

Schluss mit schmutziger Wäsche

Simone Miller & Manfred Santen

Nach Greenpeace-Kampagne: Branchenführer legen Plan gegen Umweltverschmutzung vor

Unter dem Kampagnenmotto „Detox“ engagieren sich seit letztem Sommer tausende Greenpeace-Aktivisten für eine Textilproduktion ohne gesundheitsschädliche und umweltgiftige Chemikalien. Ein Kilogramm Stoff kann bis zu sechs Kilogramm Chemie enthalten: Azo-Farbstoffe, Formaldehydharze, Weichmacher und Aufheller gelangen als Abwasser in die Trinkwassersysteme von Millionen Menschen. Ob Farben oder Drucke, Imprägnierung, Schmutzabweisung oder Anti-Mief-Ausrüstung – einige der eingesetzten Chemikalien sind giftig und schädigen Menschen, Tiere und Umwelt vor allem in den Herstellungsländern schnell oder schleichend.

Alle großen Modemarken lassen in China produzieren. Darunter auch die Marktführer für Sportmode: Nike, Adidas, Puma und der chinesische Sportausrüster Li-Ning. Aus dem Abwasser von Produktionsstandorten der Unternehmen an den großen chinesischen Flüssen Yangtse und Pearl haben Greenpeace-Experten Proben genommen und in britischen und holländischen Laboren untersuchen lassen. Das Ergebnis: Auch Unternehmen, die mit Gesundheits- und Fitness-Slogans werben, sind für einen Cocktail krebserregender, reproduktionstoxischer, mutagener oder hormonell wirksamer Chemikalien verantwortlich.

Im Juli 2011 veröffentlicht Greenpeace die Untersuchungsergebnisse („Schmutzige Wäsche 1“ 7/2011), eine weltweite Kampagne beginnt. Von Argentinien über Paris bis nach China bekleben Aktivisten die Schaufenster großer Modeketten mit dem Slogan „Detox“-Entgiften!, in Flashmobs tanzen sie für saubere Wäsche, projizieren ihre Forderungen auf ikonische Sportstätten wie das Camp Nou in Barcelona. In einem zweiten Test („Schmutzige Wäsche 2“ 8/2011) werden Textilien auf Rückstände der hormonell wirksamen Chemikalie Nonylphenol untersucht. In zwei Drittel

der Kleidungsstücke aus 18 Ländern ist die Chemikalie nachweisbar. Die bis heute umfangreichste Untersuchung von Textilien auf Nonylphenol zeigt, dass viele bekannte Marken den Ausgangsstoff, ein in Europa streng reguliertes Tensid (Nonylphenoethoxylat), in China als Waschmittel-Zusatz verwenden: Darunter Abercrombie & Fitch, Adidas, Calvin Klein, Converse, GAP, G-Star RAW, H&M, Kappa, Lacoste, Li Ning, Nike, Puma, Ralph Lauren und Uniqlo.



Detox Campaign against H&M in Stockholm
Zurich
c Greenpeace / Ludvig Tillman

Rebranding Adidas with Detox in
c Greenpeace / Nicolas Fojtu

Währenddessen verhandelt Greenpeace hinter den Kulissen mit den Branchenriesen. Ende Juli 2011 macht die deutsche Firma Puma den Anfang, verspricht, bis 2020 auf gefährliche Chemikalien zu verzichten. Es folgten Nike, Adidas und Lin-Ning mit weitergehenden Absichtserklärungen. Mit der schwedischen Kette H&M kommt Mitte September auch der zweitgrößte Textilhändler der Welt mit ins Boot, kurz drauf folgt C&A.

Mitte November legen die sechs Unternehmen einen gemeinsamen Aktionsplan („Roadmap“) vor, um den Einsatz gefährlicher Chemikalien bei der Produktion von Textilien und Schuhen bis 2020 auf Null zu reduzieren. Zusätzlich gibt es individuelle Verpflichtungen der Unternehmen. Dadurch kann überprüft werden, ob die versprochenen Maßnahmen auch tatsächlich in Ländern wie China, den Philippinen, Taiwan, Bangladesch, Thailand, Indien und Indonesien eingehalten werden. Namhafte Konzerne zu einem gemeinsamen Handeln zu bewegen, ist ein erster Kampagnen-Erfolg. Damit Flüsse, Böden und Luft in den Produktionsländern wirklich frei von gefährlichen Chemikalien werden, müssen weitere Firmen folgen. Greenpeace

fordert mit „Detox“ die gesamte Textil-Branche auf, für eine bessere Umweltbilanz ihrer Produkte in den Herstellungsländern zu sorgen.

Weitere Informationen unter:
www.greenpeace.de/detox - www.greenpeace.org/detox

Interview mit Manfred Santen,
Chemieexperte von Greenpeace, zur „Joint Roadmap:
Toward Zero Discharge of Hazardous Chemicals“ von Adidas, Puma,
Nike, H&M, C&A und LiNing vom 15. November 2011

Worin genau besteht die Selbstverpflichtung der sechs Textilunternehmen?

Jede Firma hat eine individuelle Selbstverpflichtung zur Substituierung gefährlicher Chemikalien bis 2020 unterzeichnet. Dies gilt nicht nur für Textilien, sondern auch für Schuhe und Accessoires aus den Firmen-Portfolios. Es ist sehr wichtig, dass jede Firma einzeln ein solches Commitment veröffentlicht. Nur individuelle Selbstverpflichtungen sind überprüfbar und somit glaubwürdig. In gemeinschaftlich verfassten Absichtserklärungen können sich einzelne Marken in der Gruppe „verstecken“ und sich der Verantwortung entziehen.

