

# **Nachhaltigkeitsbericht 2004/2005**

**für die Waschmittelbranche**

**Industrieverband  
Körperpflege-  
und  
Waschmittel e.V.**



# Inhalt

- **Einführung**
- **System Waschen**
- **Indikatoren + Nachhaltigkeitsprojekte**
- **Daten zu den Indikatoren**
- **Informationen zu den Nachhaltigkeitsprojekten**
- **Datenquellen**

# Impressum

---

**Herausgeber:**

Industrieverband Körperpflege-  
und Waschmittel e. V.  
Karlstraße 21  
60329 Frankfurt am Main  
Telefon: (0 69) 25 56 – 13 24  
Telefax: (0 69) 25 03 45  
Internet: [www.ikw.org](http://www.ikw.org)  
E-Mail: [sboellmann@ikw.org](mailto:sboellmann@ikw.org)

**Gesamtherstellung:**

Druck- und Verlagshaus  
Zarbock GmbH & Co. KG  
Sontraer Straße 6  
60386 Frankfurt am Main

**Redaktionsschluss:**

31.12.2004

**Endredaktion:**

Siglinde Böllmann  
Dr. Peter Olschewski

**Die Grundlagen dieses Berichtes wurden von einem  
Projektteam des FORUM WASCHEN erarbeitet.**

Dem Projektteam gehören an:

Dr. Hans-Jürgen Klüppel/Henkel KGaA, Projektteamleiter  
Simone Back, BUND  
Gotthard Dobmeier, Erzbischöfliches Ordinariat  
Kathrin Graulich, Öko-Institut  
Dr. Marike Kolossa-Gehring, Umweltbundesamt  
Dr. Ottmar Lell, Verbraucherzentrale Bundesverband  
Volkmar Lübke, Die Verbraucher-Initiative  
Martin Möller-Rost, Evangelisches Johanneswerk  
Dr. Frieder Rubik, Institut für Ökologische Wirtschaftsforschung  
Dr. Stefan Seuring, Universität Oldenburg

## Eine Branche will durch Leistungsfähigkeit und offenen Dialog überzeugen

Dieser erste Nachhaltigkeitsbericht versteht sich als zusätzliche **branchenbezogene** Informationsquelle zu den Umwelt- und Nachhaltigkeitsberichten einzelner Unternehmen aus der Branche. Die Erarbeitung des Nachhaltigkeitsberichtes wurde von einem Projektteam im Rahmen des FORUM WASCHEN FÜR DIE ZUKUNFT (siehe Kasten) kritisch begleitet.



### FORUM WASCHEN FÜR DIE ZUKUNFT

- versammelt alle relevanten Akteure im Bereich Waschen in Deutschland
- führt seit 2001 jährlich einen Workshop durch, der von Akteurs-Projektteams vorbereitet wird
- belegt die Weiterentwicklung der Waschmittel-Industrie von ihrer Führerschaft im Bereich Umwelt hin zu einer Vorreiterrolle im Bereich Nachhaltigkeit
- ermöglicht die frühzeitige und angemessene Bearbeitung kritischer Themen im Dialog

Es handelt sich um ein Pilotprojekt. Vorgesehen sind jährliche Berichte für die deutsche Waschmittelbranche. Geplant ist außerdem, dass ab 2006 die Berichterstattung zusätzlich auf europäischer Ebene unter Federführung des europäischen Verbandes A.I.S.E. erfolgt (Charter for Sustainable Cleaning/CHARTER NACHHALTIGES WASCHEN UND REINIGEN der europäischen Wasch- und Reinigungsmittel-Industrie).

## Welche Rolle spielt das FORUM WASCHEN FÜR DIE ZUKUNFT?

Es handelt sich beim FORUM um einen vom IKW initiierten Dialogkreis der in Deutschland relevanten Akteure im Bereich Waschen ([www.forum-waschen.de](http://www.forum-waschen.de)). Im Jahr 2004 arbeiteten Akteure aus 30 Gruppierungen/Organisationen/Behörden aktiv mit. Die Ergebnisse der FORUMS-Diskussionen sind umfassend in die Nachhaltigkeits-Berichterstattung eingeflossen. Auch die der Berichterstattung zugrunde liegenden, von einem Projektteam erarbeiteten und umfassend abgestimmten **branchenbezogenen** Nachhaltigkeits-Indikatoren werden von den Akteuren des FORUM mitgetragen.

## Was bedeutet die europaweite CHARTER NACHHALTIGES WASCHEN UND REINIGEN für die nationalen deutschen Nachhaltigkeitsaktivitäten?

Beide Nachhaltigkeitsprojekte sind inhaltlich aufeinander abgestimmt. Synergien werden umfassend genutzt. Das europäische Projekt CHARTER benötigt naturgemäß längere Vorlaufzeiten; es soll aber bereits ab 2006 ein erster europaweiter Nachhaltigkeitsbericht erstellt werden! Die für Deutschland relevanten Daten im europäischen Nachhaltigkeitsbericht und die Daten im deutschen Nachhaltigkeitsbericht ergänzen einander.

## Vorrangige Zielgruppe ist die Öffentlichkeit

Die Nachhaltigkeitsberichterstattung von **Unternehmen** richtet sich an Handel, Industriekunden, Zulieferer, Mitbewerber, Aktionäre, Mitarbeiter, Behörden, Verbraucher, Verbraucherverbände, Verbraucherorganisationen, Finanzanalysten, Medien, Nachbarn, Verbände, Fachinstitutionen etc. Die Nachhaltigkeitsberichterstattung der **Waschmittelbranche** richtet sich zwar nicht ausschließlich, aber in allererster Linie an die **Öffentlichkeit**.

Wir bekennen uns gegenüber der **Öffentlichkeit** zu unserer gesamtgesellschaftlichen Verantwortung und stellen uns aktiv dieser Herausforderung. Wir appellieren allerdings auch an die Behörden, die

# Einführung

erbrachten Vorleistungen und die offen gelegte Bereitschaft zur Zusammenarbeit und zur Übernahme von Verantwortung konstruktiv mit zu berücksichtigen, wenn es um die Festlegung der (gesetzlichen und außergesetzlichen) Rahmenbedingungen unserer in Deutschland und Europa bedeutsamen Branche geht.

## **Wir möchten die Nachhaltigkeitsberichterstattung mit Ihrer Hilfe optimieren!**

Alle Leser dieses Nachhaltigkeitsberichtes sind eingeladen, ihre Kritik und gegebenenfalls Verbesserungsvorschläge an den IKW weiterzugeben

Es ist sichergestellt, dass alle eingehenden Äußerungen im Projektteam „IKW-Nachhaltigkeitsbericht für die Branche“ – eingesetzt vom FORUM WASCHEN FÜR DIE ZUKUNFT – eingehend beraten und nach Möglichkeit umgesetzt werden, also Eingang finden in die zukünftige Nachhaltigkeitsberichterstattung des IKW.

