CLIMB GREEN-MANIFEST

BEDEUTUNG | HINTERGRUND | ZIEL

CLIMB GREEN IN WENIGEN WORTEN

Wie würdest du in einem Satz beschreiben, wofür das Climb Green-Label steht?

„Ein dynamisches, intern entwickeltes Label für ein Produkt, das in seiner jeweiligen Produktgruppe die derzeit höchsten Standards in puncto verantwortungsvollen Designs und verantwortungsvoller Produktion auf dem Markt erfüllt."

Klingt ein bisschen vage? Vielleicht … Aber mit diesem Statement versuchen wir, eine sehr komplexe Sache in knappen Worten zusammenzufassen. Wir erklären das Ganze später noch genauer. Die wichtigste Botschaft ist, dass du mit dem Label Climb Green auf einen Blick siehst, welches Kletterprodukt das verantwortungsvollste auf dem Markt ist.

Leuchtet das ein? Prima! Also schauen wir uns das Ein-Satz-Statement oben mal Punkt für Punkt an …

EHE WIR LOSLEGEN, SOLLTEN WIR ABER KLÄREN, WAS WIR UNTER „VERANTWORTUNGSVOLL" VERSTEHEN

Dir ist bestimmt aufgefallen, dass wir nicht von „nachhaltig" sprechen, sondern von „verantwortungsvoll". Dafür gibt es mehrere Gründe. Die reale Bedrohung durch den Klimawandel führt uns als Gesellschaft vor Augen, wie wichtig eine funktionierende Umwelt ist. Das Gute daran ist, dass immer mehr Verbraucherinnen und Verbraucher versuchen, ihren CO2-Fußabdruck zu reduzieren, und „nachhaltige" Produkte fordern. Deshalb versuchen viele Unternehmen mit Nachdruck, innovative Produkte zu entwickeln, die die Wünsche der Menschen erfüllen, und den desolaten Zustand unseres Planeten in eine andere Richtung zu lenken. Aber das hat auch eine negative Seite: Denn der Begriff „Nachhaltigkeit" wird oft dazu missbraucht, um Initiativen, die tatsächlich nicht viel bewirken, übertrieben positiv, in einem falschen Licht oder gar unwahr darzustellen. Diese Praxis ist bekannt als Greenwashing. Wörtlich bedeutet „nachhaltig", etwas auf einem bestimmten Niveau zu halten. Also die Bedürfnisse heutiger Generationen auf sichere Weise zu erfüllen, ohne die Bedürfnisse zukünftiger Generationen zu vernachlässigen, und dabei Wirtschaftswachstum, Umweltschutz und sozialen Wohlstand im Gleichgewicht zu halten. Mit anderen Worten: Etwas, das „nachhaltig" ist, darf nicht umweltschädlich sein bzw. muss sich auf die Umwelt verstärkt positiv und nicht verstärkt negativ auswirken. Wir müssen wohl ehrlich zugeben, dass das heutzutage so gut wie nie der Fall ist. In einer Welt, in der wir aufgrund politischer und gesellschaftlicher Überlegungen nicht einfach alles von heute auf morgen verändern können, sollten wir zumindest versuchen, uns durch schrittweise Verbesserungen in die richtige Richtung zu bewegen und einer langfristigen Vision zu folgen. Alles andere wäre unverantwortlich. Bei dem, was wir erreichen wollen – nämlich uns unsere Situation bewusst zu machen und verantwortungsvoll zu handeln – fühlt sich das nach einem aufrichtigeren und ehrlicheren Ansatz an. Und deshalb ersetzen wir in diesem Text sowie in unserer allgemeinen Unternehmensvision und -kommunikation den Begriff „nachhaltig" auch so oft wie möglich durch „verantwortungsvoll".

Für uns beinhaltet der Begriff „verantwortungsvoll" eine ökologische und gesellschaftliche Dimension und damit Bereiche, die in unseren Augen wichtig und schützenswert sind. Jahrzehntelang wurden gesellschaftliche Normen diskutiert – heute sind sie gut definiert. Dagegen ist der Bereich der produktbezogenen Umweltauswirkung viel jünger und breiter gefächert, weshalb hier auch die Gefahr

lauert, dass Interessen und Daten falsch eingeschätzt und interpretiert werden. Deshalb möchten wir die Gelegenheit nutzen, um unseren Standpunkt zu diesem Thema zu erklären – spezifisch im Zusammenhang mit Kletterprodukten. Das tun wir in zwei Schritten:

1. Wir versuchen, alle negativen Auswirkungen, die ein Produkt auf unsere Umwelt haben kann, zu verstehen.
2. Wir identifizieren mögliche Verfahren, um diese Auswirkungen systematisch zu reduzieren.

