

## Endlich im grünen Bereich Welchen Textilsiegeln man trauen kann

Inzwischen ist eine Vielzahl von Textilsiegeln auf dem Markt. Für Verbraucher ist es schwierig zu erkennen, was sich dahinter verbirgt, welche Zertifikate einen echten Nutzen bringen und welche nur als Feigenblatt dienen. Tatsächlich umfassen auch nur wenige Gütesiegel den gesamten Produktionsweg vom Acker bis zum Kleiderschrank. Greenpeace nimmt regelmäßig die bekanntesten Zeichen unter die Detox-Lupe – und untersucht, was sie in puncto Schadstoff-Freiheit leisten. Es zeigt sich, dass gegenwärtig kein Standard perfekt ist. Greenpeace empfiehlt, auf die Zeichen von GOTS oder IVN Best zu achten, die in der Analyse noch am besten abschneiden. Viele kleine Modemarken, die „grüne Mode“ anbieten, tragen dieses Label. Allerdings zeichnen beide Siegel nur Kleidung aus Naturfasern aus. Und es bleibt ein Manko, dass keines dieser Ökosiegel für Kleidung bisher gesetzlich geschützt ist.

Den Textiltratgeber können Sie bestellen unter:  
[www.greenpeace.de/textiltratgeber](http://www.greenpeace.de/textiltratgeber) oder  
Tel: 040/306 18-120



## Was Sie noch nicht über Kleidung wussten Unrühmliche Superlative

1. Jedes Jahr werden weltweit rund 80 Milliarden Kleidungsstücke produziert.
2. Nach Schätzungen produziert die globale Textilindustrie 2015 rund 400 Milliarden Quadratmeter Stoff – genug, um Deutschland und Luxemburg zu bedecken.
3. Die Deutschen kaufen rund 100 Millionen Jeans pro Jahr.
4. Jeder Deutsche kauft im Schnitt fünf neue Teile pro Monat.
5. Ein Party-Top wird durchschnittlich 1,7 Mal getragen, bevor es aussortiert wird.
6. Getragen wird nur ein Teil dessen, was wir besitzen: Bis zu 40 Prozent unserer Kleidung sind „Schrankhüter“.
7. In Europa werden jährlich 5,8 Millionen Tonnen Kleidung weggeworfen. 75 Prozent davon enden auf der Müllkippe oder werden verbrannt.
8. In Deutschland landen jährlich 1 Million Tonnen gut erhaltene Altkleider in Containern.



## Weniger und bewusster kaufen Nein zum Viel&Billig-Schick!

Die Bilder der Modenschauen in New York, Mailand oder Paris gehen blitzschnell um die Welt. Wenig später hängen die Must-haves dann in den Läden. Fast-Fashion-Discounter und Supermärkte liefern sich seit Jahren Preiskämpfe – längst haben sich die Kunden an Billigware gewöhnt und greifen hemmungslos zu. Jeder Deutsche kauft pro Jahr 60 neue Teile, obwohl die Schränke proppenvoll sind. Den Preis für die Billigklamotten zahlen Mensch und Natur in den Produktionsländern. Deshalb gilt es, weniger und bewusster einzukaufen. Genau dafür macht sich Greenpeace mit den Konsumbotschaftern stark: Secondhand statt neu kaufen, leihen statt besitzen, teilen statt im Schrank verrotten lassen. Es ist Zeit umzudenken. Weniger ist mehr. Setzen wir auf Kreativität statt Konsum. Durch gemeinsames Handeln können wir eine gifffreie Zukunft schaffen.

Mehr unter:  
[www.greenpeace.de/konsumbotschaft](http://www.greenpeace.de/konsumbotschaft)

## Greenpeace fordert:

**Die Unternehmen müssen sich ändern**  
Greenpeace ruft Modefirmen auf, sich zu verpflichten, bis zum Jahr 2020 keine gefährlichen Chemikalien mehr einzusetzen. Auf dem Weg dahin müssen die Firmen klar definierte Zeitpläne mit glaubwürdigen Maßnahmen vorlegen und Schritt für Schritt umsetzen.

