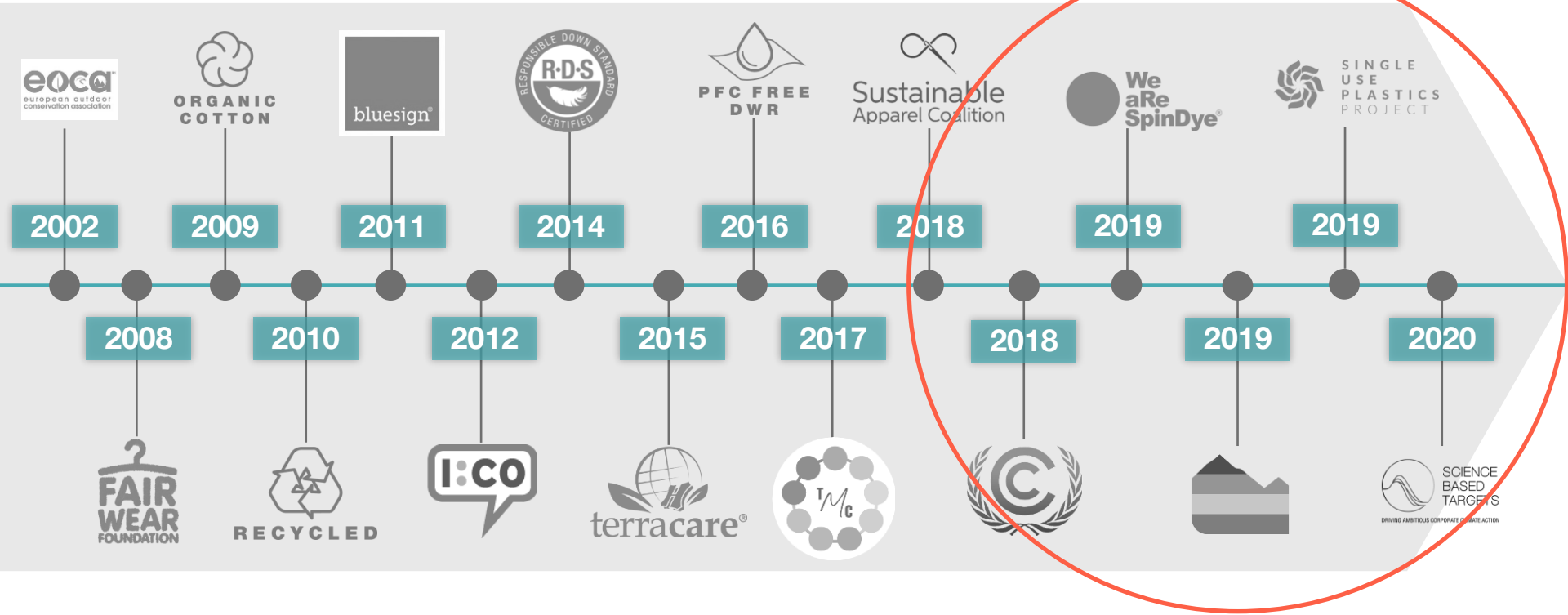


CIRCULAR FASHION

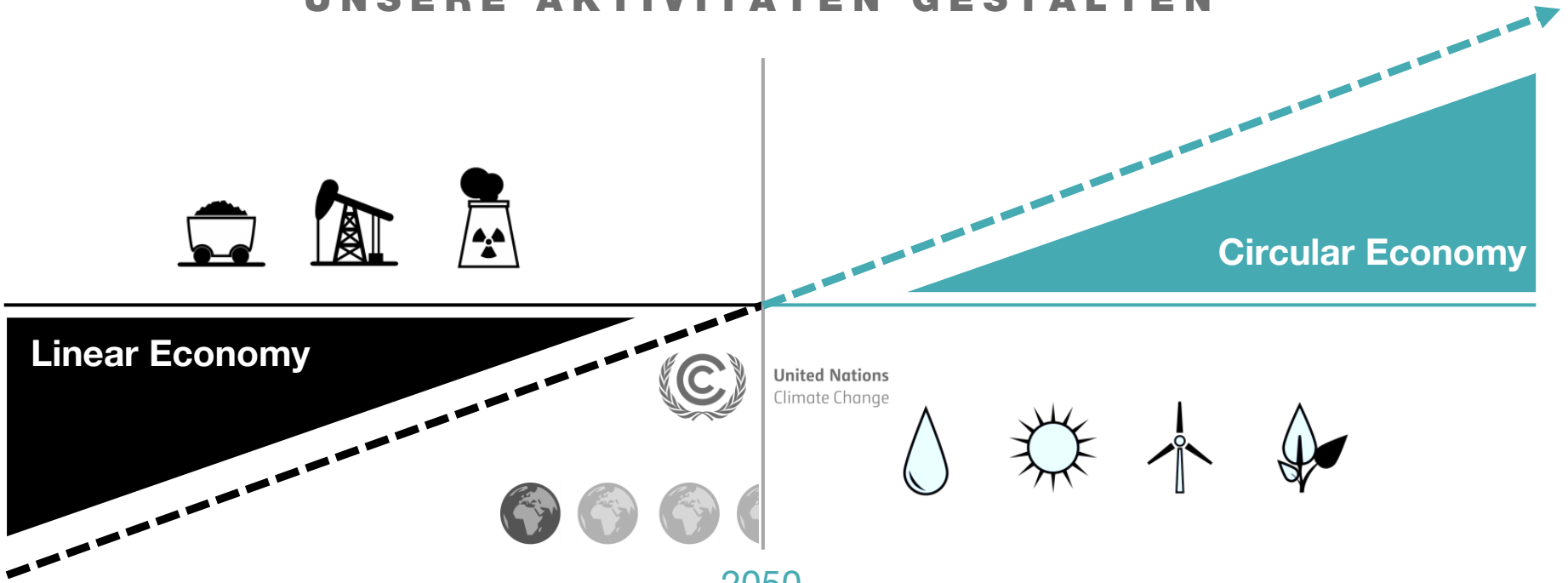
EINE MAMMUT AUFGABE

EINE 20-JÄHRIGE REISE

UNTERNEHMENSVERANTWORTUNG BEI MAMMUT



