

Ökotextilien - aus der Nische zum Trendprodukt!

M. Knieli, S. Katzmann, E. Tangl, R. Hasslinger

Berichte aus Energie- und Umweltforschung

32/2007

Impressum:

Eigentümer, Herausgeber und Medieninhaber:
Bundesministerium für Verkehr, Innovation und Technologie
Radetzkystraße 2, 1030 Wien

Verantwortung und Koordination:
Abteilung für Energie- und Umwelttechnologien
Leiter: DI Michael Paula

Liste sowie Bestellmöglichkeit aller Berichte dieser Reihe unter <http://www.nachhaltigwirtschaften.at>

Ökotextilien - aus der Nische zum Trendprodukt!

Mag. Michaela Knieli, Mag. Sophie Katzmann,
Mag. Elisabeth Tangl
"die umweltberatung" Verband Wiener Volksbildung

Mag. Roswitha Hasslinger
Dr. Karmasin Marktforschung GmbH
„Das Österreichische Gallup Institut“

Wien, Dezember 2006

Ein Projektbericht im Rahmen der Programmlinie



Impulsprogramm Nachhaltig Wirtschaften

Im Auftrag des Bundesministeriums für Verkehr, Innovation und Technologie

Vorwort

Der vorliegende Bericht dokumentiert die Ergebnisse eines Projekts aus der Programmlinie FABRIK DER ZUKUNFT. Sie wurde im Jahr 2000 vom Bundesministerium für Verkehr, Innovation und Technologie im Rahmen des Impulsprogramms Nachhaltig Wirtschaften als mehrjährige Forschungs- und Technologieinitiative gestartet. Mit der Programmlinie FABRIK DER ZUKUNFT sollen durch Forschung und Technologieentwicklung innovative Technologiesprünge mit hohem Marktpotential initiiert und realisiert werden.

Dank des überdurchschnittlichen Engagements und der großen Kooperationsbereitschaft der beteiligten Forschungseinrichtungen und Betriebe konnten bereits richtungsweisende und auch international anerkannte Ergebnisse erzielt werden. Die Qualität der erarbeiteten Ergebnisse liegt über den hohen Erwartungen und ist eine gute Grundlage für erfolgreiche Umsetzungsstrategien. Anfragen bezüglich internationaler Kooperationen bestätigen die in FABRIK DER ZUKUNFT verfolgte Strategie.

Ein wichtiges Anliegen des Programms ist es, die Projektergebnisse – seien es Grundlagenarbeiten, Konzepte oder Technologieentwicklungen – erfolgreich umzusetzen und zu verbreiten. Dies soll nach Möglichkeit durch konkrete Demonstrationsprojekte unterstützt werden. Deshalb ist es auch ein spezielles Anliegen die aktuellen Ergebnisse der interessierten Fachöffentlichkeit zugänglich zu machen, was durch die Homepage www.FABRIKderZukunft.at und die Schriftenreihe gewährleistet wird.

Dipl. Ing. Michael Paula
Leiter der Abt. Energie- und Umwelttechnologien
Bundesministerium für Verkehr, Innovation und Technologie

Inhaltsverzeichnis

KURZFASSUNG	5
SUMMARY	7
1. EINLEITUNG	9
2. ZIELE DES PROJEKTS	11
3. METHODE UND DATEN	12
4. ERGEBNISSE DES PROJEKTS	14
4.1 Recherche und Ist-Stands-Analyse des für österreichische KundInnen relevanten Ökotextilmarkts	14
4.1.1 Ökotextilien in Österreich	14
4.1.2 Kriterien der nachhaltigen Textilproduktion	15
4.1.3 Kontrolle	17
4.2 Ist-Stands-Analyse der Vermarktungsformen am Ökotextilsektor	18
4.2.1 Best Practice Beispiele	18
Migros	18
Coop	19
Hess Natur	20
Otto GmbH	21
PoPoLiNi	22
Grüne Erde	23
4.3 Motivforschung – Analyse der Konsumtypologien	24
4.3.1 Repräsentativstudie Ökotextilien	24
4.4 ExpertInnen-Workshop mit österreichischen NaturtextilhändlerInnen	28
4.5 ExpertInnen-Roundtable mit konventionellen HandelsvertreterInnen und ProduzentInnen	30
4.6 Übertragbarkeit der Ergebnisse auf andere Bereiche der nachhaltigen Produktion	32
4.6.1 Ökotextilien in Österreich	32
4.6.2 Besonderheiten in der Vermarktung von Ökoprodukten	32
4.6.3 Kaufmotive und Kaufhemmnisse	34
4.6.4 Ökomarketing in allen Branchen	34
6. AUSBLICK	36
ANHANG 1: LABEL-AUFLISTUNG	37
ANHANG 2: ÖKOTEXTIL-LABELS IN ÖSTERREICH	43
Überblick über die beschriebenen Ökotextil-Labels	97
ANHANG 3: VERMARKTUNGSFORMEN VON ÖKOTEXTILIEN	98

Naturtextilhandel	98
Naturtextilhandel, Baby- und Kinderbekleidung	101
Konventioneller Einzelhandel mit Ökotextil-Linie	106
Konventioneller Einzelhandel mit Öko-Baby- und Kindertextilien	106
Konventioneller Einzelhandel mit Öko-Heimtextilien	107
Konventionelle Handelsketten mit dem Label Öko-Tex-Standard 100	107
Naturtextilversand	108
Naturtextilversand, Baby- und Kinderbekleidung	111
Naturtextilversand, Heimtextilien	117
Konventionelle Versandhäuser mit Ökotextil-Linie	120
Konventionelle Versandhäuser mit Öko-Baby- und Kinderbekleidung	122
Konventionelle Versandhäuser mit Öko-Heimtextilien	123
Diskont mit dem Label Öko-Tex-Standard 100	124
Weitere Vertriebsformen	124
Marken, die Öko-Tex 100 zertifiziert sind	125
ANHANG 4: METHODE UND AUSWERTUNG EXPERINNENGESPRÄCHE	129
Gesprächsleitfäden ExpertInneninterviews.....	131
Paraphrasen aus den ExpertInneninterviews	133
GLOSSAR.....	138
LITERATURVERZEICHNIS/ ABBILDUNGSVERZEICHNIS/ TABELLENVERZEICHNIS	140
Quellenangaben und weiterführende Literatur zu Ökotextil-Labels in Österreich.....	140
Literatur zu den Ergebnissen der ExpertInnengespräche	140

Kurzfassung

Die Globalisierung zeigt auch im Textilbereich Auswirkungen, der heimische **Textilmarkt** wird mit **Billigprodukten** aus Asien überschwemmt. Soziale Missstände und negative ökologische Auswirkungen in den Produktionsländern sowie mögliche gesundheitliche Belastungen für die VerbraucherInnen sind die Folgen.

Die ökologische Alternative zur herkömmlichen Produktion stellen **Ökotextilien** dar. Sie werden unter Einhaltung sozialer, ökologischer und gesundheitlicher Kriterien produziert und durch Ökotextil-Labels gekennzeichnet.

Ziel des Projektes war es, das Angebot an Ökotextilien und damit auch österreichische ProduzentInnen und HändlerInnen zu stärken.

Im vorliegenden Projekt wurden konkrete Vorschläge erarbeitet, um **Naturtextilien aus der Öko-Nische** zu holen und zum leicht erhältlichen Trendprodukt zu machen. Zuerst wurden für den österreichischen Markt relevante **Ökotextil-Labels** und deren Kriterien recherchiert und dokumentiert. Weiters recherchierte das Projektteam die unterschiedlichen Vermarktungsformen von Ökotextilien wie Versand, Naturkostläden und Boutiquen sowie Eigen- und Handelsmarken im konventionellen Einzelhandel. Als Impuls für den österreichischen Handel wurden erfolgreiche europäische Strategien für die Vermarktung von Ökotextilien als **Best-Practice-Beispiele** beschrieben.

In Kooperation mit dem österreichischen Gallup Institut wurde eine österreichweit repräsentative **KonsumentInnenstudie** durchgeführt. Es wurden 1.000 ÖsterreicherInnen befragt um die potenziellen Zielgruppen für den Kauf von Ökotextilien zu ermitteln. Weiters wurden die optimalen Kommunikationswege und Kaufargumente für die jeweiligen Zielgruppen erhoben.

In zwei moderierten **Workshops** wurden die Ergebnisse der KonsumentInnenbefragung und die Best-Practice-Beispiele vorgestellt. Ein Workshop wurde für den Naturtextilhandel, ein anderer für den konventionellen Handel veranstaltet. Ziel dieser Workshops war es, geeignete **Vermarktungs- und Kommunikationsstrategien** für Ökotextilien in Österreich zu erarbeiten und alle relevanten AkteurInnen zu vernetzen.

Die **Ergebnisse** wurden den VertreterInnen der spezifischen Fachverbände der österreichischen Wirtschaftskammer vorgestellt. Die anhand der Ergebnisse aus den Workshops erarbeiteten **Marketingleitfäden** wenden sich an den Naturtextilhandel und den konventionellen Textilhandel. Sie beinhalten die speziellen Kommunikations- und Vermarktungsstrategien für Ökotextilien. Die Marketingleitfäden sind unter www.fabrikderzukunft.at abrufbar.

Um die Ergebnisse auch für andere Branchen aufzubereiten wurden Gespräche mit ExpertInnen aus den Branchen Naturkosmetik, Baubiologie, Schuhe und Reinigung geführt. Die Übertragbarkeit der erarbeiteten Vermarktungs- und Kommunikationsstrategien für Ökotextilien auf andere Branchen wurde mittels ExpertInneninterviews überprüft. Im **1 x 1 des Ökomarketing** wurden die allgemein gültigen Parameter für die Vermarktung nachhaltiger Produkte in Österreich zusammengefasst.

Die Ergebnisse

Am österreichischen Markt sind **43 Ökotextil-Labels** vertreten, davon erfüllen mehr als die Hälfte ökologische, soziale und gesundheitliche Kriterien. Der konventionelle Textilhandel listet teilweise Textilien mit dem Label Öko-Tex Standard 100, welches nur gesundheitliche Kriterien erfüllt. Ökotextilien die sozialen, ökologischen und gesundheitlichen Kriterien entsprechen sind zurzeit nur im Naturtextilfachhandel und über Versand erhältlich. Die **mangelnde Verfügbarkeit** von Ökotextilien in gängigen Handelsketten wurde in der Studie kritisiert.

Die KonsumentInnentypologie zeigte ein **klares Informationsdefizit** zum Thema Ökotextilien. 30 % der Befragten gaben an, Interesse zum Thema Ökotextilien zu haben. Als Hauptzielgruppe wurden Frauen zwischen 30 und 50 Jahren mit etwas höherem Einkommen ermittelt. Ökologie ist für die KundInnen neben Passform, Preis und Qualität nur ein zusätzlicher Nutzen. Es besteht ein hohes **Vertrauen in Gütesiegel**, Ökotextil-Labels können für KonsumentInnen ein verkaufsförderndes Argument sein. Die für Ökotextilien sensibelste Zielgruppe sind Eltern von Babys und Kleinkindern, hier ist die Gesundheit das wichtigste Kaufargument.

Bis jetzt ist es nicht gelungen, das „Schlabber-Image“ der 1980er zu überwinden, obwohl das Angebot mittlerweile vielseitiger und moderner ist. Gezieltes Marketing kann hier Abhilfe schaffen. Im Projekt wurde ein Marketingleitfaden für zielgerichtete Low-Budget-Maßnahmen speziell für NaturtextilproduzentInnen und den Naturtextilhandel ausgearbeitet. Für den konventionellen Handel wurden Vermarktungsstrategien für Ökotextilien ebenfalls in einem Leitfaden aufbereitet.

Um Ökotextilien aus der Nische zu holen sind eine umfassende **Imagekorrektur** von Ökotextilien und eine Sensibilisierung der Bevölkerung für das Thema durch massive Öffentlichkeitsarbeit, klassische Werbung und die Etablierung von Ökotextilien im konventionellen Handel notwendig.

Summary

Existing ecolabels and marketing of sustainable were investigated. Based on these results a consumer-analysis was carried out. Marketing experts and textile retailers developed successful marketing and communication strategies for sustainable textiles. Aim of the project was to foster the supply of eco-textile products and thereby promoting the Austrian eco-textile producers and retailers.

Globalisation and missing EU trading restrictions for textiles result in the flooding of the domestic market by Asian products. Deteriorating working conditions, huge ecological damage in the producing regions and health risks are most likely. Austria's high quality textile products are replaced by cheap imported goods

Alternatively sustainable eco-textiles are produced on ethical working conditions, ecological criteria and are free of harmful substances. In Austria these textiles are still in an eco-niche. The aim of the project was to promote the supply of sustainable eco-textiles and thereby also strengthening the Austrian producers and retail sellers.

As a first step in the present project **eco-textile-labels** available in Austria and their respective criteria were investigated. **Marketing strategies** for eco-textiles (for example fashion boutiques, mail-order, whole food shops) were screened and documented. Successful examples of best practice marketing were presented to motivate Austrian retailers to merchandise eco-textiles.

In co-operation with the Austrian Gallup Institute a **representative study** with 1.000 consumers in Austria was carried out. Characteristics were developed to describe potential target groups interested in eco-textiles. Optimum communication strategies and motives for the purchase of eco-textiles by specific target groups were investigated.

The applicant's main focus was to inform and **motivate all involved stakeholders** to guarantee a permanent success. The results of the consumer study were presented in two different workshops. The participants of one workshop were vendors of eco-textiles, the other workshop was intended for retailers of conventional textiles. The aim of those workshops was to find suitable communication and marketing strategies for eco-textiles in Austria, based on the results of the consumer study and the examples of best practice from Switzerland and Germany. All relevant protagonists (for example producers, retailers and representatives of Chamber of Commerce) were involved in the developing processes. The results of the workshops were published in two **manuals** and provided **to retailers** and **producers**. The results were presented to representatives of the Chamber of Commerce and the Federation of Austrian Industry.

Download versions of all results are available at www.fabrikderzukunft.at

To facilitate the transfer of the results to other branches of business, experts from other economic sectors with ecological relevance (cosmetics, detergents, shoes, sustainable construction and living products) were interviewed. The relevant items for the marketing of ecological products were summed up in the "1x1 of eco-marketing".

The results

43 eco-textile-labels on the Austrian market were investigated. More than half of them guarantee ecological and social criteria and work without harmful substances. Retailers of conventional textiles sell textiles with the label "Öko-Tex Standard 100" which only limits the use of harmful substances. Eco-textiles that meet social, ecological and health criteria are only sold by vendors of eco-textiles and mail-order business. The **lack of eco-textiles** in conventional retail business was a major point of criticism. The consumer study proved a lack of information on eco-textiles and problems of textile production. 30 % of the participants showed an interest in eco-textiles. The main target group for eco-textiles are women from 30 to 50 years with higher income. Ecological benefits are only additional value to price, quality and perfect fit. Austrian consumers highly trust in quality labels. Eco-textile-labels therefore could be a prominent tool to increase the sales of eco-textiles. The most sensitive target-group for eco-textiles are parents with babies and little children. Healthy textiles are important for this group.

The flavourless "Eco-Image" of the 1980ies is still apparent even though the offer is meanwhile more fashionable and diversified. A **marketing-guide** for producers and vendors of eco-textiles was created to do low-budget-marketing. Communication and marketing strategies for conventional retail business were worked out and written in a marketing guide.

To sensitize consumers for the choice of eco-textiles and to change the image of eco-textiles an increased use of advertising and the **sale in conventional retail business** are essential.

1. Einleitung

Problembeschreibung

Konventionell erzeugte Textilien sind auf dem Markt vorherrschend, die intensive Verwendung von Pestiziden und anderen Chemikalien hat drastische Folgen für Gesundheit und Umwelt. Laut WHO Bericht wurden 1990 drei Millionen akute schwere Vergiftungen allein durch Pestizide dokumentiert. Verunreinigungen von Wasser und das dadurch bedingte Massensterben von Vögeln und Fischen sind die Folgen. Auf die Produktion von **Baumwolle entfallen etwa 25 Prozent des weltweiten Pestizidverbrauches**, obwohl die Baumwollproduktion nur 2,4 % der weltweiten Ackerfläche beansprucht¹. Entlang der textilen Produktionskette bringt auch die weitere chemische Behandlung der Textilien durch Färbung und Ausrüstung weitere negative ökologische und gesundheitliche Folgen mit sich.

Auch direkte gesundheitliche Auswirkungen beim Tragen der Textilien sind aufgrund von Rückständen durch z.B. Farbstoffe, Schwermetalle oder optische Aufheller möglich. Diese sind teilweise noch nach mehreren Wäschen nachweisbar.

Neben den ökologischen und gesundheitlichen Problemen herrschen entlang der gesamten Produktionskette vom Anbau der Rohstoffe bis zur Endfertigung von Textilien schwere soziale Missstände wie Kinderarbeit oder sehr geringe Löhne.

Ökotextilien werden unter Einhaltung **sozialer, ökologischer und gesundheitlicher Kriterien** produziert und durch entsprechende Labels gekennzeichnet. Ein einheitlicher Öko-Standard wurde gerade entwickelt, mit diesem Siegel, dem „Global Organic Textile Standard“ sind derzeit noch keine Textilien ausgezeichnet. Die am Markt befindlichen Ökotextilien tragen verschiedene Labels und erfüllen unterschiedlichste Kriterien. Ökotextilien sind in Österreich nur im ausgewählten Fachhandel und über Versandhandel erhältlich. Die zielgruppenadäquate Kommunikation der besonderen Qualität dieser Textilien ist noch nicht ausgereift. In Europa gibt es im Fachhandel, aber auch im konventionellen Bereich, Vorzeigeprojekte und Initiativen für die Vermarktung von Ökotextilien, die als Vorbild gelten können. Sie zeigen, dass das Marktpotenzial für ökologische Textilien vorhanden ist und auch die sozialen, ökologischen und gesundheitlichen Aspekte für die Kaufentscheidung von KonsumentInnen relevant sind. Die Erfahrungen im Rahmen der KonsumentInnenberatung durch "die umweltberatung" bestätigen diesen Trend.

Vorarbeiten zum Thema

Studie „**Betriebliche Kommunikationsstrategien für nachhaltiges Wirtschaften**“, durchgeführt von Ch. Bosch, M. Hofmann, W. Rejzlik im Rahmen der „Fabrik der Zukunft“, Oktober 2004. In dieser Studie wurden basierend auf einer repräsentativen empirischen Erhebung unter EndverbraucherInnen (1000 Interviews) und einer empirischen Erhebung unter 200 Vorbild-Unternehmen Kommunikationsstrategien und -konzepte im Hinblick auf nachhaltiges Wirtschaften entwickelt. Die Studie bietet wesentliche Grundlagen für die Erstellung der Konsumtypologien für das vorliegende Projekt. In dieser Studie wurden 6 KundInnensegmente erhoben, die bei geeigneter Argumentation und entsprechender Auswahl der Kommunikationsmedien, für nachhaltigen Konsum zu gewinnen sind. Das vorliegende Projekt ist eine Spezialisierung der Studie „Betriebliche Kommunikationsstrategien“ auf das Segment der Ökotextilien.

¹ PAN GERMANY: PESTIZID AKTIONS NETZWERK E.V., KAMPAGNE COTTON CONNECTION, 2001.

„Faser- und Färbepflanzen aus ökologischem Anbau – Erzeugung, Verarbeitung und Vermarktung“ Hartl A., Vogl C., Institut für Ökologischen Landbau, Universität für Bodenkultur 2000: Fabrik Projekt für kbA Faseranbau in Österreich, Färbeprojekt mit Naturfarben. In diesem Forschungsprojekt wurden Grundlageninformationen zu Anbau, Verarbeitung und Handel von Faser- und Färbepflanzen aus biologischem Anbau bzw. die daraus hergestellten Naturtextilien bereitgestellt.

Aufbereiten des Themas **„sozialverträgliche, umweltverträgliche und gesunde Kleidung“** für KonsumentInnen im Rahmen des EU-Sokrates-Projektes CEA (Consumer Education for Adults 2001-2003).

Erstellung eines **„Umsetzungskonzeptes für ein nachhaltiges Einkaufszentrum in Wien“**. Es wurden die betriebswirtschaftlichen, marketingtechnischen und rechtlichen Voraussetzungen für ein nachhaltiges Einkaufszentrum in zentraler Lage erarbeitet. Wichtigstes Merkmal des Einkaufszentrums ist, dass ausschließlich Produkte und Dienstleistungen angeboten werden, die ökologischen und sozialen Standards entsprechen.

Der Fokus der vorliegenden Arbeit liegt auf einer ausführlichen Recherche des österreichischen Ökotextilmarktes und auf dem Erarbeiten von geeigneten Kommunikations- und Vermarktungsstrategien für Ökotextilien in Österreich.

Der Marktanteil von Ökotextilien liegt in Europa noch unter 5 %. Durch die Förderung dieses Projektes ist eine Steigerung des Marktanteils in Österreich möglich. Somit besteht die Chance, dass Österreich im Naturtextilbereich, wie schon im Bereich der Biologischen Landwirtschaft auf EU-Ebene eine Vorreiterrolle einnimmt.

Die Studie „Betriebliche Kommunikationsstrategien für nachhaltiges Wirtschaften“, welche im Rahmen der Fabrik der Zukunft durchgeführt wurde, zeigt, dass gesundheitliche und ethische Kriterien für einen großen Teil der KonsumentInnen von Bedeutung sind. Das Angebot an Naturtextilien im österreichischen Handel ist noch unzureichend und muss gestärkt werden. Dieses Projekt bietet die Möglichkeit die Bedürfnisse von KonsumentInnen und erfolgreiche Strategien aus dem Ausland in die Entwicklung der optimalen Vermarktungsstrukturen von Ökotextilien in Österreich mit einzubeziehen. VertreterInnen konventioneller Handelsketten werden über Ökotextilien, deren Labels und Kriterien, und über österreichische ProduzentInnen (Leinen, Flachs, Hanf, Nessel, Wolle) informiert und motiviert diese in ihr Sortiment aufzunehmen.

Durch das vorliegende Projekt werden heimische TextilproduzentInnen und HändlerInnen informiert und vernetzt. Die Förderung der Vermarktung von Ökotextilien unterstützt die Erreichung des Zieles der Programmlinie der „Fabrik der Zukunft“, die Produktion von Produkten aus nachwachsenden Rohstoffen zu stärken. Die Nutzung nachwachsender Rohstoffe und beispielhafte Produktionsprozesse (z.B. Reduktion von Emissionen, Energieverbrauch, Pestiziden, etc.) tragen wesentlich zu einer nachhaltigen Wirtschaftsweise bei. Die Fasern für Ökotextilien stammen aus nachhaltiger Produktion. In den Fertigungsbetrieben werden keine gesundheits- und umweltschädlichen Stoffe bei der Verarbeitung eingesetzt.

Im vorliegenden Bericht werden die Ausgangslage, die Methoden, die Ergebnisse und die Schlussfolgerungen des Projektes zusammengefasst. Detaillierte Ergebnisse sind im Anhang beigefügt.

2. Ziele des Projekts

Eine Stärkung des Ökotextilmarktes war Ziel des Projektes „Ökotextilien – aus der Nische zum Trendprodukt“. Die Meilensteine waren eine **Marktanalyse** des für Österreich relevanten **Ökotextilmarktes**, eine **Konsumtypologie** für Ökotextilien, das **Vernetzen** der Stakeholder und die Entwicklung von **Vermarktungs- und Kommunikationsstrategien**.

Grundlage des Projektes war eine umfangreiche Recherche der für den österreichischen Markt relevanten Ökotextil-Label und deren Vermarktung. Im Zuge der Recherche wurden auch weltweite, ökologische Initiativen wie z.B. das Projekt Sekkem in Ägypten mit einbezogen.

In Kooperation mit Karmasin Marktforschung - dem österreichischen Gallup Institut - wurde eine für Österreich repräsentative Konsumtypologie für Ökotextilien erstellt. In der Studie wurden potenzielle **Zielgruppen, Kaufmotive und Kommunikationsinhalte für Ökotextilien** ermittelt. Die Studie zeigte ein klares **Informationsdefizit zum Thema Ökotextilien** auf. Als weiteres Defizit wurde die Verfügbarkeit von Ökotextilien in Österreich genannt. Das bestätigt auch eine Umfrage, die von „der Standard“ online im November 2006 durchgeführt wurde.

Im Juni 2006 erarbeiteten **österreichische NaturtextilhändlerInnen** in einem **Workshop** gemeinsam mit "die umweltberatung", mit ExpertInnen des nachhaltigen Marketings und dem österreichischen Gallup Institut Strategien auf Basis der Studie. Dieser Workshop vernetzte die österreichischen NaturtextilhändlerInnen.

Es wurden über 100 Marketing- und Einkaufsverantwortliche von **Textilhandelsketten** und **Textilproduktionsbetrieben** über das Projekt Ökotextilien informiert und zum Round Table eingeladen. Thema des Round Tables war die Präsentation der Studie Ökotextilien und die potenziellen Zielgruppen für den Kauf von Ökotextilien. Beim Round Table wurden Impulse zu einer Erweiterung des Sortimentes gegeben. Die Präsentation von **Best-Practice-Beispielen** zeigte Möglichkeiten der optimalen Umsetzung im konventionellen Handel. An diesem Round Table waren die Textilbranche durch das Österreichische Textilinstitut und die Wirtschaftskammer vertreten, die Teilnahme des Handels und der Produktion war leider sehr gering.

Die wesentlichen Diskussionspunkte des Naturtextilworkshops wurden in die Erstellung des **Marketing-Leitfadens** miteinbezogen. Der Leitfaden soll ein Anreiz für eine verbesserte Kommunikation und Präsentation der Ökotextilien im **Fachhandel** sein.

In einem weiteren **Vermarktungs-Leitfaden** wurden Möglichkeiten und Beispiele für die Etablierung von Ökotextilien im **konventionellen Einzelhandel** dargestellt.

Zu Projektabschluss wurden **explorative ExpertInnengespräche** geführt. Ziel dieser Gespräche war, die Übertragbarkeit der erarbeiteten Vermarktungs- und Kommunikationsstrategien für Ökotextilien auf andere Branchen auszuarbeiten. In der Auswertung wurden die allgemeinen Parameter für die Vermarktung von ökologischen Produkten erarbeitet. Es wurde eine Übersicht über die Marketingmaßnahmen, die in der Vermarktung nachhaltiger Produkte angewendet werden, erstellt.

Das langfristige, über das Projekt hinausgehende Ziel ist es, mit Textilien vergleichbare Marktanteile zu erreichen wie im Lebensmittelbereich. Beispiele aus dem Lebensmittel-einzelhandel zeigen, dass durch die Änderung der Vermarktungsstruktur und Kommunikationsstrategie für Bio-Lebensmittel ein Umsatzanteil von 10 % am gesamten Lebensmittelumsatz erreicht werden konnte.

3. Methode und Daten

Das Projekt gliederte sich in sieben Arbeitspakete, folgende Methoden wurden angewandt:

Ist-Stand Analyse des österreichischen Ökotextilmarktes: Es wurde eine Desk-Research von bestehenden **Ökotextil-Labels** und deren **Kriterien** durchgeführt. Die Ergebnisse wurden mit den Marketingverantwortlichen der Firmen und der Zeichenvergabestellen abgestimmt. Weiters wurden auf der internationalen Naturtextilmesse (InNa-Text) in Wiesbaden und der Biofach, der internationalen Fachmesse für biologische Produkte in Nürnberg recherchiert. Auf diesen Messen wurden Fachveranstaltungen besucht und es fanden Gespräche mit ProduzentInnen und VertreterInnen des Großhandels statt. Weiters wurden vor Ort Vorgespräche mit den MarketingexpertInnen von Symbiosis geführt.

Recherche der **Vermarktungsformen** von Ökotextilien in Österreich und von **Best-Practice-Beispielen** für die Vermarktung von Ökotextilien in Europa. Bis jetzt gab es keine umfangreiche Recherche zu Ökotextilien in Österreich, die die Labels, deren Kriterien und die Bezugsquellen umfasste.

Durchführung einer österreichweiten KonsumentInnenbefragung durch das Motivforschungsinstitut Karmasin GmbH. Demographische und psychographische Merkmale von Zielgruppen, welche für den Konsum von Ökotextilien relevant sind. Um eine KonsumentInnen-typologie zu erstellen, führte das **Marktforschungsinstitut Karmasin** eine repräsentative **Befragung von 1.000 österreichischen KonsumentInnen** ab 14 Jahren zu Ökotextilien und ihrem Einkaufsverhalten beim Kleidungskauf durch.

Folgende **Parameter** wurden abgefragt:

Einkaufsgewohnheiten im Textilbereich
Bekanntheitsgrad und Wissensstand über Ökotextilien
Image Ökotextilien
Kenntnis von Ökotextillabels und deren Vertrauenswürdigkeit
Kaufmotive für Ökotextilien
Kaufhemmnisse bei Ökotextilien
Aufpreisbereitschaft für Ökotextilien

Die Umfrage wurde mittels „face to face“- Interviewmethode durchgeführt. Die Faktorenanalyse wurde gewählt, da die Zielgruppen-Clusteranalyse (Erlebnismilieus) keine aussagekräftigen Ergebnisse erbrachte: es resultierte jeweils eine Gruppe mit hoher, mit mäßiger und mit niedriger Affinität zu Ökotextilien. Mit Hilfe der Faktorenanalyse wurden die verschiedenen Zugänge bzw. Einstellungsmaßstäbe zur Ökotextilien analysiert und anschließend die demographische Struktur der Gruppen mit diesen Zugängen dargestellt.

Workshop: NaturtextilhändlerInnen wurden zu einem Workshop eingeladen. Dort wurden die Studienergebnisse präsentiert und Vermarktungsstrategien erarbeitet. NaturtextilhändlerInnen, ProduzentInnen und ExpertInnen aus den Bereichen Motivforschung und nachhaltiges Marketing waren in den Prozess eingebunden.

Round Table: MarketingexpertInnen, Einkaufsverantwortliche des Handels, ProduzentInnen, VertreterInnen des Österreichischen Textilinstitutes und der Wirtschaftskammer

wurden von ExpertInnen für das Thema Ökotextilien sensibilisiert. Es gab Redebeiträge von Migros Schweiz und der Otto GmbH Deutschland, die Erfahrung in der erfolgreichen Vermarktung von Ökotextilien im konventionellen Handel besitzen.

Weiters erfolgte eine Ermittlung der optimalen Kommunikationswege und Kaufargumente für die jeweiligen Zielgruppen. In zwei Leitfäden wurden die optimalen **Vermarktungs- und Kommunikationsstrategien für Ökotextilien** in Österreich dargestellt.

ExpertInneninterviews zur Erhebung der Übertragbarkeit der Projektergebnisse auf andere Branchen. Es wurden explorative ExpertInneninterviews mit Marketingverantwortlichen von Firmen, die nachhaltige Produkte herstellen, geführt. Für die Interviews wurden die Branchen ökologische Schuhe und Reinigungsmittel, Naturkosmetik und Baubiologie ausgewählt, weil es in diesen Branchen gut eingeführte ökologische Produkte gibt. Im Rahmen der Interviews wurden Wissen, Erfahrung und Einstellungen und Know-How der Auskunftspersonen zur Vermarktung der eigenen Produkte und zum Ökomarketing allgemein abgefragt. Sie wurden auch zu ihrer Einschätzung des Ökotextilmarktes befragt. Die Auswertung erfolgte mit dem Verfahren der **qualitativen Inhaltsanalyse**, die die Analyseschritte Transkription, Einzelanalyse, generalisierende Analyse, Paraphrasierung und Bildung eines typisierenden Kategoriensystems umfassen. Die allgemein gültigen Aussagen wurden, gemeinsam mit den Ergebnissen der KonsumentInnentypologie, des Workshops und des Round Tables im **1 x1 des Ökomarketing** (www.umweltberatung.at/oekomarketing) zusammengefasst.

Die Innovation des Projektes liegt in einer erstmals umfassenden Recherche des österreichischen Ökotextilmarktes. Alle relevanten AkteuerInnen der österreichischen Textilszene wurden über das Thema Ökotextilien informiert. Die Workshops führten zu einer Vernetzung der Stakeholder. Das Thema Ökomarketing wurde erstmals mit österreichischen ExpertInnen diskutiert und erarbeitet.

Die Leitfäden für die Vermarktung von Ökotextilien und Ökomarketing im Allgemeinen sind ebenfalls neu und innovativ. Im Zusammenwirken mit der Vernetzung der AnbieterInnen von Ökotextilien auf dem österreichischen Markt wurde ein Potenzial für Marktanteilssteigerungen geschaffen.

4. Ergebnisse des Projekts

4.1 Recherche und Ist-Stands-Analyse des für österreichische KundInnen relevanten Ökotextilmarkts

Es wurden Kriterien für die nachhaltige Produktion in der Textilbranche vom Anbau der Fasern über die Verarbeitung bis zur Endfertigung der Textilien recherchiert. Die Kontrollmechanismen und die jeweiligen Kontrollstellen wurden dargestellt. Der Besuch der internationalen Naturtextilmesse **InNaTex** in Frankfurt/Main diente der Marktrecherche und dem Kontaktaufbau mit NaturtextilproduzentInnen und HändlerInnen. Am Rande der Fachmesse fand auch ein Treffen mit DI Rolf Heimann, dem Leiter der Abteilung Innovation & Ökologie bei Hess Natur zu einer ersten Workshop-Besprechung statt.

Zusätzlich wurde im Februar die Biofach, die **Weltleitmesse für biologische Produkte** besucht. Vor Ort wurden Fachveranstaltungen besucht und Kontakte mit TextilproduzentInnen und GroßhändlerInnen geknüpft. Auf der Biofach Nürnberg wurde auch das Konzept für das Workshop-Design mit den MarketingexpertInnen von Symbiosis entworfen.

In diesem Kapitel werden die am österreichischen Markt gängigen Ökotextil-Label beschrieben. In den Labelkatalog wurden Zeichen aufgenommen, die zumindest in einem der drei Bereiche Gesundheit, Ökologie und Soziales einen höheren Standard haben als herkömmliche Textilien. Die **gesundheitlichen, humanökologischen Kriterien** beziehen sich auf die Chemikalienrückstände im Endprodukt. Für die Färbung und Ausrüstung gelten teilweise Verbote und strengere Grenzwerte als gesetzlich vorgeschrieben. Die **sozialen Kriterien** stützen sich zumeist auf die Kriterien der International Labour Organisation (ILO) und betreffen die Wochenarbeitszeit, Arbeitsbedingungen und das Verbot von Kinderarbeit. Die **ökologischen Kriterien** beziehen sich auf die ökologische Herkunft der Rohstoffe und die Klärung der Abwässer.

Mehr als die Hälfte der **43 beschriebenen Labels** entspricht ökologischen, humanökologischen und sozialen Kriterien. Das in Österreich am häufigsten vertretene Ökotextil-Label „Öko-Tex Standard 100“, welches vom Österreichischen Textilinstitut kontrolliert wird, steht für ein schadstoffarmes Textil, und entspricht nur gesundheitlichen Kriterien. Soziale und ökologische Kriterien werden bei diesem Zeichen nicht berücksichtigt. Von den beschriebenen Ökotextil-Labels werden 16 Labels in allen Verarbeitungsstufen durch unabhängige Kontrollstellen überprüft. }

4.1.1 Ökotextilien in Österreich

Die ÖsterreicherInnen geben durchschnittlich 5,6%² ihres Einkommens für Textilien aus und kaufen ca. 19 Teile Oberbekleidung pro Jahr³. Der jährliche Pro-Kopf-Verbrauch an Textilien liegt zwischen 11 und 15 kg³. Der Textilverbrauch ist zu einem Indikator für Industrialisierung und Wohlstand geworden. Die Umsätze am Bekleidungssektor waren in Österreich im Jahr 2004 um 2%⁴ rückläufig, obwohl 5% mehr verkauft wurde. Daran

² Statistik Austria

³ Schildt et al.

⁴ Fessel-GfK Institut für Marktforschung Ges.m.b.H

sieht man den starken Preisverfall bei den Textilien. Durch den Wegfall der Handelsbeschränkungen im Textilbereich ist eine Überschwemmung des heimischen Marktes mit asiatischen Textilien zu erwarten.

Entlang der textilen Kette, von der Fasererzeugung bis zum fertigen Kleidungsstück ist es ein langer Weg, der mit ökologischen, sozialen und gesundheitlichen Auswirkungen verbunden ist. Dazu zählen z.B. die Anbaubedingungen der Baumwolle, die Arbeitsbedingungen der PflückerInnen und NäherInnen, chemische Behandlungen der Rohfaser, der Garne und Ausrüstung der fertigen Textilien.

Baumwolle wird auf etwa 3 Prozent der weltweiten Ackerfläche angebaut, dafür werden 25 Prozent der weltweit eingesetzten Pestizide gebraucht⁵. Weltweit werden ca. 2 Mio. t Textilhilfsmittel, 2 Mio. t Chemikalien (Säuren, Laugen, Salze) und ca. 250.000 t Farbstoffe verbraucht. Im Durchschnitt fließen 90 % der eingesetzten Chemikalien und Textilhilfsmittel, sowie 20 % der eingesetzten Farbstoffe ins Abwasser. Damit trägt die Textilindustrie Mitverantwortung für die Auswirkungen auf die Umwelt⁶.

Auch Garne, Stoffe und die fertigen Kleidungsstücke werden chemisch behandelt. Insgesamt kommen 6.700 verschiedene Textil- und Veredelungsmixturen zum Einsatz, damit Kleidungsstücke besonders weich, schön glänzend oder bügelfrei sind. Dazu werden noch 4.000 verschiedene Farbstoffe eingesetzt². Beim Kauf von Textilien kann die KonsumentIn im Normalfall nicht erkennen, welche Umweltbelastungen und welche Schadstoffe mit den modischen Stücken gekauft werden und schließlich die Gesundheit der KonsumentIn beeinflussen.

