



Europäische Marktforschung Schadstoffgeprüfte Textilien

Jörg Meding, Hansjürgen Heinick
BBE RETAIL EXPERTS

30. September 2008

1	Aufgabenstellung, Methodik	3
2	Ergebnisse der Handelsbefragungen	6
3	Ergebnisse der Verbraucherbefragungen	61
4	Kurz-Zusammenfassung	96

1 AUFGABENSTELLUNG, METHODIK

- Die BBE Retail Experts Unternehmensberatung GmbH & Co. KG erhielt im Juli 2008 von der Textil-Service-Verlags- und Zertifizierungsstelle Oeko-Tex® GmbH, Eschborn, den Auftrag zur Durchführung einer Marktforschungsuntersuchung.
- Mit Hilfe einer Verbraucherbefragung in sieben ausgewählten Ländern (Italien, Frankreich, Spanien, Portugal, Schweiz, Österreich, Niederlande) wurde untersucht, inwieweit Interesse an schadstoffgeprüften Textilien besteht und wie groß die Bekanntheit des Oeko-Tex® Standards 100 mit dem Label "Textiles Vertrauen" und anderer Textilsiegel ist. Der Fragebogen umfasste insgesamt fünf Themen-Fragen (geschlossen und offen) sowie drei Fragen zur Statistik. Befragt wurden je Land in zwei bzw. drei Städten zwischen 400 und 500 Endverbraucher in Form von Passanteninterviews. Dabei wurde sowohl eine Großstadt und eine Kleinstadt ausgewählt, und darauf geachtet, möglichst weitab von Touristenzentren zu befragen, um die Ergebnisse nicht zu verfälschen.
- Des Weiteren wurde eine telefonische Fachhandelsbefragung in den genannten Ländern durchgeführt, um zu ermitteln, welche Bedeutung schadstoffgeprüfte Textilien im Rahmen des Orderverhaltens besitzen, welche Textilsiegel bekannt sind und verwendet werden, und wie die zukünftigen Chancen für Ökolabel und Textilsiegel bewertet werden. Der Fragebogen umfasste insgesamt acht Themen-Fragen (geschlossen und offen) sowie drei Fragen zur Statistik. Pro Land wurde als Pretest 50 Telefoninterviews durchgeführt, um hierdurch die bekanntesten länderspezifischen Textilsiegel zu ermitteln und diese für die Verbraucherbefragung einzusetzen – es folgten daraufhin jeweils weitere 150 Interviews pro Land.
- Die Befragungen und die Auswertungen der Ergebnisse fanden im August und September 2008 statt.

2 ERGEBNISSE DER HANDELSBEFRAGUNGEN

ERGEBNISSE DER HANDELSBEFRAGUNGEN

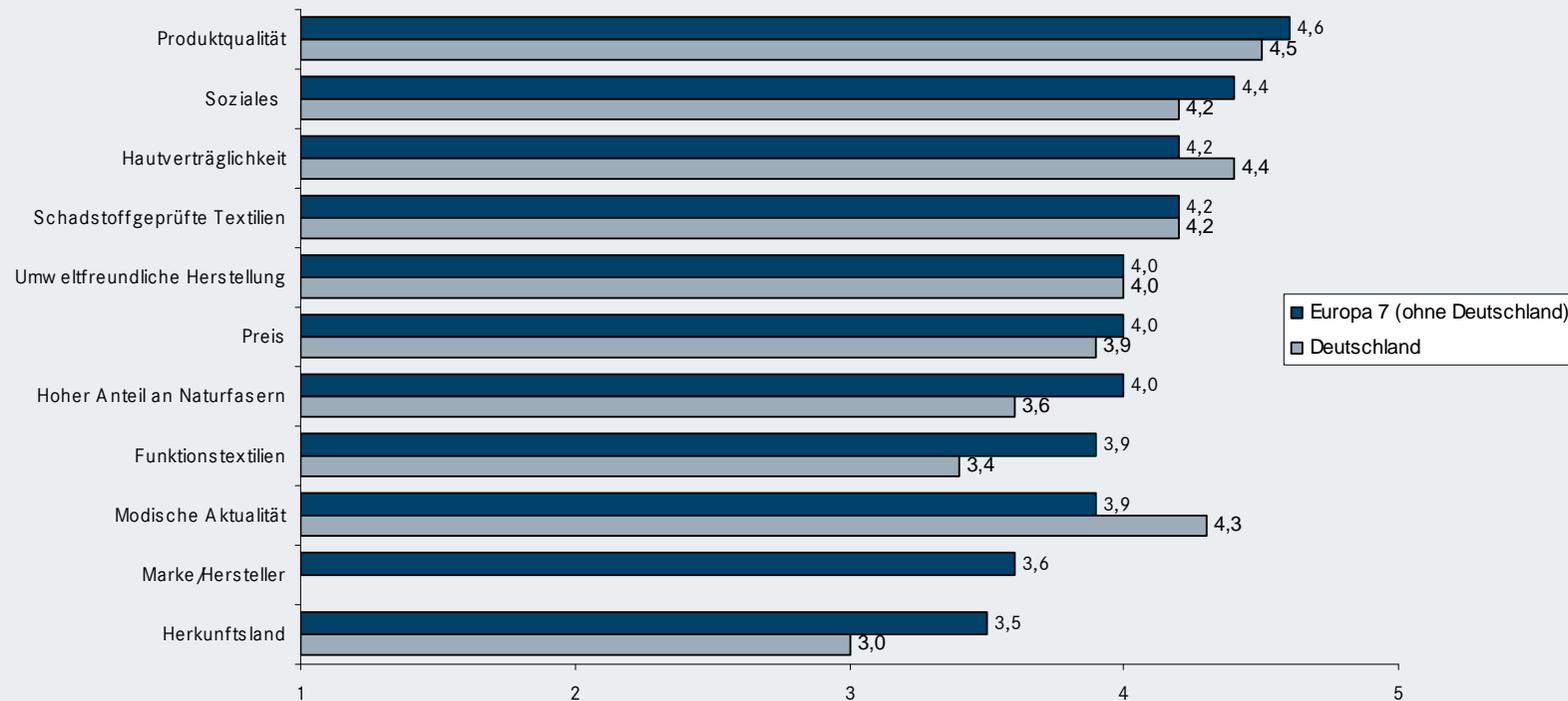
VORBEMERKUNGEN

- Auf den folgenden Seiten werden die wichtigsten Ergebnisse zu den insgesamt acht Fragen des Handels-Fragebogens textlich und grafisch illustriert.
- Die Grafiken zeigen sowohl die länderübergreifenden Gesamtwerte („7-Länder-Gesamt“) als auch die landesspezifischen Ergebnisse („Länderrankings“).
- Weitere Differenzierungen betreffen die verschiedenen Handelsformen, die für die Befragung erfasst wurden: DOB – HAKA – KIKO – Sportbekleidung – Heimtextilien – Wäsche, Bademoden
- In einigen Tabellen wurden besonders markante Werte (unter-/überdurchschnittlich) farblich hervorgehoben und eingekreist: ○
- Für weitergehende Analysen stehen zudem die umfangreichen EDV-Tabellen zur Verfügung. In Einzelfällen ergeben sich durch Auf- und Abrunden der Werte aus den Basisdaten Abweichungen bei Mittelwerten (Europa7 und Europa 8) in den hier dargestellten Tabellen.

Handel: WICHTIGE ASPEKTE BEIM EINKAUF VON BEKLEIDUNG + TEXTILIEN

- Zu den bedeutendsten Aspekten beim Einkauf von Bekleidung und Textilien zählen die Kriterien Produktqualität, Soziale Aspekte, Hautverträglichkeit sowie Schadstoffprüfungen.
- Auf einer Skala von 1=unwichtig bis 5=sehr wichtig erhielten diese Faktoren Werte zwischen 4,2 und 4,6. Während die Faktoren Hautverträglichkeit und Schadstoffgeprüfte Textilien eine seit längerem gesteigerte Sensibilität beim Verbraucher und Träger der Textilien widerspiegeln, hat sich die kritische Auseinandersetzung mit dem Umfeld des Herstellungsprozesses (Kinderarbeit, Hungerlöhne, Arbeitsbedingungen) zu einem bedeutenden Thema entwickelt, dass seitens der Marktteilnehmer berücksichtigt werden muss. Dabei ist das Herkunftsland weniger von Bedeutung (3,5) – es sollten nur die Herstellungsbedingungen stimmen.
- Auch die umweltfreundliche Herstellung der Produkte und ein hoher Anteil an Naturfasern rangiert mit einer Bewertung von 4,0 auf gleicher Höhe wie der Faktor Preis (4,0).
- Neben den vorgegebenen elf Faktoren äußerte ca. jeder siebte Befragte weitere für ihn wichtige Einkaufsaspekte (Auszug): ansprechendes Design, gute Passform, gute Materialqualität, Service- und Beratungskompetenz, Abverkaufbarkeit der Produkte, günstiger Preis/Zahlungsbedingungen, Exklusivität der Modelle.

Handel: WICHTIGE ASPEKTE BEIM EINKAUF VON BEKLEIDUNG + TEXTILIEN



Quelle: BBE europ. Trendanalyse 2008; Frage 1: Wie wichtig sind für Sie die folgenden Aspekte beim Einkauf von Bekleidung und Textilien?; Skala von 1=unwichtig bis 5=sehr wichtig;
* = BBE Fachhandelsbefragung 2008

2 ERGEBNISSE DER HANDELSBEFRAGUNGEN

Handel: WICHTIGE ASPEKTE BEIM EINKAUF VON BEKLEIDUNG + TEXTILIEN

Wichtige Aspekte	Italien	Frankreich	Spanien	Portugal	Schweiz	Österreich	Niederlande	Europa 7	Deutschland
Produktqualität	4,9	4,4	4,4	4,6	4,6	4,6	4,5	4,6	4,5
Soziales	4,7	4,2	4,2	4,6	4,6	4,2	4,3	4,4	4,2
Hautverträglichkeit	4,6	3,5	4,0	4,4	4,4	4,4	3,8	4,2	4,4
Schadstoffgeprüfte Textilien	4,7	3,9	4,1	4,3	4,2	4,0	3,9	4,2	4,2
Umweltfreundliche Herstellung	4,4	3,5	4,1	4,3	4,1	3,9	4,0	4,0	4,0
Preis	4,2	4,0	4,3	4,3	3,7	3,7	3,9	4,0	3,9
Hoher Anteil an Naturfasern	4,5	3,8	4,0	4,1	3,8	3,9	3,7	4,0	3,6
Funktionstextilien	4,5	3,8	3,7	4,2	3,6	3,9	3,9	3,9	3,4
Modische Aktualität	4,3	3,7	3,7	4,0	4,1	3,9	3,9	3,9	4,3
Marke/Hersteller	3,9	3,6	3,7	3,7	3,6	3,3	3,5	3,6	—
Herkunftsland	4,4	3,4	3,5	3,8	3,7	3,2	2,6	3,5	3,0