### **Im FORUM WASCHEN vertretene Akteure (Stand März 2005):**

Bundesamt für Verbraucherschutz und Lebensmittelsicherheit (BVL), Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit (BMU), Bundesministerium für Verbraucherschutz, Ernährung und Landwirtschaft (BMVEL), Bund für Umwelt- und Naturschutz Deutschland (BUND), Deutscher Allergie- und Asthmabund (DAAB), Deutscher Hausfrauen-Bund (DHB), Deutscher LandFrauenverband (dlv), Deutsches Grünes Kreuz (DGK), Die Verbraucher Initiative, Erzbischöfliches Ordinariat München, Evangelisches Johanneswerk, Gesellschaft Deutscher Chemiker FG Waschmittelchemie, Gesundheitsamt Bremen, Hauptausschuss Detergenzien (HAD), Industriegewerkschaft Bergbau, Chemie, Energie (IG BCE), Industrieverband Körperpflege- und Waschmittel (IKW), Institut für Ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW), Klinikum Ernst von Bergmann, Potsdam, Nds. Landesamt für Verbraucherschutz und Lebensmittelsicherheit (LAVES), Öko-Institut e.V., Rat für Nachhaltigkeit, SEPAWA/LUV, Stiftung Warentest (StiWa), Umweltbundesamt (UBA), Universität Bonn/Sektion Haushaltstechnik, Universität Gh Kassel B 19 – Didaktik der Chemie, Universität Oldenburg – Lehrstuhl für Produktion & Umwelt, Verbraucherzentrale Bundesverband (vzbv), wfk Institut für Angewandte Forschung, Woman in Europe for a common Future (WECF)

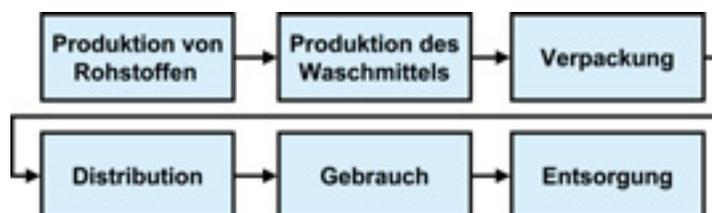
# System Waschen

## Das System Waschen im engeren Sinne umfasst die Bereiche

- Produktion von Rohstoffen
- Produktion des Waschmittels
- Verpackung
- Distribution
- Gebrauch
- Entsorgung

In erweiterter Sicht gehören aber auch die Waschmaschine, das Trocknen und Bügeln sowie die zu waschenden Textilien zum System Waschen.

Das FORUM WASCHEN hat sich aus pragmatischen Gründen dafür entschieden, zunächst seine Aktivitäten auf das System Waschen im engeren Sinne zu konzentrieren, dabei aber Aus- und Einwirkungen der Systempartner Waschmaschine, Bügeleisen, Trockner, Textilien stets mit zu berücksichtigen. Akteure der Bereiche Waschgeräte und Textilien sind aktiv einbezogen. Darüber hinaus soll neben dem System Waschen zukünftig das System Spülen (maschinelles Spülen und Handspülen) untersucht werden.



# Indikatoren + Nachhaltigkeitsprojekte

## Diese sechs „harten“ Nachhaltigkeits-Indikatoren liegen der Berichterstattung zugrunde

- Energiebedarf pro kg Wäsche
- Anteil schwer abbaubarer Stoffe pro kg Wäsche (PBO)
- Waschmittelverbrauch pro kg Wäsche
- Zahl der Unfälle am Arbeitsplatz pro 1000 Mitarbeiter
- Effektivität der Verbraucheraufklärung
- Dialogkompetenz + Dialogbereitschaft der Branche

Sie sind in drei Schritten zustande gekommen. Die in einer vom IKW beauftragten Studie der Universität Oldenburg (siehe Kasten) vorgeschlagenen 17 Indikatoren wurden zunächst in Akteurs-Workshops vertieft diskutiert, nochmals um einige Indikatoren erweitert und danach in einer speziellen Projektgruppe zu sechs „Konsens“-Indikatoren verdichtet. Diese wurden dann vom FORUM WASCHEN überprüft und gebilligt; allerdings mit der Einschränkung, dass eine periodische weitere Überprüfung erfolgen muss!

Erstmals gibt es damit einen mit allen im Bereich Waschen in Deutschland tätigen Akteuren umfassend abgestimmten Satz von Indikatoren. Er liegt der Berichterstattung für das vergangene Jahr 2004 zugrunde. Veränderungen bei zukünftigen Berichterstattungen sind nicht auszuschließen, eher sogar wahrscheinlich, weil Nachhaltigkeit immer als ein **Prozess** und nicht statisch verstanden werden darf.

## Ferner wurden folgende Themenfelder in Nachhaltigkeitsprojekten bearbeitet:

- Nachhaltigkeits-Workshop März 2004
- Selbstverpflichtungen/Leitfäden
- Umfragen bei IKW-Mitgliedsfirmen zum Einsatz von Rohstoffen und Packmitteln
- Bundesweiter Aktionstag – Nachhaltiges Waschen am 10. Mai 2004  
[www.aktionstag-nachhaltiges-waschen.de](http://www.aktionstag-nachhaltiges-waschen.de)
- Analyse des Waschverhaltens durch eine bundesweite Verbraucherbefragung
- Schulwettbewerb „Waschen und Nachhaltigkeit“ im Bundesland Hessen

- Fachliche Unterstützung bei der Neuauflage des Standardwerkes Wagner, Waschmittel – Chemie, Umwelt, Nachhaltigkeit im Verlag Wiley-VCH (2004)
- Schrittweise Kompaktierung der Normalwaschmittel
- Vereinfachte, vereinheitlichte Kennzeichnung und Sicherheitshinweise auf Waschmittelpackungen



### OLDENBURG-STUDIE\*

- wurde vom IKW im Jahr 2000 beauftragt mit folgenden Fragestellungen:
  1. Wie sieht eine optimal nachhaltige Waschmittel-Industrie aus?
  2. Wo steht die deutsche Waschmittel-Industrie im Bereich der Nachhaltigkeit?
  3. Welche Potenziale können genutzt werden, um einer optimal nachhaltigen Entwicklung näher zu kommen?
- und erbrachte folgende Erkenntnisse:
  - In Bezug auf Nachhaltigkeit nimmt die Waschmittel-Industrie, verglichen mit anderen Branchen u. a. durch den weit entwickelten Stakeholderdiskurs, eine Vorreiterrolle ein.
  - Handlungsbedarf besteht aber vor allem bezüglich der Identifikation und Bearbeitung ökonomischer und sozialer Themen.
  - Eine abschließende Bewertung der Nachhaltigkeit der Branche ist nur über einen gesellschaftlichen Diskurs möglich.