DIE HERAUSFORDERUNG IST DIE GRUNDLEGENDE TRANSFORMATION DER ART UND WEISE, WIE WIR UNSERE AKTIVITÄTEN GESTALTEN



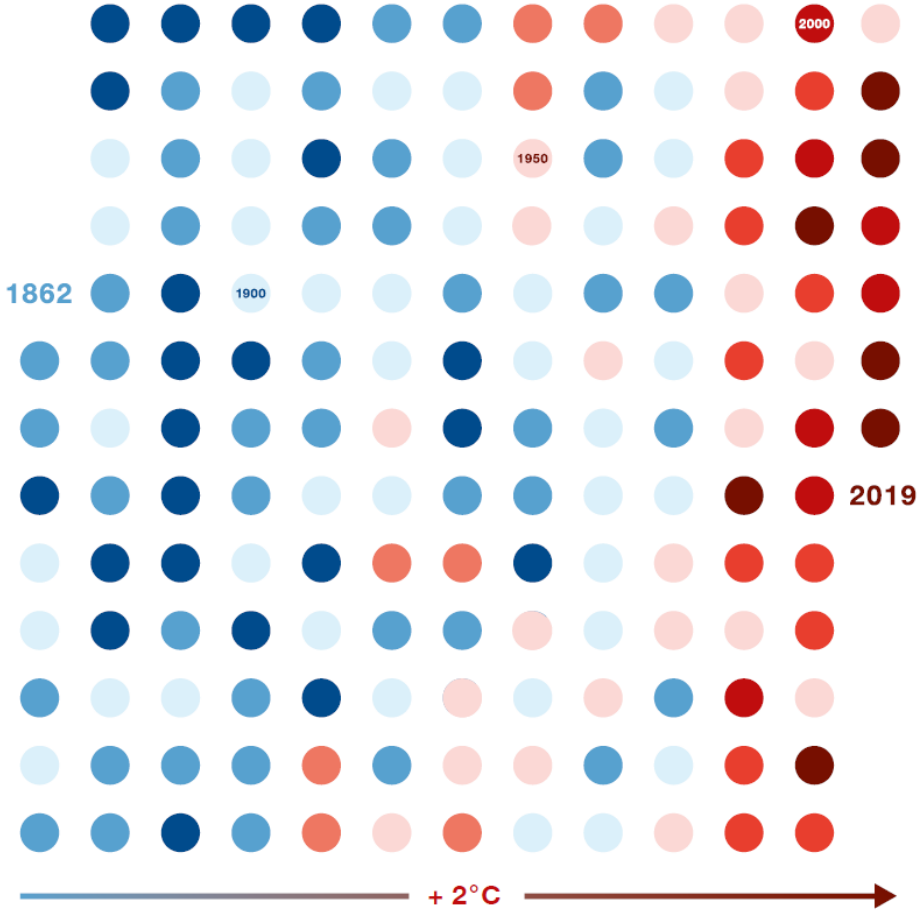
degenerativ
«legal»
«business as usual»