Quelle: BBE europ. Trendanalyse; Frage 1: Wie wichtig sind für Sie die folgenden Aspekte beim Einkauf von Bekleidung und Textilien?; Skala von 1=unwichtig bis 5=sehr wichtig;;

* = BBE Fachhandelsbefragung 2008

Handel: GESTÜTZTE BEKANNTHEIT UND VERWENDUNG VON TEXTILSIEGELN

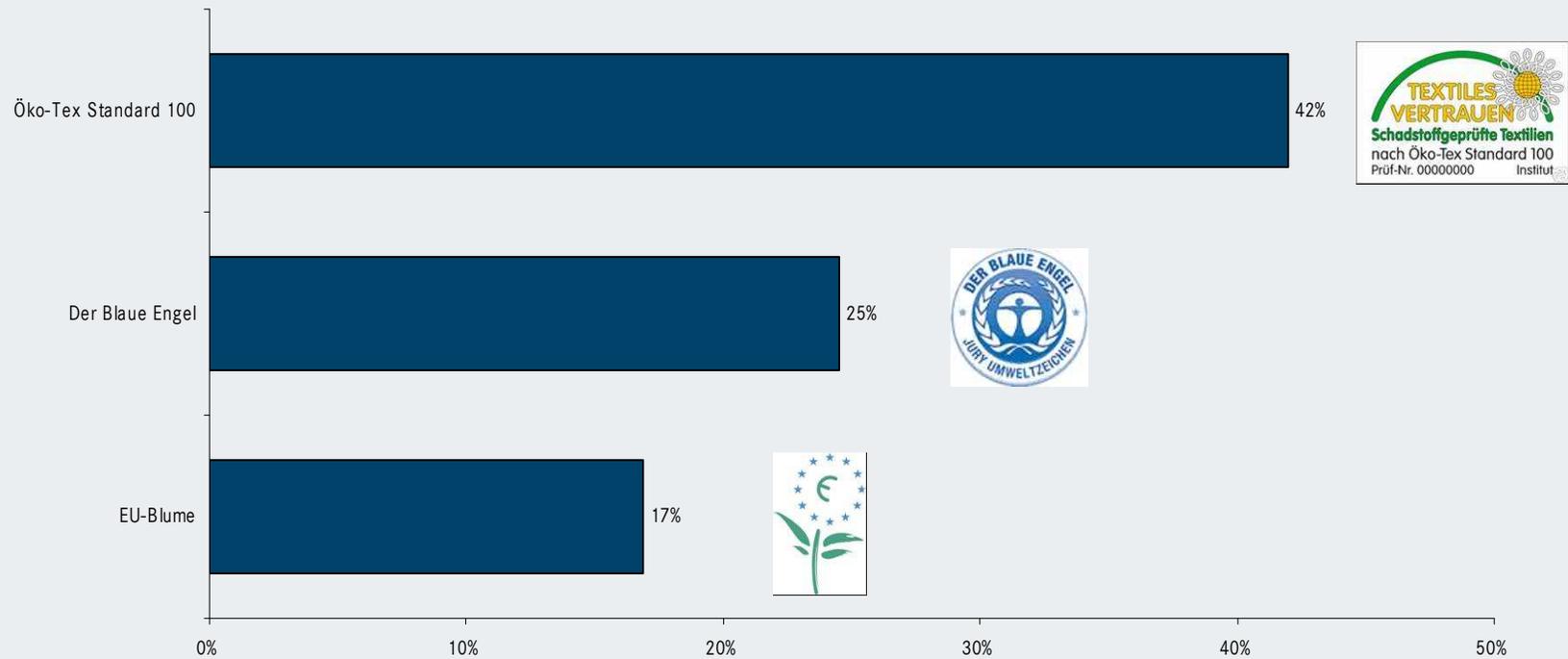
- Die gestützte Abfrage der Bekanntheit von insgesamt vier Textilsiegeln – in Italien und den Niederlanden wurden fünf Siegel, in der Schweiz wurden sieben Siegel abgefragt – zeigt folgendes Bild: mit einem Bekanntheitsgrad von 37% über alle sieben Länder schneidet der Oeko-Tex® Standard 100 am besten ab.
- Besonders stark zeigt sich das Siegel in der Schweiz (starke Konkurrenz durch das Siegel Naturaline bio cotton und das Eco-Label !) und in Österreich; eher unterdurchschnittliche Werte werden in den Ländern Frankreich (18%), Italien und Spanien (jeweils 24%) erzielt.
- Erst mit Abstand folgen die anderen vorgegebenen Siegel: Global Organic Textile Standard (21%), Der Blaue Engel (18%) und die EU-Blume (18%).

Handel: GESTÜTZTE BEKANNTHEIT UND VERWENDUNG VON TEXTILSIEGELN

- Diejenigen Befragten, die ein Siegel als bekannt angaben, wurde nachfolgend gefragt, ob das jeweilige Siegel auch im eigenen Sortiment Verwendung findet. Auch hierbei zeigen sich bezüglich des Oeko-Tex® Standards sehr zufriedenstellende Werte. So verwenden 59% der Oeko-Tex®-Kenner das Siegel auch im eigenen Sortiment – überdurchschnittlich in Italien (71%) und in den Niederlanden (73%), unterdurchschnittlich in Spanien (32%) und in Frankreich (44%).
- Die Verwendungsraten der Siegel Global Organic Textile Standard, Der Blaue Engel und der EU-Blume bewegen sich mit Werten zwischen 40% und 48% unter denen des Oeko-Tex® Siegels.
- Überwiegend niedrige Verwendungsraten bei den Siegel-Kennern weisen Naturaline bio cotton mit 44% in der Schweiz, das Eco-Label der Migros mit 29% in der Schweiz und das Siegel Hess Natur mit 11% ebenfalls in der Schweiz auf.

2 ERGEBNISSE DER HANDELSBEFRAGUNGEN

Handel: GESTÜTZTE BEKANNTHEIT VON TEXTILSIEGELN (8 LÄNDER GESAMT)



Quelle: BBE europ. Trendanalyse 2008; Frage 3: „Welche der folgenden Textilsiegel sind Ihnen bekannt und welche Siegel finden bereits im eigenen Sortiment Verwendung?“
Deutsche Daten = BBE Fachhandelsbefragung 2008

2 ERGEBNISSE DER HANDELSBEFRAGUNGEN

Handel: GESTÜTZTE BEKANNTHEIT VON TEXTILSIEGELN

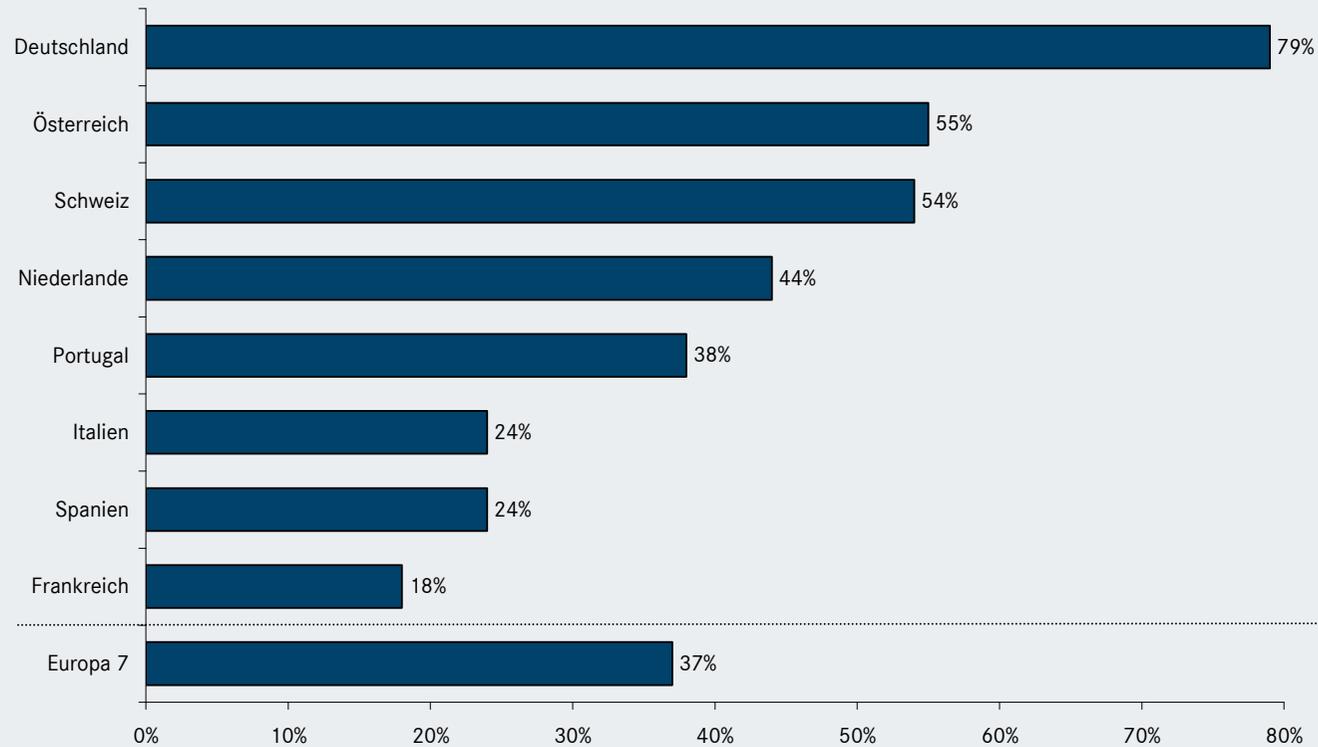
Gestützte Bekanntheit	Italien	Frankreich	Spanien	Portugal	Schweiz	Österreich	Niederlande	Deutschland*		Europa 7 (ohne Deutschland)	Europa 8 (mit Deutschland)
Oeko-Tex® Standard 100	24%	18%	24%	38%	54%	55%	44%	79%		37%	42%
Der Blaue Engel	34%	7%	14%	12%	20%	24%	20%	65%		18%	25%
EU-Blume	28%	8%	19%	16%	16%	20%	17%	11%		18%	17%
Global Organic Textile Standard	18%	14%	17%	25%	20%	30%	23%	—		21%	21%
Naturaline bio cotton	—	—	—	—	53%	—	—	—		**	**
Eco-Label	46%	—	—	—	49%	—	—	—		**	**
Hess Natur	—	—	—	—	18%	—	—	—		**	**
Eko sustainable Textile	—	—	—	—	—	—	4%	—		**	**
Toxproof	—	—	—	—	—	—	—	22%		**	**
Schadstoffgeprüft LGA	—	—	—	—	—	—	—	16%		**	**

Quelle: BBE europ. Trendanalyse; Frage 3: „Welche der folgenden Textilsiegel sind Ihnen bekannt und welche Siegel finden bereits im eigenen Sortiment Verwendung?“;

*Deutschland = BBE Fachhandelsbefragung 2008; ** Label nicht in allen Ländern vertreten

2 ERGEBNISSE DER HANDELSBEFRAGUNGEN

Handel: GESTÜTZTE BEKANNTHEIT DES Oeko-Tex® STANDARDS 100 (Länderranking; inkl. Deutschland*)

