UNSPORTLICHER MARKT-FÜHRER: NIKE LIEGT BEIM TIERSCHUTZ ZURÜCK

Ein Bericht über die Verwendung von Mulesing-Wolle in Sportbekleidung

Tierschutz.
Weltweit.

VIER PFOTEN

ZUSAMMENFASSUNG

Dass die zehn größten Sportbekleidungs- und Activewear-Marken inzwischen Merinoprodukte anbieten, ist ein untrügliches Zeichen dafür, dass Merinowolle in der Sportbekleidungsindustrie massiv an Beliebtheit gewonnen hat. Mit zunehmender Beliebtheit und steigendem Gewinn der Sportbekleidungsindustrie wächst auch die Verantwortung dieser in Sachen Tierschutz. Die Verwendung von Merinowolle ist mit einem hohen Risiko einer schmerzhaften Verstümmelungspraxis bei Merinoschafen verbunden, dem sogenannten Mulesing. Die globale Tierschutzorganisation VIER PFOTEN hat die Verwendung von Wolle bei den zehn größten Sportbekleidungsmarken untersucht. Die Stiftung konzentrierte sich dabei auf die Marktführer Nike, Adidas und Puma. Diese erwirtschaften zusammen mehr als ein Drittel des Marktwerts der gesamten Sportbekleidungsindustrie, der 2020 auf über 160 Milliarden USD geschätzt wurde. Sowohl Adidas als auch Puma haben bereits öffentlich ihre Ziele für eine mulesing-freie Zukunft formuliert, Nike hingegen noch nicht.

Die Ergebnisse von Labortests, Rückverfolgbarkeits-Tools und Richtlinienanalysen zeigen deutlich, dass Nike weit hinter seinen Mitbewerbern hinterherhinkt, wenn es darum geht, das Wohlergehen von Schafen in den eigenen Lieferketten zu verbessern. Obwohl Nike behauptet, die Verwendung von mulesing-freier Wolle zu unterstützen, hat das Unternehmen bisher keine konkreten Maßnahmen ergriffen, die das auch wirklich gewährleisten.

Laut VIER PFOTEN Recherchen gibt es Grund zur Annahme, dass die Merinowolle in Nike-Produkten von Schafen stammt, die der grausamen Prozedur des Mulesing unterzogen wurden.

Ein besonderes Dankeschön an Emma Håkansson für die Zusammenarbeit bei diesem Bericht.

1. EINLEITUNG

80% der feinen Merinowolle für den globalen Textilmarkt kommen aus Australien, wo ein Großteil der Lämmer dem Mulesing unterzogen wird.

Merinowolle wird seit einigen Jahren zunehmend in der Activewear- und Sportbekleidungsindustrie eingesetzt, da sie als besonders hochleistungsfähiges Material gilt.[1] Merinowolle ist fein, atmungsaktiv, von Natur aus elastisch, antimikrobiell und thermoregulierend. Aufgrund dieser als einzigartig geltenden Eigenschaften wird die Faser zunehmend nicht nur in Thermounterwäsche, sondern auch in Yogahosen, Sport-BHs, Radlerhosen, Laufshirts und anderen Kleidungsstücken verwendet, die vor nicht allzu langer Zeit noch nicht aus Merinowolle hergestellt wurden. Das zur australischen Wollindustrie gehörende Unternehmen Woolmark bewirbt Merinowolle als Faser, die sich besonders für leistungsfähige Sportbekleidung und „Next-to-Skin" - Bekleidung eignet.[2] Diese Vermarktungsstrategie ist erfolgreich, denn 80 % der feinen Wolle für den Welttextilmarkt stammt von Merinoschafen aus Australien, dem größten Wollproduzenten.[3,4] Die Praktiken hinter den Kulissen der Wollindustrie sorgen jedoch weiterhin für Kontroversen, und das aus gutem Grund.

Australien ist der größte Wollproduzent weltweit und gleichzeitig das einzige Land, in dem Mulesing praktiziert wird.

Bedauerlicherweise ist die australische Wollindustrie viel komplexer und problematischer, als sie zunächst erscheinen mag. Die Praxis des Mulesing erfolgt nur in Australien, wo sie in den 1920er Jahren zum ersten Mal durchgeführt wurde. Mulesing ist eine Verstümmelungspraxis, bei der junge Lämmer fixiert werden, während ihnen die Haut an ihren Hinterteilen mit Metallscheren und ohne angemessene Betäubung abgeschnitten wird. Mulesing wurde entwickelt, um die Fliegenmadenkrankheit zu verhindern – eine Krankheit, bei der Schmeißfliegen ihre Eier in den Hautfalten von Schafen ablegen, was zu einem schmerzhaften und gefährlichen Befall führt. Leider löst jedoch auch Mulesing dieses Problem nicht. Heutzutage leiden jährlich immer noch mehr als zehn Millionen Lämmer unter der veralteten Mulesing-Praxis. Und das obwohl für die zu Freude, Zuneigung, Depression und Stress fähigen Tiere heute weitaus weniger traumatisierende und schmerzhafte Präventionsmethoden zur Verfügung stehen. Diese Verfahren sind zudem weitaus effektiver.[5]

Mehr als **10 Millionen** Lämmer leiden jährlich unter Mulesing

Wusstest du, dass deine Sportkleidung Mulesing-Wolle enthalten könnte?

~86% der australischen Merinowolle ist Mulesing-Wolle

Es gibt eine hochwirksame Alternative zu Mulesing, die sich für die Industrie als wirtschaftlich tragbar erwiesen hat.[6] Wenn Wollproduzenten Schafe ohne übermäßige Falten züchten, in welche Fliegen ihre Eier legen können, dann sind die Tiere selbst resistenter gegenüber der Fliegenmadenkrankheit und das schmerzhafte Mulesing wird überflüssig.

