



Nachhaltigkeit (9):
Bergsport-Hardware

**Nicht
nur ein
Klamotten
-Thema**

Foto: DMM

Die Rohstoffe für Ausrüstung aus Metall wachsen nicht nach. Aber man könnte zumindest nach verantwortungsvoller Produktion fragen, etwa nach Recyclingmaterial oder biobasiertem Kunststoff. Tim Marklowski appelliert an Bergsportler, ihre Marktmacht nicht zu unterschätzen.

Bei der Bergsportbekleidung ist das Thema Nachhaltigkeit längst angekommen. Labels gibt es zur Genüge. Von Tierschutz über Arbeitsbedingungen bis zur Ökologie – naturverbundene Kundinnen und Kunden wollen wissen, was sie kaufen. Was beim T-Shirt anfang, ist mittlerweile auch bei der Hardshelljacke ein Thema. „Grün“ soll die technische Bekleidung sein, frei von toxischen Polyfluorcarbonen (PFC) und hergestellt unter fairen Arbeitsbedingungen. Deklarieren werden solche Produkteigenschaften durch mehr oder minder transparente Labels wie Bluesign oder Fair Wear Foundation, um zwei der etablierteren Standards aus der Labelflut herauszugreifen.

Während aber die Bekleidung grüner wird, tut sich bei der restlichen Ausrüstung noch wenig. Wanderstöcke, Karabiner, Ski, Helm, Pickel – wer das ganze alpinistische Spektrum abdeckt, hat einen gut gefüllten Ausrüstungskeller. Und auch die Produktion dieser „Hartwaren“ belastet Mensch und Umwelt. Schon die Rohstoffe – vor allem Aluminium, Stahl und weitere Legierungen, dazu diverse Kunststoffe – sind nicht nachwachsende Ressourcen (also grundsätzlich nicht „nachhaltig“) und aufwändig zu gewinnen. Und dabei gibt es diverses Problempotenzial.

Betrachten wir als Beispiel Aluminium, viel verwendet für Karabiner, Klemmkeile, Leichtausrüstung. Es wird aus Bauxit gewonnen, einem Gestein aus Aluminium-

und Eisenerzen. Der Großteil des Abbaus findet in tropischen Regionen statt, wo Bauxit in relativ dünnen horizontalen Schichten vorkommt, überlagert von einigen Metern Erdreich. Also muss zuerst großflächig Wald gerodet und danach der Boden aufgerissen werden – in zum Teil empfindlichen Naturräumen und zum Leidwesen indigener Bevölkerung. Bis zu vier Tonnen Bauxit sind nötig, um zwei Tonnen Alumina und letztlich eine Tonne Aluminium herzustellen, unter enormem Stromverbrauch. Der giftige Rotschlamm, der nach der Alumina-Extraktion zurückbleibt, wandert in riesige Geländebecken. 2010 brach im ungarischen Kolontár der Damm eines solchen Rotschlammbeckens; rund eine Million Kubikmeter ätzender und schwermetallhaltiger Schlamm trat aus und kontaminierte das Umland. 400 Menschen aus den umliegenden Gemeinden mussten evakuiert werden, zehn Personen kamen ums Leben, 150 wurden verletzt und teilweise mit schweren Verätzungen in Kliniken eingeliefert.

Keine Frage: Solche Zustände widerstreben dem Umwelt- und Ethikverständnis des Bergsportlers in der Recyclingjacke.

Doch wer hat schon mal nach der Strombilanz des Aluminium-Karabiners gefragt? Oder nach Recycling-Klemmkeilen? Einem Ski mit FSC-zertifiziertem Holzkern, laminiert mit Bioharz?

Die Nachfrage ist praktisch inexistent. Das zeigt eine Masterarbeit an der Universität Bern: Nachhaltigkeit gehört zwar zu den Werten heutiger Bergsportler, allerdings nicht für alle Produkte in gleichem Maße. 78 Prozent der befragten Konsumenten geben an, bei Bekleidung auf Nachhaltigkeitsstandards zu achten – bei Hartwaren sind es noch sieben Prozent. Dies deckt sich mit den Erfahrungen von Fachhändlern: Kaum ein Kunde stellt die „N“-Frage. Das öffentliche Auge bleibt auf Textilien und vielleicht Schuhe gerichtet.

