



### Dokumentation des Dialogforums

## Kleidung 2030: Entwicklungen und Trends in der Mode- und Bekleidungsindustrie

Düsseldorf, 15. Mai 2017

An dem Dialogforum, das gemeinsam vom Forschungsverbund InNaBe und der Verbraucherzentrale NRW durchgeführt wurde, nahmen rund 40 persönlich eingeladenen Personen aus Unternehmen und Unternehmensverbänden der Textil- und Bekleidungsindustrie, Nichtregierungsorganisationen und Wissenschaft teil.



Das Dialogforum begann nach der Begrüßung durch Dr. Silke Kleinhüchelkotten vom ECOLOG-Institut für sozial-ökologische Forschung und Bildung und Ulrike Schell von der Verbraucherzentrale NRW mit einem Vortrag von Dr. Katharina Rehmann aus dem Ministerium für Wirtschaft, Energie, Industrie, Mittelstand und Handwerk des Landes NRW. Sie gab einen Überblick über aktuelle Entwicklungen

und Trends in der Bekleidungs- und Textilindustrie und betonte, dass sich CSR (Corporate Social Responsibility) für die Unternehmen lohne. CSR könne zur Reputation der Marke beitragen und einen Marktvorteil schaffen.

Im Anschluss stellten Dr. Silke Kleinhüchelkotten und Dr. H.-Peter Neitzke vom ECOLOG-Institut für sozial-ökologische Forschung und Bildung die Ergebnisse einer Expert\*innenbefragung zu Entwicklungen und Trends in der Mode- und Bekleidungsindustrie bis 2030.

Ziel der Befragung, die im Winter 2016/17 im Rahmen des InNaBe-Forschungsprojekts durchgeführt wurde, war es: a) Entwicklungen und Trends im Bekleidungsmarkt zu prognostizieren und b) Realisierungschancen von Innovationen für mehr Nachhaltigkeit im Handlungsfeld 'Bekleidung' zu beurteilen. An der Befragung hatten sich rund 80 Personen mit unterschiedlichem fachlichem Hintergrund aus Behörden, Unternehmen, Wirtschaftsverbänden, Nichtregierungsorganisationen (Verbraucherschutz, Entwicklungszusammenarbeit, Umweltschutz) sowie Forschung und Lehre beteiligt.

Die Diskussion zu den Befragungsergebnissen wurde mit den Kommentaren dreier Expert\*innen eröffnet. Dr. Gisela Burckhardt von FEMNET e.V. sah in den Ergebnissen eine Bestätigung eigener Beobachtungen, wie die Zunahme der Anfragen von Kommunen, die bei der Beschaffung von Dienstkleidung strengere Sozial- und Umweltstandards berücksichtigen wollen, und des Drucks auf Unternehmen, sozial- und umweltverträglich zu produzieren, wie er sich auch in einer aktuellen Initiative im EU-Parlament zeigt. Sie berichtete außerdem davon, dass Modebloggerinnen in letzter Zeit ein größeres Interesse an Nachhaltigkeitsthemen zeigen würden. Um einen größeren Marktanteil für nachhaltig produzierte Kleidung zu erreichen, sind ihrer Meinung nach finanzielle Ressourcen für das (Social) Marketing bereitzustellen. Allein könnten die, oft kleinen, Vorreiterunternehmen dieses nicht leisten.

Prof. Dr. Rudolf Voller zeigte sich skeptisch, dass die positiven Entwicklungen im Bereich der Kompostierbarkeit und Recyclingfähigkeit so eintreten würden, wie von den Expert\*innen erwartet. Bei den Rohstoffen sah er das größte Hemmnis in der Verfügbarkeit umweltverträglich erzeugter Baumwolle - andere Pflanzenfasern dürften seiner Meinung nach ohnehin nur eine untergeordnete Rolle spielen. Im Bereich der chemisch-synthetischen Rohstoffe stimmte Prof. Voller mit den Urteilen der Expert\*innen überein. Hier wären Anstrengungen zur umweltverträglicheren Produktion, nicht nur im Rahmen der Detox-Kampagne, sondern auch im Textilbündnis, erkennbar. Bei den Konsument\*innen sah er ein nur sehr langsames Wachstum des kritischen Segments und betonte, dass es schwierig sei, die Verbraucher\*innen am Point of Sale zu erreichen. Relevante Informationen zu vermitteln und Anregungen für einen bewussten Konsum zu geben, sei online leichter. Die Digitalisierung werde seiner Meinung nach zu einer Erhöhung der Lieferkettentransparenz führen.

Dr. Uwe Mazura vom Gesamtverband der deutschen Textil- und Modeindustrie e.V. leitete aus den Befragungsergebnissen mehrere Thesen ab: Nachhaltigkeit sei ein Bildungsthema und eine Frage des Alters. Bei Jüngeren sei das Interesse an Nachhaltigkeitsfragen größer als bei Älteren. Er war sich sicher, dass es einen Trend zur Individualisierung von Kleidung (Customization) geben wird, der zu einem Revival von Kleidungsproduktion in Europa und gleichzeitig zu Problemen in den jetzigen Produktionsländern führen könnte. Dr. Mazura stimmte auch der Einschätzung zu, dass der Internet-Handel weiter wachsen werde. Die offene Frage sei hier, wie sich der stationäre Handel neu aufstellen werde. Aus der Expert\*innenbefragung nahm er die positive Botschaft mit, dass es in naher Zukunft Lösungen für die drängenden Probleme im Bekleidungssektor geben wird.

