



FORUM
WASCHEN

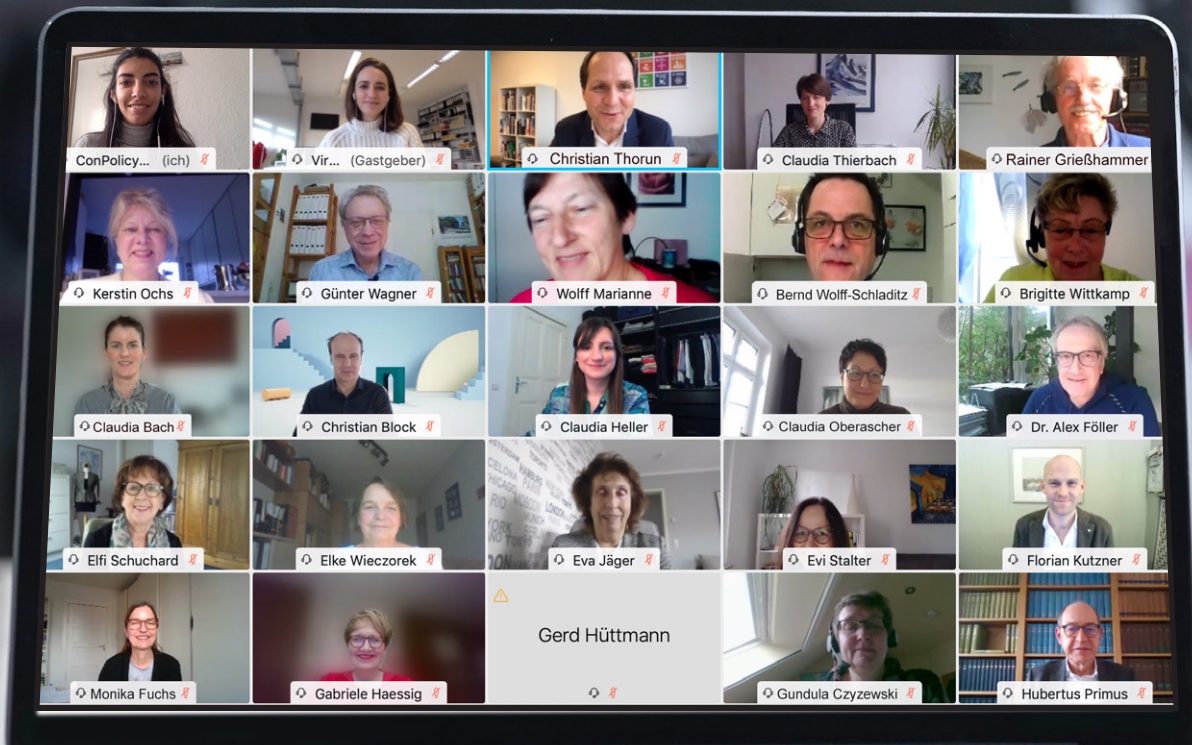
FORUM WASCHEN

Dokumentation

17. Akteurs-Workshop

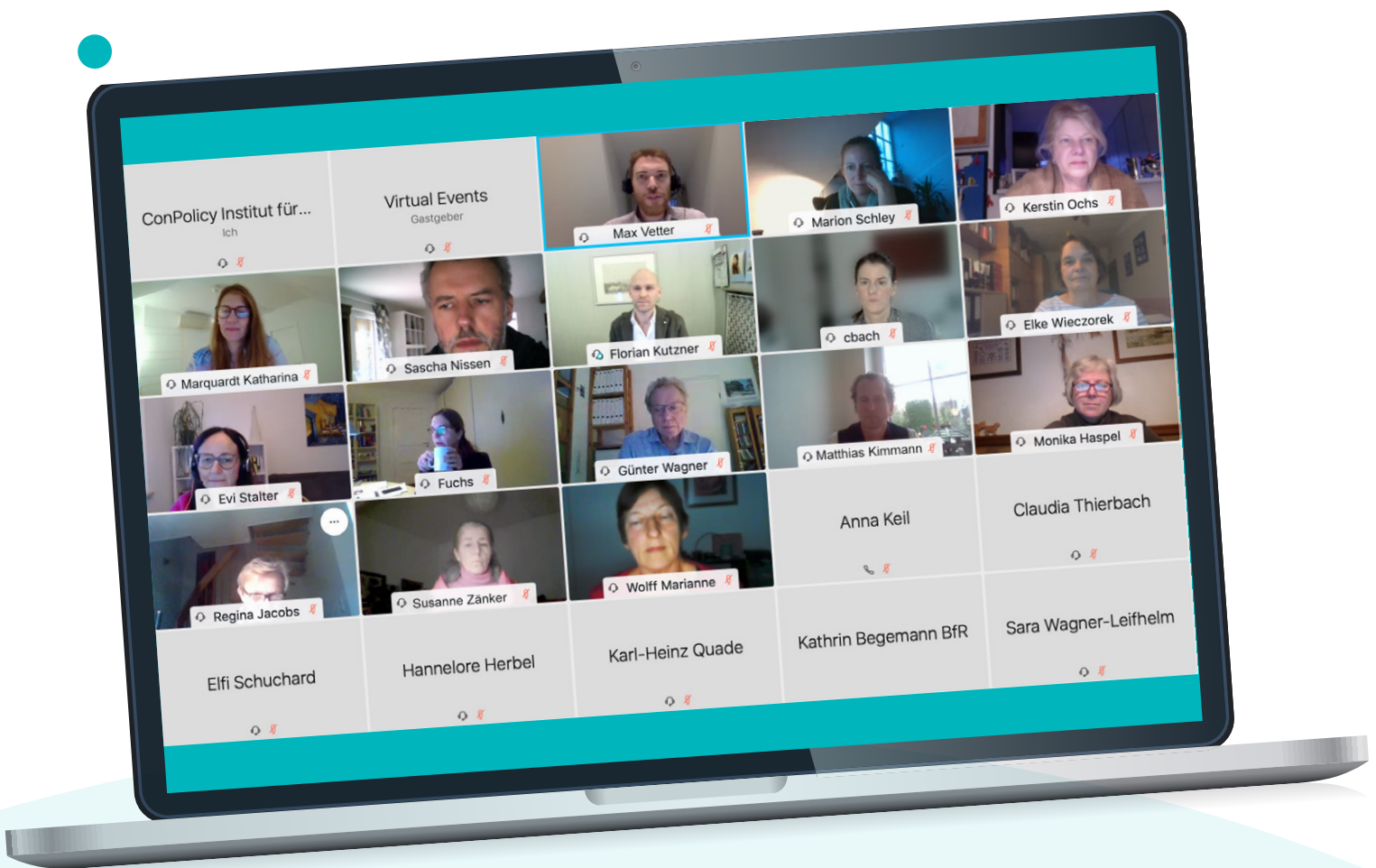
vom 28. und 29. Januar 2021

Technologische,
digitale und
verhaltensbasierte
Innovationen:
20 Jahre Wege zu
mehr Nachhaltigkeit
beim Waschen und
Reinigen



Der 17. Akteurs-Workshop FORUM WASCHEN fand am 28. und 29. Januar 2021 aufgrund der Pandemie-Situation als Webkonferenz statt. Professor Dr. Christian Thorun vom Institut für Verbraucherpolitik - ConPolicy GmbH moderierte die zweitägige Webkonferenz und hatte sie zusammen mit Marlene Münsch und Dr. Max Vetter vorbereitet.

Am Workshop nahmen während der zwei Tage über 60 Personen teil. Ein Drittel der Personen engagiert sich schon länger als zehn Jahre im FORUM WASCHEN. Ein weiteres Drittel arbeitet bereits länger als fünf Jahre und ein Viertel länger als ein Jahr im FORUM WASCHEN mit. Circa 10 Prozent der Teilnehmerinnen und Teilnehmer wirkten erstmals bei einem Akteurs-Workshop vom FORUM WASCHEN mit. 34 Prozent der Teilnehmerinnen und Teilnehmer waren „Industrievertreter“; 21 Prozent ordneten sich der Gruppe „Forschung und Bildung“ zu, jeweils sechs Prozent der „Politik“ und „Zivilgesellschaft“. 32 Prozent der Teilnehmerinnen und Teilnehmer ordneten sich keiner der vorgenannten Gruppen zu.