Die feine Merinowolle in Produkten, die auf der ganzen Welt verkauft werden, stammt sehr wahrscheinlich von australischen Lämmern, die dem Mulesing unterzogen wurden. Mulesing ist in Australien weit verbreitet, nicht nur wegen der Fliegenmadenkrankheit, sondern auch weil Lämmer selektiv daraufhin gezüchtet werden, mehr Hautfalten zu haben. Man nahm fälschlicherweise an, dass mehr Falten auch mehr Wolle bedeuten, und setzte die Schafe durch diesen Irrglauben einem größeren Risiko für Fliegenmadenbefall aus.[6] Derzeit sind lediglich 14 % der australischen Wolle mulesing-frei.[7] Wenn keine Maßnahmen ergriffen werden, um Mulesing in den Lieferketten zu verhindern, in denen diese Wolle genutzt wird, wird diese grausame Praxis höchstwahrscheinlich fortgesetzt.

Schafzüchtungen mit weniger Hautfalten sind die Lösung

Damit Mulesing zukünftig der Vergangenheit angehört, müssen Marken öffentlich kommunizieren, dass sie auf zertifiziert mulesing-freie Wolle umsteigen. Öffentlich kommunizierte und verlässliche Zielsetzungen sind ein notwendiges Signal an die Wollindustrie in den Umstieg auf mulesing-freie Produktion zu investieren.

Gleichzeitig ermutigen diese öffentlichen Verpflichtungen die Partner in der Lieferkette sowie den Rest der Industrie, diesem Beispiel zu folgen.

Im Laufe der Pandemie hat der Verkauf von Sportbekleidung und Activewear stetig zugenommen, was wiederum zu größeren Gewinnen für die Marken geführt hat.[8] Es wird erwartet, dass die Sportbekleidungsindustrie auch nach der Pandemie weiter wachsen wird. Der weltweite Markt für Sportbekleidung wurde im Jahr 2020 auf über 160 Milliarden USD geschätzt und soll Fortune Business Insights zufolge bis 2028 267 Milliarden USD erreichen.[9] Mehr als ein Drittel des Marktanteils wird von lediglich drei Marken gehalten: Nike, Adidas und Puma.

Konsument:innen erwarten mehr Tierschutz in der Mode

Mit zunehmender Beliebtheit und steigendem Gewinn wächst auch die unternehmerische Verantwortung der Sport- und Activewear-Marken. Zu dieser Verantwortung zählt auch die Gewährleistung eines besseren Wohlergehens aller Tiere, die in den eigenen Lieferketten genutzt werden. Dies entspricht auch den Erwartungen, die Kosument:innen verstärkt an Marken haben. Seit Beginn der Pandemie fordern immer mehr Konsument:innen einen besseren Tierschutz in der Modebranche. Eine im Jahr 2021 von VIER PFOTEN in Auftrag gegebene YouGov-Meinungsumfrage ergab, dass 86 % der 14.000 Befragten in zwölf Ländern sich wünschen, dass Unternehmen dem Tierschutz neben Umweltschutz und Sozialstandards eine hohe Priorität einräumen. Fast ein Drittel der Befragten gab an, dass sie nach Produkten suchen, die einen hohen Tierschutzstandard aufweisen oder völlig frei von tierischen Materialien sind.[10]

Dieser Bericht soll das Bewusstsein für das Thema Mulesing schärfen und Marken und Konsument:innen dabei helfen, fundierte Entscheidungen zu treffen.

Die Modeindustrie kann viel bewirken und Tierleid in der Industrie maßgeblich verringern. VIER PFOTEN hat in den vergangenen 30 Jahren grausame Praktiken in der Textilindustrie aufgedeckt und im letzten Jahrzehnt erfolgreich mit zahlreichen fortschrittlichen Marken in der Activewear- und Modeindustrie zusammengearbeitet, um den Tierschutz zu verbessern. Dies führte zu industrieweiten Veränderungen. Dazu zählen ein breiter und anhaltender Trend zur Abkehr von der Stopfmast und vom Lebendrupf von Enten und Gänsen in der Daunenindustrie sowie ein deutlicher Anstieg der Zahl der Einzelhändler, die sich dem **Fur Free Retailer-Programm** angeschlossen haben.

Im Rahmen der jüngsten Bemühungen von VIER PFOTEN zum Thema Wolle haben zahlreiche Marken einen **offenen Brief** gezeichnet,

in dem die australische Wollindustrie aufgefordert wird, Mulesing zu beenden. Darüber hinaus haben sich unzählige Marken der „**Marken gegen Mulesing**“ – Liste angeschlossen oder sich in ihrer Tierschutzrichtlinie dazu verpflichtet, bis zum Ende des Jahrzehnts nur noch zertifiziert mulesing-freie Wolle zu verwenden.[11] Im Jahr 2021 gehörten zu diesen Marken unter anderem Calvin Klein, Marks & Spencer, Vero Moda, Kathmandu, Hugo Boss und einige mehr. Damit die grausame Praxis des Mulesing schnellstmöglich beendet wird, ist es an der Zeit, dass sich die Activewear-Industrie zu einem besseren Tierschutz verpflichtet, indem sie sicherstellt, dass nur zertifizierte mulesing-freie Wolle für ihre Produkte verwendet wird.

2. VERGLEICH: MARKT-FÜHRER IM BEREICH SPORTBEKLEIDUNG UND IHRE VERWENDUNG VON MULESING-WOLLE

Die 10 größten Sportbekleidungs-marken verwenden alle Merinowolle. VIER PFOTEN hat die drei größten unter ihnen genauer analysiert.