Ökotextilien werden nach **ökologischen, sozialen und/ oder humanökologischen Richtlinien** produziert. Die Rohstoffe kommen beispielsweise aus biologischem Anbau, die Stoffe werden mit unbedenklichen Farben gefärbt und bei der Produktion werden soziale Kriterien eingehalten. Ökotextil-Label, die sowohl gesundheitliche, als auch ökologische und soziale Kriterien erfüllen und in allen Verarbeitungsstufen entlang der textilen Kette kontrolliert werden sind optimal. Ökotextil-Label sind entweder Firmenlabel (z.B. Hess Natur), Verbands- oder Organisationslabel (z.B. Fair Trade) oder Amtliche Label (z.B. EU-Umweltzeichen).

Im Laufe dieser Arbeit hat sich herausgestellt, dass nicht alle, am österreichischen Markt befindliche Zeichen alle diese Grundlagen erfüllen. Daher wurden alle Zeichen, die zumindest eines der Kriterien nachweisbar erfüllen, also entweder gesundheitlich oder ökologisch oder sozial besser sind als herkömmliche Textilien, in den vorliegenden Labelkatalog aufgenommen.

"die umweltberatung" stellt diese Textillabel und deren Kriterien auf den folgenden Seiten vor und bringt Klarheit in den textilen Labelschungel.

4.1.2 Kriterien der nachhaltigen Textilproduktion

"die umweltberatung" hat 2006 im Rahmen der Programmlinie der Zukunft⁴ – des vorliegenden Projekts - eine **Ist-Stands-Erhebung der am österreichischen Markt befindlichen Ökotextil-Label** durchgeführt.

Die genaue Recherche der Kriterien der einzelnen Zeichen ergaben deutliche Qualitätsunterschiede. Es wird, je nach Label, entweder nur das Endprodukt betrachtet oder die gesamte Herstellungskette – also vom Anbau der Rohstoffe über die Stoffherstellung bis

⁵ Pestizidaktionsnetzwerk (PAN)

⁶ Swisstextiles Textilverband Schweiz

zur Endfertigung. Wesentlich bei der Prüfung und Vergabe von Gütezeichen ist die unabhängige Kontrolle. Die Produkte entsprechen gesundheitlichen Anforderungen wie Schadstofffreiheit, ethisch korrekter und/ oder ökologischer Produktion und Entsorgung. Ökolabel stehen für die Einhaltung festgelegter Standards, die die KonsumentIn aufgrund der komplexen und langen Wertschöpfungskette nicht selbst überprüfen kann. Ökotextilien sind hautfreundlicher, ökologischer und/ oder fairer produziert als konventionelle Textilien.

Nur für die Produktion biologischer Rohstoffe (z.B. Baumwolle, Leinen) gibt es gesetzliche Regelungen. Die weiteren Schritte der textilen Kette unterliegen der jeweiligen Zeichenvergabestelle. Textilien, die ein Ökotextil-Zeichen tragen, werden nach festgelegten Kriterien der jeweiligen Zeichenvergabestelle produziert und geprüft.

Die Produktion von Ökotextilien ist nicht gesetzlich geregelt, obwohl es eine breite Palette von Ökotextil-Zeichen gibt. Eine Arbeitsgruppe bestehend aus dem internationalen Verband der Naturtextilwirtschaft e.V. (Deutschland), Soil Association (England), OTA (USA), IFOAM (weltweit) und JOCA (Japan) hat einen einheitlichen "**Global Organic Textile Standard**" entwickelt. Zertifizierungen sind geplant.

Info: www.itfits.de

www.itfits.de

Die Labelvielfalt ist für die KonsumentInnen nicht einfach zu durchblicken, werbewirksame Slogans vermitteln oft naturnahe Produktion. Im folgenden werden die gesundheitlichen (humanökologischen), ökologischen und sozialen Kriterien der in Österreich erhältlichen Ökotextilien (Stand 05/2006) beschrieben.

Humanökologische Kriterien

Diese werden auch gesundheitliche Kriterien genannt und beziehen sich auf die **Rückstände von Textilhilfsmitteln** im fertigen Kleidungsstück. Die Schadstoffgrenzwerte bei Ökotextilien sind meist strenger als die gesetzlich vorgeschriebenen Grenzwerte. Textilien unterliegen den Bestimmungen der EU-Chemikalienverordnung, trotzdem werden immer wieder gesundheitsbedenkliche Rückstände von unabhängigen Verbraucherorganisationen nachgewiesen. Diese sind beispielsweise allergisierende, hormonell wirksame, krebserregende Farbstoffe oder bedenkliche Chemikalien aus der Textilveredelung. Die Höhe der Grenzwerte und Art und Anzahl der Schadstoffe, die kontrolliert werden sind bei den Labels unterschiedlich. Meist werden Formaldehyd, Schwermetalle und bestimmte Farbstoffe in die Kriterien aufgenommen, manche Zeichen berücksichtigen auch Pestizidrückstände. Viele Label halten sich an die Grenzwerte des Internationalen Verbandes der Naturtextilwirtschaft (IVN) oder jene von Ökotex 100 (siehe Anhang1: Label-Auflistung).

Ökologische Kriterien

Diese betreffen **umweltschonende Anbau- und Herstellungsverfahren**. Es kann die gesamte textile Kette, vom Anbau des Rohstoffes, über Produktion der Garne und Stoffe, bis zur Endfertigung einbezogen sein. Baumwolle kann z.B. nach kontrolliert biologischen Richtlinien (kbA) produziert sein, Wolle oder Leder aus biologischer Tierhaltung (kbT) stammen. Biologische Rohstoffe und Produkte unterliegen mindestens den Richtlinien der International Federation of organic agriculture movements (IFOAM, www.ifoam.org). Die biologische Produktion schließt den Einsatz von chemisch synthetischen Pestiziden und Düngemitteln wie auch chemische Entlaubungsmittel und den Ein-

satz von Gentechnik aus. Die CO₂ Emissionen im Biolandbau sind um rund 60 % geringer als im konventionellen Anbau.

Ökologische Kriterien betreffen auch die Verarbeitung und Endfertigung. Ökologisch arbeitende Betriebe verzichten auf schwermetallhaltige Färbung der Textilien, Chlorbleiche und auf die chemische Textilausrüstung. Weiters erfolgt eine spezielle Klärung der Industrieabwässer zur Schonung der Umwelt. Auch Verpackung und Transport entsprechen bei manchen Labels ökologischen Aspekten. Auch bei den ökologischen Kriterien richten sich die HerstellerInnen von Ökotextilien oft nach den IVN Kriterien (s. Anhang 1).

Soziale Kriterien

Soziale Kriterien haben in letzten Jahren verstärkt an Bedeutung gewonnen. Sie beziehen sich vor allem auf die Arbeitsbedingungen der ArbeiterInnen auf den Baumwollfeldern und in den Nähereien. Diese stehen meist unter enormen Druck. Durch die **Einhaltung sozialer Standards** wird sichergestellt, dass z.B. Kinderarbeit verboten ist und gesetzlich festgelegte Mindestlöhne ausbezahlt werden. Meist liegen den Labels die ILO (International Labour Organisation) Kriterien oder die Vorschriften der SA 8000 zugrunde. Diese werden im Anhang 1 näher beschrieben.

4.1.3 Kontrolle

Die besten Kriterien sind nur so gut wie ihre Kontrolle. Wesentlicher Faktor bei der Kontrolle ist die Unabhängigkeit der Kontrollstelle. Einige Zeichen werden nur von der eigenen Firma kontrolliert. Kontrollen können entlang der gesamten textilen Kette vom Faseranbau, über die Verarbeitung bis zum fertigen Kleidungsstück erfolgen. Es wird die Einhaltung ökologischer und/ oder sozialer Kriterien kontrolliert. Wobei die Kontrolle von Label zu Label unterschiedlich ist. Bei einigen Labels erfolgt nur die Kontrolle einzelner Bereiche wie z.B. Rückstandsanalytik im Endprodukt.

Die Bio-Richtlinien werden von akkreditierten EU-Biokontrollstellen überprüft.

www.ewindows.eu.org/Agriculture/organic/Europe/inspection
www.ewindows.eu.org/Agriculture/organic/Europe/inspection

Die Einhaltung sozialer Kriterien wird zum Beispiel von der niederländischen „Fair wear Foundation“ oder dem Institut für Marktökologie (IMO) unabhängig überprüft.

www.fairwear.nl

www.fairwear.nl

Für Umweltlabel gibt es standardisierte Zertifizierungssysteme, die im Anhang 1 dargestellt werden.

Die Labelsammlung im Anhang 2 erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit.

4.2 Ist-Stands-Analyse der Vermarktungsformen am Ökotextilsektor

Die verschiedenen Bezugsmöglichkeiten von Ökotextilien in Österreich wurden recherchiert. Ökotextilien sind großteils über den **Versandhandel**, den **Naturtextilfachhandel** und **Naturkostläden** erhältlich.

Die österreichischen Einzelhandelsketten führen derzeit (Stand 11/2006) nur Kleidungsstücke mit dem Ökotextil-Label Öko-Tex Standard 100. Dieses entspricht nicht allen Ökotextil-Kriterien, es erfüllt nur die gesundheitlichen Kriterien. Ökologische Eigen- und Handelsmarken sind im österreichischen konventionellen Einzelhandel noch nicht verfügbar.

Im Sektor der ökologischen Produkte für Babys und Kleinkinder ist die BMK-Handels- und Vertriebs GmbH mit der Marke Popolini, das österreichische Vorzeigeunternehmen. Ökotextilien werden von BMK nicht nur in Österreich vermarktet, sondern auch in mehrere Länder exportiert. Auch im Bereich Heimtextilien spielt ein österreichisches Unternehmen, die „Grüne Erde“ eine Vorreiterrolle und exportiert in den gesamten deutschsprachigen Raum.

Was in Österreich fehlt, ist in der Schweiz seit 1995 Bestandteil des Sortiments großer Einzelhandelsunternehmen. Die Supermarktketten Coop und Migros, die größten Einzelhandelsunternehmen der Schweiz zählen zu den stärksten Vermarktern von Ökotextilien im deutschsprachigen Raum.

Der Ökotextilversand ist in Österreich größtenteils durch deutsche Unternehmen wie Hess Natur, dem Pionier und auch größten Ökotextilversandhandelshaus, vertreten. Im konventionellen Versandhandel ist die Otto GmbH ein Vorreiter mit einem eigenem Ökotextil-Label.

Eine Beschreibung des österreichischen Marktes sich in Anhang 3 „**Vermarktung von Ökotextilien in Österreich**“.

4.2.1 Best Practice Beispiele

Im Folgenden werden Best-Practice-Beispiele für die Vermarktung von Ökotextilien dargestellt. Dabei handelt es sich um erfolgreiche Strategien europäischer Unternehmen. Sie dienen als Umsetzungsvorschläge für die Vermarktung von Ökotextilien in Österreich. Vor allem das Angebot und der erfolgreiche Absatz von nachhaltig produzierten Textilien, die parallel zu konventionellen Textilien angeboten werden z.B. bei den Schweizer Firmen Migros und Coop kann für österreichische Handelsketten als Best-Practice dienen.

Migros

1925 gegründet, ist die Migros heute das größte Detailhandelsunternehmen der Schweiz. Die Schweizer Migros mit den Bereichen Supermarkt und Verbrauchermarkt sowie dem Fachmarktbereich ist genossenschaftlich organisiert. Dazu kommen Qualitäts-, Preis-, Innovations- und Öko-Kompetenz. Die Verbrauchermärkte auf Flächen von 4.000 bis 6.000 Quadratmetern und mehr sind überregionale Einkaufszentren mit starker Erlebnisorientierung und breitem Dienstleistungsangebot. Es finden sich auch breite Non Food-Sortimente, darunter auch Textilien. Das Dachlabel „Engagement“ umfasst acht

verschiedene Produktlabels im Food- und Non-Food-Bereich und zeichnet Produkte mit einem ökologischen oder sozialen Mehrwert aus. Ein Label davon bezeichnet Bekleidungsstücke und Heimtextilien, die aus Bio-Baumwolle und unter fairen Bedingungen hergestellt wurden. Das Engagement-Label Eco steht für die ökologische Verarbeitung von Textilien. Dies ist für Textilien aus natürlichen und künstlichen Fasern möglich. Das Engagement-Label Bio-Baumwolle kennzeichnet speziell die Produkte aus kontrolliert biologischer Baumwolle. Diese werden zwingend auch nach den strengen Eco-Richtlinien verarbeitet. Mit dem Verhaltenskodex Business Social Compliance Initiative (BSCI) verpflichtet Migros alle LieferantInnen zur Einhaltung sozialer Arbeitsbedingungen. Weiters zählt die KIDS-School zu dem sozialen Engagement im Textilbereich. Diese wurde im Jahr 2000 im Süden Indiens gemeinsam mit der deutsch-indischen Organisation K.I.D.S. gegründet. Sie steht allen Kindern aus der Umgebung offen. Infos: www.migros.ch

Rohstoffe

Seit 2002 wird in Mali Bio-Baumwolle produziert und seit 2003 besteht die Bio-Zertifizierung für die hergestellten Fasern. Die Partnerschaft von Migros mit der Entwicklungsorganisation Helvetas, die Projektfinanzierung und die Abnahmegarantie für die Bio-Baumwolle bringen den Menschen im Bio-Baumwoll-Projekt Mali nachhaltige Verbesserungen. Helvetas, die Schweizer Gesellschaft für internationale Zusammenarbeit, setzt sich seit 1997 für eine umweltverträgliche Baumwollproduktion ein. Der größte Teil der für die Migros verarbeiteten Bio-Baumwolle stammt aus Indien und der Türkei.

Sortiment

Das Sortiment umfasst in der Bekleidung: Wäsche und Socken für Damen, Herrenwäsche, sowie Wäsche und Oberbekleidung für Babys und Kinder. Das Heimtextil-Sortiment umfasst Frotteeartikel, Bademäntel, Badematten, Leintücher, Bettwäsche, Sommerdecken und Bettdecken. Auf den Produkten dient das Dachlabel «Engagement» als verbindendes und wegweisendes Symbol. Der Einsatz der Migros umfasst aber auch ethische Projekte, die aktuelle und bedeutende Themen aufgreifen und beispielhafte Lösungen aufzeigen. Eine eigene Homepage gibt Auskunft darüber:

Zahlen und Fakten

Für die Migros wurden 2004 rund 300 Tonnen Biobaumwolle zu Textilien verarbeitet. Die rasante Zunahme der verkauften Textilien aus Bio-Baumwolle hat sich auch 2005 fortgesetzt. Im Vergleich zu 2004 stieg der Umsatz um rund 75% auf über 11 Mio Franken, was dem forcierten Ausbau im Bereich der Heimtextilien und einem breiten Sortiment an Bett- und Frotteewäsche zuzuschreiben ist. Quelle: Migros- Genossenschafts- Bund.

Coop

Coop ist die zweitgrößte Detailhandelsgruppe der Schweiz und genossenschaftlich organisiert, ihre Geschichte reicht zurück bis 1840. Sie unterhält über 1.400 Verkaufsstellen und beschäftigt über 44.000 MitarbeiterInnen. Im Bereich der Öko- und Fairtrade-Produkte ist Coop Marktleader in der Schweiz. Neben konventionellen Produkten werden auch Bioprodukte vertrieben. Coop investiert stark in die Ausbildung der MitarbeiterInnen, es gibt gemeinsame Reisen in die Baumwollanbaugebiete in Indien.

Infos: www.coop.ch

Rohstoffe

Coop ist die weltweit größte Vermarkterin von Biobaumwolle. Seit 1995 verkauft die Supermarktkette fair produzierte Textilien aus biologisch angebauter Baumwolle unter dem

Label Naturaline und ist heute die weltweit größte Anbieterin von Biobaumwolltextilien. Die Bio-Baumwolle stammt zum größten Teil von den bioRe- Förderprojekten Maikaal in Indien und Meatu in Tansania. Initiiert wurde das Biobaumwollprojekt bereits 1992 von der schweizerischen Garnhandelsgesellschaft Remei AG. Ein kleiner Anteil Baumwolle stammt aus kontrolliert biologischem Baumwollanbau aus der Türkei und Uganda.

Sortiment

Die modische Kollektion umfasst rund 5.300 Artikel und bietet eine breite Palette – von Bekleidung, Wäsche und Strumpfwaren für Damen, Herren und Kinder bis hin zu Bett- und Frottierwäsche.

Auszeichnungen

Coop und die Remei AG erhielten 2002 für ihre nachhaltigen Entwicklungsprojekte eine Auszeichnung des UNO- Umweltprogramms UNEP und der internationalen Handelskammer ICC für wegweisende Projekte.

Zahlen und Fakten

Der Anteil an Coop Naturaline Textilien beträgt bereits über 50% des gesamten Textilangebotes. Längerfristig hat Coop das Ziel, auf 100% kbA Baumwolle umzusteigen. Mit den Biobaumwollprodukten werden große Anteile am Gesamtumsatz des jeweiligen Segments erzielt. Bei Frotteewäsche 96%, bei Kinderbekleidung 65%. Coop erzielte mit Naturaline schon 2002 einen Umsatz von 25 Mio. Franken. Der Umsatz der Naturaline Textilien betrug im Jahr 2005 38,1 Millionen Franken (+ 22 Prozent). Damit baute Coop ihre Pionierrolle als weltweit größte Anbieterin von Bio-Baumwolle aus fairem Handel weiter aus. In den Coop City Warenhäusern wurden neue Naturaline Shops eingerichtet. Dank attraktiver Präsentation und modischem Sortiment verdoppelte sich der Umsatz. Gestützter Bekanntheitsgrad von Coop Naturaline in der Schweizer Bevölkerung: 58 Prozent (Quelle: Coop Marktforschung, Februar 2006).

Hess Natur

Das Unternehmen Hess Natur besteht seit 1976 und ist das größte Katalogversandhaus für konsequent natürliche Bekleidung und Textilien in Deutschland. Neben dem Versand gibt es auch vier Geschäfte in Deutschland; zur Zeit wird ein neues Einkaufshaus gebaut. Neben dem Label Hess Natur werden auch Textilien mit dem IVN-Label, dem Zertifikat des Internationalen Verbandes für Naturtextilien angeboten.

Infos: www.hess-natur.de

Rohstoffe

Die Rohfasern stammen zum größten Teil aus kontrolliert biologischer Landwirtschaft. Die Baumwolle stammt unter anderem aus eigenen umwelt- und sozialverträglichen Anbauprojekten. In zunehmendem Maße setzt Hess Natur auch Wolle aus kontrolliert biologischer Tierhaltung ein. Vom Anbau der Rohfasern, über sämtliche Verarbeitungsschritte, bis hin zum fertigen Modeartikel garantiert Hess Natur die Einhaltung strenger ökologischer Qualitätsrichtlinien. Die Deklaration im Hess Natur-Katalog informiert über den gesamten Fertigungsweg und nennt klar die Herkunft der Rohfasern, sowie die wichtigsten Fertigungsstufen.

Sortiment

Hess Natur bietet ein breites Sortiment. Von Oberbekleidung für Damen, Herren und Kinder über Unterwäsche, Heimtextilien und Schuhen wird alles geboten. Neben den großen Saisonkatalogen gibt es einen eigenen Babybekleidungs-Katalog.

Auszeichnungen 2005 und 2006

Hess Natur wurde 2005 von der Initiative "Ethics in business" für sein herausragendes Engagement im Bereich Umwelt und Soziales ausgezeichnet. Darin wurde durch die oekom research AG untersucht, inwieweit mittelständische Unternehmen über die gesetzlichen Bestimmungen hinaus ehrlich und nachhaltig agieren und inwieweit dieses Handeln systematisiert ist. Auf dem Prüfstand standen umweltverträgliche Produktionsprozesse, effiziente Nutzung von Ressourcen, Mitspracherechte und Chancengleichheit am Arbeitsplatz, sowie die sozialen Standards der Zulieferer. Im gleichen Jahr trat Hess Natur als erstes Unternehmen in Deutschland der Fair Wear Foundation bei und wird somit zum landesweit einzigen Unternehmen, das die 'saubere' Herstellung seiner Textilien durch eine unabhängige so genannte »Multi-Stakeholder-Initiative« sicherstellen lässt. Im Jahr 2006 folgte die Verleihung des Zertifikats „Audit Beruf & Familie“ durch die deutsche Bundesfamilienministerin, in Anerkennung für die familienbewusste Unternehmens-Philosophie von Hess Natur.

Zahlen und Fakten

Alle Hess Natur-Artikel, die das Etikett „100 % Baumwolle“ tragen, stammen ausschließlich aus kontrolliert biologischem Anbau. Auf diese Weise werden von Hess Natur beim Baumwollanbau jährlich ca. 1.1000 Hektar Land - eine Fläche größer als der Tegernsee - freigehalten von umweltschädlichen Pestiziden und Kunstdüngern. Den Woll- und Leinenanteil aus kontrolliert biologischem Anbau bzw. kontrolliert biologischer Tierhaltung konnte Hess Natur in den letzten Jahren ebenfalls kontinuierlich steigern. Trotz der mangelnden Verfügbarkeit dieser Naturfasern auf dem Weltmarkt, können heute bereits 20% der Wollartikel und 37% der Leinenartikel im Hess Natur-Katalog in Bio-Qualität angeboten werden.

Otto GmbH

Otto GmbH ist ein konventionelles Versandhaus, das großen Wert auf Nachhaltigkeit legt. 1999 wurden erste Textilien aus Biobaumwolle angeboten. 2005 war Otto Marktführer bei der Vermarktung von Biobaumwolle in Deutschland. Aktuell sind nahezu alle Textilien im Otto-

Angebot durch das Siegel „hautfreundlich, weil schadstoffgeprüft“ ausgezeichnet. Das exklusiv für Otto entwickelte Qualitätssiegel "PURE WEAR - die reinste Faser" zeichnet seit

2003 ökologisch optimierte Textilien aus Biobaumwolle aus. Die Einhaltung sozialer Kriterien

spielt für Otto ebenfalls eine große Rolle.

Infos: www.ottoversand.at oder www.otto.com

Rohstoffe

Durch das vom Bundesministerium BMBF geförderte Projekt „Ecomtex“ gelang es Otto, die gesamte textile Herstellungskette nach ökologischen Spitzenstandards zu optimieren. Das Forschungsvorhaben wurde im Verbund mit der Universität Oldenburg, der Universität St. Gallen und dem Textilunternehmen Steilmann (GmbH & Co KG) durchgeführt. Das Ausgangsmaterial war Baumwolle aus kontrolliert biologischem Anbau. Diese Anbauweise vermeidet die Rückstandsbelastung von Böden, Wasser und Pflanzen durch den Einsatz natürlicher Dünge- und Pflanzenschutzmittel. Durch die Qualifizierung von Lieferanten und Einführung ökologischer Standards bei Farbstoffen und textilen Hilfsmitteln im Bereich der Veredelung konnten die Abwasserbelastung reduziert und

Einsparungen von Wasser und Energie erreicht werden und natürlich die Textilien nahezu schadstofffrei hergestellt werden. Durch eine Marktstudie über Ökotextilien wurden die persönlichen Bedürfnisse und Anforderungen beim Konsumenten zu Ökotextilien befragt. Ein Ergebnis des Projektes war das Label "PURE WEAR - die reinste Faser", das seitdem bei Otto für Textilien aus kontrolliert biologischem Anbau steht, die mit dem Ecomtex- Färbestandard ausgerüstet wurden.

Sortiment

Kleidung in schadstoffgeprüfter oder ökologischer Qualität ist im gesamten Sortiment vertreten.

Zahlen und Fakten

Otto konnte bereits 2001 über 500 Tonnen Biobaumwolle verarbeiten und damit zum Marktführer von Biobaumwolltextilien in Deutschland werden. Angeboten werden T-Shirts, Sweatshirts und Bademäntel in PURE WEAR Qualität.

Der Anteil Biotextilien am Gesamtsortiment liegt aktuell bei mehr als 1%.

PoPoLiNi

PoPoLiNi ist die Marke der österreichischen BMK Handels- und Vertriebs GmbH und in erster Linie Produzent und Vermarkter von Mehrwegwindeln. 1991 wurden erste „PoPoLiNi Windelhäuser“ in Wien und in Graz eröffnet. Innerhalb weniger Wochen war alles ausverkauft. Die Windeln von damals wurden ständig verbessert und PoPoLiNi ist zum Synonym für waschbare Höschenwindeln geworden.

Infos: www.poplini.at

Rohstoffe

Bei den Windeln gibt es eine eigene Linie aus kontrolliert biologischem Anbau. Auch im Bekleidungssortiment für Babys und Kleinkinder existiert eine eigene Biolinie mit dem Label io bio. Diese Baumwolle kommt zu 100% aus biologischem Anbau aus der Türkei. Der Anteil an Höschenwindeln aus kbA Baumwolle im Verhältnis zu jenen mit konventioneller Baumwolle ist steigend und beträgt mittlerweile ca. 30%. Die gesamte Produktion findet innerhalb der EU statt.

Diese Steigerung ist auf folgende Faktoren zurückzuführen:

- extrem knappe Kalkulation bei kbA Ware die sich in einem Preisunterschied von lediglich 10% zur konventionellen Baumwolle niederschlägt
- Erschließung von neuen Märkten mit besonderer Präferenz für kbA Baumwolle, diese sind Frankreich, Belgien und Tschechien.

Sortiment

Neben waschbaren Windeln werden auch Textilien für Babys, Kleinkinder und Schwangere verkauft. Seit 6 Jahren werden auch Windeln aus zertifiziert biologischer Baumwolle hergestellt.

Seit 3 Jahren erzeugt das Unternehmen auch Unterwäsche ausschließlich in kbA Qualität, weitere Babytextilien sind geplant.

Zahlen und Fakten

In Österreich gibt es zahlreiche Bezugsquellen im Einzelhandel und in großen konventionellen Möbelhäusern, in ganz Europa über Versand durch mehrere Versandhäuser. Inzwischen wird in mehr als 60 Länder exportiert. Der Verkauf von biologischen Textilien

beträgt etwa 20.000 Teile im Jahr. 2006 werden etwa 5000 kg kbA Baumwolle verarbeitet. Sukzessive will die BMK Handels- und Vertriebs GmbH die gesamte Produktion auf kbA Baumwolle umstellen. Hinderlich sind jedoch der enorme Preisdruck durch chinesisches Produzenten, der dem Textilsektor seit Jahren nicht gestattet hat, die Kostensteigerungen an die KundInnen weiterzugeben. Weiters ist die Produktion von Windeln in Mischfaserform aufgrund der besseren Saugwirkung und Haltbarkeit qualitativ hochwertiger.

Grüne Erde

Die Grüne Erde ist als Produzent von Naturholzmöbeln, Matratzen, Wohntextilien und – accessoires bis hin zu biologischen Lebensmitteln und Naturkosmetika eines der erfolgreichsten Vorzeigeunternehmen der Ökologiebewegung. Der Vertrieb erfolgt ausschließlich direkt an die Kunden per Katalog im gesamten deutschsprachigen Raum und über zehn eigene Läden in Deutschland und Österreich. Die Grüne Erde wurde 1983 als unabhängiges Wirtschaftsunternehmen gegründet. Die konsequente ökologische Ausrichtung, das ganzheitlich und sozial orientierte Denken und Handeln stellen – in Verbindung mit betriebswirtschaftlicher Effizienz – die Grundlagen für den ökonomischen Erfolg dar. Der Umsatz im Bereich Textilien beträgt 10 Mio € pro Jahr.

Infos: www.grueneerde.com

Rohstoffe

Bei der Fertigung der Textilien werden nachwachsende Rohstoffe wie Leinen und Baumwolle verwendet. Es wird auf petrochemisch erzeugte Kunststoffe verzichtet. Materialien und Produkte aus europäischen Ländern werden bevorzugt. Mind. 70 % der eingesetzten Stoffe stammen aus biologischer Landwirtschaft (kbA), bei Bettwäsche beträgt der Anteil 80 %. Die Rohbaumwolle für die farbigen Baumwollstoffe stammt aus kontrolliert biologischem Anbau in Peru und den USA. Weder Gentechnik noch nachträgliche Färbung kommen zum Einsatz. Auf umweltbelastende chemische Ausrüstung, das Bedrucken und Färben wird verzichtet. Die Stoffe werden in der eigenen Schneiderei im oberösterreichischen Almtal verarbeitet.

Zahlen und Fakten

Alle Holz- und Textilprodukte der Grünen Erde tragen das Zeichen „Grüne Erde“. Es garantiert die Verwendung hochwertiger, umweltschonend hergestellter Naturmaterialien sowie die dauerhafte, geprüfte Qualität des Produkts. Im Sinne einer Volldeklaration ist auch das Produktionsland auf der Produktbeschreibung ersichtlich. Das Ökotextilangebot umfasst Bettwäsche, Vorhänge, Stoffe, Plaids, Teppiche, Rollos und Matratzen. Die Stoffe werden in der eigenen Näherei in Oberösterreich von professionellen NäherInnen verarbeitet. Die arbeitsrechtlichen Grundlagen unterliegen österreichischen Gesetzen. Für die Produktion der Rohstoffe gelten die IVN Kriterien, die Kontrolle erfolgt durch das Eco-Labor in Köln. Jeder Stofflieferant muss durch unabhängige Gutachten die Schadstofffreiheit seines Erzeugnisses nachweisen. Die Stoffe und Rohmaterialien werden durch unabhängige Institute auf Schadstoffrückstände überprüft. Es werden 25 Tonnen biologische Rohstoffe pro Jahr verarbeitet.

4.3 Motivforschung – Analyse der Konsumtypologien

Basierend auf den Rechercheergebnissen erstellte "die umweltberatung" mit dem **Motivforschungsinstitut** Karmasin eine repräsentative Studie zur Erfassung der Konsumtypologie im Bereich Ökotextilien. Ziel war die Beschreibung relevanter Zielgruppen für Ökotextilien in Österreich. Weiters wurden Bekanntheit und Akzeptanz von Ökotextilien abgefragt. Es wurden 1.000 Personen befragt.

4.3.1 Repräsentativstudie Ökotextilien

In einer repräsentativen Stichprobe von 1000 Personen wurde im Rahmen einer Mehrthemenumfrage die Einstellung der Bevölkerung zu Ökotextilien in Form eines persönlichen Interviews erhoben.

Methodik:

Die Faktorenanalyse wurde gewählt, da die Zielgruppen-Clusteranalyse keine allzu aussagekräftigen Ergebnisse erbrachte: es resultierte jeweils eine Gruppe mit hoher, mit mäßiger und mit niedriger Affinität zu Ökotextilien, die jedoch keine Erklärung nach zugrunde liegender Einstellung zuließen.

Mit Hilfe der Faktorenanalyse wurden die verschiedenen Zugänge bzw. Einstellungsmaßstäbe zur Ökotextilien analysiert und anschließend die demographische Struktur der Gruppen mit diesen Zugängen dargestellt.

Ergebnisse:

Ist-Situation Textileinkauf

- Die mit Abstand wesentlichsten Aspekte sind Preis, Qualität und Material, bei Bekleidung auch Passform.
- Die Aspekte „schadstofffreie Textilien“ und „umweltfreundliche Rohstoffe“ spielen beim Einkauf von Bekleidung und Heimtextilien eine untergeordnete Rolle. Nur etwa ein Drittel gibt an, dass diese Eigenschaften für sie wichtig sind.
- Häufiger angegeben wird die Wichtigkeit von Frauen ab 30 Jahren mit mittleren Einkommen und im städtischen Bereich und in den Bundesländern.

Einstellung zu Ökotextilien

- Spontane Reaktionen zum Begriff „Ökotextilien“ sind in deutlich überwiegender Anzahl positiver Natur, es dominieren „ohne Chemie“, „natürlich“, „biologisch“, „gesund“ und „umweltfreundlich“. Kleine Gruppen äußern auch Ressentiments in

Richtung „kratzig/rau/unangenehm“, „langweilig/Schlabber-Look/unattraktiv“ bzw. „unglaublich/Werbegag“. Auch der angenommene hohe Preis solcher Textilien ist für manche ein Thema.

- 44 % der Österreicher ist allerdings der Begriff Ökotextilien unbekannt.
- Die gestützte Beurteilung weist ebenfalls ein sehr positives Imageprofil für Ökotextilien auf, jedoch werden auch negative Aspekte wie „langweilig“ und „kratzig“ zum Teil zustimmend bewertet (sie sind jedoch nach Mittelwert-Ranking am Ende aller abgefragten Dimensionen vorzufinden).

Markenbekanntheit

- Nur 21% der Befragten können spontan ein Label für Ökotextilien nennen, dabei sind „Grüne Erde“, „Fair Trade“, „Green Cotton“ und „Panda“ die häufigst genannten.
- Die gestützte Markenbekanntheit nach Logovorlage weist ebenfalls diese 4 Marken als bekannteste aus, „Grüne Erde“ steht mit 25% Bekanntheit an erster Stelle, vor „Fair Trade“ mit 23%.

Vertrauen in Öko-Siegel auf Waren

- Ein sehr hohes Vertrauen in Ökosiegel ist nur bei jedem siebenten Befragten vorzufinden, weitere 48% vertrauen jedoch „eher schon“ auf solche Siegel. Jeder Dritte bekundet Misstrauen einem solchen Zeichen gegenüber, verstärkt Männer und über 50jährige Respondenten.
- Höheres Vertrauen haben Frauen bis 50 Jahre mit mittleren Einkommen außerhalb Wiens, im ländlichen und kleinstädtischen Bereich.
- Generell sind die ÖsterreicherInnen sehr „Siegel“-gläubig und sehen entsprechende Zeichen als „amtliche Bestätigungen“. Die etwas zurückhaltende Zustimmung zu einem Öko-Siegel beruht vermutlich darin, dass ein solches den Konsumenten nicht wirklich bekannt/ vertraut ist.

Präferenzverhalten beim Einkauf

- Gefragt, welche Präferenzentscheidung man beim Einkauf von Heimtextilien, TShirts und Kinderkleidung zwischen herkömmlichen und Ökotextilien treffen würde, entscheidet man sich erwartungsgemäß in allen Fällen mehrheitlich für konventionelle Textilien. Als Begründung führt man primär den Preis bzw. die Macht der Gewohnheit an. Jene, die sich für Ökotextilien entscheiden würden, argumentieren am häufigsten mit den gesunden und hautverträglichen Eigenschaften der Stoffe.

- Im Bereich Baby-/Kinderkleidung entscheidet man sich am öftesten für Ökotextilien (37%), während bei T-Shirts diese Präferenz mit 24% am geringsten ausfällt. Wenn also Mode/Fashion eine stärkere Rolle spielt, treten Ökotextilien in den Hintergrund, für Kinder würde man jedoch diese Stoffe aufgrund einer angenommen stärkeren Empfindlichkeit eher in Betracht ziehen.

Preis-Premium

- Nahezu jeder Zweite hält ein Preis-Premium von 5% für Ökotextilien für gerechtfertigt, ein weiteres Viertel auch 10%; darüber hinaus findet ein Mehrpreis jedoch wenig Akzeptanz.
- Ähnlich verhält es sich bei der Ausgabebereitschaft; wiederum würden 45% um bis zu fünf Prozent mehr für Ökotextilien bezahlen, nur mehr jeder Fünfte bis zu 10%.
- So gibt man auch zu 54% an, dass der gleiche Preis wie von normalen Textilien am ehesten zum Kauf von Ökotextilien anregen könnte; 37% sehen dafür mehr Informationen über die Vorteile dieser Produkte bzw. 33 % generell ein „Bekannt machen“ von Ökotextilien als Voraussetzung.

Informationsinteresse

- Über die Hälfte der Responenten geben an Interesse an Informationen über Ökotextilien zu haben. 13 % sind sogar „sehr interessiert“.
- Frauen weisen ein deutlich höheres Informationsinteresse auf als männliche Befragte, häufiger zwischen 30 und 50 Jahren mit etwas höheren Einkommen, Berufstätige und Hausfrauen im städtischen Bereich außerhalb Wiens.

Faktorenanalyse / Segmentierung

Über eine multivariate statistische Analyse wurden vier verschiedene Zugänge zu Ökotextilien definiert:

Distanz (bei 25% der Stichprobe)

- Dieser Zugang ist von rationalisierenden Argumenten wie „Ökotextilien sind im Geschäft schwer zu erkennen“ bzw. „Ökotextilien sind im Geschäft schwer erhältlich“ geprägt. Diese Haltung ist deutlich stärker in Wien als in anderen Bundesländern anzutreffen.

Ressentiments (30% der Stichprobe)

- Diese Haltung enthält alle gängigen Ressentiments gegenüber Ökotextilien wie „langweilig“, „kratzig“ und „Ökoschmäh“, es ist dies in erster Linie der Zugang der Männer zum Thema, darüber hinaus existieren keine demographischen Auffälligkeiten.

Soziale Verantwortung (24% der Stichprobe)

- In diesem Faktor sind vor allem die gesunden, schadstofffreien und biologischen Eigenschaften von Ökotextilien im Vordergrund, aber auch die faire Produktion und „ohne Kinderarbeit hergestellt“, es dokumentiert sich hier über den eigenen Vorteil hinausgehend auch eine Verantwortlichkeit gegenüber der ökologischen und auch sozialen Umwelt. Diese Haltung ist verstärkt bei Frauen vorzufinden.

Mode/Komfort (21% der Stichprobe)

- Hier rekurriert man auf Mode, Pflegeleichtigkeit, Tragekomfort und Zeitlosigkeit von Ökotextilien, also sowohl auf Design der Textilien wie auch deren Convenience. Dieser Zugang ist häufiger bei Frauen mit mittleren Einkommen im mittel- und kleinstädtischen Bereich anzutreffen.

4.4 ExpertInnen-Workshop mit österreichischen NaturtextilhändlerInnen

Der Workshop wurde speziell für die Zielgruppe der NaturtextilhändlerInnen konzipiert. In persönlichen Gesprächen mit MarketingexpertInnen wurden die Inhalte der Workshops formuliert. Die österreichischen NaturtextilhändlerInnen und –produzentInnen wurden per e-mail, per Post und telefonisch eingeladen. Aufgrund der regen Nachfrage wurden statt der geplanten 20 Plätze 25 Plätze vergeben. In dem Workshop am 22.06.2006 wurden die Ergebnisse der Motivforschungsstudie den österreichischen NaturtextilhändlerInnen vorgestellt, auch GeschäftsleiterInnen von Naturtextilgeschäften, Naturkostläden, und Weltläden waren anwesend. Weiters wurden NaturtextilproduzentInnen und DesignerInnen eingeladen, um alle Stakeholder der Naturtextilszene zu vernetzen.

