



VAUDE

The Spirit of Mountain Sports

Brand Book

Frühjahr/Sommer 2024


50 Years
of Mountain
Spirit



INHALT

Clickable

HERZLICH WILLKOMMEN.....	4	HIGHLIGHTS	21
Unsere Marktbereiche.....	5	Biobasierte und recycelte Materialien	22
Btb-Geschäftsfelder	6	REcycle	23
TOP-Marke.....	7	REthink!	24
Starke europäische Marke	8	No But For Your Butt	25
Welche Rolle spielt Nachhaltigkeit.....	9	WIR UNTERSTÜTZEN DEN FACHHANDEL.....	26
Umsatz	10	OUTTRA	27
Franchise Stores.....	12	Marketingmappe 2024	28
UNSER SPIRIT	13	Online Schulungen	29
Umdenken.....	14	Green Shape Campus.....	30
Wissenschaftsbasierte Ziele	16	VAUDE Premium Partner Konzept	31
Weniger blabla.....	17		
Greenpeace-Report	18		
Schrittweise zum PVC-Verzicht.....	19		
Innovationen für besseres Sitzen	20		



„Wiederverwenden statt Wegwerfen schont Ressourcen und die Umwelt!“

Antje von Dewitz, CEO

[< INHALTSVERZEICHNIS](#)

Liebe VAUDE Partner*innen,

2024 ist für uns ein ganz besonderes Jahr, denn wir feiern Jubiläum! Seit 50 Jahren nun verfolgen wir die Vision, mehr Lebensqualität durch nachhaltige Outdoor-Produkte und zukunftsweisendes Wirtschaften zu erreichen. Bis heute treibt uns an, umzudenken und neue Lösungen zu finden.

Das Prinzip der Kreislaufwirtschaft liegt uns besonders am Herzen. Wir können den Bedarf an endlichen, fossilen Ressourcen verringern – bspw.

- durch Reparieren von beschädigter Ausrüstung,
- durch mehrfache Nutzung im Zuge der Vermietung von Produkten oder
- durch Recycling/Upcycling von ausgedienten Produkten und Rohstoffen.

Daher freuen wir uns sehr, euch unsere neue Kollektion zu präsentieren, mit der wir unseren nachhaltigen Weg konsequent weiter gehen und die ganz im Zeichen der Kreislaufwirtschaft steht.

Herzlichst,
Antje von Dewitz und das VAUDE Team

A photograph of three cyclists on a wooden bridge during sunset. The scene is bathed in warm, golden light. The cyclist on the left is a woman in a white jersey with a pink stripe, wearing a black helmet and glasses. The cyclist in the middle is a man with a beard, wearing a black helmet, glasses, and a white jersey with a backpack. The cyclist on the right is a woman in a green and black jersey, wearing a black helmet and glasses, smiling broadly. The bridge has a wooden railing and is set against a backdrop of a forest and a sunset sky. A large white number '1' is overlaid on the left side of the image.

**Herzlich
willkommen**

Unsere Marktbereiche

Outdoor Sports



Bike Sports



Unsere weiteren Btb-Geschäftsfelder

VAUDE Professional

Als Experten für nachhaltige, textile Sonderanfertigungen, Mitarbeiterausstattung und Corporate Wear bieten wir unsere Dienstleistung anderen Unternehmen und Behörden an.



VAUDE Academy für nachhaltiges Wirtschaften

Wir geben Erfahrungen und langjährige Expertise aus dem Transformationsprozess zum nachhaltigen Wirtschaften an andere Unternehmen weiter.



Anforderungsprofil

Was Händlern bei der Auswahl eines Outdoor-Textilanbieters am wichtigsten ist.

