

## **OEKO-TEX® führt einzigartige Konsumenten-Studie zu Nachhaltigkeit bei Textilien durch**

### **Mehr als 11.000 Verbraucher auf der ganzen Welt nahmen zum Thema Kleidung und Heimtextilien Stellung**

---

Anlässlich ihres 25-jährigen Bestehens hat die OEKO-TEX® Gemeinschaft eine weltweite Marktforschungsstudie in Auftrag gegeben, um die Haltung von Verbrauchern zum Thema Nachhaltigkeit bei Textilien zu beleuchten. Die Ergebnisse dieser einmaligen Studie werden noch diese Woche veröffentlicht. Bei der umfangreichen Studie mit dem Titel „The Key to Confidence: Consumers and Textile Sustainability—Attitudes, Changing Behaviors, and Outlooks“ wurden über 11.000 Konsumenten von Kleidung und Heimtextilien auf der ganzen Welt befragt. Die Themen reichten dabei von Sorgen über den Klimawandel bis zu Schadstoffen in Textilien. Die Erkenntnisse der Studie hat OEKO-TEX® den Kunden seiner Mitgliedsinstitute über eine Reihe von Webinaren zugänglich gemacht. Darüber hinaus werden Sie aber auch durch Vorträge bei bevorstehenden Branchen-Events, im Rahmen von Webinaren sowie in anderen Verlautbarungen der Textil-, Mode-/ Heimtextil- und Bekleidungsindustrie veröffentlicht.

„Die Bandbreite an OEKO-TEX® Produkten in den Bereichen Prüfen, Zertifizieren und Produkt- Labelling hat seit unserem Markteintritt 1992 deutlich zugenommen“, sagt Anna Czerwinska, Head of Marketing and Communication bei OEKO-TEX®. „Die globalen Themen und das Verbraucherverhalten haben sich seitdem aber mindestens genauso stark verändert. Als Vorreiter auf dem Gebiet der Nachhaltigkeit in der Textilindustrie sind wir der Meinung, dass diese einzigartige weltweite Studie zur Quantifizierung des Verbraucherverhaltens einen passenden Beitrag zu unserer Entwicklung in den vergangenen 25 Jahren sowie eine wertvolle Grundlage für eine erfolgreiche Gestaltung der nächsten 25 Jahre darstellt.“

Für die Durchführung des wegweisenden Projekts beauftragte OEKO-TEX® die renommierte Wissenschaftlerin Ellen Karp und ihr Unternehmen Anerca International, die auf Marktforschung im Zusammenhang mit Verbraucherprodukten spezialisiert sind. Karp arbeitet mit einer Vielzahl unterschiedlicher Marken, zu denen die bekanntesten Bekleidungs-, Körperpflegeprodukt- und Luxusartikel-Hersteller der Welt gehören, am Thema Nachhaltigkeit und anderen Fragestellungen rund um Markenbildung. Am Projekt The Key to Confidence wurde circa ein Jahr gearbeitet. Im Juni dieses Jahres wurde es schließlich der Öffentlichkeit vorgestellt. Die über 11.000 an der Studie teilnehmenden Konsumenten von Bekleidung und Heimtextilien füllten eine Online-Umfrage aus, in der ein breites Spektrum an Fragen zu beantworten war. Ziel war es, den Wissensstand über Nachhaltigkeit, Schadstoffe, ökologische Verantwortung und soziale Sicherheit von Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern in der Textilindustrie in Erfahrung zu bringen.

„Die quantitativen Erkenntnisse aus der The Key to Confidence Studie sollen von der Textilindustrie als Aufruf zum Handeln verstanden werden“, so Karp. „Verbraucher lernen schnell, dass ihre Einkaufsentscheidungen bei Textilien nicht nur eine Auswirkung auf ihre Familien, sondern

Presseinformation | 25.10.2017 | 2251-DE

---

auch auf ihre anderen Gemeinschaften und vieles mehr haben. Für dieses Erwachen müssen Markenunternehmen, Einzelhändler und Hersteller gerüstet sein. Es kommt definitiv.“

Nähere Auskünfte zur Studie „The Key to Confidence: Consumers and Textile Sustainability —Attitudes, Changing Behaviors, and Outlooks“, erhalten Sie bei Anna Czerwinska ([a.czerwinska@oeko-tex.com](mailto:a.czerwinska@oeko-tex.com)) oder Trish Martin ([t.martin@oeko-tex.com](mailto:t.martin@oeko-tex.com)).

Informationen zur Bandbreite des OEKO-TEX® Portfolios aus Prüfungen, Zertifizierungen und Produktlabels finden Sie unter [www.oeko-tex.com](http://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](http://www.oeko-tex.com/produkte). Folgen Sie OEKO-TEX auf Facebook, LinkedIn und Twitter.