

# FORUM WASCHEN 2006



## Dokumentation des 6. Akteursworkshops



Das FORUM WASCHEN traf sich am 8. und 9. November 2006 in Hannover zum 6. Akteursworkshop. In einem dialogorientierten Rahmen erarbeiteten die Teilnehmerinnen und Teilnehmer u. a. Projektideen, um neue Akteure für den Aktionstag zu gewinnen.

Herr Resch, Geschäftsführer der Deutschen Umwelthilfe (DUH), erläuterte, wie die DUH Verbraucher zur Teilnahme an Aktionen motiviert. Herr Müller, neuer Vorstand der Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen (VZ NRW), informierte über die zukünftigen nachhaltigkeitspolitischen Ziele der VZ NRW. Auf Basis der Vorträge von Herrn Glasl über die Vergiftungsfälle mit „Magic-Nano“ und Herrn Claus über den Nano-Dialog des Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit (BMU), diskutierten Herr Giese (BMU), Frau Büning (vzbv) und Frau Tandela (Unilever) mit den Teilnehmerinnen und Teilnehmern über die Bedeutung von Nanomaterialien in Wasch-, Pflege- und Reinigungsmitteln.

Als „neuen/alten“ Namen wählten die Teilnehmerinnen und Teilnehmer den Titel FORUM WASCHEN ohne den Zusatz „für die Zukunft“. Daneben legten sie neue Schwerpunkte für die FORUMS-Arbeit im Jahr 2007 fest.



# Zentrale Ergebnisse

„Erfolgreiche  
Aktionen fort-  
führen und neue  
Projekte starten“



Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer beschlossen, erfolgreiche Aktionen fortzuführen und zentrale Projekte zu neuen Themenfeldern zu starten. Nach der Vorstellung von über 15 Projektideen einigten sie sich auf **drei Projekte**, um zusätzliche Akteure für die aktive Mitwirkung zu gewinnen:

1. Im Projekt „Richtig dosieren“ sollen Maßnahmen entwickelt werden, um Verbrauchern die korrekte Dosierung von Wasch- und Reinigungsmitteln näherzubringen.
2. Das Projekt „Global harmonisiertes System zur Einstufung und Kennzeichnung“ thematisiert die sinnvolle Kennzeichnung von Wasch- und Reinigungsmitteln im Hinblick auf Gesundheits- und Umweltauswirkungen. Ziel ist es, eine gemeinsame Position von Industrie und Verbrauchern in die Beratungen innerhalb Deutschlands und der Europäischen Union einzubringen.

3. Das Projekt „Schüler informieren Schüler“ soll Schüler als Berater zum Thema Waschen und Spülen ausbilden. Damit wird zusätzlich die Zielgruppe Familie in den Blick genommen.

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer unterstützten den Vorschlag von Herrn Stamminger, eine Verlinkung zum Aktionstag auf ihren Internetseiten einzurichten bzw. zu optimieren.

Nach den Vorträgen von Herrn Resch und Herrn Müller wurde deutlich, dass die Erfolge des FORUMS WASCHEN für Außenstehende nicht ausreichend bekannt sind. Dies sollte verbessert werden.



# Blickpunkt Projektarbeit – Ideen für neue Aktionen

## Projektteam Verbraucherkommunikation/Aktionstag

(Gisela Goerdeler, Deutscher Hausfrauen-Bund, und Klaus Afflerbach, Deutsches Grünes Kreuz)

Frau Goerdeler informiert darüber, dass die Bundesgeschäftsstelle des Deutschen LandFrauenverbandes (dlv) zum Aktionstag 2007 aufgrund personeller Engpässe nicht wie in den vergangenen Jahren beitragen könne. Das Interesse sei aber nach wie vor vorhanden und die Unterstützung, z.B. durch die Weiterleitung von Informationen an die Ortsgruppen, bleibe bestehen. Frau Goerdeler merkt an, es sei sehr wichtig, weiterhin neue Kooperationspartner wie kirchliche Frauenorganisationen oder die Bundesarbeitsgemeinschaft Hauswirtschaft zu gewinnen.

Vom Projektteam „Verbraucherkommunikation/Aktionstag“ werden drei Projektideen vorgeschlagen:

Frau Goerdeler berichtet über die neuen Aktionen, die für den nächsten Aktionstag am 10. Mai 2007 geplant sind, um die Zielgruppe der Migranten anzusprechen und das Interesse von Schülern und Studierenden zu wecken. Die Projektidee „Haushaltsführerschein für Studenten“ sieht vor, in Zusammenarbeit mit Studentenwerken, Energieversorgern und dem Städtetag in Familienbildungsstätten Aktionen speziell für Studierende anzubieten. Im Projekt „Schüler informieren Schüler“ sollen Schüler als Berater zu den Themen Waschen und Spülen ausgebildet werden. Neben ihren Mitschülern könnten sie auch Eltern, Verwandte und Bekannte informieren.