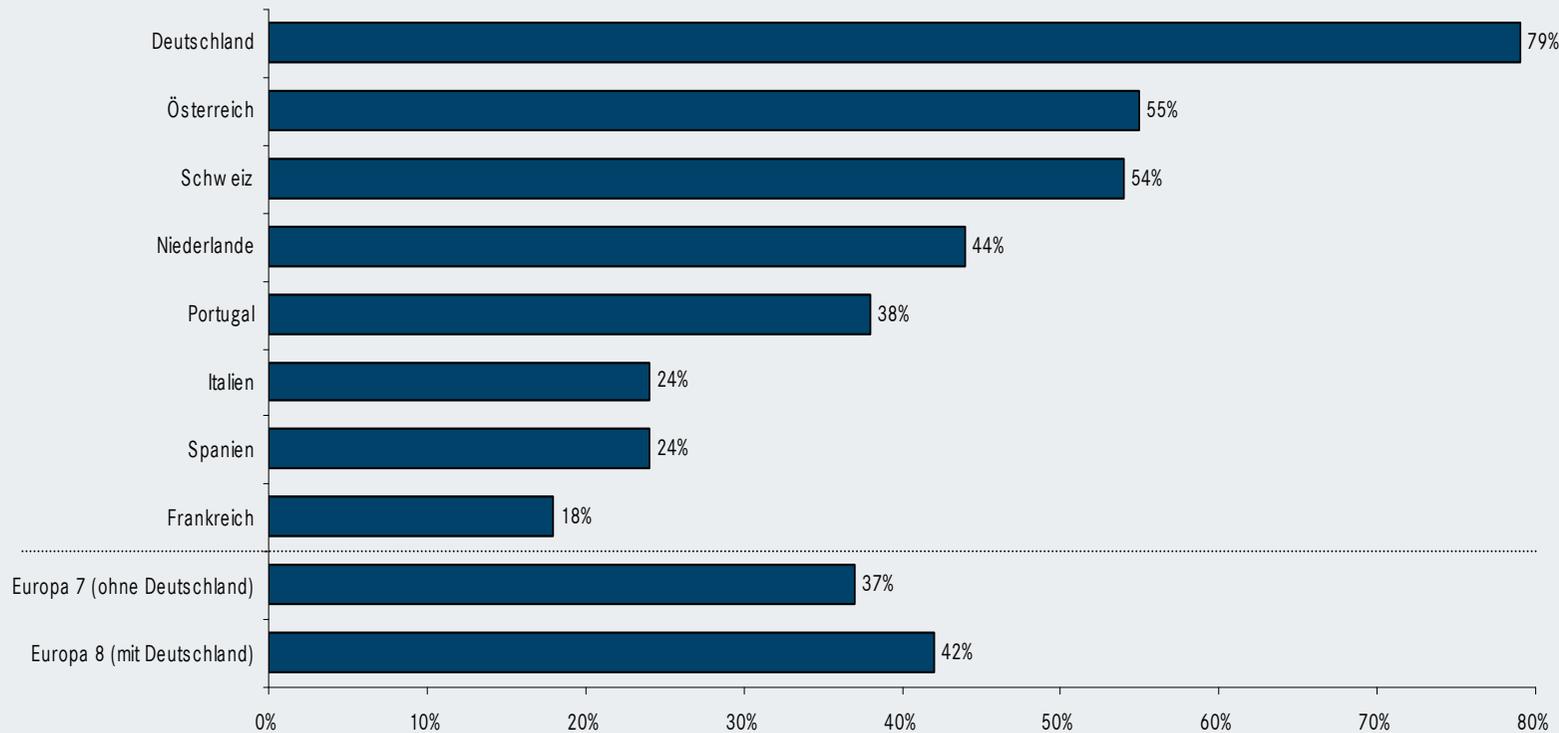


Quelle: BBE europ. Trendanalyse; Frage 3: „Welche der folgenden Textilsiegel sind Ihnen bekannt und welche Siegel finden bereits im eigenen Sortiment Verwendung?“

* = BBE Fachhandelsbefragung 2008

2 ERGEBNISSE DER HANDELSBEFRAGUNGEN

Handel: GESTÜTZTE BEKANNTHEIT DES OEKO-TEX® STANDARDS 100



Quelle: BBE europ. Trendanalyse; Frage 3: „Welche der folgenden Textilsiegel sind Ihnen bekannt und welche Siegel finden bereits im eigenen Sortiment Verwendung?“

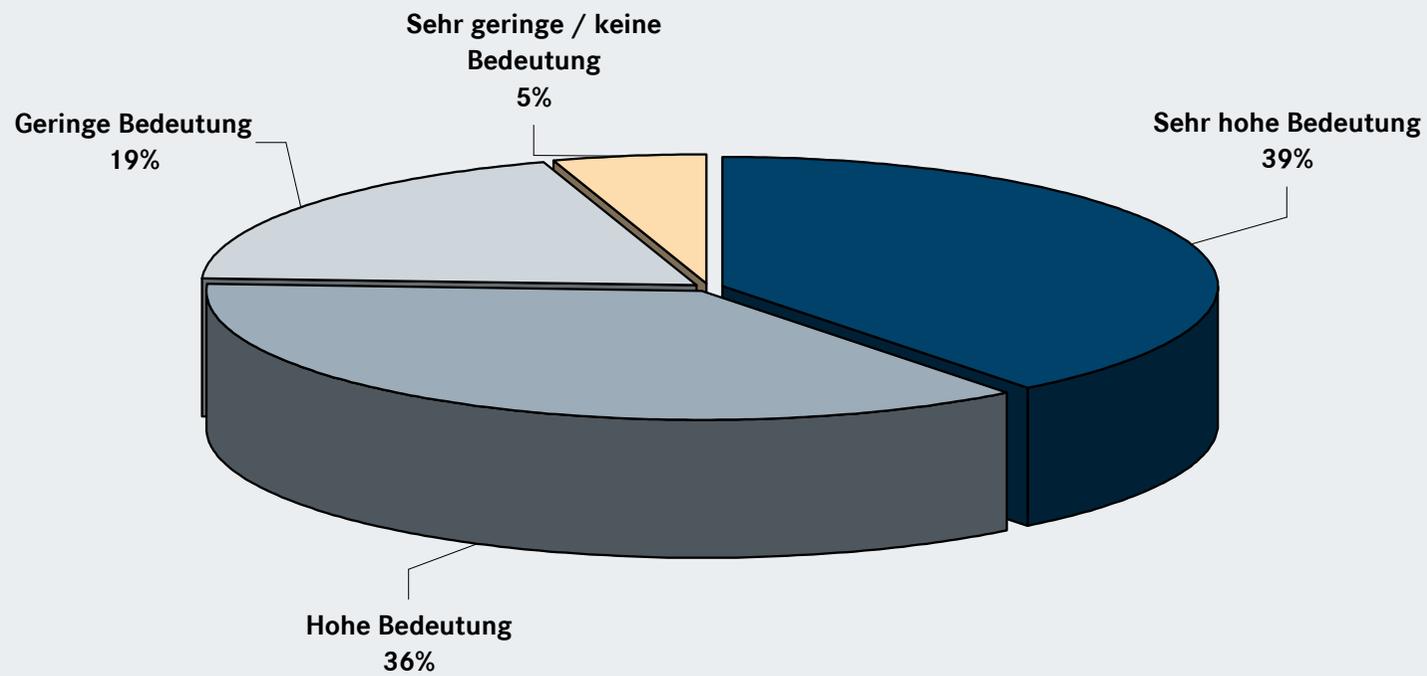
* Deutschland = BBE Fachhandelsbefragung 2008

Handel: BEDEUTUNG DER SCHADSTOFFFREIHEIT BEIM VERKAUF TEXTILER PRODUKTE

- Die Frage „Welche Bedeutung hat die Schadstofffreiheit bei textilen Produkten für den Verkauf?“ lässt noch Verbesserungspotenzial erkennen, denn 24% der Befragten sagen aus, dass bei der Kundenberatung in nur (sehr) geringem Maße auf die Schadstofffreiheit der textilen Produkte hingewiesen wird.
- Betrachtet man die summierten Nennungsanteile für die Antwortkategorien „sehr hohe Bedeutung der Schadstofffreiheit“ und „hohe Bedeutung“ so wird von 75% der Befragten dem Verkaufsthema Schadstofffreiheit ein (sehr) hoher Stellenwert beigemessen – in Italien liegt der Prozentwert mit 95% am höchsten.
- In den Ländern Schweiz und Österreich sind es zumindest noch ca. 2/3 Drittel der Befragten, die einen (sehr) hohen Stellenwert sehen. Inwieweit hier schon eine Selbstverständlichkeit der textilen Schadstofffreiheit unterstellt werden kann und andere Themen wie etwa die Sozialen Aspekte stärker in den Vordergrund treten, kann nur vermutet werden.
- Eventuell wird auch davon ausgegangen, dass die Siegel selbsterklärend sind und sich der Verbraucher keine weiteren Erläuterungen wünscht.

2 ERGEBNISSE DER HANDELSBEFRAGUNGEN

Handel: BEDEUTUNG DER SCHADSTOFFFREIHEIT BEIM VERKAUF TEXTILER PRODUKTE (7-Länder Gesamt ohne Deutschland)



Quelle: **BBE** RETAIL EXPERTS; Fr.4: „Welche Bedeutung hat die Schadstofffreiheit bei textilen Produkten für den Verkauf?“