Für den ersten Schritt muss man zunächst einmal verstehen, dass ein Produkt viele negative Auswirkungen auf die Umwelt haben kann, die sich oft nicht wirklich nach ihrem Schweregrad einstufen lassen. Es gibt aber Leitfäden, die versuchen, die ökologische Auswirkung eines Produkts zu messen. Ein solcher Leitfaden ist die ISO 14040. Die Norm definiert Best Practices für Produktlebenszyklusanalysen auf der Grundlage mehrerer Wirkungskategorien: Klimawandel, Abbau der Ozonschicht, Versauerung, Anreicherung von Nährstoffen in Süßwasser, im Meer und an Land, photochemische Ozonbildung, Abbau abiotischer Ressourcen (Mineralien, Metalle, fossile Brennstoffe), Humantoxizität, Ökotoxizität, Wassernutzung, Landnutzung, ionisierende Strahlung und Feinstaub. Alle diese Aspekte sind schädlich für die Umwelt – die damit verbundenen Risiken sollten also gesenkt, oder besser noch, direkt vermieden werden. Du hast mittlerweile wahrscheinlich eine Vorstellung davon bekommen, wie umfangreich dieses Thema ist … Wir stehen also vor einer Riesenaufgabe. Aber genau wie beim Klettern wollen wir diese Probleme Stück für Stück – also quasi Pitch für Pitch – angehen.

Was den zweiten Schritt betrifft, so gibt es viele mögliche Ansätze. Eines unserer Mantras lautet „Reduce, Reuse, Recycle“. Die Reihenfolge dieser drei Rs ist ganz entscheidend und nicht zu ignorieren, weil die drei Begriffe die Bedeutung oder besser gesagt die Wirksamkeit dieser Maßnahmen hervorheben, wenn es darum geht, ökologische Schäden zu verringern.

Das erste R steht für „Reduce“ (Reduzieren) und beschreibt den Wegfall, den Ersatz oder die Verkleinerung von etwas, das ursprünglich Bestandteil eines Produkts war. Einfach gesagt: Etwas, das es nicht gibt, kann auch nicht die Umwelt schädigen.

Das zweite R, „Reuse“ (Wiederverwenden), nimmt den mittleren Platz in der Wirksamkeitskette ein; hierbei wird – wie der Name schon sagt – eine Komponente für etwas anderes wiederverwendet. Der mit der Komponente verbundene Schaden wurde bereits angerichtet. Aber beim Wiederverwenden entstehen keine weiteren Schäden.

Das dritte R, „Recycle“ (Wiederaufbereiten), ist die am wenigsten effektive Maßnahme, aber immer noch die beliebteste der 3R und in den letzten Jahren zu einem echten Schlagwort geworden. „Recyclen“ bedeutet, dass etwas, das bereits hergestellt wurde, wiederaufbereitet werden muss, bevor es in den Lebenszyklus eines Produkts zurückgeführt werden kann. Das verhindert zwar, dass ein Produkt weggeworfen wird, wodurch die Abfallmenge und der Bedarf an Rohstoffen reduziert wird (was erklärt, warum dieses Wort oft mit „Reuse“ verwechselt wird). Die Wiederaufbereitung der Materialien verbraucht aber immer noch Ressourcen (z. B. Energie).

Sehen wir uns ein Beispiel an: Unser Kletterseil Parrot 9,6 mm enthält Garnreste aus unseren Produktionsprozessen. Das Garn wird neu aufgespult und kann direkt wieder in der Seilproduktion eingesetzt – und damit wiederverwendet – werden. Für unser Kletterseil Neo 3R 9,8 mm werden Garnreste aus der Produktion geschreddert, gesammelt, zu Regranulat verarbeitet, geschmolzen und ausgesponnen, also recycelt, In diesem Beispiel kommen beim Parrot 9,8 mm Seilreste zum Einsatz, die *vor* dem Flechten anfallen, und beim Neo 3R Seilreste, die *nach* dem Flechten anfallen Beide Initiativen gehen unterschiedliche Probleme an und nutzen zwei unterschiedliche Lösungen, um die ökologischen Auswirkungen insgesamt zu reduzieren.

Damit hätten wir das 3R-Konzept geklärt. Dieses Ranking bietet uns eine erste Orientierung, wenn wir die Bedeutung von nichtquantifizierbaren Initiativen für ein bestimmtes Produkt auswerten. Wenn du weiterliest, wirst du sehen, dass das eine der Herausforderungen ist, wenn wir versuchen zu bestimmen, wie ein „verantwortungsvolleres" Produkt aussehen sollte. Bitte beachte aber, dass ein pauschales Urteil trotzdem schwierig bleibt. Wir müssen uns immer vor Augen halten, dass es viele verschiedene Arten von Umweltschäden gibt, die wir von Fall zu Fall definieren und mit den Produkten in Beziehung setzen müssen.

„Verantwortungsvoller" bedeutet weniger Auswirkungen in einer oder mehreren Wirkungskategorien.