Um das Ausmaß der Verwendung von Merinowolle in der Sportbekleidungsindustrie besser zu verstehen, hat VIER PFOTEN die zehn größten Sportbekleidungsmarken[12] weltweit untersucht und festgestellt, dass alle von ihnen Kleidungsstücke aus Merinowolle herstellen und verkaufen. Von diesen zehn Marken hat VIER PFOTEN die drei Marktführer in der Sportbekleidungsbranche genauer unter die Lupe genommen und ihre Bemühungen analysiert, Mulesing-Wolle aus ihren Lieferketten zu verbannen. Diese drei führenden Marken sind Nike, Adidas und Puma. Mit einem Umsatz von über 66 Milliarden USD im Geschäftsjahr 2019/20 verfügen die drei Marken zusammen über die nötigen Ressourcen, um einen besseren Tierschutz zu ermöglichen und als Vorbild für die gesamte Industrie zu dienen.[9,13] Die Daten, die bei der Bewertung berücksichtigt wurden, stammen aus verschiedenen Quellen: Einerseits wurden Stichproben von Produkten der drei Marktführer zu einem unabhängigen Labor geschickt. Anhand eines Fasertests können Rückschlüsse über das Risiko von Mulesing-Wolle gezogen werden. Darüber hinaus wurden die öffentlich zugänglichen Richtlinien der

drei Marken analysiert, um herauszufinden, welche Maßnahmen unternommen werden, um Mulesing-Wolle auszuschließen.

2.1. LABORERGEBNISSE VON PRODUKTEN DER MARKEN NIKE, ADIDAS UND PUMA DEUTEN EIN HOHES RISIKO FÜR MULESING-WOLLE AN

Eine unabhängige Untersuchung von Wollstoffproben aus Merinoprodukten von Nike, Adidas und Puma lässt mit großer Wahrscheinlichkeit darauf schließen, dass die Wolle aus Australien stammt, wo ein Großteil der Lämmer (86 %) unter Mulesing leiden.

Ein unabhängiges Labor in Großbritannien hat Wollproben untersucht, um unterschiedliche Merkmale zu analysieren. Microtex untersuchte die Qualität der Wollfasern gemäß den Spezifikationen der Australian Wool Innovation, um die Feinheit der Faser (Haardurchmesser) und die Haarkutikula (äußere Haarschuppenschicht) zu bestimmen. Auf Grundlage dieser Analyse kann VIER PFOTEN Rückschlüsse auf die Wahrscheinlichkeit ziehen, dass die Fasern aus Australien stammen. Wenn die qualitativen Merkmale der Proben mit denen von Merinowolle aus Australien übereinstimmen, können wir angesichts der weiten Verbreitung von Mulesing in der Merinowollindustrie in Australien feststellen, wie wahrscheinlich es ist, dass die Wolle von Schafen stammt, die unter Mulesing gelitten haben.

Um als reine Merinowolle klassifiziert zu werden, sollten die Fasern gemäß den Spezifikationen der Australian Wool Innovation einen maximalen mittleren Durchmesser von 22 Micron haben. Die in der Projektionsmikroskopie gemessene Verteilung des Faserdurchmessers und die Bewertung des Schuppenmusters durch Wissenschaftler von Microtex zeigten, dass die Wollproben jeder Marke vollständig mit den qualitativen Merkmalen von reiner Merinowolle übereinstimmten.

Während Wolle mit einem Durchmesser von unter 22 Micron auch aus anderen Teilen der Welt bezogen werden kann, stammen 80 % der feinen Merinowolle aus Australien.[2,3] Angesichts dessen ist es sehr wahrscheinlich, dass die Wolle aller drei Marken von australischen Merinoschafen stammt.

Ohne konkrete Verpflichtungen und Maßnahmen, nur noch zertifiziert mulesing-freie Wolle zu beziehen, bestünde dementsprechend ein hohes Risiko, dass die Verstümmelungspraxis Mulesing in den Lieferketten von Nike, Adidas und Puma vorkommt.

2.2. EINE ANALYSE DER TIERSCHUTZRICHTLINIEN VON NIKE, ADIDAS UND PUMA ZEIGT, DASS NUR NIKE NOCH KEINE MASSNAHMEN KOMMUNIZIERT HAT, MULESING-WOLLE VERLÄSSLICH AUSZUSCHLIESSEN

Im Anschluss an Gespräche mit VIER PFOTEN verpflichtete sich Puma im Mai 2021 dazu, bis Ende 2025 nur noch mulesing-freie Wolle zu verwenden. Diese Verpflichtung ist nun als Teil der Tierschutzrichtlinie von Puma öffentlich bekannt.[14]

Derweilen unterzeichnete Adidas im September 2021 einen **offenen Brief** von VIER PFOTEN an die australische Wollindustrie und signalisierte so seine Unterstützung für ein Ende von Mulesing in der Industrie bis 2030. Marken, die diesen offenen Brief unterzeichnet haben, sind entweder bereits mulesing-frei oder auf dem Weg, der steigenden Konsumnachfrage für höhere Tierschutzstandards nachzukommen.[11]

9 von 10
Konsument:innen wollen, dass Marken Tierschutz zu einer Priorität machen

Im Gegensatz dazu hat Nike noch keine Maßnahmen kommuniziert, um Mulesing-Wolle verlässlich aus seinen Produkten auszuschließen. Gemäß der eigenen Richtlinien unterstützt Nike die Verwendung von zertifiziert mulesing-freier Wolle, aber diese Unterstützung reicht ohne entsprechende Maßnahmen – wie etwa einen klaren Zeitplan für die Umstellung auf zertifiziert mulesing-freie Wolle – nicht aus, um Lämmer zu schützen.[15] Nike ist hinsichtlich des Ausschlusses von Mulesing eindeutig nicht der Marktführer. Nike hinkt seiner Konkurrenz hinterher und lässt Lämmer sowie die neun von zehn Konsument:innen, die von Marken verlangen, dass sie Tierschutz eine hohe Priorität einräumen, im Stich.[10]

Nike ist die umsatzstärkste Sportbekleidungsmarke, gefolgt von Adidas und Puma.[9] Letztere haben jeweils bereits eine öffentliche Verpflichtung für eine Zukunft mit mulesing-freier Wolle abgegeben.[11,14] Trotz der Position als Marktführer ist Nike noch nicht bereit, seine Marktanteilsziele mit der Bereitschaft zu verbinden, das Leiden der Lämmer in der Sportbekleidungsindustrie zu beenden.