## Folgende FORUMS-Mitglieder haben Interesse angemeldet, in der neuen Projektgruppe „Schüler informieren Schüler“ mitzuarbeiten:

Klaus Afflerbach, DGK  
Hans-Peter Brix, StiWa  
Monika Büning, vzbv  
Gotthard Dobmeier,  
Deutsche Bischofskonferenz

Um mit dem Aktionstag 2007 eine breitere Öffentlichkeit zu erreichen, schlägt Herr Afflerbach vor, eine zentrale Auftaktveranstaltung zu organisieren. Als Schirmherr bzw. Schirmherrin solle eine prominente Persönlichkeit gewonnen werden, die insbesondere junge Singles und Familien anspricht. Durch eine Medienpartnerschaft, die Einbindung prominenter Botschafter und einer medientauglichen Aktion, wie beispielsweise einer Preisverleihung, solle versucht werden, den Aktionstag im Fernsehen zu platzieren.

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer diskutieren über die Projektidee „Geschirrhandtuch/Handtuch“, bei dem Menschen am Aktionstag ein (Geschirr-)Handtuch sichtbar aus ihrem Fenster hängen könnten. Zufällig ausgewählte Personen würden von einem Reporter des Medienpartners zum Thema Waschen und Spülen befragt. Die richtige Beantwortung der Fragen wäre mit einem Gewinn verbunden. Über die Aktion würde ganztägig in einem überregionalen Radiosender berichtet werden.

Von der Mehrheit der Teilnehmerinnen und Teilnehmer wird die Projektidee „Schüler informieren Schüler“ ausgewählt.

„Das Interesse von Schülern und Studierenden wecken.“



Gisela Goerdeler,  
Deutscher Hausfrauen-Bund



Klaus Afflerbach,  
Deutsches Grünes Kreuz

„Das Thema sollte langfristig wissenschaftlich begleitet werden“



Rainer Stamminger,  
Universität Bonn

### Projektteam Spülen und Datenauswertung

(Rainer Stamminger, Universität Bonn)

Herr Stamminger wünscht sich, dass die Internetseite zum Aktionstag einen größeren Bekanntheitsgrad erlangt und bittet daher alle Teilnehmerinnen und Teilnehmer des FORUMS WASCHEN, ihre Seiten mit dem Aktionstag zu verlinken. Ebenso hält er eine Bekanntmachung des Wasch- und Spülrechners in den Medien, beispielsweise in der Sendung „WISO“ des ZDF, für denkbar.

Mehrere Projektideen beschäftigen sich mit der Frage, wie die Nachhaltigkeit beim Geschirrspülen weiter gefördert werden kann. Das Projekt „Produktlinienanalyse Geschirrspülen“ soll alle Umweltaspekte betrachten und das Verbraucherverhalten zwischen Hand- und Maschinenspülen detailliert erfassen. In einem anderen Projekt soll mit der „Besten Praxis des Handspülens“ eine Methode erarbeitet werden, die mikrobiologisch und visuell sauberes Geschirr bei minimaler Umweltbelastung hervorbringt. Andere Projektvorschläge beschäftigen sich mit der

Weiterentwicklung von Geschirrspülmitteln wie z.B. Ersatz von Phosphaten, Konzentraten („halbe Tabs“) und der Verbesserung der Dosierungsmöglichkeiten. Ein Gestaltungswettbewerb könnte Ideen für genauere Dosierspender bei einem kostenneutralen Design sammeln.

Herr Stamminger betont, dass der 2006 parallel zum Aktionstag durchgeführte Schulaktionstag an 26 Schulen sehr erfolgreich war und 2007 wiederholt werden sollte. Insgesamt sieht Herr Stamminger den dringenden Bedarf, eine langfristige wissenschaftliche Begleitung des Themas sicherzustellen und schlägt die Gründung eines wissenschaftlichen Zentrums „Nachhaltiges Haushalten“ vor. In diesem virtuellen Zentrum würden Forschungsaktivitäten gebündelt und die bisherigen Erkenntnisse dauerhaft gesichert.

Von den Projektideen aus diesem Projektteam gehört keine zu den drei ausgewählten.