Ähnlich sieht's beim Angebot aus: Bei den Textilien kann man sich im Labeldschungel geradezu verirren; für Karabiner und Co. gibt es kein einziges Gütesiegel, das Konsumenten etwas über die Nachhaltigkeit des Produktes sagen würde. Dies liegt nicht etwa an Geheimniskrä-

merei. Die Hersteller wissen schlicht selbst nicht genau, wo ihre Rohstoffe herkommen, denn es sind „globally traded commodities“, also Güter, die auf dem Welt-

markt gehandelt werden. Viele Firmen beklagen, es gebe schlicht keine Möglichkeit der Rückverfolgung, wie dies bei Textilien der Fall ist. Auch wenn der Wille da wäre: Um Klarheit zu schaffen, geschweige denn etwas zu bewegen, scheint der Ressourcenverbrauch der Bergausrüstung zu

Auch Hartwaren belasten die Umwelt

Karabiner und ähnliche „Hartwaren“ halten lange – aber woher kommen die Rohstoffe?



Fotos: Greenpeace, Christian Pfanzelt, Wild Country



marginal, verglichen mit jenem der Auto- oder Bauindustrie.

Doch so gering muss der Einfluss der Bergsportindustrie auf ihre Zulieferer gar nicht sein: Man betrachte nur die Erfolgsgeschichte der Daunen-Standards. Laut European Outdoor Group (EOG) beträgt der Anteil der Bergsportindustrie am gesamten globalen Daunenkuchen weniger als ein Prozent. Die Daunenjacken und Schlafsäcke einer Handvoll Bergmenschen

Keiner fragt nach Recycling-Karabinern

sind im Vergleich zur Bettenindustrie quasi vernachlässigbar. Dennoch hat es die Outdoorbranche geschafft, Standards einzuführen, etliche Marken haben Leberdruf und Zwangsfütterung von Gänsen aus der Daunenherstellung verbannt. In der Folge zogen prompt einige größere bergsportferne Unternehmen mit, die Standards sind inzwischen verbreitet – und der Impuls kam vom zunächst machtlos wirkenden Bergsportsektor.

Im Gespräch zeigen Bergsportfirmen ein grundsätzliches Interesse, auch bei Ressourcen wie Aluminium mehr Klarheit zu schaffen und Verantwortung zu übernehmen. Man muss auch zugeben, dass die Bergsportindustrie mit ihren global gesehen kleinen Rohstoffmengen höchstens eine marginale Mitschuld an etwaigen Missständen trägt. Doch Nachholpotenzial wäre da. So liegt die Recycling-Rate von Aluminiumdosen laut dem International Aluminium Institute (IAI) weltweit um siebenzig Prozent, in der Bau- und Transportindustrie sogar bei neunzig Prozent. Der

So schön das Alu der Keile glänzen mag: Wenn bei der Aluminiumverarbeitung was schiefgeht (wie in Kolontár, Ungarn, o.), können Umwelt und Menschen leiden.

INFO

alpenverein.de/panorama

ALU, EISEN, KUNSTSTOFF: LANGE NUTZEN, GUT ENTSORGEN

Die Produktion von Hartwaren ist das eine. Zu mehr Nachhaltigkeit kann aber jeder Bergsportler und jede Bergsportlerin selbst beitragen: durch achtsame Nutzung und verantwortete Entsorgung.

Nutzen und Erhalten: Das Material von Metall-Hartwaren hat theoretisch eine unbegrenzte Lebensdauer. Solange sie funktionieren, gibt es keinen Grund zur Ausmusterung. Denn Metalle an sich altern quasi nicht – wohl aber Kunststoff- und Textilbestandteile!

Wer sein Material gut pflegt und sorgsam behandelt, kann die Nutzungsdauer verlängern und muss seltener etwas Neues kaufen.