Workshop-Design

Die Ergebnisse der KonsumentInnenstudie zum Thema „Ökotextilien“ wurden von Günther Haunlieb, Dr. Karmasin Motivforschung GmbH präsentiert.

DI Heimann, Leiter der Abteilung Innovation & Ökologie bei Hess Natur stellte die strengen ökologischen und sozialen Kriterien des Unternehmens entlang der gesamten textilen Kette vor.

Anja & Peter Lütke-Wissing stellten die Erfolgsfaktoren für die Vermarktung von Ökotextilien speziell für die Zielgruppe der NaturtextilhändlerInnen vor.

Zu Beginn des Workshops wurden die speziellen Gegebenheiten und Bedürfnisse der einzelnen TeilnehmerInnen erhoben. Folgende Marketingmaßnahmen wurden von diesen bisher umgesetzt:

- Faire Modenschau
- StammkundInnen-Mailings
- Folder
- Website
- Anzeigen in Fachzeitschriften
- Fachmessen

Nur wenige TeilnehmerInnen besitzen Marketing Erfahrung. In den meisten Fällen war wenig bis gar kein Budget für Marketingaktivitäten eingeplant. Die Herausforderung des Workshops bestand darin, mit geringen finanziellen Mitteln Strategien zur Umsatzsteigerung zu entwickeln. Als Basis für treffsichere und zielgruppenorientierte Kommunikation wurden die Studienergebnisse diskutiert. Die Empfehlung der MarketingexpertInnen war, ein für KundInnen transparentes einheitliches Label für Ökotextilien zu positionieren.

Workshop-Ergebnisse

Mit den TeilnehmerInnen wurden folgende **Strategien für Marketingmaßnahmen** zur Verkaufsförderung im Naturtextilhandel erarbeitet und vorgeschlagen:

Kooperationsmarketing unter einer gemeinsamen Dachmarke
Wunsch nach Erstellung eines gemeinsamen Marketingbudgets
Gemeinsame Website des Naturtextilhandels in Österreich: www.naturtextilhandel.at
Gezielte Öffentlichkeitsarbeit durch "die umweltberatung"
Schaufensterwettbewerbe
Designwettbewerb
Rabattaktionen für NeukundInnenwerbung
Entwicklung von KundInnenkarten
Ökotextil-Trucks: Mobile gemeinsame Ökomodenschau quer durch Österreich
Modenschau im Tierpark mit Tierpatenschaften

Die genaue Ausarbeitung der Vermarktungs- und Kommunikationsstrategien für Naturtextilien erfolgte in Form eines Leitfadens gemäß dem Projektplan. Dieser wurde den NaturtextilhändlerInnen Österreichs in einer Downloadversion auf www.fabrikderzukunft.at zur Verfügung gestellt.

Der Marketingleitfaden Ökotextilien im Fachhandel befindet sich online unter:
www.fabrikderzukunft.at.

Die Anregungen und Ideen des Workshops und der Wunsch nach einer Vertiefung der zahlreichen Kontakte führten zur Bildung eines Netzwerks.

4.5 ExpertInnen-Roundtable mit konventionellen HandelsvertreterInnen und ProduzentInnen

Der Roundtable wurde als Motivationsveranstaltung zur Vernetzung der Stakeholder aus Handel und Produktion konzipiert. Es wurden die Geschäftleitung sowie die Bereiche Marketing und Einkauf der österreichischen Textilketten und ProduzentInnen persönlich in mehreren Durchgängen schriftlich, per e-mail und telefonisch eingeladen. Weiters wurde die Einladung über das österreichische Textilinstitut an die in „Öko-Tex Standard 100“ Zertifizierung befindlichen Firmen gesendet. Die Mitglieder des Textilindustrieverbandes Österreich wurden eingeladen. Der Round Table fand am 23.06.2006 auf dem Schloss Wilhelminenberg, Wien statt.

Mag. Michaela Knieli, "die umweltberatung" präsentierte die Programmlinie Fabrik der Zukunft und das Projekt „Ökotextilien – aus der Nische zum Trendprodukt“. Der Begriff „Ökotextilien“ wurde definiert. Die gesundheitlichen, ökologischen und sozialen Kriterien wurden erklärt.

Dr. Michael Arretz referierte über CSR im Textilhandel anhand des Best-Practice-Beispiels Pure-Wear, einer Ökotextil-Linie im konventionellen Versandhandel der Otto GmbH & Co KG.

Roswitha Hasslinger, von Dr. Karmasin Motivforschung GmbH präsentierte und diskutierte die Ergebnisse der KonsumentInnenstudie zum Thema „Ökotextilien“.

DI Heimann, Leiter der Abteilung Innovation & Ökologie bei Hess Natur stellte die Vereinbarkeit von Nachhaltigkeit und Mode anhand des deutschen Unternehmens Hess Natur entlang der gesamten textilen Kette vor.

Walter Staub, vom Schweizer Migros-Genossenschafts-Bund, Corporate Communications, Infostelle Umwelt stellte die Strategien zur Vermarktung von Naturtextilien im konventionellen Handel am Best Practice Beispiel Migros dar.

Aufgrund der kurzfristigen Absage von mehreren VertreterInnen aus Handel und Produktion wurde das Design des Workshops an die Situation und die Bedürfnisse der TeilnehmerInnen angepasst. Zu Beginn des Roundtables erfolgte eine Bestandserhebung der österreichischen Textillandschaft. ExpertInnen diskutierten über die Chancen der Einführung von Ökotextilien im konventionellen Handel anhand von Best-Practice-Beispielen.

Ein wichtiges Ergebnis des Roundtables war, dass **vor der Sortimentseinführung** von Ökotextilien im konventionellen Handel **intensive Informations- und Öffentlichkeitsarbeit** zur Bekanntmachung von nachhaltig produzierten Textilien zu erfolgen hat. Dies entspricht auch den Ergebnissen der Studie.

Folgende Kernaussagen ergaben sich in der ExpertInnendiskussion auf Basis der Referate:

"die umweltberatung" unterlegte die Ergebnisse der Konsumtypologie mit Erfahrungen aus der KonsumentInnenberatung. Die Zielgruppe der potenziellen KäuferInnen für Ökotextilien entspricht auch der für Umweltthemen sensibilisierten Zielgruppe der jungen Mütter. Ing. Melnitzky, Österreichisches Textilinstitut bestätigte die Rückstandsproblematik bei importierten Textilien.

Der Faktor Preis wurde als wesentlicher Erfolgsfaktor für die Produktion und Vermarktung von Ökotextilien diskutiert. Dr. Arretz konnte ein monetäres Einsparungspotenzial bei der Produktion der Öko-Linie „Pure Wear“ darstellen.

Walter Staub zeigte am Beispiel Migros, dass beim Verkauf von Biotextilien ein Umsatzwachstum von rund 75% (2004-2005) erwirtschaftet werden konnte. Dies ist dem forcierten Ausbau im Bereich der Heimtextilien und speziell einem breiten Sortiment an Bett- und Frotteewäsche zuzuschreiben.

Dr. Arretz betonte den Erfolgsfaktor von Otto GmbH & Co KG, die Ökotextilien und konventionelle Textilien zum gleichen Preisniveau anbietet.

Christine Hehenberger, Interspar Österreich, berichtete von dem Vorhaben, Ökotextilien in das Sortiment der Baby- und Kinderbekleidung aufzunehmen.

Mag. Gupfinger, ÖGUT unterstrich die Chance, Ökotextilien als Produkt innerhalb der nachhaltigen Wochen aufzunehmen.

Mag. Guldt, Firma Lenzing, betonte die verschiedenen Einsatzmöglichkeiten der nachhaltig produzierten Faser Tencel aus österreichischem Buchenholz.

Die Präsentation der Naturtextilien am Point of Sale im konventionellen Handel wurde diskutiert. Als erfolgreich erwies sich bei Migros die Streuung der ökologischen Textilien innerhalb des konventionellen Sortiments. Ein wesentlicher Faktor ist jedoch die Information der KonsumentInnen durch ein transparentes Label. Migros informiert die KonsumentInnen auf einer eigenen Website www.engagement.ch

Die genaue Ausarbeitung der Vermarktungs- und Kommunikationsstrategien für Ökotextilien im konventionellen Handel erfolgte in Form zweier Leitfäden gemäß dem Projektplan.

Dieser wurde den anwesenden VertreterInnen in einer Downloadversion www.fabrikderzukunft.at zur Verfügung gestellt und sind einsehbar unter: www.fabrikderzukunft.at.

Weiters bekundeten einige der eingeladenen, nicht anwesenden VertreterInnen aus Handel und Produktion ihr Interesse an den Ergebnissen des Workshops und der Studie. Diese wurden von "die umweltberatung" in einem weiteren Mailing informiert.

4.6 Übertragbarkeit der Ergebnisse auf andere Bereiche der nachhaltigen Produktion

Als Möglichkeit der Ergebnisübertragung wurden explorative ExpertInneninterviews mit Marketingverantwortlichen aus der nachhaltigen Produktion und Vermarktung durchgeführt. Die im Projekt erstellten Marketingleitfäden dienten als Basis für die ExpertInnengespräche.

4.6.1 Ökotextilien in Österreich

Die interviewten ExpertInnen sehen den Markt für **Ökotextilien** derzeit als rückläufig. Er hat sich in den letzten Jahren verschlechtert. Die geringe Nachfrage führen die Befragten hauptsächlich darauf zurück, dass der Wissensstand der österreichischen KonsumentInnen zum Thema Textilproduktion sehr gering ist. Die österreichische Bevölkerung hat nur **wenig Bewusstsein** dafür, welche ökologischen und menschenrechtlichen Konsequenzen mit dem Kauf von konventionell hergestellten Textilien verbunden sind. Weiters führen sie an, dass Ökotextilien nicht leicht erhältlich sind und das Angebot nicht übersichtlich und für KonsumentInnen nicht ansprechend ist.

In den nächsten Jahren prognostizieren sie jedoch eine Verbesserung des Marktes für Ökotextilien. Nach Biolebensmitteln und Naturkosmetik scheint ein **Anstieg der Nachfrage** von Ökotextilien als der nächste logische Schritt. Biolebensmittel werden direkt in den Körper aufgenommen, Naturkosmetik direkt auf die Haut aufgetragen und Ökotextilien werden als nächste Schicht auf der Haut getragen. Darum haben besonders körpernahe Textilien wie Unterwäsche und Kinderbekleidung ein hohes Potenzial gekauft zu werden.

Dafür müssen Ökotextilien aber besser verfügbar sein. Die Ökotextilien müssen sich sowohl im Design als auch in der Auswahl verbessern.

Die befragten ExpertInnen empfehlen den HerstellerInnen von Ökotextilien gezielte Maßnahmen zu setzen, um das Wissen zum gesamten Themenkreis Textilproduktion und ökologische Alternativen zu heben. Die **Vorteile der Ökotextilien** müssen klar hervorgehoben werden. Als Hauptargumente sollen der Gesundheitsnutzen, die gute Qualität und der hohe Tragekomfort verwendet werden.

Besonders wichtig erscheint den Befragten dass Ökotextilien auch in **konventionellen Textilgeschäften** erhältlich sind. Dafür erscheinen ihnen sowohl „Shop in Shop“-Konzepte, als auch eine Durchmischung mit dem konventionellen Sortiment erfolgsversprechend. Die Warenpräsentation muss professionell und für die KonsumentInnen ansprechend sein.

4.6.2 Besonderheiten in der Vermarktung von Ökoprodukten

Als größte Herausforderung für die Vermarktung ökologischer Produkte sehen die ProduzentInnen das geringe Werbebudget und die große Konkurrenz zu anderen AnbieterInnen ökologischer Produkte. Es besteht auch die Gefahr, dass die aufgewendeten Werbemittel

nur ein allgemeines Image für die jeweilige Branche aufbauen und die eigene Marke dabei untergeht. Herausfordernd ist auch die deutliche Abgrenzung zu Produkten, die nur ein grünes Mäntelchen tragen. HerstellerInnen von ökologischen Produkten müssen deutlich kommunizieren, dass ihre Produkte die gleichen Eigenschaften und Funktionen haben wie konventionelle. Dazu brauchen die MitarbeiterInnen hohes Know-How.

Die **Produktgestaltung** ist eine wesentliche, verkaufsfördernde Maßnahme. Bei der Gestaltung der Produkte achten die Befragten überwiegend darauf, dass sich die verschiedenen Produktlinien deutlich unterscheiden. Besonderer Wert wird auf eine deutliche Deklaration der Inhaltsstoffe gelegt. Die Verpackungsmaterialien sind, sofern es die Eigenschaften der Produkte erlauben aus umweltfreundlichen und teilweise wiederbefüllbaren Materialien. Die hohe Qualität der Produkte steht im Vordergrund. Die Unternehmen bieten zum Teil individuelle Größen und Sonderanfertigungen sowie ein Reparaturservice an.

Der Großteil der Befragten verkauft ihre Produkte im oberen **Preissegment**. Zwei der befragten Unternehmen stufen ihre Produkte als mittelpreisig ein. Nur ein Unternehmen verkauft seine Artikel zu Preisen, die mit Diskontmarken vergleichbar sind. Das ist auf die hohe Ergiebigkeit der Produkte zurück zu führen. Ein Unternehmen das auch konventionelle Waren verkauft bietet Produkte günstig bis hochpreisig an.

Alle befragten ExpertInnen gaben an klassische **Werbemittel** wie Werbespots, Radiospots und Außenplakate aus Kostengründen nicht zu nutzen. Ein Großteil der Befragten schaltet Inserate in Printmedien. Sie werden allerdings aus Kostengründen nur geringem Ausmaß genutzt und hauptsächlich in Zeitschriften mit dem Schwerpunkt Nachhaltigkeit geschaltet. Drei Unternehmen gaben an regelmäßig Presseausendungen zu machen und redaktionelle Beiträge zu schreiben. Als kostengünstige Varianten der PR werden FirmeneigentümerInnen mit gutem Charisma ebenso eingesetzt wie Weiterempfehlungen durch ExpertInnen und zufriedene KundInnen. Inserate im Internet werden nur von einer Firma genutzt. Jedes Unternehmen betreibt jedoch eine eigene Homepage.

Um die KundInnen über die Produkteigenschaften und die Firmenphilosophie zu informieren produzieren die Unternehmen hauptsächlich Broschüren und Folder. Umfangreiche Produktkataloge und KundInnenzeitschriften werden jeweils von zwei Unternehmen hergestellt.

Ein überwiegender Teil der Befragten bietet Gratisproben und Produktmuster an. Es werden auch Give-Aways aus Produktionsresten hergestellt. Für HändlerInnen werden Startpakete angeboten.

Der **Kontakt zu KundInnen** und VertriebspartnerInnen wird großteils auf Messen und Veranstaltungen geknüpft. Durch den persönlichen Kontakt wird eine gute Basis zu den KundInnen geschaffen. Die KundInnen können die Produkte sehen und berühren, und sich so von den Eigenschaften der Produkte selbst überzeugen.

Den VertriebspartnerInnen werden hauptsächlich Plakate, Displays und Dekorationsmaterialien im Corporate Design zur Verfügung gestellt.

Der **Verkauf** erfolgt hauptsächlich über VertriebspartnerInnen. Vier der befragten Unternehmen betreiben eigene Geschäfte. Ein Großteil der Befragten verkauft seine Produkte in Naturkostläden und Biosupermärkten sowie Reformhäusern. Reinigungsmittel und Naturkosmetik werden auch über Drogerien und Apotheken vertrieben. Nur ein Kosmetikhersteller vertreibt seine Produkte in Drogerieketten. Vier der befragten Unternehmen listen ihre Produkte in konventionellen Handelsketten. Der Versandhandel und der Online Verkauf über Internet nehmen nur einen geringen Stellenwert ein.

Die Befragten sehen den Aufbau von fairen Partnerschaften sowohl zu ihren KundInnen, als auch zu ihren ZulieferInnen, ArbeiterInnen und VertriebspartnerInnen als ihre Stärken. Weiters punkten sie durch Flexibilität und ständiger Weiterentwicklung ihrer Produkte und des gesamten Unternehmens.

4.6.3 Kaufmotive und Kaufhemmnisse

Die ExpertInnen geben an, dass die KundInnen die von ihnen vertriebenen Produkte hauptsächlich aufgrund der natürlichen Rohstoffe und dem damit verbundenen Gesundheitsnutzen kaufen. Als weiteres Kaufmotiv geben die Befragten die einfache Handhabung und die gute Funktion ihrer Produkte an. Testsiegel geben den KonsumentInnen Sicherheit bei der Kaufentscheidung. Ökologische Argumente sehen die KundInnen nur als Zusatznutzen.

Kaufhemmnisse sind nach Angaben der HerstellerInnen hauptsächlich der geringe Bekanntheitsgrad und die fehlende Information über die Produktvorteile. Auch der vergleichsweise hohe Preis schreckt die KundInnen bei der Kaufentscheidung am POS ab. Als Kaufhemmnis werden auch nicht flächendeckende Verfügbarkeit der Produkte und das Beharren auf alten Kaufgewohnheiten genannt.

4.6.4 Ökomarketing in allen Branchen

Für die Vermarktung von Ökoprodukten gilt allgemein, dass besondere Energie und Sorgfalt darauf verwendet werden muss die Vorteile und den Produktnutzen der Ökoprodukte zu kommunizieren. Besonders wichtig ist es die Herkunft der Rohstoffe und die Arbeitsbedingungen zu kommunizieren. Die Auszeichnung mit Labels ist nötig, um die Glaubwürdigkeit der Produkte zu verbessern. Es ist wichtig ein glaubwürdiges, nachhaltig ökologisches Firmenkonzept zu haben.

Die Befragten wurden ersucht die drei aus ihrer Sicht wichtigsten Maßnahmen für die Vermarktung zu formulieren. Als wichtigste Maßnahme wurde genannt, dass das **Interesse** der KonsumentInnen an den ökologischen Produkten geweckt werden muss. Dabei sollen vor allem die Vorteile für die Gesundheit der KonsumentInnen betont werden. Ein kompetentes Verkaufsgespräch nimmt dabei eine wichtige Rolle ein.

Gezielter **Imageaufbau** und ansprechende Warenpräsentation wurden als weitere Kernpunkte für die erfolgreiche Vermarktung von ökologischen Produkten genannt. Für den Imageaufbau sind gute Beziehungen zu Medien wichtig. Auch Testimonials, die das Image des Produktes transportieren und aufwerten, werden als erfolgversprechend gesehen. Die

Grundlage für eine gute Warenpräsentation ist eine zeitgemäße und ansprechende Produktgestaltung. Die **Warenpräsentation** im Geschäft soll das Produkt in den Vordergrund heben und die Sinne der KundInnen direkt ansprechen.

Aus den ExpertInnengesprächen wurden die, für alle Öko-Branchen gültigen Parameter herausgearbeitet und im 1 x 1 des Ökomarketing dargestellt (www.fabrikderzukunft.at)

Methode und Auswertung der **ExpertInnengespräche** befinden sich in Anhang 4

Abschließend wurden die für die Vermarktung **ökologischer Produkte** unverzichtbaren Maßnahmen aus allen Projektergebnissen herausgearbeitet und im [„1 x 1 des Ökomarketing“](#) **Leitfaden zur Vermarktung von Ökotextilien** zusammengefasst. Dieser ist abrufbar unter www.fabrikderzukunft.at.

6. Ausblick

Alle ExpertInnen waren der Meinung, dass es möglich ist, den Markt für Ökoprodukte zu verbessern. Begleitend dazu muss jedoch **Bewusstseinsbildung** für die Bedingungen und die Qualitätsunterschiede in der Produktion erfolgen. Zusätzlich zu www.fabrikderzukunft.at sind www.umweltberatung.at und www.marktcheck.at, als Plattformen für KonsumentInnen und MultiplikatorInnen geeignet. Die Bezugsquellen von Ökotextilien und der Lebelkatalog sollen auf diesen Websites KonsumentInnen, HändlerInnen und ProduzentInnen zugänglich sein.

Das geringe Werbebudget der Ökobranche kann mit redaktionellen Beiträgen und gezielter PR kompensiert werden. Beispiele aus der Textilbranche in der Schweiz zeigen, dass Kooperationen mit Non Profit Organisationen, die sachlich und unabhängig über die Thematik informieren, die Glaubwürdigkeit heben.

Wesentlich ist, dass die Problematik aufgezeigt wird und gleichzeitig Lösungen angeboten werden. Gleichzeitig muss den KonsumentInnen durch starke Marken und glaubwürdige Labels die Klarheit und Sicherheit geboten werden. Eine effiziente Maßnahme der Verkaufsförderung ist das kompetent geführte Verkaufsgespräch. Hier werden die KundInnen von den Produkten und deren Vorteilen überzeugt.

Eine Erfolg versprechende Strategie ist die **Vermarktung** von Ökotextilien **über den konventionellen Einzelhandel**. „Shop in Shop“-Konzepte wie z.B. Ökotextilshops in Kaufhäusern weisen ein beachtliches Absatzpotenzial auf. Eine andere Möglichkeit besteht darin, zertifizierte Ökotextilien ins Sortiment aufzunehmen. "die umweltberatung" konnte innerhalb des Projektes noch kein Unternehmen für die Etablierung von Ökotextilien im konventionellen Sortiment gewinnen.

Um Ökotextilien in Österreich aus der Nische zu holen, ist eine **Verbesserung der Vertriebsform** notwendig. Der Einstieg eines konventionellen Filialisten, der auch klassische Werbung für Ökotextilien macht, kann den Bekanntheitsgrad signifikant steigern.

Die Kommunikation der Marke „Ökotextilien“ und ein gemeinschaftliches Marketing des österreichischen Naturtextilhandels werden von "die umweltberatung" empfohlen. Dies ist eine Chance zur Stärkung des heimischen Naturtextilhandels. Risiko ist hier die dazu notwendige Vereinsbildung. "die umweltberatung" wird das im Projekt entstandene Netzwerk über das Projektende hinaus unterstützen.

Ende November wurden von der Clean Clothes Campaign innerhalb einer Pressekonferenz die katastrophalen Arbeitsbedingungen in Bangladesh thematisiert. Dadurch wurde die Presse für das Thema Ökotextilien sensibilisiert. "die umweltberatung" zeigte mit **Presseaussendungen** die im Projekt erarbeiteten Alternativen zu herkömmlichen Textilien auf und wurde von zahlreichen Medien angenommen.

Als ein mögliches Folgeprojekt schlägt "die umweltberatung" vor, konsequente Imagepflege für Ökotextilien zu betreiben und einen **Imagefolder** für Ökotextilien zu produzieren, der an KonsumentInnen verteilt wird.

Anhang 1: Label-Auflistung

SA 8000

SA 8000 ist ein von der Social Accountability International (SAI) für Firmen entwickeltes Zertifizierungsverfahren, das international soziale Standards in der Arbeitswelt regelt. SA 8000 basiert auf den internationalen Menschenrechten einschließlich der Konventionen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO), der Menschenrechtserklärung der Vereinten Nationen und der UN Konvention für die Rechte der Kinder. Sie wurde 1996 mit der Absicht gegründet, weltweit gültige Systeme zur Überprüfung sozialer Mindeststandards zu entwickeln und zu zertifizieren. Unternehmen können mit diesem Standard gegenüber KundInnen und anderen Interessensgruppen die Übernahme sozialer Verantwortung darlegen. Die SA 8000 bezieht sich auf die Umsetzung und Kontrolle von sozialen Mindeststandards in produzierenden Unternehmen. Das System ergänzt vorhandene Managementsysteme wie [ISO 9001:2000](#) oder [14001:1996](#). Bei der Zertifizierung sind unangekündigte Besuche sowie Gespräche mit Beschäftigten und ihren RepräsentantInnen verpflichtend. Bei der Auswertung werden VertreterInnen von Gewerkschaften und NGOs miteinbezogen.

Die wesentlichen Kriterien sind:

- Verbot von [Kinder-](#) und Zwangsarbeit
- Verbot von Rassen-, Geschlechts- und Religionsdiskriminierung
- Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz
- Recht auf Vereinigungsfreiheit, auf [Organisation](#) in Gewerkschaften und kollektive Lohnverhandlungen
- Festlegung der Höchstarbeitszeit auf 48 Stunden pro Woche, mit einem freien Tag
- Garantie von existenzsichernden Löhnen
- Einforderung und Einführung von menschenwürdigen Arbeitsbedingungen
- Systematische Verbesserung der Bedingungen im Betrieb
- [Dokumentation](#) nach außen (durch Zertifizierung)
- keine unerlaubten Disziplinarmaßnahmen
- Überzeit ist begrenzt und wird speziell entschädigt

Info: www.sa-intl.org

ILO

Die International Labor Organisation ILO ist eine Sonderorganisation der Vereinten Nationen, die im Jahr 1919 gegründet wurde. Die 178 Mitgliedsstaaten sind durch RepräsentantInnen von Regierungen, ArbeitnehmerInnen und ArbeitgeberInnen in der ILO vertreten. Schwerpunkte der Arbeit der ILO sind die Formulierung und Durchsetzung internationaler Arbeits- und Sozialnormen, insbesondere der Kernarbeitsnormen, die soziale und faire Gestaltung der Globalisierung. Ein weiterer Schwerpunkt ist die Schaffung von menschenwürdiger Arbeit als eine zentrale Voraussetzung für die Armutsbekämpfung.

1998 hat die ILO in der "Declaration on fundamental principles and rights at work" folgende grundlegenden Rechte und Prinzipien zu Kernarbeitsnormen erklärt:

Die wesentlichen Kriterien sind:

Freiwillige Beschäftigung (keine Zwangsarbeit)
Keine Diskriminierung bei der Beschäftigung (Chancengleichheit und Gleichbehandlung aller MitarbeiterInnen)
Keine Arbeit von Kindern unter 15 Jahren
Vereinigungsfreiheit und Tarifverhandlungen
Existenzsichernde Löhne
Keine überlangen Arbeitszeiten (max. 48 h Woche)
Mind. 1 freier Tag/Woche
Maximal bis zu 12 Überstunden/Woche
Die Überstunden werden mit einem höheren Stundensatz oder einer Prämie vergütet
Menschenwürdige Arbeitsbedingungen
Ein geregeltes Beschäftigungsverhältnis

Info: www.ilo.org

IVN Sozialstandards in Kurzform

Es gelten die Sozialstandards der internationalen Arbeitsorganisation ILO und der Charta für fairen Handel. Es ist sicherzustellen, dass die an die "Charta für Fairen Handel mit Kleidung" angelehnten Bedingungen, sowie die am Produktionsstandort gültigen nationalen Arbeitsvorschriften eingehalten werden:

Freiwillige Beschäftigung
keine Diskriminierung
das Recht sich freien Gewerkschaften anzuschließen
Entlohnung entspricht mind. dem gesetzlichen Mindestlohn des jeweiligen Landes
Menschenwürdige Arbeitsbedingungen
keine Arbeit von Kindern unter 15 Jahren
Wochenarbeitszeiten entsprechen den von der ILO festgelegten Normen von max. 48 Stunden pro Woche
Sozialrechtliche Verpflichtungen gegenüber den ArbeitnehmerInnen

Info: www.naturtextil.com

Fair Wear Foundation

Aufgabe der 1999 gegründeten Fair Wear Foundation (FWF) ist die Förderung von gesetzeskonformen und humanen Arbeitsbedingungen in der weltweiten Bekleidungsindustrie. Die Mitgliedsunternehmen müssen die Arbeitsbedingungen bei ihren Zulieferern mindestens einmal jährlich auditieren lassen. Die Unternehmen erhalten ein Zertifikat.

Die Grundsätze des FWF Arbeitsverhaltenskodex sind:

Das Unternehmen trägt Verantwortung für die Zulieferkette.
Arbeitsstandards entsprechend den weithin akzeptierten IAO Übereinkommen und der Universellen Menschenrechtsdeklaration der UN.
ein „Prozessverständnis“ von Umsetzung.
Einbeziehung der lokalen Beteiligten bei der Auditierung und bei Korrekturmaßnahmen.
Unabhängige Überprüfung der Kodexumsetzung.

Die Arbeitstandards sind:

Freiwilliges Beschäftigungsverhältnis.
Keine Diskriminierung bei der Beschäftigung,
Keine Kinderarbeit.
Vereinigungsfreiheit und das Recht auf Kollektivverhandlungen.
Zahlung eines „existenzsichernden Erwerbseinkommens“.
Keine überlangen Arbeitszeiten
(48 h Woche, mind. 1 freier Tag, höchstens 12 Überstunden).
Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz.
Ein rechtsverbindliches Beschäftigungsverhältnis.

Eine vollständige Beschreibung der FWF Arbeitstandards findet sich unter:

<http://fairwear.nl/tmp/Principles&%20Policies%20German.pdf>

<http://fairwear.nl/tmp/Principles&%20Policies%20German.pdf>

<http://fairwear.nl/tmp/Principles&%20Policies%20German.pdf>

Der Clean Clothes Verhaltenskodex

Zwischen 1997 und 1998 erarbeitete die europäische Clean Clothes Campaign, die mehr als 150 Organisationen und Gewerkschaften aus Nord und Süd vereinigt den Clean-Clothes-Verhaltenskodex. Das Ziel ist, die Arbeitenden vor Ausbeutung zu schützen und ihnen ein Mittel in die Hand zu geben, das ihnen erlaubt, ihre Rechte wahrzunehmen und zu verteidigen. Die einzelnen Punkte stützen sich auf sieben fundamentale Konventionen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) der UNO:

- Keine Diskriminierung bei der Beschäftigung.
- Es dürfen keine Kinder eingestellt werden. Für die Kinder, die weiter arbeiten oder entlassen werden, müssen Unterstützungs- und Bildungsmaßnahmen bereitstehen.
- Achtung der Vereinigungsfreiheit und das Recht auf Tarifverhandlungen
- Zahlung angemessener Löhne.
- Keine überlangen Arbeitszeiten (48 Stunden Woche).
- Menschenwürdige Arbeitsbedingungen.
- Arbeitgeber, Arbeitnehmerinnen und -nehmer definieren ein festes Beschäftigungsverhältnis.
- Unabhängige Kontrollinstanz, die die Anwendung und Einhaltung überprüft.

In Österreich hat sich noch niemand den Verhaltenskodex der Clean Clothes – Kampagne unterschrieben. In den Niederlanden, in Frankreich, Deutschland, Schweden, Großbritannien und in der Schweiz gibt es konkrete Fortschritte in der Zusammenarbeit mit Bekleidungsunternehmen. Diese reichen von der gemeinsamen Erarbeitung von Kodizes über

Pilotprojekte in Herstellerländern bis hin zur Gründung einer unabhängigen Überprüfungseinrichtung wie der "Fair Wear Foundation" in den Niederlanden. In der Schweiz haben die ersten Firmen den Kodex der Kampagne unterschrieben. Diese Firmen haben sich schriftlich verpflichtet, die Verhaltensgrundsätze bei all ihren LieferantInnen bekannt zu machen und die Einhaltung dieser Forderungen zu überwachen.

Info: www.oneworld.at/cck/

www.oneworld.at/cck/

BSCI

Die Foreign Trade Association (FTA) vertritt die außenwirtschaftlichen Interessen des gesamten europäischen Handels. 2003 wurde von der FTA die Business Social Compliance Initiative (BSCI) gegründet. Dieser BSCI-Verhaltenskodex orientiert sich an den Normen der Internationalen Arbeitsorganisation der Vereinten Nationen (ILO) sowie dem weltweit anerkannten Sozialstandard SA 8000. Darüber hinaus soll der BSCI-Verhaltenskodex sichere, gesundheitsverträgliche Arbeitsbedingungen, menschenwürdige Arbeitszeiten, das Recht auf Versammlungsfreiheit und Interessenvertretung sowie eine angemessene Entlohnung gewährleisten helfen. Die BSCI-Mitglieder sind verpflichtet, ihre Lieferanten durch unabhängige, international akkreditierte Unternehmen kontrollieren zu lassen. Signifikante Auswirkungen hat die Anwendung des BSCI-Verhaltenskodex in den wachstumsstarken, exportorientierten Ländern Asiens und Osteuropas. Die in der BSCI vertretenen europäischen Handelsunternehmen haben entschieden, bis Ende 2007 in diesen Ländern ihre Lieferanten der Branchen Textil, Sportartikel und Spielwaren, mit denen zwei Drittel des Gesamtumsatzes generiert werden, im Hinblick auf die Einhaltung sozialer Mindeststandards zu überprüfen.

Infos zu Richtlinien und Mitgliedern: <http://www.bsci-eu.org>

Code of Conduct

Viele Unternehmen legen ihre sozialen Handlungsgrundsätze in einem eigenen "Code of Conduct", einer Verhaltensrichtlinie, fest. Dieser umfasst soziale Mindeststandards, zu denen sich ein Unternehmen selbst verpflichtet. Der Code of Conduct ist von Firma zu Firma verschieden, da er von der Firma selbst erarbeitet wird. Er basiert meist auf den ILO Kriterien, diese sind jedoch nicht verpflichtend. Auch die Art der Kontrolle ist der Firma selbst überlassen.

ISO Zertifizierungssystem für Umweltlabel ISO 14020

ISO 14024: ist ein zertifiziertes Umweltlabel

Die Zertifizierung erfolgt durch unabhängige Stellen = **Typ I**

Die Norm DIN EN ISO 14024 (Umweltkennzeichnungen und – deklamationen - Grundsätze und Verfahren) enthält Vorgaben für die Ökolabel-Systeme wie Blauer Engel, Nordischer Schwan oder das EU-Umweltzeichen. Wichtigstes Merkmal ist, dass die Kriterien für die Vergabe eines Kennzeichens und die Entscheidung, ob ein bestimmtes Produkt mit dem Kennzeichen versehen werden darf, nicht in Eigenregie der herstellenden Unternehmen oder einzelner interessierter Kreise erfolgt, sondern durch eine neutrale Körperschaft erstellt und kontrolliert werden.

ISO 14021: Selbstdeklariertes Umweltlabel = **Typ II**

Die Norm DIN EN ISO 14021 (Umweltkennzeichnungen und -deklarationen - umweltbezogene Anbietererklärungen) gibt Rahmenbedingungen für Umweltaussagen vor, die Hersteller auf Verpackungen oder in Broschüren für ihre Produkte verwenden können. Die Norm spezifiziert die in ISO 14020 genannten grundsätzlichen Anforderungen für Umweltkennzeichen. Insbesondere wird gefordert, dass ungenaue und allgemeine Aussagen wie „grün“, „umweltfreundlich“ usw. zu vermeiden sind, die Aussage „frei von ...“ nur unter bestimmten, definierten Bedingungen zu verwenden sind. Komplexe Fragen der umfassenden Nachhaltigkeit von Produkten sind zu vermeiden. Wo immer nötig ist zum Kennzeichen eine erläuternde Zusatzinformation hinzuzufügen.

Umweltmanagementsystem für Betriebe nach ISO 14001

|

ISO 14001 ist ein Umweltmanagementsystem, mit dem der Umweltschutz systematisch im Management verankert wird. Somit können bei allen täglichen Aufgaben und firmenpolitischen Entscheidungen die Umweltaspekte berücksichtigt werden. Managementprozesse und Organisationsstrukturen werden in den Vordergrund gestellt. Mit ihrer Hilfe werden Betriebe konkret und systematisch beim Aufbau des Umweltmanagementsystems nach weltweit gültigem Standard unterstützt. Die Betriebe erhalten somit ein wirkungsvolles Instrument, mit dem sie Umweltbelastungen systematisch erfassen und die Umweltsituation laufend verbessern können. Umweltrisiken werden bewertet und Notfallpläne ausgearbeitet, um Störfälle zu verringern. Natürlich müssen bei ISO 14001 auch alle relevanten Umweltvorschriften eingehalten werden. Die Organisation muss den Anwendungsbereich ihres Umweltmanagementsystems festlegen und dokumentieren.

www.iso14001news.de www.iso14001news.de

In Österreich vertretene Label, Stand 05/2006

Im folgenden Kapitel werden die Kriterien und Kontrollmechanismen der am österreichischen Markt vertretenen Ökotextil-Label beschrieben. Textilien, die diese Label tragen sind im Einzelhandel, in Fachgeschäften, Reformläden oder den Versandhandel erhältlich. Die Recherche erfolgte in Form von persönlichen Gesprächen auf der internationalen Naturtextilmesse InNaTex und der Biofach, der Weltleitmesse für Bio-Produkte. Weiters wurden Informationsmaterialien der Firmen, der Zeichenvergabestellen und NaturtextilherstellerInnen aufbereitet. Es erfolgte eine Internetrecherche der verschiedenen Labelkriterien. Die wesentlichen Informationen wurden von den jeweiligen Firmenwebsites oder firmeneigenen Broschüren sinngemäß entnommen. Weitere Informationen wurden nach Anfrage zur Verfügung gestellt. Die Ausführlichkeit der Angaben ist abhängig von der genauen Kriterienbeschreibung der einzelnen Label. Ein weiterer Faktor ist die Kooperationsbereitschaft der jeweiligen Firma oder Zeichenvergabestelle. In diesem Kapitel werden die wesentlichen Daten wie z.B. Grenzwerte gängiger Textilhilfsmittel und Chemikalien zum Vergleich herangezogen. In wenigen Fällen war es trotz mehrmaliger schriftlicher und telefonischer Nachfrage nicht möglich Informationen zu erhalten. Daher muss angenommen werden, dass die betreffenden Label nur als Werbemaßnahme ohne jegliche Kriterien fungieren.

Anhang 2: Ökotextil-Labels in Österreich

IVN-Zertifiziert Better



Dieses Label wird vom **Internationalen Verband der Naturtextilwirtschaft e.V.**, dem IVN vergeben. Der IVN ist ein Zusammenschluss von Unternehmen, die sich zum Ziel gesetzt haben, hochwertige Naturtextilien nach strengsten ökologischen und sozialen Richtlinien herzustellen. Das Zeichen kennzeichnet Textilien, die vollständig aus Naturfasern bestehen und ist eines der strengsten in der Textilbranche. Berücksichtigt werden die Umweltauswirkungen vom Anbau der Faser bis zum fertigen Kleidungsstück und die Einhaltung von sozialen Standards entlang des gesamten Produktionsprozesses.