### Projektteam Nachhaltigkeitsbericht

(Hans-Jürgen Klüppel)

Ein Projektvorschlag beschäftigt sich mit der Idee, die Entwicklung und die Erfolge des FORUMS WASCHEN zu veröffentlichen und dabei zu prüfen, ob eine Übertragung auf andere Branchen möglich ist.

In einem anderen Projekt soll zunächst vorhandenes Verbraucherverhalten über die Kennzeichnung von Produkten erfasst werden. Danach könnte eine Verständigung zwischen Verbraucherschützern, Herstellern und Behörden über eine sinnvolle Kennzeichnung erzielt werden. Aktueller Anlass hierfür ist die bevorstehende Einführung des „Global harmoni-

sierten Systems zur Einstufung und Kennzeichnung“ (GHS) in der Europäischen Union. Es besteht die Befürchtung, dass dadurch auch harmlose Produkte (z. B. Geschirrspülmittel-Konzentrate) als ätzend gekennzeichnet werden müssten. Dadurch ginge die Warnwirkung der Kennzeichnung auf wirklich ätzend wirkenden Produkten (z. B. Abflussreinigern) verloren.

Von der Mehrheit der Teilnehmerinnen und Teilnehmer wird die Projektidee „Global harmonisiertes System“ ausgewählt.



Hans-Jürgen Klüppel

### Folgende FORUMS-Mitglieder haben Interesse angemeldet, in der neuen Projektgruppe „Global harmonisiertes System“ mitzuarbeiten:

Bernd Glassl, IKW

Gerd Hüttmann, Reckitt Benckiser

Ina Rüdener, Öko-Institut

Roland Schröder, Henkel

Bernd Stroemer, IKW

Sabine Tandela, Unilever

### Projektgruppe Riechstoffe

(Roland Schröder, Henkel)

Herr Schröder erläutert, das Thema Riechstoffe kann einen Informationsschwerpunkt beim nächsten Aktionstag darstellen. Ein Faltblatt kann gezielt zu Themen wie etwa „Duftstoffe und Allergie“ oder „Duftstofffreie Produkte“ informieren und auf weitere im Internet abrufbare Informationen hinweisen.

Eine Projektidee befasst sich mit dem Thema „Dufterziehung an Schulen“ und soll, unterstützt durch Verbraucherverbände, den bewussten Umgang mit Düften vor allem bei Schülern fördern.

Die Projektidee aus dieser Projektgruppe gehört nicht zu den drei ausgewählten.

### Projektgruppe Kompaktate

(Fred Schambil, Henkel, und Bernd Glassl, ikw)

Ein wiederkehrendes Thema bei der Verwendung von Waschmitteln ist die richtige Dosierung durch die Verbraucher. Um eine wesentliche Veränderung im Verhalten zu erzielen, sollte zunächst das vorhandene Wissen der Verbraucherinnen und Verbraucher über die Verständlichkeit der Angaben auf den Waschmittelpaketen erfasst werden. Diese Daten würden in die Entwicklung von Kommunikationsmaßnahmen für eine „Dosierkampagne“

einfließen, vergleichbar mit der „Stand-by Kampagne“ bei Elektrogeräten.

Weitere Projektideen befassen sich mit der Entwicklung eines „Einheitsmessbechers“ und der Überarbeitung der Dosierhinweise auf den Produkten.

Von der Mehrheit der Teilnehmerinnen und Teilnehmer wird die Projektidee „Dosierkampagne“ ausgewählt.

### Folgende FORUMS-Mitglieder haben ihr Interesse angemeldet, in der neuen Projektgruppe „Dosierkampagne“ mitzuarbeiten:

Marcus Gast, UBA

Gisela Goerdeler, DHB

Markus Grünwald, imug

Martin Möller-Rost, Evangelisches Johanneswerk

Kerstin Ochs, Henkel

Ina Rüdener, Öko-Institut

Rainer Stamminger, Uni Bonn

Matthias Zierhut, P&G

### CHARTER Nachhaltiges Waschen und Reinigen

(Sabine Tandela, Unilever)

Frau Tandela berichtet über das steigende Interesse von Firmen an der CHARTER Nachhaltiges Waschen und Reinigen und erläutert, dass REWE und der dm-Drogeriemarkt beigetreten sind und weitere Einzelhandelsunternehmen beitreten wollen. Um den Handel beim Aktionstag 2007 stärker einzubeziehen und die CHARTER bei den Verbraucherinnen und Verbrauchern bekannter zu machen, könne

Informationsmaterial entwickelt und in den Verbrauchermärkten präsentiert werden oder Zusatzinformationen zusammen mit dem CHARTER-Logo auf Groß- oder Aktionspackungen aufgebracht werden.