C&A und Co. wollen erst ab 2020 giftfrei produzieren. Bis dahin fließt noch viel Chemie in die großen asiatischen Flüsse. Wieso geben Sie den Firmen so viel Zeit?

Der Zeitrahmen ist relativ ambitioniert, da Mode-Produktion und Vermarktung komplex strukturiert sind. Die Marken wissen oft selbst nicht, wer was für sie produziert. Das erklärt auch, warum sich die Firmen so schwer damit tun, eines der wichtigsten Ziele der Greenpeace-Kampagne zu unterschreiben: das „Right to Know“-Prinzip. Dies bedeutet Offenlegung aller eingesetzten Chemikalien und aller mit Abwasser und Abfall in die Um-

welt freigesetzten Schadstoffe: Und zwar Fabrik für Fabrik, Chemikalie für Chemikalie und das in regelmäßigen – zum Beispiel jährlichen – Berichten. Gerade für die Kommunen und Anwohner an chinesischen Gewässern sind diese Informationen existentiell. In Europa, USA, Kanada, Japan ist diese Art von Transparenz bereits Standard, etwa durch das Europäische Schadstoff Emissionsregister EPER oder auch PRTR (<http://www.eper.de/>).

Nun haben sich Adidas, Puma, Nike, H&M, C&A und Li-Ning zu einer Gruppe zusammengeschlossen und am 15. November 2011 eine gemeinsame „Joint Roadmap: Toward Zero Discharge of Hazardous Chemicals“¹ veröffentlicht. Darin festgeschrieben sind Maßnahmen, um eine saubere Produktion bis 2020 zu erreichen. Wie schätzen Sie die Vorschläge ein?

Die Roadmap ist ein erster Schritt in die richtige Richtung. Die Unterzeichnenden skizzieren darin, wie ihrer Meinung nach der Verzicht auf gefährliche Chemikalien im Produktionsprozess ihrer Textilien und des gesamten Portfolios erreicht werden kann. Den Zusammenschluss begründen die Marken damit, nur so ausreichend großen Einfluss auf ihre Lieferketten ausüben zu können. Aber die Formulierungen in der Joint Roadmap zeigen deutlich, dass die Zusammenarbeit in einer Gruppe auch Gefahren birgt: Auf der Suche nach dem kleinsten gemeinsamen Nenner kann die Dringlichkeit grundlegender Veränderungen aus den Augen verloren werden. Schon jetzt, zu Beginn des Prozesses, werden große Verzögerungen in Kauf genommen, die das Ziel „Null Emissionen gefährlicher Chemikalien“ bis 2020 gefährden.

Die Roadmap beinhaltet zudem bisher zu wenig Transparenz über den Einsatz und die Freisetzung gefährlicher Chemikalien. Für Greenpeace wird es im kommenden Jahr eine Herausforderung sein, die Unternehmen zur Offenlegung von Daten zu bewegen. Dabei werden uns hoffentlich viele Menschen unterstützen: Die Detox-Kampagne hat dafür gesorgt, dass die Forderung nach Transparenz sehr breit in der chinesischen Öffentlichkeit aufgegriffen wurde. Die Forderung nach Offenlegung von umweltrelevanten Daten wird jetzt immer lauter.

Welche Probleme sind auf dem Weg zu einer sauberen Produktion zu bewältigen?

¹ z.B. http://about.puma.com/wp-content/themes/aboutPUMA_theme/media/pdf/2011/jrfinal.pdf

Die Roadmap macht deutlich, dass keine der Sportartikel- und Textilmarken eigene Produktionsstätten besitzt. Es gibt so genannte direkte Vertragspartner, einige Tausend, und zusätzlich ein weit verzweigtes Netz von mehreren 10.000 Zulieferern. Im Klartext bedeutet dies, dass die Marken erst einmal eine Bestandsaufnahme vornehmen müssen, um herauszubekommen, welche Chemikalien wirklich in den Fabriken eingesetzt werden, die für sie produzieren.

Vergleichsweise einfach lässt sich der Überblick gewinnen in den Produktionsstätten, die für mehrere dieser Marken produzieren und möglichst die gesamte Produktion – beginnend beim Spinnen und Weben über Färben bis hin zum Veredeln – abdecken. Allerdings tauchen immer wieder Schwierigkeiten auf, weil sich die Marken zwar Zulieferbetriebe teilen, gleichzeitig aber im Wettbewerb miteinander stehen. Und besonders schwierig wird es bei Produkten, die in einer weit verzweigten Produktionskette mit vielen verschiedenen Zulieferern hergestellt werden. Dazu gehören häufig Produkte aus dem Fast Fashion Bereich. Damit gemeint ist beispielsweise Mode von bekannten Designern, die innerhalb weniger Wochen kopiert und zu günstigen Preisen angeboten wird. Die Modewelt nennt das den Quick-Response-Ansatz – direkt vom Laufsteg in die Läden. Die Marken schätzen, dass etwa ein Jahr allein für die Bestandsaufnahme benötigt wird.

Was bedeutet dies für die Greenpeace-Kampagne?

Schaut man sich die vagen Formulierungen der Joint Roadmap und auch der individuellen Erklärungen der einzelnen Marken an, so wird deutlich, dass noch eine Menge Arbeit auf dem Weg zu einer schadstofffreien Textilproduktion vor uns liegt.