

15.05.2017 Dialogforum Kleidung 2030

verbraucherzentrale

Nordrhein-Westfalen

Notwendige Veränderungen aus Sicht des Verbraucherschutzes

Dr. Kerstin Etzenbach-Effers

Übersicht

Einführung: Verbraucherumfrage 2016

Anforderungen aus Verbraucherschutzsicht an:

- Nachhaltigkeit
- die Hersteller
- den Handel
- Politik und Gesetzgebung
- Siegel

Bevölkerungsbefragung 2016 – Rückverfolgbarkeit als Verkaufsargument

Abb.

Seite 5 folgender Präsentation:

<https://www.pwc.de/de/handel-und-konsumguter/assets/bevoelkerungsbefragung-rueckverfolgbarkeit-als-kaufargument.pdf>

Bevölkerungsbefragung 2016 – Rückverfolgbarkeit als Verkaufsargument

Abb.

Seite 14 folgender Präsentation:

<https://www.pwc.de/de/handel-und-konsumguter/assets/bevoelkerungsbefragung-rueckverfolgbarkeit-als-kaufargument.pdf>

Bevölkerungsbefragung 2016 – Rückverfolgbarkeit als Verkaufsargument

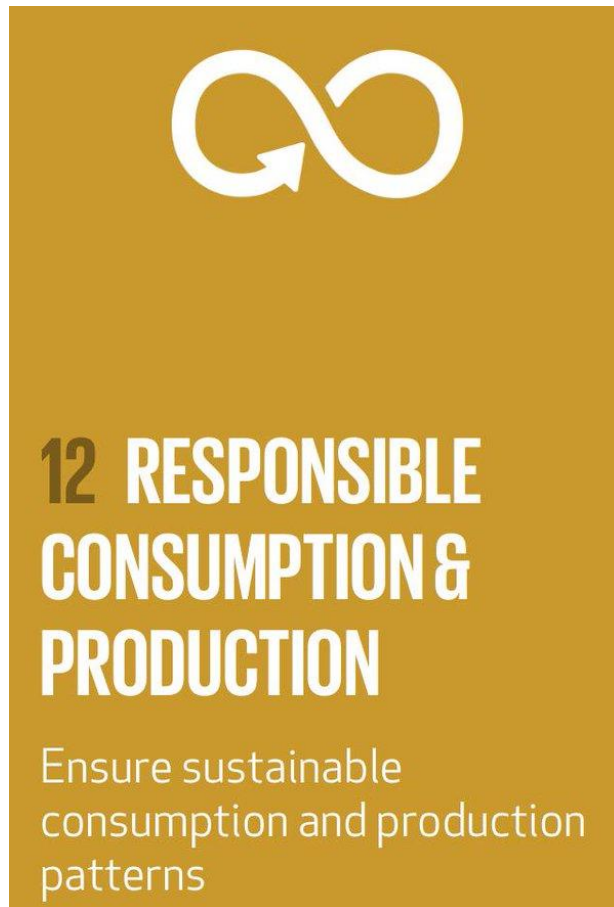
Abb.

Seite 17 folgender Präsentation:

<https://www.pwc.de/de/handel-und-konsumguter/assets/bevoelkerungsbefragung-rueckverfolgbarkeit-als-kaufargument.pdf>

Anforderungen aus Verbraucherschutzsicht

Anforderungen an Nachhaltigkeit



The infographic features a white infinity symbol with an arrow at the top. Below it, the text reads: **12 RESPONSIBLE CONSUMPTION & PRODUCTION**. At the bottom, it says: Ensure sustainable consumption and production patterns.