Von den Projektideen aus diesem Projektteam gehört keine zu den drei ausgewählten.



Roland Schröder, Henkel



Fred Schambil, Henkel

„Das Interesse der Firmen an der CHARTER Nachhaltiges Waschen steigt.“

# Jürgen Resch: Wie schafft es die Deutsche Umwelthilfe, Verbraucher zur Teilnahme an Aktionen zu motivieren?

Mit Berichten über Aktionsmaßnahmen zur Einführung des Dieselpartikelfilters oder zur Vernetzung der Aktivitäten rund um die Elbe erhielten die Teilnehmerinnen und Teilnehmer einen Einblick in die Projekt- und Kampagnenarbeit der Deutschen Umwelthilfe (DUH).

„Eine Kampagne  
in drei Teilen:

- eine Botschaft
- eine Lösung
- eine Kooperation“

Der bundesweit tätige Natur-, Umwelt- und Verbraucherschutzverband hat gleichzeitig den Status eines klageberechtigten Verbraucherschutzverbandes. Er verfügte im Jahr 2006 über einen Jahreshaushalt von rund 3,2 Millionen Euro und beschäftigt über 60 hauptamtliche Mitarbeiter in sechs Büros und Geschäftsstellen. Die Tätigkeitsfelder der DUH umfassen die Durchführung von Projekten und Kampagnen im Bereich Naturschutz, Klimaschutz, Luftreinhaltung, Abfallvermeidung und Recycling. Der Verband unterstützt andere Natur- und Umweltschutzverbände bei der Projektentwicklung und dem Aufbau der Infrastruktur. Er setzt sich für die Ökologisierung der Wirtschaft ein, betreibt Lobbyarbeit und bietet öffentlichkeitswirksame Projekt-Partnerschaften für Unternehmen an.

## Die Kampagne „Kein Diesel ohne Filter“

Am Beispiel der Kampagne erläutert Herr Resch, wie die DUH die Öffentlichkeit sensibilisiert. Die Kampagne besteht aus drei Teilen:

- einer Botschaft („Dieselpartikel verursachen schwere Gesundheitsschäden – wir müssen handeln“),
- einer Lösung („Der Dieselpartikelfilter ist verfügbar! Einsatz in allen Dieselmotoren!“) und
- einer Kooperation mit glaubwürdigen Akteuren (Umwelt- und Verbraucherverbände, Verkehrs- und Automobilclubs, Gesundheitsexperten und Kinderschutzbund, Umweltbundesamt und Weltgesundheitsorganisation sind wissenschaftliche Berater).

Jürgen Resch, DUH



Bei der Aufklärungskampagne zur Einführung des Dieselpartikelfilters setzt die DUH verschiedene Aktionsformen ein. So wurde die Kampagne 2002 in der Bundespressekonferenz als breite gesellschaftliche Allianz vorgestellt. Unter dem Motto „Naming and Blaming“ wird Druck auf die Automobilindustrie und die Politik ausgeübt, gleichzeitig werden Verbraucherinnen und Verbraucher über Gefahren von Dieselpartikeln und verfügbare Filtertechnologien aufgeklärt. Die „Crossborder“-Argumentation stellt die höheren Kosten beim Fahrzeugkauf dem höheren Wiederverkaufswert gegenüber und betont den zusätzlichen Nutzen für Umwelt und Gesundheit. Im Rahmen einer neuen Aktionsform tritt der Umweltverband als PKW-Entwickler auf und entkräftet so das Argument, bei Klein- und Mittelklasse-Wagen könne aus technischen Gründen kein Dieselpartikelfilter eingebaut werden.

### Das Projekt „Lebendige Elbe“

Im Bereich Natur- und Wasserschutzengagement stellt Herr Resch das Pro-

jekt „Lebendige Elbe“ vor. In den Jahren 2002 und 2005 kamen rund 100.000 Menschen zum Elbe-Badetag in Deutschland und Tschechien. Ziel des Elbe-Badetages ist, die Verbraucher „mit allen Sinnen“ auf Natur- und Umweltschutz aufmerksam zu machen und dabei Verhaltenstipps und Umweltfakten auf eine moderne, lustbetonte Weise zu vermitteln. Das Projekt erreicht vor allem Menschen, die sich weniger für das Thema Umwelt- und Naturschutz interessieren. So werden weitere Bürgerinnen und Bürger motiviert, sich aktiv für den Erhalt der Elbe als Natur- und Kulturlandschaft einzusetzen.