3. WAS MARKEN TUN KÖNNEN, UM SCHAFE BESSER ZU SCHÜTZEN

Heute steht Mulesing mehr denn je in der öffentlichen Kritik und aktuelle Entwicklungen geben Hoffnungen auf eine Zukunft ohne Mulesing. Im Dezember 2020 veröffentlichte der australische Industrieverband Australian Wool Innovation seinen Zehn-Jahres-Plan, in dem das Ziel verkündet wurde, den Wollproduzenten das Vertrauen und die Instrumente an die Hand zu geben, um die Fliegenmadenkrankheit bis 2030 ohne Mulesing zu bewältigen.[16] Dies war eine bedeutsame Entscheidung, die mit der Nachfrage der Konsument:innen und der wachsenden Zahl von Marken, die sich gegen Mulesing aussprechen, in Einklang steht. Konkrete Maßnahmen, Instrumente und Pläne, um Wollproduzenten bei Ihren Bemühungen zur Beendigung von Mulesing zu unterstützen, wurden von der Australian Wool Innovation jedoch noch nicht kommuniziert. Um sicherzustellen, dass das grausame Mulesing so rasch wie möglich beendet wird, müssen Industrie und Marken gleichermaßen sofortige Maßnahmen ergreifen und dafür sorgen, dass dieses Ziel erfüllt oder sogar übertroffen wird.

Einige der ersten Schritte, die Marken wie Nike unternehmen können, um den Tierschutz in ihren Lieferketten zu verbessern, sind folgende:

Reduzieren.
Optimieren.
Ersetzen.

- **Die Verwendung von Wolle optimieren, indem eine Verpflichtung formuliert wird, nur mulesing-freie Wolle zu beziehen, die zertifiziert und rückverfolgbar ist.**

  - Marken sollten sich mit ihren Partnern in der Lieferkette austauschen, mehr über die Herkunft ihrer Wolle herausfinden und überlegen, wie sich die Lieferketten im Zuge des Umstiegs auf mulesing-freie Wolle verändern müssten.

- Marken sollten sich mit robusten Zertifizierungsstandards wie dem Responsible Wool Standard oder NATIVA™ auseinandersetzen und mit ihnen in Kontakt treten, um den Beginn des Umstiegsprozesses zu initiieren.

- Marken wie Nike sollten sich ähnlich wie ihre Mitbewerber Adidas und Puma öffentlich verpflichten, Mulesing-Wolle bis 2025, oder spätestens bis 2030, zu verbannen.

VIER PFOTEN bietet einen **Leitfaden zum Umstieg auf mulesing-freie Schafswolle** an, an dem sich Marken und Einzelhändler orientieren können.[17]

- **Die Menge an Wolle in den Kollektionen verringern und stattdessen auf nachhaltige, tierfreie Alternativen wie Tencel, Bio-Baumwolle oder recycelte Baumwolle setzen.**

Diese Entscheidung könnte den Marken einen bewussteren und verantwortungsvolleren Umgang mit Rohstoffen ermöglichen und gleichzeitig dafür sorgen, dass weniger Lämmer leiden müssen. Zudem könnten sie von der steigenden Nachfrage nach nachhaltigen pflanzlichen und zellulosehaltigen Materialien profitieren, die die Industrielandschaft rasch verändern.

Große, profitable Marken wie Nike haben das Potential und die Ressourcen, nicht nur vorhandene tierfreie Materialien zu verwenden, sondern auch in aufstrebende Innovationen wie Algenfasern zu investieren, die nachhaltig und ethisch vertretbar sind.

4. FALLSTUDIE: NIKES NACHLÄSSIGKEIT IN DEN EIGENEN LIEFERKETTEN GEFÄHRDET LÄMMER

4.1. ZUSAMMENFASSUNG FRÜHERER ERKENNTNISSE ÜBER NIKE UND DESSEN POSITION HINSICHTLICH MULESING

In der öffentlichen Richtlinie von Nike heißt es zwar, dass die Marke die Verwendung von Wollfasern, die zertifiziert mulesing-frei sind, unterstützt. Die Recherchen von VIER PFOTEN zeigen jedoch: Es gibt weder stichhaltige Nachweise, dass Nike Mulesing wirklich verboten hat oder dies verpflichtend in Zukunft beabsichtigt, noch gibt es Hinweise darauf, dass Nike die Verwendung von vollständig verifizierter, mulesing-freier Wolle auf Grundlage robuster Zertifizierungssysteme in seinen Produkten verlangt.[16]

Nike weist in den eigenen Richtlinien darauf hin, dass das Unternehmen weiter daran arbeitet, mehr mulesing-freie Wolle zu beziehen, sobald die Lieferungen und Preise dies zulassen. Trotzdem stellt Nike weder weitere konkrete Informationen zu entsprechenden Plänen zur Verfügung, noch kommuniziert die Marke aktuelle Einschränkungen, die es noch zu überwinden gilt oder jegliche andere relevante Informationen. Die derzeitige Position von Nike ermöglicht es dem Unternehmen, auf unbestimmte Zeit nicht-rückverfolgbare und wahrscheinlich von Schafen, die dem Mulesing unterzogen wurden, gewonnene Wolle zu verwenden. Gleichzeitig ermutigt Nikes aktuelle Position die Wollindustrie auch nicht zu raschen Fortschritten.

Ohne ein klares Verbot von Mulesing werden die Lämmer in den Lieferketten von Nike wahrscheinlich leiden. Nike gibt das Herkunftsland seiner Rohstoffe wie Wolle nicht an, da das Unternehmen nach eigenen Angaben keine Rohwolle bezieht, sondern nur verarbeitete Materialien, Waren und Kleidungsstücke, die in China hergestellt werden – wo 90 % der australischen Rohwolle weiterverarbeitet wird.[18] Wenn eine Marke nicht weiß, woher ihre Rohstoffe stammen, entbindet sie das nicht von ihrer Verantwortung sicherzustellen,

90% der australischen Rohwolle wird in China verarbeitet.

dass diese Rohstoffe ethisch vertretbar sind. Es zeigt vielmehr eine Notwendigkeit, dass die Lieferkette transparenter werden muss. Der Mangel an Transparenz in den Lieferketten von Nike ist sowohl riskant als auch inakzeptabel, insbesondere, wenn mangels Zertifizierung feine Merinowolle von Farmen, die Mulesing zulassen, in den Wollprodukten des Unternehmens landen könnte.