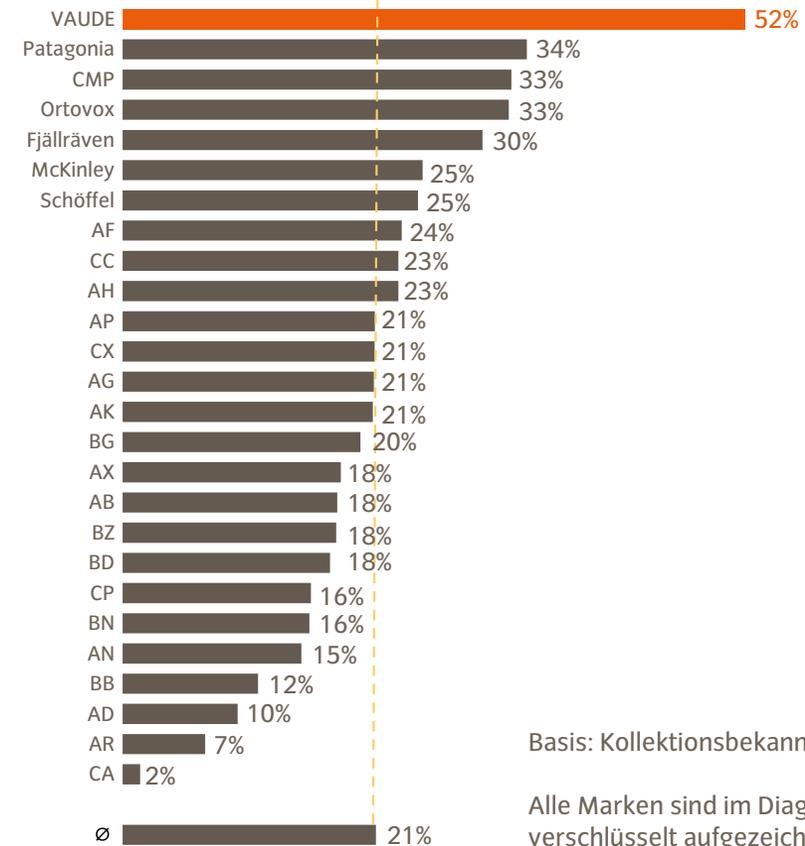


Händler sollten die für sie wichtigsten maximal vier Leistungen nennen.



Gesamt-Image

Das Standing als Anbieter im Vergleich zu den Mitbewerbern.



Basis: Kollektionsbekanntheit

Alle Marken sind im Diagramm verschlüsselt aufgezeichnet



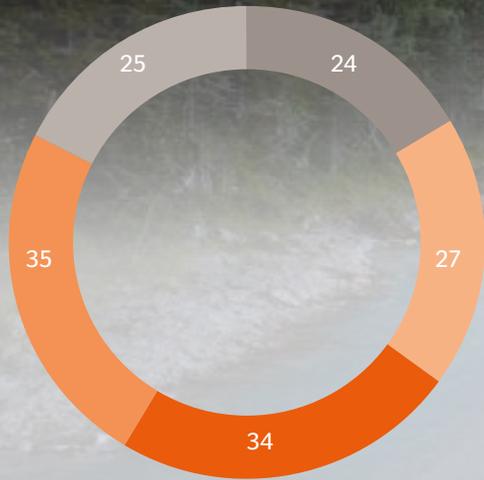
Starke europäische Marke

Eine Marke für alle Altersgruppen.

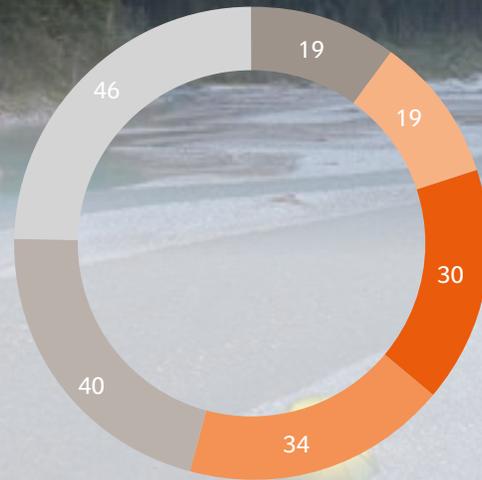
VAUDE mit hoher Bekanntheit bei Menschen mit höherem finanziellen Spielraum.

Klare Erwartungen an Marken: Vertrauenswürdig, hochwertig, nachhaltig und modern.

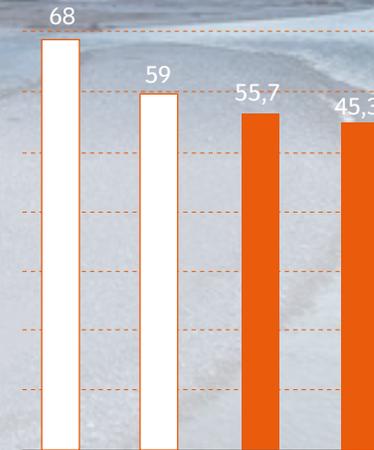
Menschen schätzen VAUDE als hochwertige, vertrauenswürdige und nachhaltige Marke.



