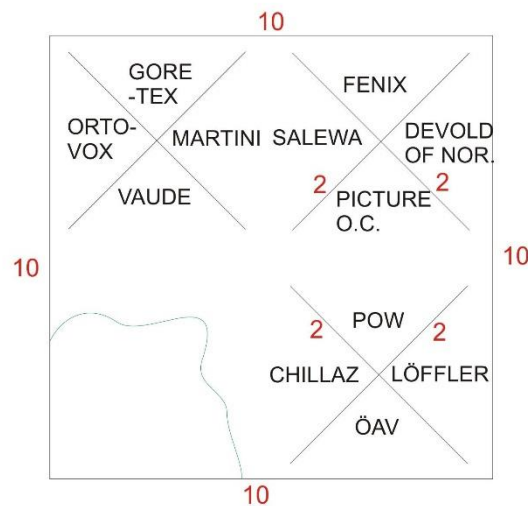


THINK GREEN!

STATEMENTS & ANSPRECHPARTNER



Übersicht Halle A



Zitat von Stefanie Rieder-Haas, CSR Managerin bei ORTOVOX:

„Die Natur ist unsere Basis für Zufriedenheit und wirtschaftlichen Erfolg. Das heißt, wir tragen volle Verantwortung für Umwelt und Mensch sowie für jegliches damit verbundene unternehmerische Handeln. Seit 1988 dreht sich in der Bekleidung von ORTOVOX alles um Wolle. Kein Kleidungsstück wird ohne die Schaffaser gefertigt. Daher ist es unsere verantwortungsvolle Aufgabe, den Schutz von Tier, Natur und Mensch in den Mittelpunkt unseres Handelns zu stellen. Der unternehmenseigene Standard ORTOVOX WOOL PROMISE basiert auf dem Responsible Wool Standard, verfolgt aber einen noch umfänglicheren Ansatz. Er garantiert vier zentrale Versprechen: Kein Mulesing, Fokus auf nachhaltige Landwirtschaft, enge persönliche Beziehungen und Austausch mit den Farmern, sowie vollständige Transparenz bis zum Ursprung.“

Stand 49, Ansprechpartner vor Ort: STEFAN KRAUSE

Zitat von Antje von Dewitz, Geschäftsführerin VAUDE:

„Kuschelige Fleecejacken sind im Outdoor-Bereich beliebt, denn sie halten warm und trocknen schnell. Doch diese Jacken haben auch ein Problem, denn sie verlieren beim Waschen winzig kleine Synthetik-Fasern, die sich als Mikroplastik im Wasser und der Umwelt ansammeln. VAUDE hat mit dem **ersten biologisch abbaubaren Fleece-Stoff aus Holzfasern** eine Lösung für dieses Thema gefunden. Der Stoff wurde erstmals 2018 in der visionären „Green Shape Core Collection“ von VAUDE verwendet und wird nach Weiterentwicklungen nun auch in die aktuelle Winter-Kollektion eingebunden, z.B. mit der Shuksan Fleece Jacket.“

Stand 50, Ansprechpartner vor Ort: JAN LORCH (CSO)

PRIMALOFT und MARTINI SPORTSWEAR präsentieren ein Gemeinschafts-Projekt:

„Bei Martini Sportswear fängt Nachhaltigkeit schon bei der Auswahl der richtigen Materialien an. Dabei ist uns ein optimales Zusammenspiel von Performance und Nachhaltigkeit enorm wichtig. Einer unserer wichtigsten Partner hier ist PrimaLoft, die mit ihren Hochleistungsisolierungen und Funktionsstoffen genau diese Balance schaffen. Viele **Materialien werden aus recycelten PET Flaschen hergestellt**, bieten aber die gewohnt hohe Leistungsfähigkeit. An unserem gemeinsamen Stand werden wir unter anderem diesen Recycling-Prozess in einer spannenden Mitmach-Aktion inklusive Gewinnspiel für die Besucher erlebbar machen.“

