

Pressemitteilung / Düsseldorf / 04.06.2019

Less is More

Millennials und junge Eltern setzen zunehmend auf Qualität statt Quantität

Immer mehr Millennials im Alter zwischen 22 und 37 Jahren hinterfragen die Qualität ihrer Textilien. Um unsere Umwelt zu schützen, sind sie sogar bereit, weniger zu konsumieren oder verstärkt auf qualitativ hochwertige und damit nachhaltigere Produkte zu achten. Dies zeigt die umfassende Konsumentenstudie „The Key to Confidence“, die OEKO-TEX® gemeinsam mit dem amerikanischen Marktforschungsunternehmen Anerca International in über 10 Ländern mit rund 11.000 Konsumenten von Kleidung und Heimtextilien durchgeführt hat. Ziel der Studie war es, den Wissensstand von Verbrauchern zu den Themengebieten Nachhaltigkeit, Schadstoffe, ökologische Verantwortung und soziale Sicherheit in der Textilindustrie in Erfahrung zu bringen.



Weniger ist mehr

Bei der ca. 25-minütigen Online-Befragung, in der die Teilnehmer ein breites Fragenspektrum beantworten mussten, gaben rund 54% der Studienteilnehmer an, dass sie davon überzeugt sind, unserer Umwelt zu helfen und etwas gegen den Klimawandel zu tun, wenn sie weniger Textilien konsumieren. Rund 34% hatten laut der Studienergebnisse auch schon konkrete Konsequenzen gezogen und den eigenen Konsum eingeschränkt. Ganz vorne mit dabei: Millennials und junge Eltern aus der Schweiz, Brasilien und Indien. „Die Ergebnisse der Befragung zeigen, dass die junge Generation der Treiber für eine weltweite Veränderung sein kann“, sagt Georg Dieners, Generalsekretär der Internationalen OEKO-TEX® Gemeinschaft. „Sie sind über die stärkere Nutzung des Internets sowie der sozialen Medien wesentlich besser über die Textilindustrie und deren Auswirkungen auf unsere Umwelt informiert und haben daher ein ausgeprägteres Bewusstsein für ökologische und soziale Missstände als andere Konsumentengruppen“, erklärt Dieners. Das heißt, Millennials und ihre Familien könnten die treibende Kraft für eine globale Veränderung in der Textilindustrie sein, denn sie wachsen bereits mit dem Bewusstsein für den Klimawandel auf, werden Eltern und bringen dieses Wissen um einen verantwortungsbewussteren Umgang mit unserer Erde ihren Kindern bei.

Living small

Zusätzlicher Treiber für die „Weniger ist Mehr“-Mentalität sind die veränderten Lebensbedingungen in den Städten, die immer weniger Platz bieten und so eine zunehmende Selektion des Besitzes erfordern. Dabei wird zunehmend Wert daraufgelegt, dass die Besitztümer die persönlichen Wertvorstellungen und Lebenseinstellungen unterstreichen und möglichst multifunktional einsetzbar sind, d.h. den eigenen Lebensstil authentisch verkörpern. So recherchieren immer mehr Millennials vor ihrer Shopping-Tour Marken, die ihren Wertvorstellungen entsprechen. Vor allem Kleidung, Heimtextilien, Handelsmarken aber auch Zertifizierungssysteme werden vermehrt überprüft. So gaben 45% der Befragten an, dass sie Marken bevorzugen, die nachweislich verantwortungsvoll handeln.

Ein Aufruf an die Branche

Die Erkenntnisse aus der „The Key to Confidence“-Studie sind zeitgleich ein Aufruf zum Handeln an die Textilindustrie. Die Verbraucher lernen weltweit zunehmend, dass ihre Einkaufsentscheidungen Auswirkungen auf die Umwelt und damit auch auf sich selbst und das soziale Umfeld haben. Für dieses „Erwachen“ sollten Marken, Einzelhändler und Hersteller gerüstet sein und ihren Kunden gegenüber transparent handeln. Denkbar wären beispielsweise Aufklärungsmöglichkeiten, die auch auf der Fläche, direkt am POS angeboten werden.

Für weitere Informationen zur „The Key to Confidence“-Studie stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung.

Nähere Details zu den OEKO-TEX® Zertifizierungen und Labels finden Sie unter: www.oeko-tex.com/de/labels

Über OEKO-TEX®

Mit über 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 über 14.000 Hersteller, Marken und Handelsunternehmen in mehr als 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® Buying Guide unter www.oeko-tex.com. Folgen Sie OEKO-TEX® auf [Facebook](#), [LinkedIn](#) und [Twitter](#).