Das Fehlen all dieser Informationen und der Verpflichtung seitens Nike bedeutet, dass die Marke nicht behaupten kann, ausschließlich Wolle von Lämmern, die nicht dem Mulesing unterzogen wurden, zu beziehen. Wenn mulesing-freie Wolle für Marken leicht erhältlich ist, insbesondere für jene mit solch bedeutenden Ressourcen wie Nike, gibt es weder eine Entschuldigung dafür, weiterhin das Risiko für Mulesing-Wolle einzugehen, noch gibt es einen Grund, sich der Verantwortung zu entziehen, einen klaren Plan zur Abkehr davon festzulegen.

VIER PFOTEN hat die Verwendung von Wolle durch Nike auf die bereits erhebliche Wahrscheinlichkeit von Mulesing in den Lieferketten untersucht. Die globale Tierschutzstiftung will zeigen, warum es wichtig ist, eine klare Verpflichtung abzugeben und Wolle nur von zuverlässigen, mulesing-freien Zertifizierungssystemen zu beziehen, die eine starke Rückverfolgbarkeit garantieren können.

4.2. WIEDERHOLTE KONTAKTVERSUCHE MIT NIKE BLIEBEN ERFOLGLOS

VIER PFOTEN hat über verschiedene Wege versucht Nike zu kontaktieren, um herauszufinden, woher die Wolle des Unternehmens kommt, ob sie frei von Mulesing ist, und um Informationen über den Umstieg auf mulesing-freie Wolle anzubieten. Das letzte Mal, dass VIER PFOTEN versucht hat mit Nike in Kontakt zu treten, um mehr über die Beschaffung von Wolle zu erfahren, war im Februar und März 2022 vor Veröffentlichung dieses Berichtes. Davor hat VIER PFOTEN seit Dezember 2019 wiederholt versucht, Kontakt aufzunehmen. Diese Kommunikationsversuche umfassten den direkten Kontakt zu Mitgliedern des CSR-Teams von Nike, E-Mails und Anfragen an die Marke über das Kundenserviceteam, die Website und die App, während der *Textile Sustainability Conference* in Dublin, an der sowohl VIER PFOTEN als auch Nike teilnahmen, sowie über formelle Schreiben, die an die Unternehmenszentrale geschickt wurden. Auf keinen dieser Kontaktversuche wurde geantwortet.

Nike schneidet in Sachen Tierschutz schlecht ab.

Nike wurde auch im VIER PFOTEN Report „Tierschutz in der Mode“ und im VIER PFOTEN Mulesing-Markencheck bewertet.[19] Im VIER PFOTEN Report rangiert Nike in der Kategorie Sportbekleidung auf dem vorletzten Platz, was den Tierschutz betrifft. Im VIER PFOTEN Mulesing-Markencheck wurde Nike aufgrund fehlender konkreter

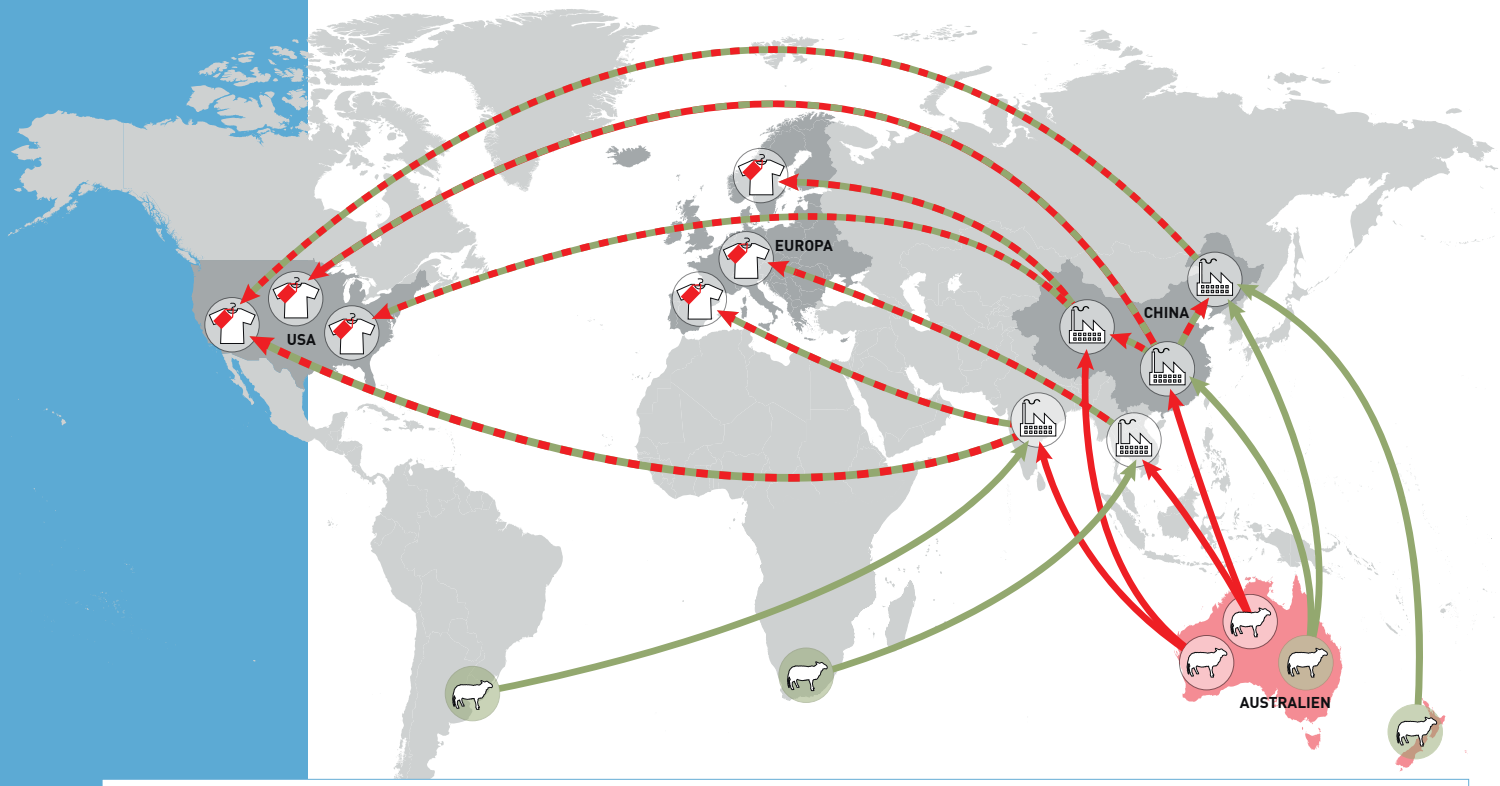
mulesing-frei Ziele und mangelnder Transparenz ebenfalls in eine schlechtere Kategorie eingestuft.[20]