Das Zeichen wird in den zwei Auszeichnungsstufen **NATURTEXTIL "Better"** und **"Best"** vergeben. "Better" Produkte erfüllen die ökologischen und sozialen Basisanforderungen der Naturtextilindustrie. "Best" Produkte erfüllen die zurzeit höchsten realisierbaren Öko-Standards in der Textilbranche. Der IVN bietet ein hohes Maß an Transparenz und Sicherheit und legt alle Herstellungsrichtlinien offen. Zusätzlich besteht die Möglichkeit, sich über den genauen Herstellungsweg jedes einzelnen Kleidungsstückes, das mit dem Qualitätszeichen NATURTEXTIL ausgezeichnet ist, detailliert zu informieren.

www.naturtextil.com

Humanökologische Kriterien

Kleidungsstücke mit dem Qualitätszeichen NATURTEXTIL sind immer aus Naturfasern wie Baumwolle, Schurwolle, Seide und Leinen hergestellt. Es werden besonders hohe Anforderungen an die Rückstandsfreiheit und Humanverträglichkeit im fertigen Produkt gestellt:

Metalle müssen chrom- und nickelfrei sein. Sie dürfen nicht mittels Verchromung oder Vernickelung galvanisiert sein.

Verboten sind Ammoniakbehandlung und optische Aufheller; die Chlorierung von Wolle ist ebenfalls verboten.

Die Mercerisierung mit Natronlauge ist zulässig.

Natürliche und synthetische Spinnöle und Strickmaschinenöle müssen leicht auswaschbar sein.

Chlorverbindungen sind verboten.

Verbot von Formaldehyd und Azo-Farbstoffen, die krebserzeugende Amine abspalten.

Verbot von Metallkomplexfarbstoffen (Ausnahme: Seide) und Farbstoffen, die im fertigen Textil krebserzeugend oder allergisierend wirken können.

Ätzdruckverfahren; benzinhaltige Druckverfahren sowie der Einsatz von harnstoffformaldehydhaltigen Verfahren sind verboten.

Färbereihilfsmittel müssen ebenfalls schwermetallfrei (nach ETAD) sein und der AOX-Gehalt muss unter 10% liegen.

Chemische Ausrüstungen wie zum Beispiel: antimikrobielle Ausrüstung, Antipilling, Antistatikus, Flammschutz sind verboten.

Separierung von konventioneller Ware. So werden Lagerfläche und -raum nicht durch Pestizide, Formaldehyd, Mottenschutzmittel etc. kontaminiert.

Ökologische Kriterien

Die Baumwolle stammt aus zertifiziert ökologischer Landwirtschaft. Weitere Fasern aus konventionellen Anbau- bzw. Tierhaltungsformen sind mit Pestizidrückstandskontrollen zugelassen.

Optische Aufheller, Parfümierung Beschwerungsmittel, etc. sind verboten.

Enzymatische und physikalische Filzfrei-Ausrüstung ist erlaubt.

Mottenschutz mit dem Naturprodukt Neem ist zugelassen, alle anderen Substanzen sind verboten.

Beschichtungen sind mit natürlichen, verrottbaren Rohstoffen erlaubt.

Kein PVC oder PU.

Für die Herstellung der Verpackung gelten Einsatz von Pestiziden/ Bioziden nur gem. IFOAM / EU-VO 2092/91 / USDA NOP.

Schwermetallfreie (nach ETAD) toxikologisch unbedenkliche Naturfarbstoffe oder synthetische Farbstoffe, deren AOX-Gehalt unter 10% liegt. Für Blau-, Grün- und Türkisfarbstoffe darf Kupfer zugesetzt werden (Kupfergehalt unter 5%).

Soziale Kriterien

Es gelten strenge Sozialkriterien, um faire Arbeitsbedingungen für alle, an der Herstellung Beteiligten, sicher zu stellen. Es gelten die Sozialstandards der internationalen Arbeitsorganisation ILO und der Charta für fairen Handel. Es ist sicherzustellen, dass die an die "Charta für Fairen Handel mit Kleidung" angelehnten Bedingungen sowie die am Produktionsstandort gültigen nationalen Arbeitsvorschriften eingehalten werden: z.B. das Recht sich freien Gewerkschaften anzuschließen, Entlohnung mindestens dem gesetzlichen Mindestlohn des jeweiligen Landes entsprechend, keine Arbeit von Kindern unter 15 Jahren, Wochenarbeitszeiten entsprechen den von der ILO festgelegten Normen von max. 48 Stunden pro Woche und soziale Sicherheit.

Kontrolle

Das Label ist nach ISO 14024 zertifiziert. Das "Naturtextil"-Zeichen wird vom Internationalen Verband der Naturtextilindustrie (IVN) an HerstellerInnen von Naturtextilien vergeben. Die Einhaltung der Kriterien wird von unabhängiger Stelle in jeder Produktionsstufe vor Ort überprüft. In einem Audit werden die betriebliche Ausstattung und die Produktionsabläufe bis hin zur Buchhaltung kontrolliert. Regelmäßig werden in den Betrieben Stichprobenkontrollen durchgeführt. Eine Volldeklaration informiert über alle bei der Produktion eingesetzten Hilfsstoffe. Unabhängige Prüfinstitute kontrollieren die HerstellerInnen und die Produkte regelmäßig.

IVN-Zertifiziert Best



Alle Kriterien des Naturtextillabels Better unter 4.2.2.1. gelten auch hier. Darüber hinaus gelten noch strengere Kriterien. Es werden nur Rohstoffe aus kontrolliert biologischem Anbau eingesetzt. Dieses Label wird ebenfalls vom **Internationalen Verband der Naturtextilwirtschaft e.V.**, dem IVN vergeben.

Die exakte Gegenüberstellung der beiden Label ist unter www.naturtextil.com nachzulesen.

Humanökologische Kriterien

Es gelten alle humanökologischen Kriterien wie bei „IVN-Zertifiziert Better“. Zusätzlich gelten strengere Richtlinien für Farbstoffe. Es dürfen nur toxikologisch unbedenkliche Farbstoffe, deren AOX-Gehalt unter 5 % liegt eingesetzt werden.

Ökologische Kriterien

Es gelten alle ökologischen Kriterien wie bei IVN-Zertifiziert Better. Bei Produkten, die dieses Zeichen tragen sind nur Naturfasern aus zertifizierter biologischer Landwirtschaft bzw. aus Umstellungsbetrieben zum biologischen Landbau zugelassen.

Soziale Kriterien

Wie bei IVN-Zertifiziert Better gilt auch hier: Sozialstandards der internationalen Arbeitsorganisation ILO und der Charta für fairen Handel.

Kontrolle

ISO 14024 zertifiziert. Das "Naturtextil"-Zeichen wird vom Internationalen Verband der Naturtextilindustrie (IVN) an HerstellerInnen von Naturtextilien vergeben. Die Einhaltung der Kriterien wird von unabhängiger Stelle in jeder Produktionsstufe vor Ort überprüft. In einem Audit werden die betriebliche Ausstattung und die Produktionsabläufe bis hin zur Buchhaltung kontrolliert. Regelmäßig werden in den Betrieben Stichprobenkontrollen durchgeführt. Eine Volldeklaration informiert über alle bei der Produktion eingesetzten Hilfsstoffe. Unabhängige Prüfinstitute kontrollieren die HerstellerInnen und die Produkte regelmäßig.

Hess Natur



Hess Natur ist ein firmeneigenes Label und wurde 1976 gegründet. Ökologische Kriterien sind für alle textilen Stufen vom Anbau bis zur Endfertigung festgelegt. Die gesamte Baumwolle wird kontrolliert biologisch angebaut, Leinen so weit wie möglich. Die Wolle stammt fast ausschließlich aus kontrolliert biologischer Tierhaltung. Bei der Weiterverarbeitung wird grundsätzlich auf umweltschädigende Chemikalien verzichtet. Für Babywäsche und hautnah getragene Produkte gibt es zusätzliche Kriterien. www.hess-natur.de

Humanökologische Kriterien

Alle Materialien werden regelmäßig auf Rückstände von 50 verschiedenen Pestiziden überprüft.

Die wesentlichen Kriterien sind:

Grenzwerte für Baumwolle, Leinen, Hanf und Seide 0,1 mg/ kg,
Wolle 1,0 mg/ kg

Bei hautnah getragenen Produkten und Babyprodukten liegt der Grenzwert niedriger. Zur Färbung und Ausrüstung werden keine krebserregenden, allergieauslösenden, fruchtschädigenden oder giftigen Hilfsmittel verwendet.

Grenzwert für Formaldehyd 20 mg/ kg, für Glyoxal 10 mg/ kg.

Phenole, Kunstharze, optische Aufheller und Chlorbleiche sind verboten.

PVC-hältige Druckmittel sind zur Färbung nicht erlaubt.

Metallteile müssen nickel- und chromfrei sein.

Das Endprodukt hat zudem hautfreundliche pH-Werte und ist frei von Hilfsstoffen.

Ökologische Kriterien

Die gesamte Baumwolle stammt aus kontrolliert biologischem Anbau. Wolle großteils aus kontrolliert biologischer Tierhaltung. Bei der Baumwollernte dürfen keine chemischen Entlaubungsmittel eingesetzt werden. Alle beteiligten Produktionsstätten müssen über eine mindestens 2-stufige Kläranlage verfügen wie z.B. eine biologische und eine mechanische Klärung. Abwasserbelastende Substanzen wie EDTA sind verboten. Chlororganische Lösungsmittel, Dioxine, schwermetallhaltige Prozesschemikalien, Silikon und Weichmacher sind verboten.

Soziale Kriterien

Hess Natur ist zurzeit einziges Mitglied der Fair Wear Foundation. Festgelegt sind klare, soziale Standards, die sicherstellen, dass die gesamte Produktion nach sozialen Kriterien durchgeführt wird. Die ILO Kriterien werden eingehalten, dazu zählen z.B. das Verbot von Kinderarbeit, Zwangsarbeit, geregelte Arbeitszeiten, Mindestlöhne und Gleichbehandlung. Zusätzlich gibt es Abnahmegarantien zu fairen Preisen für die Bauern und einen Bioaufschlag, der 40% über dem Preis von konventioneller Baumwolle liegt.

Kontrolle

Die Einhaltung der Sozialstandards wird von einer unabhängigen Kontrollinstanz, der Fair Wear Foundation, geprüft. Ökologische Kriterien sind nach ISO 14021 selbstdeklariert und die Betriebe werden regelmäßig durch Hess Natur kontrolliert.

Naturland

Dieses Zeichen wird von Naturland – Verband für ökologischen Landbau vergeben. Naturland ist eine Zertifizierungsorganisation im Ökologischen Landbau. Neben biologischen Lebensmitteln werden seit 2005 auch Produkte aus 100 % kbA Baumwolle ausgezeichnet.



Humanökologische Kriterien

Alle Fasern stammen aus kontrolliert biologischen Anbau. Es werden nur naturbelassene und nachwachsende Rohstoffe verwendet, dies gilt auch für Accessoires und andere für die Verarbeitung erforderlichen Bestandteile. PVC/PU und Nickel dürfen nicht verwendet werden. Nur toxikologisch unbedenkliche Farbstoffe, deren AOX-Gehalt unter 3 % liegt, dürfen eingesetzt werden. Der Einsatz von Farbstoffen, Färbemitteln und Hilfsmitteln kann nur nach schriftlicher Genehmigung von Naturland erfolgen. Metalle (z.B. Knöpfe) müssen chrom- und nickelfrei sein und dürfen nicht mittels Verchromung oder Vernickelung galvanisiert sein. Die aus diesen Rohstoffen hergestellten Accessoires und andere Zutaten müssen die untenstehenden Grenzwerte einhalten.

Rückstände in Fasern, Geweben und Gestrickten:

Amine (Azo-Farbstoffe) max. 30mg/kg

AOX Farbstoffe 0,5 mg/kg

Formaldehyd 20mg/kg

Chlorphenole in Summe 10mg/kg

Pestizide:

Cellulosefasern, Seide =0,1 mg/kg

Schurwolle konv =1,0 mg/kg

Schurwolle kbT =0,5 mg/kg

Zinnorganische Verbindungen:

TBT,DBT =0,05 mg/kg

MBT =0,2 mg/kg

Schwermetallwerte nach den Babywerten von Öko-Tex Standard 100

Ökologische Kriterien

Es sind ausschließlich Fasern aus zertifiziert biologischer Landwirtschaft zulässig. Das Produkt muss zu mindestens 95 % aus Naturfasern bestehen (Knöpfe, Schnallen, Reißverschlüsse ausgenommen). Betriebe der Verarbeitungsstufen Vorbehandlung, Färbung und Veredelung müssen als Direkt- oder Indirekteinleiter über eine mindestens zweistufige Kläranlage verfügen. Für alle Nassverarbeitungsanlagen mit direktem oder indirektem Schmutzwasser muss mindestens eine zweistufige Abwasserkläranlage zur Verfügung stehen. Das ordnungsgemäße Funktionieren dieser Anlagen ist durch mindestens vierteljährliche Untersuchungen zu belegen.

Grundanforderungen aller Farbstoffe, Färbemittel und andere Hilfsmittel: Es gelten strenge Richtlinien bezüglich Gewässertoxizität (LC50, EC50, IC50 > 1mg/kg für Bakterien, Fische, Daphnien, Algen) und oraler Toxizität (LD50 > 2000mg/kg).

Bei der Verwendung von Verpackungen ist auf den sparsamen Umgang mit Rohstoffen und die Minimierung von Umweltbelastungen bei Herstellung, Benutzung und Entsorgung von Verpackungsmaterialien zu achten. Durch das verwendete Verpackungsmaterial darf die Produktqualität nicht beeinträchtigt werden (z.B. durch Stoffmigration). Verpackungen, die z.B. synthetische Fungizide, Konservierungsstoffe oder Entwesungsmittel enthalten

oder mit solchen Stoffen in Berührung gekommen sind, dürfen nicht verwendet werden. Verpackungsmaterialien sollen im Sinne der Müllverwertung stofflich recycelbar sein. Verarbeitungshilfsmittel, die aus folgenden Substanzen bestehen, bzw. Hilfsmittel die folgende Substanzen enthalten, sind nicht zulässig:

- Beschwerungsmittel
- Schwermetalle (Ausgenommen Eisen)
- Flourcarbone
- Halogenisierte Lösemittel, Halogenisierte Kunststoffe (z.B. PVC)
- Komplexbinder und waschaktive Substanzen
- Formaldehyd, oder andere kurzkettige Aldehyde
- Phenole, Chlorphenole
- Quarternäre Ammoniumverbindungen

Enzyme, die mit Hilfe von gentechnisch veränderten Organismen hergestellt wurden sind verboten.

Verboten sind alle Chemikalien, die als krebserregend, erbgutverändernd oder reproduktionstoxisch gelten.

Soziale Kriterien

Die Arbeitsverhältnisse aller Beschäftigten müssen mit mindestens den jeweils höheren Anforderungen aus nationalen Bestimmungen und den ILO Richtlinien entsprechen.

Die wesentlichen Kriterien sind:

Die Löhne müssen mindestens den gesetzlichen Mindestlöhnen des Landes entsprechen. Um Flexibilität und Überstunden in der Hochsaison (z.B. Ernte) zu ermöglichen gibt es eine jährliche Begrenzung der Arbeitsstunden.

Alle Beschäftigten erhalten einen schriftlichen Arbeitsvertrag, der die Grundlagen des Arbeitsverhältnisses regelt.

Arbeitsverhältnisse und Verträge müssen vom Arbeitgeber dokumentiert werden und sind jederzeit überprüfbar.

Der Arbeitsvertrag muss mindestens folgende Punkte klären: Arbeitsbeschreibung, Arbeitsumfang und –begrenzung, Art und Höhe der Bezahlung.

Der Arbeitgeber stellt sicher, dass die Beschäftigten eine Grundabsicherung bei Mutterschaft, Krankheit und Alter bekommen.

Alle Arbeiter, Angestellten und deren Familien müssen Zugang zu Trinkwasser, Essen, Unterkunft, und medizinischer Grundversorgung haben.

Der Arbeitgeber ist für Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz verantwortlich, dies beinhaltet gegebenenfalls Schulungen der Beschäftigten, um etwaige Gefahren am Arbeitsplatz aufzuzeigen.

Kontrolle

Die Einhaltung der Richtlinien, sowie der gesetzlichen Bestimmungen wird bei angemeldeten und unangemeldeten Betriebsbesuchen durch Beauftragte von Naturland e.V. regelmäßig, mindestens aber einmal jährlich, kontrolliert. Ihnen ist uneingeschränkt Zugang und Einsicht in alle relevanten Bereiche des Unternehmens zu gewähren. Auf Verlangen sind sämtliche die Produktion betreffenden Unterlagen vorzulegen und Auskünfte zu erteilen. Es muss ein über die gesamte Warenkette von der Erzeugung der Naturfaser über alle einzelnen Verarbeitungsschritte bis zum Endprodukt und InverkehrbringerIn dokumentiertes Total Quality Management System eingeführt sein. Darin werden alle Produktions-

schritte und Maßnahmen beschrieben und dokumentiert. Diese Dokumentation gilt als Grundlage für die Naturland Zertifizierung.

Eine Qualitätsprüfung beinhaltet Rückstandsanalysen von Stichproben aus der laufenden Produktion.

www.naturland.de

www.naturland.de

COTTON PEOPLE organic



Dieses Label zeichnet Textilien aus, die von Alnatura, einem biologischen Lebensmittelproduzenten in Kooperation mit der biologisch-dynamisch wirtschaftenden Sekem-Farm in Ägypten (Alternativer Nobelpreis 2003) erzeugt werden. Die gesamte textile Kette, vom Anbau der Baumwolle bis zur Endfertigung wird von unabhängiger Stelle überprüft.

www.alnatura.de www.alnatura.de, www.sekem.com
www.sekem.com

Humanökologische Kriterien

Die Textilien bestehen aus 100% biologisch angebaute Baumwolle, die nach Demeter-Richtlinien produziert wurde. Die naturbelassenen Kleidungsstücke bestehen aus ungefärbter Baumwolle. Die Färbung des fertigen Stoffes so wie der Garne erfolgt durch schwermetallfreie Reaktivfarben, die auch frei von organischen Halogenen sind. Die Knöpfe werden aus Holz, Nüssen, Kamelknochen oder anderen Naturmaterialien gefertigt. Metallknöpfe und Ösen sind immer nickelfrei.

Ökologische Kriterien

Die biologisch-dynamische Erzeugung der Baumwolle und ihre Verarbeitung auf der Sekem Farm entsprechen den Demeter-Richtlinien. Die Baumwolle wird ohne den Einsatz von synthetischen Düngemitteln und Pestiziden angebaut. Als Dünger wird ausschließlich Kompost aus Pflanzenresten und Kuhdung verwendet. Durch diese bodenbelebenden und pflanzenwuchsfördernden Maßnahmen wird ein gesunder Ertrag an Rohbaumwolle gewonnen. Ein Verzicht auf Entlaubungsmittel und andere Chemikalien garantiert den gesundheitlichen Schutz der Menschen, die auf den Baumwollplantagen arbeiten und die Baumwolle dort von Hand pflücken. Es werden nur Hilfsstoffe verwendet, die entweder voll recycelbar oder mindestens zu 90 % biologisch abbaubar sind.

Soziale Kriterien

Die Produktion ist sozial verträglich und erfolgt nach Fair Trade Richtlinien. Daher garantiert "Sekem" den biologisch-dynamisch wirtschaftenden Bauern einen gerechten Preis, der über dem der konventionellen Baumwolle liegt. Die Konfektionierung und Weiterverarbeitung der Stoffe erfolgt in den Textilwerkstätten vor Ort. Dort werden die Textilien zugeschnitten, genäht und mit dem entsprechenden Zubehör ausgestattet. Der Preis für die Textilien muss die anfallenden Kosten decken und eine faire Wertschöpfung ermöglichen. Sekem unterhält in Ägypten einen Kindergarten, eine Schule, ein Gesundheitszentrum sowie eine Erwachsenenbildungsstätte.

Kontrolle

Zuständig für die Kontrolle und Zertifizierung ist das C.O.A.E. (Center of organic agriculture in Egypt). Bereits im achten Jahr seit Bestehen wurde das Qualitätsmanagementsystem nach ISO 9001-2000 von Conytex, der Textilfirma der SEKEM-Initiative zertifiziert. Erstmalig wurden auch ein Umweltmanagementsystem und ein System zur Gewährleistung des betrieblichen Gesundheits- und Arbeitsschutzes zertifiziert. Der Zertifizierungsprozess erfolgt nach ISO14001. Umweltrisiken werden bewertet und Notfallpläne ausgearbeitet, um Störfälle zu verringern. Zusätzlich zur Gewährleistung des betrieblichen Gesundheits- und Arbeitsschutzes wurde das Qualitätsmanagementsystem OHSAS18001 eingeführt.

PURE WEAR



Dieses Label wurde 2003 von der Otto Versand AG unter der Beteiligung des Öko-Institutes und der Universität Oldenburg entwickelt. Es zeichnet Baumwoll-Textilien aus, die aus kbA Baumwolle hergestellt wurden und über Ottoversand zu beziehen sind. Die Marke PUREWEAR stellt sowohl Anforderungen an die gesundheitliche Unbedenklichkeit des textilen Endprodukts als auch an die umweltfreundliche Produktion der Textilien, z.B. hinsichtlich des Rohstoffanbaus der Baumwolle und des Energie- bzw. Wasserverbrauchs in den verschiedenen Verarbeitungsstufen.

www.ottoversand.atwww.ottoversand.at

Humanökologische Kriterien

Alle Produkte wurden aus kbA Baumwolle hergestellt und sind schadstoffbefreit. Eingesetzt werden ausschließlich hautverträgliche Farbstoffe und Textilhilfsmittel. Ein spezielles Testverfahren (Ciliatentest) am Endprodukt dient der Ermittlung der Hautverträglichkeit. Es stammt aus der Kosmetikentwicklung und wurde vom deutschen Textilforschungsinstitut Nord-West (DTNW) weiterentwickelt.

Schadstoffprüfungen/ Grenzwerte:

Festlegung eines hautfreundlichen pH-Wertes von 4,0 - 7,5

Der Grenzwert für Formaldehyd liegt bei 20 mg/kg

Pentachlorphenol (PCP) und Tetrachlorphenol (TeCP) 0,01 mg/kg

Zinnorganische Verbindungen:

TBT = 0,025 mg/kg

MBT, DBT = 0,5 mg/kg

Prüfung von Schweiß-, Reibe-, Wasser-, und Speicheleuchtigkeit

Keine Verwendung von verbotenen Azo-Farbstoffen

AOX Farbstoffe < 0,5 mg/kg

Chlororganische Verbindungen 1 mg/kg

Pestizide:

Organochlorpestizide = 0,01 mg/kg

Organophosphorpestizide = 0,01 - 0,05 mg/kg

Pyrethroide = 0,1 mg/kg

Herbizide und Insektizide = 0,01 - 0,1 mg/kg

Ökologische Kriterien

Die gesamte Baumwolle stammt aus biologischem Anbau. Bei der Weiterverarbeitung des Rohstoffes werden ökologische Verfahren angewandt. Es wird an einer Reduzierung des Wasser und Salzverbrauchs in den Färbereien gearbeitet. Der Einsatz von PVC ist nicht gestattet.

Soziale Kriterien

Der „Code of Conduct“ ist die Grundlage für die Implementierung von Sozialstandards.

Als Voraussetzung jeder Geschäftsbeziehung verpflichtet Otto Versand AG die Lieferanten im eigenen Umfeld sowie bei deren Subcontractoren, die folgenden Bedingungen als elementare Rechte für die Beschäftigten einzuhalten:

Das national geltende Arbeitsrecht ist einzuhalten

Kinderarbeit ist verboten

Die Löhne entsprechen mindestens den geltenden Gesetzen

Lohnkürzungen als Disziplinarmaßnahme sind nicht zulässig

Die regelmäßige Höchstarbeitszeit pro Woche beträgt 48 Stunden, einschließlich der Überstunden nicht mehr als 60 Stunden. Überstunden werden extra bezahlt

Die ArbeitnehmerInnen haben Anspruch auf mindestens einen arbeitsfreien Tag pro Woche

Beschäftigte haben das Recht Organisationen ihrer Wahl zu gründen

Gleichbehandlung der ArbeiterInnen

Keine Zwangsarbeit oder Bestrafung

Sichere und gesundheitsverträgliche Arbeitsbedingungen sind zu gewährleisten

Kontrolle

Zertifizierung nach ISO 14 021. Die Einhaltung der zugrunde liegenden Kriterien wird durch ein externes Prüfinstitut kontrolliert. Dabei erfolgen die Schadstoffprüfungen anhand von Textilmustern, die von den Herstellern bei den Prüfinstituten eingereicht werden. In einer Konformitätserklärung verpflichten sich die Hersteller gegenüber Otto Versand AG, nur mit dem Prüfmuster konforme Ware zu liefern. Die Einhaltung ökologischer Standards der Produktionsprozesse bzw. die Umweltfreundlichkeit der Betriebsstätte wird ebenfalls durch unabhängige, akkreditierte Prüfinstitute (z.B. SKAL) kontrolliert. Die Kontrollen finden neben einer Erstprüfung auch während des laufenden Produktionsprozesses statt. Die Grenzwerte für die Schadstoffprüfungen liegen unter den gesetzlich vorgeschrieben.

Green Cotton



Green Cotton ist eine Eigenmarke der Firma Novotex. Das Label zeichnet Baumwoll-Textilien aus, die zu 10 % aus biologischer Baumwolle bestehen, umweltfreundlich hergestellt und gesundheitlich unbedenklich sind. Dabei wird nicht nur das Endprodukt betrachtet, sondern die gesamte textile Kette, d.h. vom Anbau der Baumwolle über die Textilproduktion bis hin zum fertigen Produkt. Auch gesundheitliche Aspekte werden berücksichtigt. Die Kriterien gehen über die gesetzlichen Standards hinaus. Es sind auch Textilien erhältlich, die zu 100% aus biologischer Baumwolle bestehen. Diese sind im Katalog gekennzeichnet.

Humanökologische Kriterien

Die Textilien sind frei von Pestizidrückständen. Bei der Färbung werden keine schwermetallhaltigen Farben und keine Chlorbleiche eingesetzt. Kunstharz- oder Formaldehyd-Ausrüstung sind verboten. Bei der Fertigung der Textilien wird keine chemische Reinigung eingesetzt.

Ökologische Kriterien

Baumwolle stammt zu 10 % aus kontrolliert biologischem Anbau. Die Baumwolle ist handgepflückt und wird ohne Entlaubungsmittel geerntet. Sie ist frei von Pestizidrückständen. Es wird keine Chlorbleiche eingesetzt. Es werden umweltfreundliche Färbeverfahren angewendet. Abwässer werden in betriebseigener Kläranlage gereinigt. Maßnahmen zur Lärm- und Abfallvermeidung sowie zum Energiesparen werden durchgeführt.

Soziale Kriterien

Dieses Siegel berücksichtigt keine sozialen Kriterien.

Kontrolle

Die Zertifizierung erfolgt nach ISO 14021. Der kontrolliert biologische Baumwollanbau wird durch die unabhängigen Kontrollstellen Eko (NL) und Bioland (D) überwacht. Novotex wurde von der Europäischen Kommission und den Vereinten Nationen (UNEP) für ihre Umweltleistungen ausgezeichnet. Die Bio-Baumwolle muss nach der entsprechenden EU-Richtlinie zertifiziert sein. Die in der Produktionskette beteiligten Unternehmen müssen alle nach EU Öko- Audit zertifiziert sein.

www.green-cotton.dk
www.green-cotton.dk

Ecoproof



Das Ecoproof- Zeichen kennzeichnet Textilien, die umweltschonend und sozialverträglich produziert wurden und schadstoffgeprüft sind. Das Ecoproof-Zeichen kann vom TÜV- Rheinland an Textilhersteller vergeben werden. Es steht für anspruchsvolle ökologische Produkt- und Produktionsstandards, sowie für soziale Standards entlang der textilen Kette. Es geht damit weit über eine reine Schadstoffprüfung am Endprodukt, wie z.B. bei Toxproof oder Öko-Tex Standard 100, hinaus.

Infos: www.tuev-rheinland.de www.tuev-rheinland.de

Humanökologische Kriterien

Verbot von Chlorbleiche

Verbot von Azo-Farbstoffen, Flammschutzmitteln, Chlorbleiche und Biozidausrüstung
Festgelegter Grenzwert bei Schwermetallen, Pestiziden, chlorierten Phenolen und Formaldehyd = max. 75ppm bei hautnahen Textilien.

Prüfung von Schweiß-, Wasch-, Reibe-, Wasser- und Speichelechtheit.

Ökologische Kriterien

Der Anbau der Rohstoffe muss nach ökologischen Kriterien erfolgen. Umweltschädliche Verfahren werden ausgeschlossen. Flugzeuge dürfen aus ökologischen Gründen als Transportmittel nicht verwendet werden. Verpackungsmaterial muss wiederverwertbar sein. Es können nur Unternehmen das Zeichen nutzen, die nach der EU-Öko-Audit Verordnung zertifiziert sind.

Soziale Kriterien

Es gelten die Richtlinien der ILO.

Kontrolle

Auf Antrag wird vom TÜV die Einhaltung der Kriterien überprüft. In regelmäßigen Abständen werden weitere Prüfungen durchgeführt. Ein Warenpass, der dem Produkt beigelegt ist, dokumentiert die Entstehungsgeschichte des Textils. Unabhängige Kontrollen, sowie ein transparenter Vergabeprozess garantieren die Einhaltung der Kriterien.

Öko-Tex Standard 100

Der Öko-Tex Standard 100 steht für Schadstoffprüfungen von textilen Produkten in allen Verarbeitungsstufen ebenso bei textilem und nichttextilem Zubehör. Grenzwerte für Schadstoffprüfungen gehen über die gesetzlichen Bestimmungen hinaus. Ökologische oder auch soziale Kriterien, die sich z.B. auf den Rohstoffanbau oder den Herstellungsprozess beziehen, spielen für die Zeichenvergabe keine Rolle. Der Kriterienkatalog der Öko-Tex Kennzeichnung wurde von der Internationalen Gemeinschaft für Forschung und Prüfung auf dem Gebiet der Textilökologie (Öko-Tex) entwickelt. Die Gemeinschaft besteht aus vierzehn Textilinstituten und Niederlassungen einzelner Institute in 24 Ländern.



www.oeko-tex.com www.oeko-tex.com

Humanökologische Kriterien

Das Öko-Tex Siegel "Textiles Vertrauen - Schadstoffgeprüft nach Öko-Tex Standard 100" kennzeichnet Textilien, die schadstoffgeprüft sind. Es reglementiert die Verwendung humanökologisch bedenklicher Stoffe und schreibt einzuhaltende Grenzwerte vor.

Wesentliche Prüfanforderungen sind:

Verbot von Azo-Farbstoffen, die krebserregende Arylamine abspalten, sowie Verbot von krebs- und allergieauslösenden Farbstoffen

Festlegung von Grenzwerten für Pestizidrückstände, Formaldehyd, Schwermetalle und chlororganische Verbindungen (chlororganische Carrier, PCP, TeCP, OPP)

Verbot von Flammenschutzmitteln bzw. flammhemmenden Fasern und bioaktiven Substanzen bzw. Fasern mit bioaktiven Eigenschaften, die nicht von der Öko-Tex Gemeinschaft zugelassen sind

Hautfreundliche pH-Werte

Geruchsprüfung

Prüfung der Schweiß-, Reib-, Wasser- und Speichelechtheit

Verbot von Phtalaten (Weichmachern) in Babyartikeln

Untersuchung auf zinnorganische Verbindungen (TBT, DBT) und leichtflüchtige Komponenten (Emissionen)

Es werden für vier Produktklassen unterschiedliche Grenzwerte festgelegt:

Babyartikel (bis zur Konfektionsgröße 92),

Artikel mit Hautkontakt (z.B. Unterwäsche, Blusen, Hemden),

Artikel ohne Hautkontakt (z.B. modische und funktionale Bekleidung, Oberbekleidung),

Ausstattungsmaterialien (Heim- und Haustextilien einschließlich Gardinen und Matratzen, Dekorationsstoffe und textile Bodenbeläge).

Ökologische Kriterien

Dieses Siegel berücksichtigt keine ökologischen Kriterien.

Soziale Kriterien

Dieses Siegel berücksichtigt keine sozialen Kriterien.

Kontrolle

Das Label wird nach ISO 14024 zertifiziert. Das Öko-Tex Label kann von verschiedenen TextilherstellerInnen (Weber, Stricker, Garnhersteller) und Händlern beantragt werden. In einer Erklärung verpflichtet sich der Antragsteller für die Richtigkeit seiner gemachten Angaben. Repräsentative Textilmuster werden daraufhin an einem der Öko-Tex-Prüfinstitute geprüft. Nach erfolgreicher Prüfung der Produkte auf die festgelegten Anforderungen garantiert der Antragsteller in einer Konformitätserklärung, dass die von ihm verkaufte Ware jederzeit mit den zertifizierten Artikeln übereinstimmt. Daraufhin erfolgt die Lizenzvergabe durch die Öko-Tex-Zertifizierungsstelle. Unangemeldete Stichprobenkontrollen der zertifizierten Ware können jederzeit durch die Prüfinstitute durchgeführt werden. Die 14 Mitgliedsinstitute der Internationalen Gemeinschaft sind unabhängige Textilprüf- und Forschungsanstalten mit entsprechender Fachkompetenz. Stichprobenkontrollen durch neutrale Prüfinstitute gewährleisten die Unabhängigkeit des Vergabeverfahrens.

Öko-Tex Standard 1000



Die Zielsetzung des Standards 1000 ist Betriebsstätten und Produkte auf ihre Umweltverträglichkeit zu überprüfen und unabhängig zu dokumentieren, dass Umweltbemühungen gemacht werden und dabei bereits ein gewisses Niveau erreicht ist.

Das System des Öko-Tex Standards 1000 umfasst sowohl die Überprüfung der Umweltleistung textiler Betriebsstätten als auch eine Prüfung und Auditierung der umweltverträglichen Herstellung textiler Produkte.

Teil A des Standards beschreibt die Anforderungen an die Produktionsstätten, Teil B die Anforderungen an die Zertifizierung textiler Produkte. Es müssen auch soziale Kriterien eingehalten werden.

Humanökologische Kriterien

Die gesundheitlichen Kriterien entsprechen Öko-Tex 100.

Ökologische Kriterien

Der Öko-Tex Standard 1000 stellt strenge Anforderungen an Abwasser-, Abluftreinigung, Energieeinsatz, Lärm und Staub sowie die Sicherheit am Arbeitsplatz. Die Einhaltung grundlegender Elemente eines Umweltmanagementsystems im Unternehmen wird gefordert.

Soziale Kriterien

Öko-Tex 1000 beinhaltet das Verbot von Kinderarbeit.

Kontrolle

Siehe Öko-Tex 100. Die Produkte werden firmenunabhängig von den Mitgliedsinstituten der Öko-Tex Gemeinschaft überprüft.

Öko-Tex Standard 100 plus

Ein eigener Kriterienkatalog für Öko-Tex Standard 100 plus existiert nicht. Allerdings sind im **Öko-Tex Standard 1000** die Anforderungen beschrieben, um ein Textilprodukt mit der Kennzeichnung nach Öko-Tex Standard 100 plus Öko-Tex Standard 1000 auszeichnen zu können. Öko-Tex Standard 100 plus ist die Kurzbezeichnung für dieses Label, das Produkte erhalten können, die in allen Produktionsstufen nach den Anforderungen des Öko-Tex Standard 1000 hergestellt wurden und den Anforderungen des Öko-Tex Standards 100 genügen.



Maas Natur



Das Label Maas Natur wird vom Versandhaus Maas Natur-waren vergeben. Es gehört zu den Gründungsmitgliedern des IVN und beteiligt sich aktiv im Richtlinienausschuss. Die Textilien sind größtenteils aus kontrolliert biologischer Baumwolle. Die Artikel sind in ihrem Katalog entsprechend gekennzeichnet.

www.maas-natur.de www.maas-natur.de

Humanökologische Kriterien

Es gelten die IVN-Grenzwerte. Die Artikel werden nur mit vollständig biologisch abbaubaren Waschmitteln gewaschen. Eiweißfasern werden reduktiv und Cellulosefasern mit Sauerstoff gebleicht. Bei dunklen Farben gibt es keine Vorbleiche. Als Farbstoffe werden nur solche eingesetzt, die nicht gesundheitsgefährdend sind. Neben schwermetallfreien, synthetischen Farben werden Pflanzen- und Naturfarben eingesetzt. Farben, welche giftige und/oder krebserzeugende Spaltprodukte haben, wie z.B. Azo-Farbstoffe sind verboten. Bei der Ausrüstung werden mechanische Verfahren verwendet.

Ökologische Kriterien

Die Baumwolle ist handgepflückt und/oder kommt aus kontrolliert biologischem Anbau. Entlaubungsmittel und der Einsatz von Pestiziden sind verboten. Der Anbau der kbA-Baumwolle geschieht nicht in Monokulturen, sondern in kleinen, von Bauern bewirtschafteten Feldern. In Ausnahmefällen wird auch schadstoffarme Baumwolle aus konventionellem Anbau eingesetzt. Auch diese Baumwolle ist ohne schädliche Rückstände. Die für die Artikel eingesetzte Wolle (Schafwolle, Alpaka, u.a.) wird per Hand geschoren. Die Tierhaltung ist artgerecht. Die Wolle wird für den Transport nicht mit Pestiziden behandelt und ist deshalb nicht mottenfest. Für alle Verarbeitungsprozesse werden ausschließlich ökologisch optimierte und überprüfte Verfahren, Hilfsmittel und Farbstoffe eingesetzt.

Soziale Kriterien

Die Produktionsbetriebe verpflichten sich zur Einhaltung sozialer Standards. Dazu gehören Zahlung des gesetzlich vorgeschriebenen Mindestlohnes, Verbot von Kinderarbeit, max. Arbeitszeit von 48 Stunden pro Woche und soziale Absicherung bei Krankheit oder Schwangerschaft.

