



„Deutschlands nachhaltigste Marke 2015“

VAUDE Sport GmbH & Co. KG

Das mittelständische Familienunternehmen VAUDE entwickelt, produziert und vertreibt Outdoor-Sportartikel nach sehr hohen Nachhaltigkeitsstandards. Nachdem die Marke ihre jahrelange ambitionierte Vision, die nachhaltigste Outdoor-Marke in Europa zu werden erreicht hatte, entwickelte sie ihre Ziele weiter und hat es sich nun zur Aufgabe gemacht, einen aktiven Beitrag zu einer lebenswerten Welt zu leisten. Um diese Vision zu realisieren, verfolgt VAUDE einen holistischen Nachhaltigkeitsansatz, der alle drei Facetten berücksichtigt. In allen Wertschöpfungsstufen wird das Thema Nachhaltigkeit in den Vordergrund gestellt. So setzt VAUDE u.a. Maßstäbe für nachhaltige Produkte mit dem Green Shape Label oder für faire Arbeitsbedingungen mit dem Leader Status der Fair Wear Foundation.

Die Markenführung von VAUDE zeichnet sich durch die Kombination von Konstanz und Konsequenz im Kern und Anpassung sowie Weiterentwicklung in der Umsetzung aus. Seit 2010 wird mit der Markenpositionierung „Engagiert für (D)eine lebenswerte Welt“ explizit Nachhaltigkeit als Markenkern verfolgt. Diese Markenpositionierung wird konsequent durch die Geschäftsführerin authentisch vorgelebt, durch Regeln wie die VAUDE Material Policy, die Verpackungsrichtlinie, die Einkaufspolicy für Möbel und Büromaterial oder das Mobilitätskonzept umgesetzt, durch Produkthanpassungen und -innovationen realisiert sowie durch eine nachhaltigkeitsorientierte Kommunikation verbreitet. Gleichzeitig zeichnet sich die Markenführung auch durch eine hohe Agilität aus: z.B. wurde 2015 mit eBay zusammen eine Second-Use-Plattform für gebrauchte VAUDE-Produkte aufgebaut, Produkte aus Recyclingmaterial auf dem Markt eingeführt und eine GWÖ-Bilanz aufgestellt.

Die Marke VAUDE ist gleichzeitig bei allen Stakeholdern trotz der geringen Unternehmensgröße eine starke, erfolgreiche und vertrauenswürdige Marke. Die Akzeptanz bei NGOs und anderen Interessensverbänden belegen u.a. die zahlreichen Auszeichnungen für das soziale und ökologische Engagement (z.B. B.A.U.M. Umweltpreis 2012, Axia-Award 2015). Darüber hinaus wurde VAUDE für Nachhaltigkeit und Design vielfach von absatzmarktbezogenen Stakeholdern ausgezeichnet (u.a. Outdoor Best Brand 2013, „Nachhaltigste Marke“ laut Mitgliederzeitschrift des Deutschen Alpenvereins „Panorama“). Diese ausgeprägte Markenstärke wird weiterhin durch unabhängige Marktforschungsergebnisse gestützt, die eine mittlere Bekanntheit und ein ausgeprägtes Nachhaltigkeitsprofil belegen. Der Methodikpartner des Deutschen Nachhaltigkeitspreises facit research ermittelte in der diesjährigen Auswertung des Sustainability Image Score (Index zur Beurteilung von Nachhaltigkeit aus Kundensicht) für VAUDE ein sehr ausgeglichenes und gutes Ergebnis für die drei Dimensionen Ökonomie, Ökologie und Soziales sowie gute Zufriedenheits- und Loyalitätswerte.

Die Jury würdigt sowohl die konsequent verfolgte Nachhaltigkeitsausrichtung der Marke als auch die kontinuierliche Weiterentwicklung. Die gute Reputation und Markenstärke von VAUDE bei verschiedenen Stakeholdergruppen unterstützen das Juryurteil der Wahl zu „Deutschlands nachhaltigster Marke“.