2 ERGEBNISSE DER HANDELSBEFRAGUNGEN

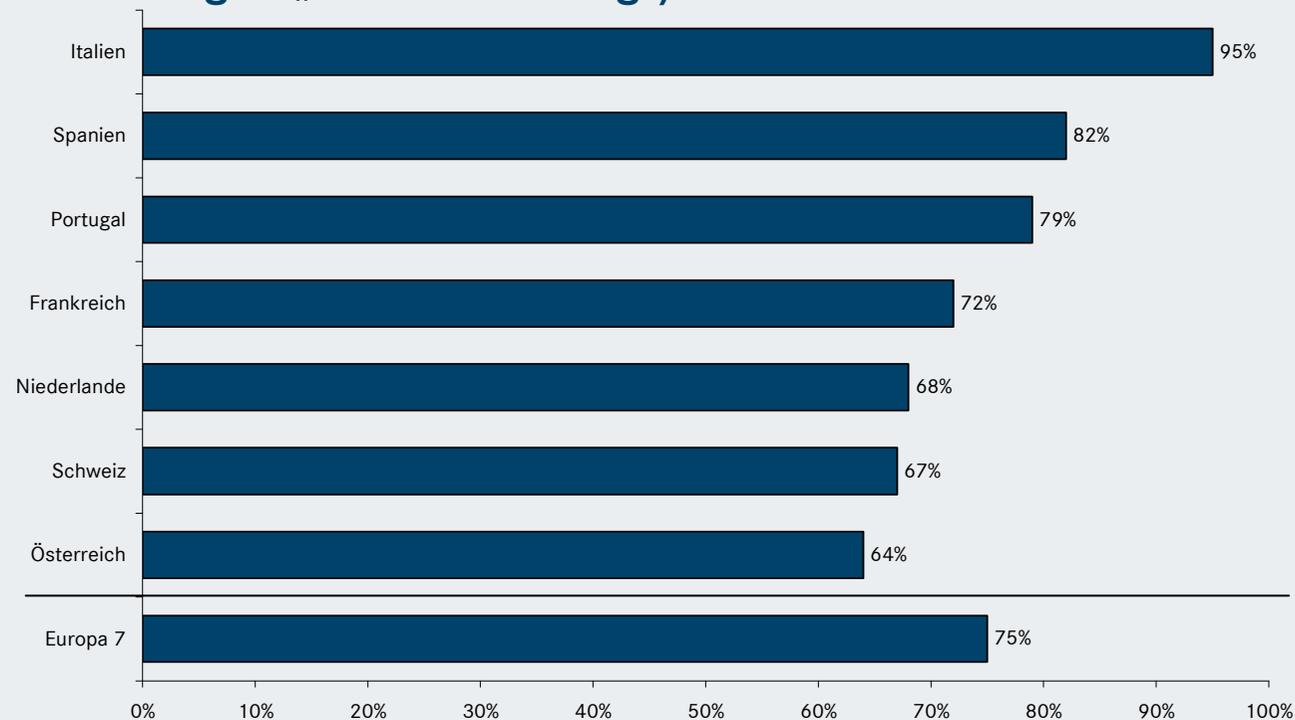
Handel: BEDEUTUNG DER SCHADSTOFFFREIHEIT BEIM VERKAUF TEXTILER PRODUKTE

Bedeutung der Schadstoff-freiheit im Verkauf	Italien	Frankreich	Spanien	Portugal	Schweiz	Österreich	Niederlande	Europa 7
Sehr hohe Bedeutung	82%	39%	45%	41%	35%	25%	8%	39%
Hohe Bedeutung	13%	33%	37%	38%	32%	39%	61%	36%
Geringe Bedeutung	4%	21%	13%	6%	30%	32%	29%	19%
Sehr geringe / keine Bedeutung	2%	6%	2%	14%	4%	4%	4%	5%

Quelle: BBE RETAIL EXPERTS; Fr.4: „Welche Bedeutung hat die Schadstofffreiheit bei textilen Produkten für den Verkauf?“

2 ERGEBNISSE DER HANDELSBEFRAGUNGEN

Handel: BEDEUTUNG DER SCHADSTOFFFREIHEIT BEIM VERKAUF , TEXTILER PRODUKTE (Länderranking; summierte Anteile für „Sehr hohe Bedeutung“ + „Hohe Bedeutung“)



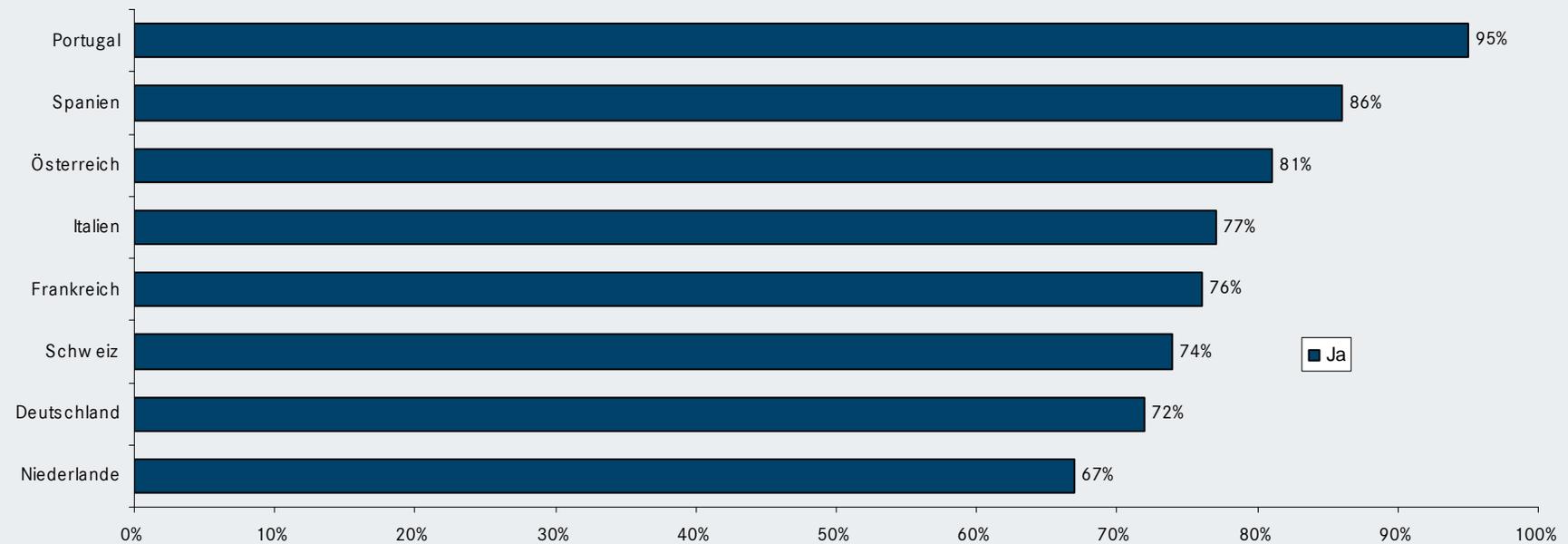
Quelle: BBE europ. Trendanalyse 2008; Frage4: „Welche Bedeutung hat die Schadstofffreiheit bei textilen Produkten für den Verkauf?“

Handel: MEHR PRODUKTE AUSZEICHNEN, DIE ZERTIFIZIERT SIND?

- Der überwiegende Teil der Befragten antwortet auf die Frage „Müssten Ihrer Ansicht nach mehr Produkte und Artikel ausgezeichnet werden, die zertifiziert sind?“ mit einem klaren „Ja“. Über alle sieben Länder gesehen ergibt sich ein Zustimmungswert von 79%; überdurchschnittliche Ja-Antworten erfolgten in Portugal (95%) und in Spanien (86%), ein unterdurchschnittlicher Wert wurde in den Niederlanden mit 67% erzielt.
- Insbesondere die umsatzstärkeren, großen Unternehmen sind besonders an einer Produktauszeichnung interessiert (Stichwort: Selbsterklärung der Produkte, geringere Beratungskapazitäten).
- Bezogen auf die untersuchten Handelsformen zeigt sich, dass die Befragten aus der Branche Heimtextilien überdurchschnittlich eine verstärkte Produktauszeichnung wünschen (Ausnahme: Schweiz und Niederlande).
- Ebenfalls im Bereich der Sportbekleidung zeigt sich noch Potenzial für eine verstärkte Produktkennzeichnung.

2 ERGEBNISSE DER HANDELSBEFRAGUNGEN

Handel: MEHR PRODUKTE AUSZEICHNEN, DIE ZERTIFIZIERT SIND?



Quelle: BBE europ. Trendanalyse 2008; Frage 4: „Müßten Ihrer Ansicht nach mehr Produkte und Artikel ausgezeichnet sein, die zertifiziert sind?“
Deutschland = BBE Fachhandelsbefragung 2008

Handel: BEDEUTUNG VON TEXTILSIEGELN IM RAHMEN DES ORDERVERHALTENS

- Die Bedeutung von Textilsiegeln im Rahmen des Orderverhaltens ist nach Meinung der meisten Befragten hoch. So sagen über alle sieben Länder betrachtet 54% der Befragten, dass zukünftig mit einer Zunahme zu rechnen sei. Von einer Stagnation bzw. einem Bedeutungsrückgang gehen insgesamt 36% der Befragten aus – die Übrigen machten keine Angabe oder sind nicht direkt für den Einkauf zuständig.
- Die höchsten Werte für die Einschätzung „Bedeutung wird zunehmen“ wurden mit 70% in Italien und mit 63% in Portugal erzielt. In den Niederlanden rechnen nur 35% mit einer Bedeutungszunahme, jeder fünfte Interviewte geht gar von einer Rücknahme aus.
- Bezogen auf die Handelsform werden am ehesten im Bereich Damenoberbekleidung sowie Kinderbekleidung Bedeutungszuwächse für Textilsiegel im Rahmen des Orderverhaltens erwartet.

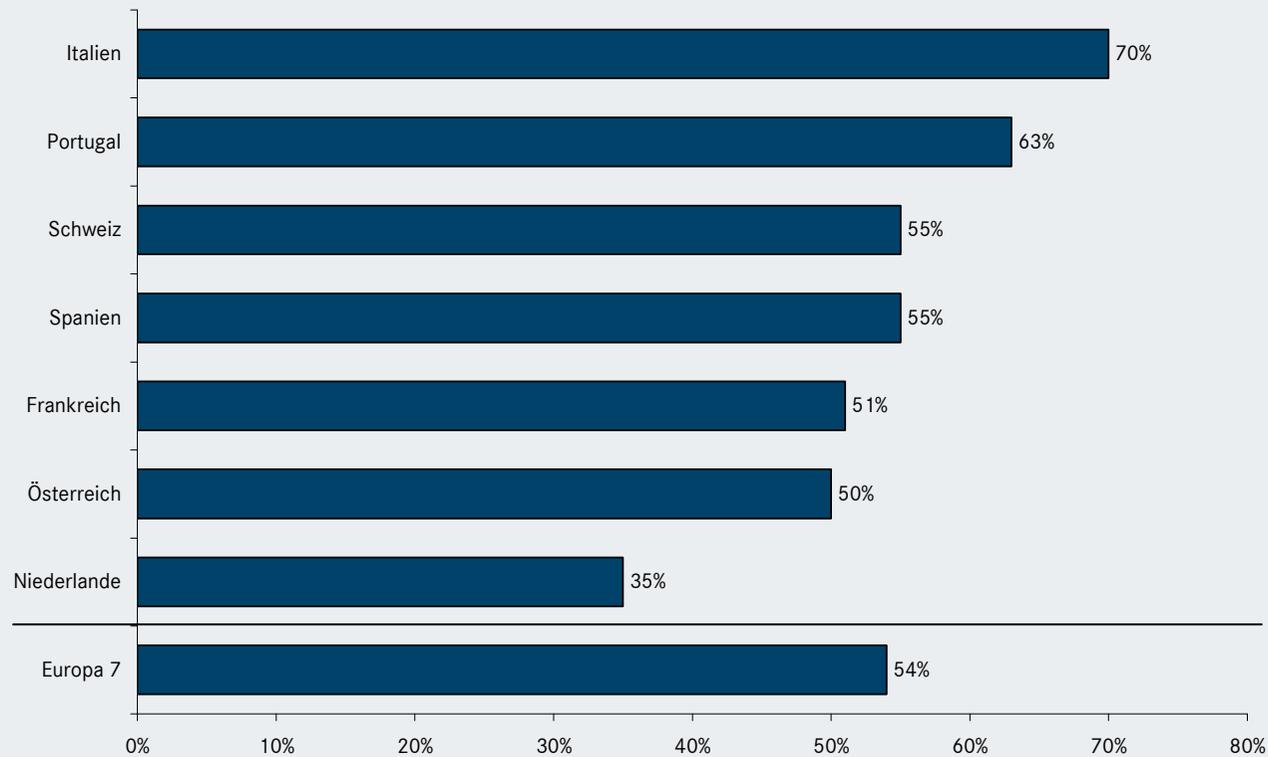
2 ERGEBNISSE DER HANDELSBEFRAGUNGEN

Handel: BEDEUTUNG VON TEXTILSIEGELN IM RAHMEN DES ORDERVERHALTENS

Bedeutung schadstoffgeprüfter Textilien beim Orderverhalten	Italien	Frankreich	Spanien	Portugal	Schweiz	Österreich	Niederlande	Europa 7	Deutschland
wird zunehmen	70%	51%	55%	63%	55%	50%	35%	54%	37%
wird stagnieren	15%	21%	29%	15%	30%	27%	36%	25%	31%
wird zurückgehen	6%	16%	7%	11%	7%	6%	21%	11%	32%
keine Angabe/nicht zuständig	9%	12%	9%	11%	8%	17%	8%	10%	0%