Kontrolle

Für die Sicherstellung der ökologischen und sozialen Ansprüche wurde ein Qualitätssicherungssystem installiert, das für jeden Artikel einen Produktpass abfragt, der die Kriterien enthält. Die LieferantInnen verpflichten sich, diese Qualitätskriterien einzuhalten. Es erfolgt eine regelmäßige Überprüfung der Materialien, der Verarbeitung bzw. Ausrüstung und der sozialen Aspekte. Neben der Erfassung und Aufbereitung der Produktdaten werden gemeinsam mit unabhängigen Labors laufend Stichprobenkontrollen durchgeführt.

Grüne Erde



Grüne Erde bietet Produkte aus biologischer Landwirtschaft an. Neben Lebensmitteln und Naturkosmetik werden auch Heimtextilien und kbA Stoffe als Meterware verkauft. Die Rohgewebe werden vorwiegend von österreichischen und deutschen Webereien bezogen. Die Produkte sind über Versandhandel und Läden in Österreich und Deutschland erhältlich.

www.grueneerde.at www.grueneerde.de

Humanökologische Kriterien

Die Textilien bestehen zu 100% aus kontrolliert biologischer Baumwolle, aus Leinen oder Halbleinen ohne jeglichen Synthetikanteil. Nach firmeneigenen Angaben wird nach den Richtlinien des IVN produziert. Die Produkte haben sind jedoch nicht nach IVN zertifiziert. Die Stoffe sind aus farbig gewachsener Baumwolle aus den USA, der Türkei oder Peru und werden nicht gefärbt. Knöpfe bestehen aus Steinnuss, auf Metalle wird verzichtet. Bleichmittel und Kunstharze sind verboten.

Ökologische Kriterien

Wo immer es möglich ist, bestehen die Stoffe aus kontrolliert biologischem Anbau. Die Produkte werden entsprechend gekennzeichnet. Es wird auf synthetische Chemie wie Bedrucken, Färben oder Ausrüsten verzichtet. Die Gewebe werden rein thermisch-mechanisch aufbereitet.

Soziale Kriterien

Die Stoffe werden in der eigenen Näherei in Oberösterreich von professionellen NäherInnen verarbeitet. Für die Produktion der Rohstoffe gelten laut Auskunft der Firma die IVN Kriterien.

Kontrolle

Für die Produktion der Rohstoffe gelten die IVN Kriterien. Die Grüne Erde ist jedoch nicht IVN-zertifiziert. Jeder Stofflieferant muss durch unabhängige Gutachten die Schadstofffreiheit seines Erzeugnisses nachweisen. Die Stoffe und Rohmaterialien werden durch unabhängige Institute auf Schadstoffrückstände überprüft.

Europäisches Umweltzeichen (Textilien)



Das Europäische Umweltzeichen der Europäischen Kommission wurde 1992 entworfen und kennzeichnet u. a. Textilprodukte, die im Vergleich zu herkömmlichen Produkten mit dem gleichen Gebrauchswert in allen Phasen des Lebenszyklus geringere Umweltauswirkungen haben. Mit dem Label will die EU die Unternehmen zur Vermarktung umweltfreundlicher Produkte anregen und den VerbraucherInnen ermöglichen, ihre Entscheidungen auf Umweltinformationen zu stützen. Insbesondere werden bei der Herstellung von Textilien die Aspekte Energieverbrauch, Wasser- und Luftverschmutzung sowie Abfallvermeidung berücksichtigt. Das Label bezieht sich auf den gesamten Produktionsprozess. Es kennzeichnet Textilerzeugnisse aus natürlichen Fasern wie Baumwolle, Flachs und Wolle sowie künstlichen Fasern (z.B. Acryl, Elastan, Polyester und Viskose).

www.europa.eu.int/ecolabel

www.europa.eu.int/ecolabel

Humanökologische Kriterien

Es gibt festgelegte Grenzwerte und Verbote folgender Chemikalien:

Verbot von krebserregenden Flammschutzmitteln

Verbot von schwermetallhaltigen Farbstoffen sowie Azo-Farbstoffen, die krebserregende Amine freisetzen

Einhaltung festgelegter Grenzwerte:

Formaldehyd = 30 ppm für Erzeugnisse, die direkt mit der Haut in Berührung kommen;
300 ppm für andere

flüchtige organische Verbindungen und für Pestizidrückstände <0,05 ppm bei Produkten aus natürlichen Fasern

Pentachlorphenol darf in keinem Produktionsschritt angewendet werden.

Verbot von gesundheitsschädlichen Flammschutzmitteln und Hilfschemikalien.

Umweltbelastende "Schlichten" sind verboten. Das sind Substanzen, welche die Fasern verfestigen und verhindern, dass das Garn während des Webens reißt.

Waschmittel und Weichmacher müssen zu 75 % wieder aufbereitet werden oder biologisch abbaubar bzw. in Abwasserbehandlungsanlagen entfernbar sein.

Ökologische Kriterien

Das europäische Umweltzeichen hat in erster Linie die Minderung der Gewässerverschmutzung durch die wichtigsten Prozesse während der gesamten Textilfertigung zum Ziel. Zu diesen Prozessen gehören die Faserproduktion, Spinnerei, Weberei, Strickerei, das Bleichen, Färben und die Appretur. Die Produktionsabwässer dürfen nach der Klärung einen Chemischen Sauerstoffbedarf von max. 25g/kg haben (Jahresdurchschnittswert).

Soziale Kriterien

Das EU Label ist ein reines Ökolabel und berücksichtigt keine sozialen Kriterien.

Kontrolle

Das europäische Umweltzeichen (Textilien) ist ISO 14024 zertifiziert. Herausgeber des Europäischen Umweltzeichens, der Euro-Blume oder ecoflower, ist die Europäische

Kommission. Für jedes Mitgliedsland gibt es zuständige Stellen, die am System zur Vergabe des Zeichens beteiligt sind. Diese sind z.B. in Deutschland das Umweltbundesamt und der RAL, in Österreich das Österreichische Textilinstitut. Nach Antragstellung überprüfen die zuständigen Institute, ob das Produkt alle Umwelt- und Gebrauchstauglichkeitskriterien erfüllt. Bei positivem Ergebnis wird die Kommission über das Vorhaben, das Zeichen zu vergeben, informiert. Die Zeichennehmer schließen einen Lizenzvertrag ab. Das Zeichen wird regelmäßig durch die zuständigen nationalen Stellen überwacht. Ein sehr positives Merkmal der EU-Blume ist der Ansatz einer ganzheitlichen Betrachtung der Produktbewertung, dabei werden ökologische Anforderungen entlang des gesamten Produktionsprozesses der Produkte berücksichtigt. Die Überprüfung und Kontrolle der Einhaltung der Kriterien findet durch neutrale Stellen, unabhängig von den Zeichennehmern statt.

Panda

Das Unternehmen gehört seit 2003 zur Freiburger Triaz-Gruppe, die auch den Pranahaus-Buchversand sowie den Waschbär-Versand betreibt. Die Panda Versand GmbH kooperiert mit dem WWF. Unter dem WWF Label „Panda“ werden Textilien verkauft, denen gemeinsam erarbeitete Kriterien zugrunde liegen. Die Panda-Produkte unterliegen ökologischen Standards und Kontrollen und entsprechen den Umweltkriterien des WWF, einer umfassenden Agenda, in der für alle Warenbereiche nachhaltiges und verantwortungsvolles Wirtschaften genau definiert wird. Durch den Einkauf bei Panda Versand werden WWF Projekte finanziell unterstützt. Zurzeit werden neue Kriterien für die Textilien entwickelt.
www.panda.at



Humanökologische Kriterien

Die Textilien müssen mindestens Öko-Tex Standard 100 entsprechen. Die Baumwolle stammt teilweise aus biologischem Anbau. Zugelassen sind bis auf einige Ausnahmen nur Naturfasern. Als synthetische Fasern sind höchstens 8% Elasthan, Viskose und Polyester im Outdoor-Bereich zugelassen.

Die wesentlichen Kriterien/Grenzwerte sind:

Der Grenzwert für Formaldehyd liegt allgemein bei 50 ppm

Der Grenzwert für Formaldehyd liegt bei Kinderbekleidung bei 20 ppm

Keine Verwendung von PVC/ PU

Azo-Farbstoffe und schwermetallhaltige Farben sind verboten

Chlorbleiche ist verboten

Der Grenzwert für den Gesamtpestizidgehalt liegt <1 ppm

Pentachlorphenol (PCP) <5 ppm

Licht-, Wasch-, Reib-, Schweiß- und Speichelechtheit sind vorgeschrieben

Chemischer Mottenschutz ist verboten

Ökologische Kriterien

Die Rohmaterialien stammen teilweise aus kontrolliert biologischem Anbau. Die weiterverarbeitenden Betriebe müssen an 3-stufige Kläranlagen angeschlossen sein. Holzknöpfe sind FSC (nachhaltige Forstwirtschaft) zertifiziert.

Der Versand der Pakete erfolgt nach dem „Panda Klimaschutz Programm“. Das heißt, der CO₂ Ausstoß jedes KundInnenpaketes wird durch ökologische Maßnahmen ausgeglichen. Dadurch werden Wiederaufforstungsprojekte, die Errichtung von Biogasanlagen oder Projekte zur Arterhaltung finanziell unterstützt.

Soziale Kriterien

Verbot von Kinderarbeit.

Kontrolle

Die biologische Baumwolle muss von der IFOAM zertifiziert sein. Die LieferantInnen verpflichten sich, alle Richtlinien einzuhalten. Es werden Stichproben von unabhängigen Instituten durchgeführt.

Waschbär



Der Waschbär Umweltversand zählt zu den größten Versandhäusern von ökologischen Produkten wie Möbeln, Kosmetik und Textilien im deutschsprachigen Raum. Wie Panda gehört auch Waschbär zur Freiburger Triaz-Gruppe. Dem Versandhandel angeschlossen sind außerdem drei Einzelhandelsgeschäfte in Freiburg, Göttingen und Karlsruhe. Die Produkte sind in Österreich nur über Versandhandel erhältlich.
www.waschbaer.de

Humanökologische Kriterien

Gesundheitskriterien erfüllen mindestens Öko-Tex Standard 100, liegen in der Regel aber weit darüber. In den Endprodukten befinden sich keine Pestizide und andere Rückstände, keine gesundheitsschädlichen Farben, aus denen sich Schwermetalle herauslösen. Optische Aufheller werden möglichst vermieden. Die Ausrüstung muss formaldehyd- und glyoxalfrei sein. Es werden ausschließlich nickelfreie Metalle (Knöpfe, Reißverschlüsse) verwendet. Zu jedem Kleidungsstück existiert eine Deklaration über Herkunft, Gewinnung und Verarbeitung der verwendeten Rohfasern.

Grenzwerte: es gelten die Werte von Pandaversand

Ökologische Kriterien

Es gelten die Kriterien von Panda Versand. Die Rohmaterialien stammen teilweise aus kontrolliert biologischem Anbau. Die weiterverarbeitenden Betriebe müssen an 3-stufige Kläranlagen angeschlossen sein. Holzknöpfe sind FSC (nachhaltige Forstwirtschaft) zertifiziert. Der Versand der Pakete erfolgt nach dem „Panda Klimaschutz Programm“: das heißt, der CO₂ Ausstoß jedes KundInnenpaketes wird durch ökologische Maßnahmen ausgeglichen. Es werden Wiederaufforstungsprojekte, die Errichtung von Biogasanlagen oder Projekte zur Arterhaltung finanziell unterstützt.

Soziale Kriterien

Kinderarbeit ist verboten.

Kontrolle

Waschbär hat einen Artikel-Pass entwickelt, der ständig aktualisiert wird. In ihm wird für jedes Produkt die Herkunft der Rohstoffe, das Herstellungsverfahren und die Entsorgungsmöglichkeiten abgefragt. Der Artikel-Pass ist rechtsverbindlich für alle LieferantInnen. So wird die Einhaltung der Umweltkriterien sichergestellt. Erst wenn alle Daten inklusive der Tauglichkeitsprüfung und Funktionstests vorliegen, wird das Produkt einer ausführlichen internen Musterung und Qualitätsprüfung unterzogen. Bei Bedarf werden unabhängige Umweltlabors mit Gutachten und Schadstoff-Analysen beauftragt.

Eco

Das Eco-Label steht für die umweltfreundliche Produktion von Kleidern und Heimtextilien aus 100% biologischem Anbau nach EU Richtlinien. Nur Produkte, die den SKAL- Kriterien entsprechen, erhalten das offizielle EKO Qualitätssiegel. SKAL (Stiftung kontrolliert alternativer Landbau) ist die niederländische halbstaatliche Prüfstelle für kontrolliert biologischen Anbau. Grundlagen der SKAL-Kriterien sind umwelt- und sozialverträgliches Handeln und Wirtschaften.



Infos: www.skal.nl

www.controlunion.com/certification/default.htm www.skal.nl

Humanökologische Kriterien

Das Label kennzeichnet nur Produkte aus Naturfasern, die in biologischer Landwirtschaft erzeugt wurden. Für Weiterverarbeitung und Veredelung gelten besondere Umweltschutzmaßnahmen, wodurch gleichzeitig weniger gesundheitsbelastende Stoffe eingesetzt werden.

Die wesentlichen Grenzwerte sind:

Antimon 2 ppm
Arsen 2 ppm
Barium 4 ppm
Blei 4 ppm
Cadmium 0,8 ppm
Chromium 4 ppm
Eisen 100 ppm
Kupfer 10 ppm
Cobalt 20 ppm
Magnesium 40 ppm
Nickel 8 ppm
Quecksilber 0,16 ppm
Formaldehyd 20 ppm

Substanzen, die krebserregend sind, bzw. krebserregende Spaltprodukte aufweisen, sind verboten, z.B. 4-Aminodiphenyl, Benzidin oder 4-Chlor-o-toluidin.

Ökologische Kriterien

Für die Erzeugung von SKAL zertifizierten Produkten dürfen keine umweltschädlichen Hilfsmittel eingesetzt werden. SKAL orientiert sich an den EG- Richtlinien bzw. an den IFOAM (International Federation of Agriculture Movement) Richtlinien für kontrolliert biologischen Anbau. Es werden ausschließlich biologische Hilfsmittel und mechanische Behandlungsmethoden zugelassen. Die ökologische Optimierung erfolgt Schritt für Schritt in partnerschaftlicher Zusammenarbeit mit den LieferantInnen. Es dürfen keine Substanzen verwendet werden, die in der Emissionsrichtlinie gefährlicher Stoffe (76/464/EEG) gelistet sind. Produktionsstätten müssen an eigene oder örtliche Kläranlagen angeschlossen sein. Abwasser mit einem pH <6 oder >9 muss neutralisiert werden.

Soziale Kriterien

Jedes Unternehmen, das an der Produktion der Textilien beteiligt ist muss bestimmte soziale Kriterien einhalten. Diese basieren auf den nationalen Gesetzen. Zusätzlich müssen mindestens folgende Anforderungen erfüllt sein:

keine Arbeit von Kindern unter 16 Jahren

Tageslicht in den Produktionsstätten

Gute Belüftung

Sanitäreanlagen müssen vorhanden sein

Mindestlöhne

MitarbeiterInnen haben ein Recht auf Pausen

Kontrolle

Das Eco-Label wird im Rahmen der ISO 14024 durch unabhängige Prüfstellen zertifiziert. Die lückenlose Erfassung aller Arbeitsgänge und aller Hilfsmittel, auch jene der VorlieferantInnen, erlaubt es, die gesamte Herstellung unabhängig zu kontrollieren. Das Prüfsystem von SKAL beinhaltet die gesamte Produktionskette, von der Saatgutauswahl über den Anbau bzw. Aufzucht, die Weiterbehandlung und Verarbeitung, bis hin zum Endprodukt. Auch die Lagerhaltung und Verpackung werden bewertet. Alle beteiligten Betriebsstätten und VerarbeiterInnen in dieser Kette werden regelmäßig kontrolliert. Um der EndverbraucherIn eine höchstmögliche Transparenz zu verschaffen, führt SKAL Mengenkontrollen sowie stichprobenweise Schadstoffanalysen durch. SKAL kontrolliert direkt vor Ort bei den ErzeugerInnen und HerstellerInnen. Mit mehreren Büros in verschiedenen Ländern ist SKAL weltweit tätig. Ein Produktpass informiert KonsumentInnen über die Herkunft aus biologischer Landwirtschaft.

bioRe®

Unter dem Qualitätssiegel bioRe® produziert die Schweizer Textilfirma RE-MEI AG Bio-Baumwolle in einer zukunftsgerechten Prozesskette. Die Textilien bestehen aus 100% biologischer Baumwolle. Vom Bio-Anbau über die Verarbeitung bis zum fertigen Produkt erfüllen alle Stufen der Prozesskette strenge ökologische und soziale Anforderungen, die von unabhängigen Instanzen kontrolliert werden.

www.biore.ch

www.biore.ch



Humanökologische Kriterien

Die Baumwolle wird pestizidfrei, nach biologischen Richtlinien, produziert. In der gesamten Produktionskette werden bedenkliche Chemikalien durch ungiftige Alternativen ersetzt. Die Textilien sind chlor- und formaldehydfrei. Gebleicht wird mit Sauerstoff.

Ökologische Kriterien

Die textile Kette ist vom Anbau bis zum Vertrieb integriert und transparent. Die gesamte Baumwolle stammt aus kontrolliert biologischem Anbau oder Umstellungsbetrieben und kommt zum größten Teil aus bioRe® Projekten in Indien und Tansania. Diese Biobaumwolle wird von Partner-Unternehmen in Garn versponnen und in Bekleidung verarbeitet. Die Textilbleiche erfolgt ausschließlich mit umweltfreundlichem Sauerstoff, die Ausrüstung der Artikel erfolgt ohne Formaldehyd. Färberezepturen werden unter höchstmöglicher Umweltverträglichkeit erstellt und Färbereien sind an eine Kläranlage angeschlossen.

Soziale Kriterien

Es gilt der SA 8000 Standard entlang der gesamten textilen Kette:

Kinder- und Zwangsarbeit sind verboten

Ein gesundes, sicheres Arbeitsumfeld muss gegeben sein

Diskriminierung ist verboten

Regulierte Arbeitszeiten sind vorgeschrieben

Mindestlöhne und gesetzlich vorgesehene soziale Beiträge

Kontrolle

Die gesamte Prozesskette unterliegt der Kontrolle. Die bioRe® Baumwollanbau Projekte werden vom akkreditierten Institut bio.inspecta auf ökologische und soziale Richtlinien kontrolliert. Zukäufe von Biobaumwolle werden durch akkreditierte Institute kontrolliert. Alle Produktionsbetriebe in der textilen Kette werden durch SGS (Societe Generale de Surveillance) nach den bioRe® Anforderungen kontrolliert.

Lana naturalwear

Die Produktion der Lana Textilien erfolgt ausschließlich in Deutschland. Lana hat sich den Zielerfordernungen von bioRe (siehe 2.18.) angeschlossen.

www.lana-naturalwear.de www.lana-naturalwasser.de



Humanökologische Kriterien

Garne und Stoffe werden in umweltschonenden Verfahren mit schwermetallfreien Farbstoffen nach Öko-Tex-Standard 100 eingefärbt. Die Textilien sind chlorfrei und formaldehydfrei. Gebleicht wird mit Sauerstoff. Die Ausrüstung erfolgt nur auf mechanischem Wege. Die Vorbehandlung erfolgt auf rein mechanischem Weg.

Ökologische Kriterien

Nach firmeneigenen Angaben wird nach den Richtlinien des IVN produziert. Die Produkte haben sind jedoch nicht nach IVN zertifiziert. Die verwendete Baumwolle stammt aus kontrolliert biologischem Anbau und wird aus Indien, Tansania und der Türkei bezogen. Die Wolle wird konventionell hergestellt. Es gelten weiters die Zielerfordernungen des bioRe-Label. Die Produktionsstätten müssen an Kläranlagen angeschlossen sein.

Soziale Kriterien

Lana unterstützt örtliche Anbauinitiativen und zahlt seinen MitarbeiterInnen faire Preise. Biobaumwolle aus bioRe Projekten erfüllt zusätzlich die Fair Trade Kriterien für KleinproduzentInnen.

Zielorientierung ist der SA 8000 Standard:

Keine Kinder- und Zwangsarbeit

Gesundes und ein sicheres Arbeitsumfeld

Keine Diskriminierung

Regulierte Arbeitszeiten

Mindestlöhne und gesetzlich vorgesehene Soziale Beiträge

Kontrolle

Laut Auskunft von Lana werden Kontrollen gemäß den Richtlinien des Arbeitskreises Naturtextil e.V. durchgeführt. Diese Kontrollen erfolgen durch das Zertifizierungs-System des bioRe Labels.

Consequent

Consequent ist ein deutscher Hersteller von Naturtextilien aus Baumwoll-, Seiden-, Leinen- und Wollgewebe. Diese werden nach ökologischen und sozialen Richtlinien produziert und durch ein unabhängiges Institut kontrolliert. Consequent ist Mitglied im IVN.



www.consequent.orgwww.consequent.org

Humanökologische Kriterien

Die Zulieferbetriebe benutzen nur Chemikalien die durch die Richtlinien des Arbeitskreis Naturtextil e.V. bzw. nach den Richtlinien des IVN zulässig sind. Als Grenzwerte für Schadstoffe bei Färbung, Bleiche, Ausrüstung gilt der IVN- Standard, ist dieser nicht erreichbar gilt Ökotex-Standard 100. Auf den Produktetiketten der Modelle wird der jeweilige Standard angeführt, so kann jedes Material getrennt betrachtet werden.

Ökologische Kriterien

Es werden sowohl Rohstoffe aus kontrolliert biologischem Anbau, ökologischer Tierhaltung als auch konventionelle Rohstoffe verwendet. Die Anbauweise wird auf dem Produkt gekennzeichnet. Großteils werden Leinengewebe verwendet, diese sind im Augenblick noch konventionell angebaut. Stichproben ergaben bisher keine Schadstoffbelastung bei der konventionell angebauten Ware.

Soziale Kriterien

Es gelten die IVN Richtlinien.

Kontrolle

Die ökologischen Kriterien werden durch Stichproben bzw. die IVN zertifizierten Betriebe überprüft. Die sozialen Kriterien in der Produktion werden von Consequent selbst überwacht. Es wird zu 98 % innerhalb der EU produziert.

io bio



„io bio“ ist die Biolinie von PoPoLiNi, dem österreichischen BMK Handelsunternehmen. Popolini Windelhäuser sind in einigen österreichischen Bundesländern vertreten, die Textilien sind auch über Versand erhältlich. Der Verkauf der Mehrwegwindeln erfolgt auch über österreichische Möbelhausketten.
www.popolini.at www.popolini.at

Humanökologische Kriterien

Es werden die Grenzwerte für Babyartikel des Öko-Tex Standard 100 eingehalten. Alle eingesetzten Materialien sind ungebleicht oder sauerstoffgebleicht.

Ökologische Kriterien

Die kbA Baumwolle ist gemäß der EU-Verordnung 2092/91 zertifiziert. Es dürfen keine Pestizide und Gentechnik eingesetzt werden. Entlaubungsmittel sind verboten. Durch die regionale Produktion werden lange Transportwege und Fernostlieferung vermieden.

Soziale Kriterien

Die Vormaterialerzeugung und Produktion findet ausschließlich in Deutschland, Österreich und Ungarn statt. Die sozialen Standards entsprechen den jeweiligen gesetzlichen Anforderungen.

Kontrolle

Die Rohstoffe sind zertifiziert. Die fertigen Produkte werden vom österreichischen Textilinstitut geprüft und Öko-Tex 100 zertifiziert. Genaueres zu Kontrolle siehe Öko-Tex Standard 100.

ECOLUTION®



Die Firma ECOLUTION® ist seit der Gründung 1990 in Siebenbürgen, Rumänien, ein umweltfreundlicher Hersteller von Hanfprodukten. Seit 2001 wird ökologischer Hanfanbau in der Umgebung von Satu Mare, im Westen Rumäniens, betrieben. ECOLUTION® ist die erste Firma der modernen Welt, die den ökologischen Hanfanbau für die Herstellung von Textilien eingeführt hat. 2007 geht die Übergangsperiode zu Ende und diese Art Hanfanbau wird als ökologisch zertifiziert gelten. Die Textilien werden zu 100% aus diesem Hanf produziert.

www.ecolution.com www.ecolution.com

Humanökologische Kriterien

Die von ECOLUTION® eingesetzte Bearbeitungsmethode ist frei von synthetischen Chemikalien. Dies wird durch eine Reihe von feinen, mechanischen Kämmungen hervorgehoben, die in zwei Phasen durchgeführt werden: das Schwingen und Zerkleinern, die zwei traditionellen Hanfbearbeitungsmethoden in Osteuropa. Das natürliche, chemiefreie Hanfgewebe ist sehr hautfreundlich. Das ist besonders wichtig für AllergikerInnen und für Menschen mit empfindlicher Haut. Chemische Aufbereitung, die den Zellstoff mit starken Natronlaugen und Säurespülung vernichtet findet nicht statt. Die natürlichen Farben werden aus Pflanzen und alle anderen Farben aus Reaktivfarbstoffen hergestellt. Knöpfe sind aus natürlichen Materialien wie Muscheln oder Steinnuss. Die Baumwoll-Produkte aus Nepal werden ebenfalls mit Pflanzenfarben gefärbt.

Ökologische Kriterien

Der konventionelle Hanfanbau ist an und für sich sehr umweltfreundlich, da Hanf keiner Herbizide und keiner Bewässerung bedarf und den Boden in einem gesunden Zustand hinterlässt. Der Hanf wird ökologisch, ohne den Einsatz von synthetischen Substanzen angebaut. Die Firma verzichtet auf den Einsatz von synthetischen Düngern und hat eine Öko-Zertifizierung beantragt. Die Hanffasern werden durch vollkommen umweltfreundliche Methoden der natürlichen mechanischen Bearbeitung hergestellt, in offenbarem Gegensatz zu den in China für die Bearbeitung von Hanffasern eingesetzten starken Chemikalien.

Soziale Kriterien

ECOLUTION® berücksichtigt die „Fair Trade“-Grundsätze und beachtet die Bedürfnisse der Angestellten, indem sie ihnen gute Arbeitsbedingungen sichert: Giftfreie Materialien, Arbeitsschutz, geheizte Produktionsstätten mit angemessener Beleuchtung. Kinderarbeit ist verboten. Ferner haben unsere Angestellten Aufstiegsmöglichkeiten, denn ihre Arbeit wird geschätzt und belohnt. Die MitarbeiterInnen sind gesetzlich angestellt und zahlen für ihre Arbeit Steuern, daher sichert ihnen der rumänische Staat Kranken- und Rentenversicherungen.

Kontrolle

Vor Ort wurde ein „Öko-Agronom“ zwecks Forschung und Entwicklung der besten Methoden angestellt. Dieser kontrolliert und beaufsichtigt auch die organische Hanflandwirtschaft. Auch die sozialen Kriterien werden vor Ort von der Firma kontrolliert.

Fairtrade

Fairtrade ist eine gemeinnützige Initiative, die von zahlreichen Trägerorganisationen, z.B. Caritas, WWF, Dreikönigsaktion, Care, der Europäischen Kommission und der Österreichischen Entwicklungszusammenarbeit im Außenministerium unterstützt wird.



Die Fairtrade Labelling Organizations International (FLO) ist die weltweit größte Zertifizierungsstelle für soziale Kriterien. Seit 2005 gibt es die Kennzeichnung „Fairtrade“ auch für Textilien. Die Zertifizierung der Baumwolle erfolgt nach den Internationalen Fairtrade Standards. Das Siegel garantiert faire Preise und soziale Mindeststandards für die BaumwollproduzentInnen in Westafrika. Bei den Genossenschaftsmitgliedern handelt es sich überwiegend um kleinbäuerliche Familienbetriebe. Die Bauern und Bäuerinnen werden bei allen wichtigen Entscheidungen direkt und demokratisch miteinbezogen.

www.fairtrade.at www.fairtrade.at

Humanökologische Kriterien

Dieses Siegel berücksichtigt keine humanökologischen Kriterien.

Ökologische Kriterien

Wenn möglich, werden naturnahe Anbaumethoden eingesetzt. Das geschieht durch den allmählichen Verzicht auf Pestizide und Mineraldünger. Es werden biologische Pflanzenschutzmaßnahmen gesetzt. Die Baumwolle wird gentechnikfrei angebaut. Das Versprühen großer Mengen an Pestiziden über Gewässern ist verboten. Die FLO hat eine Liste mit verbotenen Substanzen erstellt. Das Abbrennen der Felder ist nur dann erlaubt, wenn es keine bessere ökologische Alternative gibt. Dies darf nur von erfahrenen Mitgliedern durchgeführt werden. Weiters gibt es Maßnahmen zum Schutz natürlicher Gewässer, sowie zum Schutz des Regenwaldes und anderer Schutzzonen. Es wird darauf geachtet, dass der Wasserverbrauch so gering wie möglich gehalten wird und Trinkwasserquellen nicht verunreinigt werden. Abfälle müssen, wenn möglich, recycelt werden.

Soziale Kriterien

„Fairtrade“ richtet sich nach den Kriterien der ILO und hält zusätzliche Fairtrade-Standards ein. Diese Standards werden ausschließlich bei der Produktion der Baumwolle eingehalten, nicht aber bei der Textilproduktion. Das bedeutet, dass Produktionsschritte wie Entkernen, Spinnen, Weben, Stricken, Färben, Zuschneiden, Nähen und Verpacken bei der Zertifizierung unbeachtet bleiben. ArbeiterInnen, die im direkten Kontakt mit Pestiziden, Insektiziden und ähnlichem stehen, werden über die Gefahren und den Umgang mit chemischen Substanzen in der Landessprache aufgeklärt. Somit können notwendige Sicherheitsvorkehrungen getroffen und im Notfall erste Hilfe geleistet werden. Jugendliche unter 18, Schwangere, geistig Beeinträchtigte und Menschen mit chronischen Krankheiten dürfen nicht mit Pestiziden arbeiten.

Kinder unter 15 Jahren dürfen nicht eingestellt werden.

Die Bauern und Bäuerinnen müssen mehrheitlich KleinproduzentInnen sein und nachweisen, dass sie ein Qualitätsprodukt vermarkten können.

Der Arbeitsplatz und die Maschinen müssen sicher sein und dürfen keine Gefahr für die Gesundheit der ArbeiterInnen darstellen.

Für den Rohstoff erhalten die Produzentenorganisationen einen festgelegten Fairtrade Preis von 0,36 Euro pro kg Baumwolle. Dieser liegt über dem Weltmarktpreis und deckt sowohl die Produktionskosten, als auch die Lebenshaltungskosten. Sollte der Weltmarktpreis über den Fairtrade Preis steigen, wird der höhere Preis bezahlt. Zusätzlich muss den ProduzentInnen ein fixer Aufschlag, die „Fairtrade“ Prämie, für Gemeinschaftsprojekte bezahlt werden. Die Prämie beträgt 0,05 Euro pro kg.

Es gibt eine Regelung für reguläre Arbeitszeiten und Überstunden.

Die Entlohnung erfolgt regelmäßig und muss dokumentiert werden. Außerdem werden die Löhne schrittweise erhöht.

ProduzentInnen und AbnehmerInnen streben eine langfristige Lieferbeziehung an.

Der Rohstoff wird direkt von Partnerbetrieben gekauft, die im FLO-Produzentenregister eingeschrieben sind. Alle Beschäftigten sind berechtigt sich einer unabhängigen Gewerkschaft anzuschließen.

Kontrolle

Die Prüfung der Kriterien für den Baumwollanbau werden von der Fairtrade Labelling Organisations (FLO) CERT GmbH, durchgeführt. Die FLO Inspektion überprüft die ProduzentInnen, HändlerInnen und LizenznehmerInnen. Weiters wird die gesamte Textilverarbeitungskette gemäß SA 8000 kontrolliert.



Max Havelaar

Die Max Havelaar-Stiftung ist Mitglied der internationalen Fairtrade Labelling Organizations und orientiert sich nach deren Fair-Trade-Standards. Sie wurde 1992 von sechs großen Schweizer Hilfswerken: Brot für alle, Caritas, Fastenopfer, HEKS, Helvetas und Swissaid gegründet und ist nicht gewinnorientiert. Die Max Havelaar-Stiftung vergibt ein Gütesiegel für fair gehandelte Produkte. Ziel ist es, durch fairen Handel die Lebens- und Arbeitsbedingungen von ArbeiterInnen in benachteiligten Regionen zu verbessern. Die verwendete Baumwolle stammt von Kleinbauern und Bäuerinnen aus Mali. Die Weiterverarbeitung erfolgt durch die Schweizer Textilfirma Switcher (siehe Label Bio Cotton).

www.maxhavelaar.ch www.maxhavelaar.ch

www.fairtrade.at

www.fairtrade.net

Humanökologische Kriterien

Dieses Siegel berücksichtigt keine humanökologischen Kriterien.

Ökologische Kriterien

„Max Havelaar“ ist zwar ein Sozietlabel, dennoch verpflichten sich die ProduzentInnen auch ökologische Kriterien einzuhalten. Es wird z.B. der Einsatz chemischer Pflanzenschutzmittel, falls gebraucht, auf ein Mindestmaß reduziert und ein progressiver Einsatz durch organische Dünger und biologische Pflanzenschutzmethoden gefördert. Außerdem werden Regeln betreffend den Grundwasserschutz und die Abfallbewirtschaftung eingehalten. Die kontrollierte biologische Produktion ist keine Bedingung für das Max Havelaar-Gütesiegel, trotzdem gibt es neben konventioneller- auch zertifizierte Bio-Baumwolle. Für biologische Produkte wird den Bauern und Bäuerinnen eine zusätzliche „Bioprämie“ bezahlt. Dadurch wird der Umstieg auf die biologische Produktion gefördert.

Soziale Kriterien

Das Label beachtet die international anerkannten ILO Kriterien entlang der gesamten Textilverarbeitungskette, zusätzlich gelten die Fair-Trade-Standards (siehe Fairtrade).

Kontrolle

Die sozialen Kriterien werden von unabhängigen, anerkannten Unternehmen geprüft. FLO Cert GmbH prüft die ProduzentInnen nach den internationalen Fair-Trade-Standards von FLO e.V. Die Max Havelaar Stiftung prüft im internationalen Verbund die Einhaltung der Fair-Trade-Kriterien in der gesamten Handelskette. Die gesamte Textilverarbeitungskette ist für jedes Produkt transparent.

Lamu Lamu

• LAMU • LAMU •



Das Label ist eine Eigenmarke der Landjugendverlag GmbH. Es ist aus der Kampagne „Öko fair tragen“ als eigene Kollektion hervorgegangen. Die Kooperationspartner sind unter anderem die Kampagne für saubere Kleidung (CCC), Fair Trade, der Weltladen Dachverband, Internationaler Verband für Naturtextilwirtschaft sowie andere Jugendverbände. „Lamu Lamu“ kennzeichnet Textilien aus Baumwolle, die 100 % kontrolliert biologisch erzeugt und fair gehandelt sind. Die Textilien werden bewusst in Ostafrika produziert, hauptsächlich in Kenia, um den Niedergang der Textilproduktion in Afrika aufzuhalten. Die durch Altkleiderimporte gefährdeten Firmen sollen gefördert werden. Lamu Lamu ist Mitglied im IVN.

www.landjugendverlag.de

www.lamulamu.de

www.lamulamu.de

Humanökologische Kriterien

Die Färbung erfolgt mit gesundheitlich unbedenklichen Reaktivfarben.

Ökologische Kriterien

Die Baumwolle wird gemäß der EU-Verordnung 2092/91 zertifiziert. Die Rohstoffe stammen aus 100% kontrolliert biologischem Anbau, wobei diese von Kleinbauerngenossenschaften stammen. Die Baumwolle muss handgepflückt sein. Der Verarbeitungsprozess und die Zertifizierung erfolgen nach den „IVN Best“ Standard. Ab 2007 wird nach den strengen Kriterien des Global Textile Standards für Naturtextilien produziert.

Soziale Kriterien

In den IVN Bestimmungen sind auch soziale Kriterien eingeschlossen. „Lamu Lamu“ hat sich zum Ziel gesetzt, die Einkommens- und Lebensverhältnisse der ArbeiterInnen in den Entwicklungsländern zu verbessern. Aus diesem Grund ist dieser Bereich durch einen „Code of Conduct“ erweitert worden. Es gibt soziale Mindeststandards in allen Produktionsstufen: Pro verkauftes Kleidungsstück fließen 50 bis 70 Cent als Fairhandels-Prämie in einen Sozialfonds. Dieser Sozialfonds wird von den ArbeiterInnen der Produktionsfirma verwaltet. „Lamu Lamu“ garantiert, dass die ArbeiterInnen, die aus dem Mehrpreis erzielten Mehreinnahmen auch tatsächlich erhalten.

Die wesentlichen Kriterien sind:

Zahlung von Mindestlöhnen

Geregelte Arbeitszeiten

Kinderarbeit ist strengstens verboten

Vor Ort stehen unabhängige AnsprechpartnerInnen von FLO zur Verfügung

Förderung demokratischer Betriebsstrukturen, Gewerkschaften

Weiters gibt es Vereinbarungen über langfristige Abnahmegarantien

Kontrolle

Bislang werden nur Produkte von Partnerfirmen in Kenia und Tansania zertifiziert, die in enger Verbindung mit der Landjugend GmbH stehen. Die Betriebe werden jährlich kontrolliert und durch das IMO-Institut (Schweiz) gemäß der EU-Verordnung 2092/91 zertifiziert. Die gezogenen Proben werden anschließend durch das Eco Umweltinstitut in Köln untersucht.

Die soziale Zertifizierung erfolgt durch hauseigene Prüfstellen oder durch beauftragte Gutachter des IMO-Institutes. Grundlage ist der „Code of Conduct“. Die Kriterien und der Vergabeprozess sind gut dokumentiert und für die Öffentlichkeit zugänglich und transparent.

Living Crafts



Living Crafts GmbH und Co KG ist ein deutscher Textilproduzent, der seit 20 Jahren besteht. Angeboten werden Textilien aus Baumwolle, Schafschurwolle und Living Wool. Baumwolle ist in kbA Qualität erhältlich, Schafschurwolle stammt aus kontrolliert biologischer Tierhaltung aus Demeter- Betrieben, Living Wool wird in umweltschonenden Vorgängen hergestellt. Living Crafts ist Mitglied im IVN. www.livingcrafts.de

Humanökologische Kriterien

Die Größen-Etiketten in den Textilien und die Nähgarne bestehen aus 100% Baumwolle. Druckknöpfe für Baby-Bodies und Reißverschlüsse sind aus chrom- und nickelfreien Metall.

