mülltrennung, Mobilität etc.. Hierbei steht ihnen das interdisziplinäre CSR-Team mit Rat und Tat zur Seite.

Der Großteil interner Veranstaltungen, die Themen und Handlungsfelder rund um „nachhaltiges Wirtschaften“ aufgreifen, ist im Rahmen der VAUDE-Academy organisiert, wie der folgende Auszug zeigt:



- 4.4 VAUDE als klimaneutrales Unternehmen**
Referentin: Hilke Patzwall
Termin: Mittwoch, 22. Oktober 2014, 08.30 - 09.30 Uhr
Ort: Base Camp
Zielgruppe: offen für alle MitarbeiterInnen, für Auszubildende verpflichtend
Anmeldung: bis 3 Tage vor dem Termin bei Beate;
Mindestteilnehmerzahl: 6
- 4.5 PFC-freie Outdoor-Produkte**
Referentin: Hilke Patzwall
Termin: Donnerstag, 13. November 2014, 10.00 - 11.00 Uhr
Ort: Base Camp
Zielgruppe: offen für alle MitarbeiterInnen
Anmeldung: bis 3 Tage vor dem Termin bei Beate;
Mindestteilnehmerzahl: 6
- 4.6 VAUDE wird zum nachhaltigsten Outdoor-Ausrüster**
Referentin: Antje von Dewitz
Termin: Montag, 15. Dezember 2014, 09.00 - 10.00 Uhr
Ort: Base Camp
Zielgruppe: offen für alle MitarbeiterInnen, für Auszubildende verpflichtend
Mindestteilnehmerzahl: 6
- 4.7 Das VAUDE CSR-Team: Die Bedeutung der Interdisziplinarität**
Referentin: Hilke Patzwall
Termin: Dienstag, 16. Dezember 2014, 09.00 - 10.00 Uhr
Ort: Base Camp
Zielgruppe: offen für alle MitarbeiterInnen, für Auszubildende verpflichtend
Anmeldung: bis 3 Tage vor dem Termin bei Beate;
Mindestteilnehmerzahl: 6
- 4.8 Produktlebenszyklus im VAUDE Ecosystem:
Von der Entstehung bis zur Wiederverwertung**
Referentin: Hilke Patzwall
Termin: Donnerstag, 08. Januar 2015, 08.30 - 09.30 Uhr
Ort: Base Camp
Zielgruppe: offen für alle MitarbeiterInnen, für neue Auszubildende verpflichtend
Anmeldung: bis 3 Tage vor dem Termin bei Beate;
Mindestteilnehmerzahl: 6

In diesem Kontext sei die betriebsinterne Biblio- und Mediathek erwähnt, die jedem Mitarbeiter neben Bergsportwissen auch verschiedene Lektüren und Dokumentationen zum Thema Nachhaltigkeit und CSR bietet. Mehr als 600 Bücher, DVDs, Karten, Führer usw. stehen dort zur kostenlosen Ausleihe bereit. Zusätzlich können im VAUDE-Ausleihpool unsere Produkte von Mitarbeitern kostenfrei geliehen oder getestet werden.

Um auch außerhalb des Firmensitzes ein Bewusstsein für nachhaltige Themen zu schaffen, versuchen wir unseren Außendienst und weitere Geschäftspartner (z. B. Lizenznehmer) thematisch und praktisch mit ins Boot zu holen. Nachhaltigkeitsworkshops sind mittlerweile fester Bestandteil der zwei Mal jährlich stattfindenden Sales Meetings (siehe D1- Gesamtheit der Maßnahmen für eine ethische Kundenbeziehung, ethisches Marketing + Verkauf).



Zudem dienen Spritsparschulungen dazu, unserem Außendienst eine umweltverträglichere Fahrweise zu empfehlen.

C4 GERECHTE VERTEILUNG DES EINKOMMENS

INNERBETRIEBLICHE BRUTTOEINKOMMENSspreizung IM UNTERNEHMEN

Mit der Berücksichtigung der Gehälter der Geschäftsleitung entsteht eine maximal zehnfache Einkommensspreizung.

MINDESTEINKOMMEN

Die in der Gemeinwohl-Matrix angeführte Einkommensuntergrenze für Deutschland von 1.330 € monatlichem Nettoeinkommen für die volle Arbeitszeit ist eingehalten. Dies gilt nicht für geringfügig Beschäftigte wie Saisonarbeiter, Auszubildende und Praktikanten.

Für Informationen zur Entlohnung bei unseren Zulieferern und Produzenten siehe [A1 - Aktive Auseinandersetzung mit den Risiken zugekaufter Produkte und Prozesse zur Sicherstellung](#).

TRANSPARENZ UND INSTITUTIONALISIERUNG

Transparenz in Bezug auf die Einkommen existiert bei VAUDE bereits für Führungskräfte, aber noch nicht unter allen Mitarbeitern.

Eine Projektgruppe aus verschiedenen Abteilungen und Hierarchieebenen hat eine Gehaltssystematik erstellt und mit den Führungskräften in Workshops die einzelnen Stellen bewertet und in die Systematik eingeordnet. Bereits im Juni 2013 sind die gewonnenen Erkenntnisse in die Budgetierung für das Jahr 2014 eingeflossen. Auf Grund der Komplexität des Themas ist von einem mehrjährigen Prozess bis zum Abschluss der Übertragung aller Gehälter in die neue Systematik auszugehen. Im Laufe des Jahres 2014 wurde die neue Gehaltssystematik „Kompass“ den Mitarbeitern vorgestellt und im Laufe des Sommers auch eingeführt.

Ziel ist ein einheitliches, faires und klar strukturiertes Gehaltssystem zu schaffen, das sowohl die mit der jeweiligen Stelle verbundenen Aufgaben und Verantwortungen abbildet, als auch die Qualifikation und Kompetenzen der einzelnen Mitarbeiter berücksichtigt.



Als Grundlage der Systematik wurden alle Stellen im Unternehmen nach einem Punktesystem bewertet und in verschiedene Funktionsstufen eingeteilt. Für jede dieser Funktionsstufen wurden Gehaltsbänder definiert.

Die jeweilige Lage des Gehalts jedes einzelnen Mitarbeiters innerhalb einer Funktionsstufe orientiert sich an verschiedenen Aspekten wie Leistung, Betriebszugehörigkeit, Erfahrung und Alter. Die Funktionsstufen und Gehaltsbänder veröffentlichen wir im Intranet, um die Transparenz unserer Gehaltsstrukturen zu erhöhen.

C5 INNERBETRIEBLICHE DEMOKRATIE UND TRANSPARENZ

GRAD DER TRANSPARENZ UND MITBESTIMMUNG BEI GRUNDSATZ- UND RAHMENENTSCHEIDUNGEN

Die Entscheidung über die Gewinnverteilung wird von der Geschäftsführung und der Gesellschafterversammlung getroffen.

Als Familienunternehmen legen wir großen Wert auf demokratische Entscheidungsprozesse und versuchen Mitbestimmungsrecht sowie eine größtmögliche innerbetriebliche Transparenz zu etablieren. Hier tragen alle VAUDE-Führungskräfte maßgeblich dazu bei, unternehmens- und mitarbeiterrelevante Inhalte auf verschiedenen Wegen zu kommunizieren und mit Mitarbeitern zu diskutieren:

Unternehmensführungsprozesse:

Im Rahmen des Unternehmensführungsprozesses trägt unter anderem der VAUDE-Zieleprozess zur bereichsübergreifenden und innerbetrieblichen Transparenz bei. Hier wird mit jedem Mitarbeiter ausgearbeitet, wie der eigene Beitrag zum Erfolg des Unternehmens aussieht und wie sich die eigenen Zielsetzungen in das VAUDE-Zielepanorama einbetten können.

Zu Prozessbeginn werden Unternehmensziele in Geschäftsleitungs-Meetings (GLM)- und Bereichsleitergremium-Meetings (BerG) sowie in Abteilungsleitermeeting (ALM) und Zielgesprächen definiert. Das Zielepanorama wird allen Führungskräften präsentiert und dabei diskutiert. Im Anschluss wird es in einem Top-Down-Prozess systematisch auf Geschäfts-, Abteilungs-, Bereichs-, Teamleiter- und Mitarbeiterebene abgeleitet und dokumentiert. Der Informationsfluss zwischen Führungskräften und Mitarbeitern findet auf vielfältigen Wegen statt - in wöchentlichen Jour Fixes, Team- und Bereichsleitermeetings oder auch außerordentlichen Terminen.



Der Ableitungsprozess dauert ca. 14 Wochen und wird vom Stab Unternehmensentwicklung begleitet. Ein Ziele-Tracking durch Unternehmensentwicklung und Controlling erfolgt halbjährlich.

Die individuellen Ziele der Kollegen sind auf Unternehmens- und Abteilungsleiter-Ebene sowie zwischen Mitarbeitern und deren Führungskraft stets transparent. Unter den Mitarbeitern von VAUDE ist das lediglich auf Wunsch des/der Einzelnen der Fall.

Meeting-Kultur:

Besprechungen auf Geschäfts- und auf Abteilungsleiter-Ebene dienen vorwiegend dazu, strategische Themen zu fixieren. Entsprechende Klausuren finden zwei Mal jährlich statt, während GLM und ALM monatlich abgehalten werden. Auch hier liegt es an den Abteilungsleitern, relevante Informationen an die Mitarbeiter weiterzugeben. Die Essenz aktueller Themen wird im Quartalsaustausch kommuniziert in dem alle Führungskräfte von Teamleitung bis Geschäftsführung sowie Stabsstellen teilnehmen.

Auf operativer Ebene werden wöchentliche Jour Fixes abgehalten, in denen sich Mitarbeiter mit Führungskräften bzw. Kollegen die Schnittstellen zum eigenen Tätigkeitsbereich darstellen, austauschen. Außerordentliche Besprechungen zu Themen und Projekten sind selbstverständlich ebenso an der Tagesordnung.

Mitarbeitergespräche:

Einen besonderen Stellenwert genießen jährlich stattfindende Mitarbeitergespräche. Hier geben sich Führungskraft und Mitarbeiter gegenseitig Feedback und besprechen Mitarbeiterziele, die aktuelle Arbeitssituation, Arbeitsinhalte, Stellenmerkmale sowie Entwicklungsperspektiven. Uns ist es besonders wichtig, dass im Mitarbeitergespräch ein Dialog stattfindet und zwei gleichberechtigte Perspektiven kommuniziert und angeglichen werden können. Ein differenzierter Leitfaden dient hierbei der Gesprächsvorbereitung und -durchführung. Schlussendlich werden Vereinbarungen und Wünsche dokumentiert und von beiden Seiten für gültig erklärt. Mitarbeitergespräche dienen auch dazu, Boni festzulegen, die im Fall der Zielerreichung ausgezahlt werden. Hier wird ein klares Konzept verfolgt: Zwei Prozent des Jahresbrutto-Gehalts sind abhängig von der Erreichung der persönlichen Jahresziele. Für Führungskräfte liegt der Fokus zusätzlich auf der Erreichung der Unternehmensziele, wobei die Gewichtung 30 Prozent persönliche Ziele und 70 Prozent Unternehmensziele lautet.



