

Im Fokus: einheitliche Nachhaltigkeitsdaten

Das Kooperationsprojekt SDEX von BSI und EOG sorgt für Einheitlichkeit im Datenaustausch zwischen Industrie und Handel.

Händler benötigen für ihre Kunden zunehmend Nachhaltigkeitsinformationen von den Marken, deren Produkte sie verkaufen. Die Anfragen danach steigen und das bindet immer mehr Ressourcen bei den Nachhaltigkeitsteams. Das Sustainability Data Exchange Tool (SDEX) schafft Abhilfe. „Vor etwa anderthalb Jahren baten uns einige Marken um Unterstützung: Ihre Handelspartner fragten zunehmend Nachhaltigkeitsdaten auf Produktebene ab, und das in Form von zahlreichen Excel-Formularen“, erzählt Maité Angleys, Advisor für Corporate Responsibility beim Bundesverband der Deutschen Sportartikelindustrie (BSI). Der BSI bot an, das Problem genauer unter die Lupe zu nehmen. In Zusammenarbeit mit der EOG (European Outdoor Group) beleuchteten Maité Angleys und Katy Stevens (Head of CSR and Sustainability, EOG) den Datenaustausch. Je mehr sie sich mit den Marken unterhielten, desto mehr hörten sie, dass die verschiedenen Formulare exorbitant viel Zeit von den Nachhaltigkeitsteams in Anspruch nahmen. Zudem stieg die Anzahl der Abfragen rasant.

Rab, eine Marke von Equip Outdoor Technologies, ist eines dieser Unternehmen, die sich besorgt darüber äußerten: „Die Verbraucher verlangen, dass wir erklären, wie wir unsere Produkte nachhaltiger gestalten“,

so Debbie Read, Leiterin der Abteilung Unternehmenskommunikation und CSR bei Equip Outdoor Technologies UK Ltd. Read weiter: „Natürlich suchen Verbraucher nach einer leicht verständlichen Aussage. Das Problem ist, dass ‚Nachhaltigkeit‘ auf Produktebene nicht so einfach zu definieren ist. Marken wie Rab werden daher von Händlern aufgefordert, ‚Nachhaltigkeitsdaten‘ zu liefern, aber diese Daten können von Marken, Händlern und Verbrauchern falsch interpretiert werden. Dazu kommt, dass die Bereitstellung von Ad-hoc-Daten derzeit ressourcenintensiv und fehleranfällig ist.“



Foto: BSI

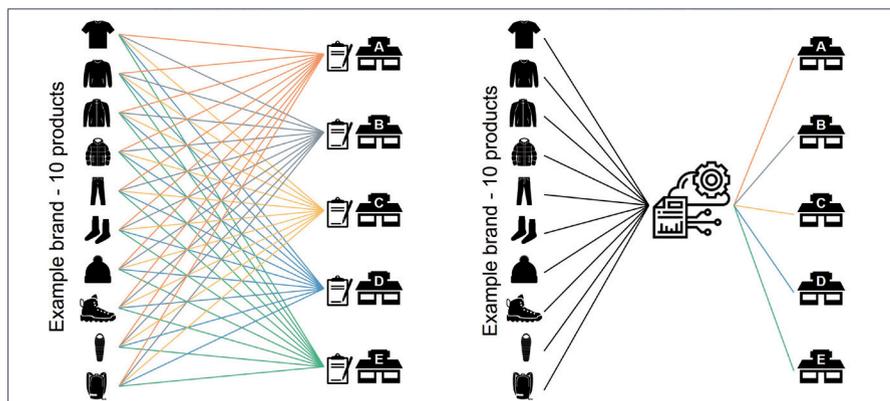
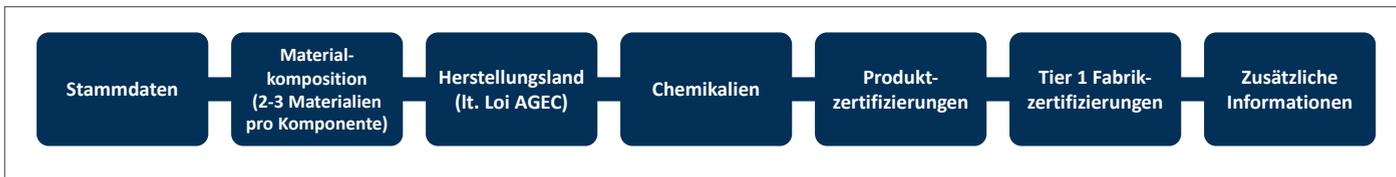


Foto: BSI

Aktuell (Abb. li.): Eine Marke fasst die Nachhaltigkeitsdaten pro Produkt und Händler.
Zukünftig (Abb. re.): Das SDEX-Tool muss nur einmal pro Produkt ausgefüllt werden.

