



Außenhandelsvereinigung des
Deutschen Einzelhandels e. V.

Am Weidendamm 1A
D - 10117 Berlin

Telefon: +49 (0)30 59 00 99 - 432

Telefax: +49 (0)30 59 00 99 - 429

E-Mail: info@ave-intl.de

Internet: www.ave-international.de

Stellungnahme

Stellungnahme der Außenhandelsvereinigung des Deutschen Einzelhandels zum staatlichen Metasiegel „Grüner Knopf“ des Bundesministers für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung, Dr. Gerd Müller

Juni 2019

Ausgangslage

Mit dem Grünen Knopf möchte das Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung ein verbraucherfreundliches und glaubwürdiges Textilsiegel einführen, das Nachhaltigkeitsvorreiter der deutschen Textilbranche auszeichnet. Verbraucherinnen und Verbraucher sollen beim Einkauf auf den ersten Blick erkennen können, ob die Textilien nachhaltig produziert wurden und das Unternehmen nach hohen sozialen und ökologischen Standards arbeitet.

Laut Referenzdokument sind die Kernelemente des Grünen Knopfes:

- Der Grüne Knopf soll ein Siegel sein für Textilien, insbesondere Bekleidung, textile Mode-Accessoires, textile Spielzeuge, Heimtextilien sowie Matratzen und Bettwaren. Das Labelling soll vom Unternehmen gesteuert direkt am Produkt oder an der Verpackung angebracht werden.

- Der Grüne Knopf soll als nationale Gewährleistungsmarke gemäß § 106 (a-h) Markengesetz eingetragen werden.

- Für den Grünen Knopf selbst sollen keine Lizenzgebühren anfallen, jedoch müssen die Unternehmen die Lizenzgebühren für die notwendigen Siegel selbst tragen. Vergaben werden soll der Grüne Knopf durch eine Vergabestelle.

- Es wurden Kriterien für das Produkt, aber auch das Unternehmen definiert.

Bei den Unternehmenskriterien soll die Sorgfaltspflicht der Unternehmen geprüft werden. Hierbei orientiert man sich an den fünf Kernelementen des Nationalen Aktionsplans Wirtschaft und Menschenrechte.

Die produktbezogenen Kriterien sollen die Produktionsstufen der Textilien prüfen. In der Einführungsphase (2019-2022) beschränkt man sich auf die Sozialstandards der letzten Produktionsstufe in Konfektionsbetrieben und Umweltstandards in Betrieben der Textilveredlung („Nassprozesse“).

Die Erfüllung der Kriterien soll durch Siegel nachgewiesen werden. Unternehmenseigene Siegel und Prozesse müssen einen gesonderten Prüfprozess durchlaufen.

- Es ist eine stufenweise Anhebung des Ambitionsniveaus ab der Folgephase (2023) geplant, das sich am Leitbild „staatliche Zertifizierung einer fairen und nachhaltigen Lieferkette vom Baumwollfeld bis zum Bügel“ orientieren soll.

Position der AVE

Die AVE unterstützt grundsätzlich den Ansatz, die Textil- und Bekleidungsindustrie nachhaltig zu gestalten.

Die AVE begrüßt die Idee Konsumenten ein Siegel an die Hand zu geben, das all die Aspekte der Nachhaltigkeit abbildet und für den Konsumenten gleichzeitig einfach zu handhaben ist.

Dies kann durch die Einführung des Grünen Knopfes nicht erreicht werden. Besonders kritisch sehen wir folgende Aspekte:

1. Ein staatliches Metasiegel verspricht den Konsumenten, dass die gesamte Lieferkette und sämtliche soziale und ökologische Standards abgedeckt seien. Dies kann der Grüne Knopf nicht gewährleisten.
2. Im Juli mit der Einführungsphase zu starten, ist nicht zu realisieren. Produkte mit dem Grünen Knopf werden zu diesem Zeitpunkt nicht verfügbar sein. Die Glaubwürdigkeit des Siegels ist durch die Einführung im Hauruckverfahren gefährdet.
3. Für global agierende Unternehmen ist ein rein nationales Siegel nicht sinnvoll, weil deren Lieferketten grundsätzlich international ausgerichtet sind und Waren nicht exklusiv für bestimmte Märkte

produziert werden. Um ein globales Thema zu lösen braucht man globalen Druck. Das Siegel muss grenzüberschreitend einsetzbar und verständlich für Verbraucher unterschiedlicher Sprachen und Kulturen sein.

