

# Detox-Zwischenbilanz II

Wie ernst Händler  
verantwortungsvolle Mode  
nehmen



GREENPEACE



# Einleitung

## Supermärkte verkaufen Lebensmittel?

Ja, aber nicht nur. Ein schnell wechselndes Billigangebot an Kleidung, Heimtextilien und Schuhen gehört längst zum festen Sortiment der Supermärkte. Ein Konzept, das funktioniert: Der Weg zur Tiefkühltruhe führt an der aktuellen Frühjahrskollektion vorbei, und so landet gerne auch mal ein preiswertes Paar Sneakers neben dem Bergkäse im Einkaufswagen. **Dementsprechend haben sich Aldi, Lidl und Tchibo mit jeweils rund einer Milliarde Euro Textil-Umsatz im Jahr unter die größten Modehändler Deutschlands gesellt.**

## Großes Säubern beginnt

Im Herbst 2014 sieht sich Greenpeace die Supermarkt-Textilien genauer an und muss feststellen, dass es sowohl Kleidung als auch Schuhe in sich haben: Das beauftragte Labor findet in den verschiedenen Stichproben umwelt- und gesundheitsschädliche Chemikalien. **Mit den Ergebnissen**

## Wegwerf-Mode war gestern, wir brauchen Mode mit Zukunft!

Alexandra Perschau, Textil-Expertin bei Greenpeace

**konfrontiert, verpflichten sich Aldi, Kaufland, Lidl, Rewe/Penny und Tchibo zum Umdenken: Bis 2020 sollen alle schädlichen Chemikalien aus ihrem Textilsortiment verschwunden sein.** Sie versprechen zudem, über nachhaltigen Konsum zu informieren. Konkret sollen die Kunden angeregt werden, mehr nachhaltige Produkte zu kaufen und so auf unnötige Kleidungs- und Schuhkäufe zu verzichten.

## Zwischenbilanz

Papier ist geduldig, wir nicht. Deshalb hat Greenpeace nachgeforscht, welche Taten tatsächlich den Worten von vor rund zwei Jahren folgten. Im

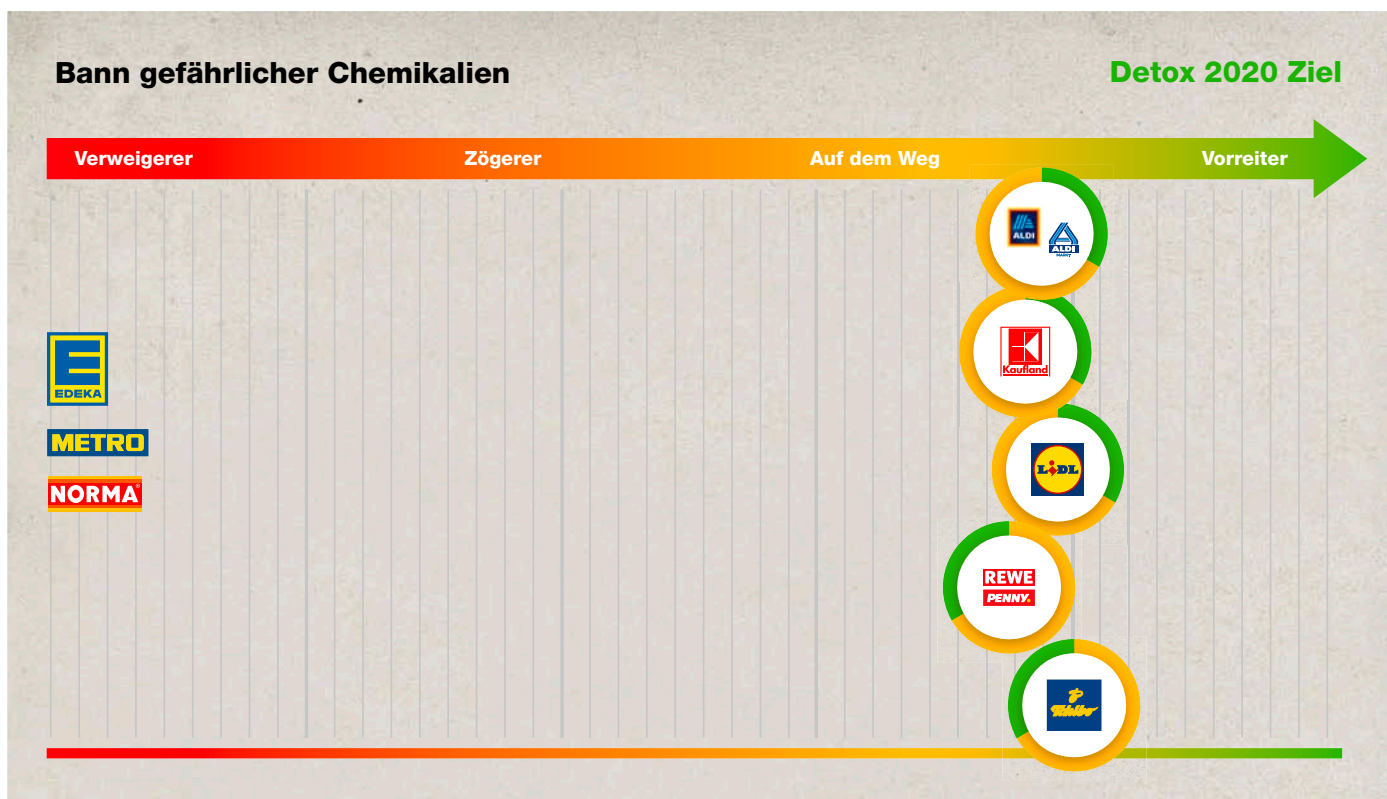
Jahr 2015 hat Greenpeace eine erste Zwischenbilanz gezogen. **Wie sich die Supermarktketten seither entwickelt haben, zeigen die Analyse und das Ranking auf den folgenden Seiten.** Für die Rankings wurden die Entwicklungen sowohl beim Bann gefährlicher Chemikalien als auch bei der Umstellung auf langlebige und recyclebare Mode herangezogen. Diese wurden auf Basis der Detox-Fortschrittsberichte und weiterer öffentlich zugänglicher Informationen der Unternehmen bewertet. Die entsprechenden Kriterien sind auf [www.greenpeace.de](http://www.greenpeace.de) veröffentlicht.



## Die Verweigerer

Auch andere Supermarktketten wie Edeka, Metro und Norma haben Textilien im Sortiment. Diese sind im Ranking als Verweigerer eingeordnet. Anders als Aldi, Kaufland, Lidl, Rewe/Penny und Tchibo haben sie sich 2015 nicht verpflichtet, im Rahmen der Greenpeace-Detox-Kampagne ihre Textilsparte aufzuräumen. Sie haben weder einen individuellen Fahrplan für ein zukünftig giftfreies Textilsortiment veröffentlicht, noch setzen sie sich für einen bewussteren und weniger verschwenderischen Textilkonsum ein.

