

Interview. Antje von Dewitz übernahm vor zehn Jahren die Sportmarke Vaude von ihrem Vater. Ihr sozialer, ökologischer Ansatz bringt Preise - und Wettbewerbsnachteile. Der „Presse“ erklärte sie, warum sie das meiste in Asien produzieren lässt.

„Wir stoßen täglich an Schmerzgrenzen“

VON ANTONIA LÖFFLER

Die Presse: Wird es mühsam, immer als Vorzeigefirma präsentiert zu werden?

Antje von Dewitz: Nein, das bedeutet ja eine Wertschätzung für die Arbeit von Vaude. Andererseits ist es schade, dass wir noch immer eine Vorzeigefirma sind und es eine Ausnahme ist, ganzheitlich Verantwortung zu übernehmen.

Wieso ändert sich das nicht?

Alles, was wir im sozialen und ökologischen Bereich in den globalen Wertschöpfungsketten ma-

ÜBER GELD SPRICHT MAN

DiePresse.com/meingeld

chen, tun wir freiwillig. Alle Kosten und Mühen, die wir haben, führen zum Wettbewerbsnachteil. Als nachhaltiges Unternehmen werden wir eher bestraft, weil wir diese Kosten nicht eins zu eins an die Kunden weitergeben können. Daher setze ich mich stark für Rahmenbedingungen ein, die unternehmerische Verantwortung zum Standard erheben.

Verantwortung als Pflicht?

In gewissen Teilen. Giftstoffe sollten generell verboten werden. Es gibt auch den Ansatz, dass man die Mehrwertsteuer bei Reparaturdienstleistungen senkt und so die

Kreislaufwirtschaft fördert. Es muss nicht immer um Regulation und Verbote gehen.

Sie sagen, Sie haben einen Wettbewerbsnachteil. Aber Nachhaltigkeit ist wohl auch ein gutes Marketingwerkzeug.

Ja, für unsere Marke ist es sehr gut. So gelingt es zum Teil, Mehrkosten durch Mehrumsätze auszugleichen. Das funktioniert aber nur, weil wir ein Pionierunternehmen sind. Damit nachhaltiges Wirtschaften keine Ausnahme bleibt, braucht es gleiche Spielregeln für alle. Unter den heutigen Wirtschaftsbedingungen können wir davon ausgehen, dass wir eine Ausnahme bleiben. In einem Wirtschaftssystem, in dem vor allem die ökonomischen Kennzahlen stimmen müssen, gibt es für die meisten Unternehmen keine Motivation, diesen aufwendigen und kostspieligen Weg einzuschlagen.

Sie haben das ambitionierte Ziel, die umweltfreundlichste, sozialste, nachhaltigste Outdoor-Firma Europas zu werden. Aber Sie produzieren den Großteil in Asien. Geht das zusammen?

Unser Ziel ist es, in Europa und Deutschland zu produzieren, aber seit 30 Jahren finden 90 Prozent der globalen Textilproduktion in Asien statt. Wir haben bei uns in Tettang eine eigene Produktion, dort finden wir am schwierigsten Mitarbeiter. Und bei einem aufwendigen Produkt wie einem Rucksack, der aus vielen Komponenten besteht und viel Handarbeit erfordert, muss ich damit rechnen, dass er, wenn ich ihn in Deutschland produziere, 40 bis 50 Prozent teurer ist. Da wissen wir, dass die Mehrheit unserer Kunden nicht bereit wäre, so viel mehr dafür zu bezahlen. Wir bemühen uns, viel nach Europa zu holen. Aber im Kern geht es für uns darum, in Asien faire und ökologische Arbeitsbedingungen zu gestalten.

Wie wollen Sie die überwachen?

Mit den meisten Werken arbeiten wir seit vielen Jahren. Es geht um enge Partnerschaften und kontinuierliche Verbesserungen. In den Hauptproduktionsländern Vietnam und China haben wir eigene Mitarbeiter, die die Produktion qualitativ, sozial und ökologisch begleiten. Außerdem sind wir Mitglied der Fair Wear Foundation, die Standards für faire Textilien setzt und alle Werke auditiert. Wir können als Auftraggeber nicht in die Bücher der Produzenten schauen, die Auditoren schon. Wir werden als Hersteller auch selbst kontrolliert. Marken, die kein gutes Rating bekommen, dürfen das Logo nicht verwenden.

