



verbraucherzentrale

Nordrhein-Westfalen

26.09.2016 Hochschule Reutlingen

Ansprüche der Verbraucher/-innen an die Textilindustrie

Dr. Kerstin Etzenbach-Effers

Textilien

- Was wollen Verbraucher/-innen?
- Welche Hindernisse gibt es?
- Bieten Textil-Siegel Orientierung?

Qualität & Haltbarkeit

gute Passform,
preiswert &
chic

schadstoffarm

Belege für die Nachhaltigkeitsaussagen

Ehrlichkeit:
Werbung
Kennzeichnung
Siegel

Umweltfreundliche & faire Produktion

kein Eintrag von Mikroplastik

Ressourcenschonende Kreislaufwirtschaft

Teure Kleidung:
bessere Umwelt- und Sozialstandards

(Selbst-)Verpflichtung
Anteil nachhaltiger Textilien zu steigern



Greenpeace-Umfrage 2015

Total
gutes Aussehen wichtig
preiswert
Spaß beim Kauf
gezielt öko & fair
Siegel hilfreich
Garantie gewünscht
Rücknahme und Recyclingpflicht

https://www.greenpeace.de/sites/www.greenpeace.de/files/publications/20151123_greenpeace_modekonsum_flyer.pdf

Attitude-Behaviour-Gap?

<http://www.sueddeutsche.de/wirtschaft/leitartikel-schizophrener-verbraucher-1.2783761>

<http://www.derwesten.de/staedte/gelsenkirchen/riesen-andrang-bei-primark-eroeffnung-in-gelsenkirchen-id4028308.html>

Umsetzungsfreundliches Umfeld

„Die nachhaltige Lösung muss die einfachere Lösung sein!“



Klaus Müller,
Vorstand vzbv

Verhaltens-
änderung

Enabling environment

persönliche Einstellung

Hintergrundwissen

Problembewusstsein

Forderungen an die Textilindustrie

1. Tue Gutes!
2. Rede darüber...

Transparenz:

- relevante Fakten
- Ehrlichkeit
- kein Greenwashing



Fasergewinnung/Anbau

Realität

100 % Baumwolle

http://rlv.zcache.de/gmo_geben_vati_frei_hemdenr1b7f90cf7c0f4d55a40e1f4ecb7cf0e3_jyry7_324.jpg

Wunsch

100 % Biobaumwolle (kbA)

100 % gentechnisch manipulierte Baumwolle

Naturbewusstseinsstudie des BmUB 2016:
„Der Mensch hat kein Recht, Pflanzen und Tiere gezielt gentechnisch zu verändern.“ (75 %)

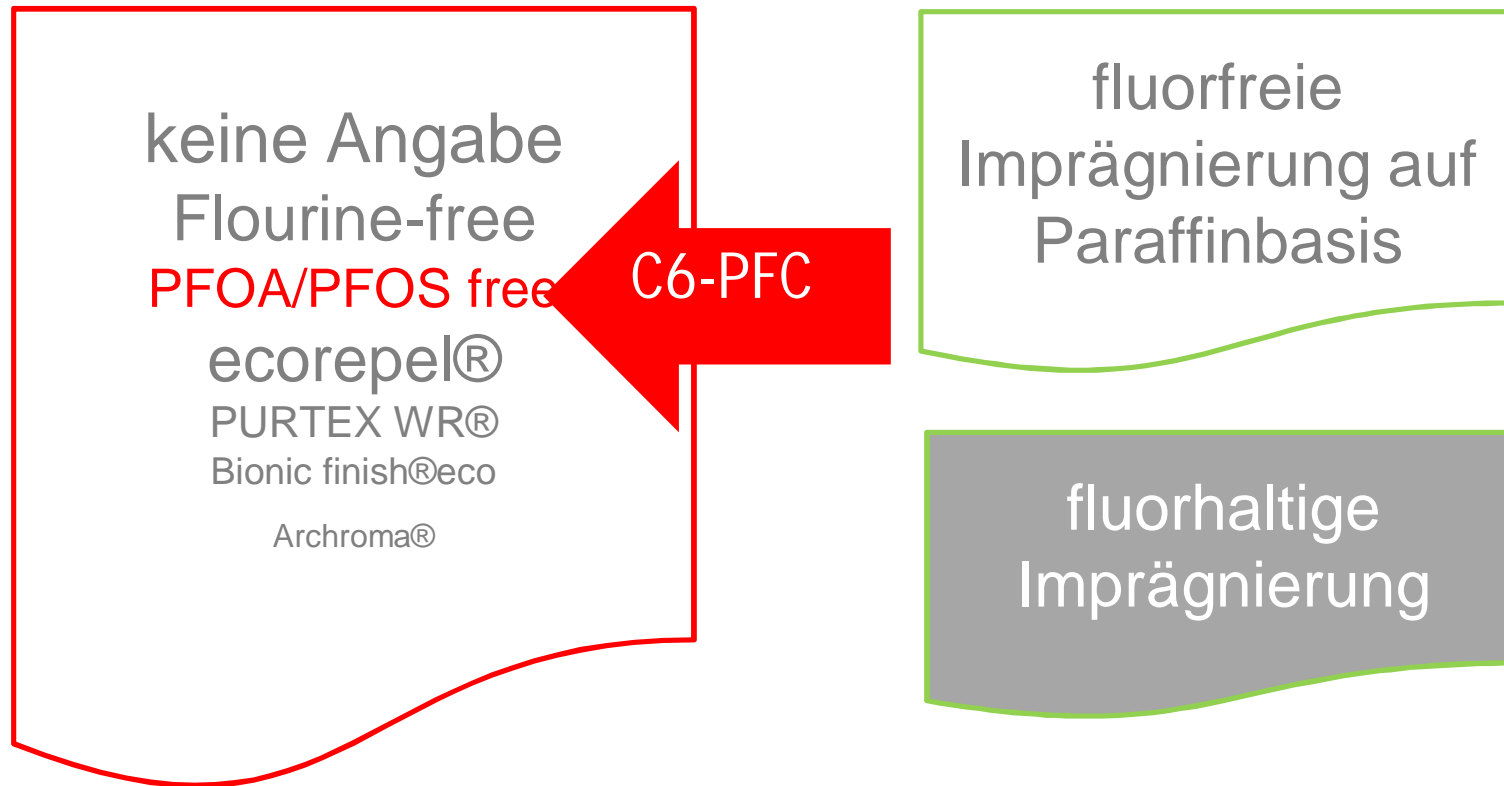
Material am Beispiel Membran von Outdoorjacken