Allgemeine Pflegetipps:

- › Spülen in warmem Seifenwasser (ggf. mit einer alten Zahnbürste Dreck entfernen); abwaschen mit klarem Wasser.
- › Trocknen an der Luft, nicht an Hitzequellen; trocken lagern.
- › Schließ- und Klemmmechanismen sparsam schmieren (Schmiere auf Silikon- oder Wachsbasis, kein WD40), überschüssiges Öl sorgfältig entfernen.

Mehr Pflegetipps und Links: alpenverein.de/panorama



Entsorgung: Wenn Funktionalität und Sicherheit nicht mehr gewährleistet sind (Schnapper schließt nicht mehr, Abseilacht ist ausgeschliffen ...), ist es Zeit, Abschied zu nehmen. Klemmgeräte können vielleicht noch eingeschickt und repariert werden, bei simpleren Hartwaren ist häufig Schluss. Um sie im Rohstoffkreislauf zu halten: entweder im Bergsportgeschäft des Vertrauens abgeben oder an der örtlichen Recyclingstelle entsorgen.

erste rezyklierte Karabiner steht aber noch aus. Zu groß sind die Bedenken um die Qualität, auch wenn es bislang noch keine Tests dazu gab.

Doch es dürfte eine Frage der Zeit sein, bis die Kundin im fair produzierten Bio- baumwollhemd sich fragt, wo ihr Eispickel herkommt. Und auch dank des Nachhakens von Naturschutz- und Nachhaltigkeitsorganisationen nimmt sich die Industrie des Themas an. Auf der OutDoor-Messe in Friedrichshafen gab es im Juni 2017 ein

erstes Treffen mit dem Titel „Outdoor Equipment Sustainability Roundtable“ (Runder Tisch für nachhaltige Outdoor-Ausrüstung) – mit Vertretern der EOG, bekannter Bergsportfirmen und von Mountain Wilderness.

In viele Richtungen wurde gedacht: Könnte man beispielsweise mit anderen Industrien kooperieren, die gleiche Materialien benutzen, zum Beispiel aus

dem Radsport, und so die Hebelwirkung vergrößern? Oder gibt es Nachhaltigkeitsinitiativen größerer Branchen, denen man sich anschließen könnte? Die Aluminium Stewardship Initiative (ASI) zum Beispiel schreibt sich den Einsatz für mehr Transparenz und Nachhaltigkeit in der Aluminiumlieferkette auf die Fahne, vor allem in puncto Treibhausgasemissionen, Biodiversität, Wasser und Menschenrechte.

Auf der Ispo im Januar 2018 fand der zweite Runde Tisch zum Thema statt und, siehe da, ein ASI-Vertreter war vor Ort und stellte die Initiative vor. Das Problem: Gedacht ist der Standard vor allem für produzierendes und abnehmendes Gewerbe im ganz großen Stil, also für Firmen wie den Aluminiumproduzenten Norsk Hydro oder die Großabnehmer Audi und BMW. Darauf, dass plötzlich die Outdoorindustrie anklopft, war man nicht vorbereitet, und der Anreiz, diese vergleichsweise winzigen Player zu integrieren, ist gering. Außerdem berechnet sich der Mitgliedsbeitrag nach dem Gesamtumsatz eines Unternehmens, zu dem Hartwaren bei den meisten Bergausrüstern nur marginal beitragen – er wird also unverhältnismäßig hoch. Doch das Problem ist benannt, die ersten Schritte sind gemacht, die Ausrüster wollen dranbleiben.

Nachhaltigkeitsinnovationen entstehen nach Expertinnen wie Hilke Patzwall (CSR-Managerin, Vaude) oder Vera Köppen (Fair Wear Foundation) meist im Zusammenspiel von Angebots- und Nachfrageseite. Ein Produkt kann noch so nachhaltig sein; wenn niemand es fordert und kauft, hat es am Markt keine Chance. Genau wie bei der Bekleidung liegt die Verantwortung beim Produzenten wie bei den Konsumenten. Es gilt also, im Laden die richtigen Fragen zu stellen und klar zu signalisieren, dass nachhaltige Produkte gefragt sind.



Tim Marklowski versucht als Projektleiter Bergsport bei Mountain Wilderness Schweiz seine Liebe zu Natur und Natursport mit möglichst wenig Belastung der Natur auszuleben.