„In Schönheit und Ehre sterben ist auch nicht gut“, haben Sie einmal gesagt. Wo liegt Ihre Schmerzgrenze?

Das kann ich nicht so absolut beantworten. Jeder Schritt ist ein Ausbalancieren. Wenn man nachhaltig wirtschaftet, lässt man meh-

ZUR PERSON

Antje von Dewitz (*1972) übernahm 2009 den von ihrem Vater Albrecht von Dewitz gegründeten Bergsportausrüster Vaude mit Sitz im deutschen Tettang am Bodensee. Der Familienbetrieb ist sozial und ökologisch engagiert – noch stärker seit dem Generationswechsel. Von Dewitz erstellt eine Gemeinwohl-Bilanz und arbeitet mit dem WWF und der Fair Wear Foundation. Sie erhielt den österreichischen Trigos-Ehrenpreis für verantwortungsvolles Wirtschaften.



rere Sichtweisen zu. Auf der Werteskala stehen neben dem Finanziellen das Ökologische und das Soziale. Da gibt es ständig Zielkonflikte, für die wir gemeinsam um die beste Lösung ringen. Dabei stoßen wir täglich an Schmerzgrenzen.

Sie haben vor zehn Jahren von Ihrem Vater übernommen. Hat er Regeln hinterlassen?

Nicht in schriftlicher Form. Wir haben aber einige Jahre zusammengearbeitet, das war eine gute Grundlage.

Mit dem Wechsel kamen WWF, Fair Wear Foundation, Gemeinwohl-Bilanz. Eine Kurskorrektur?

Wir waren schon davor sozial und ökologisch engagiert. Wir hatten das Kinderhaus, den strengsten Textilstandard, ein Recyclingnetzwerk. Mit der Übernahme haben wir die Projekte zur durchgängigen Unternehmensstrategie erhoben.

Hatte Ihr Vater Mitspracherecht?

Ihm war es wichtig, dass die Produktentwicklung innovativ und Vaude marktfähig bleibt. Solange das gewährleistet ist, ist unser nachhaltiger Weg für ihn in Ordnung.

Weil Sie den Arbeitskräftemangel erwähnt haben: Sie sind stark in der Integration von Flüchtlingen engagiert. Mit Erfolg?

Wir engagieren uns seit 2015, bekamen erste Briefe, dass Mitarbeiter abgeschoben werden sollten. Ich habe eine Initiative mit anderen Firmen gegründet: Bleiberecht für Geflüchtete in Arbeit. Mittlerweile haben sich 170 Firmen mit 2500 geflüchteten Mitarbeitern angeschlossen. In Deutschland wurde ein Gesetz verabschiedet, das ein Bleiberecht ermöglicht, aber in der Realität trifft es auf die Wenigsten zu.

Wie ging es in Ihrer Firma aus?

Bei uns ist bisher keiner abgeschoben worden. Vielleicht hat unser

Engagement beigetragen, oder wir hatten einfach Glück. Im Unternehmerkreis der Initiative sind viele abgeschoben worden.

Wie sehr müssen Sie auf das Geld schauen?

Es ist eine Herausforderung, weil wir durch unser Engagement Mehrkosten haben. Aber wir sind in den zehn Jahren, seit wir den konsequenten Weg gehen, über dem Branchenschnitt gewachsen und konnten Umsatz und Eigenkapitalquote verdoppeln.

Nimmt man den wirtschaftlichen Zugang ins Privatleben mit?

Das ist ganz automatisch, wie ein Tropfen, der ins Wasser fällt und Kreise zieht. Ich erlebe das bei mir selbst mit Schadstoffen, Fleischkonsum, Energie. Was ich gelernt und als sinnvoll anerkannt habe, übernehme ich im Privaten. Da sehe ich auch bei den Mitarbeitern, und auch Lieferanten und Produzenten lassen sich davon im positiven Sinn anstecken.

Was gönnen Sie sich?

Ein schönes Fahrrad. Dafür lasse ich definitiv Geld liegen.

Sind Sie jemand, der das Geld in der Firma oder privat anlegt?

Das steckt alles in Vaude (lacht).

Keine privaten Pensionsanlagen?

Nein... Wobei, klar, als Unternehmerin muss ich für meine Rente sorgen, das ist ein gewisser Betrag im Monat. Es wird eine grüne Rente von einem Nachhaltigkeitsfonds.