Begrüßung



Thomas Keiser,
Geschäftsführer des
Industrieverbandes
Körperpflege- und
Waschmittel e. V.

Thomas Keiser begrüßte die Teilnehmerinnen und Teilnehmer und erinnerte an ein Zitat von Gerd Billen zum 15. Akteurs-Workshop aus dem Jahr 2016. Der damalige Staatssekretär im Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz Billen hatte in seinem Impulsvortrag folgende Botschaft den Akteuren auf den Weg gegeben:

„Das Erreichen von Nachhaltigkeitszielen ist nur möglich, wenn unterschiedliche Anspruchsgruppen zusammenarbeiten. Das FORUM WASCHEN ist dafür ein gutes Beispiel. Es zeichnet sich durch einen langen Atem der Akteure aus und ist ein Vorbild auch für Initiativen anderer Branchen.“

Diese Botschaft Gerd Billens, des ehemaligen Vorstands des Verbraucherzentrale Bundesverbandes e. V. sowie Schirmherrn des Aktionstages Nachhaltiges (Ab-)Waschen 2008, stellte sowohl eine Auszeichnung als auch einen Auftrag für die Dialogplattform FORUM WASCHEN dar. Aus Sicht von Herrn Keiser werde das FORUM WASCHEN diesem Auftrag gerecht und könne daher Stolz auf das in 20 Jahren Geleistete sein.