Klaus Müller,
Vorstand vzbv

„Die nachhaltige Lösung muss die einfachere Lösung sein!“

Anforderungen an

Nachhaltigkeit - Kleidung und Textilien

Nachhaltigere Kleidung und Textilien

- müssen für Verbraucher/-innen klar unterscheidbar sein
- müssen einfach erhältlich sein

Anforderungen an Nachhaltigkeit: umsetzungsfreundliches Umfeld

Abb. <https://utopia.de/bio-jeans-aldi-12750/>

Abb. <https://www.otto.de/damenmode/kategorien/kleider/>



Anforderungen an Hersteller & Handel

- wahre, verständliche Werbeaussagen
- Belege für Nachhaltigkeitsaussagen:
 - unabhängige Siegel & Zertifizierungen
an Stelle von firmeneigenen
Nachhaltigkeitssiegeln

Anforderungen an
Hersteller & Handel -
keine firmeneigenen Nachhaltigkeitssiegel



Anforderungen an Hersteller

- öko-faire Produktion
- Informationsmanagement
- Rückverfolgbarkeit der Lieferkette
- recyclingfähig designed
- Produkttransparenz
- umfassende, transparente Textilsiegel
- langlebige Qualität
- keine Freisetzung von Mikroplastik etc.

Kennzeichnung:

- Materialien
- Fasergewinnung
- Ausrüstung
- Herkunft
- Gesundheits- und Umweltstandards
- Sozialstandards

Transparenz ist machbar

Abb. http://www.madeingreen.com/en/_mig/mig_trace_your_product/mig_trace_your_product.html?code=

Transparenz ist machbar

<https://www.wearezrcl.com/about-zrcl/>

Anforderungen an den Handel

- ❖ nachhaltiges Sortimentsmanagement
- ❖ Informationsmanagement
- ❖ öko-faire Produkte *im Geschäft, Katalog oder Online-Shop* vorrangig platzieren
- ❖ Relevante Informationen über die gesetzliche Kennzeichnung hinaus
- ❖ keine Kaufanreize wie „3 zum Preis von 2“

Anforderungen an den stationären Handel

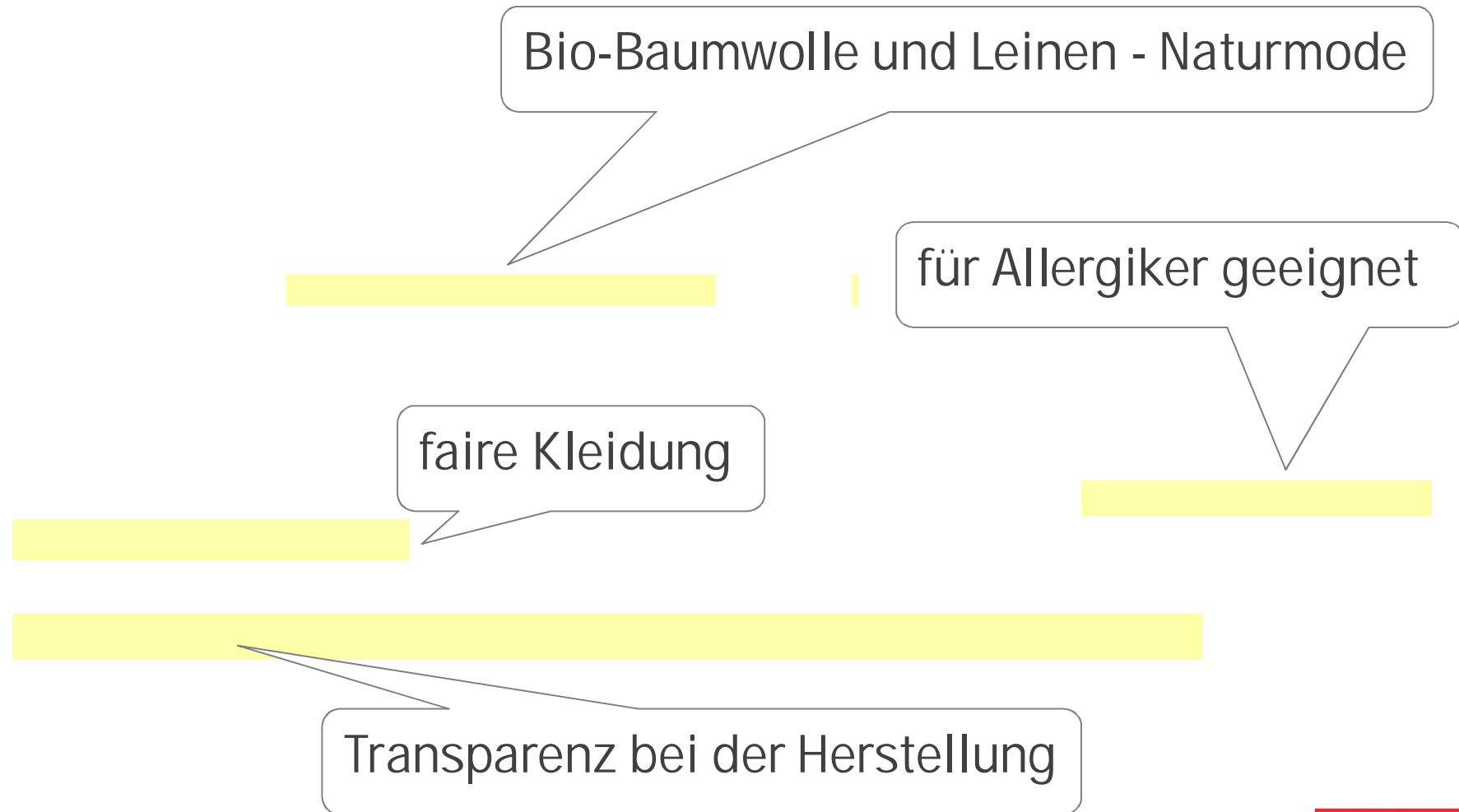
- Fortbildung für die Beschäftigten in Bezug auf nachhaltige Textilien, Siegel etc.