Wenn Nike tatsächlich im Einklang mit seinen Richtlinien handeln würde, in denen das Unternehmen seine Unterstützung für die Beschaffung von zertifizierter, mulesing-freier Wolle kommuniziert, hätten die Marke und ihre Vertreter allen Grund, auf Anfragen von VIER PFOTEN zu antworten und ihre Bemühungen gegenüber der Organisation sowie gegenüber Konsument:innen, die nach Produkten aus mulesing-freier Wolle suchen, offenzulegen. Das Schweigen und die mangelnde Bereitschaft von Nike, über die Verwendung von Wolle zu kommunizieren, kann nur bedeuten, dass die Marke keine Verantwortung für die Lämmer in ihrer Lieferkette übernimmt.

4.3. EXTERNER FORSCHER VERSUCHTE – ERFOLGLOS – DIE MERINOWOLLE VON NIKE MITHILFE VON INDUSTRIETOOLS ZURÜCKZUVERFOLGEN

Mithilfe von digitalen Tools zur Rückverfolgung, die für Fachleute aus dem Handel entwickelt wurden, hat ein unabhängiger externer Forscher herausgefunden: Merinowolle kann weder von interessierten Konsument:innen, noch von der Industrie, noch von Regierungsvertreter:innen zurückverfolgt werden. Selbst dann nicht, wenn die besten Rückverfolgungsinstrumente eingesetzt werden. Nur mithilfe ihrer Partner in der Lieferkette können Marken ihre Rohstoffe bis zur ersten Stufe der Lieferkette zurückverfolgen (also Farmen, in denen die Lämmer oft dem Mulesing unterzogen werden). Dies gelingt nur dann, wenn Marken der Rückverfolgbarkeit in der Lieferkette hohe Priorität einzuräumen.

Wenn Nike seine Wolle also nicht mithilfe seiner Partner zurückverfolgt, kann die Marke nicht mit Sicherheit sagen, dass ihre Wolle mulesing-frei ist, ganz gleich, was sie zu unterstützen vorgibt.



Australien ist der weltweit größte Wollproduzent. Über 90 %[4] aller Wollexporte für den globalen Textilmarkt kommen aus Australien – dem einzigen Land, wo Mulesing praktiziert wird.

98 % der australischen Wolle wird zur Weiterverarbeitung exportiert[4] – ein Großteil davon (90 %) geht nach China.[18] Dort wird die Wolle gemäß den Qualitätswünschen der Marken mit anderer Wolle oder anderen Materialien vermischt. Ohne Systeme zur Rückverfolgbarkeit, wie etwa robuste Zertifizierungssysteme, kann es zu einem ungewollten Vermischen von Mulesing-Wolle und mulesing-freier Wolle kommen.

Australien produziert ca. 345 Millionen Kilo Wolle jedes Jahr[4] – ungefähr ein Viertel der weltweiten Wolle. Im Jahr 2017/2018 entsprach die Menge der verkauften australischen Wolle 869 Millionen Pullover.

Mulesing-Wolle & Mulesing-Stoff | mulesing-freie Wolle | Mischwolle / Mischstoffe

4.4. NIKE IST SICH DER BEDEUTUNG VON RÜCKVERFOLGBARKEIT UND VERANTWORTUNG IN DER LIEFERKETTE BEWUSST, SETZT DIES ABER NICHT UM

Die Marke Nike lebt von Positivität und dem Potenzial für Veränderungen. Nike ermutigt die Menschen „es einfach zu tun“ („just do it“), den Sprung zu wagen und ihr Leben zu ändern – durch Bewegung, Aktivität und ein gesundes Leben. Immer wieder propagiert Nike einen sportlichen, nachhaltigen Lifestyle und stellt dabei seine soziale Verantwortung in den Vordergrund. Umso weniger passt es zusammen, dass die Marke kein Interesse daran zu haben scheint, Tierleid bei ihren Produkten verlässlich auszuschließen.

Auch wenn Nike – wie die meisten anderen Marken – noch viel Arbeit vor sich hat, so hat die Marke dennoch in der Vergangenheit bereits viele Schritte in die richtige Richtung gemacht. Als Reaktion auf eine intensive öffentlichkeitswirksame Kampagne gegen die ungerechten

Arbeitsbedingungen bei Nike, hat die Marke beispielsweise das Mindestalter der Arbeitenden angehoben und die Kontrollen in den Fabriken und in der Lieferkette verstärkt und verbessert. Auch die jüngste Bewertung von Nike im Fashion Transparency Index zeigt echte und positive Fortschritte der Marke.[21]

Das zeigt, dass sich Nike bewusst mit den eigenen Lieferketten auseinandersetzt und sich dementsprechend auch dem Risiko von Mulesing-Wolle in seinen Lieferketten bewusst sein müsste. Nike versteht, wie Rückverfolgbarkeit funktioniert und weiß, was für den Aufbau einer verantwortungsvolleren Lieferkette erforderlich ist und welche Bedeutung die Öffentlichkeit verantwortungsvoller Mode beimisst. Konkrete Maßnahmen einzuleiten, um dem Risiko von Mulesing-Wolle entgegenzuwirken, sollte für Nike demnach kein größeres Problem darstellen.