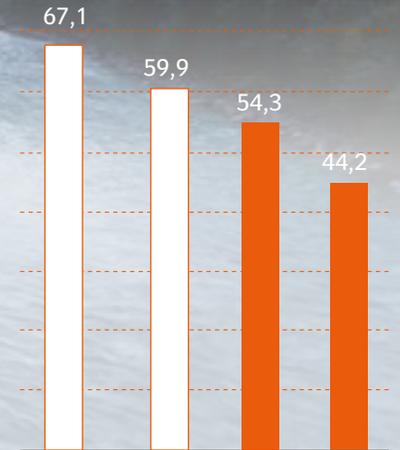
■ 18-24 ■ 25-34 ■ 35-44 ■ 45-54 ■ 55-65



■ < 1000 ■ 1-2000 ■ 2-3000
■ 3-4000 ■ 4-5000 ■ > 5000



Vertrauenswürdig, hochwertig, nachhaltig, modern



hochwertig, Vertrauenswürdig, modern, nachhaltig

Markenbekanntheit je Altersgruppe
Umfrage: Teilnehmer*innen n = 1.000,
Deutschland, 07/2022, Appinio

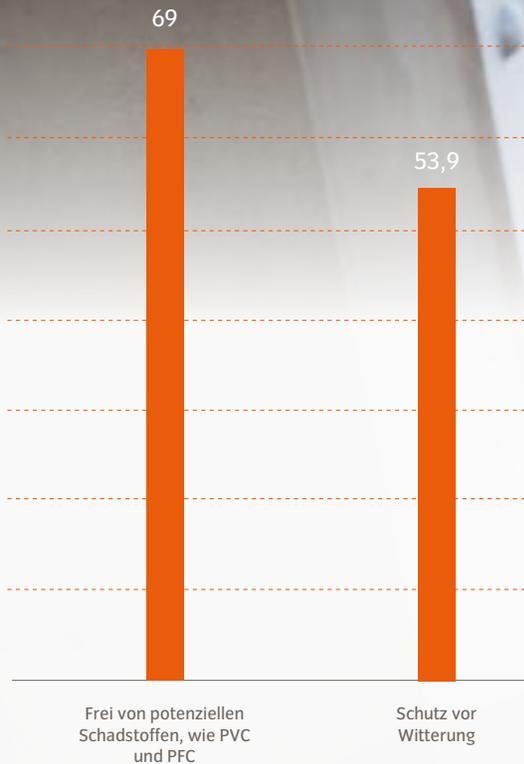
Markenbekanntheit nach Einkommen
Umfrage: Teilnehmer*innen
n = 6.000, Europa (DE, AT, CH, BE, NL, FR),
09/2022, Appinio

Wie wichtig sind Dir folgende Eigenschaften
bei einer Marke? („wichtig“ und „sehr wichtig“)
Umfrage: Teilnehmer*innen n = 6.000, Europa
(DE, AT, CH, BE, NL, FR), 09/2022, Appinio