# Ergebnisse in der Übersicht

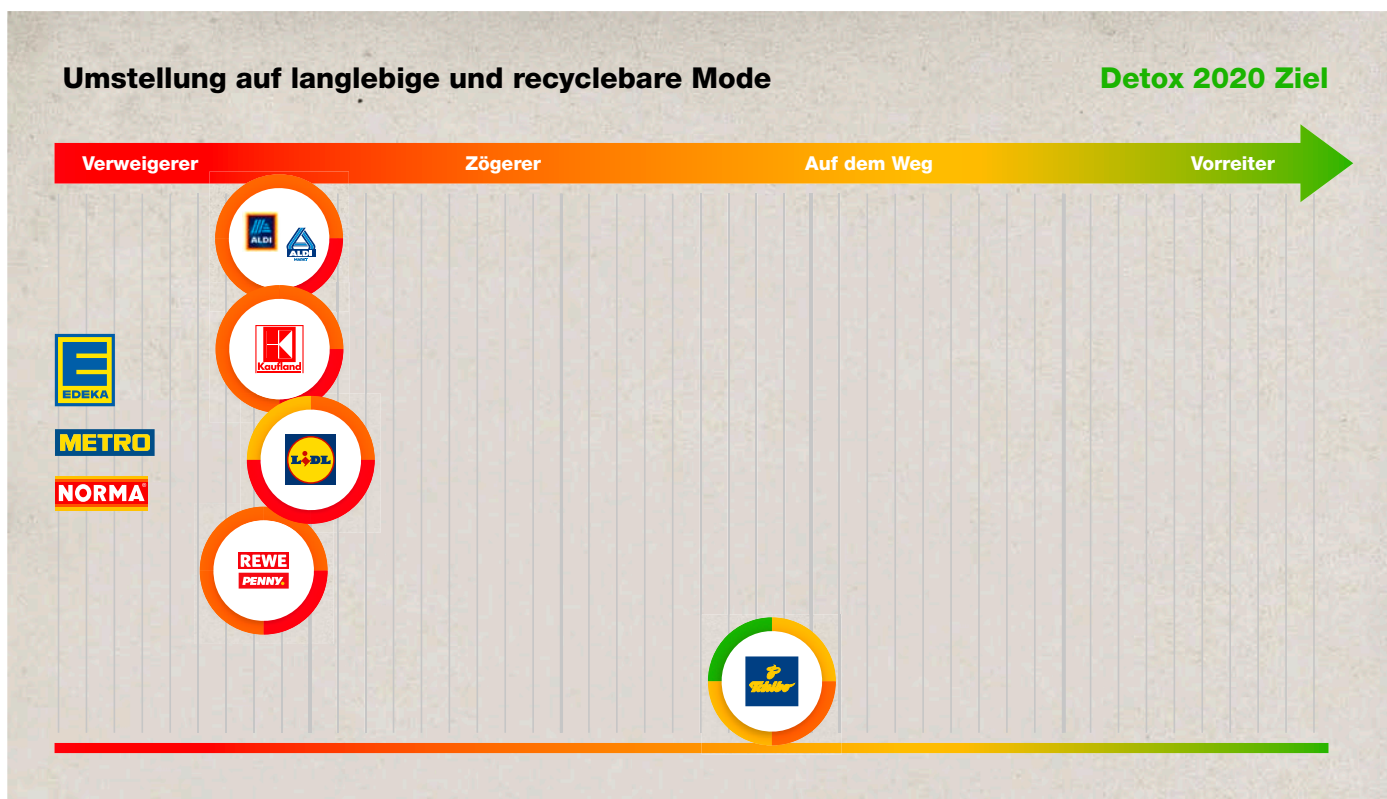


## Das klappt schon ganz gut: Bann gefährlicher Chemikalien

Die gute Nachricht ist, dass die genannten Supermärkte das Entgiften ihres Mode-Sortiments ernst nehmen. Sie haben allesamt achtbare Fortschritte erzielt. Die individuellen Listen gefährlicher, aus der Textilfertigung komplett verbannter Stoffe (Manufacturing Restricted Substances List,

kurz MSRL), werden regelmäßig aktualisiert. Tchibo geht mit gutem Beispiel voran. Das Unternehmen hat eine umfangreiche und in den Grenzwerten anspruchsvolle Liste erstellt. In Sachen Eliminierung von PFC (per- und polyfluorierte Chemikalien) zeigen alle Supermärkte, dass die umweltschädliche Substanzgruppe ersetzt werden kann. Der Zusage, Abwasserdaten

aus Nassverarbeitungsbetrieben der Lieferketten zu veröffentlichen, kommen die Unternehmen im Wesentlichen nach. Eine positive Entwicklung ist die Veröffentlichung von Lieferantlisten. Nachdem im Januar 2017 Lidl vorlegte, folgten bis Anfang März 2017 Kaufland und Aldi. Tchibo hat die Veröffentlichung ihrer Lieferantliste im Jahr 2017 angekündigt.



### Das geht besser: Umstellung auf langlebige und recyclebare Mode

Doch das ambitionierte Entgiftungsziel kann nur dann erreicht werden, wenn die Händler nicht weiterhin Kleidung in Millionen-Stückzahl produzieren. Die Supermärkte müssen sich stärker bemühen, um den Wandel von kurzlebiger Massenmode hin zu langlebiger Qualitätsmode zu meistern. Tchibo ist, anders als seine Mitstreiter, zumindest konzeptionell auf dem richtigen Weg. Mit einer umfassenden Strategie, die sämtliche Produktlebensphasen analysiert und Maßnah-

men und Zeitpläne ableitet, beweist die Handelskette: Es ist möglich komplexere Wandlungsprozesse in Geschäftsmodelle zu integrieren. Den Worten müssen nun noch deutlich mehr sichtbare Taten folgen. Um sich vom Fast Fashion Model zu verabschieden, kommt es darauf an, für alle Produktlebensphasen – nämlich Herstellung, Nutzung und Verwertung – neue Herangehensweisen zu entwickeln. Das Produktdesign hat beispielsweise einen entscheidenden Einfluss auf den gesamten weiteren Lebensweg jedes einzelnen

Stücks. Eine hohe Qualität ist Voraussetzung für die lange Nutzungsphase von Produkten. Jenseits des Verkaufs von Waren sind Konzepte für Leihen, Tauschen oder Second-Hand und Upcycling zu entwickeln. Am Ende eines langen Textillebens brauchen Verbraucher funktionierende Rücknahme-Systeme. Schließlich sind es die Unternehmen, die in der Verantwortung stehen, die bestmögliche Option für Weiterverwendung oder Recycling sicherzustellen.



# Ergebnisse im Detail

## Unternehmen in alphabetischer Reihenfolge



## Aldi

Die beiden Aldi-Ketten Nord und Süd sind Deutschlands umsatzstärkster Discounter, zusammen betreiben sie über 4.200 Filialen. Außerhalb Deutschlands kommen die beiden Discounter zusätzlich auf knapp 6.000 Filialen. Aldi Nord ist in weiteren acht europäischen Ländern präsent. Aldi Süd betreibt zusätzlich Märkte in sechs europäischen Ländern, in den USA und in Australien.

Aldi Nord und Aldi Süd haben sich im März 2015 verpflichtet, bis 2020 weltweit auf den Einsatz gefährlicher

Chemikalien in der Herstellung von Bekleidung, Heimtextilien und Schuhen zu verzichten und diese Schritt für Schritt durch unbedenkliche Alternativen zu ersetzen. Diese Verpflichtung haben die beiden Handelsriesen auch mit ihren Lieferanten abgesichert und schulen diese dementsprechend.

Hier kann man die Detox-Fortschrittsberichte einsehen: [www.aldi-nord.de/oekologische-produktionsstandards.html](http://www.aldi-nord.de/oekologische-produktionsstandards.html) [cr.aldisouthgroup.com/de/international-activities/detox-commitment](http://cr.aldisouthgroup.com/de/international-activities/detox-commitment)

### Strategie

Bereits Ende 2015 hat Aldi unter dem Stichwort „Systemischer Wandel“ zusammengetragen, welche Punkte aus Unternehmenssicht bearbeitet werden müssen: Produktdesign, der Einsatz nachhaltiger Materialien, verbesserte Produktlebensdauer, Recycling und

Kundenkommunikation zum nachhaltigen Konsum. Die genannten Punkte sind allesamt relevant, dennoch ist noch keine klare Strategie zu erkennen – es fehlen Prioritäten, quantifizierte Ziele, konkrete Maßnahmen und Zeitpläne.

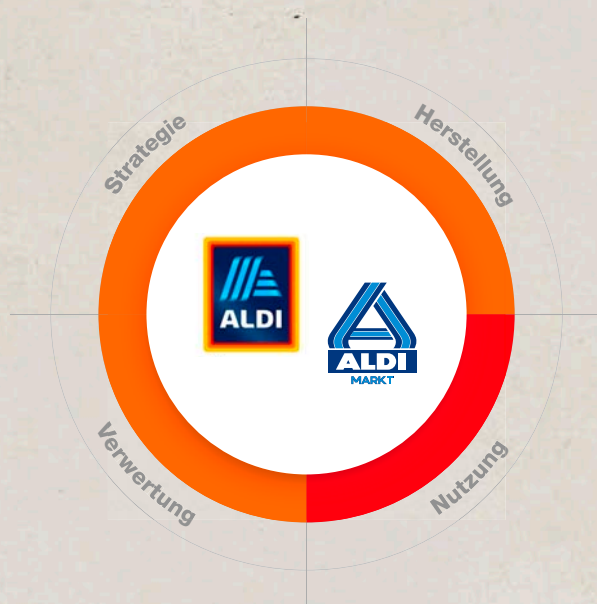
### Herstellung

Welche konkreten Anforderungen zur Sicherstellung der Kreislauffähigkeit an das Produktdesign gestellt werden, wird nicht erläutert. Begrüßenswert ist die Nennung des Fasereinsatzes im Gesamtsortiment: Baumwolle ist mit einem Anteil von 60 Prozent die wichtigste Faser. Synthetische Fasern – zum größten Teil Polyester – erreichen einen Anteil von 35 Prozent. Aldi hat zwar mittlerweile zertifizierte Baumwolltextilien im Sortiment, lässt jedoch offen, wie hoch der Anteil ist. Immerhin kündigt Aldi für 2017 an, eine Baumwollstrategie zu entwickeln und mit Mengenzielen zu hinterlegen. Die Kenntnis über die genaue Zusammensetzung der Materialien ist wichtige Voraussetzung, um die Kreislauffähigkeit von Produkten bewerten zu können. Diesbezüglich muss Aldi das Sortiment noch genauer unter die Lupe nehmen.