2050
neutral
«net zero» <2° C

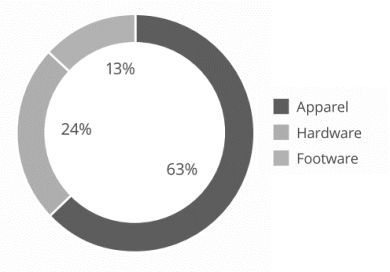
regenerativ
«zirkulär»
«transformation»



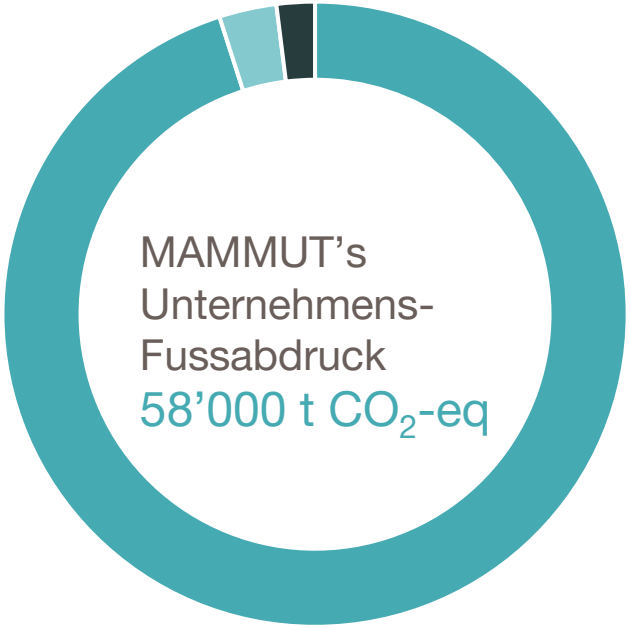
Kaspar Tanner gründet die Mammut Seilerei in Dintikon, Schweiz