4. Das komplizierte Prüfverfahren zur Anerkennung unternehmenseigener Standards erschwert die Anwendung des Grünen Knopfes.
5. Das Siegel ist für den Massenmarkt nicht geeignet. Die Herausforderungen der textilen Wertschöpfungskette erwachsen aus der Vielzahl von Marken, Kollektionen und Textilien. Für Unternehmen beispielsweise mit mehreren hunderttausend Artikeln und bis zu 12 Kollektionen pro Jahr ist selbst ein einfaches Prüfverfahren auf Produktebene nicht zu leisten.
6. Für Unternehmen ist der Mehraufwand für Zertifizierungen nicht gerechtfertigt. Zu bezweifeln ist vor allem die Wirkung dieser Systeme auf ökologische und soziale Produktionsbedingungen. Viele Unternehmen erfüllen weit strengere Kriterien, als ein Metasiegel mit dem kleinsten gemeinsamen Nenners verlangen kann.

Fazit

Das aktuelle Konzept für den Grünen Knopf kann nicht dazu beitragen, die Konsumentenkommunikation einfach und transparent zu gestalten. Eine breite Marktabdeckung und einen hohen Bekanntheitsgrad wird der Grüne Knopf aktuell nicht erzielen können.

Ein Nachhaltigkeitslabel für Textilien sollte mindestens europaweit, besser noch global

akzeptiert werden. Zielführend und praktikabel wäre es dabei zum Beispiel den Grünen Knopf für Unternehmen und ihr Engagement zur Verbesserung der Produktionsbedingungen, oder gegebenenfalls für gesamte Kollektionen zu vergeben. Dies würde den Arbeitsaufwand sowohl für die Vergabestelle, als auch für die Unternehmen praktikabel gestalten. Außerdem könnten Unternehmen dieses Siegel z.B. an Produkten einer gesamten Kollektion anbringen, unabhängig davon, in welchem Land die Ware verkauft wird. Das könnte die Attraktivität eines Grünen Knopfes, vor allem bei international tätigen Unternehmen immens erhöhen.

Es dürfen bei den Konsumenten keine falschen Erwartungen geweckt werden. Das Siegel muss klar kommunizieren, welche Aspekte abgedeckt werden.

Über die AVE

Der Einzelhandel ist ein Konjunkturmotor. Mit seinen drei Millionen Beschäftigten und seinen

50 Millionen täglichen Kundenkontakten trägt er wesentlich zur Steigerung von Wohlstand und Lebensqualität in Deutschland bei. Die Außenhandelsvereinigung des Deutschen Einzelhandels e.V. (AVE) ist die Spitzenorganisation der importierenden Einzelhändler in Deutschland. Sie vertritt die außenwirtschaftlichen Interessen des deutschen Einzelhandels, der im Rahmen seiner weltweiten Einkaufspolitik auf eine reibungslose Einfuhr von Konsumgütern aller Art angewiesen ist. Darüber hinaus engagiert sich die AVE für eine strikte Einhaltung von Sozialstandards in den Lieferländern und ist seit 2015 selbst im Rahmen von zwei Projekten und einer Mitarbeiterin in Myanmar vertreten und engagiert sich unter anderem für die Verbesserung von Sozialstandards in den Textilfabriken.

Ansprechpartnerin:

Andrea Breyer,
Leiterin Außenhandel und Nachhaltigkeit
Tel: 030 / 590099433
Mail: andrea.breyer@ave-intl.de