Mit der Unterstützung von Gruner + Jahr als Medienpartner und Wirtschaftspartnern sowie der Einbindung prominenter Personen, wie beispielsweise Uwe Seeler als Badegast, gelang es der DUH, eine breite Berichterstattung in den Medien über Monate aufrechtzuerhalten.



Foto: Mathias Scholz/UFZ

### Diskussion

Für Herrn Stroemer zeigen die beiden Beispiele, mit welchen Aktionen Verbraucher aktiviert werden können. Er betont, dass für das FORUM WASCHEN jedoch nur Aktionen mit positiven Botschaften in Frage kämen. Das Beispiel „Lebendige Elbe“ zeigt, wie man möglichst viele Verbraucherinnen und Verbraucher zu umweltbewusstem Verhalten motivieren kann.

Herr Resch gibt zu bedenken, dass es auch im Bereich Waschen kritische Diskussionspunkte gäbe und Aktionen wie „Naming and Blaming“ zum Problembewusstsein in der breiten Bevölkerung beitragen. Er verweist als Bei-

spiel auf den Einsatz von Ethylendiamintetraessigsäure (EDTA) in Wasch- und Reinigungsmitteln. Die Herren Schröder und Gast erwidern daraufhin, dass dieser Stoff in Wasch- und Reinigungsmitteln für Privatverbraucher nicht mehr eingesetzt werde.

Herr Afflerbach weist darauf hin, dass das Beispiel „Lebendige Elbe“ zeige, dass die Einbindung prominenter Personen und Medienpartnerschaften notwendig sind, um die Medienresonanz zu erhöhen. So ließe sich auch der nächste Aktionstag 2007 im Fernsehen platzieren.

*„Mit allen Sinnen auf den Umwelt- und Naturschutz aufmerksam machen.“*



Bernd Glassl, IKW

„Magic-Nano  
Sprays – ohne  
Nanopartikel.“

## Bernd Glassl: Magic-Nano – was ist passiert?

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer erhielten Hintergrundinformationen zu den Vergiftungsfällen vom März/April 2006.

Am 27. März 2006 begann eine Discountkette deutschlandweit mit dem Vertrieb von sechs Oberflächenversiegelungsmitteln unter dem Namen „Magic-Nano“. Am selben Tag wurden im Giftinformationszentrum Nord vier Fälle von starker Atemnot nach Gebrauch des Druckgas-Sprays „Magic-Nano Glas und Keramik“ gemeldet. Bis zum Vormittag des nächsten Tages gingen zehn weitere Meldungen bei anderen deutschen Giftinformationszentren ein. Berichtet wurde von lebensbedrohlich empfundener Atemnot und toxischen Lungenödemen. Noch am 28. März 2006 wurden alle „Magic-Nano“-Produkte vollständig vom Markt genommen und mit Pressemitteilungen vor der Verwendung der Produkte gewarnt. Dennoch waren bis Ende April 2006 insgesamt ca. 120 Personen von Atemwegsbeschwerden betroffen, bei mindestens sechs Patientinnen und Patienten

war eine stationäre Behandlung erforderlich. Soweit bekannt ist, verbesserte sich in allen Fällen die Symptomatik nach 12–18 Stunden.

Die Lieferkette der „Magic-Nano“-Sprays hatte eine komplexe Struktur: Die Wirkstoffe stellte eine Firma in Luxemburg her, über einen Zwischenhändler gelangten sie ins Saarland, dann weiter über Baden-Württemberg bis zur Abfüllerfirma in Bayern. Besonders erschwerend beim „Magic-Nano“-Fall kam hinzu, dass die Herstellerfirma die Rezeptur der beiden gesundheitsschädlichen Sprays, die in Lohnherstellung abgefüllt wurden, nicht genau kannte. Untersuchungen ergaben dann, dass diese Sprays keine Nanopartikel enthielten. Die vier von der Herstellerfirma selbst produzierten Produkte (Feuchttücher, Pumpsprays) bereiteten bei der Anwendung keine Probleme.

## Frank Claus: Nano-Dialog des Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit (BMU)

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer erhielten einen Überblick über die Ziele und die Struktur des vom BMU initiierten Nano-Dialogs.