Stand 51, Ansprechpartner vor Ort: DANIEL ESTERBAUER



Zitat von Bernhard Kiehl, Leiter des Nachhaltigkeitsprogramms bei GORE FABRICS:

"Fairness und Respekt gegenüber der Umwelt im Zusammenhang mit der Herstellung von Produkten, die erstklassigen Schutz bieten, ist ein zentraler Bestandteil unserer Kultur. Unser Ziel ist es, Produkte zu entwickeln, die stets die optimale Kombination aus dauerhafter Funktionalität und Nachhaltigkeit für die jeweilige Aktivität bieten. Unser Ziel ist es die Langlebigkeit unserer Produkte zu erhöhen, **ökologisch bedenkliche PFCs aus dem Lebenszyklus unserer Outdoor-Produkte bis 2023 vollständig zu eliminieren** und den Anteil an recycelten und spinddüsengefärbten Materialien in unserem Portfolio stetig zu erhöhen. Daneben setzen wir auf verlässliche Zertifizierungen von Dritten, wie etwa bluesign systems oder OEKO-TEX. Auch unterstützen wir Brancheninitiativen wie den Higg Index, der auf Basis wissenschaftlicher Erkenntnisse eine Vergleichbarkeit der Umweltperformance der Produkte ermöglichen wird."

Stand 52, Ansprechpartner vor Ort: DR. ANJA HERBERG

Zitat von Alexandra Letts, Sustainability Managerin bei SALEWA:

"Langlebige, funktionale Produkte, die dem Anspruch progressiver Bergsportler gerecht werden und bestmöglich aus regional-gesourceten Materialien bestehen, stehen bei uns im Fokus. Mit der **Verwendung von Tirolwool Celliant setzen wir, anstatt reine Kunstfaser-Füllungen, Wolle von Tiroler Bergschafen ein, die eine optimale thermo-regulierende Funktion für ambitionierte Bergsteiger** gewährleistet. Zudem verwenden wir Wolle, die in Italien recycelt und zu neuen Funktionsprodukten verarbeitet wird. So z.B. in unserer Sarner 2L Jacke, in der die Wolle zu 100% recycelt ist und die vom Garn bis zur Jacke in Italien gefertigt wurde."

Stand 53, Ansprechpartner vor Ort: RUTH OBERRAUCH

Zitat von Aiko Bode, Chief Sustainability Officer der FENIX GROUP (Fjällräven):

„Wir haben uns seit Anbeginn für das Leben in der Natur, im schwedischen „Fjäll“, für die Natur selbst und den Menschen darin interessiert. Wir sehen uns als Teil von einem größeren Ganzen. Das spiegelt sich sowohl in unseren Produkten als auch in unseren Innovationen wider: In der aktuellen Herbst-/ Winter-Kollektion 2019 verwenden wir bei Fjällräven so viel recycelte Wolle wie nie zuvor. Zudem erweitern wir die **Verwendung von rückverfolgbarer Wolle, nutzen nach wie vor schwedische Wolle und seit kurzem auch wiedergewonnene Wolle.**“

Stand 54, Ansprechpartner vor Ort: RENÉ GRUBER



Zitat von Herbert Horelt, Geschäftsführer von DEVOLD OF NORWAY:

„Wir stellen hier unsere „Sheep-to-Shop“ Produkte aus 100% Merinofaser (100% natürlicher Rohstoff) aus. Unsere Kunden können **über das Etikett nachvollziehen, von welcher der sorgfältig ausgewählten Farmen die Qualitätswolle stammt.** Die ausnahmslos in Europa hergestellten Bekleidungsstücke sind aufgrund ihrer hervorragenden wärmenden und gleichzeitig klimaregulierenden Eigenschaften der ideale Begleiter für die kommende Wintersaison.“