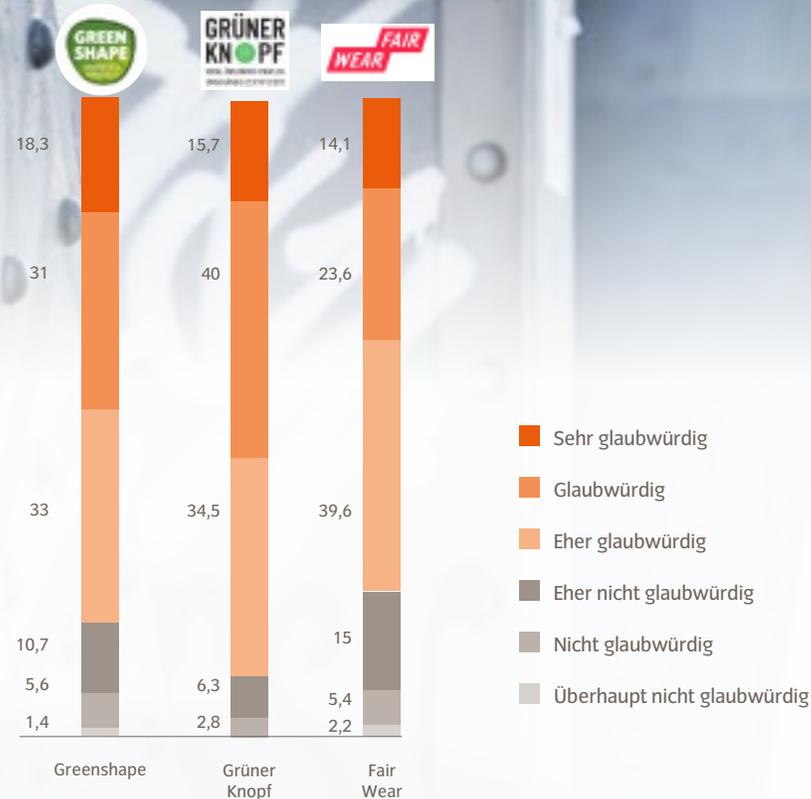
Wie sehr treffen die Eigenschaften auf
die Marke VAUDE zu? („trifft zu“ und „trifft voll
und ganz zu“) Umfrage: Teilnehmer*innen n =
6.000, Europa (DE, AT, CH, BE, NL, FR),
09/2022, Appinio

Welche Rolle spielt Nachhaltigkeit bei Produkten?

Schadstofffreie Materialien sind VAUDE Kund*innen wichtiger als Witterungsschutz.



Green Shape und Grüner Knopf im Gleichschritt bei Glaubwürdigkeit.



Wie wichtig sind Dir folgende Aspekte, wenn es um Outdoor-Bekleidung und -equipment geht? (viel wichtiger als andere Aspekte) Umfrage: Teilnehmer*innen n = 1.125, Deutschland, 03/2023, Appinio

Für wie glaubwürdig hältst Du die folgenden Nachhaltigkeitsseigel? („eher glaubwürdig“, „glaubwürdig“, „sehr glaubwürdig“) Umfrage: Teilnehmer*innen n = 1.000, Deutschland (DE, AT, CH, BE, NL, FR), 06/2022, Appinio