### Nutzung

Aldi verweist darauf, dass ein Arbeitsschwerpunkt der Qualitätsabteilungen sei, die Langlebigkeit der Textilien sicherzustellen. In einem Forschungsprojekt wurden Kriterien für Langlebigkeit erarbeitet und Optimierungspotenziale abgeleitet. Die Arbeit ist der Öffentlichkeit leider nicht zugänglich. Ebenfalls unklar ist, ob und wie die gewonnenen Erkenntnisse in die Qualitätsrichtlinien und Einkaufsprozesse integriert werden.

## Umstellung auf langlebige und recyclebare Mode



<sup>1</sup> Es handelt sich um die Standards Fairtrade, CmiA, OCS, GOTS. Die jeweiligen Erläuterungen finden sich im Glossar auf Seite 17.



### Verwertung

Aldi hat noch keine umfassenden Maßnahmen zur Textilrücknahme, zur weiteren Nutzung und zum Recycling gestartet. Es werden Gespräche mit Dienstleistern geführt. In Österreich werden Restanten, also nicht verkaufte Textilien und Schuhe, an eine gemeinnützige Organisation gespendet. Im Vergleich zum massenhaften Aktionswarenverkauf von Kleidung ist diese Maßnahme allerdings zu gering.

### Schwarze Liste für Chemikalien

Aldi hat mit der Selbstverpflichtung 2015 eine Liste mit gefährlichen Substanzen (Manufacturing Restricted Substances List, kurz MRSL<sup>2</sup>) veröffentlicht und diese regelmäßig aktualisiert, zuletzt im Januar 2017. Der Clean Factory Approach<sup>3</sup> wird verfolgt. Aldi ist hier insgesamt auf einem guten Weg.

### Verzicht auf PFC

Seit 1. Januar 2017 gilt für PFC ein umfassendes Verbot der Substanzen in der Produktion. Abwassertests im Jahr 2016 haben gezeigt, dass 78 Prozent der Betriebe bereits PFC-frei produzierten. Mit Hilfe des Clean Factory Approach soll sichergestellt werden, dass

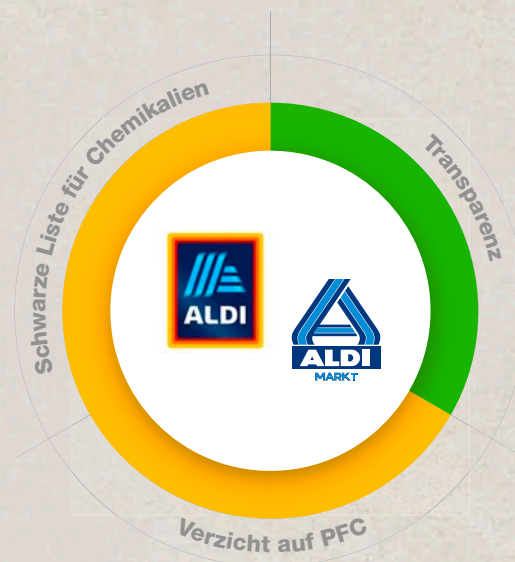
die komplette Produktionsstätte sauber ist und so Verunreinigungen vermieden werden. Eine Fallstudie zum Ersatz von PFC wurde auf [www.subsport.org](http://www.subsport.org) veröffentlicht. Damit ist Aldi voll im Plan, was die Eliminierung dieser Substanzgruppe angeht.

### Transparenz

#### (Abwasserdaten und Lieferanten)

Aldi hat Abwasserdaten von 81 Prozent der in der Lieferkette involvierten Nassbetriebe veröffentlicht. Das Ziel von 80 Prozent wurde damit erreicht. Zusätzlich hat Aldi im März 2017 seine Hauptlieferanten offengelegt.

## Bann gefährlicher Chemikalien



<sup>2,3</sup> Eine Erläuterung findet sich im Glossar auf Seite 17.





## Kaufland

Kaufland betreibt Warenhäuser in acht Ländern und hat insgesamt knapp 1.200 Filialen, allein 640 davon in Deutschland. International ist Kaufland auch in Polen, Tschechien, der Slowakei, Rumänien, Bulgarien und Australien vertreten. Schwerpunkt im Textilbereich sind Strumpfwaren und Schuhe, aber auch Bekleidung und Heimtextilien werden verkauft.

Im Dezember 2015 verpflichtete sich Kaufland, bis 2020 sein Sortiment zu entgiften und demnach auf alle gefähr-

lichen Chemikalien in der Produktion von Bekleidung und Schuhen zu verzichten. Diese Verpflichtung hat Kaufland vertraglich mit seinen Lieferanten abgesichert und führt entsprechende Schulungen durch. Zusätzlich hat sich das Unternehmen vorgenommen, den Verkauf ökologisch einwandfreier und langlebiger Textilprodukte zu steigern, um den nachhaltigen Textilkonsum zu fördern.

Hier kann man die Detox-Fortschrittsberichte einsehen: [unternehmen.kaufland.de/mensch-und-umwelt/umwelt-und-klimaschutz.html#textilien](http://unternehmen.kaufland.de/mensch-und-umwelt/umwelt-und-klimaschutz.html#textilien)

### Strategie

Kaufland hat sich mit der Detox-Selbstverpflichtung das Ziel gesetzt, den Verkauf ökologisch einwandfreier und langlebiger Textilprodukte sukzessive zu steigern und ein Rücknah-

meprogramm zu entwickeln. Es sind jedoch noch Lücken in seiner Strategie für mehr Nachhaltigkeit im Sortiment. Dieses sogenannte Slowing and Closing the Loop soll zur Entschleunigung des Sortimentwechsels und zum verstärkten Angebot langlebiger und wiederverwertbarer Produkte führen. Außerdem fehlt ein konkreter Fahrplan mit Maßnahmen und Zeithorizonten.

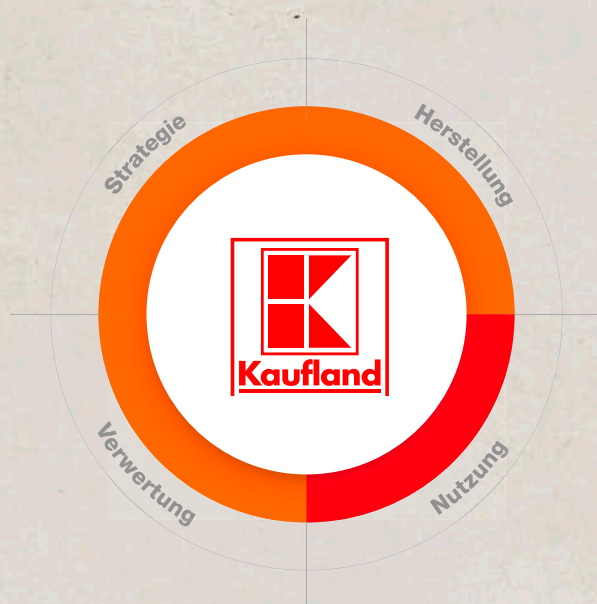
### Herstellung

Kaufland erstellt Produktstandards zur umwelt- und ressourcenschonenden Sortimentsgestaltung bei Textilien und Schuhen. Dazu zählen Waren, die nach dem Global Organic Textile Standard (GOTS)<sup>4</sup> zertifiziert sind oder Recyclingmaterial enthalten. Bis Ende 2017 sollen 25 Prozent der Eigenmarken umgestellt sein. Offen bleibt, wie weit das Unternehmen in der Umsetzung schon fortgeschritten ist. Unerwähnt bleibt auch, welche Faserarten in welchen Mengen und Materialmischen eingesetzt werden. Es braucht so schnell wie möglich ein klares Bekenntnis zu veränderten Designansprüchen, die die Kreislauffähigkeit berücksichtigen. Außerdem muss die Dokumentation von Fortschritten bei der Gestaltung des Sortiments transparenter erfolgen.