Anforderungen an den Online-/Versandhandel

- relevante Informationen auf den Online-Produktseiten
- klare Unterscheidung zwischen nachhaltigen und konventionellen Produkten
- „Nachhaltigkeitsfilter“ bei gemischtem Sortiment

Online Handel - Wahre Werbeaussagen? Transparenz?

Abb. <https://www.deerberg.de/de/>



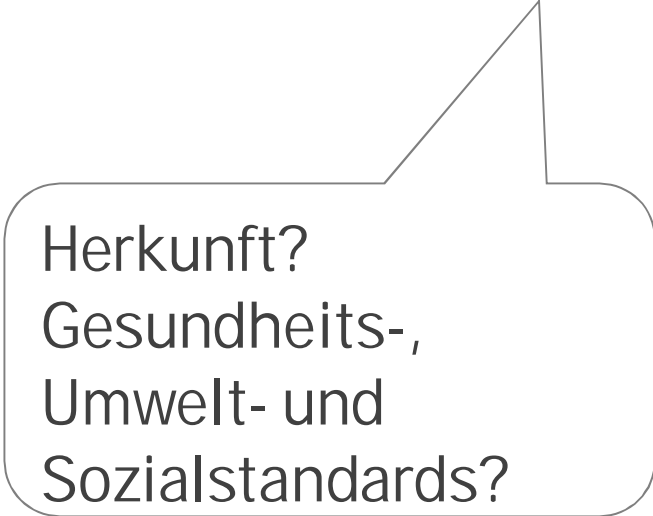
Online Handel - Wahre Werbeaussagen? Transparenz?

- Baumwolle:
konventionell, kbA,
GMO, fair?
- Herkunft?
- Gesundheits-,
Umwelt- und
Sozialstandards?

Abb. <https://www.deerberg.de/de/deerberg-jersey-kleid-molly-rot-1595133>

Online Handel - Wahre Werbeaussagen? Transparenz?

[Abb: https://www.deerberg.de/de/deerberg-druck-rock-severine-rot-1597730](https://www.deerberg.de/de/deerberg-druck-rock-severine-rot-1597730)



Herkunft?
Gesundheits-,
Umwelt- und
Sozialstandards?