Mitarbeiterumfragen:

Regelmäßige Mitarbeiterumfragen – allgemein sowie themenspezifisch - sollen eine aktive Mitgestaltung und Optimierung von Arbeitsabläufen ermöglichen. Solche Umfragen erlauben es, Wünsche und Bedürfnisse unter den Beschäftigten zu erfassen und auch konkrete Themen wie Qualität oder Innovation im Unternehmen zu behandeln. Die Ergebnisse der Mitarbeiterumfragen werden als Benchmarks eingestuft, kritische Inhalte kommuniziert sowie konkrete Maßnahmen ab- und eingeleitet. Nach Abschluss der definierten Maßnahmen, werden einzelne Themen erneut abgefragt und ein Soll-Ist-Vergleich ermöglicht.

Im Jahr 2011 wurde beispielsweise eine Mitarbeiterzufriedenheitsumfrage umgesetzt und die Ergebnisse im Intranet transparent gemacht. 2012 wurde zudem eine IT-Umfrage zur Optimierung der IT-Rahmenbedingungen für unsere Mitarbeiter durchgeführt. Mitarbeiterumfragen können sich auch explizit auf soziale Rahmenbedingungen beziehen. Die letzte Mitarbeiterumfrage fand 2013 statt. Hier fand die Aussage, dass „unser Vergütungssystem insgesamt sehr leistungsgerecht ist“, am wenigsten Zustimmung. Um dem entgegen zu wirken, haben wir im die neue Gehaltssystematik gestartet, im Laufe des Jahres 2014 eingeführt wird.

Intranet:

Als zentrale Informations-, Kommunikations- und Anwendungsplattform ist das VAUDE-CAMP die „Litfaßsäule“ des Unternehmens und für alle Mitarbeiter zugänglich. Hier kann jeder VAUDEler Einträge posten und hat Zugang zu aktuellen Informationen, Projektdaten, sowie wesentlichen Zahlen und Fakten zum Unternehmen. Um einen professionellen Informationsfluss sicherzustellen, wurde 2012 eine halbe Stelle eingerichtet. Unsere interne Kommunikatorin steuert und plant das interne Berichtswesen im Intranet und optimiert derzeit die Plattform im Hinblick auf zwei wesentliche Aspekte.

Mitarbeiterinformation: Quartalsberichte und weitere „VAUDE-News“ werden von der Geschäftsleitung beispielsweise im Intranet veröffentlicht. Geschäftsführungsprotokolle werden nicht veröffentlicht. Entscheidungen über Entlassungen und Einstellungen werden in der betreffenden Abteilung transparent gemacht.

Mitarbeiterpartizipation: Das Vorschlagswesen, das allen Mitarbeitern erlaubt, aktiv am Geschehen des Unternehmens teilzunehmen und neue (Sozial-, Ökologie-, Produkt-) Ideen einzubringen, wird über das Intranet gesteuert.



Print und Homepage:

Die Kundenzeitschrift „VAUDE Intern“ erscheint vierteljährlich, informiert über Neuigkeiten im Produktbereich und greift aktuelle Projekte im ökologischen und sozialen Bereich auf. Der jährlich erscheinende Nachhaltigkeits- und Sozialbericht wurde seit dem Jahr 2014 mit einem umfassenden GRI-Bericht in Website-Form ersetzt.

Im Ausland hängen Transparenz und Mitbestimmung extrem von der Gesetzgebung und der Kultur des Landes ab, VAUDE möchte sie aber so weit wie möglich vorangetrieben.

Über die Mitgliedschaft in der FWF stellt das Unternehmen zudem sicher, die entsprechenden Normen der International Labour Organisation abzudecken (weiterführende Informationen zu der FWF und unserer Zusammenarbeit hier).

LEGITIMIERUNG DER FÜHRUNGSKRÄFTE

Die Planung von neuen Stellen wird im Rahmen des jährlichen Budgetierungsprozess sichergestellt. Hier werden unter anderem Personalwünsche aller Führungskräfte gesammelt, mit den Vorstellungen der jeweiligen Abteilungsleiter abgeglichen und der Personalabteilung vorgelegt. Somit haben alle Führungskräfte ein Mitspracherecht und können ihre Impulse in einem Bottom-Up-Prozess einbringen. Dadurch, dass die direkte Führungskraft auch immer bei Einstellungsgesprächen dabei ist, verfügt sie über ein Veto-Recht bezüglich der letzten Endes gefällten Entscheidung.

Die Einstellung von neuen Mitarbeitern erfolgt in Konsultation mit dem betreffenden Team. Dabei sind wir stets bestrebt einen Konsens mit allen Beteiligten zu finden. Zukünftige Führungskräfte und die wichtigsten Kollegen sind in die Bewerbungsgespräche miteingebunden.

MIT-EIGENTUM DER MITARBEITER

VAUDE ist zu 100 Prozent in Familienbesitz. Derzeit prüfen wir die Idee, Wertpapiere in Form von Genussscheinen zu emittieren und so unsere Eigenkapitalquote zu erhöhen und unsere finanzielle Unabhängigkeit zu stärken. Gleichzeitig können wir Mitarbeitern und Freunden der Marke so eine Möglichkeit bieten, sich als Anteilseigner am Unternehmen zu beteiligen.



D1 ETHISCHES VERKAUFEN

GESAMTHEIT DER MAßNAHMEN FÜR EINE ETHISCHE KUNDENBEZIEHUNG ETHISCHES MARKETING + VERKAUF

Handelsmarketing	prozentualer Anteil am Handelsmarketing Budget
Erstellung von Schulungsunterlagen, Kollektionsflyer, VAUDE intern, Dekoelemente aus Recyclingpapier und Holz nach FSC Standard	12,5%
Nachhaltiger Messebau (Miete, Messestand aus Holz, Bio Catering. Verzicht auf Teppiche und große Grafiken) und Sales Meeting (mehrtägige Schulung für Außendienst zu Produkten und CSR-Themen)	46,67%
Sonstige Marketingmaßnahmen wie Kommunikation über verschiedene Kanäle wie Online, Spots, Give Aways	40,83%
Sponsoring	prozentualer Anteil am Sponsoring Budget
WWF und DAV	45%
Sonstige Sponsoringmaßnahmen wie Sponsoring von Athleten, Bergschulen, Centurion Bike Team, Banff Mountain Film Festival World Tour etc.	55%
Endverbrauchermarketing	prozentualer Anteil am Endverbrauchermarketing Budget
Orderbücher (Druck auf Recyclingpapier)	13,35%
Öffentlichkeitsarbeit, Anzeigen, Produktausstattung	31,65%
Fotoshooting und Produktfotografie	20,75%
Onlinemarketing und Imagefilme	34,25%

Das Gesamtmarketingbudget in 2013 verteilt sich zu 53 Prozent auf das Endverbrauchermarketing und zu 47 Prozent auf das Handelsmarketing. 22 Prozent des Gesamtmarketingbudgets werden für Sponsoringprojekte verwendet.

Die Auswahl von Sponsoringprojekten erfolgt nach bestimmten Kriterien, mit denen wir sicherstellen, dass die Projekte zu VAUDE passen. Neben einem direkten Bezug zum umweltschonenden Bergsport ist es entscheidend, dass die gesponserten Projekte nachhaltig sind und mit unseren Werten übereinstimmen (Unsere Sponsoring Kriterien finden Sie [hier](#)).



Wichtigkeit von Nachhaltigkeit für das Marketing:

Das Angebot im weltweiten Outdoor-Markt ist in den letzten Jahren enorm gewachsen. Die Konsumenten haben eine große Auswahl an Marken. Das Angebot übersteigt die Nachfrage. Das bedeutet, dass sich Produkte entweder über den Preis differenzieren müssen, oder dass das Unternehmen eine herausragende Marken-Positionierung besitzt, die für die Kundenzielgruppe relevant ist.

VAUDE ist als besonders nachhaltige Marke positioniert. Dies verschafft VAUDE ein einzigartiges Differenzierungsmerkmal und stärkt das Vertrauen in die Marke. Marketing ist daher für VAUDE ein wichtiges Instrument zur Sensibilisierung der Kunden und zur Platzierung der Produkte im Markt.

Auswirkungen des nachhaltigen Marketings bei VAUDE:

„Tue Gutes und rede darüber“: VAUDE ist klar als nachhaltiges Unternehmen positioniert. Das bestimmt die gesamte Unternehmenskommunikation – ins Unternehmen und nach außen. Diese Kommunikation erzeugt eine besondere Wirkung, weil wir als engagiertes Unternehmen eine Vorbild- und Multiplikatoren-Wirkung auf andere haben. Dies bezieht sich u.a. auf unsere Lieferanten, Wettbewerber, aber auch auf unsere Kunden und die Outdoor-Sportler im Allgemeinen.

Wir sehen uns auch in der Verantwortung, Kunden zu informieren und so ein Bewusstsein für soziale und ökologische Herausforderungen der Produktion von Outdoor-Ausrüstung aufzubauen. Unsere Rolle besteht darin, Wissen weiterzugeben und darüber hinaus Lösungen für bestehende Probleme anzubieten.

Nachhaltigkeits-Strategie als Potenzial fürs Marketing:

Die Gesamtheit all unserer Nachhaltigkeitsanstrengungen liefert ein großes Potenzial an einzigartigen Fakten und Hintergründen, die für unsere Kunden relevant sind und zum Teil Auswirkungen auf ihre Kaufentscheidung haben.

Inhalt der Kommunikation:

Die Botschaft im Marketing von VAUDE lässt sich auf einen einfachen Nenner bringen: „Performance meets ecology“. Dies bedeutet, dass VAUDE hoch-performance Ausrüstung herstellt, die gemäß dem Ansatz der „Best available Technology“ ökologisch vorbildlich und fair produziert ist - höchste Leistungsfähigkeit gepaart mit ökologischer und sozialverträglicher Produktion.



Gewährleistung einer einheitlichen Kommunikation:

Damit sowohl das Marketing in den direkt beispielbaren Medien einheitlich kommuniziert als auch die übrigen Funktionseinheiten im Unternehmen die gleiche Botschaft kommunizieren, nutzen wir ein Regelwerk, das unsere Corporate Identity (CI) beschreibt.

Die CI besteht aus drei Elementen:

- Corporate Design
- Corporate Wording
- Verhaltens-Richtlinien für bestimmte Themen

Sie beschreiben:

- das visuelle Erscheinungsbild,
- die Inhalte und die Art und Weise der Kommunikation
- sowie das gewünschte Verhalten für alle VAUDE Mitarbeiter

Dieses Regelwerk beinhaltet ganz konkrete Vorgaben, wie Nachhaltigkeit gelebt, visualisiert und kommuniziert werden soll. Damit eine lebendige Beschäftigung aller Mitarbeiter mit der CI gegeben ist, werden die Dokumente regelmäßig aktualisiert und über unsere interne Schulungsreihe VAUDE-Academy an alle Mitarbeiter kommuniziert.