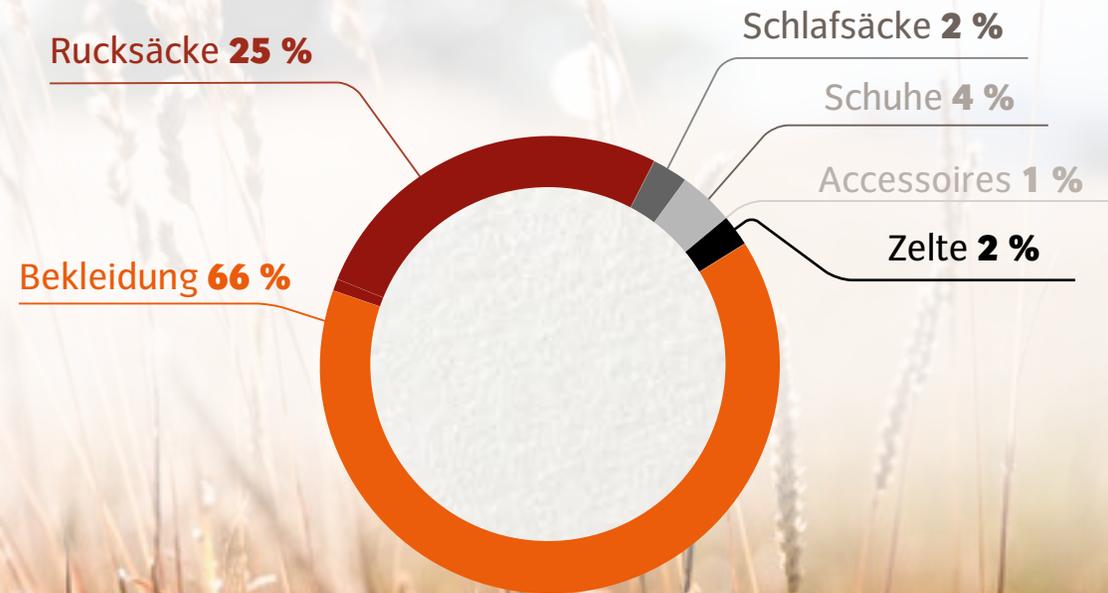


Umsatz nach Marktbereichen und Produktgruppen 01.01.2022 – 31.12.2022

Marktbereiche



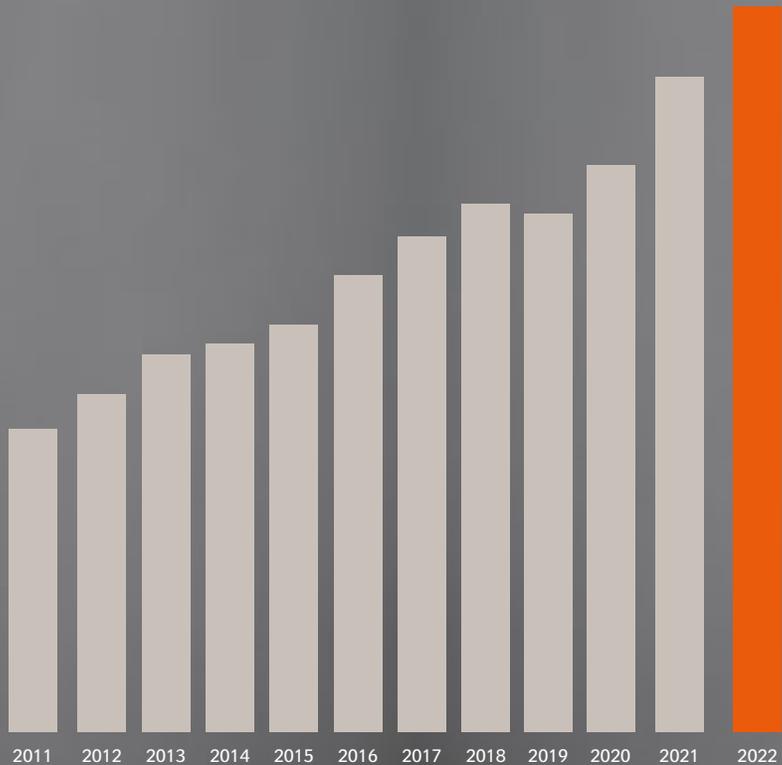
Produktgruppen



„Nachhaltiges Wirtschaften macht uns erfolgreich und krisenfest.“

Jan Lorch, CSO

+17,9% +5,9% +6,7% +1,9% +3,1% +8,4% +6,5% +5,5% -1,7% +8,2% +17,6% **+13%**



Umsatz gesamt:

01.01.2022 – 31.12.2022

+13%





„Unsere Franchise Partner erzielen überdurchschnittlich gute Ergebnisse mit ihren VAUDE Stores.“

Birgit Bohnert, Geschäftsleitung VAUDE Franchise

+ 22%

Umsatz 2022 zu 2021

flächenbereinigt:
+14 %

+ 3,5%

Umsatz
flächenbereinigt
2022 zu 2019

+ 4%

Umsatz 2023 zu 2022
(per 26.03.2022)

flächenbereinigt:
+2%

6%

Durchschnittlich
Ertrag pro Jahr pro
Store in den letzten
4 Jahren

Über

10 Mio.

Euro VK-Umsatz
in 2022



Unser Spirit



Umdenken

– darum geht es uns bei den Produkten, die Teil unseres Kreislaufkonzepts sind.

- Das Prinzip der Kreislaufwirtschaft liegt uns besonders am Herzen – das mit unserem eigenen Recyclingnetzwerk Ecolog schon vor 3 Jahrzehnten seinen konzeptionellen Ursprung hatte.
- Durch mehrfache Nutzung und das Recycling von ausgedienten Produkten und Rohstoffen können wir den Bedarf an endlichen, fossilen Ressourcen verringern.
- Daher freuen wir uns sehr, euch unsere neue Kollektion zu präsentieren, mit der wir unseren nachhaltigen Weg konsequent weiter gehen und die ganz im Zeichen der Kreislaufwirtschaft steht.



„Seit 2022 sind wir und alle unsere Produkte weltweit bilanziell klimaneutral.