Anforderungen an

Politik & Gesetzgebung: EU-Textilverordnung

❖ Chemikalien in Textilien:
EU-Textilverordnung statt
Regulierung über REACH

http://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2016-020_protecting_consumers_from_hazardous_chemicals_in_textiles.pdf

❖ verpflichtender Nachweis von Umwelt- und Sozialstandards - auch für Importe

❖ Regelungen zur Kennzeichnung und zu Werbeaussagen

Anforderungen an

Politik & Gesetzgebung: Kennzeichnung

- Angabe aller Fasern & Materialien
- Fasergewinnung (kbA, konventionell, GMO, recycelt, nachwachsende Rohstoffe, ...)
- Ausrüstung
- Sozialstandards bezogen auf Produktionsschritte
- Rückverfolgbarkeit
- Gesetzliche Vorgaben für „bio“ und „fair“ mit entsprechender Kennzeichnung

Kennzeichnung

Beispiel: Membran von Outdoorjacken

Wirklichkeit

keine Angaben
Dermizax™
Venturi®
Climaprotect®
Texapore®
ClimaTex®
Ceplex Active®
GoreTex®
Sympatex®
Membrain®
HiPe®

Wunsch

fluorfreie Membran
aus Polyurethan

enthält gesundheits- &
umweltschädigende
Fluorchemikalien:
fluorhaltige Membran
aus PTFE.

bluesign®
PRODUCT

PTFE-Membran

Kennzeichnung

Beispiel: Imprägnierung von Outdoorjacken

Wirklichkeit

keine Angabe
Flourine-free
PFOA/PFOS free
ecorepel®
PURTEX WR®
Bionic finish®eco
Archroma®

C6-PFC

Wunsch

fluorfreie
Imprägnierung auf
Paraffinbasis

enthält gesundheits- &
umweltgefährdende
Fluorchemikalien:
imprägniert mit
Fluorcarbonharzen
(PFC)

Kennzeichnung

Beispiel: Sozialstandards bei Outdoorjacken

Wirklichkeit

keine Aussage



Wunsch

Unter Einhaltung von
Sozialstandard XY
in Produktionsschritt Z
hergestellt

Keine Sozialstandards bei
der Produktion
nachgewiesen

Kennzeichnung: Fasergewinnung/Anbau

Wirklichkeit

100 % Baumwolle

Wunsch

100 % Biobaumwolle (kbA)

Abb. <https://www.etsy.com/de/listing/511490286/gvo-gratis-shirt-frauen-t-shirt-rundhals?ref=market>

100 % gentechnisch
veränderte Baumwolle,
konventioneller Anbau

Naturbewusstseinsstudie des BmUB 2015:
„Der Mensch hat kein Recht, Pflanzen und Tiere gezielt
gentechnisch zu verändern.“ (75 % Zustimmung)

Textil-Siegel - die wichtigsten Forderungen:

- öffentlich zugängliche Vergabekriterien
- unabhängige Kontrolle der Kriterien
- klare Aussagen,
 - welcher Nachhaltigkeitsaspekt
 - welcher Produktionsschritt
 - wie überprüft
- möglichst ganze Textilkette & alle Nachhaltigkeitsaspekte