Konkret gibt es Vorgaben zur Kommunikation folgender Themen:

- Testsieger-Auszeichnungen
- Made in Germany
- GREEN SHAPE
- Bluesign
- WWF
- FWF
- aktuelle Unternehmensauszeichnungen
- technische Labels (Ingredient Brands, aussagekräftige technische Werte, welche die Leistungsfähigkeit der Ausrüstung stützen)

Diese Vorgaben wirken:

- a) strukturell - das bedeutet, dass wir im Marketing, soweit wie möglich Druck-Produkte durch digitale Medien ersetzen



- b) inhaltlich – wir gestalten unsere Shootings so umweltfreundlich wie möglich und vermitteln diesen Ansatz auch in unseren Bildern. So fahren unsere Biker nicht durch unberührte Natur, sondern bewegen sich ausschließlich auf bestehenden Wegen, die Skitouren-Geher verzichten auf die Unterstützung von Lift-Anlagen. Die Art und Weise der Darstellung unserer Athleten ist weniger aggressiv, sondern zeigt vielmehr einen bewussten Umgang, ein bewusstes Erlebnis in der Natur.

Marketing-Mitarbeiter als wesentliche Botschafter für Nachhaltigkeits-Marketing:

Damit die Inhalte unseres Marketings auch authentisch vermittelt werden, müssen unsere Mitarbeiter sich mit dieser Philosophie identifizieren können. Der Leiter des Endverbrauchermarketings ist Teil unseres interdisziplinären CSR-Teams und bildet die Schnittstelle zwischen Nachhaltigkeitsmanagement und Kommunikation.

Um zu fördern, dass sich unsere Marketing Mitarbeiter mit unserer Nachhaltigkeitsstrategie identifizieren, bieten wir ihnen kontinuierliche Bergsport- und Bikesport-Aktivitäten an. Diese Ausfahrten werden einerseits nachhaltig organisiert, bspw. durch eine umweltfreundliche Anfahrt. Andererseits schaffen sie Begeisterung, sich draußen zu bewegen und sensibilisieren, die Natur als „Spielwiese“ für zukünftige Generationen zu erhalten.

Schulungen und Schulungsunterlagen

Über das VAUDE interne Schulungsprogramm der VAUDE-Academy werden Nachhaltigkeits-Schulungen angeboten. Für die Vertriebsverantwortlichen gibt es während der Salesmeetings Zusammenfassungen aus den relevanten Bereichen Nachhaltigkeit am Produkt, Umweltschutz und soziale Verantwortung.

Als Begleitmaterial stellt VAUDE Schulungsmaterialien zu allen relevanten Produktbereichen zur Verfügung, die explizit die Nachhaltigkeitsaspekte in den Produktgruppen vermitteln.

Die einzelnen Schulungen behandeln zum Beispiel folgende Themen:

- Nachhaltigkeit bei VAUDE: GRI
- Kulturelle Aspekte guter Arbeitsbedingungen in den asiatischen Produktionsstätten
- Überarbeitung Green Shape Kriterien - Veränderungen und Neuheiten
- VAUDE als klimaneutrales Unternehmen
- PFC-freie Outdoor-Produkte
- VAUDE wird zum nachhaltigsten Outdoor-Ausrüster
- Das VAUDE CSR-Team: Die Bedeutung der Interdisziplinarität



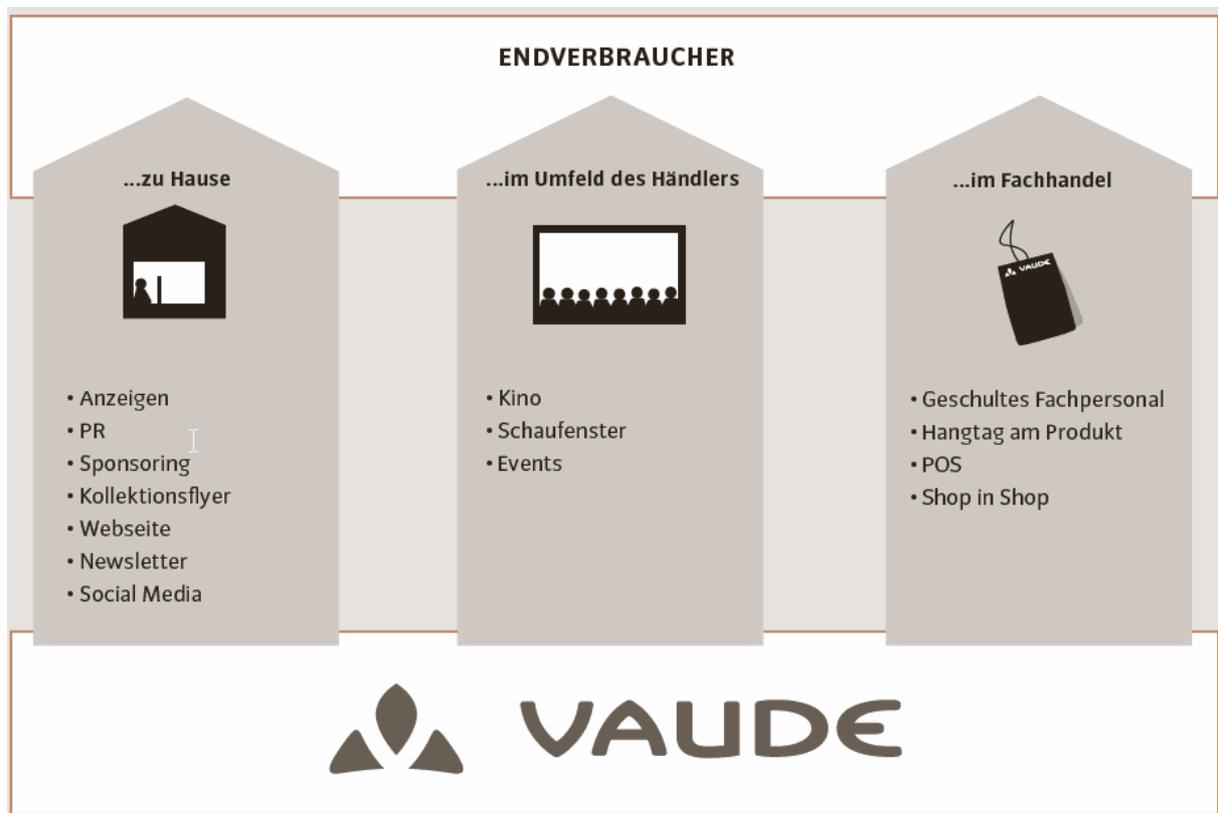
- Produktlebenszyklus im VAUDE Ecosystem: Von der Entstehung bis zur Wiederverwertung
- Nachhaltigkeits-Orientierung für Designer und Produktmanager: Das Higg Index Rapid Design
- Schadstoffmanagement - Vermeidung von Schadstoffen in den Produkten

Diese Inhalte werden von den VAUDE-Außendienstlern und internationalen Vertriebspartnern im Rahmen von Produktschulungen direkt an die Verkäufer im Outdoor-, Bike- und Lederwaren-Fachhandel vermittelt.

Unterstützend wirken hierbei die Präsentationen auf den Fachhandelsmessen, den VAUDE-Orderräumen und in unsere eigenen VAUDE-Stores. Diese transportieren anschaulich unser Nachhaltigkeits-Engagement, sowohl über die Konstruktion (Messe-System aus nachhaltigen, umweltfreundlichen Rohstoffen) als auch über Informations-Elemente (z. B. Banner, Displays, Bildschirme) und die eigentliche Kollektion.

Kanäle der Kommunikation

Die folgende Darstellung zeigt systematisch, wie wir den Endkonsumenten mit unserer Kommunikation erreichen:



In allen Kanälen wird das Nachhaltigkeitsthema behandelt:



- Anzeigen
- Pressemeldungen
- Sponsoring
- Website
- Newsletter
- Social Media
- Schaufenster
- Events
- Geschultes Fachpersonal
- Hangtag am Produkt

Für alle Kanäle zum Endverbraucher und zum Fachhandel gilt das wir darauf achten, dass im Marketing von VAUDE grundsätzlich kein „Greenwashing“ stattfindet: Wir versuchen nicht, unser Markenimage mit besonderem Werbeaufwand „grüner“ zu machen als es tatsächlich ist. Stattdessen halten wir uns auch im Marketing an die EMAS-Prinzipien: verantwortungsbewusst, glaubwürdig, innovativ und transparent.

Effizienz des Management-Ansatzes

Um die Effektivität und Effizienz des VAUDE-Marketing zu messen, arbeiten wir mit Kennzahlen. Diese dienen dazu, realistische Zielsetzungen zu finden und im Vergleich mit den Vorjahren auch die Effizienz-Steigerung zu messen.

Beispiele dafür sind:

Social Media Kennzahlen

Auf Facebook erreichen wir unsere Konsumenten mit spektakulären Naturaufnahmen und natur-wertschätzenden Zitaten und Botschaften. In 2013 konnten wir unsere Fans zu 300.000 daily stories aktivieren (likes, shares, comments). Dieses Ergebnis wollen wir in 2014 verdoppeln.

Auch bei Youtube interessiert uns die Aktivierungs-Quote, da sie am besten zeigt, wie wir unsere Fans emotional mit unseren Outdoor- und Nachhaltigkeitsfilmen erreichen.



VAUDE-Webseiten

Aufgrund der Analyse der Zugriffe haben wir in 2013 festgestellt, dass unsere „Verantwortung – Seiten“ im Internet kaum nachgefragt werden. Wir haben in 2014 eine Umstellung der Inhalte vorgenommen und die Nachhaltigkeitsaspekte stärker in die Produktseiten integriert.

Weitere Methoden zur Analyse, wie sich das VAUDE-Engagement auf den Marken-Eindruck auswirkt, sind Abfragen an Händler und Endverbraucher.

Folgende Studien haben wir in 2012/2013 durchgeführt oder beauftragt:

Benchmark Studie

Die erste repräsentative Studie im deutschen Outdoor-Markt, von VAUDE initiiert zur Handelszufriedenheit mit 13 Herstellermarken. Folgende 7 Kriterien wurden hierbei abgefragt:

- Personal
- Customer Service
- Geschäftsentwicklung und Unterstützung
- Logistik und Supply Chain
- Endverbraucher-Marketing
- Handelsmarketing und Verkaufsförderung
- Sortimentsentwicklung

VAUDE erreichte im Gesamt-Ranking eine Gesamtzufriedenheit von 78 % und damit den ersten Platz.

Imageanalyse

VAUDE initiierte eine Primärstudie zur Markenbekanntheit und zum Image in 2012. Diese Studie gilt als Grundlage für weitere Untersuchungen, um im Fortlauf die Veränderung der Bekanntheit und des Images messen zu können.

Aufgrund der zahlreichen externen Studien zur Marke in Bezug auf Nachhaltigkeit haben wir in 2013 und 2014 verzichtet, die Studie zu wiederholen. Wir werden diese in 2015 dann fortführen.