Einführung



Professor Dr. Christian
Thorun, Institut für
Verbraucherpolitik –
ConPolicy GmbH

Auch Professor Thorun begrüßte die Teilnehmerinnen und Teilnehmer und ging gedanklich durch die Historie der Dialogplattform FORUM WASCHEN. Er wies auf das bisher Erreichte hin, zum Beispiel den fest institutionalisierten und effektiven Dialog unterschiedlicher Interessengruppen, und erwähnte auch Herausforderungen und Diskussionen zu strittigen Themen aus der Vergangenheit, wie beispielsweise Fakten zum Einsatz von Weichspülern oder Parfüminhaltsstoffen.

Die Erfolge und Auszeichnungen der Dialogplattform seien wegweisend, zum Beispiel die mehrmalige Auszeichnung als „Werkstatt N-Projekt“ des Nachhaltigkeitsrates sowie die Einladung als Gast bei der „Woche der Umwelt“ des Bundespräsidenten Gauck oder die Auszeichnung als UNESCO-Projekt „Bildung für nachhaltige Entwicklung“. Insbesondere die Bereitschaft aller Akteure sei einzigartig, sich über mehr als ein Jahrzehnt immer wieder zu treffen und gemeinsam Lösungsansätze zu nachhaltigem Handeln beim Waschen, Spülen und Reinigen im Haushalt zu finden.

Rückblick und Ausblick: 20 Jahre FORUM WASCHEN



Kerstin Ochs,
unabhängige Expertin

Als Gründungsmitglied vom FORUM WASCHEN sieht Kerstin Ochs die Wasch-, Pflege- und Reinigungsmittelindustrie als Vorreiterin bei der Entwicklung und Umsetzung von nachhaltigem Handeln im Zusammenhang mit Hygiene im Haushalt. Insbesondere der häufig nicht einfache Dialog mit Interessenvertretern aus dem 360-Grad-Umfeld dieser Thematik führt zu folgerichtigen Erkenntnissen und wegweisenden Handlungsoptionen für Akteure und Verbraucherinnen und Verbrauchern.

Als das eigentliche Ziel der Dialogplattform FORUM WASCHEN versteht Kerstin Ochs das Überwinden von Mauern im Kopf aller Beteiligten im Dialog. Zahlreiche konkrete Themen auf dem Weg zu mehr Nachhaltigkeit seien bereits erfolgreich in Industrie und Gesellschaft angestoßen und praktikable Lösungen erreicht worden.

Ziel der Dialogplattform FORUM WASCHEN sei es, das Verhalten von Verbrauchern und Industrie in Richtung nachhaltigen Konsumierens und Produzierens im Zusammenhang mit Waschen, Abwaschen und Reinigen in privaten Haushalten zu ändern.



Elke Wieczorek,
Präsidentin des DHB -
Netzwerk Haushalt

Elke Wieczorek stellte anhand praktischer Beispiele die Arbeiten der Projektteams und -gruppen vor und fragte, ob die Art der Präsentation der Arbeiten bzw. die zur Präsentation dieser Informationen eingesetzten Medien noch zeitgemäß seien.

Mit den diversen Faltblättern, Faktenpapieren, Broschüren, Bildkarten und der Internetpräsenz stünden zwar wertvolle und faktenbasierte Informationen den Haushaltsführenden zur Verfügung, jedoch würden noch nicht alle Zielgruppen erreicht.

Der Internetauftritt www.waschtipps.de für die junge Zielgruppe stelle in diesem Zusammenhang einen wichtigen Baustein dar. Weitere und zeitgemäße Kommunikationsmedien seien jedoch wichtig, um insbesondere die junge Zielgruppe anzusprechen.