Am 11. und 12. Oktober 2005 startete der BMU-Nano-Dialog mit einer Tagung mit 170 geladenen Akteuren aus Wissenschaft und Forschung, Industrie, Verwaltung und nichtstaatlichen Organisationen (NGO). Betrachtet werden die Her-

stellung, Anwendung und Entsorgung von Nano-Materialien. Das Ziel ist, einen Konsens über die Bewältigung der offenen Fragen und Risiken von Nano-Materialien zu erzielen und einen gemeinsamen Standpunkt zu Innovation/Chancen von Nano-Mate-



rialien zu finden. Innerhalb des Nano-Dialogs gibt es eine Steuerungsgruppe sowie drei Arbeitsgruppen. Die Akteure der Arbeitsgruppen kommen aus der Industrie, Wissenschaft, Behörden, Umwelt- und Gesundheitsverbänden sowie Gewerkschaften und Kirchen. Sie bearbeiten unter anderem folgende Themen:

- Expositionsschwerpunkte, -szenarien und -wahrscheinlichkeiten
- Daten/Datenbedarf
- Forschungsaufgaben
- Fragen zur Regulierung und der Vergleich mit internationalen Ansätzen
- Innovationschancen und der Nutzen für die Umwelt
- Maßnahmenkatalog zur Förderung des Marktes von Nanomaterialien
- Innovationsräume

### Diskussion

Nanopartikel spielen für Waschmittel keine Rolle, so Herr Glassl, und würden – wenn überhaupt – in Auto-, Glas- oder Lederpflegemitteln eingesetzt. Oftmals seien keine Nanopartikel in Produkten enthalten, sondern der Hersteller werbe lediglich mit dem Begriff „Nano-Effekt“, um auf die schützenden öl- oder wasserabweisenden Eigenschaften des Produktes aufmerksam zu machen. Der Begriff „Lotus-Effekt“ sei urheberrechtlich geschützt und dürfe nicht frei verwendet werden.

Frau Tandela macht darauf aufmerksam, dass zunächst eine Einigung darüber erzielt werden müsse, welche „Nanopartikel“ betrachtet werden. Hierbei spielt die Partikelgröße eine Rolle und ob sie natürlichen oder synthetischen Ursprungs sind.

Frau Büning betont, dass aus Sicht der Verbraucher nicht nur die Gefahren von Nanopartikeln für Gesundheit und Umwelt eine wichtige Frage darstellen. Der Verbraucherschutz beschäftigt sich auch mit der Qualität der Informationen über die Inhaltsstoffe in Produkten. Damit Verbraucher ihre eigene

Informationen zum Nano-Dialog wird der jährliche Monitoringbericht geben, zum Beispiel zur Entwicklung des Wissens über die Wirkungen von Nanomaterialien auf Umwelt und Gesundheit, zur Verbreitung von Nanomaterialien in Produkten für private Endverbraucher sowie zum Regulationsbedarf von Nanomaterialien. Zur Kommunikation dienen zudem die nächste Statustagung 2008 und weitere thematische Veranstaltungen. Daneben gibt es eine Internetplattform, die Dokumentation der Ergebnisse der Arbeitsgruppen und einen Austausch mit und Beobachtung von nationalen und internationalen Aktivitäten.

Kaufentscheidung treffen könnten, sei kenntlich zu machen, ob ein Produkt Nanopartikel enthält oder nicht.

Frau Tandela erklärt, dass auf Seiten der beteiligten Herstellerfirmen ein hohes Interesse daran bestehe, die Sicherheit von Nanomaterialien und anderen neuen Stoffe genauestens zu prüfen, bevor sie zum Einsatz kommen.

Herr Giese resümiert, dass es wichtig sei, die möglichen schädlichen Auswirkungen von synthetisch hergestellten Nanopartikeln auf die Gesundheit und Umwelt frühzeitig zu untersuchen. Gleichzeitig sollen die enormen wirtschaftlichen Entwicklungspotenziale genutzt und Ressourcen und Energie durch diese neue Technologie gespart werden.



Frank Claus, iku GmbH

*„Es ist wichtig, die Chancen und Risiken frühzeitig zu diskutieren.“*



von links nach rechts:  
Frau Tandela, Frau Büning,  
Herr Claus, Herr Giese

# Klaus Müller: Die Nachhaltigkeitspolitik der Verbraucherzentrale Nordrhein- Westfalen (VZ NRW) in den nächsten Jahren – wie viel Kooperation ist möglich und wie viel ist nötig?