Externe Quellen



Zur Beurteilung der Effizienz unseres Marketing Ansatzes werten wir außerdem externe Studien/Umfragen aus:

Das Mitgliedermagazin des Deutschen Alpenvereins mit über 1 Mio. Mitgliedern hat in 2013 VAUDE zur nachhaltigsten Outdoor-Marke gewählt.

Die Fachzeitschrift Outdoor hat uns in 2013 zur Marke mit den umweltfreundlichsten Materialien gewählt.

Folgende freiwillige Verhaltensregeln gelten bei uns:

Store- und Messebau

Auch für den Messebau gibt es bei uns Vorgaben: wir verwenden z.B. nie Teppich, setzen auf unbehandeltes Holz und verzichten so weit wie möglich auf die Produktion von Klebplotts (das sind aus selbstklebender Folie in Einzelbuchstaben ausgeschnittene Beschriftungen z.B. für Schaufenster). Außerdem versuchen wir alle Module, die wir bauen mindestens 3 Mal einzusetzen, meist klappt das öfter. So denken wir permanent an das Thema Umweltverträglichkeit. Auch unsere Lieferanten kennen mittlerweile unsere Vorgaben und bieten uns nur noch umweltbewusste Produkte an.

Beim Ladenbau verwenden wir ausschließlich natürliche Materialien wie z.B. unbehandeltes Eschenholz aus regionalem Anbau, Linoleum aber auch Stahl kommt zum Einsatz.

Wir arbeiten aktuell an einem Leitfaden für den Messebau, in dem die Kriterien verbindlich festgehalten werden. Er soll intern für eine klare Regelung sorgen aber auch unsere ausländischen Kollegen in die Lage zu versetzen, die Messen nach unseren Standards durchzuführen.

Film- und Fotoshootings

In unseren Richtlinien zu Film- und Fotoshootings ist z.B. festgehalten, dass wir keine Bilder aus dem Helikopter machen. Unsere Biker fahren nicht durch unberührte Natur und wir verwenden keine Tapes sondern verwenden digitales Filmmaterial.

Im Berichtszeitraum gab es keine Verstöße gegen Vorschriften oder freiwillige Verhaltensregeln.

UMFANG DER KUNDEN-MITBESTIMMUNG

Die Einbeziehung unserer Kunden in die Produktentwicklung läuft in erster Linie über unseren Außendienst. Mittels eines Patensystems wird Endverbraucher- und Händlerfeedback über unsere Außendienstler in die Produktentwicklung gespielt.



PRODUKTTRANSPARENZ

Unser Einfluss ist in weiten Teilen hoch. Auch darauf, dass im Marketing von VAUDE grundsätzlich kein „Greenwashing“ stattfindet (siehe näheres in D1 – Gesamtheit der Maßnahmen für eine ethische Kundenbeziehung, ethisches Marketing + Verkauf). Zwecks Komplexitätsreduktion und Konsistenz orientieren wir uns an Industriestandards wie EMAS u. ISO 14001 sowie Textilstandards wie bluesign®, Öko-Tex 100 u. REACH und dem Gold Standard (Emissionen) und FSC-Standards (Papier).

Transparenz hinsichtlich unseres Kerngeschäfts „Produkte“ steht bei uns an oberster Stelle. Mit Hilfe von externen Experten und Standards wird die eigene Umweltleistung ständig überprüft und verbessert. Hier ist in erster Linie unser langjähriger Partner bluesign® (seit 2001) zu nennen: VAUDE stellt mit dem bluesign® Standard hochfunktionelle Spitzenprodukte mit minimalem Umwelteinfluss her. Wir waren das erste Outdoor-Unternehmen, das eine komplette bluesign®-zertifizierte Base Layer Kollektion auf den Markt gebracht hat.

Alle umweltrelevanten Produktionsaspekte werden durch bluesign® kritisch überprüft und optimiert: Materialeinsatz, Energie, Wasser, Abwasser, Abluft, Lärm, Abfälle, Umgang mit gefährlichen Stoffen. Durch die Analyse aller Rohmaterialien und chemischer Zutaten anhand eines intelligenten „Input Stream Managements“ wird gewährleistet, dass potentiell gefährliche Substanzen schon bei der Produktion ausgeschlossen werden (statt stichprobenartige Schadstoff-Tests beim fertigen Endprodukt zu machen). Die Mitgliedschaft bei bluesign® ermöglicht außerdem ein nach ökologischen Gesichtspunkten ausgerichtetes Sourcing (siehe A1 – Ethisches Beschaffungswesen).

Entspricht ein Produkt dem bluesign® Standard - dem derzeit weltweit strengsten Umweltstandard für textile Produkte – wird es bluesign zertifiziert und von uns entsprechend gelabelt und mit Hangtags versehen. Neben der Kennzeichnung direkt am Produkt kann der Endverbraucher sich im jährlich erscheinenden Nachhaltigkeitsbericht über den aktuellen Anteil der Green Shape Produkte an der Gesamtkollektion informieren (weitere Informationen auf unserer GRI Website).

Außerdem sind umfassende Informationen, insbesondere auch alle verwendeten Inhaltsstoffe der Produkte verfügbar. Rückenwind erhält VAUDE vor allem durch positive Kundenresonanz, aber auch durch erhaltene Nachhaltigkeit Awards.



VAUDE wurde 2011 mit dem Deutschen Nachhaltigkeitspreis ausgezeichnet (Kategorie Top 3 Deutschlands nachhaltigste Zukunftsstrategien), erhielt 2012 den Ethikpreis des Verbunds Service und Fahrrad und wurde 2013 von der Deutschen Bundesregierung für den CSR Preis nominiert (siehe dazu unsere [GRI Website](#)).

Auf Absatzseite bzw. in Kundensphäre findet eine Risikoanalyse statt. Die Abhängigkeit von Großkunden wie beispielsweise Amazon wird innerhalb des Unternehmens analysiert und diskutiert. Auch hier gilt es festzustellen, dass VAUDE Produkte an eine Kundengruppe gerichtet sind, die grundsätzlich als ethisch unkritisch bezeichnet werden kann.

Informationen zur Preiskalkulation finden Sie unter [A1 – Strukturelle Rahmenbedingungen zur fairen Preisbildung](#).

SERVICE-MANAGEMENT

Obwohl das Bewusstsein für ökologische Standards wie bluesign® stetig wächst, gibt es aufgrund der hohen Dynamik und Komplexität des gesamten ökologischen Konzepts immer wieder neue Herausforderungen. Ein zunehmend öffentlicher Fokus auf Outdoor verlangt einen glaubwürdigen und transparenten Umgang mit einzelnen Themen.

VAUDE versucht proaktiv und umfangreich über Produkte zu informieren. Stoßen wir hierbei an die Grenzen unseres Know-Hows, holen wir uns durch Kooperationen mit NGOs Expertise von außen. So besteht ein reger Austausch zwischen Handel, Endverbraucher (Kooperationspartner, Athleten etc.) und NGOs mit VAUDE sowohl über Produkte als auch über CSR-Themen: WWF (Papierstandards), bluesign, Greenpeace (Detox Campaign), FWF (Sozialstandards), sind Beispiele gemeinsamer Dialoge und Zusammenarbeit, um mehr Transparenz zu schaffen. Es zählt zu den Aufgabenbereichen des CSR-Teams, sowohl Kommunikation mit NGOs, als auch mit Kunden und Lieferanten ständig zu verbessern und für Aufklärung zu sorgen (weiterführende Informationen zu Kundensicherheit und Gesundheit [hier](#)).

Seit Jahren trägt unser Produktservice mit einer schlagkräftigen Reparaturwerkstatt dazu bei, den Lebenszyklus von VAUDE-Produkten zu verlängern und Mängel zu beheben. Um zukünftig Informationen aus Kundenbeschwerden schneller in die Produktverbesserung einfließen lassen zu können, wird das Reklamationswesen bei VAUDE derzeit überarbeitet. Der Produktservice wird hierbei durch das Qualitätsmanagement Team begleitet. VAUDE sieht dieses Handlungsfeld als wichtigen Faktor an, um die Langlebigkeit von VAUDE-Produkten zukünftig noch besser zu gestalten und unsere Produkte noch nachhaltiger zu gestalten.



Ein weiterer Baustein des bestehenden Reklamationswesens ist die Stelle des Endverbraucher-Kommunikators (zur Erinnerung: VAUDE verkauft ausschließlich an den Fachhandel, nicht direkt an Endverbraucher). Hier werden nicht nur Reklamationen angenommen und bearbeitet, sondern auch Produktauskünfte gegeben oder Fragen zum Unternehmen und verwandten Themen beantwortet – eine gute Möglichkeit für den Kunden Impulse zu setzen, die von unserem Endverbraucher-Kommunikator an die Produktentwicklung, die Marketingabteilung und/oder das CSR-Team weitergeleitet werden. Hierzu wurde eine eigens eingerichtet Supportsite erstellt <http://help.vaude.com> (weitere Informationen auch auf unserer [GRI Website](#)).

D2 SOLIDARITÄT MIT MITUNTERNEHMEN

Als VAUDE im Jahr 1974 gegründet wurde, war die Outdoor-Gemeinde mittelständisch geprägt, und Bergsportprodukte galten als Nischenprodukte. In den letzten zwei Jahrzehnten sind der Outdoormarkt und der Wettbewerbsdruck stark gewachsen. Zwar existiert die kleine, eingeschworene Bergsportgemeinde nicht mehr wie damals, aber partnerschaftlich-kooperierende Strukturen werden weiterhin gepflegt und es gibt zahlreiche Themen, die VAUDE gemeinsam mit dem Branchenverband EOG angeht. Nachhaltigkeit ist ein Team sport und wird zusammen mit unseren Stakeholdern gelebt und gestaltet. Kooperationen mit Mitunternehmern sind also traditionell begründet und dienen auch dazu, gemeinsam Herausforderungen zu meistern.

OFFENLEGUNG VON INFORMATIONEN, WEITERGABE VON TECHNOLOGIE

Ein höchstmögliches Maß an Transparenz zu schaffen ist ein wesentliches Unternehmensziel von VAUDE. Die offene Berichterstattung erlaubt es unter anderem unseren Mitbewerbern, sich über Unternehmensthemen zu informieren und mit uns in den Dialog zu treten.

Insbesondere im CSR-Bereich arbeitet VAUDE in der Regel open source, indem beispielsweise eigene Methoden, Testergebnisse oder Erkenntnisse aus der Arbeit mit NGOs Mitbewerbern als best practice geteilt werden. Dazu dienen vor allem diverse Arbeitsgruppen, von VAUDE initiierte Runde Tische und das Interesse an einem konstruktiven Miteinander. Dieses existiert nicht allein deswegen, weil VAUDE allein am (Zulieferer-)Markt nur eine geringe Hebewirkung entfalten kann. Diese Herangehensweise trifft insbesondere auch auf die weitere, sinnvolle Vorgehensweise im Rahmen der Greenpeace Detox Kampagne zu.