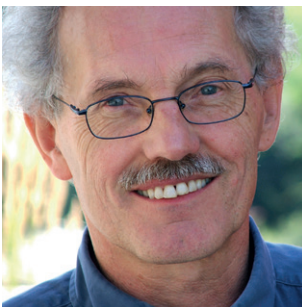


Dr. Claudia Thierbach,
Umweltbundesamt

Claudia Thierbach wies darauf hin, dass anfangs die Ziele der Arbeit der Dialogplattform beschrieben wurden: u. a. einen Beitrag zur öffentlichen Meinungsbildung zu leisten und Verhaltensänderungen von Verbrauchern und Industrie herbeizuführen. In der Vergangenheit lag der Fokus ihrer Meinung nach auf dem Herbeiführen einer Änderung des Verbraucherverhaltens. Zukünftig sollen auch Verhaltensänderungen der Industrie bearbeitet werden. Ein wichtiges Instrument zum Messen des Erfolgs dieser Ziele sei das im Projektmanagement verwendete Setzen von „SMARTen Zielen“. Das Akronym „SMART“ steht hier für die Aspekte bzw. Wörter „Spezifisch“, „Messbar“, „Erreichbar“ (englisch „achievable“), „Realistisch“, „Terminiert“. Nicht alle Aspekte seien für die Ziele vom FORUM WASCHEN erfüllt bzw. definiert worden.

Insbesondere die SMART-Aspekte „Messbar“ und „Terminiert“, also wie ein Ziel gemessen werden kann und bis wann dieses Ziel erreicht werden soll, werden bislang nicht vorgegeben. Das Umweltbundesamt wünsche sich daher zukünftig, dass das FORUM WASCHEN messbare und terminierte Ziele für Industrie und Verbraucher vorgibt. Beispielsweise könnten Ziele für die Reduzierung des Waschmittelverbrauchs pro Kopf und Jahr oder die Verringerung der Mengen an schwer abbaubaren organischen Inhaltstoffen bis zu einer bestimmten Frist vorgegeben werden. Claudia Thierbach betonte, dass das Umweltbundesamt seine zukünftige Mitarbeit im FORUM WASCHEN davon abhängig mache, ob konkrete Ziele im Sinne des Projektmanagement formuliert werden.

KEYNOTE: Wege zur Nachhaltigkeit – technologische, digitale und verhaltensbasierte Innovationen

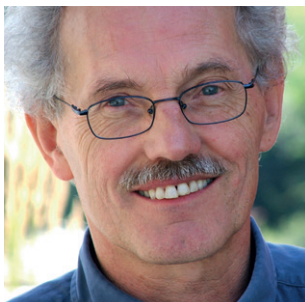


Professor Dr. Rainer
Grießhammer,
Öko-Institut e. V.

Rainer Grießhammer beschrieb anhand von sich ändernden gesellschaftlichen Leitbildern durch Umweltkatastrophen die verschiedenen Wege zu mehr Nachhaltigkeit. Diese Ereignisse befeuerten die Diskussionen und die Kritik gegenüber akuten Umweltproblemen. Höhepunkt und Wendejahr der öffentlichen Wahrnehmung sei jedoch das Jahr 1986 mit der Reaktorkatastrophe in Tschernobyl gewesen, obwohl schon in den Jahren zuvor das Waldsterben durch „sauren Regen“ in das Bewusstsein der Bevölkerung eingegangen ist. Kurz darauf folgten Chemieunfälle am Rhein.

All diese Vorfälle und Themen schärfen das Verbraucherbewusstsein und vergrößerten die Nachfrage nach umweltfreundlichen Produkten. Im Auftrag des Umweltbundesamtes erstellte das Öko-Institut e. V. im Jahr 1996 die wegweisende Studie „Produktlinienanalyse Waschen und Waschmittel“. Darin seien u. a. die drei typischen Modellhaushalte „Weißkragen“, „Cleverle“ und „Wischi-Waschi“ entwickelt und miteinander verglichen worden. Diese Modellhaushalte kategorisierten das Verbraucherverhalten hinsichtlich der Nutzung von Ressourcen beim Waschprozess und seien noch immer aktuell. Auf dem Weg zu mehr Nachhaltigkeit solle der Anteil an Weiß-/Kochwäsche stark reduziert und somit die Waschttemperatur weiter gesenkt werden. Ideal wären zukünftig gleichfarbige Wäscheposten, die bei niedriger Waschttemperatur gewaschen werden könnten, sowie Waschmittel, die auch bei farblich gemischter Wäsche und niedrigen Waschttemperaturen sauber waschen.

Diskussionsrunde mit Plenum und Podiumsteilnehmern



Professor Dr. Rainer
Gießhammer,
Öko-Institut e. V.



