
Textile Nachhaltigkeit definieren: Was bringt Verbraucher um den Schlaf?

Der Klimawandel scheint Verbrauchern mehr Kopfzerbrechen zu machen, als jüngste Medienberichte andeuten. Laut der bahnbrechenden, weltweit durchgeführten, quantitativen Verbraucherbefragung „The Key to Confidence: Consumers and Textile Sustainability—Attitudes, Changing Behaviors, and Outlooks“, die von der OEKO-TEX® Gemeinschaft anlässlich ihres 25-jährigen Bestehens in Auftrag gegeben wurde, rangiert der Klimawandel auf Platz drei einer Liste von sechzehn Problemen der heutigen Zeit, die Verbrauchern Sorge bereiten.

Im Rahmen der im Laufe des Jahres durchgeführten Online-Befragung „The Key to Confidence“ wurden Daten von mehr als 11.000 Käufern von Bekleidung und Heimtextilien erhoben. Entwickelt und umgesetzt hat die Studie Ellen Karp von Anerca International, eine Expertin für globale Marken und Nachhaltigkeitsforschung. Die umfangreiche Befragung untersuchte ein breites Spektrum Verbraucherhaltungen zum Thema „Nachhaltigkeit bei Textilien“ auf, einschließlich der Bereiche Schadstoffe, die Auswirkungen der Industrie auf die Umwelt und das soziale Wohlergehen von Arbeitern in der Textilindustrie.

Vor der Beantwortung spezieller Fragen zu Bekleidung und Heimtextilien, antworteten die Verbraucher zunächst auf mehrere Fragen, die es erlauben, ihre allgemeine Haltung zum Thema Nachhaltigkeit zu ermitteln. Um die relative Bedeutung des Klimawandels zu verstehen, wurden die Verbraucher gebeten, aus einer Liste von sechzehn politischen, wirtschaftlichen, persönlichen und globalen Problemen die fünf Themen auszuwählen, die ihnen am meisten Sorgen bereiten. „Terrorismus“ rangierte auf Platz 1, dieses Problem wurde von 49 % der Befragten unter den Top 5 aufgelistet. Auf Platz 2 lagen „Krankheiten“ mit 42 %, und „Klimawandel“ erreichte mit 41 % Platz 3. „Meine persönliche finanzielle Situation“ lag mit 37 % auf Platz 4. Platz 5 teilten sich „Möglichkeiten für die eigenen Kinder in der Zukunft“ und „Politische Führung im eigenen Land“ mit jeweils 31 %.

„Der Klimawandel ist für Verbraucher zu einem bedeutenden Thema geworden“, folgert Karp. „Wetterkapriolen, zunehmende wissenschaftliche Belege, eskalierende politische Debatten und eigene Erfahrungen mit Umweltzerstörung – all das zusammen lässt den Klimawandel in den Köpfen der Menschen immer stärker zu einer unmittelbaren Bedrohung anwachsen, als es noch vor 10 Jahren der Fall war“.

„Seit 25 Jahren trägt OEKO-TEX® dazu bei, den Einsatz schädlicher Chemikalien zu reduzieren und nachhaltige Produktionsverfahren in der globalen Textil-Lieferkette zu fördern“, sagt Anna Czerwinska, Head of Marketing and Communication bei OEKO-TEX®. „Unsere zertifizierten Kunden sind Branchenführer bei der Herstellung konformer, hochwertiger Textilien, die auf Schadstoffe geprüft sind und verantwortungsvoll in Bezug auf Umwelt und Mitarbeiter hergestellt werden.“

Presseinformation | 28.11.2017 | 2253-DE

Sie sind gut aufgestellt, um von der steigenden Nachfrage der Konsumenten nach nachhaltigen Textilien zu profitieren“.

Unter dem folgenden Link können Sie sich ein Webinar mit Ellen Karp ansehen, in dem die Ergebnisse der Umfrage präsentiert werden: <https://rebrand.ly/oekotexTKTCweb>. Für weitere Informationen zu „The Key to Confidence: Consumers and Textile Sustainability—Attitudes, Changing Behaviors, and Outlooks“ wenden Sie sich bitte per E-Mail an Trish Martin (t.martin@oeko-tex.com) oder Anna Czerwinska (a.czerwinska@oeko-tex.com). Nähere Details zum OEKO-TEX® Portfolio an Prüfungen, Zertifizierungen und Produktlabels finden Sie unter: www.oeko-tex.com.

Über OEKO-TEX®

Mit 25 Jahren Erfahrung ist OEKO-TEX® weltweit führend darin, Konsumenten und Unternehmen zu ermöglichen, unseren Planeten durch verantwortungsvolles Handeln zu schützen. OEKO-TEX® bietet standardisierte Lösungen mit denen Kunden ihre Herstellungsprozesse optimieren können und die dazu beitragen, hochwertige und nachhaltige Produkte auf den Markt zu bringen. Alle Dienstleistungen des OEKO-TEX® Portfolios dienen dazu, die Systeme, Prozesse und Produkte unserer Kunden zu stärken und – letztendlich – nachhaltigere Unternehmen zu schaffen. Aktuell arbeiten 10.000 Hersteller, Marken und Handelsunternehmen in knapp 100 Ländern mit OEKO-TEX®, um sicherzustellen, dass ihre Produkte auf mögliche Schadstoffe überprüft werden. Gleichzeitig nutzen Millionen von Verbrauchern rund um den Globus die OEKO-TEX® Labels als Orientierung für ihre Kaufentscheidung. Von OEKO-TEX® zertifizierte Produkte und Lieferanten findet man online im OEKO-TEX® Einkaufsführer unter www.oeko-tex.com/produkte. Folgen Sie OEKO-TEX auf Facebook, LinkedIn und Twitter.