

Globale Verbraucherstudie zu Nachhaltigkeit bei Textilien

Anlässlich ihres 25-jährigen Bestehens hat die OEKO-TEX® Gemeinschaft eine weltweite Studie in Auftrag gegeben, bei der die Haltung von Verbrauchern gegenüber Nachhaltigkeit bei Textilien untersucht wurde. Diese bahnbrechende Studie ist die erste mit dem Schwerpunkt auf Verbraucher weltweit und untersucht deren Ansichten und Verhaltensweisen im Gesamtkontext des Klimawandels sowie deren Wissen, Wahrnehmung und Bedenken bzw. Sorgen hinsichtlich der Nachhaltigkeit bei Textilien und Zertifizierung. Vom 24. Juni bis zum 11. Juli 2017 wurde in mehr als zehn Ländern eine 25-minütige Umfrage unter mehr als 11.000 Einkaufsentscheidern in den Bereichen Bekleidung und Heimtextilien durchgeführt.

1

Klimawandel ist für alle Menschen weltweit ein ernstes Problem

- › Der Klimawandel rangiert auf Platz drei einer Liste von sechzehn beunruhigenden Problemen
 - Mehr als 4 von 5 Personen weltweit geben an, dass er „tatsächlich besteht und ein sehr ernstes Problem ist“
 - Fast 3 von 4 Personen geben an, dass er „zum Großteil das Ergebnis der von Menschen verursachten Emissionen“ ist
- › Verbraucher sind von Sorgen angetrieben, die sowohl persönlicher Natur sind (z. B. „ich und meine Familie sollen gesund und sicher leben“) als auch eine globale Sicht haben (z. B. „Die Erde für zukünftige Generationen bewahren“)

2

Menschen möchten nachhaltiger leben

- › Die meisten Menschen auf dieser Welt möchten Teil der Lösung sein, nicht des Problems
 - Der Großteil (66%) ist der Ansicht, dass „die Handlungen einer einzelnen Person den Klimawandel nicht rückgängig machen können“, und in 7 von 10 Fällen wurde angegeben, dass sie „nach einem nachhaltigen, umweltfreundlichen Lebenswandel streben“
 - Sie sind auf einem guten Weg zu lernen, wie das geht: natürlichere Ernährung, Wechsel der Transportmittel, Prüfen auf Recyclbarkeit, mehr über von ihnen gekaufte Marken in Erfahrung bringen
 - Sie streben danach, weniger Kleidung zu kaufen, aber ein „Konsumverzicht“ gestaltet sich schwierig
- › Die Menschen ziehen Marken, Unternehmen und Organisationen zur Verantwortung und bauen auf ihre Hilfe für ein besseres und verantwortungsbewussteres Leben
 - Circa 4 von 10 Verbrauchern „möchten die Werte und Grundsätze von Marken kennen, deren Bekleidung sie kaufen“ und „möchten wissen, welche kleinen Schritte Marken in Richtung mehr Nachhaltigkeit unternommen haben, auch wenn sie nicht vollständig ‚grün‘ sind“

3

Bedenken hinsichtlich der Textilbranche wachsen

- › Etwa 40–50 % der Menschen geben an, „nicht viel über die Art und Weise der Produktion von Textilien oder Bekleidung zu wissen“

- Menschen, die in Textilien produzierenden Ländern leben, sehen die Textilindustrie als drittschwersten Umweltsünder an. Menschen, die weiter von diesen Epizentren entfernt leben, fangen gerade erst an, Kenntnis der Sachlage zu erlangen
- Dennoch sind 4 von 10 Menschen weltweit hinsichtlich Schadstoffen in Bekleidung und Heimtextilien besorgt
 - Textilien holen dabei im Vergleich zu Nahrungsmitteln (59% mit Bedenken), Reinigungsprodukten (50 %) oder Kosmetika (53%) und anderen Körperpflegeprodukten (49%) auf
- Sicherheit vor Schadstoffen und eine umwelt- sowie sozial verantwortliche Produktion sind für 6 von 10 Menschen weltweit sehr wichtig
 - Jedoch nur 3 von 10 Menschen haben das Gefühl, dass die Textilindustrie gute Arbeit leistet, um Bekleidung und Heimtextilien zu produzieren, die diese Kriterien erfüllen
- Den meisten Verbrauchern (80 –90%) ist bewusst, dass es umweltfreundliche und nachhaltige Bekleidung und Heimtextilien gibt
 - 32 % haben bereits umweltfreundliche Heimtextilien gekauft, 36% umweltfreundliche Bekleidung und 54% Artikel für Babys oder Kleinkinder aus Biobaumwolle oder anderen nachhaltigen Fasern
 - Bei Eltern steigt das Interesse an einem nachhaltigen und gesunden Lebenswandel substantiell an