Gabriele Hässig,
Procter & Gamble
Service GmbH und
stellvertretende
Vorsitzende des IKW



Dr. Jutta Klasen,
Umweltbundesamt



Hubertus Primus,
Stiftung Warentest

Jutta Klasen beschrieb ihre Auffassung, dass ohne große Regulierungsaktivitäten wahrscheinlich kaum Änderungen hin zu einer nachhaltigen Entwicklung möglich seien. In diesem Zusammenhang erwähnte sie die neue Chemikalienstrategie der Europäischen Kommission, in der u. a. eine „Zero Pollution“, also eine Null-Emission von Schadstoffen gefordert wird. Solche Ziele seien voraussichtlich nicht nur durch Dialog erreichbar, sondern bedürfen eines Instrumentenmixes, der u. a. auch durch zusätzliche Regulierungen flankiert werden müsse.

Gabriele Hässig betonte, dass die Erfolge vom FORUM WASCHEN gezeigt hätten, dass viel durch Dialog erreicht werden könne. Zusätzliche Regularien könnten Innovationen in den Unternehmen hemmen. Der Wettbewerb der Unternehmen untereinander sei zudem sehr hilfreich für eine Entwicklung nachhaltigerer Produkte. Die durch diesen Prozess entstehenden Produkte stellen z. T. Leuchtturmprojekte dar: zum Beispiel hochkonzentrierte Waschmittel-Gelkapseln mit geringerem Ressourceneinsatz. Diese Nachhaltigkeitsinnovationen müssten jedoch auch von den Haushalten angenommen werden, und das benötige viel und kontinuierliche Kommunikation mit allen, die diese Produkte verwenden.

Hubertus Primus betonte, dass auch Testinstitute durch das Testgeschehen indirekt einen positiven Einfluss auf die Umwelt und das Konsumverhalten ausüben können. Die Dosierempfehlungen auf den Waschmittelverpackungen seien aus Sicht der Stiftung Warentest angemessen. Automatische Dosiersysteme halte er dennoch für sinnvoll. Eine übertriebene Digitalisierung und Vernetzung beim Waschen und Trocknen sehe er hinsichtlich möglichen

Missbrauchs von Verbraucherdaten (beispielsweise Metadaten zur Generierung von Bewegungs- und Verbraucherprofilen) kritisch. Zudem könnten sich die zunehmende Digitalisierung und die damit einhergehende Preisentwicklung bei Geräten insbesondere bei einkommensschwachen Haushalten negativ auswirken. Hubertus Primus warnte in diesem Zusammenhang von einer gewissen „Öko-Arroganz“ der Befürworter der Digitalisierung, die die einkommensschwachen Bevölkerungsschichten zu wenig berücksichtigen.

Rainer Griebhammer betonte die Wichtigkeit korrekter Dosierung von Wasch- und Reinigungsmitteln für die Ressourcenschonung und stellte in diesem Zusammenhang die These auf, dass in Haushalten nach wie vor zu viel dosiert würde und daher die Dosierung durch Maschinen erfolgen sollte. Gleichzeitig kritisierte er, dass Waschmaschinen mit immer größeren Beladungskapazitäten angeboten würden. Dieser Umstand zusammen mit der Zunahme an Haushalten mit kleiner Personenzahl führe zu einem ineffizienten Umgang mit Ressourcen beim Waschen.

Thomas Keiser betonte, dass die Nachhaltigkeit in allen drei Dimensionen gedacht werden solle und der Fokus nicht nur auf die ökologische Dimension gelegt werden dürfe. Die sozialen und ökonomischen Dimensionen müssten unbedingt mitberücksichtigt werden.

Hannelore Herbel und **Marcus Gast** sahen die digitalen Innovationen im Bereich der Wäschepflege insofern kritisch, da diese durch die Herstellung der hierfür benötigten Technik und den möglichen Betrieb von Rechenzentren für vernetzte Geräte zusätzliche Ressourcen binden können. Zudem dürften solche digitalen Innovationen nicht auf Kosten der Haushalte durchgesetzt werden. Die Nutzung digitaler Techniken bei weniger geschulten und auch älteren Personen sei zudem stark eingeschränkt. Immer neuere, ständig weiterführende Handhabungen überfordern etliche Menschen. Eine sachgerechte Handhabung der neuen Techniken sei dann nicht immer gewährleistet.

Mangelnde finanzielle Mittel schränken Neuanschaffungen zusätzlich oft ein. Die Digitalisierung könne auch zu Mehrkosten und vermehrten Ausfällen von Geräten führen. **Marianne Wolff** plädierte daher für weniger Konsum, zum Beispiel durch längere Nutzung der verwendbaren Geräte und Textilien. Die Erfolge bei der Reduzierung der Waschmittelmenge seien nach Meinung von Frau Wolff in der Vergangenheit eher gering. Es werde bei zu geringer Waschmaschinenbeladung zu viel Waschmittel eingesetzt. Frau Wolff plädierte daher dafür, dass die Verbraucherinnen und Verbraucher ab und zu mal eine Wäsche „auslassen“, die Wäsche sammeln und Wäsche erst eine Woche später waschen. Diese Verhaltensweise spare Waschmittel, Wasser und Energie ein.