VAUDE ist sich zudem seiner Verantwortung als nachhaltiger Trendsetter in der Branche bewusst und berichtet transparent im Rahmen des jährlich erscheinenden Nachhaltigkeitsberichts – auch um potentielle Nachahmer zu animieren. Als erstes Bergsport-Unternehmen in Europa veröffentlichen wir 2014 unseren Nachhaltigkeitsbericht gemäß GRI(4)-Standard in Form einer eigens dafür gestalteten Homepage

Unser GRI-Bericht

VAUDE unterliegt keiner Publizitätspflicht. Wir haben uns aus Wettbewerbsgründen entschieden, keine absoluten Zahlen zur wirtschaftlichen Leistung zu veröffentlichen. Die Umsatzentwicklung des Geschäftsjahrs 2013 hat ein Plus von 7,3 Prozent an Brutto-Umsatzerlösen im Vergleich zu Vorjahr gebracht (weiterführende Informationen zu unseren Umsätzen und Kostenstruktur sind auf unserer GRI-Website aufgelistet).

WEITERGABE VON ARBEITSKRÄFTEN/RESSOURCEN

Viele Handlungsfelder des nachhaltigen Wirtschaftens können wir als KMU alleine nicht stemmen. VAUDE hat erkannt, dass systemische Grenzen Teamlösungen erfordern, die es zu entwickeln gilt und die in einem partnerschaftlichen Stakeholder-Dialog zu einer win-win-win-Situation führen können. VAUDE, kooperierende Stakeholder sowie die Gesellschaft sind hier mittel- und langfristig wesentliche Profiteure.

Da die Kernkompetenz von VAUDE die Produktentwicklung ist, ist VAUDE in seinem Kerngeschäft sowie in Randbereichen auf kompetente und verlässliche Experten angewiesen.

Kooperationen und Partnerschaften:

Bereits seit 2011 sind VAUDE und der WWF Deutschland Partner. Die erfolgreiche Zusammenarbeit wurde um fünf weitere Jahre bis Ende 2018 verlängert. Im Fokus der Zusammenarbeit stehen die umweltfreundlichen Produkte der „Green Shape“ Kollektion, für die VAUDE nachhaltige Materialien und ressourcen-schonende Herstellung garantiert.

In der Vergangenheit widmete sich VAUDE der WWF Jugendarbeit sowie Projekten in der Region Kaukasus. Ab sofort fließt die Unterstützung in die Projekte des WWF, in denen sie am dringendsten benötigt werden. Zusätzlich stattet VAUDE WWF-Teams mit Bekleidung und Ausrüstung für den Einsatz in der Natur aus.



Darüber hinaus findet ein fachlicher Austausch zwischen WWF und VAUDE zu verschiedenen Umweltthemen, wie z.B. zum Thema „Verpackungen“ statt. In der Vergangenheit wurde so zum Beispiel gemeinsam eine Papier-Policy erarbeitet, in der VAUDE sich verpflichtet, nur noch Recyclingpapier oder FSC-zertifiziertes Papier zu verwenden.

Seit 2012 arbeiten wir mit dem Dachverband FairWertung e.V. zusammen. FairWertung ist ein bundesweites Netzwerk aus über 100 gemeinnützigen Organisationen. Es hat neue Standards für Kleidersammlungen entwickelt und setzt sich seit 1994 für mehr Transparenz und Verantwortlichkeit beim Sammeln und Verwerten von gebrauchter Kleidung ein. Über FairWertung können unsere Produkte ein zweites Leben als Secondhand-Kleidung oder -Ausrüstung erhalten. Was die gemeinnützigen Organisationen nicht selbst verwenden können, verkaufen sie an Textilrecycling-Unternehmen und finanzieren mit den Einnahmen ihre sozialen Projekte. Neben unserer Reparaturwerkstatt im Produktservice (siehe D1 – Service-Management) ist dies ein weiterer Baustein, der uns langfristig in die Nähe eines geschlossenen Produktlebenszyklus bringen kann.

Siehe hierzu auch unsere GRI Website.

Der bluesign® Standard ist der strengste textile Standard für Umweltschutz, Verbraucherschutz und Arbeitssicherheit. Er richtet sich immer nach der weltweit besten verfügbaren Technologie. Seit 2001 arbeiten wir mit bluesign® zusammen und stellen mit dem bluesign® Standard hochfunktionelle Spitzen-Produkte mit minimalem Umwelteinfluss her (siehe D1 - Produkttransparenz und unsere GRI-Website).

Zusätzlich bindet VAUDE auch den Bereich Biodiversität in das Umweltmanagement-System mit ein. Als eines der ersten Unternehmen überhaupt hat VAUDE den Biodiversitäts-Check der EU Business & Biodiversity Campaign gemacht und setzt Schritt für Schritt die Maßnahmen daraus um. Dazu gehören zum Beispiel Blühwiesen und Nistkästen auf dem Firmengelände in Tettngang, aber auch die Sensibilisierung von Kunden und Geschäftspartner.

Siehe hierzu auch unsere GRI-Website.

Seit 2010 ist VAUDE Mitglied in der FWF, um ein unabhängiges Monitoring der Arbeitsbedingungen in den Produktionsbetrieben zu gewährleisten, und um im Austausch mit den Experten der FWF und anderen Mitgliedsunternehmen eine weltweite Verbesserung der Arbeitsbedingungen zu erreichen (siehe A1 – Aktive Auseinandersetzung mit den Risiken zugekaufter Produkte und Prozesse zur Sicherstellung und unsere GRI-Website).



VAUDE hat als eines der wenigen mittelständischen Unternehmen den Rat für Nachhaltige Entwicklung (RNE) bei der Erarbeitung des Deutschen Nachhaltigkeitskodex unterstützt. Im Frühjahr 2012 haben wir als eines der ersten deutschen Unternehmen die Entsprechungserklärung zu diesem Kodex unterschrieben und gemeinsam mit dem RNE Erfahrungen und Forderungen im Kanzleramt geäußert. Damit spielt VAUDE in der ersten Liga der Unternehmen, die sich für mehr Nachhaltigkeit engagieren, und die ihr Engagement nach verbindlichen Kriterien transparent und öffentlich machen. Wir erhoffen uns viele Nachahmer – auch unter den KMU – und hoffen darüber hinaus das Thema „Nachhaltigkeit“ noch höher auf die politische Agenda gebracht zu haben.

Siehe hier die [Entsprechenserklärung VAUDE](#)

Innerhalb der Outdoor-Branche gibt es zu Umwelt- und Sozialthemen eine recht gute und offene Zusammenarbeit unter den Mitbewerbern. Die Erkenntnis, dass sich viele Themen nicht im Alleingang lösen lassen, hat dazu geführt, dass z.B. gemeinsame FWF Audits in Produktionsbetrieben durchgeführt werden.

Über gemeinsame Projekte verschiedener Outdoor-Marken mit ihren Produktionsbetrieben in der Lieferkette wird daran gearbeitet, die Zahlung existenzsichernder Löhne in der Praxis voranzutreiben.

Im Umweltbereich existieren verschiedene gemeinsame Arbeitsgruppen, z.B. zu Chemikalien-Management, Tierschutz oder der Weiterentwicklung des Higg-Index.

Auch auf regionaler Ebene engagiert sich VAUDE. VAUDE beteiligt sich aktiv in verschiedenen Arbeitsgruppen der lokalen Industrie und Handelskammer (IHK).

Antje von Dewitz ist Mitglied in der Mitgliederversammlung der diakonischen Einrichtung für Menschen mit geistigen und körperlichen Einschränkungen Pfingstweid und berät die Einrichtung in unternehmerischen Fragen.

Aktivitäten in weiteren Organisationen, Gremien und Verbänden

- Bundesverband der Deutschen Sportartikel-Industrie e.V (BSI)
- Fachgruppe Outdoor der BSI
- European Outdoor Conservation Association (EOCA)
- European Outdoor Group (EOG)
- Bertelsmann Stiftung



- Naturkapital Deutschland (TEEB)
- B.A.U.M. Unternehmerbeirat Mittelstand
- Allgemeiner Deutscher Fahrradclub ADFC
- German Fashion Verband
- Dialog Textil und Bekleidung (DTB)
- Gemeinwohl Ökonomie (GWÖ)
- Global Reporting Initiative (GRI)

KOOPERATIVES MARKETING

Die Nutzung gemeinsamer Ressourcen, der Austausch von Know-How, sowie die Durchführung von gemeinsamen Projekten und Initiativen finden vorwiegend im Rahmen des BSI und der EOG, dem europäischen Branchenverband der Outdoor-Industrie, statt. VAUDE ist aktives Gründungsmitglied der Sustainability Working Group, einer Untergruppe der EOG. In diesen Verbänden erarbeitet die Branche gemeinsam über alle Grenzen des Wettbewerbs hinweg Lösungen und „best practices“. Neben wichtigen Themen wie internationale umweltrechtliche Rahmenbedingungen und „End of Product Life“ wurde ein Eco Index für Outdoor-Produkte entwickelt, der den ökologischen Fußabdruck eines Produkts in der gesamten Wertschöpfungskette betrachtet.

Er wurde als „Open Source“ bereitgestellt und von der Sustainable Apparel Coalition zum sogenannten „Higg-Index“ weiterentwickelt. Dieses Instrument kann derzeit jeder Textilhersteller für die freiwillige ökologische Bewertung eigener Produkte nutzen. 2013 wurde er aktualisiert auf den Higg-Index 2.0 (weiterführende Informationen hierzu auch hier).

Beispiele für Unternehmen, mit denen VAUDE gemeinsam am Markt auftritt sind UVEX und Centurion. VAUDE kooperiert außerdem mit Nikwax – Hersteller von umweltsicheren und leistungsstarken Reinigungs- und Imprägniermitteln – und vertreibt deren Produkte.



D3 ÖKOLOG. GESTALTUNG DER PRODUKTE UND DIENST-LEISTUNGEN

EFFIZIENZ UND KONSISTENZ IM ÖKOL. VERGLEICH ZU MITBEWERBERN BZW. ALTERNATIVEN

VAUDE steht für die nachhaltige Nutzung der Natur und hat es sich zum Ziel gemacht, bis 2015 objektiv Europas nachhaltigstes Outdoor-Unternehmen zu werden. Dabei setzen wir vor allem auf umweltfreundliche Produkte aus nachhaltigen Materialien und ressourcenschonender Herstellung. VAUDE verfügt über eine klare, nachvollziehbare Strategie entlang des Produktlebenszyklus sowie in Bezug auf Unternehmensentscheidungen. Erkennbare Maßnahmen zur „Ökologisierung“ der Produkte / Dienstleistungen werden durch genauere Betrachtung des ecosystems deutlich.