Es ist kein Mangel an Fähigkeit, sondern ein Mangel an Bereitschaft

Dennoch hat *Good On You* die Tierschutzbemühungen von Nike mit „Nicht gut genug“ bewertet.[22] Es ist also kein Mangel an Fähigkeit, sondern ein Mangel an Bereitschaft, der Nike davon abhält, ein echter Vorreiter im Bereich der ethischen und tierschutzgerechten Mode zu sein.

5. FAZIT

Die Sportbekleidungs- und Activewear-Industrie wird immer wichtiger für die australische Wollindustrie, die den größten Teil der weltweit verfügbaren Merinowolle produziert und die einzige Industrie ist, die Lämmer dem schmerzhaften Mulesing aussetzt. Aus diesem Grund müssen die Marken – vor allem die in der zunehmend profitablen Sportbekleidungsindustrie – sofortige Maßnahmen ergreifen, um Mulesing aus ihren Lieferketten auszuschließen.

Nike ist eine der finanziell erfolgreichsten Sportbekleidungsmarken der Welt und mit diesem Titel geht die Verantwortung einher, die Industrie in eine positive Richtung zu lenken. Nike hat – mehr als viele andere Marken – die Möglichkeiten und Fähigkeiten, seine Lieferketten zu kontrollieren, von seinen Partnern bessere Leistungen zu verlangen und sich Marken wie Puma und Adidas anzuschließen, um den Weg für einen besseren Tierschutz in der gesamten Branche zu ebnen. Nike ist sich der Bedeutung des Schutzes von Lämmern vor der schmerzhaften Verstümmelung durch Mulesing bewusst. Aus diesem Grund hat sich die Marke öffentlich für die Beschaffung von zertifiziert mulesing-freier Wolle ausgesprochen.

Doch derzeit hinkt Nike nicht nur Konkurrenten wie Puma und Adidas hinterher, die sich beide verpflichtet haben, in Zukunft auf Mulesing zu verzichten, sondern auch seinen eigenen öffentlich kommunizierten Versprechen zu diesem Thema.

Die Wolle, die Nike aktuell verwendet, stammt mit hoher Wahrscheinlichkeit von Lämmern, die Mulesing über sich ergehen lassen mussten. Heutzutage gibt es keine Entschuldigung mehr dafür Mulesing fortzusetzen, denn es gibt ethischere, wirksamere, geprüfte und verfügbare Alternativen zu Mulesing und der Fliegenmadenkrankheit. Nike hat eine echte Chance, ein Vorreiter in der Modeindustrie zu werden, indem die Marke Materialien tierischen Ursprungs reduziert, ersetzt oder zumindest auf höhere Tierschutzstandards achtet. Die Verpflichtung, Wolle nur dann zu beziehen, wenn sie aus robusten, zertifizierten mulesing-freien Lieferketten stammt, ist ein einfacher und gleichzeitig bedeutsamer Schritt, den Nike angesichts seiner Ressourcen und Möglichkeiten unternehmen könnte.

Immer mehr Konsumentinnen und Konsumenten verlangen heutzutage von Modeunternehmen besseren Tierschutz und Nike wird diesem Bedürfnis nicht gerecht, solange das Unternehmen weiterhin Wolle für die eigenen Produkte bezieht, die nicht transparent, rückverfolgbar und nachweislich frei von Mulesing ist.

Ein Ende von Mulesing ist heute greifbarer und möglicher denn je. Marken, die aufrichtig an einen besseren Tierschutz glauben und die von den Menschen, die ihre Produkte kaufen oder kaufen könnten, als verantwortungsbewusst angesehen werden möchten, haben die Chance, Teil der Anti-Mulesing Bewegung zu werden oder diese sogar aktiv mit voranzutreiben.

BIBLIOGRAPHIE

1. Abernethy M. Demand for Australian merino wool on the rise, thanks to the athleisure market. [Internet]. Sydney: Australian Financial Review; 2018 [zitiert 2022]. Verfügbar unter: https://www.afr.com/life-and-luxury/wool-is-fashionable-again-especially-in-the-gym-20180517-h1065k

2. What is merino wool & how is it made? [Internet]. Sydney: Learn About Wool: Australian Wool Innovation, The Woolmark Company; [zitiert 2022]. Verfügbar unter: https://www.woolmark.com/fibre/what-is-merino-wool/

3. 02 Wool Notes. [Internet]. Sydney: Learn About Wool: Australian Wool Innovation, The Woolmark Company; [zitiert 2022]. Verfügbar unter: https://iwto.org/wp-content/uploads/2020/04/IWTO_Wool-Notes-Web-min.pdf

4. Where wool comes from. [Internet]. Sydney: The Woolmark Company; [zitiert 2022]. Verfügbar unter: https://www.woolmark.com/fibre/woolgrowers/where-wool-comes-from/

5. Mulesing infographic. [Internet]. Vienna: FOUR PAWS; 2021 [zitiert 2022]. Verfügbar unter: https://woolwithabutt.four-paws.org/issues-and-solutions/mulesing-infographic

6. Towards a non-mulesed future. [Internet]. Toowong (AUS): BG Economics; 2020 [zitiert 2022]. Verfügbar unter: https://media.4-paws.org/a/c/b/4/acb45806302c2dc456a927a777b9b985aa9508de/Towards-a-Non-Mulesed-Future_BG-Economics_July-2020_compressed-compressed.pdf