Quelle: BBE RETAIL EXPERTS; Fr.6: „Wie wird sich die Bedeutung schadstoffgeprüfter Textilien im Rahmen Ihres Orderverhaltens zukünftig entwickeln?“; Deutschland-Werte stammen aus der cpd-Fachhandelsbefragung 2008

Handel: BEDEUTUNG VON TEXTILSIEGELN IM RAHMEN DES ORDERVERHALTENS (Länderranking; Anteile für die Angabe „wird zunehmen“)



Quelle: BBE RETAIL EXPERTS; Fr.6: „Wie wird sich die Bedeutung schadstoffgeprüfter Textilien im Rahmen Ihres Orderverhaltens zukünftig entwickeln?“

2 ERGEBNISSE DER HANDELSBEFRAGUNGEN

Handel: BEDEUTUNG VON TEXTILSIEGELN IM RAHMEN DES ORDERVERHALTENS (nach Handelsform)

Bedeutung schadstoffgeprüfter Textilien beim Orderverhalten wird zunehmen (nach Handelsform)	Italien	Frankreich	Spanien	Portugal	Schweiz	Österreich	Niederlande
Damenoberbekleidung	83%	50%	61%	75%	56%	47%	28%
Herrenbekleidung	58%	39%	53%	69%	64%	50%	42%
Kinderbekleidung	67%	61%	39%	64%	61%	56%	39%
Sportbekleidung	69%	58%	53%	47%	42%	42%	36%
Heimtextilien	75%	50%	64%	57%	46%	50%	29%
Wäsche, Bademoden	64%	46%	61%	64%	61%	54%	32%
Durchschnitt über alle Handelsformen	70%	51%	55%	63%	55%	50%	35%

Quelle: BBE RETAIL EXPERTS; Fr.6: „Wie wird sich die Bedeutung schadstoffgeprüfter Textilien im Rahmen Ihres Orderverhaltens zukünftig entwickeln?“

Handel: INFORMATIONSMÖGLICHKEITEN BEZÜGLICH DER VERSCHIEDENEN TEXTILSIEGEL

- Die Informationsmöglichkeiten zum Thema Textilsiegel sind sehr vielfältig. Deshalb wurde gefragt, woher die Befragten Detailinformationen zu den Produktmerkmalen und den besonderen Kennzeichen der verschiedenen Textil- bzw. Ökosiegel erhalten. Mit Hilfe dieser Kenntnisse können der Zertifizierungsstelle hilfreiche Hinweise bezüglich einer zielgerichteten Vermarktung geliefert werden.
- Die Hauptinformationsquelle stellen Gespräche mit den Lieferanten dar. 48% der Befragten gaben dieses als ihre bedeutendste Informationsquelle an.
- Mit großem Abstand folgt an zweiter Stelle mit einem Nennungsanteil von 10% das Internet als Informationsmedium, gefolgt von den Fachzeitschriften/-magazinen mit 9% und Produktschulungen (8%). Auch Mailings von Herstellern oder Einkaufsverbänden werden von etwa jedem zwanzigsten Befragten genannt und untermauern die Bedeutung der Lieferantenseite, die aber „Konkurrenz“ bzw. „Ergänzung“ durch das Internet erhalten hat.
- Messebesuche mit 7% Nennungsanteil stellen eine nicht so große Informationsquelle dar; hierbei muss aber bedacht werden, dass nicht nur Einkäufer befragt wurden, sondern auch Verkaufspersonal um ihr Informationsverhalten gebeten wurden und diese erfahrungsgemäß weniger auf Messen präsent sind.

2 ERGEBNISSE DER HANDELSBEFRAGUNGEN

Handel: INFORMATIONSQLLEN BEZÜGLICH DER VERSCHIEDENEN TEXTILSIEGEL

Informationsquellen bezüglich Textil- und Ökosiegeln	Italien	Frankreich	Spanien	Portugal	Schweiz	Österreich	Niederlande	Europa 7	Deutschland
Gespräche mit Lieferanten	68%	36%	43%	49%	47%	36%	58%	48%	34%
Internet	7%	10%	14%	16%	7%	4%	12%	10%	53%
Fachzeitschriften/-magazine	4%	16%	5%	2%	12%	13%	10%	9%	28%
Produktschulungen	7%	12%	1%	2%	13%	16%	4%	8%	6%
Messebesuche	9%	5%	17%	5%	7%	9%	2%	7%	11%
Broschüren	2%	6%	8%	8%	6%	9%	6%	6%	10%
Einkaufsverbände	2%	4%	8%	10%	3%	5%	6%	5%	9%
Mailings von Herstellern oder Einkaufsverbänden	1%	7%	1%	1%	5%	9%	3%	4%	17%

Quelle: BBE RETAIL EXPERTS; Fr.7: Woher erhalten Sie hauptsächlich Detailinformationen zu den Produktmerkmalen und den besonderen Kennzeichen der verschiedenen Textil- bzw. Ökosiegel?; Deutschland-Werte stammen aus der cpd-Fachhandelsbefragung 2008

Handel: EIGENER INFORMATIONENSTAND BEZÜGLICH DES Oeko-Tex® STANDARDS 100

- Zwar hat sich gezeigt, dass der Bekanntheitsgrad des Oeko-Tex® Standards 100 verglichen mit anderen Siegeln zufriedenstellend ist, aber da sich erst ca. ein Drittel der Befragten (31%) umfassend und ausreichend zu diesem Textilsiegel informiert fühlt, kann noch mehr zur Informations- und Wissensübermittlung getan werden.
- 36% der Interviewten gaben an, sich eine umfassendere Informationsversorgung zu wünschen. Überdurchschnittliche Anteile sind in den Ländern Portugal (47%), Schweiz (47%) und in Österreich (57%) zu beobachten, so dass nicht nur in diesen Ländern möglichst bald mit einer größeren Informationsversorgung bzw. einem Ausbau der bestehenden Aktivitäten gestartet werden sollte.
- Ca. 29% der Befragten sind an keinen Informationen interessiert – deutlich höhere Werte weisen die Länder Italien (51%) und Spanien (47%) auf.

2 ERGEBNISSE DER HANDELSBEFRAGUNGEN

Handel: EIGENER INFORMATIONENSTAND BEZÜGLICH DES Oeko-Tex® STANDARDS 100

Informationsstand bzgl. des Öko-Tex Standards	Italien	Frankreich	Spanien	Portugal	Schweiz	Österreich	Niederlande	Europa 7	Deutschland
Bin ausreichend informiert	23%	36%	26%	32%	38%	25%	38%	31%	37%
Wünsche mehr Informationen	26%	34%	23%	47%	47%	57%	22%	36%	35%
Kein Interesse an Informationen	51%	19%	47%	17%	15%	15%	40%	29%	28%
keine Angabe	0%	11%	4%	5%	0%	3%	0%	3%	0%

Quelle: BBE RETAIL EXPERTS; Fr.8: Fühlen Sie sich umfassend über den Oeko-Tex® Standard 100 und das Label „Textiles Vertrauen“ informiert?“, Deutschland-Werte stammen aus der cpd-Fachhandelsbefragung 2008

2 ERGEBNISSE DER HANDELSBEFRAGUNGEN

Handel: HOHER INFORMATIONSWUNSCH BEZÜGLICH DES Oeko-Tex® STANDARDS 100 (nach Handelsform; Anteile für „wünsche mehr Informationen“)

Hoher Informationswunsch bzgl. des Öko-Tex Standards (nach Handelsform)	Italien	Frankreich	Spanien	Portugal	Schweiz	Österreich	Niederlande
Damenoberbekleidung	31%	39%	17%	53%	56%	67%	19%
Herrenbekleidung	28%	31%	33%	39%	36%	58%	19%
Kinderbekleidung	25%	42%	31%	58%	53%	47%	31%
Sportbekleidung	25%	36%	17%	47%	50%	61%	22%
Heimtextilien	25%	29%	29%	32%	43%	64%	21%
Wäsche, Bademoden	21%	25%	11%	46%	39%	43%	18%
Durchschnitt über alle Handelsformen	26%	34%	23%	47%	47%	57%	22%