Das VAUDE-ecosystem ist unsere ganzheitliche Nachhaltigkeitsstrategie – als wesentlicher Kern der VAUDE-Umweltpolitik. Sie basiert auf unserem Leitbild und unseren Unternehmenswerten. Sie zeigt, wie wir unsere Verantwortung für Mensch und Natur systematisch wahrnehmen und versuchen messbar zu machen. Als EMAS-zertifiziertes Unternehmen veröffentlichen wir seit 2008 jährlich einen Nachhaltigkeitsbericht, für das Jahr 2013 erstmals als GRI (4) konformer Online Bericht. Von der Unternehmensphilosophie über die Organisation der Nachhaltigkeits-Themen im Unternehmen bis zum VAUDE Green Shape Produkt - hier wird alles genau erklärt und unsere Umwelt- und Sozialleistungen mitsamt Kennzahlen im Jahresvergleich transparent gemacht.

AKTIVE GESTALTUNG FÜR EINE ÖKOL. NUTZUNG UND SUFFIZIENTEM KONSUM

Wir übernehmen Verantwortung: In allen Unternehmens-Entscheidungen am Standort des Unternehmens selbst und im gesamten Lebenszyklus der VAUDE-Produkte: von der Auswahl umweltfreundlicher Materialien über die umweltfreundlichste Produktions-Technologie, während der Gebrauchs-Zeit der Produkte beim Kunden – ob in den Bergen, auf dem Bike oder im beim Shoppen – bis hin zu ihrer Verwertung, wenn der Erstbesitzer sie nicht mehr haben will.

Unsere Handlungsfelder sind:

- Grüne Materialien & Technologien
- Saubere Produktion
- Umweltfreundlicher Gebrauch & Pflege



- das Produktlebensende
- Erneuerbare Energie
- Business & Biodiversität
- Ökologisch verantwortungsbewusstes Arbeiten in Vertrieb, Marketing, Logistik
- Zusammenarbeit mit ökologischen Partnern & Netzwerken
- Soziale Verantwortung

VAUDE hat mobile Solarladegeräte entwickelt, die z. B. auf einem Rucksack befestigt werden können. Mit diesen Solarzellen lassen sich elektrische Geräte netzunabhängig, erneuerbar und emissionsfrei aufladen. Damit wird nicht nur Energie eingespart, sondern auch gefährliche Abfälle (Altbatterien) reduziert, die sonst möglicherweise vom Endverbraucher in besonders sensiblen Bereichen der Natur gelassen werden.

Die Langlebigkeit unserer Produkte wird zudem von unserer Reparaturwerkstatt unterstützt (Siehe D1 – Service Management).

1994 hat VAUDE das ECOLOG Recycling Network gegründet. Leider mussten wir es 2007 wegen zu geringer Rückläufe wieder einstellen. Wir arbeiten innerhalb der EOG Sustainability Working Group daran, das Ecolog Konzept in der gesamten (Europäischen) Branche wieder aufleben zu lassen. Ziel ist, den Produktlebenszyklus zu schließen, indem die Rohstoffkreisläufe über echtes Recycling geschlossen werden.

Daneben wurde die Kooperation mit FairWertung im Jahr 2013 weiter ausgebaut. Weiterführende Informationen zum Thema Entsorgung finden Sie hier.

Die Verwendung von recycelten Materialien spielt in der Produktentwicklung eine große Rolle.

AKTIVE KOMMUNIKATION ÖKOLOGISCHER ASPEKTE

Ökologische und Lebensstil-Aspekte sind wesentlicher Inhalt der Kundenbeziehungen, die regelmäßig und umfassend kommuniziert werden (siehe D1- Service Management und unseren GRI-Bericht).



Als zentrale Anlaufstelle bei VAUDE fungiert u. a. das CSR-Team: Bestehend aus Experten der Bereiche Strategie, Umweltmanagement, Produktion, Sourcing, Qualitätsmanagement, Reporting sowie Controlling, ist u. a. das CSR-Team Ansprechpartner für alle Mitarbeiter, Geschäftspartner und Kunden. Fragen/Kritik/Vorschläge können direkt an das CSR-Team gerichtet werden.

D4 SOZIALE GESTALTUNG DER PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN

ERLEICHTERTER ZUGANG ZU INFORMATIONEN/ PRODUKTEN/ DIENSTLEISTUNGEN FÜR BENACHTEILIGTE KUNDENGRUPPEN

Ein Teil der Umsätze wird für die Unterstützung sozialer und ökologischer Projekte zur Verfügung gestellt (siehe B1 – Gemeinwohlorientierte Veranlagung). Soziale Preisstaffelungen sind jedoch keine implementiert. Als wesentliche Barriere für die Zugänglichkeit von VAUDE Produkten gilt der Preis. Grundsätzlich können alle Produktpreise inklusive Produktbeschreibung auf der VAUDE-Website abgerufen werden. Der physische, visuelle, sprachliche und intellektuelle Zugang zu VAUDE Produkten ist somit grundsätzlich barrierefrei. Alle VAUDE-Produkte können auch online über die Homepage bezogen werden.

Dem Endverbraucher qualitativ hochwertige und umweltverträgliche Produkte anzubieten hat zur Folge, dass erhöhte Kosten entlang der Produktionskette anfallen. Ökologische Materialien, Technologien und Produktionsverfahren haben ihren Preis. Hier steuert VAUDE bewusst gegen Dumpingmethoden und vertraut auf ein wachsendes Konsumbewusstsein auf Handels- und auf Endverbraucherseite.

Niedrige Preise finden Kunden im VAUDE-Fabrikverkauf in Obereisenbach sowie im Outlet in Metzingen. Hier werden VAUDE-Produkte (2. Wahl, Muster, ältere Kollektionen etc.) zu stark reduzierten Preisen angeboten. Durch die Kooperation mit der gemeinnützigen Organisation FairWertung werden VAUDE Produkte auch als Secondhand Kleidung zu kleinen Preisen angeboten oder an Bedürftige weitergegeben.



FÖRDERUNGSWÜRDIGE STRUKTUREN WERDEN DURCH VERTRIEBSPOLITIK UNTERSTÜTZT

Grundsätzlich ist es marktunüblich Kunden, die lediglich kleine Mengen ordern, die gleichen Konditionen einzuräumen wie Großabnehmern. Diese fordern aufgrund des großen Auftragsvolumens bessere Konditionen.

Bezüglich Serviceleistungen müssen wir abwägen, welchen Bedarf unsere Kunden haben. Kunden, die lediglich kleine Mengen ordern, benötigen beispielsweise keinen integrierten IT Service oder ein Shop-in-Shop Konzept wie Abnehmer großer Mengen.

Allen unseren Kunden steht unser komplettes Warensortiment zur Verfügung. Neben der Vororder gibt es bei uns die Möglichkeit, bei Bedarf Produkte nachzuordern. Dies ist vor allem ein Vorteil für kleinere Kunden, die keine große Vororder schreiben.

All unseren Kunden bieten wir Schulungen zu unseren Produkten an.

D5 ERHÖHUNG DES SOZIALEN UND ÖKOLOGISCHEN BRANCHENSTANDARDS

KOOPERATION MIT MITWERBERN UND PARTNERN DER WERTSCHÖPFUNGSKETTE

Siehe D2- Weitergabe von Arbeitskräften/Ressourcen.

AKTIVER BEITRAG ZUR ERHÖHUNG LEGISLATIVER STANDARDS

Unser inhaltlich-partizipativer Beitrag zur mittelfristigen Erhöhung legislativer Standards setzt sich aus verschiedenen Aktivitäten zusammen, die alle eins gemeinsam haben:

Wir vermitteln die VAUDE-Nachhaltigkeitsstrategie auf verschiedensten Veranstaltungen, geben Einblicke in die Implementierung und stellen zukünftige Herausforderungen dar. Wir begrüßen zudem jede Diskussion und versuchen so, als „best practice“ aktiv mitzugestalten.

Gemeinsam mit dem BSI haben wir außerdem ein Positionspapier erstellt, das dem Bundeswirtschaftsministerium vorgelegt wurde. Enthalten sind u. a. die Forderung staatliche Förderung für nachhaltige Engagements zu erhalten und der Appell ein Anreizsystem für nachhaltiges Wirtschaften zu schaffen.

Zudem hat sich VAUDE aktiv an der Gestaltung des Deutschen Nachhaltigkeitskodex (DNK)– einem freiwilligen Transparenzinstrument für kapitalmarktorientierten und



börsennotierten sowie KMUs – des RNE beteiligt (mehr dazu unter [D2 – Weitergabe von Arbeitskräften/Ressourcen](#)).

Die gesellschaftliche Bedeutung und den Wert der Natur stärker in öffentlichen und privaten Entscheidungen zu berücksichtigen, stellt aus unserer Sicht ein wichtiges Ziel dar. Das vom Bundesumweltministerium geförderte Vorhaben “Naturkapital Deutschland – TEEB“ versucht das Naturkapital Deutschland zu erfassen und die ökonomische Bedeutung und Leistung der Natur herauszuarbeiten. Neben der nationalen Biodiversitätsstrategie, umweltgesetzlichen Regelungen und der nationalen Nachhaltigkeitsstrategie ein weiterer wichtiger Baustein, der Entscheidungsträgern Klarheit und Orientierung bieten soll. Ein triftiger Grund und persönliches Anliegen für VAUDE-Geschäftsführerin Antje von Dewitz als Mitglied des Projektbeirats zum Gelingen des Projekts beizutragen. Durch Präsenz, Beratung und Vermittlung versucht sie eine zunehmende Verbreitung des Naturkapital-Gedankens und eine offene Diskussion in der Öffentlichkeit anzutreiben. Antje von Dewitz ist ebenfalls Mitglied im Kuratorium der Deutschen Umwelthilfe (Weitere Informationen zum [Naturkapital - TEEB DE](#)).

Mehr zu unserem politischen Engagement auf unserer [GRI-Website](#).

Durch unsere Kooperationen mit der FWF tragen wir aktiv zur Verbesserung von Sozialstandards in der Branche bei (siehe [A1 - Aktive Auseinandersetzung mit den Risiken zugekaufter Produkte und Prozesse zur Sicherstellung](#)).

REICHWEITE, INHALTLICHE BREITE UND TIEFE

VAUDE integriert alle wesentlichen sozialen und ökologischen Aspekte in seine Nachhaltigkeitspolitik und trägt direkt und indirekt durch gezielte Maßnahmen oder auch durch Kooperationen und Partnerschaften zu höheren Standards in der Branche bei.

Ein respektvoller Umgang gegenüber Mensch und Natur und ökologisch intelligentes Handeln sind wesentliche Unternehmenswerte von VAUDE. Wir analysieren im Rahmen des VAUDE-ecosystem die Umweltauswirkungen der Produkte entlang ihres Lebenszyklus. Auf dieser Basis entstehen Leitbilder, Strategien und konkrete Maßnahmen. So ist zum Beispiel in der Produktentwicklung eine auf umweltverträgliche Materialien und Technologien ausgerichtete Material-Strategie entwickelt worden. Entsprechende Leitdokumente gehen weit über gesetzlich geforderte Rahmendbedingungen hinaus.