Stand 55, Ansprechpartner vor Ort: HERBERT HORELT

Zitat von Julie Meffre, PICTURE ORGANIC CLOTHING :

Sports French brand since 10 years now, specialized in action outdoor sports & activities. Picture Organic Clothing also has a special and engaged philosophy: the brand's products are eco-engineered and made with recycled & bio-based materials. **Our goal: to help in the fight against climate change.**

Stand 56, Ansprechpartner vor Ort: JULIE MEFFRE

Zitat von Ulf Kattinig, Gründer und Geschäftsführer von CHILLAZ:

„Für uns ist eine herkömmliche Textilproduktion weder ethisch noch ökologisch vertretbar. Vor mehr als 18 Jahren haben wir in Istanbul zusammen mit einem Familienbetrieb unsere Produktion aufgebaut. Unsere Werte als Familien haben Gewicht und bieten keinen Platz für Mindestlöhne oder menschenunwürdige Verhältnisse, egal ob hier in Österreich oder in Istanbul. Nachhaltige Fasern und kurze Transportwege gehören da natürlich auch dazu. Unsere Marke behandeln wir wie unsere persönliche Unterschrift – **wenn man nicht alles leichtfertig unterzeichnet, steckt viel Verantwortung dahinter.**“

Stand 58, Ansprechpartner vor Ort: ULF KATTINIG

Zitat von Roland Kals, Entwickler und Berater der BERGSTEIGERDÖRFER (ÖAV):

„Bergsteigerdörfer setzen bewusst auf einen sanften Alpentourismus. Sie weisen eine exzellente Landschafts- und Umweltqualität auf und setzen sich für die Bewahrung der örtlichen Kultur- und Naturwerte ein. Dies bedeutet auch eine **besondere Zurückhaltung bei der technischen Erschließung des Gebirgsraumes.** In diesen kleinen und feinen Orten stehen der Alpinismus in all seinen Formen und das bewusste, ganzheitliche Naturerlebnis

im Vordergrund: körperliche Anstrengung, Bewältigung alpinistischer Schwierigkeiten, Kompetenz und Risikomanagement am Berg, Genuss der alpinen Naturschönheit -
ENTSCHLEUNIGUNG.“

Stand 59, Ansprechpartner vor Ort: ROLAND KALS

Zitat von Mag. Jörg Tichy, Marketingleitung bei LÖFFLER:

„LÖFFLER steht für echte Nachhaltigkeit. Deshalb fertigen wir nach wie vor in Österreich/ Europa an und **mehr als 80 Prozent der gesamten Wertschöpfung – von der Stoffproduktion bis zur Endkontrolle - werden am LÖFFLER Standort Ried im Innkreis erbracht.** Der ökologische Fußabdruck aller Produkte wird möglichst niedrig gehalten und wir bieten zudem einen Reparatur-Service an, um unsere Produkte noch langlebiger und somit nachhaltiger zu gestalten. Die neue Nordic Sports & Skitouring Kollektion beinhaltet hochfunktionelle Bekleidung für leistungsorientierte Ausdauersportler, die Verantwortung leben und ein Statement setzen wollen.“

Stand 60, Ansprechpartner vor Ort: ANDREA HARTLEB

Zitat von Helene Melnitzky, Abteilungsleitung Ökologie bei ÖTI / OEKO-TEX:

„Wir sehen Nachhaltigkeit als einen Prozess, wo Umwelt, Soziales und wirtschaftliches Handeln gleichberechtigt zusammenspielen. Es ist wichtig Transparenz, Verlässlichkeit und Vertrauen innerhalb der Lieferkette zu schaffen, damit der Konsument eine verantwortungsbewusste Entscheidung treffen kann. Die OEKO-TEX® Labels bieten hier einfache und validierte Kommunikationsinstrumente zwischen Produktion, Handel und Verbraucher“.

Stand 60, Ansprechpartner vor Ort: DIPL.-HTL-ING. HELENE MELNITZKY