Einen sehr großen Hebel sehen wir im Einsatz von klimafreundlichen Materialien*.

Zudem reduzieren wir mit unseren wissenschaftsbasierten Klimazielen die Emissionen am Firmensitz und in unserer Lieferkette.“**

Uwe Gottschalk, Chief Product Officer

* In unserer aktuellen S24 Kollektion bestehen 75% aller VAUDE-Produkte überwiegend aus recycelten oder biobasierten Materialien.

** vaude.com/de-DE/Unternehmen/UEber-VAUDE/klimaneutral/

Unsere wissenschaftsbasierten Ziele

verifiziert von der Science Based Targets Initiative (SBTi)



Bis 2026

Reduzierung der Emissionen bei Fuhrpark und Heizung

VAUDE verpflichtet sich, die absoluten Scope 1 Treibhausgas-Emissionen bis 2026 um 45 % zu reduzieren, ausgehend vom Basisjahr 2019.

Bis 2030

Ökostrom am deutschen Firmensitz

VAUDE verpflichtet sich, bis 2030 weiterhin jährlich 100 % Strom aus erneuerbaren Energien zu beziehen. (Scope 2)

Bis 2030

CO2-Einsparungen in der Lieferkette

VAUDE verpflichtet sich, die absoluten Scope 3 Treibhausgas-Emissionen für eingekaufte Güter und Dienstleistungen bis 2030 um 50 % zu reduzieren, ausgehend vom Basisjahr 2019.



Maßnahmen zur Reduzierung von Emissionen aus unserem eigenen Energieverbrauch:

- Eigene Photovoltaikanlage
- LED-Beleuchtung im gesamten Unternehmen
- Energieeffizientes Firmengebäude
- Energiemanagement für z.B. Maschinenpark
- Ausbau E-Mobilität
- Aufklärung zum Gas- und Stromverbrauch
- Energiesparende Maßnahmen im Winter

[< INHALTSVERZEICHNIS](#)



Großer Hebel durch klimafreundliche Materialien:

- Ziel: Produkte mehrheitlich aus aus biobasierten/ recycelten Rohstoffen
- Anteil Sommer 24: 75 %
- Einsparung fossiler Rohstoffe und Reduktion Emissionen.



Größte Herausforderung: Energieeinsparung und Umstieg auf erneuerbare Energien in der globalen Lieferkette

- Kooperationen und Zusammenarbeit mit anderen Outdoor-Marken
- EOG Climate Action Project > Unterstützung unserer Lieferanten
- Fokus auf schnelle und effektive Maßnahmen zum Energiesparen bzw. zum Umstieg auf erneuerbare Energiequellen



Weniger blabla, mehr handeln

- **für eine faire Globalisierung**
100 % unserer Produktionsstätten sind auditiert
Leader-Status Fair Wear seit 2015
- **für nachhaltigen Konsum**
71 % Green Shape Anteil (S24 Kollektion)
73 % Grüner Knopf-Anteil (S24 Kollektion)
- **für neue Wege in unserem Wirtschaftssystem**
Gemeinwohlabilanzierung seit 2014





VAUDE

Schrittweise zum PFC-Verzicht mit Eco-Finish

- Konsumenten erwarten von Outdoor-Ausrüstung, dass sie frei von Schadstoffen sind, wie bspw. PFAS/PFC (s. Studie Seite 7)
- Seit 2021 sind bei VAUDE alle Materialien für Bekleidung, Rucksäcke und Schuhe vollständig PFAS-frei
- Bereits seit 2011 verwendet VAUDE keine poly- und perfluorierten Chemikalien (PFCs), die zu der Gruppe der PFAS gehören, in wasserdichten Membranen. In den folgenden Jahren gelang es VAUDE, den Einsatz von PFCs in schmutz- und wasserabweisenden Ausrüstungen aus immer mehr Teilen der Kollektion zu verbannen:
- Mit dem freiwilligen PFC-Ausstieg gehen wir schon seit langem weit über die gesetzlichen Anforderungen hinaus.
- VAUDE zeigt heute als Vorreiter und Pionier, dass es möglich ist, PFC-freie Alternativen anzubieten, ohne dass unsere Kunden auf wichtige Funktionalität verzichten müssen.