Quelle: BBE RETAIL EXPERTS; Fr. 8: „Wünsche mehr Informationen“

3 ERGEBNISSE DER VERBRAUCHERBEFRAGUNGEN

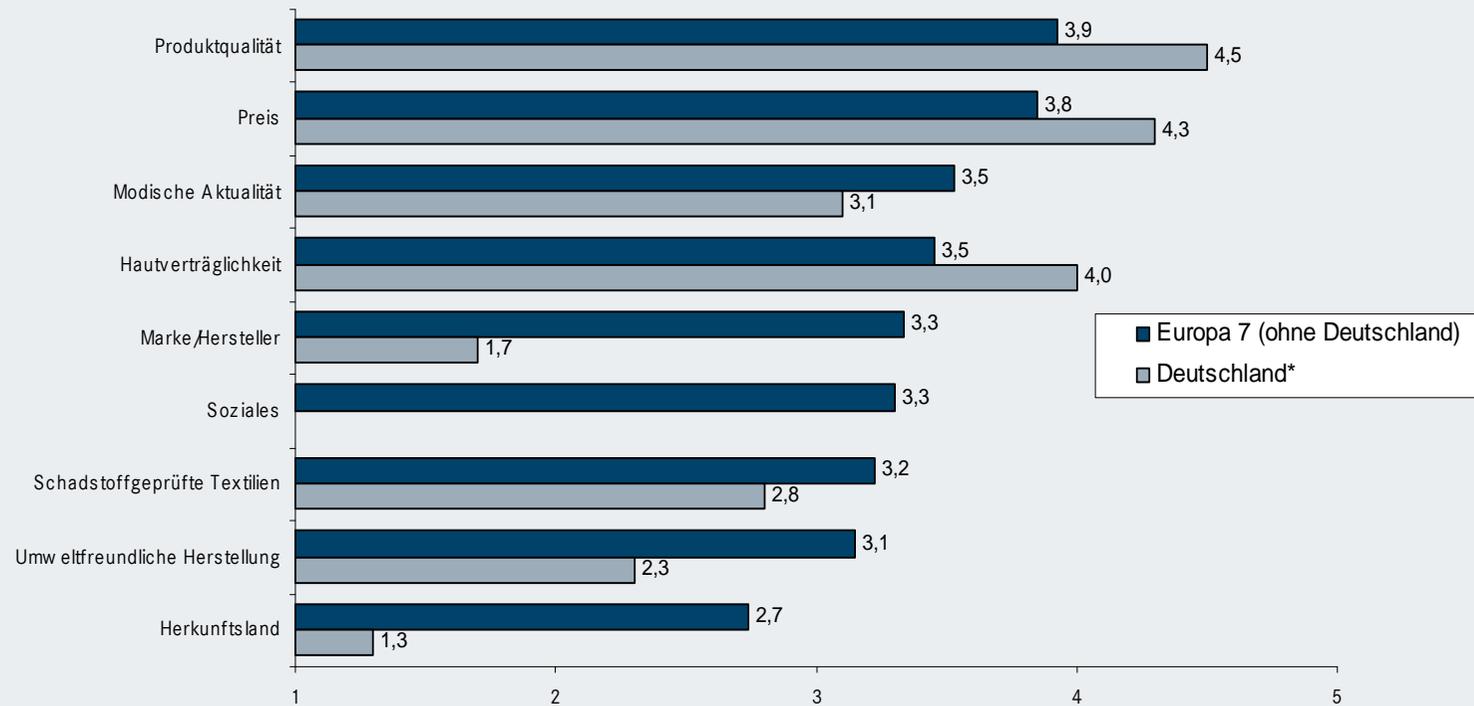
ERGEBNISSE DER VERBRAUCHERBEFRAGUNGEN

Verbraucher: WICHTIGE ASPEKTE BEIM EINKAUF VON BEKLEIDUNG UND TEXTILIEN

- Alle Passanten sollten Auskunft darüber geben, wie wichtig ihnen neun vorgelegte Punkte beim Einkauf von Bekleidung und Textilien sind. Diese Faktoren wurden nicht nur für den Bereich der Oberbekleidung abgefragt, sondern auch für die Bereiche Kinder-/Babybekleidung, Heimtextilien und Wäsche/Bademoden.
- Zu den bedeutendsten Aspekten beim Einkauf von Bekleidung und Textilien zählen die Kriterien Produktqualität und der Preis. Sie erhielten entweder die höchste oder die zweithöchste Nennung. Auf einer Skala von 1=unwichtig bis 5=sehr wichtig erhielten diese Faktoren Werte zwischen 3,7 und 4,0.
- An dritter Position erscheint überwiegend der Faktor „Hautverträglichkeit“ (3,4 bis 3,7).
- Bei allen Warengruppen erhält der Faktor „Soziales“ einen Wert von 3,4. Die kritische Auseinandersetzung mit dem Umfeld des Herstellungsprozesses (Kinderarbeit, Hungerlöhne, Arbeitsbedingungen) hat sich zu einem bedeutenden Thema entwickelt, das seitens der Marktteilnehmer berücksichtigt werden muss.
- Der Faktor „Schadstoffgeprüfte Textilien“ erhält mit einem Wert von 3,5 bei der Kinder- und Babybekleidung noch den höchsten Wert, und liegt ansonsten mit Werten zwischen 3,2 und 3,3 eher im Mittelfeld aller abgefragten Faktoren. Hier ist aber zu bedenken, dass ja die Produktauszeichnung mit dem Oeko-Tex®- oder anderen Siegeln eine qualitative Aufwertung darstellt, die dann im Punkt „Produktqualität“ wieder ihren Niederschlag findet.

3 ERGEBNISSE DER VERBRAUCHERBEFRAGUNGEN

Verbraucher: WICHTIGE ASPEKTE BEIM EINKAUF VON BEKLEIDUNG + TEXTILIEN



Quelle: BBE europ. Trendanalyse 2008; Frage 1: „Wie wichtig sind die folgenden Punkte für Sie, wenn Sie Bekleidung und Textilien einkaufen?“
Skala von 1=unwichtig bis 5=sehr wichtig
Deutschland = GfK-Verbraucherstudie Textilsiegel 2006

3 ERGEBNISSE DER VERBRAUCHERBEFRAGUNGEN

Verbraucher: WICHTIGE ASPEKTE BEIM EINKAUF VON BEKLEIDUNG + TEXTILIEN (Oberbekleidung)

Oberbekleidung	Italien	Frankreich	Spanien	Portugal	Schweiz	Österreich	Niederlande	Europa 7	Deutschland
Produktqualität	3,9	3,8	3,6	4,2	4,1	3,9	4,2	3,9	1.
Preis	4,4	3,8	3,3	4,7	3,7	3,7	3,9	3,9	2.
Modische Aktualität	4,0	3,6	3,4	3,9	3,3	3,6	3,6	3,6	4.
Hautverträglichkeit	3,9	3,1	3,1	3,9	3,5	3,1	3,7	3,5	3.
Marke/Hersteller	3,9	3,5	3,4	3,8	2,7	3,4	3,3	3,4	9.
Soziales	4,2	2,8	3,1	2,8	4,1	3,0	3,5	3,4	
Schadstoffgeprüfte Textilien	4,4	2,9	3,0	3,0	3,1	3,1	3,3	3,3	5.
Umweltfreundliche Herstellung	3,5	2,8	2,9	2,9	3,6	3,1	3,2	3,1	7.
Herkunftsland	3,4	2,6	3,0	2,1	2,6	2,9	2,6	2,8	10.

Quelle: **BBE** RETAIL EXPERTS; Fr. 1: „Wie wichtig sind die folgenden Punkte für Sie, wenn Sie Bekleidung und Textilien einkaufen?“ Skala von 1=unwichtig bis 5=sehr wichtig;
Die ermittelte Rangfolge der Aspekte in der deutschen Verbraucherschaft stammt aus der GfK-Verbraucherbefragung Textilsiegel 2006

3 ERGEBNISSE DER VERBRAUCHERBEFRAGUNGEN

Verbraucher: BEDEUTUNG SCHADSTOFFGEPRÜFTER TEXTILIEN BEIM EINKAUF VON BEKLEIDUNG + TEXTILIEN (nach Altersklassen)

Bedeutung der Schadstofffreiheit beim Einkauf	Warengruppe	Italien	Frankreich	Spanien	Portugal	Schweiz	Österreich	Niederlande	Europa 7
19 - 25 Jahre	<i>Oberbekleidung</i>	4.1	2.6	2.6	2.8	2.8	2.7	3.2	3.0
26 - 35 Jahre		4.6	2.9	2.9	2.6	3.1	3.1	3.2	3.3
36 - 45 Jahre		4.5	3.1	3.1	3.3	3.6	3.2	3.4	3.5
46 - 55 Jahre		4.2	3.0	3.4	3.1	4.0	3.2	3.6	3.5
56 - 65 Jahre		3.6	2.9	2.9	4.1	3.9	3.2	3.2	3.2
19 - 25 Jahre	<i>Kinder-/ Babybekleidung</i>	4.5	2.8	3.1	2.8	4.1	3.1	3.7	3.4
26 - 35 Jahre		4.8	3.0	3.1	2.7	3.9	3.3	3.8	3.5
36 - 45 Jahre		4.8	3.1	3.3	3.4	4.3	3.5	3.5	3.7
46 - 55 Jahre		4.6	3.1	3.4	3.2	4.4	3.2	3.8	3.5
56 - 65 Jahre		3.6	2.8	3.1	4.1	4.2	3.3	3.3	3.3
19 - 25 Jahre	<i>Wäsche/ Bademoden</i>	4.4	2.8	2.8	2.8	2.8	3.0	3.2	3.1
26 - 35 Jahre		4.6	2.9	3.0	2.6	3.4	3.2	3.3	3.4
36 - 45 Jahre		4.6	3.1	3.3	3.3	3.8	3.4	3.4	3.6
46 - 55 Jahre		4.3	3.0	3.3	3.1	4.0	3.2	3.6	3.5
56 - 65 Jahre		3.6	2.7	3.1	3.9	4.1	3.0	3.3	3.3
19 - 25 Jahre	<i>Heimtextilien</i>	4.1	2.7	2.4	2.6	2.9	3.0	3.1	3.0
26 - 35 Jahre		4.6	2.9	2.3	2.5	2.8	3.4	3.1	3.2
36 - 45 Jahre		4.6	3.2	2.8	3.1	3.4	3.4	3.4	3.5
46 - 55 Jahre		4.3	3.1	2.7	2.9	3.6	3.3	3.7	3.3
56 - 65 Jahre		3.5	2.7	2.5	3.5	3.8	3.1	3.2	3.0

Quelle: BBE RETAIL EXPERTS; Fr. 1: „Wie wichtig sind die folgenden Punkte für Sie, wenn Sie Bekleidung und Textilien einkaufen?“ Skala von 1=unwichtig bis 5=sehr wichtig

Verbraucher: BEACHTUNG VON TEXTILSIEGELN BEIM EINKAUF

- Auf die Frage „Achten Sie bei Ihren Einkäufen auch auf Textilsiegel, die die Schadstofffreiheit der Produkte belegen?“ antworten 12% mit „Sehr häufig“ bzw. „häufig“ und 31% mit „Gelegentlich“. Überdurchschnittlich wird dabei in der Schweiz auf die Textilsiegel geachtet, während in Spanien und in Portugal 2/3 bzw. 3/4 der Befragten selten bzw. sehr selten auf Textilsiegel achten.
- Bezogen auf das Geschlecht achten mehr Frauen als Männer auf die entsprechenden Textilsiegel; bei den verschiedenen Altersklassen ist zu erkennen, dass die Altersklassen von 36 – 55 Jahren stärker auf Textilsiegel, die die Schadstofffreiheit der Produkte belegen, achten als Personen unter 36 Jahren bzw. über 55 Jahren.