4

Menschen möchten die richtigen Produkte kaufen

- 60 % der Verbraucher weltweit möchten wissen, ob ihre Bekleidung und Heimtextilien im Hinblick auf Sicherheit gegenüber Schadstoffen und eine verantwortungsbewusste Produktion zertifiziert sind
- 31 % geben an, bereits zertifizierte Bekleidung gekauft zu haben
 - Die Einkäufer waren hinsichtlich Schadstoffen (49%), Umweltauswirkungen (47%) und der Sicherheit der Arbeiter in der Textilindustrie (37%) besorgt
- Zwei Drittel der Menschen, die umweltfreundliche Textilprodukte kaufen, geben an, dass sie zumindest manchmal prüfen, ob diese Aussagen auch zutreffend sind
- Marken und Aussteller von Zertifikaten können Nachweise einer verantwortungsbewussten Produktion erbringen
 - Etwa die Hälfte der Verbraucher, die den Wahrheitsgehalt der Aussagen prüfen, suchen nach einem Zertifizierungslabel oder prüfen die Zusammensetzung der Fasern, und ca. ein Drittel überprüft die Nachhaltigkeitsmaßnahmen ihrer Marke
 - Diejenigen, welche die Nachhaltigkeitsaussagen selten oder gar nicht prüfen, neigen am ehesten dazu, der „Marke zu vertrauen“ oder geben an, dass „ein Label zertifiziert, dass die Claims zutreffend sind“

5

Verbraucher, die mehr über die Textilindustrie erfahren, denken anders über ihre Einkäufe

- Menschen erfahren immer mehr „Tatsachen“ über die Textilindustrie, insbesondere hinsichtlich der Arbeitsbedingungen und der Behandlung von Arbeitern in der Textilverarbeitung. Einige gaben an, hierzu Artikel gelesen oder Dokumentationen gesehen zu haben
- Verbraucher, die zehn in Medienberichten häufig thematisierte Aussagen zur Verwendung von Chemikalien/Pestiziden, Umweltauswirkungen, Abfallprodukten und der Behandlung von Arbeitern gelesen haben, waren „schockiert“. Sie wurden dadurch weltweit dazu bewegt, umweltfreundliche Produkte zu kaufen, Marken zu bevorzugen, die verantwortungsbewusst sichere Produkte herstellen, sich besser über von ihnen gekaufte Marken und deren Behandlung der Arbeiter in der Textilindustrie zu informieren sowie nach unabhängigen Zertifizierungslabels zu suchen

- 43% der Menschen erkennen bereits das OEKO-TEX® Label, und 21% haben bereits OEKO-TEX®-zertifizierte Bekleidung gekauft
- Sobald die Menschen etwas über die Textilindustrie und die Arbeit von OEKO-TEX® erfahren, geben 9 von 10 an, dass sie zukünftig wahrscheinlich auf OEKO-TEX® Labels achten werden, bei 4 von 10 ist es sogar sehr wahrscheinlich
- 9 von 10 Verbrauchern weltweit geben an, dass ein OEKO-TEX® Label ihnen mehr Vertrauen in die von ihnen gekauften Textilprodukte geben würde. Hauptgründe dafür sind:
 - Die Prüfung auf Schadstoffe
 - Die Überwachung und Bewältigung der sozialen und Umweltauswirkungen
 - Die Objektivität und wissenschaftliche Methodik
- Die Menschen haben OEKO-TEX®-zertifizierte Produkte als einfache Möglichkeit erkannt, für sich selbst, ihre Familie sowie den Planeten, die Gesellschaft und zukünftige Generationen das Richtige zu tun
 - Das Suchen nach einem OEKO-TEX® Zertifizierungslabel ist einfach
 - Eine OEKO-TEX® Zertifizierung gewährleistet, dass Produkte sicher sind und verantwortungsbewusst hergestellt wurden
 - Eine OEKO-TEX® Zertifizierung macht es leichter, das Richtige zu tun

– Fazit –

Einige Aussagen aus aller Welt.