**Die Politik muss handeln**  
Eine gifffreie Zukunft braucht gesetzliche Rücken-deckung. Die Politik muss besonders gefährliche Chemikalien in der Produktion und der Kleidung verbieten und sofortigen Ersatz vorschreiben.

**Jeder Einzelne kann etwas tun**  
Engagieren Sie sich mit Greenpeace und teilen Sie Ihren Lieblingsmarken mit, dass giftige Mode nicht länger en vogue ist!

**Weiterlesen und reinklicken:**  
[www.greenpeace.de/kampagnen/detox](http://www.greenpeace.de/kampagnen/detox)

**Impressum** Greenpeace e.V., Hongkongstraße 10, 20457 Hamburg; Tel. 040/306 18-0, mail@greenpeace.de, www.greenpeace.de **V.i.S.d.P.** Kirsten Brodde **Redaktion** Carolin Wahnbaeck **Fotos** Lance Lee (Titel), Lu Guang, Wu Di, Fred Dott, Roberto Isotti, Kajsa Sjölander, Michael Löwa alle © Greenpeace **Gestaltung** Claudia Becker **Druck** Druckerei Zollenspieker, Zollenspieker Hauptdeich 54, 21037 Hamburg

100% Recyclingpapier

Stand 8/2015, E 0104 2



## Entgiftet unsere Kleidung!

**GREENPEACE**

## Mode hat ein schmutziges Geheimnis

Die Detox-Kampagne von Greenpeace bringt Textilindustrie zum Entgiften

Egal, ob billig oder teuer: Kleidung geht während der Produktion mit Unmengen von Chemikalien auf Tuchfühlung. Darunter sind Risikostoffe, die auch in kleinsten Mengen Umwelt und Gesundheit schädigen können.

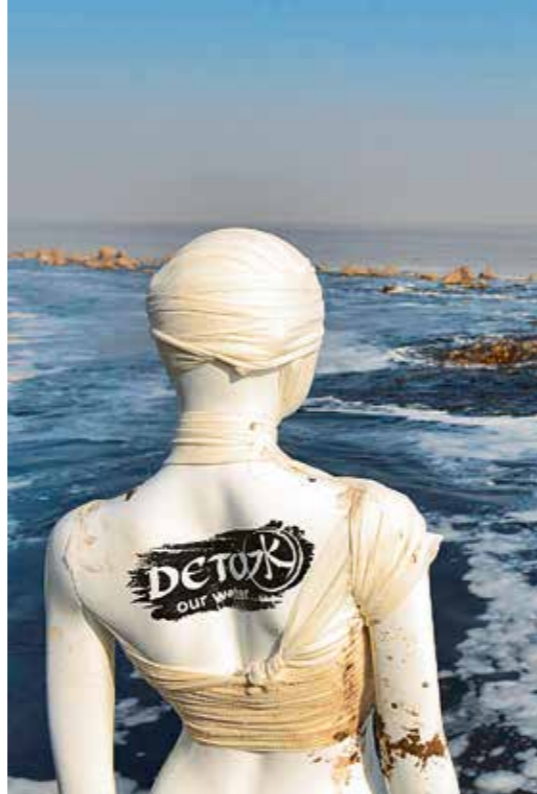
In China – dem Land mit der weltweit größten Textilproduktion – sind bereits zwei Drittel der Gewässer mit schädlichen Chemikalien verschmutzt, etwa 320 Millionen Chinesen haben keinen Zugang mehr zu sauberem Trinkwasser. Um das schmutzige Geheimnis bekannt zu machen und die Modefirmen zum Umdenken zu bewegen, testet Greenpeace seit 2011 die Abwässer der Textilfabriken, die fertigen Textilien und sogar das Abwasser, das aus den Waschmaschinen läuft. Das Ergebnis: Eine breite Palette gefährlicher Chemikalien findet sich in Wasser und Kleidung wieder. Die Umweltschutzorganisation fordert die Modemarken auf, bis 2020 den Einsatz aller gefährlichen Chemikalien auf null zu fahren.