Neben einem eigenen Standard (Green Shape) greifen wir auch auf bestehende Standards (wie EMAS, ISO 14001 sowie Textilstandards wie dem unabhängigen Standard bluesign®, Öko-Tex 100 und Gold Standard (Emissionen) und FSC-Standard (Papier) zurück. Maßgebend für Soziales sind die Konventionen der ILO.

E1 SINN UND GESELLSCHAFTLICHE WIRKUNG DER PRODUKTE / DIENSTLEISTUNGEN

PRODUKTE/ DIENSTLEISTUNGEN DECKEN DEN GRUNDBEDARF ODER DIENEN DER ENTWICKLUNG DER MENSCHEN/DER GEMEINSCHAFT/DER ERDE UND GENERIEREN POSITIVEN NUTZEN

Mit unseren Möglichkeiten als Outdoor-Unternehmen versuchen wir, neben sinnvollen Produkten und Produktionsverfahren auch soziales und ökologisches Denken und Handeln zu etablieren und weiterzugeben. Die nachhaltige Ausrichtung von VAUDE bietet sowohl für Mitarbeiter als auch auf Endverbraucherseite ein hohes, sinnstiftendes Identifikationspotential, das in den derzeitigen Zeitgeist passt.

Natur zu erleben, gemeinsam zu genießen oder gar zu „bezwingen“ soll nicht an schlechter Ausrüstung scheitern. Vielmehr erreichen wir unsere persönlichen Ziele erst, wenn die Bedingungen stimmen. Dazu gehört auch das eigene Equipment. VAUDE verlangt seiner Ausrüstung und Bekleidung eine hohe Funktionalität ab: Wasser-, Winddichtigkeit, Atmungsaktivität, optimaler Temperatúrausgleich und Schweißtransport sowie minimales Gewicht sind maßgebliche Zielbereiche in unserer Produktentwicklung. Genauso legen wir hohen Wert auf die soziale und ökologische Performance, die in und hinter unseren Produkten steckt. Unser Standpunkt ist klar: Wer davon „lebt“, dass seine Kunden Freude und Erholung in der Natur finden, sollte sich mit allem Nachdruck um deren Schutz kümmern.

Wir arbeiten im Rahmen unserer Nachhaltigkeitsstrategie, dem ecosystem (siehe D3 – Effizienz und Konsistenz im ökol. Vergleich zu Mitbewerbern bez. Alternativen), mit Hochdruck daran, unsere negativen Umweltauswirkungen zu minimieren und soziale Aspekte zur berücksichtigen. So sind die Auswirkungen des Tourismus auf ökologisch sensible Regionen beispielweise als Umweltauswirkung identifiziert, auf die VAUDE nur einen begrenzten Einfluss hat, da sie vom Verhalten des Nutzers abhängen.



Um diese jedoch zu sensibilisieren und als Unternehmen einen Beitrag zum ökologischen Gemeinwohl zu leisten, pflegt VAUDE Partnerschaften mit dem DAV, dem Bundesverband der Natur- und Waldkindergärten in Deutschland e.V. (BvNW) und dem WWF für Umweltbildung. Durch die Partnerschaft mit dem DAV wird von VAUDE vor allem die Ausstattung der Lehrteams und der intensive Austausch zu ökologischen und sozialen Auswirkungen der Produkte gefördert. Lehrteams dienen für VAUDE dabei als Multiplikatoren für umweltfreundliches Verhalten in der Natur. Der BvNW vermittelt schon den Kleinen die Liebe und den Respekt vor der Natur.

Wir hoffen, durch dieses Engagement neben hochwertigen Outdoorsportprodukten dem Endverbraucher eine ökologische und sozialverträgliche Konsumoption zu bieten und einen gesellschaftlichen Mehrwert zu schaffen.

ÖKOLOGISCHER UND SOZIALER VERGLEICH DER PRODUKTE/ DIENSTLEISTUNGEN MIT ALTERNATIVEN MIT ÄHNLICHEM ENDNUTZEN

Soziale Aspekte:

Es liegt in unserer Verantwortung auf Einflussbereiche positiv zu wirken und unser Engagement für (d)eine lebenswerte Welt durch unser eigenes Tun vorzuleben. Bezogen auf die Arbeiter in den Auftragsproduktionen bedeutet das in erster Linie, für faire Arbeitsbedingungen zu sorgen.

Hier sieht sich VAUDE in einem kontinuierlichen Verbesserungsprozess. VAUDE fertigt ca. acht Prozent der Produkte in Obereisenbach. Die meisten anderen Produkte werden in Asien hergestellt. Uns ist es bewusst, dass viele arbeitsintensive Prozesse in Ländern mit kritischen Sozialstandards stattfinden. Durch die Mitgliedschaft in der FWF stellt VAUDE sicher, dass hier etwaige Missstände aufgedeckt und behoben werden können. Diese Multi-Stakeholder Initiative auditiert die Arbeitsbedingungen in den ausländischen Produktionsbetrieben und erarbeitet mit VAUDE und den Produktionsstätten Maßnahmenpläne, die umgesetzt werden (siehe C4 – Gerechte Verteilung des Einkommens).

In der Firmenzentrale in Tettngang hat VAUDE einen wesentlich höheren Einfluss und damit mehr Gestaltungsspielraum. Wir bieten unseren Mitarbeitern zahlreiche Möglichkeiten für eine bessere Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben (siehe C1 – Arbeitsplatzqualität und Gleichstellung).



Ökologische Aspekte:

Um langfristig ökologische und sozial positive Effekte zu erzielen, haben wir Spannungsfelder und Umweltauswirkungen identifiziert und gehen diese im Rahmen des VAUDE ecosystems an. Hier bewegen wir uns weit über gesetzlichen Mindestanforderungen hinaus und sind im Vergleich zu anderen KMUs der Branche einen weiten Weg gegangen. Konkrete Herausforderungen und unsere Maßnahmen sind im gesamten GWÖ-Bericht sowie in unserem GRI-Report genannt. Zwei aktuelle Beispiele auf dem Weg unseres nachhaltigen Wirtschaftens hin zu umwelt- und naturverträglichen Produkten sind:

Ausstieg aus Fluorcarbone (PFC) und die Verwendung von Bio-Baumwolle

Auf dem Gelände unserer Firmenzentrale befindet sich die VAUDE Taschen-Fertigung. Hier haben wir eine Produktionsstätte in Deutschland aufgebaut, die strengsten Umweltkriterien unterliegt, ambitionierte Umweltziele (siehe E3 – Reduktion ökologischer Auswirkungen) verfolgt und nach EMAS, ISO14001 und bluesign® öko-zertifiziert ist. Besonders stolz sind wir auf unsere „Made In Germany“-Taschen. Die Auswahl an Taschen und Rucksäcken für die Stadt oder fürs Bike sind eine wahre Rarität. „Made in Germany“ gibt es in Sachen „Gepäck“ nur noch selten. Kein Wunder, dass sich einige der Modelle zu echten Lieblingsstücken bei unseren Kunden gemausert haben!

E2 BEITRAG ZUM GEMEINWESEN

LEISTUNGEN

	Investitionsbeschreibung	in Prozent vom Aufwand
Investitionen in das Gemeinwesen (EC1):	<ul style="list-style-type: none">- Spenden- Kosten Kinderhaus- Kosten Freibad- Sponsoring WWF	0.89%

Beitrag auf regionaler Ebene:

Am Firmenstandort Obereisenbach trägt VAUDE durch seine enge Einbindung in die Gemeinde auf vielfältige Weise zum Gemeinwesen bei. So hat VAUDE 2006 den Betrieb des örtlichen Freibads übernommen, um die Gemeinde finanziell und organisatorisch zu entlasten.



Als Initiator haben wir uns beispielsweise für die Schaffung einer Buslinie eingesetzt, die den Standort Obereisenbach an das öffentliche Bus- und Bahnnetz anbindet. Im Herbst 2013 ist die Busverbindung „Bähnle-Linie“ eingeführt worden. Dadurch hat sich die Infrastruktur nicht nur für VAUDE Mitarbeiter, sondern auch für die Einwohner in dieser idyllisch-entlegenen Umgebung deutlich verbessert hat.

In der Firmenzentrale bietet VAUDE seinen Mitarbeitern viele Maßnahmen für eine bessere Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben, wie z. B. das VAUDE Kinderhaus. Seit 2001 werden hier 31 Kinder zwischen 6 Monaten und 10 Jahren in einer Krippen- und einer altersgemischten Gruppe mit Hort betreut.

Das Kinderhaus bietet sowohl Kindern von Mitarbeitern von VAUDE als auch Kindern aus dem Umkreis ein bedarfsorientiertes Betreuungsangebot.

Als Partner des BvNW setzt sich VAUDE für eine naturnahe Kindererziehung ein und stellt VAUDE-Kinderprodukte zum Testen zur Verfügung.

VAUDE-Mitarbeiter, die sich an der „DAV-Aktion Schutzwald“ beteiligen, können zur Hälfte während der Arbeitszeit daran teilnehmen. Bei der jährlich stattfindenden Aktion pflanzen Mitglieder und Freunde des DAV hunderte von Bäumen und Sträuchern in den Alpen, die Bodenerosion und Lawinengefahr verhindern helfen und einen wichtigen Beitrag zum Erhalt des sensiblen alpinen ökologischen Gleichgewichts und der Artenvielfalt leisten.

VAUDE hat als eines der ersten Unternehmen überhaupt den Biodiversitäts-Check der EU Business & Biodiversity Campaign gemacht, durch ein Expertenbüro ein Biodiversitäts-Konzept erstellen lassen und setzt Schritt für Schritt die Maßnahmen daraus um. Dazu gehören zum Beispiel Blühwiesen und Nistkästen auf dem Firmengelände in Tettngang, aber auch die Sensibilisierung der Mitarbeiter und Geschäftspartner (weitere Informationen auf unserer [GRI-Website](#)).

Beitrag auf globaler Ebene

Als ein global agierendes Unternehmen engagiert sich VAUDE auf vielfältige Weise für das Gemeinwesen. Auf viele einzelne Maßnahmen sind wir in diesem Report bereits eingegangen.



WIRKUNG

Durch unsere umfassende Nachhaltigkeitsstrategie bemühen wir uns die negativen Auswirkungen in der Produktentwicklung zu minimieren und zu vermeiden. Unsere Vorreiterrolle trägt positiv zu einer strukturellen Veränderung hin zu nachhaltigem Wirtschaften in der gesamten Branche bei (weiterführende Informationen zur Nachhaltigkeit unseres Gemeinwohlangagements finden sie auf der [GRI-Website](#)).

INTENSITÄT

In unserem Engagement fokussieren wir uns auf unser Kerngeschäft, die Produktentwicklung nachhaltiger Outdoorprodukte. Unser interdisziplinäres [CSR-Team](#) setzt die in den [Unternehmenszielen](#) verankerte Nachhaltigkeitsstrategie um. Wir unterstützen das ehrenamtliches Engagement unserer Mitarbeiter wie zum Beispiel bei der DAV-Aktion Schutzwald (siehe [E2 - Leistungen](#)).