Um dem potenziellen Missbrauch von als nachhaltig deklarierten Maßnahmen (also Greenwashing) entgegenzuwirken, legen unabhängige Drittparteien wie bluesign (Chemikalien) oder Fair Wear (Sozialstandards innerhalb der Lieferkette), die Mindeststandards fest, die ein Produkt erfüllen muss, um sich für das jeweilige Label zu qualifizieren. Wenn das nicht möglich ist, weil für eine bestimmte Wirkungskategorie zum Beispiel kein Label existiert, bleibt nur, kompromisslos transparent zu sein.

EIN INTERN ENTWICKELTES LABEL? WESHALB WIR NOCH EIN LABEL BRAUCHEN

Angesichts der schwindenden Glaubwürdigkeit des Begriffs „Nachhaltigkeit" und von „nachhaltigen" Labels im Allgemeinen, fragst du dich vielleicht, wie glaubwürdig ein weiteres solches Label ist, das von einem Hersteller selbst entwickelt wurde. Auch wir haben uns diese Frage gestellt.

Aber wir haben das Gefühl, dass die bestehenden Labels der sehr spezialisierten und vielschichtigen Kletterausrüstung nicht gerecht werden und deren Umweltauswirkungen manchmal nicht ausreichend widerspiegeln können. Wir suchen zwar ständig nach umweltfreundlichen Optionen für unsere Produkte, müssen aber bedenken, dass der Entwicklungsspielraum für persönliche Schutzausrüstung, also für Produkte, denen man sein Leben anvertraut, begrenzt ist und keine Kompromisse zulässt.

Trotzdem möchten wir, dass unsere Kundinnen und Kunden schnell und einfach erkennen können, welches Produkt in einer bestimmten Kategorie am besten für die Umwelt ist. Die verantwortungsvollste – und natürlich auch nachhaltigste – Vorgehensweise wäre es natürlich, erst gar kein Produkt zu kaufen. Aber das ist schlicht unrealistisch. Und deshalb solltest du das Produkt auswählen können, das die Umwelt am wenigsten beeinträchtigt. Sprich: das verantwortungsvollste Produkt. Und genau dabei soll dir unser Climb Green Label helfen.

Abschließend möchten wir noch ergänzen, dass Labels die Kommunikation komplexer Sachverhalte erleichtern können, weil man mit ihnen Themen und Ideen, die für mehrere Produkte gelten, zentral erklären und vermitteln kann. So wie in diesem Dokument 😊

Wir müssen jedoch auch anerkennen, dass der Rahmen, in dem solche Labels verwendet werden, nicht statisch ist. Neben technologischem Fortschritt und internen Bewertungen entwickeln sich auch externe Erwartungen und zunehmend regulatorische Anforderungen rasch weiter. Was heute über intern definierte Ansätze kommuniziert wird, kann künftig strengeren, harmonisierten und rechtsverbindlichen Standards unterliegen.

NEUER REGULATORISCHER RAHMEN – EMPOWERING CONSUMERS DIRECTIVE (UCPD)

Mit der fortlaufenden Weiterentwicklung des regulatorischen Rahmens innerhalb der Europäischen Union verändert sich auch die Art und Weise grundlegend, wie Umweltaussagen kommuniziert werden dürfen. Eine der wichtigsten Entwicklungen in diesem Zusammenhang ist die sogenannte „Empowering Consumers Directive", mit der die Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken (UCPD) geändert wird und die am 27.09.2027 wirksam wird.

Das Ziel dieser Richtlinie ist klar: Der Verbraucherschutz soll gestärkt werden, indem sichergestellt wird, dass Umweltaussagen transparent, belegt und nicht irreführend sind. Insbesondere richtet sie sich gegen vage oder nicht überprüfbare Aussagen, die zu Greenwashing führen können. Allgemeine Aussagen wie „umweltfreundlich“ erfordern zunehmend klare Nachweise, belastbare Methoden und, soweit anwendbar, standardisierte Kennzahlen.

Im Kern adressiert die Richtlinie genau die Herausforderung, vor der intern definierte Labels wie Climb Green stehen: Wie lassen sich komplexe und mehrdimensionale Produktbewertungen so kommunizieren, dass sie sowohl ehrlich als auch über den gesamten Markt hinweg vergleichbar sind?

Obwohl wir stets versucht haben, Verantwortung so transparent und ehrlich wie möglich zu kommunizieren, bleibt Climb Green ein intern definiertes und seinem Wesen nach ganzheitliches Bewertungsinstrument. Seine Stärke liegt gerade darin, mehrere Dimensionen gleichzeitig zu berücksichtigen. Das bedeutet jedoch auch, dass sich die Bewertung nicht immer auf eine einzelne, universell standardisierte Kennzahl reduzieren lässt.

Daraus ergibt sich ein Spannungsfeld zu einem regulatorischen Ansatz, der darauf abzielt, Umweltkommunikation zu standardisieren und zu harmonisieren.