MAMMUT
SWISS 1862



2018



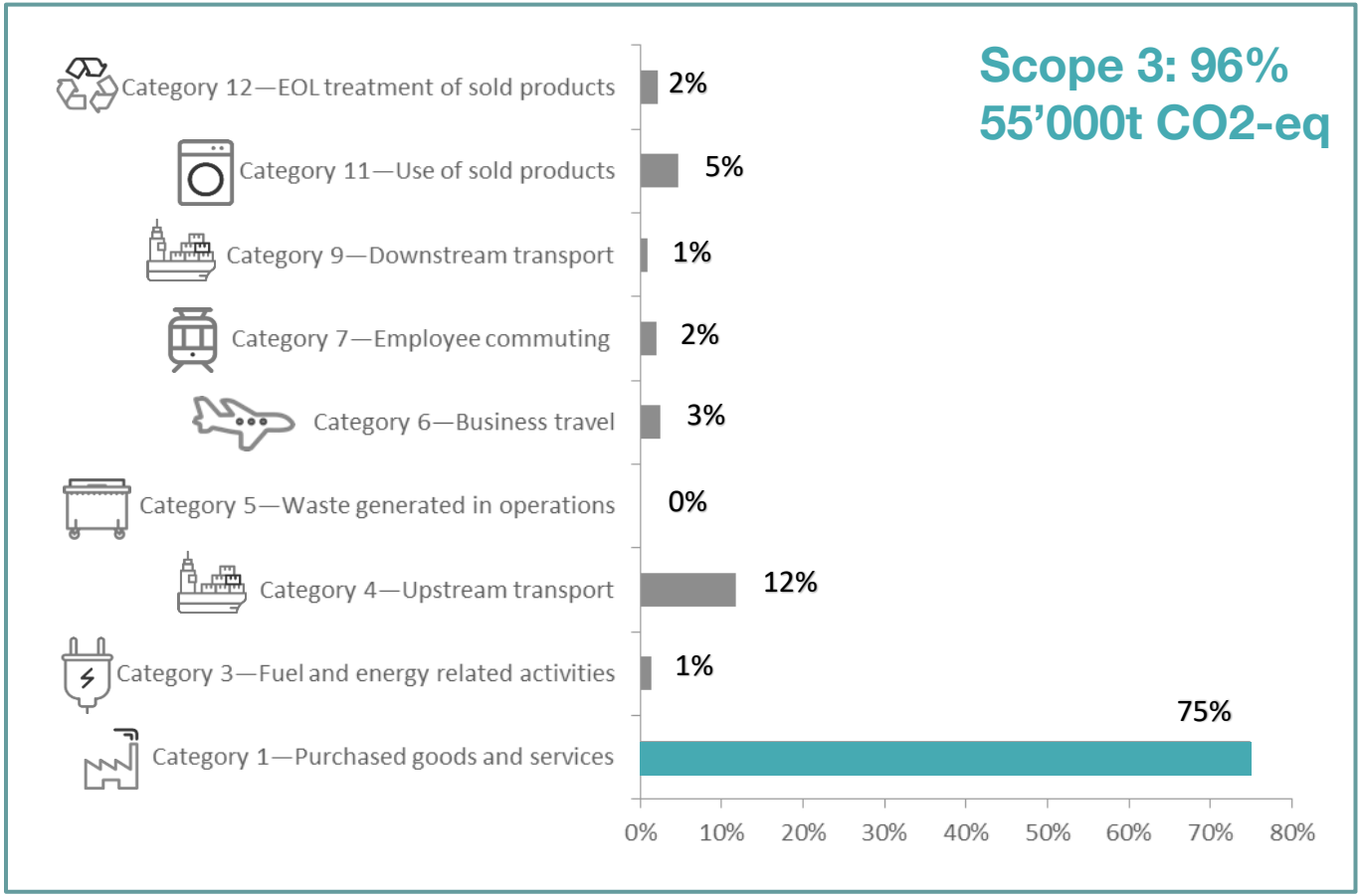
~ 15'500 Autos, die über ein Jahr hinweg gefahren werden
~ 27'000 Gebäudeenergie-verbrauche über ein Jahr