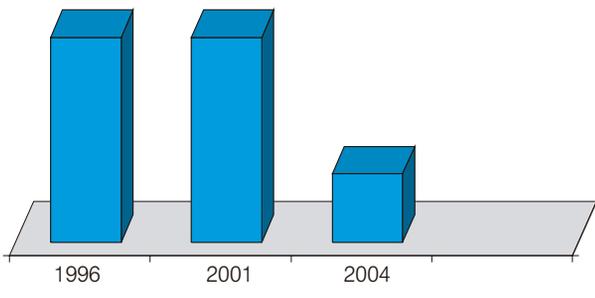
\* Autoren: Prof. Uwe Schneidewind, Dr. Stefan Seuring, Julia Koplin, Torsten Behrens (Studie kann beim IKW angefordert werden)

# Daten zu den Indikatoren

Datenquellen: 1, 2, 3, 15, 18

## Energieeinsparung beim Waschprozess

Indikator N 5: Energiebedarf pro Kilogramm Wäsche

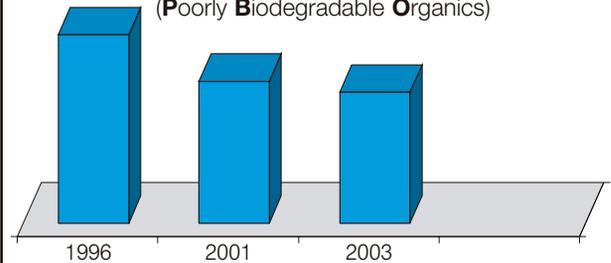


1996	0,22 kWh
2001	0,22 kWh
2004	0,21 kWh

Datenquellen: 4, 5, 6 (siehe auch Kasten Basisdaten)

## Verminderung des Einsatzes schwer abbaubarer Stoffe

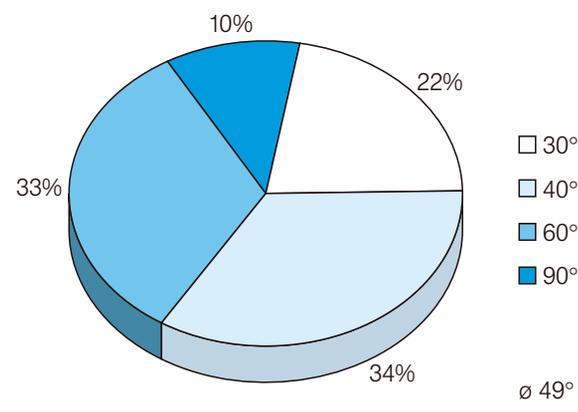
Indikator N 6: Anteil schwer abbaubarer Stoffe PBO pro Kilogramm Wäsche  
(Poorly Biodegradable Organics)



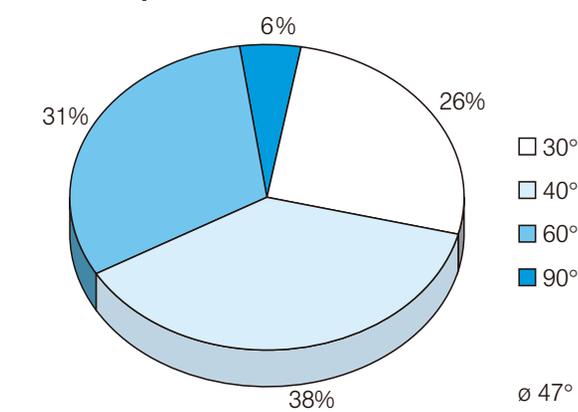
1996	1,38 Gramm
2001	1,04 Gramm
2003	0,96 Gramm

Datenquellen: 4, 7 (siehe auch Kasten Basisdaten)

## Waschtemperaturen 2001

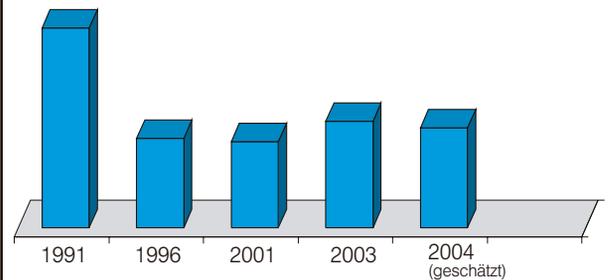


## Waschtemperaturen 2004



## Verminderung der Waschmittelmenge

Indikator N 7: Waschmittelverbrauch pro Kilogramm Wäsche



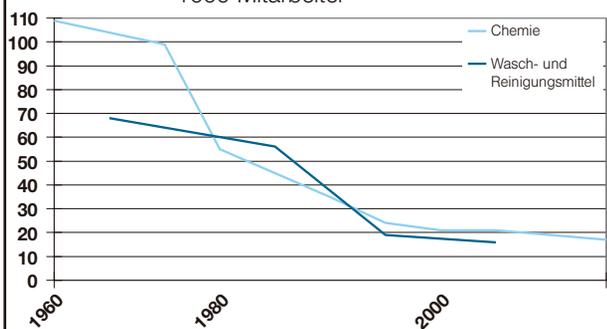
1991	32,8 Gramm
1996	29,6 Gramm
2001	29,5 Gramm
2003	30,1 Gramm
2004 (geschätzt)	29,9 Gramm

# Daten zu den Indikatoren

Datenquellen: 8, 9; ab 2006: 10

## Reduzierung der Unfälle

Indikator N 15: Zahl der Unfälle am Arbeitsplatz pro 1000 Mitarbeiter



3/2005 Seite 64 „Arbeitsunfälle gibt es durchweg weniger als im Schnitt der chemischen Industrie“

	Chemie	Wasch- und Reinigungsmittel
1960	109	-
1966	-	68
1970	99	-
1980	55	-
1986	-	56
1990	35	-
1996	24	19
2000	21	-
2001	21	16
2002	19	-
2003	17	-

## Basisdaten

	Einwohnerzahl DE	Waschmittelverbrauch DE (Tonnen)	Anzahl Haushalte DE
1991	80.275.000	700.800	35.256.000
1996	82.012.000	633.000	37.281.000
2001	82.440.000	631.000	38.456.000
2003	82.600.000	644.000	38.944.000
2004	82.800.000 <sup>1)</sup>	640.000 <sup>1)</sup>	39.000.000 <sup>1)</sup>

550 kg Wäsche pro Haushalt

1) geschätzt

Datenquellen: 11,12

## Verbesserung der Verbraucherinformation und Verbraucheraufklärung

Indikator N 1: Effektivität der Verbraucheraufklärung

Die **effektive Verbraucherinformation** wird vom FORUM WASCHEN als **zentrales Instrument** betrachtet, um Nachhaltiges Waschen zu fördern. In der Literatur existiert jedoch bis heute keine in unserer Branche anwendbare erprobte „Messlatte“ zur „quantitativen“ Bestimmung der Effektivität von Maßnahmen zur Verbraucherinformation und -aufklärung. Trotzdem

wird das ambitionierte Ziel verfolgt, einen „harten“ Indikator „Effektivität der Verbraucheraufklärung“ zu etablieren und mit Daten auszufüllen. Damit wird Neuland betreten. Das Ziel ist nur schrittweise zu erreichen.

Außerdem muss als Einschränkung zunächst akzeptiert werden, dass sich die „Effektivität der Verbraucheraufklärung“ nicht quer über alle möglichen **Maßnahmen** und **Zielgruppen** bewerten lässt. Erforderlich ist die Konzentration auf eine spezifische Maßnahme und auf eine strategisch wichtige Zielgruppe. Daraus ergibt sich folgendes Vorgehen:



# Daten zu den Indikatoren

Der vorliegende erste Nachhaltigkeitsbericht erhält eine **Bestandsaufnahme**, nachdem das weitere Vorgehen im Grundsatz festgelegt ist und die daraus resultierenden Ergebnisse in die Nachhaltigkeitsberichte 2006 und 2007 einfließen werden.

