

**Kleidung 2030: Entwicklungen und Trends in der Mode- und Bekleidungsindustrie“,
15.05.2017, Düsseldorf**

**Nachhaltige Kleidung - notwendige Veränderungen aus Sicht des
Verbraucherschutzes (Stand 09.05.2017)**

1. Nachhaltigkeit im Bereich Kleidung und Textilien aus Verbrauchersicht

Die nachhaltige Lösung muss die einfachere Lösung sein.

Dazu benötigen Verbraucher/-innen auch in den Bereichen Kleidung und Textilien ein umsetzungsfreundliches Umfeld.

Konkret bedeutet das:

1. Verbraucher/-innen müssen nachhaltigere Kleidung und Textilien von den konventionellen Produkten klar unterscheiden können.
2. Nachhaltige Kleidung und Textilien müssen einfacher verfügbar sein als konventionelle Produkte, damit sie den Massenmarkt erreichen.

Beispielweise müssen sie in Discountern und Handelsketten angeboten, im Eingangsbereich von Geschäften und Kaufhäusern gut sichtbar platziert, im Online-Shop als erstes angezeigt werden und mit „Nachhaltigkeitsfiltern“ gezielt auswählbar sein, genauso wie Farbe und Größe in der Auswahlleiste wählbar sind.

2. Forderungen an:

a) Hersteller und Handel

Werbeaussagen müssen wahr und verständlich sein:

- Hersteller und Händler müssen Nachhaltigkeitsaussagen belegen können.
- Sie sollten unabhängige, transparente, möglichst umfassende Textilsiegel oder Zertifizierungen verwenden und auf eigene Siegelkreationen verzichten.

b) Hersteller

- Hersteller sollten Kleidung und Textilien ökologisch verträglich und unter Einhaltung strenger Sozialstandards produzieren.
- Um das über den gesamten Herstellungsprozess zu garantieren, müssen die Lieferketten rückverfolgbar sein. Außerdem ist ein sorgfältiges Chemikalien- und Informationsmanagement entlang der gesamten Lieferkette notwendig.
- Kleidung und Textilien sollten bereits beim Design so geplant werden, dass sie recyclingfähig sind.
- Kleidung und Textilien sollten langlebig sein.

- Die Kennzeichnung für den Verbraucher/-innen sollte über die gesetzlichen Anforderungen der Textilkennzeichnungsverordnung hinausgehen und Aussagen machen zu:
 - Materialien (nachvollziehbare Bezeichnungen, keine Handelsnamen)
 - Art der Fasergewinnung (z. B. kba, konventionell, recycelt, GMO, nachwachsende Rohstoffe etc.)
 - Ausrüstung
 - Herkunft
 - Gesundheits-, Umwelt- und Sozialstandards
 -

c) Handel

- Der Handel sollte bevorzugt nachhaltige Textilien nachfragen und in das Sortiment aufnehmen.
- In Geschäften, Katalogen oder Online-Shops sollten nachhaltige Textilien vorrangig platziert werden.
- Der Handel sollte von seinen Lieferanten nachhaltige Produkte verlangen, umfassende Nachhaltigkeitsinformationen zum Produkt anfragen und ein entsprechendes Informationsmanagement in das Warenwirtschaftssystem integrieren.
- Nachhaltigkeitsinformationen sollten an Verbraucher/-innen weitergegeben werden.
- Kaufanreize wie „3 zum Preis von 2“ sollte der Handel vermeiden.

Online-Handel und Versandhandel

- Informationen zu Materialien, zur Fasergewinnung, zur Ausrüstung, zu Gesundheits-, Umwelt- und Sozialstandards bzw. zu Siegeln müssen auf den Produktseiten gut sichtbar an die Verbraucher/-innen kommuniziert werden.
- Bei „gemischtem Angebot“ müssen Online-Shops klar zwischen nachhaltigem und konventionellem Sortiment unterscheiden.
- Verbraucher/-innen müssen sich das nachhaltige Sortiment gezielt auswählen und ansehen können („Nachhaltigkeitsfilter“).