Die von Living Crafts eingesetzten Farben und Färbereihilfstoffe sind schwermetall- und formaldehydfrei.

Es werden keine Azofarbstoffe oder optische Aufheller eingesetzt.

Die Färbung erfolgt mit nicht toxischen Farbstoffen.

Die Ausrüstung erfolgt auf rein mechanisch-thermischem Weg ohne Zusatz von Chemikalien.

Elasthan wird in geringen Mengen eingesetzt, um die Textilien dehnfähiger und komfortabler zu machen. Dabei wird das Garn so versponnen, dass sich das Elasthan genau in der Mitte, also im Kern des Garnes, befindet und von der Baumwolle umspinnen und komplett ummantelt wird. Ein direkter Hautkontakt mit Elasthan ist somit nicht gegeben.

Ökologische Kriterien

Es werden die IVN- Richtlinien eingehalten. Die verwendete Baumwolle stammt aus kontrolliert biologischem Anbau und wird aus Indien und der Türkei bezogen. Die Schafschurwolle stammt aus kontrolliert biologisch-dynamischen Landwirtschaften aus Australien oder Deutschland. Um Living Wool herzustellen, wird die Wolle in einem umweltschonenden Verfahren enzymatisch behandelt. Die Enzyme werden aus Früchten wie Papaya oder Zuckerrohr gewonnen. Nach der Behandlung der Wolle zersetzen sie sich durch Erwärmung, somit lösen sie keine Allergien aus. Damit KundInnen die Qualität der verarbeiteten Materialien erkennen, kennzeichnet Living Crafts seine Textilien mit Piktogrammen. Das Verpackungsmaterial besteht entweder aus gefalteter umweltfreundlicher Pappe oder aus durchsichtigem, recyclingfähigem Polyethylen. Die Etiketten und Banderolen sind aus Pappe.

Soziale Kriterien

Keine Kinderarbeit, gerechte Entlohnung und regelmäßige Arbeitszeiten sind Voraussetzung.

Kontrolle

Die Qualitätskontrollen erfolgen vor Ort in Zusammenhang mit den Produktionsbetrieben, sowie nach festgelegtem Ablaufplan beim Wareneingang. Jedes halbe Jahr lässt Living Crafts Garne sowie Rohmaterialien durch Skal International kontrollieren und zertifizieren.

Hautsache körperverträglich – medizinisch getestet und schadstoffgeprüft

Das Prüfsiegel „Hautsache körperverträglich – medizinisch getestet und schadstoffgeprüft“ wird von der Fördergemeinschaft körperverträglicher Textilien e.V. (FKT) vergeben. Es garantiert, dass sich aus den Textilien keinerlei Substanzen lösen, die die Haut in irgendeiner Form reizen oder den Körper gesundheitlich schädigen.



www.koerpervertraegliche-textilien.de www.koerpervertraegliche-textilien.de

Humanökologische Kriterien

„Hautsache körperverträglich – medizinisch getestet und schadstoffgeprüft“ ist ein reines Gesundheitslabel. Die Kennzeichnung steht für Körperverträglichkeit von Textilien. Ziel ist es, KonsumentInnen Sicherheit bezüglich hautverträglicher Textilien zu geben. Dazu werden Körperverträglichkeitstests durchgeführt. Dabei werden alle Substanzen erfasst, die sich beim Tragen des Textils von der Oberfläche ablösen könnten. Zytotoxizitätstests werden durch den Keratinozytentest ergänzt. Dabei wird das Verhalten von menschlichen Hautzellen (Keratinozyten) in Kontakt mit dem Konzentrat über 24 Stunden gemessen. Werden keine Reaktionen festgestellt, die auf eine Entzündung der Haut hinweisen, kann mit Sicherheit gesagt werden, dass das Textil körper- und hautverträglich ist. Mit diesem Prüfverfahren werden auch Wechselwirkungen verschiedener Substanzen geprüft. Dazu kommen Prüfungen auf Schadstoffe. Mittels genauer Analytikmethoden wird garantiert, dass gesetzlich vorgeschriebene Grenzwerte komplett eingehalten werden. Die Kennzeichnung „Hautsache körperverträglich – medizinisch getestet“ bewertet nur das Endprodukt.

Ökologische Kriterien

Ökologischer Anbau von Naturfasern oder abfallwirtschaftliche Nachhaltigkeit eines Textilerzeugnisses werden im Prüfsiegel nicht bewertet, da es sich ausschließlich um ein strenges humanökologisches Qualitätsversprechen handelt. Es wird ausschließlich das Fertigprodukt in der Verpackung getestet, nicht der Produktionsprozess entlang der textilen Kette.

Soziale Kriterien

Dieses Siegel berücksichtigt keine sozialen Kriterien.

Kontrolle

Das Testverfahren basiert auf den Zulassungsanforderungen für Medizinprodukte gemäß der entsprechenden Norm DIN EN ISO 10993-5. Die Fördergemeinschaft körperverträglicher Textilien e.V. (FKT) setzt sich überwiegend aus TextilherstellerInnen zusammen. Die HerstellerInnen müssen jährlich ein Textilmuster beim Deutschen Institut für Textil- und Faserforschung einreichen. Dort wird die Körperverträglichkeit des Textils überprüft. Verläuft der Test positiv, garantiert der Hersteller in einer Konformitätserklärung, dass die von ihm verkaufte Ware jederzeit mit dem geprüften Textilmuster übereinstimmt. Darüber hinaus finden unangemeldete Stichprobenkontrollen statt.

„Hautfreundlich, weil schadstoffgeprüft“ by OTTO



„Hautfreundlich, weil schadstoffgeprüft“ ist ein hauseigenes Label der Otto Versand AG. Ziel dieser Labels ist es, dem Verbraucher mehr Transparenz über die Inhaltsstoffe in den Textilien zu geben. Der Anteil an schadstoffgeprüften Textilien am Gesamtsortiment betrug 2005 ca. 95 %.

www.otto.com www.otto.com

Humanökologische Kriterien

Das Qualitätszeichen unterliegt den Kriterien des Öko-Tex Standard 100. Allgemein gilt: Die Textilien dürfen weder mit Bioziden belastet, noch mit Flammschutzmitteln ausgerüstet sein. Ihr pH-Wert muss hautneutral sein. Außerdem dürfen die festgelegten Grenzwerte für Formaldehyd und Schwermetalle, wie Arsen, Blei und Quecksilber nicht überschritten werden. Die Kriterien beziehen sich aber nur auf das Endprodukt, das heißt auf das fertige Textil.

Ökologische Kriterien

Otto wurde 1997 nach den DIN/ISO-Standard zertifiziert. Die ISO EN DIN 14001 regelt als international anerkannter Standard der freiwilligen Eigenkontrolle die Einführung von Umweltmanagementsystemen in Unternehmen. Alle Unternehmen, die sich zur Einhaltung dieser Norm verpflichten, formulieren eigene Unternehmensziele im Umweltschutz. Sie stellen zum Erreichen dieser Ziele Programme auf und entwickeln ein entsprechendes Umweltmanagementsystem. Es werden vermeidbare Verpackungen eingespart und unvermeidbare Verpackungen so ökologisch wie möglich gestaltet. Verpackungen dürfen kein PVC und kein chloorgebleichtes Material enthalten. Einwegverpackungen werden durch den Einsatz von Mehrwegverpackungen vermieden. Es werden umweltverträgliche Verpackungen eingesetzt. Zum Beispiel wurde Styropor durch Pappe ersetzt. Zudem wird die umweltgerechte Verwertung der anfallenden Verpackungsabfälle geachtet.

Soziale Kriterien

Gemeinsam mit anderen in der Außenhandelsvereinigung des Deutschen Einzelhandels e.V. (AVE) zusammengeschlossenen Handelsunternehmen streben die deutschen Unternehmen der Otto Group die Vereinheitlichung von Sozialstandards im deutschen Einzelhandel in Anlehnung an das internationale Zertifizierungssystem SA 8000 an. Als Voraussetzung jeder Geschäftsbeziehung verpflichtet Otto seine LieferantInnen, sowie Zulieferer und Subkontraktoren zu einem Code of Conduct zur Befolgung der Mindestanforderungen. Die Beschäftigten müssen Mindestlöhne und sonstige Leistungen erhalten, die den geltenden Gesetzen und/oder den Praktikanten der örtlichen Fertigungswirtschaft entsprechen. Ziel ist die Zahlung von Löhnen, die die Lebenserhaltungskosten decken, soweit die gesetzlichen Mindestlöhne hierfür zu gering sind. Lohnkürzungen als Disziplinarmaßnahme sind nicht zulässig.

Die wesentlichen Kriterien sind:

Das national geltende Arbeitsrecht ist einzuhalten

Kinderarbeit ist verboten

Die regelmäßige Höchstarbeitszeit pro Woche beträgt 48 Stunden, auf regelmäßiger Basis nicht mehr als 60 Stunden

Die ArbeitnehmerInnen haben Anspruch auf mind. einen arbeitsfreien Tag pro Woche.

Die ArbeitnehmerInnen haben das Recht der Organisationen ihrer Wahl zu gründen

Es darf keine Diskriminierung aufgrund persönlicher Eigenschaften oder Überzeugungen der Beschäftigten erfolgen

Der Einsatz von Zwangsarbeit, körperlicher Bestrafung, körperlicher oder seelischer Nötigung ist untersagt

Sichere und gesundheitsverträgliche Arbeitsbedingungen sind gewährleistet. Entsprechende Grundsätze gelten für die Unterkünfte der ArbeitnehmerInnen, wenn solche zur Verfügung gestellt werden.

Kontrolle

Bei der Überprüfung der sozialen Anforderungen beteiligt sich zusätzlich zu dem deutschen Unternehmen der Otto Group auch Otto UK. ZeichengeberInnen und ZeichennehmerInnen sind identisch. Es gibt auch unabhängige Kontrollen, die die Glaubwürdigkeit des Labels gewährleisten. Im Rahmen eines dreijährigen Public-Private-Partnership-Projekts wird in Kooperation mit dem Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit (BMZ) und der Deutschen Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit (GTZ) GmbH in den wichtigsten Importmärkten ein System zur Auditierung und Qualifizierung der Lieferanten aufgebaut. Die wichtigsten Importmärkte sind unter anderem China, Indien, Türkei, Pakistan, Bangladesh, Thailand, Vietnam und Indonesien. Die Auditierungsunternehmen sind ausnahmslos bei der SAI, New York, akkreditiert. Somit kann eine unabhängige, transparente und damit glaubwürdige Überprüfung der Arbeitsbedingungen gewährleistet werden.

Die Einhaltung der international anerkannten ISO-Standards stellen externe GutachterInnen der DQS GmbH Frankfurt, der Deutschen Gesellschaft zur Zertifizierung von Managementsystemen, sicher. Dies geschieht durch jährliche Gespräche mit Beschäftigten sowie durch die Einsicht in die umweltrelevanten Dokumente.

„Hautfreundlich, weil schadstoffgeprüft“ by Quelle

Das grüne Blatt symbolisiert das Öko-Label „Hautfreundlich, weil schadstoffgeprüft“ der Quelle AG, einem deutschen Versandhaus.

www.quelle.dewww.quelle.de



Humanökologische Kriterien

„Hautfreundlich, weil schadstoffgeprüft“ garantiert, dass keine gesundheitsgefährdenden Rückstände von Schwermetallen, Pentachlorphenol (PCP) und Pestiziden vorhanden sind und hautfreundliche pH-Werte vorliegen. Bei der Herstellung wird auf Chlorbleiche Formaldehyd und schwermetallhaltige Farbstoffe verzichtet. Bei Babykleidung gibt es strengere Grenzwerte. Textilien aus der Kollektion „Gut für mich“ sind mit zwei Blättern gekennzeichnet. Diese übersteigen die Anforderungen des Öko-Tex Standard 100.

Ökologische Kriterien

Quelle hat sich verpflichtet, die lokalen ökologischen Mindeststandards und die Artenschutzvorschriften einzuhalten. Es erfolgen ca. zwei Drittel der Warentransporte per Bahn oder Schiff. Verpackungsmaterial wird vermieden und teilweise durch Alternativen, wie zum Beispiel Mehrwegverpackungen, ersetzt. Beim Werbematerial wird ein möglichst hoher Anteil an Recyclingpapier verwendet.

Soziale Kriterien

VerkäuferInnen und LieferantInnen haben sich zu dem Code of Conduct verpflichtet. Dieser wurde gemeinsam mit anderen Handelsunternehmen entwickelt und enthält folgende Punkte:

- das Verbot von Kinder- und Zwangsarbeit
- das Verbot von menschenunwürdiger Gefängnisarbeit
- Beachtung von Respekt und Würde der Beschäftigten
- das Diskriminierungsverbot
- die Einhaltung von Sicherheit und Gesundheitsschutz

Kontrolle

Die LieferantInnen müssen durch Zertifikate des Öko-Tex Standard 100 oder anderer anerkannter Prüfinstitute die Erfüllung der Kriterien bescheinigen. Alle weiteren Kontrollen erfolgen durch das hauseigene Prüfinstitut.

Cocon Fritzsich

Cocon, ein deutscher Textilproduzent, bietet Textilien aus Seide, Merinowolle, Leinen, Ramie und anderen Fasern an. Die Seidentextilien sind wahlweise in kbA oder konventioneller Qualität erhältlich. In China wurde von der Firma die erste zertifizierte ökologische Seidenproduktion initiiert.
www.cocon-seide.com www.cocon-seide.com



Humanökologische Kriterien

Bei der Vorbehandlung der Seide dürfen keine optischen Aufheller verwendet und keine Pestizide nachweisbar sein.

Folgende Farbstoffgruppen werden verwendet:

Säurefarbstoffe

Metallkomplexfarbstoffe (schwermetallhaltig)

Reaktivfarbstoffe: werden nur auf Wunsch und bei einer Mindestabnahme angewendet.

Bei bestimmten Materialien und Farben kommt Kupfer, Chrom und Nickel zum Einsatz. Es dürfen keine Azo-Farbstoffe und kein Formaldehyd bei der Färbung nachweisbar sein. Seide wird weder nachchromiert noch ausgerüstet.

Ökologische Kriterien

Nur Seide wird sowohl kontrolliert biologisch, als auch konventionell angeboten. Alle anderen Fasern stammen aus konventioneller Landwirtschaft. Knöpfe, Reißverschlüsse und andere Materialien werden sorgfältig nach ökologischen Kriterien ausgewählt. Die Verpackung ist je nach Modell unterschiedlich. Meist werden Polybeutel mit Seidenpapier und Pappe verwendet.

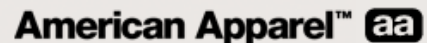
Soziale Kriterien

Die Arbeitsverhältnisse in den Produktionsstätten entsprechen den sozialen Standards des IVN und den gesetzlichen Bestimmungen in China. Die meisten Nähereien werden von Cocon Fritzsich persönlich ein bis zwei mal jährlich besichtigt.

Kontrolle

Ein Mitarbeiter vor Ort überwacht die sorgfältige Verarbeitung nach westlichen Standards. Unabhängige Labors untersuchen in regelmäßigen Abständen Stichproben der Textilien.

American Apparel



American Apparel ist der größte amerikanische T-Shirt Produzent. Die Firmenzentrale befindet sich in Los Angeles. Bei American Apparel ist die MitarbeiterInnenmotivation ein wesentlicher Aspekt der Unternehmensphilosophie. Deshalb bietet das Unternehmen für seine Angestellten zahlreiche Zusatzleistungen für Gesundheit und Wohlergehen an. Vom Wirken des Stoffes über das Färben, Schneiden und Nähen bis zum Verpacken werden alle Arbeiten hausintern erledigt.

www.americanapparel.netwww.americanapparel.net

Humanökologische Kriterien

Die Produkte der Kollektion „sustainable edition“ werden kontrolliert biologisch ohne den Einsatz von Pestiziden produziert. Die Textilien dieser Kollektion sind ungebleicht und ungefärbt.

Ökologische Kriterien

American Apparel hat neben seiner konventionellen Kollektion, eine "Sustainable Edition" aus zertifiziert ökologischer Baumwolle. Mit einem Recycling-Programm hat sich das Unternehmen das Ziel gesetzt, jährlich mehr als 1 Million Pfund an Stoffresten in den Produktionskreislauf zurückzuführen.

Soziale Kriterien

American Apparel setzt sehr hohe soziale Standards. Die MitarbeiterInnen dieses Unternehmens zählen zu den SpitzenverdienerInnen unter den ArbeiterInnen der amerikanischen Bekleidungsindustrie. Grundsätzlich wird eine dauerhafte Anstellung angestrebt. American Apparel bietet seinen MitarbeiterInnen Kompensationszahlungen während der arbeitsschwächeren Zeiten an. Konjunkturbedingte Entlassungen gibt es nicht.

Die wesentlichen Kriterien sind:

Überstundenzuschläge ab der 8. Arbeitsstunde pro Tag

günstige Krankenversicherung für MitarbeiterInnen und deren Kinder

Die Arbeitsplätze sind großzügig mit natürlichem und künstlichem Licht versorgt, das über ausreichende UV-A- und UV-B- Anteile verfügt.

kostenlose Englischkurse für nicht englisch sprechende MitarbeiterInnen

kostenlose Massagen für ArbeiterInnen

kostenlose Gesundheitsberatung

subventionierte Tickets für den öffentlichen Verkehr

kostenloser Fahrradverleih

gesunde Arbeits- und Raumlufbedingungen

Für einen achtstündigen Arbeitstag sind eine Mittagspause von 30 Minuten sowie zwei weitere Pausen von je 15 Minuten vorgesehen.

Anspruch auf bezahlten Urlaub (in den USA nicht üblich). Abhängig von der Firmenzugehörigkeit erhält jede MitarbeiterIn bis zu 15 bezahlte Urlaubstage im Jahr.

Kontrolle

Die biologisch angebaute Baumwolle ist von SKAL, der niederländischen Stiftung für kontrolliert biologischen Anbau, zertifiziert.

Kristall Natur



Kristall Natur ist ein deutscher Textilhersteller, der ausschließlich Garne aus kontrolliert biologischem Anbau für seine Textilien verarbeitet.

www.naturwaesche.de/kristall.html www.naturwaesche.de/kristall.html

Humanökologische Kriterien

In jedem Fall ist ein reiner, rückstandsfreier Baumwollstoff Ausgangsprodukt. Die Herstellung erfolgt unter umweltschonenden Bedingungen vom Faden bis zum Fertigerzeugnis.

Natürliche Materialien für Zutaten, z.B. Knöpfe aus Holz, Perlmutter und Kokosnuss

Spitzen bestehen zu 100% aus Baumwolle

Stoffe werden mit einem Waschmittel auf natürlicher Basis gewaschen und mechanisch vorgeschrumpft.

Die Produkte sind naturbelassen oder mit hochwertigen, synthetischen Farben, gesundheitlich völlig unbedenklich und umweltverträglich, gefärbt bzw. mit Sauerstoff gebleicht.

Die Textilien werden ausschließlich mechanisch ausgerüstet.

Ökologische Kriterien

Es werden nur Baumwollgarne aus kontrolliert biologischem Anbau eingesetzt. Die Textilien sind mit einer Bänderole aus ungebleichtem Recyclingpapier umweltfreundlich verpackt.

Soziale Kriterien

Die Herstellung erfolgt in Deutschland.

Kontrolle

Der ökologische Anbau und die Verarbeitung der kbA-Baumwolle wird durch eine, von der IFOAM (International Federation of Organic Agriculture Movements) anerkannten Organisation auf Einhaltung international vorgegebener Richtlinien streng überwacht.

Schäferei Genossenschaft Finkhof e.G



Die Schäferei Genossenschaft Finkhof e.G. ist zertifiziertes Mitglied im Internationalen Verband der Naturtextilwirtschaft. Sie betreibt eine Näherei, eine Pflanzenfärberei, eine Wanderschäferei, einen Hofladen und einen Versandhandel.

www.finkhof.dewww.finkhof.de

Humanökologische Kriterien

Für die Schadstoffrückstände gelten die strengen Richtlinien des IVN. Gefärbt wird mit Pflanzenfarben in der eigenen Färberei. Verboten sind Ammoniakbehandlung und optische Aufheller. Die Chlorierung von Wolle ist ebenfalls verboten.

Ökologische Kriterien

Die Schafwolle kommt aus Deutschland, die Schäferei ist ein anerkannter Biobetrieb. Der Betrieb verfügt über eine Fotovoltaikanlage und es werden die ökologischen Richtlinien des IVN eingehalten.

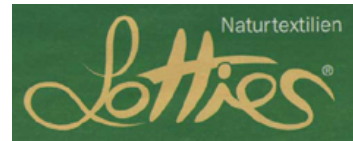
Soziale Kriterien

Die Produktion findet in Deutschland und der Schweiz statt und es werden die IVN Kriterien eingehalten.

Kontrolle

Die Textilien werden jährlich vom IMO (Institut für Marktökologie), sowie vom IVN geprüft.

Lotties



Lotties ist ein deutscher Naturtextilhersteller für Babybekleidung, der bevorzugt Textilien in kbA Qualität anbietet. Naturbelassenheit sowie gesunde Ausrüstung stehen im Vordergrund.

www.lotties.de www.lotties.de

Humanökologische Kriterien

Bei der Verarbeitung werden keine chemischen Zusätze verwendet und Rohstoffe werden nach dermatologischen Kriterien ausgewählt. Azo- und AOX Farbstoffe sind verboten. Chlorbleiche und Schwermetalle werden nicht eingesetzt.

Prüfergebnisse:

Bei der Prüfung der verschiedenen Baumwollstoffe (Interlock, Nicki, Flanellgewebe) auf Schadstoffe (Formaldehydgehalt, Schwermetalle etc.) wurde festgestellt, dass die Erzeugnisse den hygienischen Anforderungen entsprechen und keine Gesundheitsgefahr darstellen.

Untersuchungen des Nicki-Stoffes ergaben, dass keine optischen Aufheller enthalten sind. Bei Prüfung von Windelhosen und Windeinlagen auf Pestizid/Herbizid-Rückstände waren keine Rückstände nachweisbar.

Ökologische Kriterien

Für die Textilien wird bevorzugt Baumwolle, auch farbig gewachsene, aus kontrolliert biologischem Anbau verwendet. Kurze Transportwege, biologische Abbaubarkeit der Materialien sowie Recyclingpapier im gesamten Schriftverkehr sind Voraussetzung.

Soziale Kriterien

Die Textilien werden größtenteils in Ägypten und in der Türkei hergestellt. Kinderarbeit ist verboten und es wird darauf geachtet, dass 50% Frauen und 50% Männer eingestellt werden. Es finden aber nur firmeneigene Kontrollen statt. Zudem arbeitet Lotties mit zwei Behinderten-Einrichtungen in Deutschland zusammen.

Kontrolle

Bei folgenden führenden Instituten werden freiwillige Untersuchungen durchgeführt: Europäisches Textilprüfungsinstitut (TZU), Schweizer Textilprüfinstitut (TESTEX), Forschungsinstitut Hohenstein, TÜV Product-Service.

Perviva Naturtextilien

Perviva Naturtextilien werden über alle Arbeitsschritte hinweg umweltschonend gefertigt. Die verwendeten Materialien sind ausschließlich aus kontrolliert biologischem Anbau bzw. biologischer Tierhaltung. Zur Färbung der Textilien werden nur Pflanzen, Wurzeln, Nüsse und Läuse verwendet.

www.perviva.atwww.perviva.at



Humanökologische Kriterien

Für Schadstoffrückstände werden die Richtlinien des IVN und des ÖKO-TEX Standards eingehalten. Die Färbung erfolgt ausschließlich mit pflanzlichen und tierischen Farbstoffen. Da viele Pflanzenfarben kein direktes Färbevermögen haben, wird Alaun als Beizmittel eingesetzt. Alaun wird im Abwasser durch Neutralisation ausgefällt.

Ökologische Kriterien

Es gelten die IVN Richtlinien für die gesamte Produktionskette, somit ist eine ökologische Transparenz vom Rohstoff bis zum fertigen Produkt gewährleistet. Zusätzlich gelten die bioRe für die Rohstoffe und Öko-Tex Richtlinien für Schadstoffrückstände. Baumwolle und Leinen stammen aus kontrolliert biologischem Anbau. Die verwendete kbT-Schafschurwolle kommt von Schafen, die nach den Richtlinien des biologisch-dynamischen Landbaus gehalten werden.

Soziale Kriterien

Es gelten die Kriterien von IVN und bioRe. Sicherheit am Arbeitsplatz und Ausschluss von Kinderarbeit wird großgeschrieben.

Kontrolle

Textilien von Perviva sind IVN, bioRe und Öko-Tex zertifiziert.

Engel



Seit 1982 verarbeitet Engel naturbelassene Baumwolle und hat sich auf Naturtextilien spezialisiert. Das Unternehmen ist Gründungsmitglied des Internationalen Verbands der Naturtextilwirtschaft IVN e.V. Es werden überwiegend Textilien in kbA Qualität angeboten. Angeboten werden Textilien für Babys und Kleinkinder über den Einzelhandel und einen Webshop.

www.engel-natur.de www.engel-natur.de

Humanökologische Kriterien

Es gelten die IVN-Kriterien. Folgendes wird beachtet:

- Die Merinoschurwolle ist rückstandskontrolliert.
- Alle eingesetzten Farbstoffe sind frei von Schwermetallen.
- AZO-Farbstoffe sind verboten.
- Zur Einfärbung der Wolltextilien werden ausschließlich Reaktivfarben verwendet.
- Alle Metallteile sind nickelfrei.
- Sonstige Materialien stammen von natürlichen, nachwachsenden Rohstoffen.
- Eingeschränkte Verwendung von Prozesshilfsmitteln und Einsatz biologisch abbaubarer und/oder recyclebarer Hilfsstoffe.
- Keine Veredelung synthetischer Farbstoffe und Verzicht auf chemisch-synthetische Endausrüstung.
- Das Endprodukt ist frei von Schwermetallen, Pestizidrückständen und Formaldehyd.

Ökologische Kriterien

Es werden in allen Produktionsschritten die Richtlinien des IVN eingehalten. Zusätzlich wird auf kurze Transportwege Wert gelegt. Die gesamten Rohstoffe stammen aus kbA bzw. kbT. Seit 2006 ist auch die Merinoschurwolle zu 100% kbT zertifiziert.

Die verarbeitete Baumwolle wird nicht gefärbt. Teilweise wird farbig gewachsene Baumwolle eingesetzt. Auch diese stammt aus kontrolliert biologischem Anbau.

Soziale Kriterien

Die Produktion findet gänzlich in Deutschland statt. Es gelten die sozialen Richtlinien des IVN für alle an der Produktion beteiligten Unternehmen.

Kontrolle

Engel wird seit 1995 jährlich – ohne Unterbrechung – mit dem Betriebszertifikat ausgezeichnet. Das Betriebsaudit wird durch die Zertifizierungsstelle des IVN, IMO, Institut für Marktökologie in Sulgen/CH, durchgeführt. Die Rückstandskontrollen der Endprodukte erfolgen durch das ECO Umweltinstitut in Köln. Engel hat die Lizenznummer 2005000, die der Verbraucher auf allen zertifizierten Produkten findet.

Foster Natur

Foster Natur ist ein Vertrieb, der Textilien aus Baumwolle, Wolle, Leinen, Seide, Hanf und anderen Materialien anbietet. Der Großteil des Sortiments stammt aus kontrolliert biologischem Anbau bzw. kontrolliert biologischer Tierhaltung und ist nach IVN Kriterien produziert.



www.foster-natur.de

Humanökologische Kriterien

Die Baumwolle ist frei von chemischen Zusätzen oder Veredellungen und Azo-Farbstoffe sind ganz verboten. Es werden nur nickelfreie Knöpfe eingesetzt. Die Färbung erfolgt nach IVN Kriterien.

Ökologische Kriterien

Alle verwendeten Fasern sind naturbelassen. Die Baumwolle stammt aus kontrolliert biologischem Anbau und ist handgepflückt. Hanf lässt sich ohne Chemieeinsatz anbauen und ist daher als Textilfaser von vornherein unbelastet. Leinen ist unbehandelt und kommt gänzlich aus europäischem Anbau. 50% der Seide stammt aus kontrolliert biologischen Anbau. Die Wolle wird gerade auf kontrolliert biologische Tierhaltung umgestellt. Zusätzlich achtet Foster Natur auf minimierte Transportwege und auf eine energiesparende Fertigung.

Soziale Kriterien

Es gelten großteils die IVN Kriterien. Die Seide kommt von dem Alkena Projekt in China.

Auszug aus dem Verhaltenscodex der Alkena-Betriebe:

Freiwillige Beschäftigung, keine Zwangsarbeit

Keine Diskriminierung bei der Beschäftigung

Keine Kinderarbeit

Zahlung angemessener Löhne und Gewinnbeteiligung

Vertragliche Arbeitszeit von 5-Tage-Woche mit 40 Stunden

Überstunden werden kompensiert oder ausbezahlt

Vergleichbare Arbeitsbedingungen wie in der Schweiz

Feste Anstellungen mit Arbeitsverträgen

Kontrolle

95% des Gesamtsortiments stammt von IVN Mitgliedern, diese Produkte sind nach IVN Kriterien zertifiziert.

Bio Cotton

Bio-Cotton ist die Bio-Linie der Schweizer Switcher SA. Alle Textilien mit dem „Bio Cotton“-Label stammen aus kontrolliert biologischem Anbau. Auf der Homepage sind alle humanökologischen, ökologischen und sozialen Kriterien, sowie die Zertifizierung aufgelistet und für alle zugänglich.

www.switcher.com



Humanökologische Kriterien

Es werden die Kriterien und Grenzwerte von Öko Tex 100 eingehalten. Chlorbleiche ist verboten.

Ökologische Kriterien

Alle Switcher-LieferantInnen sind Öko-Tex Standard 100 zertifiziert, es wird gerade an der Öko-Tex Standard 1000 Zertifizierung gearbeitet. Switcher hat ein Umweltmanagementsystem nach der Norm ISO 14001. Alle Textilien der Bio-Linie stammen aus kontrolliert biologischem Anbau. Die benutzten Tinten sind ausschließlich Farblösungen frei von Schwermetallen. Es wird an der Entwicklung alternativer Energien gearbeitet. Meistens werden die original Kartons der Lieferanten weiterverwendet. Alle endgültig unbrauchbaren Kartons werden aussortiert und zu einem Wiederverwertungszentrum befördert. Switcher SA, Helvetas und Migros helfen Kleinbauern und Genossenschaften in Mali bei der Umstellung von konventionellen zu biologischem Anbaumethoden. Da die Wasserversorgungsbedingungen in Indien allgemein sehr schlecht sind, hat Switcher die Infrastrukturen saniert. Durch die Wasser-Recycling Anlage konnte der Wasserverbrauch um 1/3 reduziert werden. Die Speisung der Heizungskessel der Färberei erfolgt durch die gemischte Verbrennung von Holz und Heizöl. Ein industrieller ökologischer Prozess ist nun in Gange, wo man nach Möglichkeiten sucht, mit Hilfe von Textilabfällen zu heizen. Der Strom für die Spinnerei wird von Windmühlen produziert.

Soziale Kriterien

Der firmeneigene Verhaltenskodex beruht auf den Richtlinien der Clean Clothes Campaign und der internationalen SA 8000 Norm. Die Produkte sind teilweise Max Havelaar/Fair trade zertifiziert. Zusätzlich werden diverse soziale Projekte unterstützt. In Indien wurden 7 Schulen eröffnet, die an mehr als 1000 Schüler den kostenlosen Zugang zur Bildung gewährleisten. Switcher SA importiert ca. 40% der Winterkollektion aus China. Angestellte können sich dort in Computerkursen weiterbilden, erhalten genaue Informationen über den Verhaltenskodex und werden regelmäßig über Ihre Rechte informiert. Eine kostenlose medizinische Betreuung, subventionierte Mahlzeiten, sowie Sprachkurse werden ebenfalls angeboten. In der Fabrik in Tirupur, Südindien, sind mehr als 1000 Personen beschäftigt. Hier hat Switcher SA exemplarische Arbeitsbedingungen eingeführt. Ein genauer Herstellungsplan der T-Shirts garantiert das ganze Jahr hindurch Vollzeitbeschäftigungen sowie die nahezu totale Abschaffung der Entlohnung pro Stück. Für auswärtige ArbeiterInnen wurden kostenlose Wohnungen eingerichtet. Täglich wird Wasser und Essen verteilt. Es werden keine ArbeiterInnen unter 16 Jahren eingestellt.

Kontrolle

Bis auf einige Ausnahmen haben alle LieferantInnen den Switcher-Verhaltenskodex unterschrieben. Switcher SA verpflichtete sich in einem Pilotprojekt, in Verbindung mit der Migros Genossenschaft, Charles Veillon SA und mit der Campaign Clean Clothes, ein externes und unabhängiges Kontrollmodell des Verhaltenskodex zu experimentieren. 2005 endete das Projekt mit der Entstehung der ISCOM (International Social Compliance Verification), einem unabhängigem Prüfinstitut. Switcher ist IMO und Max Havelaar/ Fair trade zertifiziert

garantiert schadstoff-geprüft, zertifiziert und getestet

Das Label „garantiert schadstoff-geprüft, zertifiziert und getestet“ wird von der allnatura Möbel und Textil e.K. vergeben. Es weist auf Matratzen hin, die zu 100% aus kbA bzw. kbT Materialien bestehen. Zusätzlich gelten die strengen Kriterien des "Qualitätsverband umweltverträglich Latexmatratzen e.V." (QUL). Der "Qualitätsverband umweltverträglich Latexmatratzen e.V." wurde auf Initiative des Kölner eco-Umweltinstitutes 1995 gegründet. Die Mitglieder sind Rohstofflieferanten, Forschungsinstitute, Hersteller und Händler aus vielen Nationen, die gemeinsam ökologische Richtlinien für Latexmatratzen entwickelt haben.



www.allnatura.de

Humanökologische Kriterien

Alle eingesetzten Rohmaterialien sind schadstoffgeprüft, getestet und zertifiziert. Mindeststandard für die Schadstoffrückstände im fertigen Produkt ist Ökotex 100. Die für die Matratzen verwendeten Rohmaterialien bestehen ausschließlich aus Naturmaterialien wie schadstoffkontrollierter Schafschurwolle, Bio-Baumwolle, Rosshaar, Kokos und Latex aus 100% Naturkautschuk.

Für alle Steppwaren, d.h. Steppbetten, Kissen und Unterbetten werden nur reine naturbelassene Füllmaterialien verarbeitet - ohne synthetische Beimischungen.

Synthetische Materialien werden nicht eingesetzt.

Keine Kunstharzbeschichtung oder Beschichtung mit Sprühklebern.

Alle Matratzen werden ohne lösungsmittelhaltige Klebstoffe oder Schaumstoff-Verstärkungen gefertigt und sind vollkommen metallfrei.

Die derzeit gültigen Prüfparameter betreffen:

Latexkern: Polymeranteil, Nitrosamine, Pentachlorphenol, VOC (Summe), krebserregende VOV, Füllstoffanteile.

Füllstoffe und Überzüge aus pflanzlichen und tierischen Fasern: Pestizide (außer Pyrethroide), Pyrethroide, PCP.

Überzüge zusätzlich: PCP, Formaldehyd, pH-Wert.

Gefärbte Materialien zusätzlich: Schwermetalle, Azofarbstoffe, Speichel/Schweißechtheit, Schweißechtheit (alkalisch/sauer), Wasserechtheit, Waschechtheit, Reibeechtheit (nass), Reibeechtheit (trocken).

Dauerhaltbarkeit, Höhenänderung, Härteänderung, Federungsverlustfaktor.

Ökologische Kriterien

Alle Matratzen bestehen ausschließlich aus reinen und nachwachsenden Rohstoffen und werden durch umweltgerechten und sparsamen Einsatz moderner Technik produziert. Die Matratzen-Bezugstoffe sind aus 100% Bio-Baumwolle. Alle Inletts sind aus 100% kbA Baumwolle gefertigt. Es gelten die Kriterien des QUL und Öko-Tex 100. Die Naturlatex-Rohlinge werden in der Schweiz nach höchsten technischen und ökologischen Standards hergestellt.

Soziale Kriterien

Die Endfertigung aller Naturmatratzen erfolgt ausschließlich in Süddeutschland, Produktion der Bestandteile auch in der Schweiz.

Kontrolle

Alle Polster-Materialien werden in regelmäßigen Abständen von mehreren unabhängigen, staatlich anerkannten Prüfstellen auf mögliche Schadstoffe untersucht. Die Endprodukte werden von QUL, Eco-Umweltlabor, SKAL Niederlande (kbA-Zertifizierungen), Bremer Umweltinstitut und Öko Tex 100 zertifiziert. Für jedes Produkt liegt ein Schadstoff-Kriteriumkatalog vor. Mit dem Erhalt des Zertifikates "Qualitätsverband umweltverträglich Latexmatratzen e.V." unterwirft sich das Mitglied automatisch der Pflicht zur Offenlegung der Warenflüsse gegenüber dem vom Vorstand benannten Prüfer. Die Mitgliedsunternehmen müssen die Arbeitsbedingungen bei ihren Zulieferern mindestens einmal jährlich auditieren lassen. Die Zeitschrift Öko Test bewertete die Matratzen mehrfach mit dem Prädikat „gut“.

Streng Schadstoff kontrolliert

Das Prüfsiegel „STRENG SCHADSTOFF KONTROLLIERT“, das jede Naturmatratze trägt, weist darauf hin, dass alle verarbeiteten Materialien regelmäßig von unabhängigen Instituten auf Schadstoffe und Umweltgifte kontrolliert werden. Es werden ausschließlich nachwachsende Rohstoffe verwendet.



www.dormiente.comwww.dormiente.com

Humanökologische Kriterien

Es wird ausschließlich 100% Naturlatex und Kombinationen mit anderen entsprechend geeigneten Naturmaterialien, wie beispielsweise latexiertem Kokos, verwendet. Dormiente ist Mitglied der QUL (siehe Label „garantiert schadstoff-geprüft, zertifiziert und getestet“) und richtet sich nach dem Öko Tex Standard 100. Zusätzlich wird die Rückstands-Höchstmengenverordnung (RHmV) für Lebensmittel als Richtwert herangezogen. Auch von Stiftung Warentest und Öko-Test sind die Produkte mehrfach ausgezeichnet worden.