Wir begrüßen diese Entwicklungen auf EU-Ebene ausdrücklich. Mehr Transparenz, Vergleichbarkeit und Glaubwürdigkeit in der Umweltkommunikation entsprechen vollständig unserem eigenen Anspruch, Greenwashing entgegenzuwirken und fundiertere Kaufentscheidungen zu ermöglichen.

Vor diesem Hintergrund sehen wir es als unsere Verantwortung an, nicht nur unsere Produkte zu verbessern, sondern auch kontinuierlich zu hinterfragen, wie wir über sie kommunizieren.

Daher haben wir entschieden, die Zielsetzung der Richtlinie aktiv zu unterstützen und zu stärken:

Seit dem 27.09.2026 kennzeichnen wir innerhalb der Europäischen Union keine unserer Produkte mehr mit dem Climb Green-Claim.

Gleichzeitig sind wir weiterhin davon überzeugt, dass der Climb Green-Ansatz dort eine sinnvolle Orientierung bietet, wo vergleichbare regulatorische Rahmenbedingungen noch nicht bestehen. Deshalb **verwenden wir das Climb Green-Label auf Märkten außerhalb der EU** weiterhin als transparenten Wegweiser, um innerhalb einer Produktkategorie vergleichsweise verantwortungsvollere Produktalternativen zu erkennen.

Auf diese Weise bleibt Climb Green das, was es immer sein sollte: ein Instrument, das bessere Entscheidungen unterstützt, dort eingesetzt, wo es Orientierung schafft, und dort angepasst, wo neue Standards einen anderen Ansatz erfordern.

Dieser Schritt entspricht unserem Verständnis von Verantwortung nicht nur bei Produktdesign und Herstellung, sondern auch in der Kommunikation, im Einklang mit geltenden rechtlichen Rahmenbedingungen und auf Grundlage von Transparenz und Ehrlichkeit.

HÖCHSTER STANDARD AUF DEM MARKT? DAS NICHT MESSBARE MESSEN

Wenn wir uns dazu verpflichten wollen, immer das Produkt mit den geringsten Umweltauswirkungen anzubieten bzw. zu kaufen, müssen wir den gesamten Markt als Maßstab nehmen. Bloß: Wer definiert, was der gesamte Markt ist, und wie? Aus Erfahrung wissen wir, dass die Möglichkeiten, ein bestimmtes Produkt auf verantwortungsvolle Weise herzustellen, von Produktgruppe zu Produktgruppe sehr unterschiedlich sind. Deshalb müssen wir den gesamten Markt immer für eine bestimmte Produktgruppe definieren. Ein Karabiner kann zurzeit kein bluesign-Produkt sein, ein Seil kann nicht als

„Fair Trade“ gekennzeichnet werden, ein Klettergurt kann (noch) nicht vernünftig aus Pflanzenfasern hergestellt werden usw.

Wir sollten uns jedoch darüber im Klaren sein, dass es sich hierbei nicht um eine exakte Wissenschaft handelt. Es gibt möglicherweise Alternativen auf dem Markt, die auf genauso vielen verantwortungsvollen Faktoren basieren – nur manchmal eben auf anderen. In solchen Fällen ist unser Climb Green-Produkt vielleicht nicht immer die beste Option, aber zumindest eine genauso gute und verantwortungsvolle Wahl innerhalb der jeweiligen Produktkategorie. Unser Ziel ist es, den gesamten Markt zu verstehen, damit wir transparente und objektive Urteile fällen können. Trotzdem ist uns klar, dass unsere Beurteilungen nicht immer auf wissenschaftlichen Studien basieren können und wir in diesen Fällen auf unser bestes Urteil vertrauen müssen. Das kann zu Diskussionen führen, die wir aber immer gerne führen. Und wir versuchen stets, unsere Überlegungen so gut wie möglich zu begründen. In jedem Fall sind wir um bestmögliche Transparenz bemüht.

EIN DYNAMISCHES LABEL? WARUM EHRLICHKEIT SO WICHTIG IST

Um den oben genannten Punkten gerecht zu werden und ein ehrliches Produktlabel zu schaffen, das dir die verantwortungsvollste Option in einer Produktkategorie zu einem bestimmten Zeitpunkt zeigt, muss eins von Anfang an klar sein: Die Umstände können sich ändern. Die Climb Green-Label werden Produkten nicht dauerhaft verliehen. Bei all den Bemühungen, die Auswirkungen unseres Konsumverhaltens zu verringern, und den vielen Fortschritten in der Technologie ist es unvermeidlich, dass etwas, das heute als Climb Green-Produkt bewertet wird, morgen vielleicht keins mehr ist. Die Märkte verändern sich und dann können neue Produkte – ob sie von uns oder anderen Unternehmen sind – eine verantwortungsvollere Option sein. Der Begriff „dynamisch“ sollte – vielleicht in erstere Linie uns selbst – daran erinnern, dass wir unsere Produkte immer wieder hinterfragen und uns selbst die Aufgabe stellen müssen, ihre ökologischen (und gesellschaftlichen) Auswirkungen zu reduzieren. Denn solange wir Produkte herstellen, haben wir eine gewisse Verantwortung und hinterlassen einen Fußabdruck auf diesem Planeten. Diese Dynamik betrifft selbstverständlich nicht nur den technologischen Fortschritt und die Marktentwicklung, sondern auch den regulatorischen Kontext, in dem ein solches Label besteht.