Textil-Siegel

A. fair B. bio C. ökologisch/schadstoffarm D. ressourcenschonend

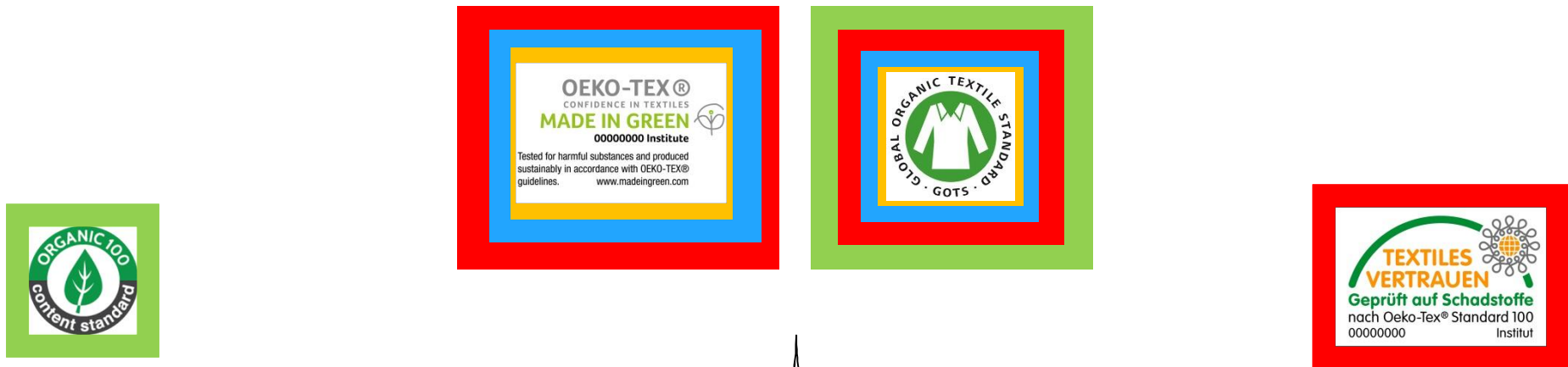


Abb. <http://www.lanius-koeln.de/de/brand/sustainability>



Quellen

Folie 2-4: <https://www.pwc.de/de/handel-und-konsumguter/assets/bevoelkerungsbefragung-rueckverfolgbarkeit-als-kaufargument.pdf>

Folie 5: Foto © VZ NRW

Folie 6: <https://twitter.com/aminajmohammed/status/645299686107164672>
<http://www.vzbv.de/pressefotos/klaus-mueller-vorstand-des-vzbv>

Folie 7: <https://utopia.de/bio-jeans-aldi-12750/>
<https://www.otto.de/damenmode/kategorien/kleider/>

Folie 9: Foto Dschungel: <http://www.cdatytsjerksteradiel.nl/dschungel-fototapete>

Folie 11: <https://www.wearezrcl.com/about-zrcl/>

Folie 17: <https://www.deerberg.de/de/>

Folie 18: <https://www.deerberg.de/de/deerberg-jersey-kleid-molly-rot-1595133>

Folie 19: <https://www.deerberg.de/de/deerberg-druck-rock-severine-rot-1597730>

Folie 20: <https://www.otto.de/damenmode/inspiration/goodproduct-nachhaltigkeit/>

Folie 23: <https://www.etsy.com/de/listing/511490286/gvo-gratis-shirt-frauen-t-shirt-rundhals?ref=market>

Folie 28: Textile Kette: <http://www.lanius-koeln.de/de/brand/sustainability>

Danke für Ihre Aufmerksamkeit!

Anregungen oder Fragen?

kerstin.etzenbach-effers@verbraucherzentrale.nrw
Tel. 0211-38 09 223

verbraucherzentrale

Nordrhein-Westfalen

Stellungnahme aus dem Dialog zur Nachhaltigkeit

„Hersteller und Handel müssen in die Pflicht genommen werden: Hersteller haben dafür zu sorgen, dass auf Farmen und in Fabriken, auch im Ausland, Menschenrechte, humane Arbeitsbedingungen und hohe Umweltstandards gelten. Der Handel muss nachhaltig hergestellte Produkte so in den Regalen platzieren, dass Kunden sie finden, auch wenn solche Produkte noch nicht die hohen Umsätze von konventionell hergestellten Produkten erzielen.“

vzbv

Stellungnahme aus dem Dialog zur Nachhaltigkeit

„Dem Einzelhandel kommt bei der Umsetzung von Maßnahmen für den nachhaltigen Konsum und teilweise sicher auch für die Güterproduktion eine entscheidende Rolle zu. Zwar kann der Einzelhandel allein weder die Präferenzen der Konsumenten bestimmen noch die Hersteller zu einem bestimmten Produktionsverfahren zwingen. Dennoch hat er als Mittler Gewicht: In einer marktwirtschaftlichen Ordnung entscheidet er selbständig, welche Produkte er in das Sortiment aufnimmt und welche Qualitätsanforderungen er an die Produzenten weitergibt. Darüber hinaus kann durch Beratung und Kundenbetreuung darauf hingewirkt werden, dass den Kunden neben Qualitäts- auch nachhaltigkeitsrelevante Informationen vermittelt werden.“

Galeria-Kaufhof