Auch die Handelspartner kämpfen mit der Dateninterpretation

Auf der anderen Seite stellten BSI und EOG fest, dass auch die Händler mit widersprüchlichen Antworten auf ihre Fragen konfrontiert waren. Ein Konflikt, wenn der eigentliche Zweck doch darin besteht, dem Kunden einheitliche, vergleichbare Informationen zur Produktnachhaltigkeit vermitteln zu wollen. „Als Händler sind wir der Meinung, dass es unsere Pflicht gegenüber den Verbrauchern ist, vertrauenswürdige Informationen über die ökologischen und sozialen Auswirkungen eines Produkts bereitzustellen, um eine wohlüberlegte Kaufentscheidung zu fördern“, erklärt Melanie Grünwald, Leiterin der Abteilung Nachhaltigkeit bei Yonderland. „Leider sind die von



Abfrageblöcke innerhalb des SDEX-Tools

den Marken bereitgestellten Informationen oft unterschiedlich detailreich und in verschiedenen Formaten, was es für uns unglaublich schwierig macht, die Informationen zu standardisieren und in unsere Kanäle zu spielen.“ Mit anderen Worten: Die Produktnachhaltigkeitsdaten kommen nicht in vergleichbarer Form beim Kunden an. Trotz all der zusätzlichen Arbeit ist das Ergebnis derzeit mehr verwirrend als unterstützend.

BSI und EOG machten sich an die Arbeit, um mit einem vorwettbewerblichen und kooperativen Ansatz dieses Problem zu lösen. Das war der Startschuss für das SDEX-Projekt.

Eine Lösung nimmt Gestalt an

„Natürlich muss die Lösung berücksichtigen, dass jedes Unternehmen unterschiedliche Ansichten darüber hat, was ein nachhaltiges Produkt ist. Das ist auch völlig in Ordnung“, erklärt Angleys. „Wir sehen jedoch, dass eigentlich alle nach den gleichen Informationen fragen, nur eben in unterschiedlichen Formulierungen und Formaten.“ Das SDEX-Team begann, Fragebogen von den großen Händlern auszuwerten und die Überschneidungen zu sammeln. „Wir haben die Excel-Tabellen und Fragebogen der Händler akribisch analysiert und sie in einem standardisierten Fragebogen zusammengefasst. So entstand die SDEX-Abfrage beziehungsweise das SDEX-Tool. Nach der positiven Rückmeldung der Händler, dass all ihre Fragen enthalten sind, war sie reif für den Praxistest.“ Es folgten zwei Beta-Testrunden mit elf Marken und zehn Händlern, darunter einige der größten europäischen Händler sowohl stationär als auch online. Im Anschluss daran wurde das SDEX-Tool finalisiert und im Juli 2023 offiziell veröffentlicht.

Die Nutzung ist frei zugänglich

Es gibt zwei Wege, das SDEX-Tool zu nutzen. Die Excel-Datei ist zum einen kostenfrei zum Download auf der BSI-Website inklusive eines Tutorials verfügbar. Die ausgefüllten Excel-Dateien können von den

Marken direkt an die einzelnen Handelspartner gesendet werden. Ein anderer Weg ist über die Integration des Outtra Data & Image Hubs. Anstatt die Daten für das Produktportfolio jedes Händlers auszufüllen, ist dies nun für alle Akteure, ob groß oder klein, nur einmal notwendig.

Positive Reaktionen aus der Industrie

Laut Maïté Angleys hat die Entwicklung im Jahr 2023 alle Erwartungen übertroffen. SDEX hat gezeigt, dass das Potenzial für Zeiteinsparungen auf Markenseite erheblich ist, und Händler erhalten nun die qualitativ hochwertigen und vergleichbaren Daten, nach denen sie gesucht haben. „Bei Rab waren wir frustriert über den Mangel an Klarheit bei den Nachhaltigkeitskriterien, daher ist die Unterstützung von SDEX ein wirklich positiver Schritt in die richtige Richtung“, erklärt Read. „Die Einigung auf bestimmte Definitionen und eine gemeinsame Abfrage stellt sicher, dass in der Branche Transparenz und Nachhaltigkeitsverständnis verbreitet wird, da sich alle auf dieselben Nachhaltigkeitsdatensätze stützen. Das SDEX-Tool wird Missverständnisse ausräumen, den Arbeitsaufwand verringern und die Datenübermittlung zu etwas Aussagekräftigem und Ehrlichem machen.“

Auch die Händler erkennen den Wert einer einheitlichen Datenerfassung und -weitergabe: „Eine einzige Quelle für Produktinformationen über ökologische und soziale Merkmale eines Produkts ist eine große Hilfe für alle Beteiligten. Die Marken sparen Zeit beim Ausfüllen der umfangreichen Informationen für alle ihre Einzelhandelskunden, während wir als Händler unsere Systeme an das Format der standardisierten Vorlage anpassen und den Prozess auf unserer Seite beschleunigen können“, resümiert Grünwald.

Das Zeiteinsparungspotenzial ist enorm

Trotz dieser ersten Erfolge und positiven Rückmeldungen scheint bei einigen Outdoor-Unternehmen noch ein gewisses Zögern zu bestehen. Auch diese Marken möchten BSI und EOG zur Nutzung auffordern.

„Denn die aufwendige Arbeit ist bereits erledigt. Ein von Händlern geprüfter und akzeptierter Fragebogen ist frei verfügbar, sodass die Arbeit ganzer Tage entfallen kann. Alles, was noch fehlt, ist die Bereitschaft der Marken, das SDEX-Tool vollumfänglich zu nutzen. Das Zeiteinsparungspotenzial ist enorm“, schließt Angleys. Einsparungen, die wiederum in andere Nachhaltigkeitsmaßnahmen investiert werden können.

BSI

Weitere Informationen:
www.bsi-sport.de/sdex



Foto: BSI

Maïté Angleys, Advisor Corporate Responsibility, BSI



Foto: Yonderland

Melanie Grünwald, Head of Sustainability, Yonderland



Foto: Equip Technologies UK, Ltd

Debbie Read, Head of Corporate Communications and CSR, Equip