In einem ersten Schritt der Bestandsaufnahme wurden in Projektgruppenarbeit unter maßgeblicher Beteiligung der Kommunikationsagentur iku und der für Verbraucherkommunikation und -beratung zuständigen Abteilungen großer Waschmittelhersteller, von Akteuren des FORUM WASCHEN die verschiedenen möglichen **Kommunikationswege** zum Verbraucher systematisiert und mit **Daten** ausgefüllt.

Es werden drei Kategorien von Kommunikationswegen unterschieden:

1. Allgemeine Infokanäle
  - 1.1 Beiträge in den Medien (Print, Hörfunk, Fernsehen)
  - 1.2 Verpackungen und Beilagen
  - 1.3 Publikationen (Broschüren, Studien)
  - 1.4 Internet
2. Individuelle Kontakte
  - 2.1 schriftlich/E-Mail
  - 2.2 telefonisch
  - 2.3 persönlich
3. Zusammenarbeit mit Multiplikatoren
  - 3.1 Qualifizierung/Bildungsangebote
  - 3.2 Sonstige Kooperationsprojekte

Es wurden diesen drei Kategorien ausschließlich Daten zugeordnet, die eine oder mehrere der drei nachfolgenden Hauptbotschaften für Nachhaltiges Waschen beinhalten:

Botschaft
<b>Waschmittel</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• richtige Waschmittelauswahl</li><li>• richtig dosieren</li></ul>
<b>Waschmaschine</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• möglichst niedrige Waschtemperatur</li><li>• optimale Maschinenbeladung</li></ul>
<b>Anwendungs- und Verbrauchersicherheit</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Hinweise beachten: Sicherheit/Gesundheit/Hygiene</li></ul>

In einem zweiten – parallel durchgeführten – Schritt wurden **Fragebögen zum Waschverhalten** entwickelt und zur Befragung von Verbrauchern, z. B. anlässlich des jährlichen Bundesweiten Aktionstages – Nachhaltiges Waschen, bei Verbrauchermessen und weiteren Verbraucherveranstaltungen eingesetzt und unter Federführung des Deutschen Hausfrauen-Bundes und der Universität Bonn Sektion Haushaltstechnik ausgewertet. (Die Auswertung der 2.272 Fragebögen kann beim IKW angefordert werden.)

**Bestandsaufnahme für den Nachhaltigkeitsbericht**

Hier: Indikator **Effektivität der Verbraucheraufklärung**  
 Raster für die beispielhafte Erhebung von Aktivitäten im 2004 des IKW, der Herstellerfirmen für Waschmittel und von Organisationen aus dem FORUM WASCHEN FÜR DIE ZUKUNFT

1. Allgemeine Infokanäle

Beschreibung angeregter Maßnahmen für Verbraucherkommunikation aus 2004	Reichweite/Erreichung für Nachhaltiges Waschen		
	Personen/Tag und Aktivierung	Abstrakte Messung (Personen/Tag + Bekanntheit)	Personen/Tag + Bekanntheit + Aktivierung
Bestehende Kanäle			
<b>1.1 Beiträge in den Medien (Print, Hörfunk, Fernsehen)</b>			
Print, Hörfunk, TV-Sendungen			
Pressemitteilungen in Waschmittelzeitschriften – 28 Stück, Gesamtauflage (Springer 2004) 210.000.000			
Print			
Pressearbeit konferenziell am 10. Mai 2004			
Print: WÄSCHEN (Ökonomie) 2004			
Pressearbeit auf 11 radio-aktiven zur Verbraucherschutz, 10 Mio mit Auflage + zentrale Hörfunk und TV-Interviews zum Aktionstag			
Print: WÄSCHEN (Ökonomie) 2004			
Hörfunk: am 10.4.2004 um 10 bis 11 Uhr zum Thema Waschen bei Antenne Brandenburg von 40 mit anschließender Telefonaktion ca. 700.000 Zuhörer			
Hörfunk: am 20.4.2004 um 10 bis 11 Uhr zum Thema Waschen bei Bayern 2 über Radiohit mit anschließender Telefonaktion ca. 200.000 Zuhörer			
Hörfunk: am 10.4.2004 um 10 bis 11 Uhr zum Thema Waschen bei Antenne Brandenburg von 40 mit anschließender Telefonaktion ca. 700.000 Zuhörer			
Print: WÄSCHEN (Ökonomie) 2004 + Beitrag für „Klimaschutz“ Ausgabe + Beitrag für WÄSCHEN (Ökonomie) 2004			
Web			
Webseitenanfragen an IKW ca. 20.000 2004			
Web			
Beitrag WÄSCHEN (Ökonomie) am 10.4.2004 und am 27.10.04 Interview mit B. Stamminger von Bonn			

## Exemplarische Zusammenfassung der erhobenen Daten zur Bestandsaufnahme

(Der komplette Datensatz kann beim IKW angefordert werden.)

- Ca. 200.000 Kontakte auf Verbrauchermessen in Minden, Leer, Mannheim, Offenburg und Bremen, im Wesentlichen durch den Deutschen Hausfrauen-Bund
- Ca. 7.500 telefonische Verbrauchieranfragen an die Hotlines der drei marktführenden Waschmittelhersteller mit Bezug zum Nachhaltigen Waschen
- Internetauftritt [www.aktionstag-nachhaltiges-waschen.de](http://www.aktionstag-nachhaltiges-waschen.de): Ca. 4.500 Aufrufe; ca. 1.000 Personen berechneten ihre Waschkosten und hinterließen Informationen über ihr Waschverhalten im "Waschrechner", getragen vom FORUM WASCHEN und organisiert durch die Universität Bonn
- Auf praktisch allen Waschmittelpackungen: Verständliche Reichweitenangaben (Ergiebigkeit in Anzahl Wäschen mit dem Symbol eines Messbechers oder eines Wäschekorbs), initiiert durch den IKW
- Presseresonanz auf zwei zentralen Veranstaltungen zum Aktionstag – Nachhaltiges Waschen am 10. Mai 2004 in Bonn und Berlin mit etwa 3.500

erreichten Personen sowie 73 lokalen Aktionen zur Verbraucheraufklärung:  
 12 Millionen addierte Auflage und zahlreiche Hörfunk- und TV-Interviews, getragen vom FORUM WASCHEN und organisiert vom Deutschen Grünen Kreuz, Deutschen Hausfrauen-Bund und Deutschen LandFrauenverband, der Universität Bonn Sektion Haushaltstechnik und dem IKW

- Zahlreiche Fortbildungen und Schulungen des IKW und der Waschmittelhersteller, ferner seitens des Deutschen Hausfrauen-Bundes DHB und Deutschen LandFrauenverbandes dlV für Multiplikatoren

## Erkenntnisse und Schlussfolgerungen aus der Bestandsaufnahme

Verbraucherkampagnen stehen vor dem grundsätzlichen Problem, dass sich allein über die Verbreitung von allgemeinen Informationen die beabsichtigten Verhaltensänderungen nicht erreichen lassen. Die Produktwerbung differenziert dagegen bereits sehr erfolgreich nach verschiedenen Zielgruppen und berücksichtigt dabei auch deren spezifische Bedürfnisse auf der emotional-psychologischen Ebene. Diese Strategien sollen auch bei der Verbraucherinformation zum Nachhaltigen Waschen zum Einsatz kommen.