Bei den Podiumsteilnehmern bestand Einvernehmen, dass das FORUM WASCHEN für die nächsten 10 Jahre strategische Ziele mit klarer Terminierung formulieren solle. Zum Beispiel könne versucht werden, durch verstärkte Kommunikation, auch mit Hilfe sozialer Medien, die durchschnittliche Waschtemperatur in Deutschland weiter zu senken. Der ökologische Gesamtfußabdruck sollte weiter reduziert werden.

Vertiefungsworkshops mit Impulsgebern

Drei Wege zu mehr Nachhaltigkeit beim Waschen und Reinigen



Impulsgeber:

Dr. Thomas Herbrich,
fit GmbH

Vertiefungsworkshop 1

Technologische Innovationen im Bereich Wasch- und Reinigungsmittel:
Inhaltsstoffe, Kompaktierung und darüber hinaus

Moderation:

Dr. Bernd Wolff-Schladitz, Dalli-Werke GmbH & Co. KG

Thomas Herbrich machte die Bedeutung von Innovationen in der Wasch- und Reinigungsmittelindustrie der letzten Jahre deutlich und zeigte, dass es nicht genügt, neue Angebotsformen und technologische Lösungen zu entwickeln, sondern immer auch um die Verbraucherakzeptanz geworben werden müsse.

Die Innovationen im Überblick

• Verringerung der Einsatzmengen – Kompaktierung:

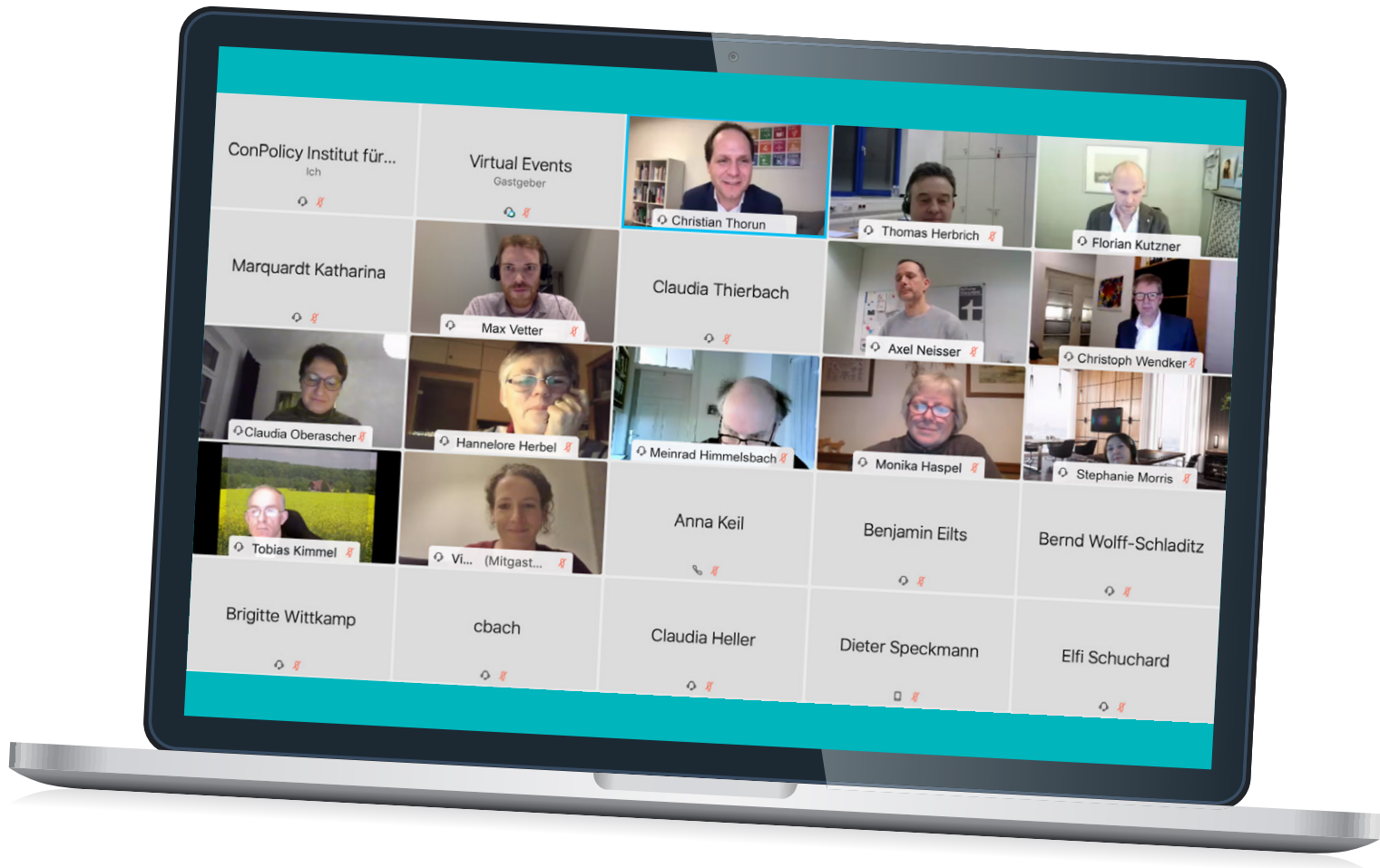
Die zunehmende Kompaktierung von Waschmitteln (Pulver und flüssig) zeige sich bereits jetzt in einer Abnahme der notwendigen Waschmittelmenge (1996: durchschnittlich 149 Gramm pro Waschladung, 2017: durchschnittlich 68 Gramm pro Waschladung; Europäische Union, Stand 2017).