### Nutzung

Für eine längere Nutzungsphase sind noch keine besonderen Maßnahmen öffentlich angekündigt. Immerhin wird das umwelt- und ressourcenschonende Sortiment durch Newsletter und Kundenprospekte beworben und Kunden so für einen veränderten Konsum sensibilisiert. Dennoch gilt es, in Sachen verlängerter Lebensdauer von Textilien noch deutlich besser zu werden.

## Umstellung auf langlebige und recyclebare Mode



4 Eine Erläuterung findet sich im Glossar auf Seite 17.



## Verwertung

Wie versprochen hat Kaufland versucht, ein Textilrücknahmesystem im eigenen Filialnetz zu etablieren. Die Umsetzung musste allerdings wegen behördlicher Hindernisse bis auf Weiteres gestoppt werden. Unter den gegebenen Umständen ist zu überlegen, ob Kaufland an seinen weiteren europäischen Standorten eine solche Rücknahmemöglichkeit schaffen kann. Denn in Osteuropa ist die Infrastruktur für Textilrücknahme deutlich schwächer als in Deutschland.

## Schwarze Liste für Chemikalien

Die im Zuge der Detox-Verpflichtung veröffentlichte Liste mit gefährlichen Substanzen (Manufacturing Restricted Substances List, kurz MRSL) von Kaufland vom Februar 2016 war auf dem vereinbarten Stand. Für 2017 ist eine Überarbeitung bereits angekündigt. Kaufland folgt dem Clean Factory Approach<sup>5</sup>. Seit Beginn der Verpflichtung sind 130 Nassverarbeitungsbetriebe zum Chemikalieneinsatz auditiert worden. Das Unternehmen ist hierbei auf einem guten Weg.

## Verzicht auf PFC

Bei Kaufland gilt seit 1. Januar 2017 ein umfassendes Verbot für PFC in der Produktion. Abwassertests im Jahr 2016 haben gezeigt, dass 86 Prozent

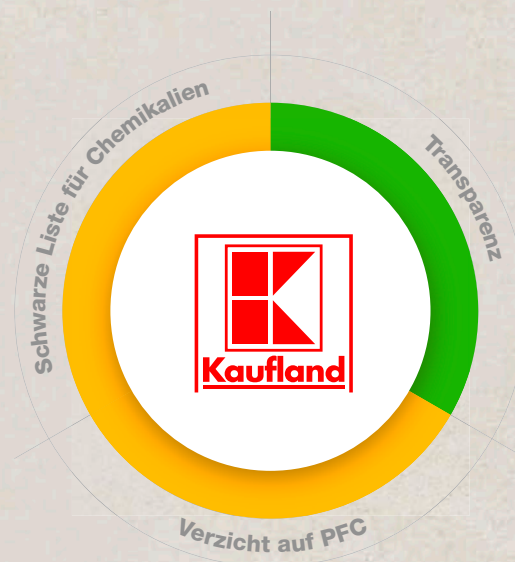
der untersuchten Lieferanten-Betriebe bereits PFC-frei produzierten. Der Clean Factory Approach soll sicherstellen, dass keine Verunreinigungen durch andere Produktionslinien erfolgen können. Eine Fallstudie zum Ersatz von PFC wurde auf der unternehmenseigenen Website veröffentlicht. Damit ist Kaufland im Plan, was die Eliminierung dieser Substanzgruppe angeht.

## Transparenz

### (Abwasserdaten und Lieferanten)

Bis zum 1. September 2016 sollten Abwasserdaten von 80 Prozent der Lieferanten in China offengelegt werden. Das Ziel wurde erreicht: Daten von 84 Prozent der chinesischen Lieferanten wurden fristgerecht veröffentlicht. Zusätzlich hat Kaufland im März 2017 seine Lieferanten offengelegt.

## Bann gefährlicher Chemikalien



<sup>5</sup> Eine Erläuterung findet sich im Glossar auf Seite 17.





## Lidl

Der Discounter Lidl ist weltweit in 27 Ländern aktiv. Allein in Deutschland hat Lidl rund 3.200 Filialen, in denen neben Lebensmitteln auch sogenannte Aktionsware verkauft wird – darunter Textilien und Schuhe. Im Dezember 2014 hat Lidl zugesagt, Textilien und Schuhe seiner Eigenmarken bis 2020 ohne umwelt- und gesundheits-schädliche Chemikalien produzieren zu lassen.

Lidl hat mit dem „Lidl Detox Commitment Zwischenbericht 2017“ den

ersten umfassenden Bericht sowie weitere ergänzende Dokumente veröffentlicht, um die bisherige und geplante Umsetzung der Detox-Verpflichtung zu dokumentieren.

Hier kann man die Detox-Fortschrittsberichte einsehen:

[www.lidl.de/de/detox-commitment/s7376403](http://www.lidl.de/de/detox-commitment/s7376403)

### Übergreifende Strategie

Lidl verpflichtet sich, Produkte so zu gestalten, dass sie in zunehmendem Maße Anforderungen an einen geschlossenen Produktkreislauf (Closed-Loop-Ansatz<sup>6</sup>) entsprechen: Langlebigkeit und hohe Qualität, Wiederverwendung und -verwertung, signifikant gesenkter Rohstoffverbrauch und reduzierte Abfallmengen sollen in der Produktentwicklung berücksichtigt werden. Das bereits 2015 gestartete Informationsprogramm zum nach-

haltigen Konsum führt Lidl weiter fort. Der Lidl-Ansatz ist ein guter Anfang, die Strategie weist jedoch noch Schwächen auf und muss sich zukünftig vor allem auch folgenden Fragen widmen: Welche überprüfbaren Ziele sind gesetzt? Welche konkreten Maßnahmen und Zeitpläne werden verfolgt? Leiten sich aus den Gegebenheiten in den verschiedenen Ländern unterschiedliche Prioritäten ab? Wie wird der Aspekt der Entschleunigung integriert?

### Herstellung

Für die Umsetzung kreislauffähiger Textilprodukte entwickelt Lidl als Pilotprojekt ein voll recyclingfähiges T-Shirt mit kompostierbaren Druckfarben, das ab 2018 in den Läden erhältlich sein soll. Das Sortiment enthält aktuell auch Textilien aus Fairtrade-Baumwolle, allerdings ohne den Anteil auszuweisen. Darüber hinaus fehlen auch Informationen darüber, welche Fasern in welchen Mengen und Materialzusammensetzungen insgesamt im Lidl-Textilsortiment eingesetzt werden.

### Nutzung

Für die Nutzungsphase sind bislang keine speziellen Konzepte angekündigt. Der Schwerpunkt der Arbeit liegt in der Verbesserung des Produktdesigns in Bezug auf Langlebigkeit und Qualität. Nach welchen Kriterien Lidl diese definiert, wird nicht ausgeführt.

### Verwertung

Auch für die Verwertungsphase hat Lidl keine besonderen Maßnahmen beschrieben.

## Umstellung auf langlebige und recyclebare Mode



<sup>6</sup> Eine Erläuterung findet sich im Glossar auf Seite 17.



### Schwarze Liste für Chemikalien

Lidl hat seine Liste mit gefährlichen Substanzen (Manufacturing Restricted Substances List, kurz MRSL<sup>7</sup>) seit der Veröffentlichung der Detox-Selbstverpflichtung zweimal aktualisiert und entspricht damit der Forderung nach regelmäßiger Überarbeitung. Lidl folgt dem Clean Factory Approach<sup>8</sup>: Seit Beginn der Verpflichtung sind 130 Nassverarbeitungsbetriebe in China, Bangladesch und der Türkei zum Chemikalieneinsatz auditiert worden. Lidl befindet sich auf dem Weg und erfüllt seine Aufgaben.