Eine einfache Botschaft, die nur auf das Problemverständnis und das Handlungswissen der Verbraucher abzielt, reicht in vielen Fällen alleine nicht aus. Wird dagegen z. B. das soziale Umfeld der Zielgruppen in die Informationsverbreitung einbezogen oder die beabsichtigte Verhaltensänderung mit einem Zusatznutzen verbunden, steigt in der Regel die Resonanz auf Handlungsempfehlungen.

Aus der bisherigen Analyse lässt sich aber noch nicht ableiten, mit welchen Maßnahmen der Verbraucherkommunikation welche Zielgruppen erreicht und welche Effekte damit für Nachhaltiges Waschen bewirkt werden können. Für die weitere Arbeit stellen sich daher z. B. folgende Fragen:

- Wie kann für welche Zielgruppen ein Zugang zum Thema Nachhaltiges Waschen hergestellt werden?

# Daten zu den Indikatoren

Datenquellen: 11,13

Wo liegen die wichtigsten Handlungsdefizite in den betroffenen Haushalten?

- Was beeinflusst das Waschverhalten dieser Verbraucher? Wem vertrauen sie am meisten? Woher beziehen sie ihre Informationen?
- Welchen Wert messen die ausgewählten Zielgruppen den Handlungsempfehlungen zum Nachhaltigen Waschen bei? Wie beurteilen sie deren Bedeutung/Wirksamkeit?
- Wer fühlt sich selbst betroffen und verantwortlich, das eigene Waschverhalten zu verändern? Was verhindert/fördert eine Verhaltensänderung?

Von diesen Fragestellungen ausgehend wird anlässlich des fünften Stakeholder-Workshops im Rahmen des FORUM WASCHEN im Herbst 2005 eine zielgruppenspezifische Kommunikationsmaßnahme **konzipiert**, danach **durchgeführt** und schließlich **ausgewertet** werden.

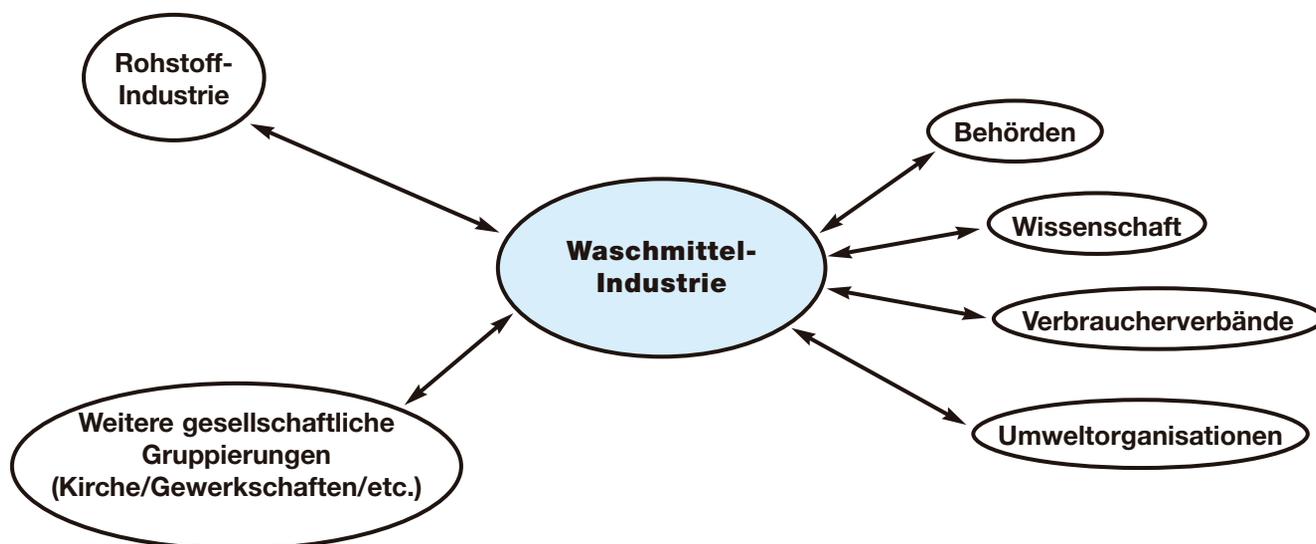
## Dialogbereitschaft der Waschmittelindustrie

Indikator N 17: Dialogqualität und Dialogbereitschaft der Branche

Dieser „harte“ Indikator stand auf keiner Vorschlagsliste, aus denen die „Konsens“-Indikatoren ausgewählt werden sollten; vielmehr geht seine Einführung auf vertiefte Diskussionen bei der Projektgruppenarbeit im Rahmen des FORUM WASCHEN zurück.

Erst nach Vorliegen des ersten IKW-Nachhaltigkeitsberichtes als Pilot kann eine Begutachtung/Evaluierung – verbunden mit einer Studie seitens der Kommunikationsagentur iku – durchgeführt werden. Im Rahmen der Studie werden alle Mitglieder des FORUM WASCHEN und darüber hinaus weitere Akteure aus anderen Bereichen anhand einer im FORUM WASCHEN abgestimmten Checkliste befragt werden.

Die Ergebnisse fließen dann in den zweiten Nachhaltigkeitsbericht 2006 ein.



# Informationen zu den Nachhaltigkeitsprojekten

Die nachfolgend beschriebenen Projekte wurden und werden mehrheitlich mit (wechselnden) Kooperationspartnern durchgeführt.

Im Jahr 2001 hat sich im Anschluss an eine vom IKW in Auftrag gegebene Studie der Universität Oldenburg (Prof. Uwe Schneidewind/Dr. Stefan Seuring, Julia Koplin, Torsten Behrens) (siehe Kasten Seite 6) das FORUM WASCHEN FÜR DIE ZUKUNFT (siehe Kasten Seite 3) konstituiert. Alle vom FORUM WASCHEN initiierten Projekte wurden und werden von Projektteams – in denen alle interessierten Akteure mitarbeiten – begleitet und auf jährlich vom FORUM durchgeführten Workshops besprochen. Im Berichtsjahr 2004 fand der vierte Workshop statt. Der fünfte Workshop wird am 20./21. Oktober 2005 in Dortmund durchgeführt.



## Nachhaltigkeits-Workshop März 2004

30 im Bereich Waschen in Deutschland tätige Akteure besprachen und bewerteten – professionell moderiert von der Kommunikationsagentur iku/Dr. Frank Claus, Ann-Kathrin Kühn – die Projektgruppenarbeit des vorausgegangenen Jahres im Bereich Nachhaltigkeit und machten konkrete Vorgaben für die Projektteamarbeit 2004/2005:

- Herausgabe eines Nachhaltigkeitsberichts für die Waschmittelbranche in Deutschland zur Information der Öffentlichkeit (vorzugsweise in Verbindung mit dem IKW-Tätigkeitsbericht).
- Studien zur Ausfüllung der wichtigen Nachhaltig-

keits-Indikatoren „Effektivität der Verbraucheraufklärung“ und „Dialogkompetenz und Dialogbereitschaft der Branche“.