In der anschließenden Diskussion wurde die Frage aufgeworfen, wie es gelingen kann, die Nachfrage nach sozial- und umweltverträglichen Alternativen zu stärken. Dies sei u.a. eine Frage der Sichtbarkeit. In diesem Zusammenhang wurde die Frage gestellt, warum die Medien die Themen nicht aufgreifen. Hier wurde auf Journalistenschulungen hingewiesen, die von der

Akademie Mode & Design Düsseldorf durchgeführt werden. Weitere Probleme bestünden darin, dass das Angebot an nachhaltig produzierter Kleidung nicht groß genug bzw. nicht passend sei und dass die Alternativen vielen Verbraucher\*innen nicht bekannt seien. Viel Zustimmung fand die Forderung nach gesetzlichen Regulierungen, globalen Rahmenabkommen und internationalen Tarifverhandlungen.

Nur durch Gewerkschaften könne eine kontinuierliche Begleitung vor Ort gewährleistet werden. Gerade KMUs könnten von gesetzlichen Regulierungen profitieren, da sie sich ein CSR-Management oft nicht leisten könnten - anders als große Unternehmen, die dies als Risikomanagement betreiben würden. KMUs müssten nicht nur im Bereich des Nachhaltigkeitsmanagements sondern auch des Marketings unterstützt werden.

Den Nachmittag eröffnete Dr. Kerstin Etzenbach-Effers von der Verbraucherzentrale NRW mit einem Vortrag zu Forderungen aus Verbraucherschutzsicht an Hersteller, Handel, Politik und Gesetzgebung. Sie betonte, dass nachhaltig produzierte Kleidung für Verbraucher\*innen klar erkennbar und einfacher erhältlich sein müsse als konventionelle. Dafür brauche es eine vorrangige Platzierung im (Internet-) Handel und wahre, verständliche Werbeaussagen, die durch unabhängige Siegel und Zertifizierungen belegt werden. Wünschenswert sei ein umfassendes Siegel in Bezug auf die Nachhaltigkeitsaspekte 'ökologisch', 'fair', 'gesundheitsverträglich' und 'ressourcenschonend' für die gesamte textile Kette.

Detlef Braun von ZiTex – Textil & Mode NRW erläuterte in seinem Vortrag die Herausforderungen vor denen Unternehmen, insbesondere KMU, bei der Umsetzung von strengeren Nachhaltigkeitsstandards stehen. Er warb um Verständnis für die Unternehmensperspektive und schloss mit dem Fazit, dass die Kosten und der bürokratische Aufwand für ein CSR-Management insbesondere für KMU sehr hoch und für viele ohne externe Unterstützung nicht leistbar sei.



In der Diskussion wurde angemerkt, dass sich der Wunsch nach einem allgemeingültigen Siegel nicht umsetzen lasse. Anzustreben sei eine Harmonisierung der Siegel in den einzelnen Bereichen. Eingeworfen wurde auch, dass nicht noch ein weiteres Siegel 'auf den Markt' gebracht werden sollte, sondern dass es um die Anerkennung der Siegel untereinander gehe. Als Beispiel, wie es auch gehen könnte, wurde

Tchibo genannt: Das Unternehmen prüfe sehr genau, wem es Aufträge gibt und achte bei der Auswahl auf die Einhaltung von Sozial- und Umweltstandards. Zertifizierte Unternehmen hätten den Vorteil, dass sie auf Datenbanken zertifizierter und damit kontrollierter Zulieferer zugreifen können. Bezogen auf das Recycling wurde diskutiert, wo die Informationen zum Kleidungsstück gespeichert werden sollen - Schilder und auch RFID-Tags würden von den Kund\*innen in der Regel herausgenommen. Eine Idee war, die Informationen in das Kleidungsstück zu drucken. Zum Recycling wurde generell angemerkt, dass es sich dabei immer um Downcycling handeln würde. Grundsätzlich müsse man fragen, wo entlang der textilen Kette die größten Umweltentlastungseffekte erreicht werden könnten. Dies sei sicherlich nicht

beim Recycling. Zum Abschluss wurde die Frage aufgeworfen, wie Unternehmen bei der Umsetzung von Nachhaltigkeitsinnovationen unterstützt werden könnten. Hier war die vorherrschende Meinung wie schon am Vormittag, dass dafür gesetzliche Standards hilfreich seien. Denkbar wären zudem Zollerleichterungen für fair und umweltverträglich gefertigte Waren, steuerliche Anreize und eine Bevorzugung solcher Waren in der öffentlichen Beschaffung. Hin gewiesen wurde auch auf die Verabschiedung des Sorgfaltspflichtengesetzes in Frankreich. Mit dem Gesetz sollen französische Unternehmen dazu verpflichtet werden, menschenrechtliche Sorgfaltspflichten nicht nur im eigenen Unternehmen, sondern entlang der Lieferkette zu gewährleisten. Verstöße werden mit Bußgeldern geahndet, bei entstandenen Schäden können die Betroffenen klagen.

Am Ende des Dialogforums wurde für Herbst 2017 ein Strategietreffen verabredet, bei dem überlegt werden soll, wie Unternehmen beim Übergang zu nachhaltigeren Produktionsweisen und beim Marketing für nachhaltige Produkte unterstützt werden können. Die Organisation übernimmt das InNaBe-Forschungsteam.