Scope 1: 2%
Gebäude/ Flotte

Scope 2: 3%
Strom / Heizung

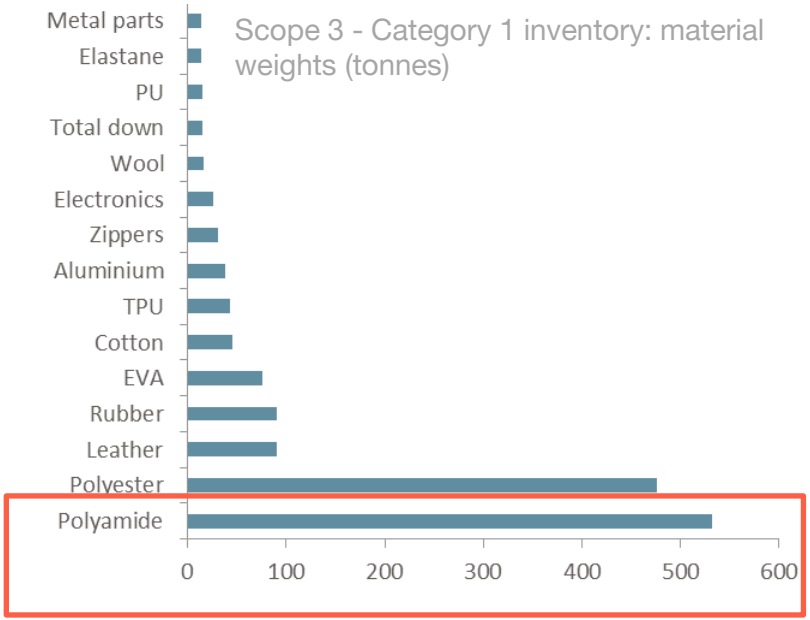
Scope 3: 95%
Produktion und Verbrauch

2018


Scope 3: 96%
55’000t CO2-eq
Category 12—EOL treatment of sold products
2%
Category 11—Use of sold products
5%
Category 9—Downstream transport
1%
Category 7—Employee commuting
2%
Category 6—Business travel
3%
Category 5—Waste generated in operations
0%
Category 4—Upstream transport
12%
Category 3—Fuel and energy related activities
1%
Category 1—Purchased goods and services
75%
0%
10%
20%
30%
40%
50%
60%
70%
80%

Baseline 2018

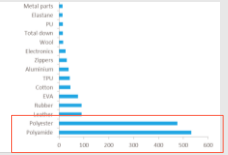
Purchased goods and services



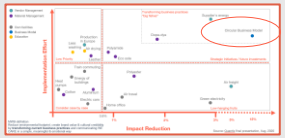
Der Materialmix ist der grösste Treiber von Treibhausgasen bei Mammut.
Erdölbasierte Fasern (Polyester und Polyamide) sind Mammut's wichtigste Materialkategorien.

SEILE

GRÖSSTE STÄRKE
GRÖSSTE HERAUSFORDERUNG



Seile sind Mammuts CO2-intensivste Produktkategorie. Sie machen beinahe **14% des gesamten Unternehmensfussabdruckes aus.** (Mehr als alle Transportflüge)



Zirkuläre Buisnessmodelle haben das grösste Potenzial, Emissionen zu verringern. Langfristig muss eine Entkopplung von Wachstum / Umsatz und Treibhausgasausstoss gelingen, um das Ziel NETTO 0 zu erreichen.



Die Outdoor-community ist sehr nachhaltigkeitsaffin. Zirkuläre Modelle werden als sehr grosser zusätzlicher Nutzen gewertet. (Mammut Kunden-Analyse 2020)

“CLOSE THE LOOP”

PROOF OF CONCEPT IN 100 TAGEN





PROOF OF CONCEPT

100 DAY PILOT 09.6 – 08.9.20

SAMMLUNG
CH: 50 WHS / 7 gyms
748 kg = (~300 Seile)

RECYCLING
EU
7 Machbarkeits tests
Durchführung mit Aquafil

PRODUKT
SMU T-shirt - made in EU

ANALYSE
PA vs recycled PA → -77% CO2e / kg
Gespart: 5.4 t CO^2 eq

KONSUMENTEN
40 Neukunden
Average page view: 3min
13'490 min Consumer time: ~9.4 days
Insta reach: 70k