7. Forbes L. Major clothing brands vow to move away from mulesed wool. [Internet]. Sydney: ABC; 2021 [zitiert 2022]. Verfügbar unter: https://www.abc.net.au/news/rural/2021-09-17/non-mulesed-wool-in-demand-by-fashion-labels/100468476

8. Ell K. One year of playing in lockdown, the activewear market continues to grow. [Internet]. Los Angeles: WWD; 2021 [zitiert 2022]. Verfügbar unter: https://wwd.com/fashion-news/activewear/activewear-in-lockdown-one-year-later-1234779475/

9. Sportswear market size, share & COVID-19 impact analysis. [Internet]. Pune (IN): Fortune Business Insights; 2021 [zitiert 2022]. Verfügbar unter: https://www.fortunebusinessinsights.com/sportswear-market-102571

10. New study: pandemic leads to increased demand for compassion in fashion. [Internet]. Vienna: FOUR PAWS; 2021 [zitiert 2022]. Verfügbar unter: https://www.four-paws.org.au/our-stories/press-releases/2021/new-study-pandemic-leads-to-increased-demand-for-compassion-in-fashion

11. Brand letter of intent. [Internet]. Vienna: FOUR PAWS; 2021 [zitiert 2022]. Verfügbar unter: https://woolwithabutt.four-paws.org/wool-industry/brand-letter-of-intent

12. All Top Everything 2022. [Internet]. Top 10 Biggest Sportswear Brands in the World; 2022 [zitiert 2022]. Verfügbar unter: https://www.alltopeverything.com/top-10-sportswear-brands/

13. Smith P. Global sales of the top performance apparel, accessories, and footwear companies 2020. [Internet]. Hamburg: Statista; 2022 [zitiert 2022]. Verfügbar unter: https://www.statista.com/statistics/900271/leading-sportswear-and-performance-wear-companies-by-sales-worldwide/

14. Animal welfare policy. [Internet]. Bavaria (DEK): Puma; c2021 [zitiert 2022]. Verfügbar unter: https://about.puma.com/en/sustainability/codes-and-handbooks

15. Additional guidelines. [Internet]. Beaverton (USA): Nike; 2020 [zitiert 2022]. Verfügbar unter: https://media.4-paws.org/e/9/5/9/e95973a6d36525b40dd0594e0acb74251627967b/Additional_Guidelines_Nike_-_May_2020.pdf

16. Wool 2030. [Internet]. Sydney: Australian Wool Innovation; 2020 [zitiert 2022]. Verfügbar unter: https://2030.wool.com

17. Umstieg auf mulesingfreie Schafwolle. [Internet]. Wien: VIER PFOTEN; 2021 [zitiert 2022]. Verfügbar unter: https://media.4-paws.org/8/4/8/4/848472929018358bd381186272a24cde1ccacfbf/VIER%20PFOTEN_Handbuch%20Wolle.pdf

18. Annual report 2020-2021. [Internet]. Tottenham (AUS): Australian Wool Exchange; 2021 [zitiert 2022]. Verfügbar unter: https://www.awex.com.au/media/2112/annual-report-2021.pdf

19. Rustam R. Tierschutz in der Mode. [Internet]. Wien: VIER PFOTEN; 2021 [zitiert 2022]. Verfügbar unter: https://media.4-paws.org/6/c/1/1/6c11a09a48fbfcc1f2822b12d52432a1e836892d/Tierschutz%20in%20der%20Mode%20Report%202021_final-komprimiert.pdf

20. Der VIER PFOTEN Marken-Check. [Internet]. Wien: VIER PFOTEN; c2022 [zitiert 2022]. Verfügbar unter: https://wollemitpo.vier-pfoten.de/wollindustrie/der-vier-pfoten-marken-check

21. Fashion transparency index 2020. [Internet]. London: Fashion Revolution; 2021 [zitiert 2022]. Verfügbar unter: https://www.fashionrevolution.org/about/transparency/

22. Robertson L. How ethical is Nike?. [Internet]. Sydney: Good On You; 2020 [zitiert 2022]. Verfügbar unter: https://goodonyou.eco/how-ethical-is-nike/

Über VIER PFOTEN

VIER PFOTEN ist die globale Tierschutzorganisation für Tiere unter direktem menschlichem Einfluss, die Missstände erkennt, Tiere in Not rettet und sie beschützt. Die 1988 von Heli Dungler und Freunden in Wien gegründete Organisation tritt für eine Welt ein, in der Menschen Tieren mit Respekt, Mitgefühl und Verständnis begegnen. Im Fokus ihrer nachhaltigen Kampagnen und Projekte stehen Streunerhunde und -katzen sowie Heim-, Nutz- und Wildtiere – wie Bären, Großkatzen und Orang-Utans – aus nicht artgemäßer Haltung sowie aus Katastrophen- und Konfliktzonen. Mit Büros in Australien, Belgien, Bulgarien, Deutschland, Großbritannien, Kosovo, den Niederlanden, Österreich, der Schweiz, Südafrika, Thailand, der Ukraine, den USA und Vietnam sowie Schutzzentren für notleidende Tiere in elf Ländern sorgt VIER PFOTEN für rasche Hilfe und langfristige Lösungen.

VIER PFOTEN – Stiftung für Tierschutz
Linke Wienzeile 236
1150 Wien, Österreich

T.: +43 1 895 02 02-0
office@vier-pfoten.at

vier-pfoten.at
vier-pfoten.at/facebook
vier-pfoten.at/twitter
vier-pfoten.at/youtube
vier-pfoten.at/instagram

Fotos: lzf/shutterstock, Nike.com [https://www.nike.com/t/tiger-woods-mens-knit-golf-sweater-XlMQrh/CU9782-010], VIER PFOTEN, Tim Reckmann/ ccnull.de/CC-BY 2.0, KRONA/shutterstock
Layout: Roman Richter
© 03/2022

Tierschutz.
Weltweit.