Ökologische Kriterien

Es werden ausschließlich nachwachsende Rohstoffe für die Naturmatratzen verwendet. Die Baumwoll-Bezüge stammen vereinzelt aus kontrolliert biologischem Anbau. Die Schurwolle und andere Materialien sind konventionell. Jede einzelne Naturmatratze wird von Hand geheftet und geschichtet.

Soziale Kriterien

Die Produktion findet ausschließlich in Deutschland statt.

Kontrolle

Alle verarbeiteten Materialien werden regelmäßig von QUL und dem eco-Umweltinstitut auf Umweltgifte kontrolliert. Prüfberichte zur Schadstoffkontrolle durch das eco-Umweltinstitut stehen auf der Homepage zum Download bereit.

Stoffkantor Kranz AG



Kranz Aktiengesellschaft

Die Stoffkantor Kranz AG ist weltweit das einzige Unternehmen, das Textilgewebe aus Brennesselfasern industriell herstellt. Neben den so genannten Nettle-Stoffen werden kontrolliert biologische und konventionelle Produkte aus Baumwolle, Leinen und Seide angeboten.
www.nettleworld.com www.nettleworld.com

Humanökologische Kriterien

Es werden je nach Produkt entweder Öko Tex 100 oder IVN oder beide Richtlinien beachtet. Das Sternenhimmel-System gibt Aufschluss über die Kriterien jedes einzelnen Textils. Die Beschreibung der ökologischen Qualität durch Sterne (Hotelsystem) „Sternenhimmel“ ist hier dargestellt.

kein Stern	z.B.: zwar Öko-TEX-Zertifikat, aber mit Chemiefaser oder überhaupt kein Schadstoff-Nachweis oder Kinderarbeit nicht auszuschließen oder umweltbelastende Ausrüstungen.
1 Stern	100% Naturfaser, konventionell angebaut mit Schadstoff-frei-Garantie nach Öko-TEX, Naturfarben oder sauerstoffgebleicht, mindestens nach Öko-TEX-Richtlinien hergestellt, ohne Kinderarbeit.
2 Sterne	100% Naturfaser, konventionell angebaut mit konventionellen Farbstoffen mit Schadstoff-frei Garantie nach Öko-TEX, mindestens nach Öko-TEX-Richtlinien hergestellt, ohne Kinderarbeit.
3 Sterne	100% Naturfaser aus kontrolliertem biologischen Anbau (kbA), naturfarben oder sauerstoffgebleicht, zertifiziert nach SKAL oder IMO, Schadstoff-frei nach IVN-Richtlinie.
4 Sterne	100% Naturfaser aus kbA, farbig gewachsen oder ökologisch optimierte Farben, zertifiziert nach SKAL oder IMO, Schadstoff-frei nach IVN-Richtlinie.
5 Sterne	100% Naturfaser aus kbA, farbig gewachsen oder ökologisch optimierte Farben, zertifiziert nach SKAL oder IMO, Schadstoff-frei nach IVN-Richtlinie, zusätzlich: vom Anbau bis zum Endprodukt in der EU hergestellt.

Ökologische Kriterien

Das Unternehmen stellt Stoffe aus Brennesselfaser ohne Chemie her. Baumwolle und Leinen gibt es sowie aus kontrolliert biologischer, als auch aus konventioneller Landwirtschaft. Die angebotene Seide ist konventionell. Je nach Produkt sind die Textilien Öko Tex 100 bzw. IVN zertifiziert. Es gilt das oben erklärte Sternenhimmel-System.

Soziale Kriterien

Kriterien siehe Sternenhimmel-System.

Kontrolle

Textilien der Stoffkantor Kranz AG sind nach Öko Tex 100, SKAL, IMO und IVN zertifiziert.

TCM Skin Care



Die Firmen Tschibo und Eduscho vergeben dieses Label. Die Firmen waren nach mehrmaligen schriftlichen und telefonischen Anfragen zu keiner Auskunft über die Kriterien des Labels bereit.

Umwelt Button



Das deutsche Versandhaus Neckermann gibt Textilien einen Umweltbutton, die mindestens eine spezielle Eigenschaft aufweisen, die sie als besonders umweltverträglich auszeichnet. Welche Eigenschaften das genau sind, oder ob die Kriterien kontrolliert werden, ist ungeklärt, da das Unternehmen zu keiner Stellungnahme bereit war.

Überblick über die beschriebenen Ökotextil-Labels

Label	Gesundheitslabel	Umweltlabel	Soziallabel	Kontrolle
American Apparel	tw.	tw.	x	x
Bio Cotton	x	x	x	x
bioRe	x	x	x	x
Cocon Fritsch	tw.	tw.	x	tw
Consequent	x	x	x	tw
Cotton people organic	x	x	x	tw
Das europäische Umweltzeichen-eco flower	x	x	-	x
Eco	x	x	x	x
Ecolution	x	x	x	-
Ecoproof	x	x	x	x
Engel	x	x	x	x
Fairtrade	-	tw.	x	x
Foster Natur	x	x	x	tw
garantiert schadstoff-geprüft, zertifiziert und getestet	x	x	x	x
Green Cotton	x	x	-	tw
Grüne Erde	x	x	x	tw
Hautfreundlich- weil schadstoffgeprüft by Otto	x	x	x	tw
Hautfreundlich- weil schadstoffgeprüft by Quelle	x	tw.	tw	tw
Hautsache körperverträglich	x	-.	-	x
Hess Natur	x	x	x	x
io bio	x	x	x	x
IVN Best	x	x	x	x
IVN Better	x	x	x	x
Kristall Natur	x	x	x	x
Lamu Lamu	tw.	x	x	x
Lana naturalwear	x	x	x	x
Living Crafts	x	x	x	x
Lotties	x	x	x	tw
Maas Natur	x	x	x	tw
Max Havelaar	-	tw	x	tw
Naturland	x	x	x	x
Ökotex 100	x	-	-	x
Ökotex 100+	x	x	tw	x
Pandaversand	x	x	tw	tw
Perviva	x	x	x	x
PURE WEAR by Otto	x	x	x	tw
Schäferereigenossenschaft Finkhof e.G.	x	x	x	x
Stoffkontor Kranz	x	tw.	tw.	x
streng schadstoff-kontrolliert	x	tw.	x	x
Waschbär	x	x	tw	tw

x... Kriterien erfüllt

tw...Kriterien teilweise erfüllt

- ...Kriterien nicht erfüllt

Anhang 3: Vermarktungsformen von Ökotextilien

Naturtextilhandel

Diese Geschäfte führen Naturtextilien vorwiegend für Erwachsene.

All nature

Köllnerhofgasse 1
1010 Wien
Telefon: 01 513 59 78

Cadek

Schultergasse 2
1010 Wien
Telefon: 01 535 44 12

Popolino, Windelhaus Frank

Babies, Kleinkinder, Damen und Umstandsmode

Barnabitengasse 3
1060 Wien
Telefon: 01 581 32 00
Telefax: 01 803 87 58
E-Mail: popolino.frank@aon.at
Homepage: www.popolini.com www.popolini.com

Ökologische Mode für die ganze Familie

Lerchenfelderstr. 45/12
1070 Wien
Telefon: 0664 142 23 64

Naturkost Spittelberg Norbert Ullrich

Produziert auf Auftrag kbA. Bestellung vor Ort möglich.

Spittelberggasse 24
1070 Wien
Telefon: 01 523 61 92

It's Green Naturkost

Bioladen, der Ökotextilien führt.

Holzplatz 2
2620 Neunkirchen
Telefon: 02635 618 81

Wollwerkstatt

Rosenbichl 12
3242 Texing
Telefon: 02755 72 84
E-Mail: wollwerkstatt@aon.at
Homepage: www.wollwerkstatt.at www.wollwerkstatt.at

Textilwerkstatt Obermühle

Auch die konventionelle Linie ist nach dem Öko-Tex-Standard 100 zertifiziert.

Tiefenbach 21
3851 Kautzen
Telefon: 02864 287 81 8
Telefax: 02864 287 81 4
E-Mail: info@obermuehle.at
Homepage: www.obermuehle.at www.obermuehle.at

Heidenreichsteiner Textilwaren GmbH

Führt nur Strumpfwaren.

Pertholzer Str. 12
3860 Heidenreichstein
Telefon: 02862 585 70
Telefax: 02862 536 17
E-Mail: htw.socken@aon.at
Homepage: www.socken-htw.com www.socken-htw.com

Xiling Seide & Naturtextilien

Rainerstr. 15
4020 Linz
Telefon: 0732 665 67 77
E-Mail: seide@seidenraupe.at
Homepage: www.seidenraupe.at www.seidenraupe.at

ALOM Manufaktur Haslach

Stahlmühle 3-4
4170 Haslach/ Mühl
Telefon: 07289 72 18 0
Telefax: 07289 725 65
E-Mail: twh@alom.at
Homepage: www.alom.at www.alom.at

Naturhaus Messner

Sieringerstr. 39
4400 Steyr
Telefon: 07252 759 31
Telefax: 07252 759 31
E-Mail: office@naturhaus-messner.at
Homepage: www.naturhaus-messner.at www.naturhaus-messner.at

Glasnost for Nature

Dreifaltigkeitsgasse 4
5020 Salzburg
Telefon: 0662 870 17 8
Telefax: 0662 597
E-Mail: atbag@eunet.at
Homepage: www.naturmode.at www.naturmode.at

Lebensfreundliche Produkte

Elisabeth Stücklberger
Alpenstr. 48
5020 Salzburg
Telefon: 0662 626 02 7
Telefax: 0662 626 02 71
E-Mail: e.stuecklberger@aon.at
Homepage: www.lebensfreundlich.at www.lebensfreundlich.at

Naturkost Vita-Quelle

Mauthausstr. 8
6845 Hohenems
Telefon: 05576 72473

Grün Bunter Laden

Sparbersbachgasse 56
8010 Graz
Telefon: 0316 817 35 2
Telefax: 0316 817 35 24
Homepage: www.st.leonhard.heinzelmaennchen.at www.st.leonhard.heinzelmaennchen.at

Naturladen Kleine Hexe Emma Reichl

Leonhardstr. 45
8010 Graz
Telefon: 0316 381 65 1

Naturkostladen Liebstöckl

Salzburgerstr. 335
8970 Schladming
Telefon: 03687 232 62
Telefax: 03687 232 62
Homepage: www.naturhaus-lehnwieser.atwww.naturhaus-lehnwieser.at

Naturhaus Lehnwieser

Vorberg 20
8972 Ramsau
Telefon: 03687 815 76
Telefax: 03687 815 76 7
E-Mail: naturhaus.lehnwieser@aon.at
Homepage: www.naturhaus-lehnwieser.at www.naturhaus-lehnwieser.atwww.naturhaus-lehnwieser.at

Naturwaren Regenbogen

Bestellung von Living Crafts Textilien vor Ort möglich. Living Crafts führt nur Textilien in kbA bzw kbT Qualität und ist Mitglied im Internationalen Verband der Naturtextilwirtschaft e.V.

Dietrichsteingasse 3
9500 Villach
Telefon: 04242 210 68 4

Reformdrogerie

Führt nur Unterwäsche.

Freihausgasse 4
9500 Villach
Telefon: 04242 213 68

Naturtextilhandel, Baby- und Kinderbekleidung

Diese Geschäfte sind spezialisiert auf Baby- und Kinderbekleidung.

All nature

Köllnerhofgasse 1
1010 Wien
Telefon: 01 513 59 78

Cadek

Schultergasse 2
1010 Wien
Telefon: 01 535 44 12

Easycare - Babytragetuch Ulrike Kern

Alle Tragetücher sind nach dem Öko-Tex-Standard 100 zertifiziert.

Zirkusgasse 35
1020 Wien
Telefon: 01 214 72 34

Popolino, Windelhaus Frank

Babies, Kleinkinder, Damen und Umstandsmode

Barnabitengasse 3
1060 Wien
Telefon: 01 581 32 00
Telefax: 01 803 87 58

Puppi-Du

Mariahilferstr. 103
1060 Wien
Telefon: 01 596 57 63
E-Mail: info@puppi-du.at
Homepage: www.puppi-du.at www.puppi-du.at

Ökologische Mode für die ganze Familie

Lerchenfelderstr. 45/12
1070 Wien
Telefon: 0664 142 23 64

Popolino Windelhaus

Schuhfabrikgasse 17
1230 Wien
Telefon: 01 803 87 67
E-Mail: info@popolini.com
Homepage: www.popolini.comwww.popolini.com

Minnesheimstr. 30
5020 Salzburg
Telefon: 0662 640 87 7

Annenstr. 32
8020 Graz
Telefon: 0316 727 60 0

Lotties Österreich

Holubovsky Gerberei und Handel GMBH
Alte Poststr. 22
3341 Ybbsitz
Telefon: 07443 863 84 0
Telefax: 07443 863 84 8
E-Mail: info@lotties.at
Homepage: www.lotties.atwww.lotties.at

Heidenreichsteiner Textilwaren GmbH

Führt nur Strumpfwaren.
Pertholzer Str. 12
3860 Heidenreichstein
Telefon: 02862 585 70
Homepage: www.socken-htw.comwww.socken-htw.com

Xiling Seide & Naturtextilien

Rainerstr. 15
4020 Linz
Telefon: 0732 665 67 77
E-Mail: seide@seidenraupe.at
Homepage: www.seidenraupe.at www.seidenraupe.at

ALOM Manufaktur Haslach

Stahlmühle 3-4
4170 Haslach/ Mühl
Telefon: 072 89 72 18 0
Telefax: 07289 725 65
E-Mail: twh@alom.at
Homepage: www.alom.at/twh www.alom.at/twh

Naturhaus Messner

Sieringerstr. 39
4400 Steyr
Telefon: 072 52 759 31
Telefax: 07252 759 31
E-Mail: office@naturhaus-messner.at
Homepage: www.naturhaus-messner.at www.naturhaus-messner.at

Glasnost for Nature

Dreifaltigkeitsgasse 4
5020 Salzburg
Telefon: 0662 870 17 8
Telefax: 0662 597
E-Mail: atbag@eunet.at
Homepage: www.naturmode.at www.naturmode.at

Lebensfreundliche Produkte

Elisabeth Stücklberger
Alpenstr. 48
5020 Salzburg
Telefon: 0662 626 02 7
Telefax: 0662 626 02 71
E-Mail: e.stuecklberger@aon.at
Homepage: www.lebensfreundlich.at www.lebensfreundlich.at

Sanitätshaus Danner

Danner Gesund
Anichstr. 11
6020 Innsbruck
Telefon: 0512 596 28 24
Telefax: 0512 577 25 3
E-Mail: info@danner-shop.at
Homepage: www.danner-shop.at www.danner-shop.at; www.danner-gesund.at www.danner-gesund.at

Forstex

Halden 104
6942 Krumbach
Telefon: 05513 85 78

Grün Bunter Laden

Sparbersbachgasse 56

8010 Graz

Telefon: 0316 817 35 2

Telefax: 0316 817 35 24

Homepage: www.st.leonhard.heinzelmaennchen.atwww.st.leonhard.heinzelmaennchen.at

Naturladen Kleine Hexe Emma Reichl

Leonhardstr. 45

8010 Graz

Telefon: 0316 381 65 1

Perviva

Grabenstr. 14

8010 Graz

Telefon: 0316 673 02 6

Telefax: 0316 673 02 64

E-Mail: office@perviva.at

Homepage: www.perviva.atwww.perviva.at

Glückskind

Griesgasse 6

8020 Graz

Telefon: 0316 715 05 0

Naturkostladen Liebstöckl

Salzburgerstr. 335

8970 Schladming

Telefon: 03687 232 62

Telefax: 03687 232 62

Homepage: www.naturhaus-lehnwieser.at www.naturhaus-lehnwieser.atwww.naturhaus-lehnwieser.at

Naturhaus Lehnwieser

Vorberg 20

8972 Ramsau

Telefon: 03687 815 76

Telefax: 03687 815 76 7

E-Mail: naturhaus.lehnwieser@aon.at

Homepage: www.naturhaus-lehnwieser.atwww.naturhaus-lehnwieser.at

Naturwaren Regenbogen

Bestellung von Living Crafts Textilien vor Ort möglich. Living Crafts führt nur Textilien in kbA bzw kbT Qualität und ist Mitglied im Internationalen Verband der Naturtextilwirtschaft IVN e.V.

Dietrichsteingasse 3

9500 Villach

Telefon: 04242 210 68 4

Naturtextilhandel, Heimtextilien

Diese HändlerInnen bieten Heimtextilien wie z.B. Handtücher, Bettwäschen und Matratzen an.

Grüne Erde GmbH

Telefon: 07615 203 41 0

Telefax: 07615 770 7

E-Mail: office@grueneerde.at

Homepage: www.grueneerde.com www.grueneerde.com

Mariahilfer Str. 11
1060 Wien

Bethlehemstr. 10
4020 Linz

Hauptstraße 11
4644 Scharnstein

Mühdorf 12
4644 Scharnstein

Sporgasse 29
8010 Graz

Wollwerkstatt

Rosenbichl 12

3242 Texing

Telefon: 02755 7284

Telefax: 02755 728 44

E-Mail: wollwerkstatt@aon.at

Homepage: www.wollwerkstatt.at www.wollwerkstatt.at

Textilwerkstatt Obermühle

Auch die konventionelle Linie ist Öko-Tex 100 zertifiziert.

Tiefenbach 21

3851 Kautzen

Telefon: 02864 287 81 8

Telefax: 02864 287 81 4

E-Mail: info@obermuehle.at

Homepage: www.obermuehle.at www.obermuehle.at

Manufaktur Haslach

Stahlmühle 3-4

4170 Halsach/ Mühl

Telefon: 072 89 72 18 0

Telefax: 07289 725 65

E-Mail: twh@alom.at

Homepage: www.alom.at/twh www.alom.at/twh

Naturhaus Messner

Sieringerstr. 39

4400 Steyr

Telefon: 07252 759 31

Telefax: 07252 759 31

E-Mail: office@naturhaus-messner.at

Homepage: www.naturhaus-messner.at www.naturhaus-messner.at

Konventioneller Einzelhandel mit Ökotextil-Linie

Diese EinzelhändlerInnen bieten neben dem konventionellen Angebot auch eine Naturtextil-Linie an.

Pink Buddha

Bietet Textilien aus kontrolliert biologischem Hanf an.

Mariahilferstr. 77

1060 Wien

E-Mail: office@pinkbuddha.at

Homepage: www.pinkbuddha.at www.pinkbuddha.at

ZAPATERIA

Führt Textilien der Marke American Apparel. Die Textilien der Bio-Linie „sustainable Edition“ stammen aus kontrolliert biologischem Anbau und werden von SKAL überprüft.

Sneaker-Shop in Wien

Kirchengasse 26

1070 Wien

Telefon: 0699 176 17 67 7

E-Mail: office@zapateria.at

Homepage: www.zapateria.at www.zapateria.at

Konventioneller Einzelhandel mit Öko-Baby- und Kindertextilien

Die konventionellen EinzelhändlerInnen führen neben dem konventionellen Sortiment auch eine Ökotextil-Linie für Babies und Kinder.

Misner Sylvia

Führt Kinderbekleidung von Sanetta mit dem Label Öko-Tex 100 bzw. „Hautsache körperverträglich – medizinisch getestet und schadstoffgeprüft“.

Linzerstr. 411

1140 Wien

Telefon: 01 914 21 94

Telefax: 01 914 21 94

E-Mail: office@betten-misner.at

Homepage: www.betten-misner.at www.betten-misner.at

Konventioneller Einzelhandel mit Öko-Heimtextilien

Die konventionellen EinzelhändlerInnen führen neben dem konventionellen Sortiment auch eine Naturtextil-Linie für .

Misner Sylvia

Vorhänge und Stoffe

Linzerstr. 411

1140 Wien

Telefon: 01 914 21 94

Telefax: 01 914 21 94

E-Mail: office@betten-misner.at

Homepage: www.betten-misner.at www.betten-misner.at

Konventionelle Handelsketten mit dem Label Öko-Tex-Standard 100

C&A Mode Ges.m.b.H & Co. KG

Ein Teilsortiment von C & A ist Öko-Tex 100 zertifiziert. Siehe Kapitel 16.3.

Zieglergasse 3

1070 Wien

Telefon: 01 717 51 0

Telefax: 01 712 82 45

E-Mail: fashion.line@cua.at

Homepage: www.cunda.at www.cunda.at

Avasport Berg GbmH

Führt die Marken Calida Bodywear und Just Feel by Calida.

Industriegebiet

7111 Parndorf

Telefon: 02166 326 5

Triumph-International AG

Ein Teilsortiment von Triumph-International ist Öko-Tex-Standard 100 zertifiziert. Siehe Kapitel 16.3.

Wiener Strasse 121 - 123

2700 Wiener Neustadt

Telefon: 02622 399 0

Telefax: 02622 399 30 0

Homepage: www.triumph.com www.triumph.com

Naturtextilversand

Xiling Seide & Naturtextilien

Rainerstr. 15
4020 Linz
Telefon: 0732 665 67 77
E-Mail: seide@seidenraupe.at
Homepage: www.seidenraupe.atwww.seidenraupe.at

Naturhaus Messner

Sieringerstr. 39
4400 Steyr
Telefon: 072 52 759 31
Telefax: 07252 759 31
E-Mail: office@naturhaus-messner.at
Homepage: www.naturhaus-messner.at www.naturhaus-messner.at

Lebensfreundliche Produkte

Alpenstr. 48
5020 Salzburg
Telefon: 0662 626 02 7
Telefax: 0662 626 02 71
E-Mail: e.stuecklberger@aon.at
Homepage: www.lebensfreundlich.atwww.lebensfreundlich.at

Wolle & Leinen Manufaktur Bad Segeberg Produktions- und Betriebs - GesmbH

Bornwischen 17
D-23795 Bad Segeberg
Telefon: (+49) 04551 204 2
Telefax: (+49) 04551 699 0
E-Mail: info@linoshop.de
Homepage: www.linoshop.dewww.linoshop.de

Green LIFE Versand

Brunsbütteler Strasse 21
D-25541 Brunsbüttel
Telefon: 0800 5001108
Telefax: (+49) 4852 530 82 6
E-Mail: greenlife@t-online.de greenlife@t-onie.de
Homepage: www.green-cotton.dewww.green-cotton.de

Stoffkontor Kranz AG

Dannenberger Str. 27
D-29439 Lüchow
Telefon: (+49) 0 584 19 79 80
Telefax: (+49) 0 584 19 79 84 8
E-Mail: info@nettleworld.cominfo@nettleworld.com
Homepage: www.nettleworld.comwww.nettleworld.com

Naturwäsche

Brunnenstraße 11
D-32756 Detmold

Telefon: (+49) 05231 394 36

Telefax: (+49) 0721 151 30 18 58

E-Mail: webmaster@naturwaesche.de E-Mail: webmaster@naturwaesche.de

Homepage: www.naturwaesche.de www.naturwaesche.de

Maas-Naturwaren GmbH

Werner-von-Siemens Straße 2
D-33334 Gütersloh

Telefon: (+49) 01805 990 50 0

Telefax: (+49) 05241 670 72

E-Mail: info-at-maas-natur.de info@maas-natur.de

Homepage: www.maas-natur.de www.maas-natur.de

Foster Naturkleidung

Barfüßerstr. 53

D-35037 Marburg

Telefon: (+49) 06421 163 85 6

Telefax: (+49) 06421 166740

E-Mail: info@foster-natur.de

Homepage: www.foster-natur.de www.foster-natur.de

Hess Natur-Textilien GmbH

Marie-Curie-Str. 7

D-35510 Butzbach

Telefon: (+49) 0180 535 68 00

Telefax: (+49) 0180 535 68 08

E-Mail: dialog@hess-natur.de

Homepage: www.hess-natur.de www.hess-natur.de

Lamu Lamu

Landjugendverlag GmbH

Drachenfelsstr. 23

D-53604 Bad Honnef-Röhndorf

Telefon: (+49) 02224 946 50

Telefax: (+49) 02224 946 54 4

E-Mail: info@lamulamu.de

Homepage: www.lamulamu.de www.lamulamu.de

Cocon

Christoph Fritzsch GmbH

Max-Planck-Str. 25

D-61184 Karben

Telefon: (+49) 0800 262 6266

Telefax: (+49) 06039 485 828

E-Mail: info@cocon-seide.com

Homepage: www.cocon-seide.com www.cocon-seide.com

Naturel

Theodor Haubach Weg 6
D-61267 Neu-Anspach
Telefon: (+49) 06081 961 21 3
Telefax: (+49) 06081 961 21 4
E-Mail: info@naturel-versand.de
Homepage: www.naturel-versand.dewww.naturel-versand.de

Consequent-CHM Naturtextil GmbH

Consequent Alsenzstrasse 15
D-67808 Imsweiler
Telefon: (+49) 06361 459 60
Telefax: (+49) 06361 459 62 8
E-Mail: office@consequent.org
Homepage: www.consequent.infowww.consequent.info

Assmus Naturtextilien OHG

Gröninger Weg 1
D-74379 Ingersheim
Telefon: (+49) 07142 974 60
Telefax: (+49) 07142 974 62 2
E-Mail: assmus@assmus-natur.de
Homepage: www.assmus-natur.dewww.assmus-natur.de

Wilhelm Dietz - Natur+Co

Luisenstr. 16
D-78126 Königfeld
Telefon: (+49) 07725 700 5
Telefax: (+49) 07725 913 42
E-Mail: anfrage@natur-co.de
Homepage: www.natur-co.dewww.natur-co.de

Waschbär Versand Triaz GmbH

Wöhlerstr. 4
D-79108 Freiburg
Telefon: (+49) 0180 539 56 56
Telefax: (+49) 0180 58 27 24 0
E-Mail: kundenservice@waschbaer.de
Homepage: www.waschbaer.dewww.waschbaer.de

Panda Versand GmbH

Wöhlerstr. 4
D-79108 Freiburg
Telefon: (+49) 0761 130 60
Telefax: (+49) 0761 130 61 50
E-Mail: kundenservice@panda.de
Homepage: www.panda.dewww.panda.de

Schäferei Genossenschaft Finkhof e.G.

Sankt Ulrichstr. 1
D-88410 Bad Wurzach
Telefon: (+49) 07564 931710
Telefax: (+49) 07564 931712
Homepage: www.finkhof.dewww.finkhof.de

HempAge AG

Industriestr. 9
D-91325 Adelsdorf
Telefon: (+49) 09195 947 60
Telefax: (+49) 09195 947 66 6
E-Mail: info@hempage.de
Homepage: www.hempage.comwww.hempage.com

Living Crafts GmbH & Co.KG

Schlesierstr. 11
D-95152 Selbitz
Telefon: (+49) 09280 981 08 0
Telefax: (+49) 09280 981 08 30
E-Mail: info@livingcrafts.de
Homepage: www.livingcrafts.dewww.livingcrafts.de

Naturtextilversand, Baby- und Kinderbekleidung**Lotties Österreich**

Holubovsky Gerberei und Handel GMBH
Alte Poststr. 22
3341 Ybbsitz
Telefon: 07443 863 84 0
Telefax: 07443 863 84 8
E-Mail: info@lotties.at
Homepage: www.lotties.atwww.lotties.at

Xiling Seide & Naturtextilien

Rainerstr. 15
4020 Linz
Telefon: 0732 665 67 77
E-Mail: seide@seidenraupe.at
Homepage: www.seidenraupe.atwww.seidenraupe.at

Naturhaus Messner

Sieringerstr. 39
4400 Steyr
Telefon: 072 52 759 31
Telefax: 07252 759 31
E-Mail: office@naturhaus-messner.at
Homepage: www.naturhaus-messner.atwww.naturhaus-messner.at

Lebensfreundliche Produkte

Alpenstr. 48
5020 Salzburg
Telefon: 0662 626 02 7
Telefax: 0662 626 02 71
E-Mail: e.stuecklberger@aon.at
Homepage: www.lebensfreundlich.atwww.lebensfreundlich.at

Perviva

Grabenstr. 14
8010 Graz
Telefon: 0316 673 02 6
Telefax: 0316 673 02 64
E-Mail: office@perviva.at
Homepage: www.perviva.atwww.perviva.at

Natur Pur

Bahrenfelder Str. 64
D-22765 Hamburg
Telefon: (+49) 040 399 07 28 3
Telefax: (+49) 040 893 84 8
E-Mail: hz@nphz.dehz@nphz.de
Homepage: www.natur-pur-hamburg.dewww.natur-pur-hamburg.de

Kind & Natur

Martensrader Weg 17
D-24238 Wittenberger Passau
Telefon: (+49) 04384 599 05 5
Telefax: (+49) 04384 593 60 91
E-Mail: info@kind-und-natur.de
Homepage: www.kind-und-natur.dewww.kind-und-natur.de

Hans Natur

Teilweise auch Mode für Schwangere und Stillende.

Bahnhofstr. 18
D-24392 Süderbrarup
Telefon: (+49) 04641 988 92 2
Telefax: (+49) 04641 988 92 9
E-Mail: onlineshop@hans-natur.de
Homepage: www.hans-natur.dewww.hans-natur.de

Green LIFE Versand

Brunsbütteler Strasse 21
D-25541 Brunsbüttel
Telefon: 0800 5001108
Telefax: (+49) 48 52 / 53 08 26
Telefax: (+49) 0 48 62 / 1 75 21
Homepage: www.green-cotton.dewww.green-cotton.de

Baby-Naturstübchen

Dorfstr. 129
D-25842 Langenhorn
Telefon: (+49) 04672 772 62 5
Telefax: (+49) 04672 772 62 5
E-Mail: PostBabiestueb@t-online.de
Homepage: www.baby-naturstuebchen.com www.baby-naturstuebchen.com

Naturwäsche

Brunnenstraße 11
D-32756 Detmold
Telefon: (+49) 05231 394 36
Telefax: (+49) 0721 151 30 18 58
E-Mail: webmaster@naturwaesche.de E-Mail: webmaster@naturwaesche.de
Homepage: www.naturwaesche.de www.naturwaesche.de

Maas-Naturwaren GmbH

Werner-von-Siemens Straße 2
D-33334 Gütersloh
Telefon: (+49) 01805 990 50 0
Telefax: (+49) 05241 670 72
E-Mail: info@maas-natur.de
Homepage: www.maas-natur.de www.maas-natur.de

Foster Naturkleidung

Barfüßerstr. 53
D-35037 Marburg
Telefon: (+49) 06421 163 85 6
Telefax: (+49) 06421 166740
E-Mail: info@foster-natur.de
Homepage: www.foster-natur.de www.foster-natur.de

Hess Natur-Textilien GmbH

Marie-Curie-Str. 7
D-35510 Butzbach
Telefon: (+49) 0180 535 68 00
Telefax: (+49) 0180 535 68 08
E-Mail: dialog@hess-natur.de
Homepage: www.hess-natur.de www.hess-natur.de

Baby's Natur

Bietet teilweise auch Umstandsmode an.

Sachsaer Weg 3
D-37445 Walkenried
Telefon: (+49) 05525 959 61 5
Telefax: (+49) 05525 959 61 6
E-Mail: info@schwangerschaft-geburt-baby.de
Homepage: www.babiesnatur.de; www.babiesnatur.de; www.schwangerschaft-geburt-baby.de
www.schwangerschaft-geburt-baby.de

Lamu Lamu

Landjugendverlag GmbH
Drachenfelsstr. 23
D-53604 Bad Honnef-Röhndorf
Telefon: (+49) 02224 946 50
Telefax: (+49) 02224 946 54 4
E-Mail: info@lamulamu.de
Homepage: www.lamulamu.de www.lamulamu.de

Naturel

Theodor Haubach Weg 6
D-61267 Neu-Anspach
Telefon: (+49) 06081 961 21 3
Telefax: (+49) 06081 961 21 4
E-Mail: info@naturel-versand.de
Homepage: www.naturel-versand.de www.naturel-versand.de

Purpur Versand und Laden GmbH

Hessenring 84
D-61348 Bad Homburg
Telefon: (+49) 0180 500 09 51
Telefax: (+49) 0180 500 09 52
E-Mail: info@purpurshop.de
Homepage: www.purpurshop.de www.purpurshop.de

DIDYMOS Erika Hoffmann GmbH

Alleenstr. 8
D-71638 Ludwigsburg
Telefon: (+49) 07141 921 02 4
Telefax: (+49) 07141 921 02 6
E-Mail: eh@didymos.de
Homepage: www.didymos.de www.didymos.de

Engel Natur

Albstr. 38
D-72764 Reutlingen
Telefon: (+49) 07121 387 87 7
Telefax: (+49) 07121 387 87 87
E-Mail: info@engel-natur.de
Homepage: www.engel-natur.dewww.engel-natur.de

disana GmbH & Co.KG

Rosenstr. 26
D-72805 Lichtenstein-Holzelfingen
Telefon: (+49) 07129 449 3
Telefax: (+49) 07129 649 1
E-Mail: info@disana.de
Homepage: www.disana.de www.disana.de

NATURE KID

Dürnauer Str. 11
D-73087 Boll
Telefon: (+49) 07164 801 59 5
Telefax: (+49) 07164 801 59 6
E-Mail: kontakt@naturekid.de
Homepage: www.naturekid.de www.naturekid.de

Aßmus Naturtextilien OHG

Gröninger Weg 1
D-74379 Ingersheim
Telefon: (+49) 07142 974 60
Telefax: (+49) 07142 974 62 2
E-Mail: assmus@assmus-natur.de
Homepage: www.assmus-natur.de www.assmus-natur.de

Wilhelm Dietz - Natur+Co

Luisenstr. 16
D-78126 Königsfeld
Telefon: (+49) 07725 700 5
Telefax: (+49) 07725 913 42
E-Mail: anfrage@natur-co.de
Homepage: www.natur-co.dewww.natur-co.de

Panda Versand GmbH

Wöhlerstr. 4
D-79108 Freiburg
Telefon: (+49) 0761 130 60
Telefax: (+49) 0761 130 61 50
E-Mail: kundenservice@panda.de
Homepage: www.panda.de www.panda.de

Asanna Mutter& Kind Shop

Burgstr. 20
D-86853 Westerringen
Telefon: (+49) 08232 784 22
Telefax: (+49) 08232 784 22
E-Mail: asanna@onlinehome.de
Homepage: www.asanna.de www.asanna.de

Primel Naturwaren

Im Schlattes 16
D-87496 Untrasried
Telefon: (+49) 08372 766 2
Telefax: (+49) 08372 181 2
E-Mail: info@primel.de
Homepage: www.primel.de www.primel.de

Schäfferei Genossenschaft Finkhof e.G.

Sankt Ulrichstr. 1
D-88410 Bad Wurzach
Telefon: (+49) 07564 931710
Telefax: (+49) 07564 931712
Homepage: www.finkhof.de www.finkhof.de

PIXIEKIDS – memama

Führt auch Umstandsmode.

Dr-von-Fromm-Str. 1a
D-92637 Weiden
Telefon: (+49) 0961 480 26 50
Telefax: (+49) 0961 480 26 59
E-Mail: ap@pixiekids.de
Homepage: www.pixiekids.de www.pixiekids.de

Lotties Österreich

Holubovsky Gerberei und Handel GMBH
Ortsstraße 50
D-93354 Biburg
Telefon: (+49) 09444 978 00
Telefax: (+49) 09444 930 4
E-Mail: info@lotties.de
Homepage: www.lotties.de www.lotties.de

Living Crafts GmbH & Co.KG

Schlesierstr. 11
D-95152 Selbitz
Telefon: (+49) 09280 981 08 0
Telefax: (+49) 09280 981 08 30
E-Mail: info@livingcrafts.de
Homepage: www.livingcrafts.de www.livingcrafts.de

Onlineshop Kunterbunt

Untere Siedlerstr. 2a
D-97285 Röttingen
Telefon: (+49) 09338 998 32
Telefax: (+49) 09338 998 31
E-Mail: info@kinder-naturtextilien.de
Homepage: www.kinder-naturtextilien.de www.kinder-naturtextilien.de

Naturtextilversand, Heimtextilien

Wollwerkstatt

Rosenbichl 12
3242 Texing
Telefon: 027 55 72 84
E-Mail: wollwerkstatt@aon.at
Homepage: www.wollwerkstatt.at www.wollwerkstatt.at

Lotties Österreich

Holubovsky Gerberei und Handel GMBH
Alte Poststr. 22
3341 Ybbsitz
Telefon: 07443 863 84 0
Telefax: 07443 863 84 8
E-Mail: info@lotties.at
Homepage: www.lotties.at www.lotties.at

Maas-Naturwaren GmbH

Deggendorferstr. 5
4030 Linz
Telefon: 0732 903 24 20
Telefax: 0732 903 24 33
E-Mail: info@maas-natur.de info@maas-natur.de
Homepage: www.maas-natur.de www.maas-natur.de

Naturhaus Messner

Sieringerstr. 39
4400 Steyr
Telefon: 072 52 759 31
Telefax: 07252 759 31
E-Mail: office@naturhaus-messner.at
Homepage: www.naturhaus-messner.at www.naturhaus-messner.at

Grüne Erde GmbH

Hauptstr. 9
4644 Scharnstein
Telefon: 07615 203 41 0
Telefax: 07615 770 7
E-Mail: office@grueneerde.at
Homepage: www.grueneerde.com www.grueneerde.com

Natur Pur

Bahrenfelder Str. 64
D-22765 Hamburg
Telefon: (+49) 040 399 07 28 3
Telefax: (+49) 040 893 84 8
E-Mail: hz@nphz.de hz@nphz.de
Homepage: www.natur-pur-hamburg.de www.natur-pur-hamburg.de

Wolle & Leinen Manufactur Bad Segeberg Produktions- und BetriebsgesmbH

Bornwischen 17

D-23795 Bad Segeberg

Telefon: (+49) 04551 204 2

Telefax: (+49) 04551 699 0

E-Mail: info@linoshop.de

Homepage: www.linoshop.de www.linoshop.de

Hans Natur

Bahnhofstr. 18

D-24392 Süderbrarup

Telefon: (+49) 04641 988 92 2

Telefax: (+49) 04641 988 92 9

E-Mail: onlineshop@hans-natur.de

Homepage: www.hans-natur.de www.hans-natur.de

Stoffkontor Kranz AG

Dannenberger Str. 27

D-29439 Lüchow

Telefon: (+49) 0 584 19 79 80

Telefax: (+49) 0 584 19 79 84 8

E-Mail: info@nettleworld.com info@nettleworld.com

Homepage: www.nettleworld.com www.nettleworld.com

Foster Naturkleidung

Barfüßerstr. 53

D-35037 Marburg

Telefon: (+49) 06421 163 85 6

Telefax: (+49) 06421 166740

E-Mail: info@foster-natur.de

Homepage: www.foster-natur.de www.foster-natur.de

dormiente GmbH

Am Zimmerplatz 3

D-35452 Heuchelheim

Telefon: (+49) 0641 962 13 0

Telefax: (+49) 0641 674 99

E-Mail: info@dormiente.com

Homepage: www.dormiente.com www.dormiente.com

Hess Natur-Textilien GmbH

Marie-Curie-Str. 7

D-35510 Butzbach

Telefon: (+49) 0180 535 68 00

Telefax: (+49) 0180 535 68 08

E-Mail: dialog@hess-natur.de

Homepage: www.hess-natur.de www.hess-natur.de

Naturel

Theodor Haubach Weg 6
D-61267 Neu-Anspach
Telefon: (+49) 06081 961 21 3
Telefax: (+49) 06081 961 21 4
E-Mail: info@naturel-versand.de
Homepage: www.naturel-versand.dewww.naturel-versand.de

disana GmbH & Co.KG

Rosenstr. 26
D-72805 Lichtenstein-Holzelfingen
Telefon: (+49) 07129 449 3
Telefax: (+49) 07129 649 1
E-Mail: info@disana.de
Homepage: www.disana.dewww.disana.de

allnatura Möbel und Textil e.K.