WAS WIR AKTUELL ALS HÖCHSTEN STANDARD IN PUNCTO VERANTWORTUNG IN JEDER PRODUKTGRUPPE MIT EINEM CLIMB GREEN-PRODUKT BETRACHTEN

Die folgende Tabelle zeigt unsere Produktgruppen, die zurzeit Produkte enthalten, die sich für das Label Climb Green qualifizieren. Für jede Gruppe sind die (kumulativen) Kriterien angegeben, die unserer Meinung nach den höchsten Standard an Verantwortung erfüllen. Manche Kriterien schließen sich gegenseitig aus und sind deshalb mit einem „|“ gekennzeichnet, was für „oder“ steht. In Kategorien, die nicht in der Liste aufgeführt sind, halten wir derzeit keines unserer Produkte für die verantwortungsvollste Option, entweder weil ein Produkt eines anderen Herstellers dieses Kriterium erfüllt (z. B. ein Kletterschuh mit einer Sohle aus einer nach dem Global Recycling Standard (GRS) zertifizierten Gummimischung), oder einfach, weil es aktuell kein herausragendes Produkt auf dem Markt gibt, das sich als verantwortungsvollste Option qualifiziert.

PRODUKTKATEGORIE	UNTERKATEGORIE	KRITERIEN
Seile	Dynamische DRY Seile	PFC-freie (UIAA Dry) und bluesign®-zertifizierte Materialien
	Dynamische Seile	Wiederverwendetes Garn | Recyceltes Garn und bluesign®-Produkt
	Statikseile	Recyceltes Garn und bluesign®-zertifizierte Materialien
Gurte	-	Recycelte Materialien inkl. lasttragende Bänder + bluesign® zertifizierte Materialien

Helme	-	Recycelte tragende Materialien
Schlingen/Bänder	-	Bio-basierte Garne | Recycelte Garne
Karabiner	Aluminium	Ohne Eloxierung und mit Verstärkung aus Stahl
Zubehör		Recycelte Materialien | Wiederverwendete Materialien
Chalkbags	-	bluesign®-Produkt

CLIMB GREEN-MANIFEST

HÄUFIG GESTELLTE FRAGEN

WAS IST DAS CLIMB GREEN-LABEL?

Ein dynamisches, intern entwickeltes Label für ein Produkt, das in seiner jeweiligen Produktgruppe die derzeit höchsten Standards in puncto verantwortungsvollen Designs und verantwortungsvoller Produktion auf dem Markt erfüllt.

WELCHE ABSICHT VERFOLGT DAS CLIMB GREEN-LABEL?

Produkte herzustellen und anzubieten, die unsere Umwelt weniger belasten als andere vergleichbare Produkte, ist der erste Schritt. Das ist aber nur dann sinnvoll, wenn diese Produkte auch gekauft werden – und nicht ihre Alternativen. Damit das passiert, müssen wir diese verantwortungsvollen Produkte sichtbar machen. Indem wir ein Produkt mit dem Label Climb Green kennzeichnen, möchten wir die verantwortungsvollste Produktoption, die aktuell in einer bestimmtem Produktgruppe erhältlich ist, auch optisch hervorheben. Am nachhaltigsten ist es, ein Produkt gar nicht erst zu kaufen. Aber wenn du es doch tust, kannst du jetzt die umweltfreundlichste Option wählen.

DAS LABEL CLIMB GREEN IST PLÖTZLICH VON EINEM BESTIMMTEN PRODUKT AUF EURER WEBSITE VERSCHWUNDEN. WARUM?

Das kann mehrere Gründe haben:

1. Ein anderes Produkt ist mittlerweile die verantwortungsvollere Alternative in der betreffenden Produktkategorie.
2. Die Kriterien, auf denen die Vergabe des Climb Green-Labels bislang basierte, sind mittlerweile Branchenstandard und heben sich deshalb nicht mehr ab.
3. Wir haben einen Fehler festgestellt und korrigiert.
4. Regulatorische Anforderungen haben sich in bestimmten Märkten weiterentwickelt und erlauben es möglicherweise nicht mehr, das Label in seiner bisherigen Form zu verwenden.