### Verzicht auf PFC

Laut der Detox-Selbstverpflichtung hat Lidl bis zum 1. Juli 2017 Zeit, PFC aus der kompletten Produktionskette zu verbannen. Im Jahr 2016 zeigten die Abwasseruntersuchungen, dass bereits 93 Prozent der zuliefernden Betriebe PFC-frei waren. Auf [www.subsport.org](http://www.subsport.org) wurde zudem eine Fallstudie zu PFC veröffentlicht. Es sieht so aus, als würde Lidl das Zwischenziel auf dem Weg zu einer giftfreien Produktion erreichen.

### Transparenz

#### (Abwasserdaten und Lieferanten)

In puncto Transparenz hat Lidl seine Ziele eingehalten und wie vereinbart Abwassertests von 80 Prozent seiner Lieferanten mit „Nassprozessen“ (etwa Färben und Drucken) auf der Infor-

mationsplattform der chinesischen Nichtregierungsorganisation IPE veröffentlicht. Darüber hinaus hat Lidl im Januar 2017 als erste Supermarktkette die Hauptproduktionsstätten für Textilien und Schuhe offengelegt.

## Bann gefährlicher Chemikalien



<sup>7,8</sup> Eine Erläuterung findet sich im Glossar auf Seite 17.





## Rewe/Penny

Die Rewe Group ist mit ihrer Handels-  
sparte in elf europäischen Ländern  
aktiv. Sie betreibt insgesamt fast  
15.000 Filialen, über 10.000 davon in  
Deutschland. Zur Rewe Group gehö-  
ren nicht nur die Rewe-Supermärkte  
und Rewe-Center, sondern auch die  
Discounterkette Penny und die Toom-  
Baumärkte.

Im Dezember 2014 verpflichtete sich  
Rewe, die Lieferkette der Eigenmar-  
ken für Heimtextilien, Schuhe und  
Kleidung zu entgiften.

Rewe agiert transparent und veröffent-  
lichte ein umfangreiches Update auf  
der eigenen Website. Darin wird auch  
sichtbar, welche Zwischenziele bereits  
erreicht wurden.

Hier kann man die Detox-Fortschritts-  
berichte einsehen:

[www.rewe-group.com/de/  
nachhaltigkeit/gruene-produkte/  
unser-detox-programm](http://www.rewe-group.com/de/nachhaltigkeit/gruene-produkte/unser-detox-programm)

### Übergreifende Strategie

Rewe hat im März 2017 ein Strategie-  
papier zum Closed-Loop-Ansatz<sup>9</sup>  
veröffentlicht. Inhaltlich bekennt das  
Unternehmen sich zur Ressourcen-  
schonung und der Förderung des  
nachhaltigen Konsums. Allerdings  
definiert Rewe den Begriff Closed  
Loop für sich lediglich als einen Pro-  
duktionsprozess, in dem gebrauchte  
Waren gesammelt, verarbeitet und  
als neue Produkte wieder verkauft

werden. Rewe will diesen Kreislauf  
für den Textilbereich aufbauen und  
weiterentwickeln. Zudem werden Kun-  
den dahingehend sensibilisiert,  
dass sie „nachhaltigkeitsorientierte  
Konsumentenscheidungen“ treffen  
können. Die Strategie vernachlässigt  
die Nutzungsphase von Produkten  
und den Aspekt der Entschleunigung  
des Sortimentswechsels. Zudem  
fehlen klare Prioritäten, quantifizierte  
Ziele, Maßnahmen und Zeitpläne. Die  
Unternehmensgruppe nähert sich der  
Herausforderung eher defensiv, indem  
sie Studien sowie Markt- und Wett-  
bewerbsanalysen beauftragt. Will das  
Unternehmen den Anschluss nicht  
verlieren, sind deutlich mehr Weitblick  
und Entscheidungsfreude gefordert.

### Herstellung

In der Herstellung will Rewe auf eine  
dauerhafte Zusammenarbeit mit stra-  
tegischen Produzenten hinarbeiten.  
Zudem hat sich die Unternehmens-  
gruppe das Ziel gesetzt, den Anteil  
von Textilien, die aus Baumwolle nach  
den Standards CmiA oder GOTS<sup>10</sup>  
hergestellt ist, bis Ende 2017 auf 70  
Prozent zu erhöhen (Stand 2015: 56  
Prozent). An dieser Stelle zeigt sich  
Rewe transparent und positioniert  
sich im Ranking an zweiter Stelle –  
mit deutlichem Abstand zum Rest.  
Vereinzelt werden auch Produkte mit  
recyclten Materialien eingesetzt,  
allerdings noch ohne konkrete An-  
gaben über die Mengen. Zudem gibt  
es noch keine besondere Auslobung  
oder Kennzeichnung von Recycling-  
fasern. Insgesamt bleibt offen, welche  
Faserarten in welchen Mengen und  
Materialzusammensetzungen einge-  
setzt werden. Auch wird nicht klar,  
ob und inwieweit veränderte Design-  
anforderungen die Kreislauffähigkeit  
von Produkten sicherstellen.

## Umstellung auf langlebige und recyclebare Mode



<sup>9, 10</sup> Eine Erläuterung findet sich im Glossar auf Seite 17.



## Nutzung

Rewe nimmt für sich in Anspruch, „qualitativ gute und langlebige Textilien“ anzubieten, ohne allerdings konkret zu definieren, was eine gute Qualität bedeutet oder wie lange denn eigentlich ein langlebiges Kleidungsstück halten soll. Verantwortung für die Nutzungsphase von Textilien zu übernehmen bedeutet jedoch mehr, als Kunden mit Waschanleitungen oder Informationen rund um Fasereigenschaften zu versorgen. Außerdem versäumt Rewe zu erläutern, inwieweit erste Maßnahmen in Sachen Upcycling – ob als Online-Arbeitsanleitung oder durch Auszubildenden-Projekte – zu Lerneffekten führen und in relevante Maßnahmen übersetzt werden.

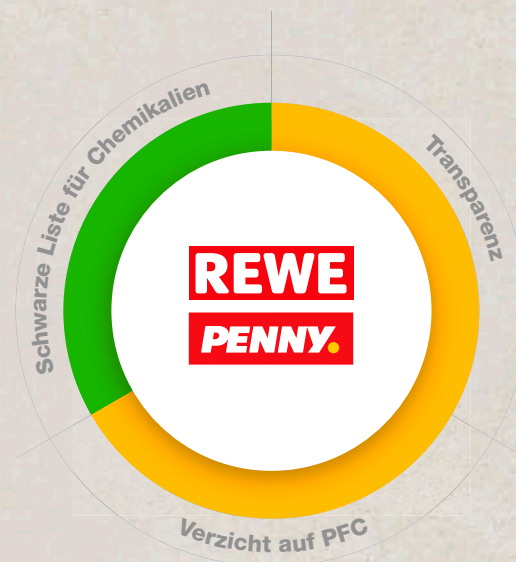
## Verwertung

Die Rewe Group hat in Kooperation mit der Universität Hongkong eine Analyse zum ökonomischen Nutzen von Rücknahmesystemen für Textilien erstellt. Inzwischen hat sie sich entschieden, im Lauf des Jahres 2017 mit Hilfe eines Dienstleisters die Sammlung von Textilien aufzubauen. An mehreren hundert Penny-Standorten in Deutschland sollen Altkleider gesammelt werden. Rewe hat jedoch noch nicht angeführt, nach welchen Kriterien der Dienstleister ausgewählt wurde, ob die Warenströme genau festgehalten und veröffentlicht werden oder was mit den erwirtschafteten Erlösen passieren soll.

## Schwarze Liste für Chemikalien

Rewe hat seine Liste mit gefährlichen Substanzen (Manufacturing Restricted Substances List, kurz MRSL<sup>11</sup>) für das Jahr 2016 überarbeitet, um neue Substanzen ergänzt und Grenzwerte dem neuesten Stand der Technik angepasst. Das Unternehmen investiert in Informationsmaterialien, Mitarbeiter- und Lieferanten-Schulungen sowie

## Bann gefährlicher Chemikalien



umfangreiche Trainingsprogramme für Textilproduzenten und verfolgt den Clean Factory Approach<sup>12</sup>. Letzterer könnte allerdings noch prominenter kommuniziert werden. Insgesamt befindet sich Rewe auf einem guten Weg in Sachen Chemikalien-Management.