- Erweiterung der Nachhaltigkeitsaktivitäten vom bisherigen Bereich Waschen auf den Bereich Spülen (Maschine + Hand) ab 2005 mit der Perspektive einer späteren Erweiterung auf Reinigen und Pflegen.
- Durchführung eines zweiten Bundesweiten Aktionstages – Nachhaltiges Waschen am 10. Mai 2005 und professionelle Vorbereitung aller Akteure und Akteursgruppen im Rahmen einer Multiplikatoren-schulung.

## Selbstverpflichtungen/Leitfäden

Seit 1971 hat der IKW im Waschmittelbereich 22 Selbstverpflichtungen abgegeben. Sie betreffen insbesondere den Schutz der Umwelt, aber auch die Produktabsicherung, den Schutz der Verbraucher sowie Gesundheit + Hygiene.

Alle Selbstverpflichtungen werden von den Mitgliedsfirmen, die mehr als 90 Prozent des deutschen Marktes vertreten, praktisch vollständig eingehalten! Die Waschmittel-Industrie hat bereits 1985 öffentlich erklärt, „dass der Schutz der menschlichen Gesundheit und die Vermeidung substanzreicher Verfahren für die natürliche Umwelt Vorrang haben vor der Durchsetzung einzelwirtschaftlicher Interessen“.

Fortschreitende europaweite Harmonisierungen der gesetzlichen und außergesetzlichen Regelungen erzwingen eine Neubewertung des Instrumentes „nationale Selbstverpflichtung“. Der IKW stellt sich dieser Herausforderung und strebt im Sinne des Vorsorgeprinzips nicht nur eine Bestandswahrung an, sondern eine kontinuierliche Weiterentwicklung, ist aber offen für neue Formen, die einer Harmonisierung nicht im Wege stehen.

Zurzeit wird vom IKW und anderen nationalen Verbänden gemeinsam mit dem europäischen Verband A.I.S.E. geprüft, welche „Nachfolgeinstrumente“ generell in Frage kommen könnten. Im Bereich des IKW haben sich „europafähige“ Leitfäden bislang bewährt.

# Informationen zu den Nachhaltigkeitsprojekten

Dabei handelt es sich um praxisbezogene, mit den zuständigen Behörden besprochene Handlungsanweisungen, die einerseits die geltenden gesetzlichen Regelungen voll berücksichtigen, aber darüber hinausgehende nachhaltige Verhaltensweisen, z. B. Ressourcenschonung, fördern.

Aktuelle Leitfäden:

- Hilfestellung zur Füllmengen Einhaltung
- Optimierung des Packmitteleinsatzes gemäß europäischer Verpackungs-Verordnung
- Umsetzung der europäischen Detergenzien-Verordnung

mehr als 90 Prozent des Marktes ab), um die Einsatzmengen der wichtigsten Inhaltsstoffe von Wasch- und Reinigungsmitteln in Deutschland zu ermitteln. Im Jahre 2003 erstreckte sich die Umfrage auf 23 Inhaltsstoffe. Die detaillierten Ergebnisse aller Umfragen werden den IKW-Mitgliedsfirmen und dem Umweltbundesamt bekannt gemacht und von diesem nach Bedarf verwendet. (Der komplette Datensatz steht allen Interessenten auf Anfrage zur Verfügung). Im Abstand von zwei Jahren ermittelt der IKW seit 1998 durch Umfrage unter ausgewählten umsatzstarken Mitgliedsfirmen den spezifischen Packmittelverbrauch, also den Verbrauch an Packmitteln pro Tonne verkauftes Produkt für die Produktgruppen Vollwasch-

## Einsatzmengen der Inhaltsstoffe für Wasch- und Reinigungsmittel in Deutschland 2003 in Tonnen



1. Tenside	188.629
2. Zeolithe	95.345
3. Natriumperborattetrahydrat	5.038
4. Natriumpercarbonat	43.319
5. Phosphate	19.020
6. Polycarboxylate	12.386
7. Natriumsulfat	65.882
8. Natriumcarbonat (Soda)	69.338
9. Natriumcitrat	14.068
10. Silikate	13.249
11. Phosphonate	2.938
12. NTA	76
13. TAED	10.034
14. Farbübertragungsinhibitoren	428
15. Carboxymethylcellulose	2.144
16. Enzyme	3.685
17. Duftstoffe	6.067
18. Farbstoffe	101
19. Optische Aufheller	447
20. Alkoholische Lösungsmittel	24.900
21. Paraffine	1.790
22. Soil repellents	970
23. Silicone	192

## Umfragen bei IKW-Mitgliedsfirmen zum Einsatz von Rohstoffen und Packmitteln

Der IKW führt seit 1994 jährlich eine detaillierte Umfrage unter seinen Mitgliedsfirmen durch (diese decken

mittel, Weichspüler, Handgeschirrspülmittel, Maschinengeschirrspülmittel, Haushaltsreiniger. Die Ergebnisse werden allen IKW-Mitgliedsfirmen bekannt gemacht und stehen allen Interessenten auf Anfrage zur Verfügung. Zurzeit läuft die Umfrage für das Jahr 2004.

# Informationen zu den Nachhaltigkeitsprojekten

Spezifische Packmittelverbräuche (in Kilogramm pro Tonne verkauftes Produkt) 2002

Vollwaschmittel Pulver/Tabs	62
Vollwaschmittel flüssig	88
Weichspüler	80
Handgeschirrspülmittel	87
Maschinengeschirrspülmittel	91
Haushaltsreiniger	86



## Bundesweiter Aktionstag – Nachhaltiges Waschen am 10. Mai 2004

[www.aktionstag-nachhaltiges-waschen.de](http://www.aktionstag-nachhaltiges-waschen.de)



## BUNDESWEITER AKTIONSTAG – NACHHALTIGES WASCHEN



- initiiert von DHB, dlV, DGK, Universität Bonn Sektion Haushaltstechnik und IKW
- findet jährlich seit 2004 am 10. Mai statt mit dem Schwerpunkt auf lokalen Aktionen
- umfassende und professionelle Schulung der Aktionsträger
- Schirmherrschaft 2004: Bundesumweltminister Trittin
- Schirmherrschaft 2005: Bundesverbraucherschutzministerin Künast

Zentrales Motiv des IKW und der anderen Initiatoren des Aktionstages – Deutsches Grünes Kreuz DGK/Deutscher Hausfrauen-Bund DHB/Deutscher LandFrauenverband dlV/Universität Bonn Sektion Haushaltstechnik – war die Überzeugung, dass Verbraucher mit ihren Konsumentscheidungen und Verhaltensweisen einen wichtigen Beitrag zu einer sozial verträglichen und generationengerechten Gesellschaftsordnung leisten können. Bereits geringfügige Verhaltensänderungen haben enorme (positive) volkswirtschaftliche Auswirkungen und können zu einer erheblichen Umweltentlastung und zur Verbesserung von Hygiene + Gesundheit beitragen. Die Schirmherrschaft des Aktionstages 2004 hatte Bundesumweltminister Trittin übernommen.