Insbesondere innerhalb der Europäischen Union befindet sich der regulatorische Rahmen für Umweltaussagen derzeit in einem grundlegenden Wandel. Die sogenannte „Empowering Consumers Directive“, mit der die Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken (UCPD) geändert wird, führt strengere Anforderungen an die Kommunikation von Umweltaussagen ein.

Diese Entwicklungen sollen sicherstellen, dass entsprechende Aussagen:

- ✓ transparent,
- ✓ überprüfbar und

- ✓ marktweit vergleichbar sind.

Da Climb Green ein intern definiertes Label ist, das auf einer ganzheitlichen und mehrdimensionalen Bewertung basiert, lässt es sich nicht immer in Form standardisierter und extern überprüfbarer Kennzahlen ausdrücken, wie es die Richtlinie zunehmend verlangt.

Aus diesem Grund haben wir entschieden, die Verwendung des Climb Green-Labels innerhalb der Europäischen Union im Einklang mit dem kommenden EU-Rechtsrahmen zum 27.09.2026 einzustellen.

Außerhalb der EU, wo vergleichbare regulatorische Rahmenbedingungen möglicherweise noch nicht bestehen, wird das Label weiterhin als Orientierungshilfe für verantwortungsvollere Kaufentscheidungen eingesetzt.

Unabhängig davon, ob das Label verwendet wird oder nicht, bleibt unser grundlegender Anspruch unverändert: die ökologischen und sozialen Auswirkungen unserer Produkte kontinuierlich zu reduzieren und darüber so transparent und ehrlich wie möglich zu kommunizieren.

WIE KANN ES SEIN, DASS EIN PRODUKT DAS CLIMB GREEN-LABEL HAT, OBWOHL ES AUF DEM MARKT EINE NOCH VERANTWORTUNGSVOLLERE ALTERNATIVE GIBT?

Dafür kann es drei Gründe geben:

1. Wir wussten noch nichts von dem Alternativprodukt. Wir beschäftigen uns zwar intensiv mit unseren Märkten und kennen uns dort ziemlich gut aus, aber auch wir machen Fehler. Deshalb freuen wir uns über jeden Hinweis zu alternativen Produkten.
2. Wir hatten noch nicht die Gelegenheit, zu reagieren. Die schnellste Reaktion von unserer Seite ist, die Infos auf unserer Website zu aktualisieren. Deshalb findest du dort auch immer den neuesten Status. Aber manchmal müssen wir zu Jahresbeginn auf das Sortimentsupdate warten, um nicht zu viel Verwirrung zu stiften. Der Grund ist: Es dauert einfach ein bisschen, die Label auf den physischen Produkten zu ändern. Außerdem können wir zum Beispiel keine Produkte neu kennzeichnen, die bereits hergestellt wurden und vor allem schon in den Handel gekommen sind. Manchmal dauert es mehrere Jahre, bis Produkte in den Verkehr gebracht werden. Aber wie schon gesagt, auf unserer Website findest du immer den aktuellen Status.
3. Wir sind nicht überzeugt, dass das andere Produkt unbedingt die verantwortungsvollere Option ist. Das Ganze ist natürlich ein wenig subjektiv. Aber wir versuchen, unsere Position deutlich zu machen und nach bestem Wissen und Gewissen zu handeln. Wie immer sind wir offen für Diskussionen über solche Themen.

WÄRE ES NICHT NOCH VERANTWORTUNGSVOLLER, WENN EDELRID DIE HERSTELLUNG VON PRODUKTEN KOMPLETT EINSTELLEN WÜRDE?

Das würde natürlich sämtliche Umweltschäden, die durch unsere Tätigkeiten entstehen, komplett auf Null reduzieren. Aber für die EDELRID Familie und unsere vielen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter wäre das wirklich nicht die verantwortungsvollste Lösung. Außerdem glauben wir, dass in unserer Gesellschaft ein sehr breiter Konsens darüber herrscht, dass das Konzept, das Leben auf nichts anderes als Fortpflanzung und Nahrungsaufnahme (ohne jede andere Form von Konsum) zu beschränken, einfach nicht zur Debatte steht. Natürlich wäre das eine äußerst nachhaltige Existenzform für die Menschheit. Aber das muss an anderer Stelle diskutiert werden. Solange wir uns frei in der vertikalen Welt bewegen wollen, brauchen wir die entsprechenden Produkte. Und was den verantwortungsvollen Wandel angeht, so sind wir überzeugt, dass wir im Bereich Klettern und Höhenarbeiten einen wichtigen positiven Beitrag leisten. Wir gehören zu den Unternehmen, die den Wandel von Produkten in diesen Bereichen am stärksten vorantreiben. Und solange das der Fall ist, sind wir – in aller Bescheidenheit – der Meinung, dass die Welt mit uns besser ist als ohne uns.

WARUM GIBT ES IN MANCHEN PRODUKTKATEGORIEN KEINE CLIMB GREEN-PRODUKTE?