Werden Sie loslassen können?

So wie ich mich heute einschätze, glaube ich, ja. Das konnte ich immer, auch hier im Unternehmen mit meinen vier Kindern. Da musste ich in der Lage sein, Aufgabengebiete komplett abzugeben und das auszuhalten. Und vor einem Jahr haben wir einen Hof übernommen, den wir als kleinen Biohof aufbauen. Mein Mann pflanzt Bäume, die in 15 Jahren für die Ernte reif sind. Er hat schon gefragt, wie meine zeitlichen Kapazitäten in 15 Jahren aussehen.

Das klingt, als hätten Sie Pläne.

Oh ja, ich will auch noch mit dem Fahrrad um die Welt fahren und mit dem Kanu Flüsse entdecken. Ich habe echt keinen Kummer, wenn ich Zeit habe. [Frederick Sams]



Ist Gold aktuell als Anlageform zu empfehlen?

Der aktuelle Handelskonflikt zwischen den Vereinigten Staaten und der Volksrepublik China spitzt sich zu, die negativen Realzinsen vernichten das hart angesparte Vermögen der Menschen und die Bestrebungen das Bargeld zu beschränken, finden insbesondere in der deutschsprachigen Bevölkerung wenig Anklang. Viele Anleger haben begonnen sich auf potentielle Krisen einzustellen und auf mögliche Preisblasen an Aktien- und Immobilienmärkten vorzubereiten. In der Veranlagung heißt die Versicherung: Gold. Denn Edelmetalle sind in Krisenzeiten eine zuverlässige Absicherung und dienen der Diversifikation des Gesamtvermögens. Wer sein Vermögen in klassischen Anlageformen wie Aktien und Anleihen veranlagt, sollte auch bis zu 20 % seines Portfolios in Edelmetalle investieren. Wir pflegen zu sagen: Wer breit streut, fällt nicht. Und dafür muss man weder über ein hohes Einkommen verfügen noch vermögend sein. Bereits mit kleineren Geldbeträgen kann jeder in Edelmetalle investieren, in Form von Barren verschiedenster Größe und in Münzen.

Gold ist die vierte Säule der Vorsorge: Liquidität, Wertpapiere, Immobilien und die Anlage in Edelmetalle.

Mag. (FH) Rudolf Brenner, Gründer und CEO von philoro EDELMETALLE GmbH ist seit bald 20 Jahren im Veranlagungsbereich erfolgreich tätig, 2011 hat er philoro gemeinsam mit René Brückler, MA gegründet und zu einem der wichtigsten Edelmetallhändler mit Filialen in Österreich, Deutschland, der Schweiz und Liechtenstein aufgebaut.



KONJUNKTUR

Wirtschaftswachstum, 2018	+2,7%	Verbraucherpreis, Basis 2000	142,6
BIP-Veränderung,		Verbraucherpreis, Basis 1996	150,0
Wifo 2019*	+1,7%	Verbraucherpreis, Basis 1986	196,2
Inflationsrate Juli	+1,4%	Verbraucherpreis, Basis 1976	304,9
Arbeitslosenrate August	6,7%	Verbraucherpreis, Basis 1966	535,2
Arbeitslosenrate Eurostat	4,4%	Lebenshaltungskosten,	
Beschäftigte absolut, Aug.	3.789.000	Basis 1945	5991,7
Veränderung zum Vorjahr	+1,5%	Großhandelspreisindex,	
Übernachtungen im Fremdenverkehr,		Basis 2015: August	107,3
Juli (vorläufige Zahlen)	18.683.600	Veränderung zum Vorjahr	+0,4%
Veränderung in %	+1,8	Baukostenindex,	
Inländer absolut	4.830.300	Basis 2015: Juli	108,8
Veränderung in %	-0,3	Veränderung zum Vorjahr	+1,2%
Ausländer absolut	13.853.300	Tariflohnindex,	
Veränderung in %	+2,5	Basis 2016: Juli	107,5
Indizes Juli (vorläufige Zahlen)		Veränderung zum Vorjahr	+3,0%
Verbraucherpreis, Basis 2015	106,4		
Verbraucherpreis, Basis 2010	117,8		
Verbraucherpreis, Basis 2005	129,0		

* Prognose