ISPO Award 2021
Winner

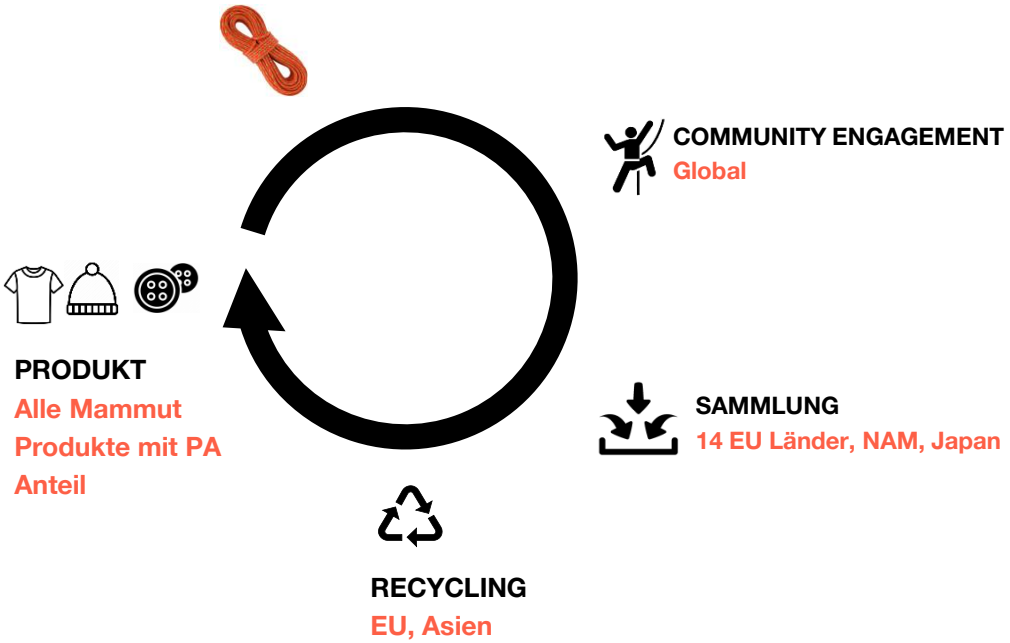
AWARDS & ATTENTION

ISPO AWARD (2021)
Gewinner der Kategorie Outdoor Apparel

Deutscher Award für Nachhaltigkeitsprojekte (2021)
Kategorie *process & recycling; gezeigt auf* NTV

CLOSE THE LOOP VISION 2030

NEUES PA → REZIKLIERTES PA
-7.5% VON MAMMUT'S FUSSABDRUCK (-6'800t)



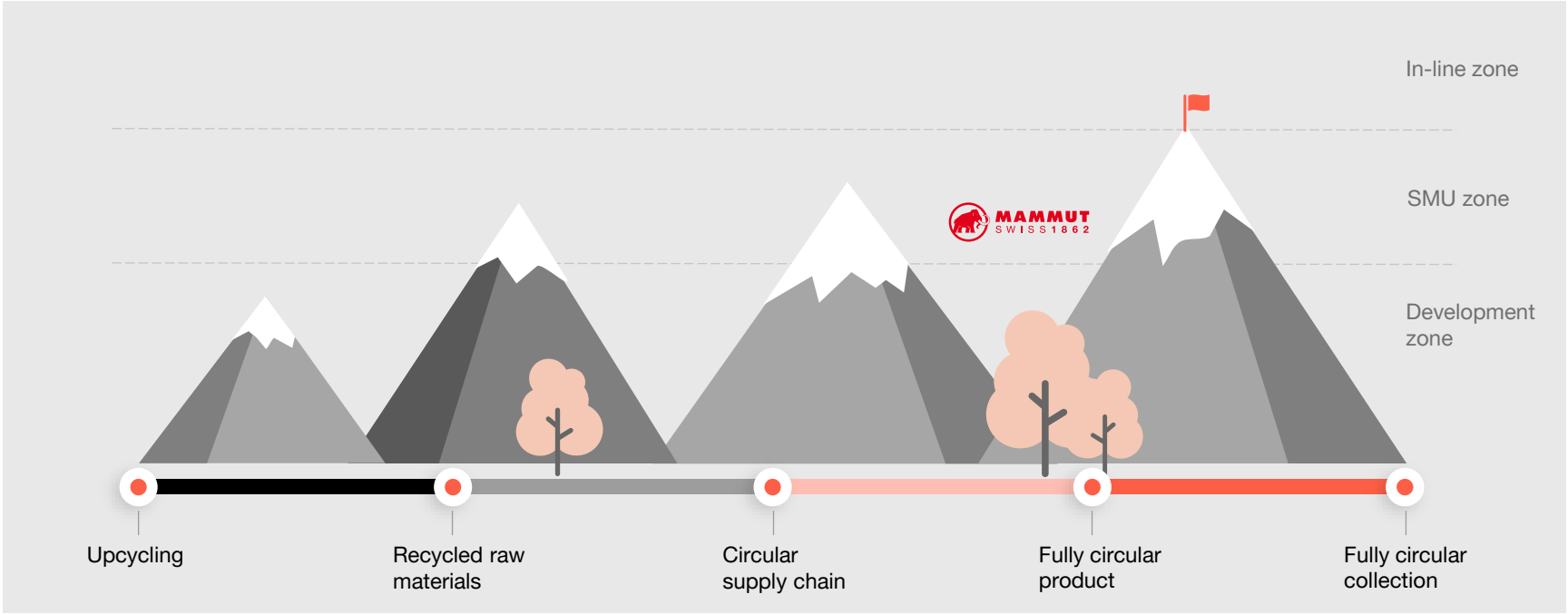
DER WEG VOR UNS

RECYCLING

SAMMLUNG

PRODUKT

GIPFELZIEL “MOUNT LOOP”




THANKYOU