Daraus ergäben sich aber neue Herausforderungen:

- Dosierhilfen sollten der niedrigen Dosiermenge angepasst werden, um die Dosierfehler zu minimieren
- Kompaktierungsschritte erreichten teilweise die Grenzen der Machbarkeit, zum Beispiel würden für pulverförmige Waschmitteln spezielle Rohstoffe und Herstellungstechnologien benötigt, damit sie beim Lagern nicht verklumpen.
- Eine höhere Konzentration als gefährlich eingestufte Inhaltsstoffe führe zu einer strengeren chemikalienrechtlichen Kennzeichnung der Produkte.

• Umweltverträgliche Wasch- und Reinigungsmittelformulierungen und effizientere Inhaltsstoffe:

Um die Umweltverträglichkeit zu erhöhen und gleichzeitig eine hohe Reinigungsleistung gewährleisten zu können, kämen zunehmend beispielsweise zertifizierte Inhaltsstoffe aus nachwachsenden Rohstoffen, Enzyme und Bleichkatalysatoren in Wasch- und Reinigungsformulierungen zum Einsatz. Es gebe schon seit einigen Jahren Nachhaltigkeits- bzw. Umweltverträglichkeitssiegel, wie beispielsweise den „Blauen Engel“ oder das Europäische Umweltzeichen (Euroblume bzw. EU Ecolabel). Der Marktanteil mit einem Nachhaltigkeitssiegel gekennzeichnete Produkte sei allerdings bisher gering („Blauer Engel“ 2018: 0,34 Prozent), sodass sich die Frage nach der Akzeptanz im Markt stelle.



- **Nachhaltigere Verpackungskonzepte:**

Bereits jetzt werden für den Einsatz nachhaltigerer Verpackungen für Wasch- und Pflegeprodukte vermehrt Recycling-Kunststoffe eingesetzt und Nachfüllpackungen angeboten sowie das Verpackungsgewicht stetig optimiert. Daraus ergäben sich allerdings folgende Herausforderungen:

- Wechselnde Rohstoffqualität bei Rezyklaten,
- teilweise geringere Transportstabilität (verringerte Materialstärke),
- teilweise mangelnde Akzeptanz im Markt. Diese zeige sich darin, dass viele Kundinnen und Kunden immer noch bevorzugt auf aufwändigere Verpackungen zurückgreifen, die die gewohnte Handhabung ermöglichen.
- Auch für Nachfüllstationen würden Verpackungen und Transportkapazitäten benötigt. Zudem müsse auch hier der Sicherheitsaspekt mitgedacht werden: Keinesfalls sollten Lebensmittelbehältnisse verwendet werden, die Behältnisse müssen gekennzeichnet werden.

In der anschließenden Diskussion besteht Einvernehmen, dass Nachhaltigkeitsstrategien allen Beteiligten Anstrengungen kosten würden und es die Haushaltsführenden zu einem wesentlichen Teil auch selbst entscheiden könnten, auf welche Produkte sie zurückgreifen und ob sie bereit sind, für mehr Nachhaltigkeit ggf. höhere Kosten und eine veränderte Handhabung zu akzeptieren.