Ich habe in der Vergangenheit zertifizierte Kleidung gekauft, da ich mir auf diese Weise sicher war, dass meine Gesundheit nicht gefährdet wird und dadurch für alle eine natürlichere und gesunde Umwelt möglich ist.

Brasilien

Ich möchte wissen, ob die Marken oder Hersteller, die ich kaufe, weniger Verschmutzung als andere Hersteller verursachen.

China

Ich möchte von OEKO-TEX® zertifizierte Produkte kaufen, da ich versuche, meinen CO-Fußabdruck auf diesem Planeten zu reduzieren und meinen Teil dazu beizutragen, ihn für meine Kinder und Enkel und Urenkel in seiner Schönheit zu bewahren.

Kanada

Die Art und Weise, wie wir produzieren, ist wichtiger als die Menge, die wir produzieren. Und etwas zu tragen, das für das größte Körperorgan sicher ist, ist genauso wichtig, wie etwas zu essen, das sicher ist. Wenn ich also Bekleidung mit diesem Label kaufe, habe ich das gute Gefühl zu wissen, das Richtige getan zu haben.

Australien

Ich möchte nicht, dass die Umwelt in einem anderen Teil der Welt geschädigt und vergiftet wird, nur damit ich eine günstige Hose kaufen kann. Die Welt ist wie ein riesengroßer Kreislauf: Wenn ich anderswo einen Schaden anrichte, wird er mich früher oder später auch in meinem eigenen Land heimsuchen. Aus diesem Grund möchte ich ab sofort ausschließlich Bekleidung kaufen, die dieses Label trägt.

Deutschland

Dieses Unternehmen hat sich 25 Jahre lang selbstlos in diesem Metier eingesetzt. Wenn es also sagt, dass die von ihm zertifizierte Bekleidung sicher ist, kann ich sie mit 100%ig gutem Gewissen kaufen.

Indien

Ich war schockiert, als ich erfahren habe, dass die Bekleidungsindustrie umweltschädlich ist und dass ich von Schadstoffen in Textilien krank werden kann. Ich werde ab sofort bewusst nach Bekleidung suchen, die umweltfreundlich ist.

Ich esse nichts, was Zusatzstoffe oder künstliche Farbstoffe enthält oder gar Pestiziden ausgesetzt war. Ich verwende nur Bio-Kosmetikprodukte ohne Petrochemikalien oder krebserregende Stoffe. Und nun merke ich, dass ich an meine Bekleidung, die ich stets an meiner Haut trage, nicht einmal gedacht habe. Ich habe nur einen Körper, und der muss mein ganzes Leben halten. Man sollte Schadstoffe wirklich aus Bekleidung verbannen.

Schweiz

Japan

Ich denke, dass jeder kleine Schritt hilft. Ich allein kann die Welt nicht ändern, aber wenn jeder von uns jedes Jahr ein wenig mehr dafür tut, sind die Auswirkungen enorm. Ich glaube, dass der Kauf von zertifizierter Kleidung ein kleiner Schritt ist, wie ich dabei helfen kann, den Planeten zu bewahren.

USA

OEKO-TEX® ist eine glaubwürdige Organisation, da ihre Arbeit von unabhängigen Teams aus Wissenschaftlern gemacht wird. Sie können uns allen helfen, unserer Rolle bei der Schaffung einer besseren Welt gerecht zu werden.

Spanien

Wir hoffen, Ihnen hat dieser Bericht gefallen:
The Key to Confidence: Verbraucher und Nachhaltigkeit bei Textilien.

Freuen Sie sich schon auf die nächste Ausgabe im Januar.

- Wir sind bei den folgenden Branchenveranstaltungen vor Ort und würden uns freuen, dort mit Ihnen ins Gespräch zu kommen:
- WEAR in Toronto
 - Home and Textiles Today's Leadership Conference in New York City
 - Heimtextil in Frankfurt
 - Ethical Fashion Show in Berlin
 - Texworld USA in New York City
 - Outdoor Retailer in Denver
 - India International Garment Fair in New Delhi

Wir freuen uns auf Sie bei der nächsten Ausgabe von **The Key to Confidence** im Januar.