In manchen Produktkategorien können wir einfach kein Produkt anbieten, von dem wir mit Sicherheit sagen können, dass es eine verantwortungsvollere Wahl ist als das, was derzeit auf dem Markt erhältlich ist. Vielleicht können wir mit unseren Mitteln kein solches Produkt herstellen. Oder wir wissen nicht genug über die Auswirkungen eines bestimmten Produkts, um es grundlegend zu verändern. Oder eine solche Weiterentwicklung ist zurzeit technisch nicht möglich. Am Ende dürfen wir nicht vergessen, dass von persönlicher Schutzausrüstung Menschenleben abhängen. Deshalb spielen Sicherheit und Funktionalität immer eine wichtigere Rolle als Umweltfreundlichkeit.

WIRD ES MEHR CLIMB GREEN-PRODUKTE GEBEN?

Es ist schwer zu sagen, ob es in Zukunft mehr oder weniger Climb Green-Produkte geben wird. Wir können aber mit Sicherheit sagen, dass wir immer versuchen werden, die ökologischen und sozialen Auswirkungen unserer Produkte zu reduzieren. Aber per definitionem werden wahrscheinlich andere, verantwortungsvollere Alternativen auf den Markt kommen; und dann wird aus einem ehemaligen Climb Green-Kriterium ein allgemeiner Standard, den wir nur unterstützen können, wenn mehr Hersteller dasselbe tun. Langfristig werden aber vielleicht auch andere Hersteller daran interessiert sein, sich dem Climb Green-Standard anzuschließen und ihn weiterzuentwickeln, sodass wir einen marktweiten Standard und Austausch etablieren können. Wir würden uns sehr freuen, wenn unsere Mitbewerber mit uns an einem Strang ziehen würden!

DAS GANZE IST DOCH TOTAL WILLKÜRLICH UND BLÖDSINNIG!

Das stimmt – das Ganze hat eine gewisse Willkür. Schließlich ist es ein Label, das wir selbst- entwickelt haben – und zwar für unsere eigenen Produkte. Außerdem ist unsere Verantwortung gegenüber der Umwelt so mannigfaltig, dass sie sich nicht immer bemessen, quantifizieren und eindeutig berechnen lässt. Aber: Wir sind überzeugt, dass unser Ansatz letztendlich eine positive Wirkung hat. Und wir können nur versuchen, unsere Überlegungen so transparent wie möglich zu kommunizieren. Wir sind bemüht, unser Wissen in diesem Bereich immer weiter auszubauen. Wenn also etwas unklar bleibt oder du konstruktive Verbesserungsvorschläge hast, laden wir dich, die Endbenutzer*innen unserer Produkte und auch unsere Mitbewerber*innen, ein, uns einfach direkt zu kontaktieren, damit wir unsere Ideen austauschen können.

CLIMB GREEN-MANIFEST

LISTE DER PRODUKTE MIT CLIMB GREEN-LABEL FÜR 2025

Die folgende Liste wird mindestens einmal im Jahr aktualisiert, um einen praktischen Überblick über die aktuellen Climb Green-Produkte zu bieten.

PRODUKTKATEGORIE	MODELLNUMMER	PRODUKTNAME	BEGRÜNDUNG FÜR DAS LABEL
Dynamische DRY Seile	71357	Swift 48 2R Eco Dry 8,9 mm	Wiederverwendetes Garn + PFC-freie (UIAA Dry) und bluesign®-zertifizierte Materialien