3 ERGEBNISSE DER VERBRAUCHERBEFRAGUNGEN

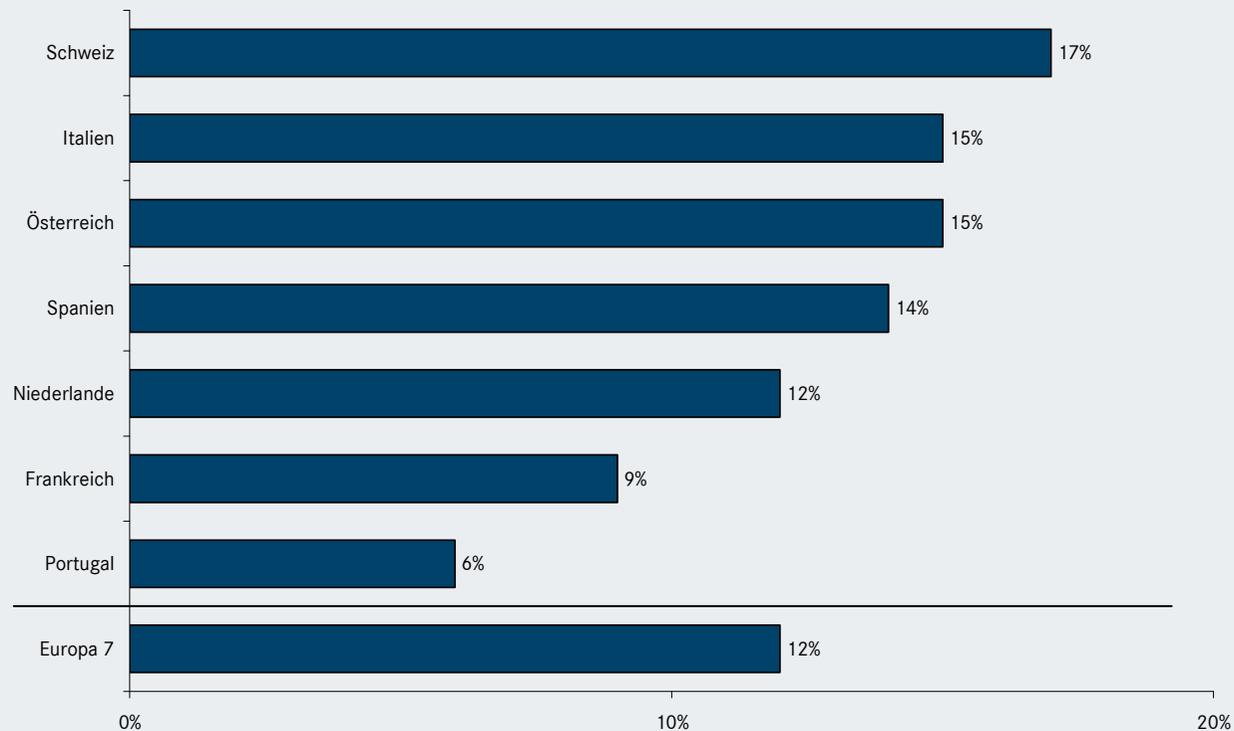
Verbraucher: BEACHTUNG VON TEXTILSIEGELN BEIM EINKAUF

Wird auf Textilsiegel geachtet?	Italien	Frankreich	Spanien	Portugal	Schweiz	Österreich	Niederlande	Europa 7	Deutschland
Sehr häufig/häufig	15%	9%	14%	6%	17%	15%	12%	12%	18%
Gelegentlich	31%	44%	19%	27%	22%	49%	28%	31%	25%
Selten/sehr selten	54%	47%	65%	77%	62%	36%	60%	56%	57%

Quelle: **BBE** RETAIL EXPERTS; Fr.2: „Achten Sie bei Ihren Einkäufen auch auf Textilsiegel, die die Schadstofffreiheit der Produkte belegen?“; Deutschland-Werte stammen aus der GfK-Verbraucherbefragung Textilsiegel 2006

3 ERGEBNISSE DER VERBRAUCHERBEFRAGUNGEN

Verbraucher: BEACHTUNG VON TEXTILSIEGELN BEIM EINKAUF (Länderranking; Summierte Anteile für „Sehr häufig“ + „Häufig“)



Quelle: BBE RETAIL EXPERTS; Fr.2: „Achten Sie bei Ihren Einkäufen auch auf Textilsiegel, die die Schadstofffreiheit der Produkte belegen?“

3 ERGEBNISSE DER VERBRAUCHERBEFRAGUNGEN

Verbraucher: GESTÜTZTE BEKANNTHEIT VON TEXTILSIEGELN

- Mittels eines Pretests im Fachhandel und weiterer Desk Research Arbeiten wurden die relevantesten Siegel ausgewählt und allen Passanten im Rahmen des Interviews textlich als auch grafisch vorgelegt.
- Somit konnte erreicht werden, dass sich eine Vielzahl der Befragten bei einem Blick auf das Symbol doch an das eine oder andere Siegel erinnern konnten.

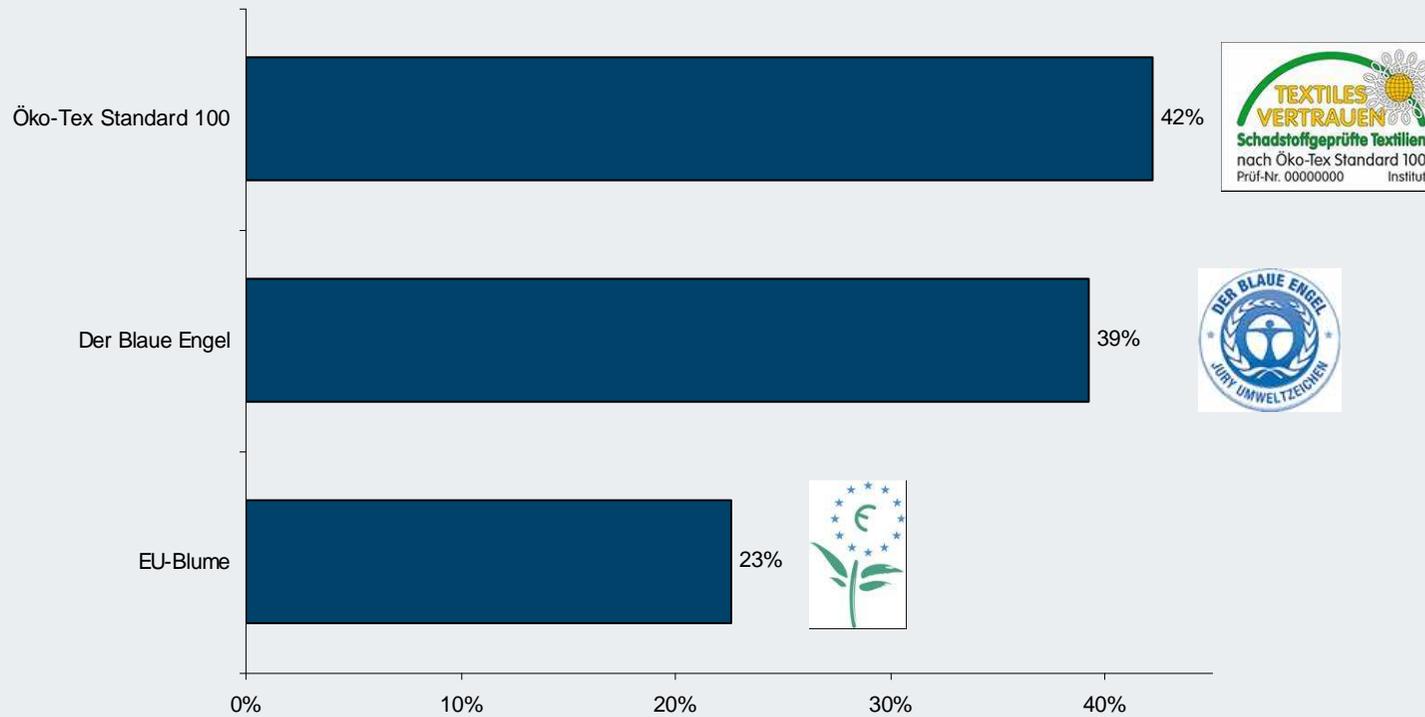


Verbraucher: GESTÜTZTE BEKANNTHEIT VON TEXTILSIEGELN

- Die gestützte Abfrage der Bekanntheit von insgesamt vier Textilsiegeln – in Italien wurden fünf Siegel, in der Schweiz wurden sechs Siegel abgefragt - zeigt folgendes Bild: mit einem Bekanntheitsgrad von 42% über alle sieben Länder schneidet der Oeko-Tex® Standard 100 am besten ab – überdurchschnittliche Werte finden sich in Österreich (81%), in Frankreich (61%), in Italien (50%) und in den Niederlanden (49%).
- Ebenfalls zufriedenstellende Werte erzielt das Siegel „Der Blaue Engel“: europaweit ist es ein Bekanntheitsgrad von 39%, in Österreich 73%, in Italien 66% und in Frankreich 53%.
- Erst mit Abstand folgen die anderen vorgegebenen Siegel: die EU-Blume (27%) und der Global Organic Textile Standard mit 16%.

3 ERGEBNISSE DER VERBRAUCHERBEFRAGUNGEN

Verbraucher: GESTÜTZTE BEKANNTHEIT VON TEXTILSIEGEL (Europa 8 Länder mit Deutschland)



Quelle: BBE Trendanalyse 2008; Frage 4: „Welche der folgenden Textilsiegel sind Ihnen bekannt oder im Rahmen eines Einkaufs schon mal aufgefallen?“

3 ERGEBNISSE DER VERBRAUCHERBEFRAGUNGEN

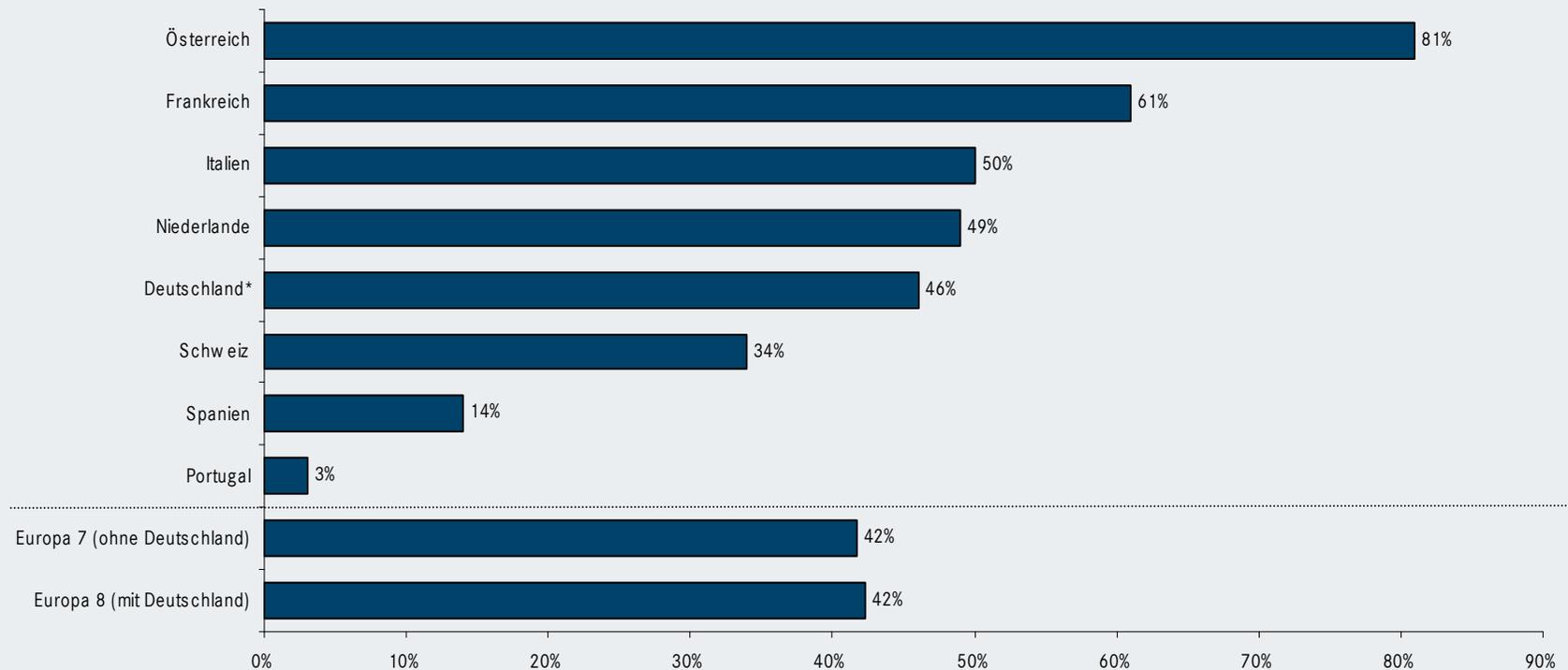
Verbraucher: GESTÜTZTE BEKANNTHEIT VON TEXTILSIEGELN