## Verzicht auf PFC

Rewe hat sich dazu verpflichtet, ab dem 1. Januar 2017 PFC vollständig aus der Produktion zu verbannen. Entsprechendes ist in den Verträgen mit den Lieferanten festgeschrieben. Die Abwassertests aus dem Jahr 2016 zeigten, dass 75 Prozent der Betriebsstätten bereits PFC-frei arbeiten. In China fanden die Labore jedoch noch in knapp 40 Prozent der Abwasserproben PFC. Rewe hat auf der Unternehmenswebsite eine Fallstudie zur Substitution von PFC in einer Produktionsstätte in Bangladesch veröffentlicht. Mit Trainings- und Schulungsmaßnahmen will Rewe die gesteckten Ziele zuverlässig erreichen.

## Transparenz

### (Abwasserdaten und Lieferanten)

Im Zwischenbericht 2015 gab Rewe an, Tests von Wasser- und Schlammproben bei 80 Prozent der Zuliefererbetriebe innerhalb der Nassproduktion durchgeführt zu haben. Das Ziel von mindestens 50 Prozent wurde somit erreicht. Inzwischen sind zudem alle Lieferanten vertraglich dazu verpflichtet, die Ergebnisse auf der IPE-Plattform<sup>13</sup> (Datenbank zur Erfassung von Umweltverschmutzungen) zu veröffentlichen. Offen bleibt jedoch, wie hoch der IPE-Publikationsanteil der Zulieferbetriebe im Jahr 2016 ist. Positiv zu bewerten ist ein gesonderter Bericht, der die Abwasserdaten aus den verschiedenen Betrieben vergleicht, Probleme identifiziert und notwendige Maßnahmen ableitet. Eine Liste mit Zulieferbetrieben hat das Unternehmen jedoch bislang nicht veröffentlicht.

<sup>11, 12, 13</sup> Eine Erläuterung findet sich im Glossar auf Seite 17.





## Tchibo

Tchibo hat knapp 700 Filialen in Deutschland und über 350 weitere in sieben europäischen Ländern.

Darüber hinaus betreibt Tchibo 8.300 Depots im Fach- und Lebensmittelhandel, die neben Kaffee auch sehr viele Textilien anbieten.

Tchibo war im Oktober 2014 der erste große Händler, der sich verpflichtete, bis 2020 zu entgiften. Anders als bei anderen Supermarktketten gilt dieses Versprechen nicht nur für Kleidung und Schuhe, sondern für das gesamte

Non-Food-Sortiment. Die verschiedenen Veröffentlichungen rund um die Detox-Verpflichtung zeigen, dass Tchibo sich zum Vorreiter entwickelt hat.

Hier kann man die Detox-Fortschrittsberichte und weitere relevante Dokumente einsehen:

[www.tchibo.com/servlet/content/1119124/-/starteseite-deutsch/tchibo-unternehmen/verantwortung/gebrauchsartikel/detox.html](http://www.tchibo.com/servlet/content/1119124/-/starteseite-deutsch/tchibo-unternehmen/verantwortung/gebrauchsartikel/detox.html)

### Strategie

Tchibo hat sich hier als Spitzenreiter positioniert. Vor allem, weil eine umfassende Strategie erarbeitet wurde, die sämtliche Produktlebensphasen unter die Lupe nimmt und anhand eines Potenzialchecks Maßnahmen und Zeitpläne ableitet. Die Strategie integriert die Anforderungen des Closed-Loop-Ansatzes<sup>14</sup> in das Produktdesign, die Nutzung recycelter

und erneuerbarer Materialien, langlebige Produkte sowie Wiederverwendung und Recycling. Bis 2020 sollen alle Produkte nach vom Unternehmen definierten Kriterien Closed-Loop-fit sein. Darüber hinaus kündigte das Unternehmen an zu prüfen, wie neue Formen des Konsums (z. B. „teilen statt besitzen“) in das eigene Geschäftsmodell integriert werden können.

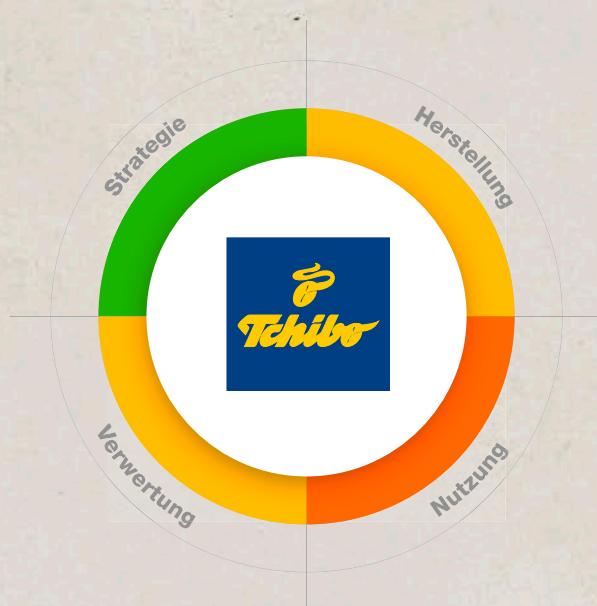
### Herstellung

Um Produkte kreislauffähig zu gestalten, setzt Tchibo aktuell Teams aus Produktmanagement, Qualitätsmanagement und Einkauf zusammen, um für jede Produktkategorie Closed-Loop-Guidelines zu entwickeln. Das zeigt die strategische Verankerung des Ansatzes im laufenden Geschäft. 2016 wurden mit einem kompostierbaren Herren-Shirt erste praktische Erfahrungen in der Umsetzung der Closed-Loop-Strategie gesammelt. Als weltweit drittgrößter Nutzer von Bio-Baumwolle und mit 80 Prozent zertifizierter Baumwolle<sup>15</sup> liegt Tchibo mit seinem Gesamtsortiment bei diesem Teilaspekt an erster Stelle des Rankings.

### Nutzung

Besondere Maßnahmen in Sachen Garantien, Reparaturen oder neue, nachhaltige Formen des Konsums für Textilien bleiben noch vage. Da die Detox-Selbstverpflichtung für den gesamten Non-Food-Bereich gilt, verweist Tchibo darauf, dass Garantieumfänge und -zeiträume für bestimmte Produkte über gesetzliche Vorgaben hinaus gewährt werden. Zum Teil können Ersatzteile bestellt (Möbel) oder ein Reparaturservice in Anspruch genommen werden (Uhren, Schmuck). Die Sensibilisierung von Kunden für nachhaltigen Konsum im Sinne des Closed-Loop-Ansatzes erfolgt anhand

## Umstellung auf langlebige und recyclebare Mode



<sup>14</sup> Eine Erläuterung findet sich im Glossar auf Seite 17.

<sup>15</sup> Es handelt sich um die Standards Organic Cotton, GOTS, CmiA, BCI. Die jeweiligen Erläuterungen finden sich im Glossar auf Seite 17.



realisierter Pilotprojekte. Doch selbst das Unternehmen mit dem umfassendsten Ansatz hat hier noch Luft nach oben.

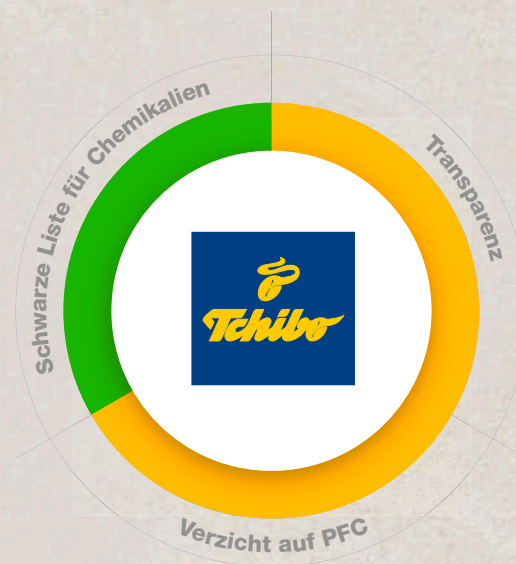
### Verwertung

Nach einer detaillierten Analyse bestehender Rücknahmesysteme und deren Stärken und Schwächen hat Tchibo drei Ansatzpunkte zur Verbesserung kreislauforientierter Rücknahme- und Recyclingsysteme identifiziert: kostenlose und einfach erreichbare Rücknahmesysteme, sensibilisierte Verbraucher und die gemeinnützige Nutzung der zurückgegebenen Textilien sowie etwaiger Verkaufserlöse. Bei Textilien kooperiert Tchibo neuerdings mit dem Dachverband FairWertung, dessen gemeinnützige Mitgliedsorganisationen Kleidersammlungen nach sozialen und ökologischen Kriterien durchführen. Dieser Rücknahme-Ansatz muss jedoch noch für die anderen Länder ergänzt werden, in denen Tchibo aktiv ist. Denn in den meisten Fällen sind die Rücknahmequoten für Textilien dort deutlich schlechter als in Deutschland.