„Mit wissenschaftlichen Tests legen wir die Basis für erfolgreiche Produkte“

Kai Vogt, Head of innovation and textile hardware



Innovationen für besseres Sitzen

- Wir unterstützen Radler*innen dabei, ihre individuellen Fahrrad-Aktivitäten zu genießen.
- Im Rahmen von vier ausführlichen Studien haben wir verschiedene Aspekte wissenschaftlich untersucht.
- Die Ergebnisse ließen wir in die Entwicklung der Sitzpolster einfließen.
- Die Polster liegen im Sitzen angenehm an und dämpfen den Druck optimal
- Die Pads werden unter anderem aus biobasierten und recycelten Materialien hergestellt.



3



Highlights

„Weniger Umwelt- auswirkungen durch biobasierte oder recycelte Materialien*!“

René Bethmann, Innovations-Management



„Wir schaffen innovative Produkte, Lösungen und Dienstleistungen, die umweltfreundlich und fair sind. Durch nachhaltige Qualität und kreislauffähige Systeme minimieren wir unseren ökologischen Fußabdruck. Damit nehmen wir Rücksicht auf planetare Grenzen und sind Treiber und Vorbild für verantwortungsvolles globales Wirtschaften.“

* 75 % unserer Artikel haben einen Anteil an recycelten oder biobasierten Materialien, der größer 50 % ist.

RECYCLE

Wiederverwenden statt wegwerfen macht die Welt zu einem besseren Ort.



Outdoor-Ausrüstung aus Recycling-Materialien.

REcyclelte Materialien tragen zum Klimaschutz bei

Schont fossile **RE**ssourcen und damit die Umwelt

CO₂-**RE**duktion durch Wiederverwertung gebrauchter Produkte



RETHINK!

Creating circularity can change our world.

**Outdoor-Ausrüstung neu
gedacht für Kreislaufkonzepte
zur Abfallvermeidung und
Wiederverwertung.**

alle Teile
bestehen aus
REcycltem Polyester;
andersgeartete
Teile lassen sich
abnehmen

REssourcen-
sparende und effiziente
Materialschnitte

robuste, leicht
REparierbare
und langlebige
Produkte

NO BUT FOR YOUR BUTT

**Idealer Sitzkomfort für
unsere Radhosen**

Aus biobasierten
und recycelten
Materialien

Drei komplett
neu entwickelte
Sitzpolster

Studienbasierte
Entwicklung nach
Einsatzbereich und
Geschlecht.

4



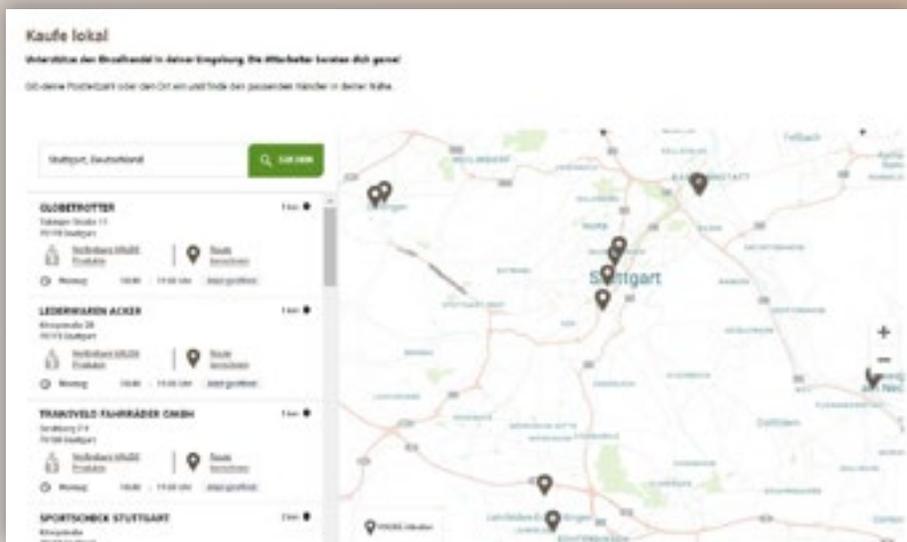
**Wir unterstützen
den Fachhandel**

„Ich bin begeistert!“

Seit wir das OUTTRA System einsetzen, kommen immer wieder Kunden zu uns ins Geschäft, weil das online ausgewählte Produkt stationär bei uns verfügbar ist. Dieser Service wird geschätzt.“