Mit Berichten über die Angebote der VZ NRW erhielten die Teilnehmerinnen und Teilnehmer einen Überblick über mögliche Anknüpfungspunkte für Kooperationen zum Thema (Ab-)Waschen und Reinigen.



Klaus Müller,  
Vorstand Verbraucherzentrale NRW

Herr Müller ist seit Mitte 2006 neuer Vorstand der VZ NRW. Für ihn setzen sich die Begriffe „Nachhaltigkeit“ und „Zukunftsfähigkeit“ mit der Frage auseinander, ob das eigene Verhalten einen Beitrag für die Sicherung der Lebensgrundlagen der zukünftigen Generationen leistet. In den Verbraucherberatungsstellen vor Ort informieren Beraterinnen und Berater über die Themenfelder Energie, Ernährung, Gesundheit und Umwelt. Dabei werden sie von Fachleuten aus der Landesgeschäftsstelle konzeptionell und fachlich unterstützt. Zahlreiche Informationen zum Themenfeld Waschen, Trocknen und Geschirrspülen liefern die

Verbraucherinformationskampagne „EcoTopTen“, die Broschüre „99 Wege um Strom zu sparen“ und die Kampagne „Echt gerecht – Clever kaufen“.

Als gutes Beispiel für die Rolle der VZ NRW im Spannungsfeld zwischen Kooperation und Konfrontation mit Herstellern und Industrie bezeichnet Herr Müller das Projekt „Verbesserung der Kennzeichnung von Haushaltsgeräten gemäß Energieverbrauchskennzeichnungsverordnung – EnVKV“. In einer gemeinsamen Initiative mit den Herstellern bzw. dem Herstellerverband sollte die Aktualisierung und Weiterentwicklung der Energiever-

Ina Rüdener,  
Öko-Institut



brauchskennzeichnung auf europäischer Ebene gefordert werden.

Ein weiteres wichtiges Betätigungsfeld der VZ NRW ist der Bildungsbereich. Unter dem Motto „Aktive Verbraucherbildung für Nachhaltigen Konsum“ werden Unterrichts- und Workshop-Angebote konzipiert. Die VZ NRW erreicht damit rund 35.000 Schülerinnen und Schüler pro Jahr. Die zugehörige Internetseite [www.checked4you.de](http://www.checked4you.de) ist auf das Interesse und die Sprache der Jugendlichen ausgerichtet.

Herr Müller lobt ausdrücklich die positiven Entwicklungen bei der Einführung von phosphatfreien Waschmitteln, dem Einsatz vollständig abbaubarer Tenside, dem Verzicht auf einige der problematischen Moschusverbindungen sowie der Einführung von Colorwaschmitteln und Konzentraten.

### Diskussion

Herr Klüppel begrüßt die Initiative zur Verbesserung der Energieverbrauchskennzeichnung. Er weist darauf hin, dass die Einführung dieses Energie-Labels so erfolgreich war, dass die heute verfügbare Technik energiesparender ist, als das Label mit der besten Verbrauchskennzeichnung angeben kann. Weitere Maßnahmen wünscht er sich auf dem Gebiet der Entsorgung von Altgeräten mit hohem Energieverbrauch, um dem Trend zum „Zweitkühlschrank im Keller“ entgegenzuwirken.

Gleichzeitig weist er jedoch auch auf problematische Entwicklungen im Hinblick auf den Einsatz von Phosphaten und Phosphonaten in Maschinengeschirrspülmitteln, die Verwendung von größeren Verpackungen für Kompaktwaschmittel, die gestiegene Vielfalt von Wasch- und Reinigungsmitteln sowie die aggressive Bewerbung von so genannten „Kraftreinigern“ hin.

Bedarf für einen Dialogprozess mit der Wasch-, Pflege- und Reinigungsmittelindustrie sieht Herr Müller im Bereich des Themas Nano-Technologie. Hierbei stünde eine Verständigung über eine transparente Verbraucherinformation sowie über die Chancen zur Ressourcenschonung und die noch nicht geklärten bzw. diskutierten Risiken im Mittelpunkt.

Ansatzpunkte für Kooperationen sehen Herr Wagner in einer Dosierkampagne an Schulen, Frau Goerdeler in der Beteiligung der VZ NRW am Aktionstag und Herr Stamminger in der Verlinkung der Homepage der VZ NRW mit der Internetseite des Aktionstags.