Stationärer Handel

- Die Beschäftigten im stationären Handel müssen Fortbildungen im Bereich nachhaltige Textilien erhalten, sodass sie zu Materialien, Art der Fasergewinnung, Gesundheits-, Umwelt- und Sozialstandards sowie zu Textilsiegeln Auskunft geben und beraten können.

d) Politik und Gesetzgebung

EU-Textilverordnung dringend notwendig

Es muss eine EU-Textilverordnung geben, die nicht nur die Kennzeichnung von Textilien sondern auch Gesundheits-, Umwelt- und Sozialstandards vorschreibt. Es gibt erste Ansätze der EU-Kommission krebserregende Chemikalien in Textilien mit Hautkontakt über die REACH-Verordnung (Verordnung (EG) Nr. 1907/2006) zu regeln. Im Sinne eines starken Verbraucherschutzes wäre eine produktspezifische Verordnung vergleichbar mit der EU-Kosmetikverordnung sinnvoller, weil in diesem Rahmen generische Stoffverbote anstelle von Einzelstoffverboten ausgesprochen werden könnten und Positivlisten beispielsweise für Chemikalien zur Imprägnierung von Textilien möglich wären. Auch Werbeaussagen zu Textilien ließen sich im Rahmen einer Verordnung regeln.

Gesetzlich vorgeschriebene Kennzeichnung von Textilien

- Die Kennzeichnung von Textilien muss für Verbraucher/-innen transparenter werden: Die EU-Textilkennzeichnungsverordnung (Verordnung (EU) Nr. 1007/2011) schreibt nur die grobe Angabe der enthaltenen Fasern bzw. die Angabe, ob tierische Bestandteile enthalten sind, vor. Um eine nachhaltige Kaufentscheidung treffen zu können, benötigen Verbraucher/-innen - auch für den Online- und Versandhandel - verpflichtende Angaben zu Materialien, zur Fasergewinnung (kbA, konventionell, GMO, recycelt, aus nachwachsenden Rohstoffen, ...) zur chemischen oder mechanischen Ausrüstung, zu Gesundheits-, Umwelt- und Sozialstandards.
- Besonders die Kennzeichnung von Gentechnik muss wegen der ablehnenden Haltung der Verbraucher/-innen und des hohen Marktanteils von genetisch veränderter Baumwolle nicht nur bei Lebensmitteln sondern auch für Kleidung und Textilien Pflicht werden.
- Aus Gründen der Produktsicherheit sind Angaben zur Rückverfolgbarkeit bzw. der Herkunft ebenfalls notwendig.
- Gesetzliche Vorgaben zu „fair“ und „bio“ mit entsprechender Kennzeichnung, vergleichbar der EU-Öko-Verordnung für Lebensmittel und dem EU-Bio-Siegel, würden die Siegellandschaft vereinfachen und mehr Transparenz für Verbraucher/-innen bieten.

e) Textilsiegel

Hier können nur die wichtigsten Anforderungen an Textilsiegel aus Sicht des Verbraucherschutzes genannt werden:

- Die Vergabekriterien eines Siegels sollten öffentlich zugänglich sein, beispielsweise im Internet.
- Eine unabhängige Stelle sollte die Einhaltung der Kriterien überprüfen.
- Das Siegel muss gegenüber Verbraucher/-innen klare Aussagen machen, welcher Nachhaltigkeitsaspekt (z. B. fair, bio, schadstoffarm/ökologisch, ressourcenschonend) in welchem Produktionsschritt der textilen

Produktionskette (Fasergewinnung, Spinnen, Weben, Färben, Konfektionieren, Verpackung, Versand etc.) berücksichtigt und überprüft wird.

Kontakt:

Verbraucherzentrale NRW

Dr. Kerstin Etzenbach-Effers

Tel. 0211- 38 09 223

kerstin.etzenbach-effers@verbraucherzentrale.nrw