Gestützte Bekanntheit von Textilsiegeln	Italien	Frankreich	Spanien	Portugal	Schweiz	Österreich	Niederlande	Europa 7	Deutschland
Öko-Tex Standard 100	50%	61%	14%	3%	34%	81%	49%	42%	46%
Der Blaue Engel	66%	53%	20%	3%	33%	73%	17%	39%	49%
EU-Blume	42%	36%	36%	13%	7%	38%	8%	27%	1%
Global Organic Textile Standard	17%	29%	12%	2%	10%	18%	23%	16%	
Naturaline bio cotton					54%				
Eco-Label	10%				67%				

Quelle: **BBE** RETAIL EXPERTS; Fr.4: „Welche der folgenden Textilsiegel sind Ihnen bekannt oder im Rahmen eines Einkaufs schon mal aufgefallen?“; Deutschland-Werte stammen aus der GfK-Verbraucherbefragung Textilsiegel 2006

3 ERGEBNISSE DER VERBRAUCHERBEFRAGUNGEN

Verbraucher: GESTÜTZTE BEKANNTHEIT DES OEKO-TEX® STANDARDS 100



Quelle: BBE europ. Trendanalyse 2008, Frage 4: „Welche der folgenden Textilsiegel sind Ihnen bekannt oder im Rahmen eines Einkaufs schon mal aufgefallen?“
Deutschland = GfK-Verbraucherstudie Textilsiegel 2006

Verbraucher: BEVORZUGTE EINKAUFSTÄTTEN FÜR BEKLEIDUNG UND TEXTILIEN

- Zu den bevorzugten Einkaufsstätten für Bekleidung und Textilien zählen europaweit betrachtet die Handelsketten und Filialisten. 57% der Befragten nennen diesen Vertriebskanal und belegen hiermit die Erfolgsgeschichte der textilen Filialisten. Überdurchschnittliche Nennungsanteile zeigen sich in den Ländern Portugal (77%), Niederlande (74%) und Frankreich (63%).
- An zweiter Position finden sich mit 48% die Kauf- und Warenhäuser – überdurchschnittlich häufig in Spanien und in Portugal, unterdurchschnittlich in Österreich.
- An dritter Stelle – die Befragten konnten Mehrfachnennungen abgeben – wird der Bekleidungs-Fachhandel mit 38% genannt. Deutlich höhere Werte wurden in Italien verzeichnet; 63% unterstreichen hier die Bedeutung des kleinen mittelständischen Bekleidungs-Fachhandels. Gleiches gilt auch für die Boutiquen: europaweit mit einem Nennungsanteil von 34%, in Italien überdurchschnittliche 62%!
- Auf den Plätzen 5 und 6 folgen der Sport-Fachhandel mit 30% (überdurchschnittliche Anteile bei den männlichen Befragten) und der Versandhandel mit 11% (überdurchschnittliche Anteile bei den über 56-jährigen).

3 ERGEBNISSE DER VERBRAUCHERBEFRAGUNGEN

Verbraucher: BEVORZUGTE EINKAUFSSTÄTTEN FÜR BEKLEIDUNG UND TEXTILIEN

Bevorzugte Einkaufsstätten	Italien	Frankreich	Spanien	Portugal	Schweiz	Österreich	Niederlande	Europa 7
Handelsketten	25%	63%	51%	77%	52%	61%	74%	57%
Kauf-/Warenhäuser	41%	45%	58%	63%	50%	38%	44%	48%
Bekleidungs-Fachhandel	63%	51%	15%	34%	25%	33%	39%	38%
Boutiquen	62%	26%	39%	22%	28%	23%	33%	34%
Sport-Fachhandel	59%	9%	31%	29%	36%	13%	30%	30%
Versandhandel	11%	12%	10%	12%	11%	13%	8%	11%

Quelle: BBE RETAIL EXPERTS; Fr.5: „Wo, in welchen Einkaufsstätten kaufen Sie bevorzugt Bekleidung und Textilien ein (Mehrfachnennungen möglich)?“

KURZ-ZUSAMMENFASSUNG

HANDELSBEFRAGUNG

- Es wurden insgesamt 1.400 Handelsunternehmen der Branchen Damenoberbekleidung, Herrenbekleidung, Kinderbekleidung, Sportbekleidung, Heimtextilien und Wäsche/Bademoden in den Ländern Italien, Frankreich, Spanien, Portugal, Schweiz, Österreich und Niederlande per Telefoninterview befragt.
- Zu den bedeutendsten Aspekten beim Einkauf von Bekleidung und Textilien zählen die Kriterien Produktqualität, Soziale Aspekte, Hautverträglichkeit sowie Schadstoffprüfungen.
- Die gestützte Abfrage der Bekanntheit von Textilsiegeln zeigt folgendes Bild: mit einem Bekanntheitsgrad von 37% über alle sieben Länder schneidet der Oeko-Tex® Standard 100 am besten ab. Besonders stark zeigt sich das Siegel in der Schweiz und in Österreich; eher unterdurchschnittliche Werte werden in den Ländern Frankreich (18%), Italien und Spanien (jeweils 24%) erzielt. Die im vergangenen Jahr in Deutschland durchgeführte Messebefragung führte zu einem Handels-Bekanntheitsgrad von 79%.
- Positiv stellen sich auch die Verwendungsraten dar: die Personen bzw. die Unternehmen, die den Oeko-Tex® Standard kennen, setzen ihn zu überdurchschnittlichen Anteilen auch in ihrem Produktsortiment ein. Die Verwendungsraten der Siegel Global Organic Textile Standard, Der Blaue Engel und der EU-Blume fallen geringer aus als die des Oeko-Tex® Siegels.

HANDELSBEFRAGUNG

- $\frac{3}{4}$ der Befragten messen dem Thema Schadstofffreiheit beim Verkauf textiler Produkte einen (sehr) hohen Stellenwert bei.
- Der überwiegende Teil der Befragten antwortet auf die Frage „Müssten Ihrer Ansicht nach mehr Produkte und Artikel ausgezeichnet werden, die zertifiziert sind?“ mit einem klaren „Ja“. Über alle sieben Länder gesehen ergibt sich ein Zustimmungswert von 79%.
- Die Bedeutung von Textilsiegeln im Rahmen des Orderverhaltens ist nach Ansicht der Befragten überaus hoch. Über die Hälfte der Befragten rechnet auch zukünftig mit einer weiteren Bedeutungszunahme.
- Detailinformationen zu den Produktmerkmalen und den besonderen Kennzeichen der verschiedenen Textil- bzw. Ökosiegel erhalten die meisten Befragten über Gespräche mit den Lieferanten. Mit großem Abstand wird an zweiter Stelle das Internet genannt.
- Zwar hat sich gezeigt, dass der Bekanntheitsgrad des Oeko-Tex® Standards 100 verglichen mit anderen Siegeln zufriedenstellend ist, aber da sich erst ca. ein Drittel der Befragten umfassend und ausreichend zu diesem Textilsiegel informiert fühlt, kann noch mehr zur Informations- und Wissensübermittlung getan werden. 36% der Interviewten gaben an, sich eine umfassendere Informationsversorgung zu wünschen. Hier sind entsprechende Maßnahmen in die Wege zu leiten.

VERBRAUCHERBEFRAGUNG

- Es wurden insgesamt 3.100 Einwohner in sieben europäischen Ländern im Rahmen von innerstädtischen Passanteninterviews befragt. Die Befragungen erfolgten im September 2008 und umfassten die Altersklassen von 14 bis über 65 Jahren.
- Zu den bedeutendsten Aspekten beim Einkauf von Bekleidung und Textilien zählen für die Verbraucher die Kriterien Produktqualität und der Preis. An dritter Position erscheint der Faktor „Hautverträglichkeit“.
- Der Faktor „Schadstoffgeprüfte Textilien“ erhält bei der Kinder- und Babybekleidung noch den höchsten Wert, liegt aber ansonsten eher im Mittelfeld aller abgefragten Faktoren.
- Der Großteil der Befragten achtet nur selten auf Textilsiegel beim Einkauf von Bekleidung und Textilien. Erst ein Drittel der Befragten schaut überhaupt gelegentlich auf Textilsiegel, etwa jeder zehnte Befragte tut dieses häufig bzw. sehr häufig.

VERBRAUCHERBEFRAGUNG

- Die gestützte Abfrage der Bekanntheit von Textilsiegeln zeigt folgendes Bild: mit einem Bekanntheitsgrad von 42% über alle sieben Länder schneidet der Oeko-Tex® Standard 100 am besten ab. Besonders stark zeigt sich das Siegel in Österreich, Frankreich, Italien und in den Niederlanden; eher unterdurchschnittliche Werte werden in den Ländern Spanien und Portugal erzielt. Die im Jahr 2006 in Deutschland durchgeführte GfK-Kundenbefragung führte zu einem Bekanntheitsgrad von 46%.
- Zu den bevorzugten Einkaufsstätten für Bekleidung und Textilien zählen europaweit betrachtet die Handelsketten und Filialisten. 57% der Befragten nennen diesen Vertriebskanal und belegen hiermit die Erfolgsgeschichte der textilen Filialisten. Überdurchschnittliche Nennungsanteile zeigen sich in den Ländern Portugal (77%), Niederlande (74%) und Frankreich (63%).
- An zweiter Position finden sich die Kauf- und Warenhäuser, gefolgt vom Bekleidungs-Fachhandel und den Boutiquen.
- Insgesamt betrachtet stellen die Ergebnisse eine äußerst zufriedenstellende Situation für den Oeko-Tex® Standard dar, die aber durch kontinuierliche Vermarktungsaktivitäten zu stabilisieren bzw. weiter auszubauen ist. Durch die vorgefundene Verankerung des Textilsiegels im Bewusstsein vieler Verbraucher kann dem Handel gegenüber argumentiert werden, dass eine Aufnahme des Textilsiegels bzw. eine Ausweitung der Etikettierung sehr sinnvoll ist.