# Informationen zu den Nachhaltigkeitsprojekten

<b>Aktionstag</b> →	<b>gezielte und ernsthafte Verbraucheraufklärung</b>
<b>Reaktionen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• fand Anerkennung bei Politik, Wissenschaft, Verbraucher- und Umweltschutzorganisationen etc.</li> <li>• fand Aufmerksamkeit in den Medien, Print, Radio, TV: über 12 Millionen addierte Auflage allein im Printbereich</li> </ul>
<b>Kommunikations-Strategie</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bündeln von Aufmerksamkeit</li> <li>• Vermittlung alltagstauglicher Informationen</li> <li>• Dialog und praktische Interaktion anstelle „Einweg-Kommunikation“</li> </ul>
<b>Instrumente</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• lebt von Aktionen vor Ort</li> <li>• informiert durch Presse- und Öffentlichkeitsarbeit bundesweit/lokal-regional</li> <li>• sucht mutige und engagierte Botschafter</li> </ul>
<b>Perspektiven</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• braucht Kontinuität (auch 2005 findet der Aktionstag statt!)</li> <li>• baut auf Engagement und Beratungskompetenz (2005 findet eine bundesweite Schulung unter der Federführung des FORUM WASCHEN mit finanzieller Förderung des BMVEL und mit fachlicher Unterstützung des IKW und von Fachleuten aus der Waschmittel-Industrie für rund 100 Multiplikatoren statt.)</li> </ul>

## Analyse des Waschverhaltens durch eine bundesweite Verbraucherbefragung

Ziel der Analyse war es, Potenziale für ein nachhaltiges Waschverhalten offen zu legen, um gezielt Verbesserungen zu initiieren. Die Analyse ist Bestandteil einer mittelfristig angelegten Studie zur Ausfüllung des Indikators „Effektivität der Verbraucheraufklärung“.

Untersuchungen zum Waschverhalten haben eine lange Tradition. Umfassendes Datenmaterial aus streng wissenschaftlich motivierten Erhebungen sowie Untersuchungen der Waschmittel- und Waschmaschinenhersteller liegen vor (allerdings vielfach aus Wettbewerbsgründen nicht öffentlich zugänglich).

Hervorzuheben sind die im Auftrag des Umweltbundesamtes durchgeführte Produktlinienanalyse des Öko-Instituts Freiburg/Dr. Rainer Griebhammer und Studien im Rahmen des Code Umweltgerechtes Handeln der europäischen Waschmittel-Industrie.

Die auf gemeinsame Initiative des Deutschen Hausfrauen-Bundes DHB, der Universität Bonn Sektion Haushaltstechnik und des IKW durchgeführte

**Fragebogen zum Waschverhalten**

**Angaben zur eigenen Person:**

**Geschlecht:** männlich  weiblich

**Alter:**  unter 24 Jahren  
 25 - 34 Jahren  
 35 - 44 Jahren  
 45 - 54 Jahren  
 55 Jahre und älter

**Haushaltsgröße:** \_\_\_\_\_ Personen      **Nationalität:** \_\_\_\_\_

**Alter der Waschmaschine (falls vorhanden):** \_\_\_\_\_ Jahre

**Bitte beantworten Sie uns folgende Fragen:**  
 Wenn nicht anders gekennzeichnet, bitte nur eine Antwort pro Frage ankreuzen.

**A. Dosierung**

Ich dosiere das Waschmittel genau nach der Anweisung auf der Packung.  
 Ich nehme etwas weniger Waschmittel, das reicht auch.  
 Ich nehme immer die gleiche Menge.  
 Ich nehme lieber etwas mehr, um gute Waschergebnisse zu erzielen.  
 Ich dosiere nach Gefühl.

**B. Waschkennnisse**

Ich wasche, wie ich es zu Hause gelernt habe.  
 Ich wasche, wie es in der Maschinen-Gebrauchsanweisung steht.  
 Ich wasche, wie ich es in der Schule gelernt habe.  
 Ich habe mir meine Kenntnisse zum Waschen selbst beigebracht.

**C. Füllmenge der Waschmaschinen?**

Die Waschmenge pro Wäsche wiege ich jedes Mal ab.  
 Ich stopfe die Maschine möglichst voll, denn das spart Zeit und Energie.  
 Ich fülle die Maschine nicht ganz, dann wird die Wäsche besser.  
 Ich wasche so viel wie drückige Wäsche gerade da ist.  
 Ich wasche so viel wie in der Maschinegebrauchsanleitung angegeben.

**D. Fleckenbehandlung**

Bei fleckiger Wäsche mache ich fast immer eine Vorwäsche.  
 Flecken versuche ich meist vor der Wäsche zu entfernen.  
 Meine Waschmaschine wird in der Regel mit den Flecken fertig.  
 Wenn nötig gebe ich extra Fleckentferner dem Waschgang zu.  
 Ich behandle hartnäckige Flecken vor.  
 Ich weiche die Wäsche häufig ein.

# Informationen zu den Nachhaltigkeitsprojekten

Analyse des Waschverhaltens zeichnet sich durch „besondere Verbrauchernähe“ aus. Sie basiert auf Fragebogendaten, die anlässlich des Bundesweiten Aktionstages – Nachhaltiges Waschen sowie bei Verbrauchermessen und sonstigen Veranstaltungen des Deutschen Hausfrauen-Bundes DHB und Deutschen LandFrauenverbandes dlV etc. erhoben wurden.

Ohne Anspruch auf Repräsentanz zu erheben (2.272 ausgewertete Fragebögen bundesweit und bei Verzicht auf Erhebung soziodemografischer Daten), hat die Analyse doch eine Reihe sehr bemerkenswerter und unter Nachhaltigkeitsgesichtspunkten bedeutende Ergebnisse erbracht. Die kompletten Analyseergebnisse stehen allen Interessenten zur Verfügung.

60 Prozent der Befragten sind mit ihrem Waschergebnis immer zufrieden! 33 Prozent sind nicht immer zufrieden. 3 Prozent sind häufig unzufrieden. Den restlichen Verbrauchern (rund 3 Prozent) ist das Waschergebnis gleichgültig.

Als wesentliche Erkenntnis ergibt sich aus der Analyse, dass weiterhin Aufklärung über die Notwendigkeit und die Möglichkeiten des Nachhaltigen Waschens erforderlich ist.

Ganz konkret zeigt sich, dass noch zu häufig die Wäsche bei Temperaturen oberhalb 60 °C gewaschen wird, noch das Vorwaschprogramm eingesetzt wird und zu viele ältere Waschmaschinen mit verminderter Waschleistung verwendet werden.

Darüber hinaus resultieren Daten zum Dosierverhalten, zur Auswahl des Waschmittels, zur Befüllung der Waschmaschine etc.