PRODUKTKATEGORIE	MODELLNUMMER	PRODUKTNAME	BEGRÜNDUNG FÜR DAS LABEL
Dynamische Seile	71336	Neo 100 3R 9,8 mm	100% Recyceltes Garn und bluesign®-Produkt
Dynamische Seile	71366	Birdlime 1R 9,8 mm	Teilweise biobasiertes Garn
Dynamische Seile	71500	Parrot 9,8 mm	Wiederverwendetes Garn und bluesign®-Produkt
Dynamische Seile	71363	Parrot 2R 9,6 mm	Wiederverwendetes Garn und bluesign®-Produkt
Dynamische Seile	71245	Boa Eco 9,8 mm	Wiederverwendetes Garn und bluesign®-Produkt
Dynamische Seile	71364	Boa Eco 2R 9,6 mm	Wiederverwendetes Garn und bluesign®-Produkt
Statikseile	83242	Bucco 11,8 mm	Recyceltes Garn und bluesign®-zertifizierte Materialien
Statikseile	83248	Jacamar 12,5 mm	Recyceltes Garn und bluesign®-zertifizierte Materialien
Gurt	74931	Moe 3R	Recyceltes Material inkl. Lasttragende Bänder) + bluesign® zertifizierte Materialien
Helm	72051	Zodiac 3R	Recycelte tragende Materialien
Schlingen	73932	PES Schlinge 3R	Recycelte Garne
Karabiner	73757	HMS Bulletproof Belay FG Eco	Ohne Eloxierung und mit Verstärkung aus Stahl
Karabiner	73789	HMS Bulletproof Screw Eco	Ohne Eloxierung und mit Verstärkung aus Stahl
Karabiner	73790	HMS Bulletproof Triple Eco	Ohne Eloxierung und mit Verstärkung aus Stahl
Karabiner	73784	HMS Bulletproof Triple FG Eco	Ohne Eloxierung und mit Verstärkung aus Stahl
Karabiner	73785	HMS Bulletproof Screw FG Eco	Ohne Eloxierung und mit Verstärkung aus Stahl
Karabiner	73786	Bulletproof Screw Eco	Ohne Eloxierung und mit Verstärkung aus Stahl
Zubehör	74415	SM-Clip 3R	Recycelte Materialien
Zubehör	89008	Retrieval Cone 3R	Recycelte Materialien und wiederverwendete Schnüre
Chalkbags	72177	Boulder Bag Herkules	bluesign®-Produkt
Chalkbags	72178	Chalkbag Splitter Twist	bluesign®-Produkt
Chalkbags	72179	Chalkbag Monoblock	bluesign®-Produkt
Chalkbags	72180	Chalkbag Rodeo klein	bluesign®-Produkt
Chalkbags	72181	Chalkbag Rodeo groß	bluesign®-Produkt
Chalkbags	72185	Chalkbag Rodeo Tommy Caldwell	bluesign®-Produkt
Chalkbags	72182	Chalkbag Muffin	bluesign®-Produkt
Chalkbags	71284	DIY Chalkbag	bluesign®-Produkt

Produkte, die das Label Climb Green jetzt nicht mehr haben

PRODUKTKATEGORIE	MODELLNUMMER	PRODUKTNAME	BEGRÜNDUNG FÜR LABEL
Schlingen	73920	Dyneema® Schlinge 8 mm	Biobasierte Garne
Schlingen	73921	Dyneema® Schlinge 11 mm	Biobasierte Garne
Dynamische DRY Seile	71272	Swift Eco Dry 8,9 mm	PFC-freie Imprägnierung (UIAA Dry) und bluesign®-zertifizierte Materialien
Dynamische DRY Seile	71290	Hummingbird Eco Dry 9,2 mm	PFC-freie Imprägnierung (UIAA Dry) und bluesign®-zertifizierte Materialien

PRODUKTKATEGORIE	MODELLNUMMER	PRODUKTNAME	BEGRÜNDUNG FÜR LABEL
Dynamische DRY Seile	71341	Eagle Lite Eco Dry 9,5 mm	PFC-freie Imprägnierung (UIAA Dry) und bluesign®-zertifizierte Materialien
Dynamische DRY Seile	7131	Tommy Caldwell Eco Dry CT 9,3 mm	PFC-freie Imprägnierung (UIAA Dry) und bluesign®-zertifizierte Materialien
Dynamische DRY Seile	71334	Tommy Caldwell Eco Dry DT 9,6 mm	PFC-freie Imprägnierung (UIAA Dry) und bluesign®-zertifizierte Materialien
Dynamische DRY Seile	71335	Heron Eco Dry 9,8 mm	PFC-freie Imprägnierung (UIAA Dry) und bluesign®-zertifizierte Materialien
Dynamische DRY Seile	71292	Skimmer Eco Dry 7,1 mm	PFC-freie Imprägnierung (UIAA Dry) und bluesign®-zertifizierte Materialien
Dynamische Seile	71319	Neo 3R 9,8 mm	Recyceltes Garn und bluesign®-Produkt
Gurt	74327	Sendero	bluesign®-Produkt
Gurt	74328	Autana	bluesign®-Produkt
Gurt	74329	Sirana	bluesign®-Produkt
Gurt	74325	Jay	bluesign®-Produkt
Gurt	74326	Jayne	bluesign®-Produkt
Gurt	74913	Moe	bluesign®-Produkt
Gurt	74333	Finn	bluesign®-Produkt
Gurt	74908	Fraggle	bluesign®-Produkt
Gurt	74910	Kermit	bluesign®-Produkt
Karabiner	73808	Bulletproof Set	Verstärkung aus Stahl
Karabiner	73809	Bulletproof Straight	Stahlverstärkung
Karabiner	73810	Bulletproof Bent	Stahlverstärkung
Karabiner	73788	HMS Bulletproof Screw Eco	Ohne Eloxierung
Karabiner	73813	HMS Bulletproof Screw FG	Verstärkung aus Stahl
Karabiner	73815	HMS Bulletproof Triple FG	Verstärkung aus Stahl
Karabiner	73812	HMS Bulletproof Screw	Verstärkung aus Stahl
Karabiner	73814	HMS Bulletproof Triple	Verstärkung aus Stahl
Karabiner	83811	Bulletproof Screw	Verstärkung aus Stahl