E3 REDUKTION ÖKOLOGISCHER AUSWIRKUNGEN

ABSOLUTE UND RELATIVE AUSWIRKUNGEN

Aspekt	Gesamt
Strom/ Energieverbrauch in KWh	1.724.659
CO 2 Ausstoß (Scope 1) in tCO2e	687,93
CO 2 Ausstoß (Scope 3) in tCO2e	3.291,26
Wasserverbrauch in m3	2.284
Müll in t	678,8

Weitere Kennzahlen finden Sie [hier](#).

VAUDE versucht ganzheitlich und systematisch zu erkennen, welche Umweltaspekte im Geschäftsbetrieb entstehen, diese zu bewerten und entscheidet wie Einfluss darauf genommen werden kann. VAUDE hat folgende direkte und indirekte Umweltaspekte am Standort Obereisenbach identifiziert:

- Material
- Energie



- Wasser
- Biodiversität
- Emissionen
- Abfall und Abwasser
- Produkte & Dienstleistungen
- Transport

Es ist leider bisher nicht möglich, die ökologischen Auswirkungen innerhalb der Branche zu vergleichen. Mit der Veröffentlichung des GRI(4) Berichts trägt VAUDE zur Transparenz innerhalb der Branche bei und gilt als Vorreiter. Als einer der ersten Outdoor Unternehmen waren wir EMAS/ISO14001 zertifiziert. Des Weiteren versuchen wir kontinuierlich unsere Umweltauswirkungen sowohl am Standort in Tettngang als auch in unserer Lieferkette und natürlich auch an unseren Produkten zu verringern (siehe hierzu A1 – Ethisches Beschaffungswesen und unser GRI-Bericht).

Folgende Investitionen haben wir getätigt, um unsere ökologischen Auswirkungen zu reduzieren:

	Investitionsbeschreibung	in Prozent vom Aufwand
Investitionen in Umweltschutz (EN31):	<ul style="list-style-type: none"> - Effizientere Beleuchtung - Abfallentsorgung - Vorbereitung Umbau für DNGB Zertifizierung - CSR und QM Budget (anteilig) - CSR Team (anteilige Stellenprozente 	0.63%

MANAGEMENT UND STRATEGIE

Basierend auf unserer Nachhaltigkeitsstrategie (siehe u. a. D3 – Effizienz und Konsistenz im ökol. Vergleich zu Mitbewerbern bzw. Alternativen) werden ökologische Aspekte in allen Unternehmens-Entscheidungen und im gesamten Lebenszyklus der Produkte berücksichtigt. Von der Auswahl umweltfreundlicher Materialien über die umweltfreundlichste Produktions-Technologie bis hin zu ihrer Verwertung der Produkte.

Das Gleichgewicht zwischen ökologischen, ökonomischen und sozialen Zielen zu schaffen ist ein wesentliches Kernziel, das von der Geschäftsleitung definiert wurden.



Die Zielumsetzung und Reduktion ökologischer Auswirkungen ist strukturell verankert. Es gibt klare interne Verantwortlichkeiten für konkrete Nachhaltigkeitsziele in allen Abteilungen. Mit Hilfe von EMAS und ISO 14001 sind alle umweltrelevanten Abläufe, die Identifizierung potenzieller schädlicher Umweltwirkungen sowie die kontinuierliche Verbesserung der Umweltleistung fest im Unternehmen integriert. Dieser Verbesserungsprozess läuft über 3 Kanäle:

- Integration des Umweltprogramms mit jährlichen Umweltzielen in die Unternehmensziele: In unseren Unternehmenszielen sind alle Ziele für die nächsten drei bis fünf Jahre enthalten. Sieben von 17 Zielen haben Nachhaltigkeit als Schwerpunkt. Die Unternehmensziele werden in einem Top-Down- / Bottom-up-Prozess entwickelt und nach der Verabschiedung an die Mitarbeiter kommuniziert. Bei unserer letzten Mitarbeiterbefragung wurde die Aussage „Ich kenne die Unternehmensziele“ mit der Schulnote 1,8 bewertet.
- Über die abgeleiteten Bereichs-, Abteilungs-, Team- und Mitarbeiterziele arbeitet ein Großteil der Mitarbeiter direkt an Umweltzielen.
- Direkte Kommunikation mit dem CSR-Team: CSR-Team-Mitglieder werden von Mitarbeitern direkt angesprochen oder per E-Mail aufmerksam gemacht.

Bestandteile des Umweltmanagementsystems bei VAUDE sind:

- Zertifizierungen wie EMAS
- Erstellung der Klimabilanz – siehe dazu „Klimaneutral am Standort Tettngang“
- Klimakompensation
- Mobilitätsmanagement – siehe dazu „44.335 Kilometer mit dem Rad zur Arbeit“
- Biodiversitätsmanagement – siehe dazu „Warum uns Biodiversität wichtig ist“
- Mitgliedsbeiträge in umweltbezogenen Organisationen und Initiativen wie bluesign®
- Weiterbildungen des CSR-Teams
- Fachliteratur
- Entwicklung und Umsetzung neuer Projekte

Weitere Informationen zu unserem Umweltmanagementsystem [hier](#).



E4 MINIMIERUNG DER GEWINNAUSSCHÜTTUNG AN EXTERNE

AUBENAUSSCHÜTTUNG

Es gibt vier gewinnbeteiligte Kommanditisten (alle Mitglieder der Familie von Dewitz), von denen zwei im Unternehmen mitarbeiten. Es finden also keine Gewinnausschüttungen an externe Eigentümer statt.

GEMEINWOHLORIENTIERTE GEWINNVERWENDUNG

Unser erzielter Gewinn wird, abgesehen von Entnahmen durch die Gesellschafter, zu 100 Prozent für die Eigenkapitalstärkung verwendet. Allgemein gilt, dass die Eigenkapitalquote erhöht wird um finanziell unabhängig zu bleiben. Diese konnte zum Vorjahr auf 36,4 Prozent verbessert werden. Durch die neue Gehaltsystematik wurde auch das Boni System überarbeitet. Diese werden nach Funktionsstufe angepasst und sind an individuelle und unternehmerische Ziele gebunden. Das Boni System ist für jeden Mitarbeiter frei einsehbar.

Die Auflistung aller sozialen und ökologischen Investitionen finden Sie unter E2 - Leistungen.

E5 GESELLSCHAFTL. TRANSPARENZ UND MITBESTIMMUNG

TRANSPARENZ

VAUDE veröffentlicht seit 2008 jährlich einen Nachhaltigkeitsbericht mit EMAS Umwelterklärung. Seit dem Berichtsjahr 2013 berichten wir nach dem GRI (4) Standard. Dies macht uns noch transparenter und objektiv messbar. Fester Bestandteil des Berichts ist das jährliche Umweltprogramm mit verbindlichen, konkreten und messbaren Umweltzielen (siehe E3 – Reduktion ökologischer Auswirkungen). Seit 2012 beinhaltet der Nachhaltigkeitsbericht auch eine vollständige Klimabilanz sowie einen ausführlichen Sozialbericht.

Ein weiteres Transparenzinstrument, das VAUDE in der Entwicklung begleitet sowie selbst angewandt und publiziert hat, ist der Deutsche Nachhaltigkeitskodex (siehe D5 – Aktiver Beitrag zur Erhöhung legislativer Standards). Dieser GWÖ-Bericht ist ein weiterer wichtiger Schritt zu noch mehr Transparenz (nähere Informationen zu der Berichterstellung hier).



MITBESTIMMUNG

Wir von VAUDE sind grundsätzlich offen und interessiert an einem Austausch mit unseren Stakeholdern. Teilweise gibt es dazu bereits standardisierte Strukturen, wie etwa für den Quartalsaustausch mit den Führungskräften. Wir tauschen uns auch mit unseren externen Stakeholdern aus, allerdings bisher wenig formalisiert. Am intensivsten ist der Kontakt zu Kunden und Lieferanten.

Bei Bedarf ist VAUDE als Gast beim örtlichen Gemeinderat vertreten. Seit 2014 lädt VAUDE den Gemeinderat jährlich in die Zentrale nach Obereisenbach ein. Darüber hinaus ist VAUDE Mitglied in verschiedenen Arbeitsgruppen der Region, wie etwa dem Klimaschutzkonzept des Landkreises Bodenseekreis.

Auch mit NGOs aus, wie zum Beispiel mit Greenpeace und Tierschutzorganisationen wie Vier Pfoten diskutieren wir regelmäßig Themen die die Produktion der Outdoorbranche betreffen.

Weitere Informationen finden sie auf unserer [GRI Website](#).

.



AUSBLICK

VISION / ZIELE

Auch im Jahr 2013 ist bei VAUDE in Punkto Nachhaltigkeit wieder einiges passiert. Unsere Ziele haben wir im Großen und Ganzen erreichen können.

Unsere Ziele sind:

WIR SIND WIRTSCHAFTLICH UNABHÄNGIG UND ZUKUNFTSFÄHIG.

WIR SIND TRANSPARENT UND GLAUBWÜRDIG.

UNSERE PRODUKTE SIND NACHHALTIG UND TECHNISCH.

UNSER UNTERNEHMEN IST GANZHEITLICH AUF UMWELTFREUNDLICHKEIT AUSGERICHTET.

WIR REALISIEREN HOHE UMWELT STANDARDS IN DER SUPPLY CHAIN (LIEFERKETTE).

UNSERE MITARBEITER SIND ZUFRIEDEN UND WIR SIND EIN ATTRAKTIVER ARBEITGEBER.

WIR REALISIEREN HOHE SOZIALSTANDARDS IN DER SUPPLY CHAIN (LIEFERKETTE).

Genauere Informationen zu den Zielen [hier](#).



ERSTELLUNGSPROZESS DER GWÖ-BILANZ

Folgende Mitarbeiter waren an der Erstellung von Gemeinwohlbilanz und Gemeinwohlbericht beteiligt:

Janis Drögekamp, Unternehmensentwicklung & Mitglied des CSR Teams

Hilke Patzwall, VAUDE Umweltbeauftragte & Mitglied des CSR Teams

Antje von Dewitz, Geschäftsführerin

Jan Lorch, Mitglied der Geschäftsleitung (Vertrieb & Head of CSR Team)

Erwin Gutensohn, Mitglied der Geschäftsleitung (Finanzen)

Helmut Norwat, Bereichsleiter Personal und Organisation

Philipp Kleinhans, Thomas J. Dalsant und Lisa Fiedler, Praktikanten im CSR-Team

Zeitraum der Erstellung / Arbeitsstunden:

Die Ausarbeitung dieses GWÖ Berichts sowie die GWÖ-Bilanzierung fand im Zeitraum von Juni bis Oktober 2014 statt. Insgesamt wurden ca. 100 Arbeitsstunden investiert.

Kommunikation:

Der GWÖ-Bericht wird nach der externen Auditierung über das VAUDE Intranet und die VAUDE Homepage veröffentlicht.

Datum: Tettngang, im Oktober 2014