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

fluorfreie Membran
aus Polyurethan

fluorhaltige Membran
aus PTFE

Chemische Ausrüstung am Beispiel Imprägnierung von Outdoorjacken



Transparenz Sozialstandards

keine Aussage



Unter Einhaltung
von Sozialstandards
produziert

Ohne Einhaltung
von Sozialstandards
produziert

Textil-Siegel

A. Fair B. ökologisch C. schadstoffarm D. ressourcenschonend



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



Verbraucheranspruch:

- ❖ klare Aussage & Umsetzung
- ❖ ein umfassendes Siegel

Im Label-Dschungel

Abb. H&M Conscious

Abb. VauDe Greenshape

Abb. C&A: We love BioCotton

Abb. Haglöfs: Take Care –
Sustainable Choice

Foto Orang-Utan:
[http://img.zeit.de/wissen/umwelt/
2016-05/orang-utan-kreativitaet-
zoo/wide__1300x731](http://img.zeit.de/wissen/umwelt/2016-05/orang-utan-kreativitaet-zoo/wide__1300x731)

Quellen

Folie 3: Foto: Gewitterkind/Fotolia; Foto: takoburito/Fotolia; Foto: Steve Wilson/ CC By 2.0

Folie 4: Foto © VZ NRW

Folie 5:

https://www.greenpeace.de/sites/www.greenpeace.de/files/publications/20151123_greenpeace_modekonsum_flyer.pdf/

Folie 6: <http://www.sueddeutsche.de/wirtschaft/leitartikel-schizophrener-verbraucher-1.2783761> (Dezember 2015); <http://www.derwesten.de/staedte/gelsenkirchen/riesen-andrang-bei-primark-eroeffnung-in-gelsenkirchen-id4028308.html>

Folie 7: Exploring the Link between Obesity and Food Purchasing Behaviour in the West Midlands: Research Methodology & Key Findings Professor Andrew Fearne

<http://slideplayer.com/slide/3623470/> Foto: <http://www.vzbv.de/pressefotos/klaus-mueller-vorstand-des-vzbv>

Folie 8: Foto © VZ NRW

Folie 9:

http://rlv.zcache.de/gmo_geben_vati_frei_hemdenr1b7f90cf7c0f4d55a40e1f4ecb7cf0e3_jyry7_324.jpg

Folie 13: Textile Kette: <http://www.lanius-koeln.de/de/brand/sustainability>

Folie 14: Foto Orang-Utan: http://img.zeit.de/wissen/umwelt/2016-05/orang-utan-kreativitaet-zoo/wide__1300x731

Danke für Ihre Aufmerksamkeit!

Anregungen oder Fragen?

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

verbraucherzentrale

Nordrhein-Westfalen

Gefördert durch:

**Ministerium für Klimaschutz, Umwelt,
Landwirtschaft, Natur- und Verbraucherschutz
des Landes Nordrhein-Westfalen**