*Kerstin Ochs, Henkel*



*Hans-Jürgen Klüppel und  
Peter Olschewski*

## Teilnehmerliste der Mitglieder des FORUMs WASCHEN

### Afflerbach, Klaus

Deutsches Grünes Kreuz e.V., Marburg

### Anton, Jürgen

iku GmbH, Dortmund

### Brix, Hans-Peter

Stiftung Warentest, Berlin

### Buschmann, Rolf

Verbraucherzentrale NRW e.V., Düsseldorf

### Büning, Monika

Verbraucherzentrale Bundesverband e.V., Berlin

### Claus, Dr., Frank

iku GmbH, Dortmund

### Dobmeier, Gotthard

Deutsche Bischofskonferenz, München

### Dullin, Dr., Joachim

Gesundheitsamt Bremen, Bremen

### Gast, Marcus

Umweltbundesamt FG IV 1.2, Dessau

### Gebauer, Jana

Institut für Ökologische Wirtschaftsforschung gGmbH (IÖW), Berlin

### Glassl, Dr., Bernd

Industrieverband Körperpflege- und Waschmittel e. V. (IKW), Frankfurt/Main

### Goerdeler, Gisela

Deutscher Hausfrauen-Bund e.V., Bonn

### Grünewald, Markus

imug, Institut für Markt-Umwelt-Gesellschaft e.V., Hannover

### Hüttmann, Dr., Gerd

Reckitt Benckiser Produktions GmbH, Ludwigshafen

### Jordan, Dr., Michael

Procter & Gamble Service GmbH, Schwalbach

### Kessler, Dr., Thorsten

Industrieverband Körperpflege- und Waschmittel e. V. (IKW), Frankfurt/Main

### Klüppel, Dr., Hans-Jürgen

Wissenschaftler, Düsseldorf

### Kühr, Ann-Kathrin

iku GmbH, Dortmund

### Möller-Rost, Martin

Evangelisches Johanneswerk e. V., Bielefeld

### Ochs, Kerstin

Henkel KGaA, Düsseldorf

### Olschewski, Dr., Peter

Industrieverband Körperpflege- und Waschmittel e. V. (IKW), Frankfurt/Main

### Pieper, Ursula

Miele & Cie. GmbH & Co, Bielefeld

### Rechenberg, Dr., Bettina

Umweltbundesamt FG IV 1.2, Dessau

### Rohrdanz, Dr., Astrid

Niedersächsisches Landesamt für Verbraucherschutz, Institut für Bedarfsgegenstände, Lüneburg

### Rüdenauer, Ina

Öko-Institut e.V., Institut für angewandte Ökologie, Freiburg

### Schambil, Dr., Fred

Henkel KGaA, Düsseldorf

### Schröder, Dr., Roland

Henkel KGaA, Düsseldorf

### Stamminger, Prof. Dr., Rainer

Institut für Landtechnik Universität Bonn, Sektion Haushaltstechnik, Bonn

### Stroemer, Dr., Bernd

Industrieverband Körperpflege- und Waschmittel e. V. (IKW), Frankfurt/Main

### Sucker, Kirsten

iku GmbH, Dortmund

### Tandela, Dr., Sabine

Unilever Deutschland GmbH Home and Personal Care, Hamburg

### Wagner, Günter

Elisabeth-Knipping-Schule, Kassel

### Zierhut, Dr., Matthias

Procter & Gamble Service GmbH, Schwalbach

## Gäste des FORUMs WASCHEN

### Giese, Hartmut

Bundsumweltministerium (BMU), Bonn

### Müller, Klaus

Verbraucherzentrale NRW e.V., Düsseldorf

### Resch, Jürgen

Deutsche Umwelthilfe e.V., Radolfzell



## Impressum

### iku GmbH

Olpe 39 · D-44135 Dortmund

Telefon 02 31 / 93 11 03 0

Telefax 02 31 / 3 18 94

E-Mail: [iku@iku-gmbh.de](mailto:iku@iku-gmbh.de)

[www.iku-gmbh.de](http://www.iku-gmbh.de)

### Industrieverband Körperpflege- und Waschmittel e.V. (IKW)

Karlstraße 21

D-60329 Frankfurt am Main

Telefon 069 / 25 56 13 23

Telefax 069 / 25 03 45

E-Mail: [info@ikw.org](mailto:info@ikw.org)

[www.ikw.org](http://www.ikw.org)

### Gestaltung

dot.blue communication & design

Jutta Schlotthauer, Jörg Hampe

[www.dbcd.de](http://www.dbcd.de)

### Herstellung

Frick-Digitaldruck

### Fotos

iku GmbH

Jürgen Christ, Bildreportagen

[www.PhotoCase.com](http://www.PhotoCase.com)