Claudia Schettel, Inhaberin,
Sport & Mode Schettel

OUTTRA



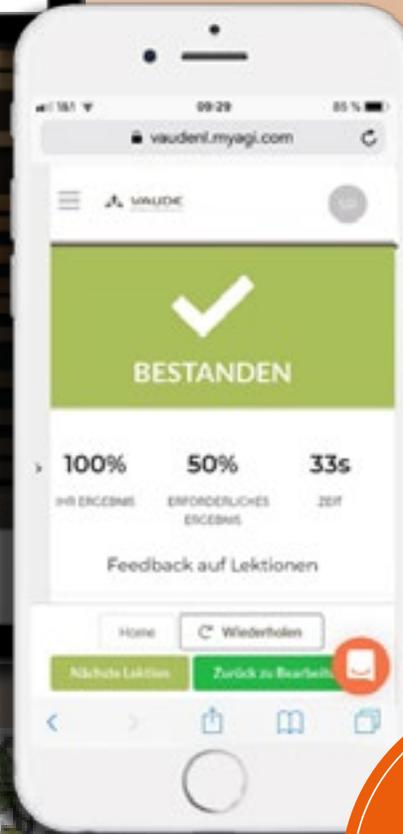
Digitale Dienstleistungen für unsere Kunden (über unseren Partner OUTTRA)

- **Einfacher Zugriff auf Produktdaten und Bilder** für den eigenen Online Shop (OUTTRA Data & Image Hub)
- **Höhere Sichtbarkeit** durch Einbindung der Warenverfügbarkeiten von Fachhändlern auf vaude.com (OUTTRA Where-To-Buy Local)
- **Zusätzliche, detaillierte Produktinformationen** auf Händler Websites (OUTTRA Product Lens)



Unser umfangreiches
POS-Material findest du
in unserer
Marketingmappe S24:



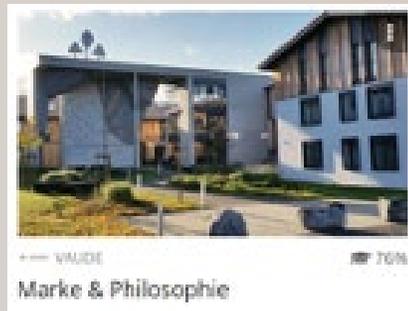


Online Schulungen

- Online Trainings mit Erfolgskontrolle
- Allgemeine Schulungen zu Marke & Nachhaltigkeit sowie produktbezogene Lektionen
- Kostenlose Nutzung
- beinhaltet umfangreiches Expertenwissen:
 - 12 Themenbereiche rund um Marke und alle VAUDE Produkt-Hauptgruppen
 - 125 Lektionen bestehend aus Schulungstext, Video und Quiz



VAUDE 76%
Outdoor Sports - Produktwissen - Rucksäcke



VAUDE 76%
Marke & Philosophie



VAUDE 76%
Nachhaltige Materialien

Jetzt mit
**über 100
Lektionen**
!



Green Shape Campus – wir vermitteln nachhaltige Kompetenz.

- Wir bilden Verkäufer*innen zu Ansprechpartnern für Nachhaltigkeit aus
- Nach dem Training können die Teilnehmer*innen ihre jeweiligen Kund*innen auf der Fläche informieren und kompetent beraten.





Das VAUDE Premium Partner Konzept

Vorteile

- Kompetenzen rund um den Reparaturservice für mehr Kundenzufriedenheit beim Endverbraucher
- Ersatzteilbox mit den wichtigsten Ersatzteilen
- Gesamtes VAUDE Sortiment über den Premium Partner bestellbar
- Regelmäßige Schulungen zu Produkt-, Service- und Nachhaltigkeitsthemen
- Spezielle Premium Partner POS Materialien (Präsentier, Aufsteller, Holzdisplay, Aufkleber)
- Ausgewähltes Give-away
- Exklusive Logo-Nutzung als VAUDE Premium Partner



**Danke, dass
Ihr uns auf
diesem Weg
begleitet.**

 **VAUDE**
The Spirit of Mountain Sports