### Schwarze Liste für Chemikalien

Um die Chemie in der Lieferkette zu kontrollieren, hat Tchibo die eigene Liste mit gefährlichen Substanzen (Manufacturing Restricted Substances List, kurz MRSL<sup>16</sup>) konsequent weiterentwickelt, umfangreich ergänzt und strenge Grenzwerte festgelegt. Dementsprechend hat Tchibo hier im Vergleich zu den anderen Supermarktketten deutlich die Nase vorne. Das Unternehmen verfolgt einen Clean Factory Approach<sup>17</sup>, der auf eine dauerhafte Umstellung sämtlicher Produktionsprozesse der Nassbetriebe abzielt. Dass Tchibo den Ansatz auch glaubwürdig verfolgt, beweist das

## Bann gefährlicher Chemikalien



Unternehmen durch einen engen Austausch sowie Schulungen, Trainings und Weiterbildungsmaßnahmen in den einzelnen Betrieben.

### Verzicht auf PFC

Tchibo hat bereits vor der Detox-Selbstverpflichtung begonnen, PFC aus der Produktionskette zu eliminieren. Ziel war es, diese Chemikalien bis Juli 2016 endgültig zu verbannen. In sämtlichen Verträgen mit Lieferanten ist dieses Verbot inzwischen festgeschrieben. Eine PFC-Fallstudie ist bereits auf [www.subsport.org](http://www.subsport.org) veröffentlicht, weitere Fallstudien werden dort gerade geprüft. Tchibo hat ebenso wie die anderen überprüften Supermärkte bewiesen: PFC lassen sich in der Produktion ersetzen. Damit ist das Problem PFC jedoch noch lange nicht aus der Welt, beispielsweise aufgrund verunreinigter Chemikalienzubereitungen, die in der Produktion zum Einsatz kommen.

### Transparenz

#### (Abwasserdaten und Lieferanten)

Tchibo hatte im Fortschrittsbericht Ende 2015 angekündigt, die Abwasserdaten von 80 Prozent der Lieferanten offenzulegen. Für 126 Nassbetriebe, die an der Herstellung von 86 Prozent der verkauften Textilien beteiligt waren, lagen dem Unternehmen Analysedaten vor. Die Veröffentlichung der Daten wird von den Lieferanten eingefordert, hinkt allerdings etwas hinterher. Im laufenden Jahr soll daran gearbeitet werden. Eine Lieferanten-Liste ist aktuell noch nicht veröffentlicht. Nach Gesprächen mit Greenpeace und der Vorlage der Wettbewerber hat das Unternehmen nun angekündigt, die Liste der Produktionsstätten 2017 zu veröffentlichen.

<sup>16, 17</sup> Eine Erläuterung findet sich im Glossar auf Seite 17.



# Fazit

Die größten deutschen Supermarktketten sind zwar beim Bann gefährlicher Chemikalien auf einem guten Weg, haben aber bei der Umstellung auf langlebige und recyclebare Mode noch einige Arbeit vor sich. Sie müssen das schnelllebige Mode-Karussell entschleunigen und kreislauffähige Produkte ins Zentrum stellen. Dies sind die Voraussetzungen, um die Detox Selbstverpflichtung bis 2020 zu erreichen. Umfragen und Berichte von Greenpeace machen deutlich, dass sich die vielen bestehenden Probleme der Textilindustrie durch die Massen an Kleidung, die gekauft, getragen und zu schnell wieder entsorgt werden, weiter verschärfen. Es ist unrealistisch, den aktuellen Massenkonsum mit Mode aus ökologisch und sozial gerechter Produktion zu decken. Ohne substantielle Änderungen ihres Textilgeschäfts riskieren Aldi Nord und Süd, Kaufland, Lidl, Rewe/Penny und Tchibo ihren Erfolg beim Verbannen gefährlicher Chemikalien.

## **Dringend notwendig: Entschleunigung und Kreislauf**

Kleidung darf nicht länger Wegwerfware bleiben. Eine verlängerte Lebensdauer ist essenziell. Dabei können die Supermärkte einen entscheidenden Beitrag leisten. Die Detox-Zwischenbilanz zeigt: Die Vollsortimenter tun sich noch schwer, aus dem Konzept der Massen- und Billig-Mode auszuweichen. In den meisten Fällen nähern sich die Unternehmen dem Thema zu langsam und vorsichtig an. Es muss eine Gesamtstrategie entwickelt werden, denn lose Einzelmaßnahmen binden zu viel Aufmerksamkeit und werden nicht den notwendigen Systemwandel erreichen. Dass eine solche Gesamtstrategie machbar ist und komplexere Wandlungsprozesse ins eigene Geschäftsmodell integrierbar sind, zeigt Tchibo: Im Closed-Loop-Ansatz des Unternehmens werden sämtliche Produkt-



lebensphasen analysiert sowie Maßnahmen und Zeitpläne abgeleitet. Für alle Phasen (Herstellung, Nutzung und Verwertung) gilt es, neue Aspekte zu berücksichtigen. Das Produktdesign hat entscheidenden Einfluss auf den gesamten weiteren Lebensweg jedes einzelnen Stücks.

## **Qualität statt Quantität**

Die von Greenpeace analysierten Supermarktketten erheben den

Anspruch, den Kunden qualitativ hochwertige Produkte zu verkaufen, die lange getragen werden können. Dennoch wagt keine davon, sich öffentlich dazu zu positionieren, was denn „lange“ genau bedeutet. Wenn die Supermärkte ihren Qualitätsmanagern vertrauen, sollte diesem Schritt eigentlich nichts im Wege stehen. Insgesamt scheint die Nutzungsphase die größte Herausforderung darzustellen. Neben einer klaren Aussage

zur Langlebigkeit sind Garantien oder Reparaturdienstleistungen wünschenswerte Maßnahmen. Wer sich als Vorreiter hervortun möchte, muss sich trauen, erste Schritte für neue Formen des Konsums wie beispielsweise Teilen, Leihen oder Tauschen zu setzen.

### Zurück zum Anfang

Wollen Kunden Kleidung oder Schuhe selbst nicht mehr nutzen, ist es wichtig, dass die wertvollen Rohstoffe nicht direkt im Müll landen. Zum einen müssen funktionierende Rücknahme-Systeme etabliert und den Kunden bekannt sein. Zum anderen gilt es, die bestmögliche Weiterverwendungs- oder Recyclingoption sicherzustellen. An diesem Punkt sind von den Unternehmen erste, zum Teil unterschiedliche Projekte entwickelt worden. Zwei Dinge werden daran deutlich: Rücknahmesysteme machen vor allem dort Sinn, wo die bisherige Infrastruktur zur Sammlung von nicht mehr getragener Kleidung und Schuhen unzureichend ist. Das gleichwertige Recyceln – also die Herstellung von Textilien aus alten Textilien – muss noch einige Hürden nehmen, um Relevanz für die Modeindustrie zu erlangen. Umso wichtiger



ist es, die gesammelten Kleider neuen Besitzern zuzuführen, beispielsweise als Secondhandware oder in Form von Upcycling-Produkten.

### Detox weltweit

Die Detox-Selbstverpflichtungen gelten ausdrücklich auch für die internationalen Tätigkeitsbereiche der Supermarktketten. Maßnahmen für nachhaltigen Konsum dürfen nicht auf Deutschland beschränkt sein. Insgesamt sind die Unternehmen aufgefordert, sämtliche Maßnahmen zu „internationalisieren“ und sie anzupassen, wo es notwendig ist.