Die Analyse wird in erweiterter und verbesserter Version fortgeführt, einschließlich der Erhebung soziodemografischer Kerndaten.

Zur Absicherung der Ergebnisse wird im Jahr 2005 in einem ersten Schritt eine Verbraucherstudie unter der Federführung der Universität Bonn/Prof. Rainer Stamminger durchgeführt werden. Zielgruppen sind Singles und junge Familien.

## Schulwettbewerb „Waschen und Nachhaltigkeit“ im Bundesland Hessen



Unter der Trägerschaft des FORUM WASCHEN FÜR DIE ZUKUNFT hat der IKW einen Schulwettbewerb ausgeschrieben, der mit dem Bundesweiten Aktionstag – Nachhaltiges Waschen am 10. Mai 2005 startet und mit der Preisverleihung am Aktionstag 10. Mai 2006 endet.

Für die pädagogisch-didaktische und fachliche Beratung des Wettbewerbs konnte OStR Wagner, Kassel, gewonnen werden (Autor des Standardwerkes „Waschmittel – Chemie, Umwelt, Nachhaltigkeit“).

## Fachliche Unterstützung bei der Neuauflage des Standardwerkes Wagner, „Waschmittel – Chemie, Umwelt, Nachhaltigkeit“ im Verlag Wiley-VCH (2004)



Eine Arbeitsgruppe des IKW, in der namhafte Fachleute der Waschmittel-Industrie und der Rohstoff-Industrie mitwirkten, hat dem Autor Wagner einen umfassenden und aktuellen Wissensstand zur Verfügung gestellt. Die Neuauflage ist weltweit für die Zielgruppe Chemie-Lehrer an Gymnasien und Gesamtschulen das aktuellste und umfassendste (Lehr-)Buch seiner Art.

# Informationen zu den Nachhaltigkeitsprojekten

## Schrittweise Kompaktierung der Normalwaschmittel

Seit 1994 werden in Deutschland mit einer energiesparenden Technologie hergestellte Superkompaktate angeboten. Das sind Waschmittel, die im Vergleich zu den früheren Normalwaschmitteln im Verhältnis 2:1 kompaktiert sind. Eine Standarddosierung vermindert sich von z. B. ca. 150 Gramm auf unter 75 Gramm bei gleicher Waschleistung.

Trotz intensiver Bewerbung, Ergiebigkeitsangaben auf den Packungen und Preisangaben pro Waschgang am Regal wurden die Superkompaktate von vielen Verbrauchern nicht angenommen. Die Waschmittel-Industrie hat deshalb europaweit ihre technologischen Möglichkeiten voll eingesetzt und eine schrittweise Kompaktierung der Normalprodukte eingeleitet. Somit hat sich der Unterschied hinsichtlich ihrer Nachhaltigkeit zwischen aktueller „Kompakt“-Normalware und Superkompaktaten deutlich verringert. Es hat sich gezeigt, dass ein schrittweises Vorgehen eher vom Verbraucher angenommen wird.

## Vereinfachte, vereinheitlichte Kennzeichnung und Sicherheitshinweise auf Waschmittelpackungen

Der IKW hat unter Verwendung zahlreicher Anregungen des Projektteams „Verbraucherkommunikation“ erste Vorschläge für eine vereinfachte, vereinheitlichte Kennzeichnung und für europaweit gültige Sicherheitshinweise („Europictos“ und Texte) erarbeitet. Diese Vorschläge sind in die Beratungen des europäischen Waschmittelverbandes A.I.S.E. eingeflossen. A.I.S.E. hat bereits die abgebildeten europaeinheitlichen Pictogramme vorgelegt und den Firmen empfohlen, bei anstehenden Packungsumstellungen – z. B. im Zuge der erforderlichen Anpassungen beim Inkrafttreten der neuen europäischen Detergenzien-Verordnung im Oktober 2005 – die jeweils relevanten Europictos mit Texterklärung aufzudrucken.



# Informationen zu den Nachhaltigkeitsprojekten



Außer Reichweite von Kindern aufbewahren.



Augenkontakt vermeiden.  
Falls das Produkt in die Augen gelangt, diese gründlich mit Wasser ausspülen.



Nach Gebrauch Hände waschen und trocknen.



Bei empfindlicher oder vorgeschädigter Haut längeren Kontakt mit dem Produkt vermeiden.



Nicht verschlucken.  
Wenn das Produkt verschluckt worden ist, Arzt aufsuchen.



Produkt immer im Originalbehälter aufbewahren.  
Den Inhalt dieser Nachfüllpackung vollständig in den Originalbehälter umfüllen.



Nicht mit anderen Produkten mischen.



Nach Anwendung Raum lüften.

# Datenquellen

---

- 1 Studie Taylor-Nelson AGB (1996 + 2001) im Auftrag der A.I.S.E.
- 2 Berechnungen Henkel (Marktführer DE) (1996 + 2001)
- 3 Internet monitoring [www.forum-waschen.de](http://www.forum-waschen.de) (Waschrechner) (2004)
- 4 Erhebungen im Rahmen des CODE UMWELTGERECHTES HANDELN [www.washright.com](http://www.washright.com) (1996 + 2001)
- 5 Erhebungen des IKW (2003)
- 6 A.I.S.E.-Auflistung "Poorly Biodegradable Organics (PBO) in products subject to the A.I.S.E.-Charter for Sustainable Cleaning"
- 7 Ermittlung durch die IKW-Arbeitsgruppe "Marktschätzung"
- 8 Erhebungen an den Produktions-Standorten Holthausen, Mannheim, Ladenburg, Weinheim, Mainz für den Bereich Wasch- und Reinigungsmittel WPR (1966/1986/1996/2001)
- 9 Berufsgenossenschaft Chemie, Jahresberichte für den Bereich Chemie
- 10 A.I.S.E.-Charter for Sustainable Cleaning (ab 2006)
- 11 Arbeitsergebnisse Projektteam "Verbraucherkommunikation/Aktionstag" im FORUM WASCHEN FÜR DIE ZUKUNFT
- 12 Studie des Instituts Verbraucherkommunikation und Umweltplanung iku im Auftrag des FORUM WASCHEN FÜR DIE ZUKUNFT mit finanzieller Förderung des IKW
- 13 Befragungsaktion unter den Mitgliedern des FORUM WASCHEN FÜR DIE ZUKUNFT und weiterer „externer“ Stakeholder durch das Institut Verbraucherkommunikation und Umweltplanung iku im Auftrag des FORUM WASCHEN mit finanzieller Förderung des IKW
- 14 Günter Wagner, Waschmittel, Wiley-VCH Verlag Weinheim (2005)
- 15 Hans-Jürgen Klüppel, Nachhaltigkeit – Aktivitäten der deutschen Waschmittelindustrie (2004)
- 16 Prof. Uwe Schneidewind, Dr. Stefan Seuring, Torsten Behrens, Julia Koplín, Uni Oldenburg, Nachhaltigkeit in der deutschen Waschmittelindustrie, Abschlussbericht 2002
- 17 Statistisches Bundesamt, Wiesbaden
- 18 Prof. Dr. Rainer Stamminger, Universität Bonn Sektion Haushaltstechnik