

PFLEGE-ETIKETT FÜRS SOFA?

Wie mit Kennzeichen zur Pflege und Reinigung von Möbelstoffen Reklamationen vermieden werden könnten – darüber diskutierten 33 Experten aus der Wertschöpfungskette Polstermöbel in der Frankfurter Neckermann-Zentrale. Moderiert vom Arbeitskreis B.A.U.M. und dem Institut für ökologische Wirtschaftsforschung.

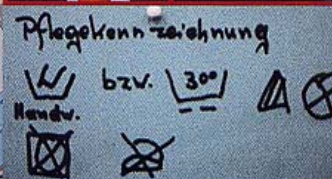
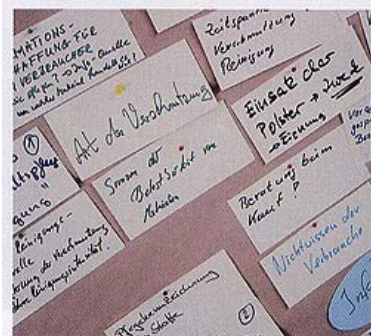


Hochwertige Polster leisten problemlos bis zu 20 Jahre ihre Dienste. Wenn nicht Verschmutzungen und Alltags-Unfälle die Lebensdauer extrem verkürzen würden. Zum Ärger aller Beteiligten – Reklamationen folgen, der Verwaltungsaufwand bei Handel und Hersteller steigt, die Kundenzufriedenheit sinkt.

Um dem vorzubeugen, braucht es eindeutige Kunden-Informationen zur produktgerechten Reinigung und Pflege – vergleichbar mit der Etikettierung von Bekleidungsstücken. Wie so eine Kennzeichnung von Bezugsmaterialien realisiert werden könnte, das diskutierten 33 Experten der Wertschöpfungskette für Polstermöbel Anfang November in der Frankfurter Neckermann-Zentrale.

Das Problem: Jedes Material erfordert eine spezifische Behandlung mit unterschiedlichen Mitteln. Alle bisherigen Zuordnungsversuche – wie die VDM-Bro-

„Jeder, der etwas hinzufügt, muss darüber informieren.“ Bernd Hirschl, IÖW, und Martin Oldeland, B.A.U.M., moderierten die Expertenrunde. Mit dabei (v.l.n.r.): Gerhard Sperling, Verband der Deutschen Heimtextilien Industrie; Corinna Kronsbein, Verband der Deutschen Polstermöbelindustrie; Mareike Wieben, Ikea-Umweltbeauftragte; Michael Pöhlig, Gesamtverband der deutschen Textilveredelungsindustrie und Dr. Thomas Schröder, Verband der Deutschen Lederindustrie.



Oben: „Die Strukturen sind da. Wir müssen sie nur nutzen.“ Munzert-Geschäftsführer Bernd Kout; Gunter Keller, Geschäftsführer des Pflegemittel-Herstellers LCK, und Carsten Diercks von Rolf Benz.

schüre Möbelstoffe – erzielten keine befriedigenden Ergebnisse. „Obwohl die Informationen vorliegen“, wie Hersteller der Vorstufe bestätigen – zumindest was deutsche Produkte angeht. Für die gilt es also sicherzustellen, dass die „richtigen“ Anleitungen gefiltert zum Endverbraucher gelangen. Und: „Wir müssen ein Pflegebewusstsein erzeugen, sodass die regelmäßige Reinigung zur Selbstverständlichkeit wird.“ Fragt sich nur, welche Organisation so eine Dach-Kampagne vorantreiben könnte. Vielleicht die DGM?