## Gefährliche Substanzen im Check

Chemikaliengruppen, auf die sofort verzichtet werden muss

Stoffe wie Phthalate (Weichmacher), Flammschutzmittel, Azofarben, Alkylphenole, Zinnorganika, per- und polyfluorierte Chemikalien (PFC), Chlorbenzole, Chlorphenole, chlorierte Lösungsmittel, kurzkettige Chlorparaffine und Schwermetalle wie Chrom und Cadmium werden in beträchtlichem Umfang in der Textilindustrie eingesetzt, sind aber gesetzlich kaum reguliert. Vor allem in den Herstellungsländern reichern sie sich in der Umwelt an und gelangen über die Nahrung oder die Luft in den menschlichen Körper. Extrem langlebig sind beispielsweise PFC, die Kleidung wind- und wetterfest machen sollen. Sie können Immunsystem und Fruchtbarkeit beeinträchtigen sowie zu Schilddrüsenerkrankungen und Krebs führen. Diese Substanzen haben in der Kleidung nichts zu suchen. Bei einzelnen Stoffen hat die Industrie bereits den Ausstieg geschafft, nun geht es darum, bis 2020 das Programm auf alle gefährlichen Substanzen auszuweiten.



## Die Kampagnen-Erfolge

Konsumenten werden zu Aktivisten –

und bewegen die Modebranche

Mit Hilfe von Millionen Menschen weltweit ist es Greenpeace gelungen, über dreißig führende Modemarken zu verpflichten, bis 2020 giftfrei zu produzieren. Wie genau Greenpeace hinsieht, ob Zusagen auch Taten folgen, zeigt das Beispiel Adidas: Weil Tests in Bade- und Kinderkleidung sowie bei der WM-Kollektion erneut bedenkliche Schadstoffe nachwiesen, protestierte Greenpeace 2014 weltweit vor Adidas-Läden, Fabriken und bei der Jahreshauptversammlung. Wenige Tage vor Anpfiff der WM lenkte Adidas ein und veröffentlichte einen ambitionierten Entgiftungsfahrplan. Andere Firmen wie Mango, H&M, Zara oder C&A haben von sich aus bereits erste Chemikalien aussortiert und Abwasserdaten veröffentlicht. Dass auch Billiganbieter entgiften können, zeigen Tchibo, REWE/Penny, Lidl und Aldi: Alle großen deutschen Handelsketten unterzeichneten die Detox-Verpflichtung, nachdem ein Greenpeace-Test Schadstoffe in Kinderkleidung nachgewiesen hatte. Doch die Kampagne will noch mehr Firmen gewinnen. Wir bleiben dran.

Mehr unter: [www.greenpeace.at/detox-catwalk](http://www.greenpeace.at/detox-catwalk)



## Chemie für Gipfelstürmer

Nur scheinbar umweltfreundlich:

Die Outdoor-Branche hat Nachholbedarf

Outdoor-Kleidung enthält hormonell wirksame und krebserzeugende Substanzen, deckte Greenpeace erstmals 2012 auf. In Outdoor-Jacken und Hosen von namhaften Herstellern finden sich per- und polyfluorierte Kohlenwasserstoffe (PFC). Im letzten Outdoor-Report vom Dezember 2013 hat Greenpeace gezeigt, dass PFC auch ausgasen – weshalb die Raumluft in Outdoor-Läden besonders belastet ist. Genau diese flüchtigen PFC setzt die Industrie aber als scheinbar umweltfreundlichere Alternative ein. Auch die entlegensten Gebiete der Erde sind inzwischen kontaminiert, wie acht Greenpeace-Expeditionen im Sommer 2015 ergaben, von Bergseen auf dem Apennin bis zu Schneeproben im Altai. Bereits heute sind PFC-freie Materialien für Outdoor-Kleidung erhältlich. Die Industrie muss diese umweltfreundlichen Alternativen weiterentwickeln, um Umwelt und Gesundheit zu schützen. Trotzdem macht die Industrie nur Trippelschritte. Es ist höchste Zeit, zu handeln und entschlossen aus den PFC auszusteigen.

Mehr unter: [gpurl.de/Outdoor-2013](http://gpurl.de/Outdoor-2013)