### Chemie: weiter konsequent handeln

In Sachen Entgiftung haben die Supermärkte sich tatkräftig an die Umsetzung ihrer Versprechen gemacht. Sie verbannen schrittweise die gefährlichsten Chemikalien aus ihrer Produktionskette. Sie veröffentlichen umfangreiche Listen aller Substanzen, die aus der Produktion verschwinden sollen und sie machen der Öffentlichkeit die Abwasserdaten von Nassverarbeitungsbetrieben zugänglich. Und doch werden trotz der Verbote in der Produktion immer noch gefährliche Substanzen in Abwasseranalysen gefunden. Das macht deutlich, wie wichtig die Umstellung der gesamten Fabrik statt nur einzelner Fertigungslinien ist. Die bei auffälligen Proben verpflichtenden Ursachenanalysen zeigen aber auch, dass oft Chemikalienzubereitungen oder bereits das in die Fabrik eingeleitete Wasser verunreinigt sind. Für die Textilindustrie, ihre Zulieferer, aber auch für Politik und Behörden gilt daher: Es bleibt noch einiges zu tun, um gefährliche Chemikalien tatsächlich komplett loszuwerden.

### Discounter als Vorbilder für Fast Fashion-Ketten

Auch wenn noch ein langer Weg vor ihnen liegt, so bewegen sich die



hier analysierten Supermarkt-Ketten zumindest bereits richtungsweisend für die Fashion-Unternehmen. Denn H&M, Zara, Adidas oder Primark haben sich zwar auch alle verpflichtet, bis 2020 giftfrei zu produzieren, aber abgesehen von Leuchtturmprojekten haben sie noch keine ausreichende Verantwortung für die Umstellung auf langlebige und kreislauffähige Produkte übernommen. Ein Umbau ihrer Geschäftsmodelle hin zu mehr Qualität und weniger Quantität ist noch weniger erkennbar. Auch für sie gilt es, eine umfassende Strategie zu entwickeln, die sämtliche Produktlebensphasen berücksichtigt. Der Fokus der gesamten Strategie – vom Design über Herstellung und Nutzung bis hin zur Verwertung – muss darauf liegen, negative Auswirkungen auf Mensch und Umwelt so gering wie nur irgend möglich zu halten.



# Glossar

## MRSL (Manufacturing Restricted Substances List)

Statt Grenzwerte nur für gefährliche Stoffe in den fertigen Produkten festzulegen, hat Greenpeace einen Paradigmen-Wechsel durchgesetzt: eine Entgiftung direkt in der Produktion. Dazu arbeiten die Firmen mit der sogenannten MRSL – einer Liste gefährlicher Stoffe, die in der Textilfertigung komplett verboten sind. Die Kontrolle erfolgt durch Tests der eingesetzten Chemikalien, durch Abwasser- und Schlammtests sowie durch Tests der fertigen Textilien.

## Clean Factory Approach

Die Supermarktketten lasten mit ihren Aufträgen in der Regel nicht gesamte Produktionsstätten aus. Werden in der Produktionsstätte Chemikalien unterschiedlichen Niveaus genutzt und parallel Textilien für andere gefärbt, gebleicht oder gewaschen, kann es zu Verunreinigung kommen. Das Ziel der Detox-Kampagne ist es, in den Herstellungsländern die Belastung des Wassers mit gefährlichen Substanzen zu reduzieren. Daher macht eine Umstellung der Produktionsprozesse vor allem dann Sinn, wenn die gesamte Fabrik sauber produziert. Nur, wenn die Supermärkte diesen Ansatz verfolgen, können sie sicherstellen, dass die giftigen Chemikalien aus ihren Produkten verboten sind und bleiben und sie sich keinem permanenten Reputationsrisiko aussetzen.

## Fallstudien auf [www.subsport.org](http://www.subsport.org)

[www.subsport.org](http://www.subsport.org) ist eine mehrsprachige Plattform für den Informationsaustausch über alternative Chemikalien und Technologien zur Substitution gefährlicher Substanzen. Fallbeispiele unterstützen andere Akteure bei der Suche nach sichereren Alternativen.

## IPE-Plattform

Das IPE (Institute for Public and Environmental Affairs) ist eine chinesische Non-Profit-Organisation, die 2006 eine Datenbank zur Erfassung von Umwelt-

verschmutzungen durch weltweit ansässige Unternehmen aufgebaut hat. Ziel ist es, dass alle Stakeholder, insbesondere die in der Umgebung der Fabriken lebende Bevölkerung, Zugang zu Informationen über die freigesetzten Abwässer und darin enthaltene Chemikalien erhält (Recht auf Information/Right to Know).

## PFC

### (Per- und polyfluorierte Chemikalien)

PFC dienen dazu, Textil- und Lederprodukte wasser- und schmutzabweisend zu machen. Sie sind langlebig und reichern sich bei Mensch und Tier im Gewebe und im Blut an. Greenpeace hat die hormonell wirksamen und krebserregenden Chemikalien in umfangreichen Tests in Textilien und Schuhen, Rucksäcken und Zelten nachgewiesen. Der vollständige Verzicht auf die gesamte PFC-Gruppe setzt sich dank Detox immer weiter durch, auch in der Outdoor-Branche.

Eine Übersicht der wichtigsten Detox-Chemikaliengruppen, auf die sofort verzichtet werden muss, finden Sie hier: [www.greenpeace.de/themen/endlager-umwelt/gefahrlche-substanzen-der-textilindustrie](http://www.greenpeace.de/themen/endlager-umwelt/gefahrlche-substanzen-der-textilindustrie)

## Closed Loop Approach

Beim Closed-Loop-Ansatz wird der gesamte Lebenszyklus eines Produkts betrachtet – begonnen beim Design, über den Einsatz der Rohstoffe, die Produktion, die Vermarktung, den Verkauf und die darauffolgenden Nutzungsphasen bis zum Gebrauchsende. Ziel ist es, in allen Phasen die für Umwelt und Menschen verantwortungsvollste Wertschöpfung und Nutzung sicherzustellen sowie eine sichere Rückführung in den Wirtschaftskreislauf beziehungsweise – wenn nicht mehr vom Menschen genutzt – in die Umwelt zu gewährleisten.

## Textil-Standard GOTS

Der Global Organic Textile Standard, kurz GOTS, setzt ökologische und soziale

Kriterien für die gesamte textile Wertschöpfungskette fest. In den beteiligten Betriebsstätten sind jährliche Inspektionen durch unabhängige Zertifizierer vorgeschrieben. GOTS-gelabelte Produkte gibt es auch als Aktionsware bei Discountern.

## Baumwoll-Standards: BCI, CmiA, Fairtrade, OCS Organic Cotton

Der herkömmliche Anbau von Baumwolle ist mit ökologischen und sozialen Problemen behaftet. Verschiedene Standards wollen mit Hilfe von einzuhaltenden Kriterien die Situation verbessern. Zu diesen Standards gehören BCI der Better Cotton Initiative, CmiA (Cotton made in Africa) der Aid by Trade Foundation, Fairtrade von der Fairtrade Labelling Organisation (FLO) und OCS (Organic Content Standard) von Textile Exchange. Organic Cotton (Bio-Baumwolle) stammt aus biologischem Anbau, in der Regel zertifiziert entsprechend der gesetzlichen Bio-Vorgaben der EU oder der USA.

## Recycling

Recycling ist nur dann sinnvoll, wenn es Energie und Ressourcen spart. Das setzt nicht nur voraus, dass die Energiebilanz des Verfahrens stimmt, sondern auch, dass am Ende hochwertige Produkte entstehen, für die auch Bedarf besteht. Mit toxischen Substanzen belastete Alttextilien sollten nicht in den Recyclingkreislauf gelangen, damit die Giftstoffe nicht weiter im Umlauf bleiben. Zudem dürfen beim Textil-Recycling keine problematischen Chemikalien in die Umwelt oder in die Produkte gelangen. Nach der Devise „reduce, reuse, recycle“ kann Recycling immer nur die drittbeste Lösung sein. Zudem sind tatsächlich die Recycling-Möglichkeiten für Textilien noch sehr beschränkt. Die zunehmende Verwendung von Naturfaser-Synthetik-Gemischen stellt aktuell noch ein massives Problem dar, da es noch keine Verfahren gibt, die in der Industrie zu einer nennenswerten Anwendung kommen und wirtschaftlich rentabel sind.