Studentenstr. 56
D-73540 Heubach
Telefon: (+49) 07173 716 90
Telefax: (+49) 07173 716 92 9
E-Mail: service@allnatura.de
Homepage: www.allnatura.dewww.allnatura.de

Kirschke GmbH

Eggensteiner Str. 52
D-76397 Stutensee-Blankenloch
Telefon: (+49) 0724 473 49 0
Telefax: (+49) 0724 493 28 5
E-Mail: Info@naturversand-kirschke.de
Homepage: www.naturversand-kirschke.de www.naturversand-krischke.de

Waschbär Versand Triaz GmbH

Wöhlerstr. 4
D-79108 Freiburg
Telefon: (+49) 0180 539 56 56
Telefax: (+49) 0180 58 27 24 0
E-Mail: kundenservice@waschbaer.de
Homepage: www.waschbaer.de www.waschbaer.de

Asanna Mutter& Kind Shop

Burgstr. 20
D-86853 Westerringen
Telefon: (+49) 08232 784 22
Telefax: (+49) 08232 784 22
E-Mail: asanna@onlinehome.de
Homepage: www.asanna.de www.asanna.de

Primel Naturwaren

Im Schlattes 16
D-87496 Untrasried
Telefon: (+49) 08372 766 2
Telefax: (+49) 08372 181 2
E-Mail: info@primel.de
Homepage: www.primel.de www.primel.de

Schäferei Genossenschaft Finkhof e.G.

Sankt Ulrichstr. 1
D-88410 Bad Wurzach
Telefon: (+49) 07564 931710
Telefax: (+49) 07564 931712
Homepage: www.finkhof.de www.finkhof.de

PIXIEKIDS – memama

Dr-von-Fromm-Str. 1a
D-92637 Weiden
Telefon: (+49) 0961 480 26 50
Telefax: (+49) 0961 480 26 59
E-Mail: ap@pixiekids.de
Homepage: www.pixiekids.dewww.pixiekids.de

Konventionelle Versandhäuser mit Ökotextil-Linie**LA REDOUTE-Versand GmbH**

Führt Textilien der Marken Fairetrade/Max Havelaar und "be bio be SMW". Fairetrade/Max Havelaar hält strenge soziale Richtlinien ein, wie z.B. das Verbot von Kinderarbeit. Die verwendete Baumwolle stammt je nach Produkt aus konventioneller oder kontrolliert biologischer Landwirtschaft. „be bio be SMW“ bietet ausschließlich Textilien in kbA Qualität an.

Friedmann-Maier-Strasse 9
5400 Hallein
Telefon: 06245 696 96 9
Telefax: 06245 696 99 9
E-Mail: office@redoute.at
Homepage: www.laredoute.comwww.laredoute.com

Otto GmbH & Co KG

Führt Textilien der Marken PUREWEAR und „Hautfreundlich, weil schadstoffgeprüft by Otto“. Während Textilien der Marke PUREWEAR aus kontrolliert biologischem Anbau stammen, berücksichtigt „Hautfreundlich, weil schadstoffgeprüft by Otto“ hauptsächlich die Schadstoffrückstände im Endprodukt.

Alte Poststrasse 152
8020 Graz
Telefon: 040 646 10
Telefax: 0316 546 03 74
E-Mail: webmaster@ottoversand.at
Homepage: www.ottoversand.at www.ottoversand.at

American Apparel Deutschland GmbH

Die Produkte der Bio-Kollektion „sustainable Edition“ stammen aus kontrolliert biologischem Anbau und werden von SKAL überprüft.

Zollhof 10
D-40221 Düsseldorf
Telefon: (+49) 0211 385 40 90
Telefax: (+49) 0211 385 40 99
E-Mail: info@americanapparel.de
Homepage: www.americanapparel.net www.americanapparel.net

Mützenfabrik Bauer GmbH

Die Materialien der „Ökoline by Bauer“ stammen zu 100% kontrolliert biologischem Anbau.

Beinestr. 11-13
D-68642 Bürstadt
Telefon: (+49) 06206 706 10
Telefax: (+49) 06206 706 11 0
E-Mail: Bauer-Muetzen@t-online.de
Homepage: www.kidcap.de www.kidcap.de

Quelle GmbH

Die Quelle GmbH führt Textilien der Marke „Hautfreundlich, weil schadstoffgeprüft by Quelle“. Dieses Label erfüllt hauptsächlich humanökologische Kriterien, die ausschließlich Rückstände im Endprodukt betreffen. Die Materialien stammen nicht aus kontrolliert biologischem Anbau.

Nürnberger Straße 91-95
D-90762 Fürth
Telefon: (+49) 0911 140
Telefax: (+49) 0180 530 39 09
E-Mail: service.quelle@quelle.de
Homepage: www.quelle.de www.quelle.de

Switcher SA

Das ganze Sortiment ist Öko-Tex 100 und SA 8000 zertifiziert. Außerdem hat Switcher eine eigene Bio-Collection mit dem Label „Bio cotton“. Dieses Label garantiert, dass die Textilien aus kontrolliert biologischem Anbau stammen.

Chemin du Petit Flon, 29
CH-1052 Le Mont sur Lausanne
Telefon: (+41) 021 641 41 41
Telefax: (+41) 021 641 41 00
E-Mail: info@switcher.com
Homepage: www.switcher.com www.switcher.com

Konventionelle Versandhäuser mit Öko-Baby- und Kinderbekleidung

LA REDOUTE-Versand GmbH

Führt Textilien der Marken Fairetrade/Max Havelaar und "be bio be SMW". Fairetrade/Max Havelaar hält strenge soziale Richtlinien ein, wie z.B. das Verbot von Kinderarbeit. Die verwendete Baumwolle stammt je nach Produkt aus konventioneller oder kontrolliert biologischer Landwirtschaft. „be bio be SMW“ bietet ausschließlich Textilien in kbA Qualität an.

Friedmann-Maier-Strasse 9

5400 Hallein

Telefon: 06245 696 96 9

Telefax: 06245 696 99 9

E-Mail: office@redoute.at

Homepage: www.laredoute.com www.laredoute.com www.laredoute.com

Otto GmbH & Co KG

Führt Textilien der Marken PUREWEAR und „Hautfreundlich, weil schadstoffgeprüft by Otto“. Während Textilien der Marke PUREWEAR aus kontrolliert biologischem Anbau stammen, berücksichtigt „Hautfreundlich, weil schadstoffgeprüft by Otto“ hauptsächlich die Schadstoffrückstände im Endprodukt.

Alte Poststrasse 152

8020 Graz

Telefon: 040 646 10

Telefax: 0316 546 03 74

E-Mail: webmaster@ottoversand.at

Homepage: www.ottoversand.at www.ottoversand.at

American Apparel Deutschland GmbH

Die Produkte der Bio-Kollektion „sustainable Edition“ stammen aus kontrolliert biologischem Anbau und werden von SKAL überprüft.

Zollhof 10

D-40221 Düsseldorf

Telefon: (+49) 0211 385 40 90

Telefax: (+49) 0211 385 40 99

E-Mail: info@americanapparel.de

Homepage: www.americanapparel.net www.americanapparel.de

Mützenfabrik Bauer GmbH

Die Mützen der „Ökoline by Bauer“ stammen aus 100% kontrolliert biologischem Anbau.

Beinestr. 11-13
D-68642 Bürstadt
Telefon: (+49) 06206 706 10
Telefax: (+49) 06206 706 11 0
E-Mail: Bauer-Muetzen@t-online.de
Homepage: www.kidcap.de www.kidcap.de

JAKO-O GmbH

JAKO-O ist Öko-Tex 100 zertifiziert. Einige Artikel gibt es auch in kbA Qualität.
Albert-Loacker-Str. 8
D-6960 Wolfurt
Telefon: (+49) 0800 224 48 80 0
Telefax: (+49) 0800 224 48 89 0
E-Mail: firma@jako-o.de
Homepage: www.jako-o.dewww.jako-o.de

Quelle GmbH

Die Quelle GmbH führt Textilien der Marke „Hautfreundlich, weil schadstoffgeprüft by Quelle“. Dieses Label erfüllt hauptsächlich humanökologische Kriterien, die ausschließlich Rückstände im Endprodukt betreffen. Die Materialien stammen nicht aus kontrolliert biologischem Anbau.

Nürnberger Straße 91-95
D-90762 Fürth
Telefon: (+49) 0911 140
Telefax: (+49) 0180 530 39 09
E-Mail: service.quelle@quelle.de
Homepage: www.quelle.de www.quelle.de

Konventionelle Versandhäuser mit Öko-Heimtextilien

Otto GmbH & Co KG

Führt Textilien der Marken PUREWEAR und „Hautfreundlich, weil schadstoffgeprüft by Otto“. Während Textilien der Marke PUREWEAR aus kontrolliert biologischem Anbau stammen, berücksichtigt „Hautfreundlich, weil schadstoffgeprüft by Otto“ hauptsächlich die Schadstoffrückstände im Endprodukt.
Alte Poststrasse 152
8020 Graz
Telefon: 040 646 10
Telefax: 0316 546 03 74
E-Mail: webmaster@ottoversand.at
Homepage: www.ottoversand.atwww.ottoversand.at

Diskont mit dem Label Öko-Tex-Standard 100

NKD

Herz Handelsgesellschaft m. b. H. & Co. KG
Bahnhofstraße 16
4600 Wels
Telefon: 07242 792 99 0
Telefax: 07242 792 99 99
E-Mail: service@nkd.at
Homepage: www.nkd.at www.nkd.at

Hofer KG

Hofer Straße 1
4642 Sattledt
Telefax: 07244 800 03 29
E-Mail: mail@hofer.at
Homepage: www.hofer.at www.hofer.at

Lidl Austria GmbH

Josef-Brandstätter-Strasse 2b
5020 Salzburg
Telefon: 0800 500 81 0
Telefax: 04428 448 00
E-Mail: hotline@Lidl.at
Homepage: www.lidl.at www.lidl.at

Kik Textilien und Non-Food GmbH

Siemensstraße 21
D-59199 Bönen
Telefon: (+49) 02383 954 0
Telefax: (+49) 02383 954 13 0
E-Mail: info@kik-textilien.de
Homepage: www.kik-textilien.com www.kik-textilien.com

Weitere Vertriebsformen

Naturtextilien im „ab Hof-Verkauf“:

Biohof Adamah

Arbeitsgemeinschaft Familie Zoubek
Glinzendorf 7
2282 Markgrafneusiedl
Telefon: 02248 222 40
Telefax: 02248 222 42 0
E-Mail: biohof@adamah.at
Homepage: www.adamah.at www.adamah.at

Marken, die Öko-Tex 100 zertifiziert sind

Bugatti

Herren-Bekleidung
STATZ Bekleidungswerke BRINKMANN GmbH & Co.
www.statz.dewww.statz.de

JAKO-O

Kinder-Bekleidung
JAKO-O GmbH
www.jako-o.dewww.jako-o.de

motivum

Herren-Bekleidung, Accessoires
Motivum GmbH
www.motivum.comwww.motivum.com

sanetta

Kinder-Bekleidung
SANETTA Textilwerk
Gebrüder Ammann GmbH & Co. KG
www.sanetta.dewww.sanetta.de

Tutti Paletti

Kinder-Bekleidung
Emil Heinz GmbH & Co. KG
www.tuttipaletti.comwww.tuttipaletti.com

Dannecker

Sport- und Freizeitmode
Dannecker Sport- und Freizeitmoden GmbH
www.dannecker-sport.dewww.dannecker-sport.de

Falke Ergonomic Sport System

Funktionsunterwäsche, Socken
FALKE KG
www.falke.comwww.falke.com

BP

Berufskleidung
Bierbaum Proenen GmbH & Co. KG
www.bierbaum-proenen.de

rofa

Berufs- und Schutzkleidung
rofa Bekleidungswerk
Schüttorf GmbH & Co. KG
www.rofa.dewww.rofa.de

Alvi

Kinder-Bettwaren
ALVI - Alfred Viehhofer GmbH & Co.
www.alvi.de www.alvi.de

Lapinchen®

Kinder-Frottierwaren
Schenking & Dirting GmbH & Co. KG
www.schenkingdirting.de www.schenkingdirting.de

Götting

Nachtwäsche
Götting-Nachtwäsche e.K.
Inh. Herbert Götz
www.goetting-nachtwaesche.de www.goetting-nachtwaesche.de

C&A Mode Ges.m.b.H & Co. KG

Zieglergasse 3
1070 Wien
Telefon: 01 717 51 0
Telefax: 01 712 82 45
E-Mail: fashion.line@cua.at
Homepage: www.cunda.at www.cunda.at

Folgende Marken sind Öko-Tex-Standard 100 zertifiziert:

Lingerie (Damen-Unterwäsche)
here + there (Kinder-Bekleidung)
Baby Club (Baby-Bekleidung)
Angelo Litrico (Herren-Oberbekleidung)
C&A (Bekleidung, Tag- und Nachtwäsche)
Canda (Herren-Oberbekleidung)
Westbury (Herren-Oberbekleidung)
Palomino (Kinder-Bekleidung)

Triumph-International AG

Wiener Strasse 121 - 123
2700 Wiener Neustadt
Telefon: 02622 399 0
Telefax: 02622 399 30 0
Homepage: www.triumph.com www.triumph.com

Folgende Marken sind Öko-Tex-Standard 100 zertifiziert:

Slipi

Sloggi

Triumph Triaction (Funktionsunterwäsche)

HOM (Unterwäsche, Funktionsunterwäsche), www.hom-unterwaesche.de

BeeDees (Damen-Unterwäsche), www.beedees.com

Kumpf Fashion GmbH

Schwalbenstr. 16-18

72108 Rottenburg

Telefon: (+49) 07472 969 30

Telefax: (+49) 07472 969 32 9

E-Mail: zentrale@kumpf-fashion.de

Homepage: www.kumpf-fashion.de www.kumpf-fashion.de

Folgende Marken sind Öko-Tex-Standard 100 zertifiziert:

Kumpf Body Fashion (Tag- und Nachwäsche für Herren)

Bugatti Underwear

E. R. Thieme GmbH

Richard-Thieme-Str. 1

D-01900 Großröhrsdorf

Telefon: (+49) 035952 353 0

Telefax: (+49) 035952 353 50

E-Mail: info@thieme-gmbh.com

Homepage: www.thieme-gmbh.com www.thieme-gmbh.com

Folgende Marken sind Öko-Tex-Standard 100 zertifiziert:

Atisa (Damen-Nachwäsche)

Mont Piquée (Herren-Unterwäsche)

Comazo (Damen-Unterwäsche)

Stiema Arbeitsschutz GmbH

Gersteinstr. 3

D-59227 Ahlen/ Westf.

Telefon: 02382 635 00

Telefax: 02382 701 98 2

E-Mail: info@stiema.de

Homepage: www.stiema.de www.stiema.de

Folgende Marken sind Öko-Tex-Standard 100 zertifiziert:

Champtex (Arbeitshandschuhe)

Stiema (Berufs- und Schutzkleidung)

CALIDA AG

Industrie Münigen

Postfach

CH-6210 Sursee

Telefon: (+41) 041 925 45 25

Telefax: (+41)041 925 42 84

E-Mail: info@calida.com

Homepage: www.calida.comwww.calida.com

Folgende Marken sind Öko-Tex-Standard 100 zertifiziert:

Calida Bodywear (Tag- und Nachtwäsche für Damen, Herren und Kinder; Launchwear für Damen und Herren)

Just Feel by Calida (modische Damen-Unterwäsche)

Anhang 4: Methode und Auswertung ExpertInnenengespräche

Qualitative ExpertInnenbefragung

Methode

Das qualitative Interview stellt neben Gruppendiskussionen eine wichtige Methode der qualitativen Marktforschung dar. In dieser Form des persönlichen und mündlichen Interviews geht es darum, eine unverzerrte und möglichst vollständige Sammlung von Informationen zu dem interessierenden Untersuchungsgegenstand zu erhalten .

Qualitative Interviews sind in der Regel nicht oder nur teilweise standardisiert. Es werden überwiegend offene Fragen gestellt. Die Auskunftsperson wird durch eine offene Gesprächsführung zur Informationsgabe ermuntert. Das bedeutet einerseits für den Interviewer, dass er sich nur an wenige Regeln halten muss, andererseits sind auch die Antwortmöglichkeiten der Interviewpartner wenig beschränkt. Diese Offenheit der Gesprächsführung ermöglicht es der Auskunftsperson, eigene Themenschwerpunkte zu wählen und diese in eigener Wortwahl zu kommunizieren.

Im Rahmen des sog. „explorativen Interviews“ werden Wissen, Erfahrung, Einstellungen oder Know-How der Auskunftsperson zum Untersuchungsgegenstand abgefragt. Es geht um eine möglichst umfassende und vollständige Sammlung themenbezogener Informationen, wobei das erzählerische Moment der Auskunftsperson im Vordergrund steht. ExpertInnenengespräche werden typischerweise im Rahmen explorativer Interviews geführt. Unter „ExpertInnen“ werden dabei solche Personen verstanden, die aufgrund ihres Fachwissens eine bestimmte fachliche Autorität innehaben. Die offene Gesprächsführung im explorativen Interview erlaubt es dabei, auch sehr komplexe Themenbereiche anzusprechen. So wird erfasst, welche Themenbereiche die Auskunftsperson wie, in welcher Reihenfolge und mit welcher Gewichtung etc. anspricht.

Die Auswertung erfolgt mit Verfahren der qualitativen Inhaltsanalyse. Die klassischen Analyseschritte umfassen die Transkription, die Einzelanalyse, eine generalisierende Analyse und die Bildung eines typisierenden Categoriesystems .

Dazu erfolgt im ersten Schritt eine zusammenfassende Wiedergabe der Einzelinterviews mit dem Ziel, den Text zu reduzieren und die Inhalte in eine überschaubare, verkürzte Form zu bringen, die immer noch ein Abbild des ursprünglichen Grundmaterials bildet. Alle nicht inhaltstragenden und ausschmückenden Wendungen werden gestrichen. Der restliche Text wird auf eine einheitliche Sprachebene gebracht (Paraphrasierung). Danach erfolgt eine Generalisierung der getroffenen Aussagen, um vergleichbare Aussagemuster zu erhalten. Bedeutungsgleiche Paraphrasen werden gestrichen. Abschließend wird eine Bündelung vorgenommen, um so zu grundlegenden Aussagen zu gelangen. Daraus wurden die für alle Branchen allgemein gültigen Parameter für Marketingmaßnahmen erstellt.

Untersuchungsdesign

Es wurden sieben explorative ExpertInneninterviews durchgeführt. Dazu wurden Marketingverantwortliche von Firmen befragt, die nachhaltige Produkte herstellen und vertreiben. Für die Interviews wurden die Branchen ökologische Schuhe und Reinigungsmittel, Naturkosmetik und Baubiologie ausgewählt, da es hier schon gut eingeführte ökologische

Produkte gibt. Ziel der Gespräche war es die Besonderheiten bei der Vermarktung der eigenen Produkte herauszuarbeiten und Gemeinsamkeiten für die Vermarktung von nachhaltigen Produkten zu finden.

Die InterviewpartnerInnen wurden nach Ihrer Einschätzung des österreichischen Ökotextilmarktes befragt. Im zweiten Teil der Befragung wurden Marketingmaßnahmen abgefragt, die im eigenen Unternehmen durchgeführt werden. Im dritten Teil wurden die Auskunftspersonen nach den Gemeinsamkeiten und Unterschieden der Marketingmaßnahmen für Produkte verschiedener Branchen befragt. Der Gesprächsleitfaden befindet sich in auf Seite 13.

Die Gespräche wurden mit folgenden ExpertInnen durchgeführt (alphabetisch gereiht):

AURO Naturfarben GmbH
Dr. Rudolf Schöffmann

PLANET PURE
Silvio Perpmer

STYX Naturkosmetik GmbH
Mag. Johannes Fink

ULRICH natürlich
Fritz Weber

WALDVIERTLER Schuhwerkstatt:
Sonja Koll
Gregor Sieböck

WELEDA Ges.m.b.H & Co. KG
Maga. Kathrin Wurzberger

WOHNGESUND
Gottfried Crepaz

Vorgehensweise beim Interview

Die sieben Interviews wurden im November 2006 durchgeführt. Ein Interview dauerte zwischen 25 und 60 Minuten. Die Interviews fanden in Form von ungezwungenen Gesprächen statt.

Auswertung

Die Interviews wurden von einer Begleitperson am PC protokolliert. Vier Interviews wurden aufgrund von Terminproblemen und Firmenstandorten im Westen von Österreich telefonisch geführt. In der Phase der Paraphrasierung wurden Aussagen in den Einzelinterviews von nicht inhaltstragenden Passagen bereinigt und in eine Kurzform gebracht. Die gebildeten Paraphrasen wurden Schwerpunkten zugeordnet.

Im nächsten Schritt wurde eine Liste aller genannten Paraphrasen den drei Themenbereichen erstellt und dabei eine Generalisierung der einzelnen Aussagen getroffen. Dadurch

wurde ein Überblick über die Gemeinsamkeiten und inhaltlichen Unterschiede der Aussagen ermöglicht. Gleichzeitig gibt diese einen Überblick über die von den Auskunftspersonen behandelten Themen. Die Häufigkeit der Nennungen der einzelnen Parameter finden Sie ab Seite 15.

Die Liste dient gemeinsam mit den in den vorangegangenen Workshops „Ökotextilien aus der Nische zum Trendprodukt!“ erarbeiteten Ergebnissen als Grundlage für die Erstellung des 1 x 1 des Ökomarketing.

Gesprächsleitfäden ExpertInneninterviews

Gesprächsleitfaden ExpertInneninterviews

Firma: _____

InterviewpartnerIn: _____

Funktion: _____



Das Projekt wird im Rahmen der Programmlinie "Fabrik der Zukunft" - einer **Initiative des Bundesministeriums für Verkehr und Technologie (BMVIT)** – durchgeführt.

"die umweltberatung" wurde beauftragt im Rahmen der Programmlinie „Fabrik der Zukunft“, unterstützt durch das Bundesministerium für Verkehr, Innovation und Technologie, eine Erhebung von Konsumtypologien für sozial und ökologisch produzierte Textilien durchzuführen. Weiters wurden Kommunikations- und Vermarktungsstrategien für den österreichischen Ökotextilmarkt entwickelt. Ziel des Projektes ist, das Angebot an Ökotextilien und damit auch österreichische ProduzentInnen und HändlerInnen zu stärken. In Form von ExpertInnengesprächen soll die Übertragbarkeit der Ergebnisse auf andere Branchen überprüft werden.

"die umweltberatung" - Ihre erste Adresse für Umweltfragen!

Vom Wissen zum Handeln! So lautet unser Motto, denn das theoretische Wissen über ökologische Zusammenhänge muss im Alltag einfach anwendbar sein. "die umweltberatung" gibt praktische Tipps und Anregungen für umweltgerechtes Handeln in möglichst allen Lebenslagen – ob es dabei um gesunde Ernährung, naturnahes Gärtnern, ökologisches Bauen, umweltfreundliches Reinigen oder Klimaschutz geht.

Sie erreichen uns unter der Service Hotline 01/803 32 32 oder im Internet unter www.umweltberatung.at

Das Ausfüllen des Fragebogens beansprucht ca. 20 Min., die Auswertung der Fragebögen erfolgt anonym!

- 1. Wie schätzen Sie den Markt für Ökotextilien in Österreich ein?**
- 2. Wie wird sich der Markt für Ökotextilien Ihrer Meinung nach in den nächsten Jahren entwickeln?**
- 3. Wie sollen die HändlerInnen darauf reagieren?**
- 4. Wo liegen die Besonderheiten und Herausforderungen in der Vermarktung von Ihren Produkten?**
- 5. Welche Marketinginstrumente nutzen Sie für die Vermarktung Ihrer Produkte**
 - Produktgestaltung
 - Preisgestaltung
 - Kommunikationswege
 - Vertriebswege
- 6. Aus welchen Motiven kaufen die KundInnen Ihre Produkte?**
- 7. Welche Kaufhemmnisse vermuten Sie in Bezug auf Ihre Produkte?**
- 8. Was ist beim Marketing von Ökoprodukten allen Produktparten gemeinsam?**
- 9. Welche Instrumente können sich die Vermarkter von Ökotextilien Ihrer Meinung nach von Ihnen anschauen?**
- 10. Was sind aus Ihrer Sicht die drei wichtigsten Maßnahmen in der Vermarktung von Ökoprodukten?**

Vielen Dank für Ihre Unterstützung!

"die umweltberatung" Wien

Paraphrasen aus den ExpertInneninterviews

Die Paraphrasen wurden nach Häufigkeit der Nennung geordnet.

Themenbereich	Interview 1	Interview 2	Interview 3	Interview 4	Interview 5	Interview 6	Interview 7	SUMME
Einschätzung des Ökotextilmarktes								
Wissens der KonsumentInnen zur Textilproblematik ist gering	x	x		x				3
Ökotextilien sind schwer verfügbar	x		x	x				3
Angebot an Ökotextilien ist nicht befriedigend	x		x				x	3
Ökotextilmarkt hat sich in den letzten Jahren verschlechtert		x	x					2
KonsumentInnen handeln nicht mehr so ökologisch wie früher		x		x				2
Zukünftige Entwicklung des Ökotextilmarktes								
Ökotextilmarkt verbessert sich in den nächsten Jahren wenn folgende Voraussetzungen erfüllt sind:	x	x	x	x	x		x	6
Körpernahe Textilien haben hohes Potenzial gekauft zu werden			x				x	2
Gute Verfügbarkeit, Design und Auswahl von Ökotextilien					x			1
Nach Bio Lebensmitteln und Naturkosmetik sind Ökotextilien nächster logische Schritt				x				1
Handlungsempfehlungen für ÖkotextilhändlerInnen								
Verbesserung des Bewusstseins der Bevölkerung	x	x		x		x	x	5
Einbettung in ein konventionelles Sortiment	x	x	x			x	x	5
Nutzen der Ökotextilien im Vergleich zu konventionellen hervorheben	x	x			x	x		4
Ansprechende Warenpräsentation				x		x	x	3
„Shop in Shop“ Konzepte im konventionellen Handel					x		x	2
Besonderheiten der Vermarktung eigener Produkte								
Geringes Werbebudget im Vergleich zur konventionellen Konkurrenz		x	x					2
Große Konkurrenz zu ökologischen AnbieterInnen			x			x		2
Ungerichteter Imageaufbau durch Werbemaßnahmen			x					1
Abgrenzung zu Produkten die nur grünes Mäntelchen tragen				x				1
MitarbeiterInnen brauchen großes Know-How						x		1
Ökoprodukte haben gleiche Eigenschaften wie konventionelle				x				1

Themenbereich	Interview 1	Interview 2	Interview 3	Interview 4	Interview 5	Interview 6	Interview 7	SUMME
Produktgestaltung								
Produktlinien deutlich unterscheidbar	x		x		x	x		4
Deklaration der Inhaltsstoffe		x		x		x	x	4
Hohe Produktqualität	x		x					2
Individuelle Größen und Sonderanfertigungen	x						x	2
Reparaturservice	x							1
Umweltfreundliche Verpackungsmaterialien		x				x		2
Kommunikationswege								
Wenig klassische Werbung aus Kostengründen	x	x	x	x	x	x	x	7
Homepage mit Produktinformation	x	x	x	x	x	x	x	7
Wenig Inserate in Medien aus dem Bereich Nachhaltigkeit	x		x		x	x	x	5
Gratisproben und Produktmuster		x	x		x	x	x	5
KundInnenkontakt auf Messen und Veranstaltungen	x		x		x	x	x	5
Plakate	x		x		x	x		4
Displaymaterial		x		x		x	x	4
Presseaussendungen und redaktionelle Beiträge	x		x			x		3
Folder und Broschüren		x	x			x		3
Produktkatalog	x		x					2
KundInnenzeitschrift	x					x		2
Give –aways aus Produktionsresten	x		x					2
PR durch Firmeninhaber	x							1
Inserate im Internet							x	1
Startpakete für HändlerInnen		x						1
Dekorationsmaterial						x		1
StammkundInnenpflege							x	1
Weiterempfehlungen durch ExpertInnen und KundInnen							x	1

Themenbereich	Interview 1	Interview 2	Interview 3	Interview 4	Interview 5	Interview 6	Interview 7	SUMME
Vertriebswege								
Naturkostläden	x	x	x	x	x	x		6
VertriebspartnerInnen	x		x	x		x	x	5
Drogerien		x	x		x	x		4
Konventionelle Handelsketten	x	x			x	x		4
Eigenes Geschäft	x		x	x			x	4
Reformhäuser		x			x			2
Apotheken			x		x			2
Biosupermärkte		x		x				2
Drogerieketten					x			1
Versandhandel				x				1
Online Shop				x				1
Preisgestaltung								
Gehobene Preisklasse	x		x	x				3
Mittlere Preisklasse					x	x		2
Untere Preisklasse		x						1
untere bis gehobene Preisklasse							x	1
Kaufmotive								
Natürliche Rohstoffe		x	x		x	x		4
Gesundheitsnutzen		x		x				2
Einfache Handhabung und gute Funktion der Produkte						x	x	2
Vertrauen durch Testsiegel				x				1
Ökologie dient als Zusatznutzen							x	1

Themenbereich	Interview 1	Interview 2	Interview 3	Interview 4	Interview 5	Interview 6	Interview 7	SUMME
Kaufhemmnisse								
KonsumentInnen kennen Produkte nicht		x	x	x		x	x	5
Hoher Preis schreckt die KundInnen ab			x	x	x			3
Produktvorteile nicht bekannt		x						1
Produkte nicht überall erhältlich				x				1
Alte Gewohnheiten						x		1
Gemeinsamkeiten aller Produktparten								
Vorteile und Produktnutzen der Öko- produkte kommunizieren		x	x	x	x	x		5
Transparenz bei Herkunft der Rohstoffe und Arbeitsbedingungen		x		x		x		3
Glaubwürdigkeit durch Labels	x	x			x			3
Ganzheitliches ökologisches Firmen- konzept	x							1
Stärken des eigenen Marketing								
Faire Partnerschaften zu KundInnen, ZulieferInnen, ArbeiterInnen und Ver- triebspartnerInnen	x		x	x				3
Ständige Weiterentwicklung und Fle- xibilität	x		x		x			3
Gute Information der KundInnen	x	x		x				3
Top Marketingmaßnahmen								
Interesse der KundInnen wecken		x		x	x			4
Produktvorteile (Gesundheit, Umwelt) kommunizieren	x	x		x				2
Imageaufbau			x	x				2
Gute KundInnenberatung			x				x	2
Gute Produktgestaltung und Waren- präsentation					x		x	2

Glossar

AOX

Adsorbierbare, organisch gebundene Halogene, wobei "X" für das entsprechende Halogen steht. Halogenierte organische Verbindungen reichern sich aufgrund der schlechten Abbaubarkeit in der Umwelt an. Wichtigste Quelle für AOX in der Textilproduktion sind Bleichprozesse mit chlorhaltigen Chemikalien.

Appretur

Die Appretur verleiht Textilien bestimmte Eigenschaften bezüglich Griff, Fülle, Steife Wasch- und Chemischreinigungsbeständigkeit. Spezialappreturen betreffen z.B. Flammfestigkeit, Schmutzabweisbarkeit und antibakterielle Ausrüstung.

AZO-Farbstoffe

Einige Azo-Farbstoffe werden zur Färbung von Textilien eingesetzt. Einige können durch reduktive Spaltung krebserregende Amine abspalten.

Demeter

Biobewegung die auf Grundlage Rudolf Steiners antroposophischer Lehren den biologisch dynamischen Landbau entwickelte.

ETAD

Ecological and Toxicological Association of Dyes and Organic Pigments Manufacturers, www.etad.com

EDTA

Ethylendiamintetraessigsäure wird zur Stabilisation von Bleichbädern eingesetzt und ist nur sehr schlecht biologisch abbaubar.

EC 50

gibt die Konzentration eines Inhibitors an, die nötig ist, um ein Enzym in vivo zu blockieren. Dabei wird die Konzentration gemessen, bei der die Aktivität des Enzyms um 50% abgenommen hat.

FORMALDEHYD

wird zur Textilveredelung eingesetzt. Es kann Allergien verursachen und ist ab einer Konzentration von mehr als 0,15% im fertigen Textil laut Gefahrstoffverordnung auf dem Etikett des Kleidungsstückes kennzeichnungspflichtig.

IC 50

gibt die Konzentration eines Inhibitors an, die nötig ist, um ein Enzym in vitro zu blockieren. Dabei wird die Konzentration gemessen, bei der die Aktivität des Enzyms um 50% abgenommen hat.

IFOAM

Internationale Vereinigung der ökologischen Landbaubewegungen. Die IFOAM entwickelte Standards für die ökologische Landwirtschaft und die Öko-Zertifizierungen. Für Europa gilt die EU-VO 2092/91. Für die USA gilt das National Organic Program.

kbA

kontrolliert biologischer Anbau nach den Richtlinien International Federation of organic agriculture movements (IFOAM)

kbT

kontrolliert biologische Tierhaltung nach den Richtlinien International Federation of organic agriculture movements (IFOAM)

LC 50

Letale Konzentration für 50 % der Population (Algen-, Fischtoxizität)

LD 50

Letale Dosis für 50 % der Versuchstiere

RAL

Deutsches Institut für Gütesicherung und Kennzeichnung e.V.

PU

Polyurethan

PVC

Polyvinylchlorid

Schwermetalle

Die in der Textilindustrie eingesetzten üblichen Schwermetalle wie z.B. Blei, Cadmium, Kupfer besitzen in höheren Konzentrationen toxisches Potenzial. Die meisten dieser Schwermetalle kommen bei der Ausrüstung von Textilien in Form von Salzen zum Einsatz.

SKAL

die Stiftung kontrolliert alternativer Landbau ist die niederländische halbstaatliche Prüfstelle für kontrolliert biologischen Anbau.

TBT, DBT, MBT

zinnorganische Verbindungen welche möglicherweise das Immun- und Hormonsystem beeinträchtigen können.

Literaturverzeichnis/ Abbildungsverzeichnis/ Tabellenverzeichnis

Quellenangaben und weiterführende Literatur zu Ökotextil-Labels in Österreich

Die Kriterien und die Kontrollmechanismen der jeweiligen Labels wurden von den Zeichenvergabestellen und HerstellerInnen zur Verfügung gestellt. Weiters wurden Informationen von folgenden Institutionen bezogen. "die umweltberatung" kann daher für die Vollständigkeit der Angaben keine Verantwortung übernehmen.

Bundesministerium für Umwelt, Jugend und Familie: Textilchemikalien in Österreich; Teil 1 :
Textilhilfsmittel, Einsatzmengen, Anwendungsgebiete und ökologische Bewertung, 1999.

Bundesministerium für Umwelt, Jugend und Familie: Textilchemikalien in Österreich; Teil 2 :
Farbstoffe und Pigmente, Einsatzmengen, Anwendungsgebiete und ökologische Bewertung,
1999.

Falbe J., Regitz M.: Römpf Lexikon Lebensmittelchemie, Georg Thieme Verlag Stuttgart New
York, 1995

Fessel-GfK Institut für Marktforschung Ges.m.b.H, Mag. Bernadette Zandonella, Textiljahr
2004

Lacasse K., Baumann W.: Textile Chemicals, Environmental Data and Facts. Springer Verlag,
2004.

Mackwitz H., Hingst W.: Reiz-Wäsche, Unsere Kleidung: Mode, Gifte, Öko-Look. Campus
Verlag 1996

Ökotest 10/ 2005: Textilsiegel

Pestizidaktions-Netzwerk e.V. gibt regelmäßig den Baumwollnewsletter (organic cotton circu-
lar) heraus. www.pan-germany.net

Ried M.: Chemie im Kleiderschrank; Rowohlt 1989

Schildt, J. et al: Greenpeace Magazin 2004, Textilfibel.

Statistik Austria, Statistisches Jahrbuch Österreichs 2005, www.statistik.at

Swisstextiles Textilverband Schweiz, Ökolabel und Umwelt, www.swisstextiles.ch

Literatur zu den Ergebnissen der ExpertInnengespräche

Kepper G.: Qualitative Marktforschung. Methoden, Einsatzmöglichkeiten und Beurteilungskri-
terien, Deutscher Universitäts Verlag Wiesbaden, 1994

Friedrichs J.: Methoden empirischer Sozialforschung, Westdeutscher Verlag Opladen, 1990

→