Die Teilnehmer sprachen sich dafür aus, Dosieranleitungen auf Verpackungen zu vereinfachen und in zukünftigen Projekten den Fokus auf das Dosierverhalten zu richten.



Impulsgeber:

PD Dr. Florian Kutzner,
Universität Heidelberg &
decision context GbR

Vertiefungsworkshop 2

Waschen –
eine verhaltenswissenschaftliche Perspektive

Moderation:

Elke Wieczorek, DHB – Netzwerk Haushalt e. V.

Am Beispiel des Verhaltens von Menschen, die ihre Wäsche in der Maschine waschen, gab Florian Kutzner Einblicke in die verhaltenswissenschaftliche Systematik.

Zu Beginn müsse das richtige Verhalten definiert werden, zum Beispiel die Waschmaschinen voll machen, Waschtemperatur reduzieren, energieeffiziente Technologien nutzen, minimal nötige Waschmittelmenge verwenden.

Damit eine Zielgruppe Wäsche richtig zu waschen lernt, müssen drei Voraussetzungen gegeben sein:

1. Fähigkeit: Die Zielgruppe muss

- wissen, um welches Problem es geht. Bei Bedarf kann zum Beispiel mittels Kampagnen ein Problembewusstsein geschaffen werden.
- wissen, wie es geht. Eventuell sollte die Zielgruppe geschult und notwendige Informationen, zum Beispiel für das Dosieren, vereinfacht werden, indem ein Entscheidungsbaum anstelle einer Matrix angeboten wird.
- Verhaltensänderungen physisch umsetzen können. Wenn dies nicht möglich ist, sollten Alternativen entwickelt werden.

2. Die Zielgruppe muss motiviert sein oder werden, zum Beispiel durch:

- Aufrufe zur Nachhaltigkeit.
- einfache und spielerische Darstellung von komplexem Verhalten, zum Beispiel wie dosiert jemand im Vergleich zu anderen.
- Information über den Umweltfußabdruck, den einzelne durch ihr Verhalten hinterlassen.
- Nutzung von Umbruchmomenten, zum Beispiel neue Maschinen, neue Produkte, Umzug, neue Familiensituation.

3. Die Zielgruppe muss die Möglichkeit bzw. Gelegenheit haben, sich anders zu verhalten:

- Sind nötige Anschaffungen finanzierbar oder sollten sie über die Zeit gestreckt werden, zum Beispiel durch Waschmaschinen-Leasing oder Waschen als Dienstleistung.
- Lassen es andere Haushaltsmitglieder zu, die Waschmaschine nur dann laufen lassen, wenn die Photovoltaikanlage Strom produziert?

Damit eine Verhaltensänderung herbeigeführt werden kann, müssen diese drei Voraussetzungen erfüllt sein. Hat eine Person zum Beispiel das Problem verstanden und hat Gelegenheit sich anders zu verhalten, ist sie aber dazu nicht motiviert, dann ändert sie ihr Verhalten nicht.

Darüber hinaus sollten neben Haushaltsführenden auch die Textil-, Geräte- und Waschmittelhersteller sowie die Politik einbezogen werden, um Verhaltensänderungen zu erzielen.

Diskussion

Es bestand Einigkeit unter den Anwesenden, dass die Zusammenarbeit aller Stakeholder intensiviert werden sollte, auch wenn Interessenkollision nicht vermieden werden kann. Angesprochen wurden unter anderem folgende Punkte und Forderungen:

- Große Einspülkammern in Waschmaschinen im Vergleich zu kleinen Dosiergefäßen.
- Werden kompaktierte Waschmittel überhaupt von Verbrauchern angenommen?
- Waschen bei niedrigen Temperaturen gegenüber Hygieneanforderungen.
- Die Textilindustrie sollte stärker in die Arbeit vom FORUM WASCHEN eingebunden werden.
- Die Politik sollte die Dosieranleitung sowie Piktogramme vereinfachen und gleichzeitig nicht durch zu viele Regelungen Innovationen verhindern.
- Verbraucher sollten informiert werden, dass es neben „großen“ energie-relevanten Bereichen auch „kleine“ Tätigkeiten gibt, die in der Summe ein beträchtliches Sparpotenzial haben.



Impulsgeber:
Christoph Wendker,
Miele & Cie. KG

Vertiefungsworkshop 3 Digitale Geräte- Innovationen im Bereich Waschen und Reinigen

Moderation:

Claudia Oberascher, HEA – Fachgemeinschaft für effiziente Energieanwendung e. V.

Christoph Wendker stellte ein digitales Konzept zur Vernetzung von Hausgeräten im Wäschepflegeprozess vor. Durch Vernetzung zum Beispiel von Waschautomaten und Trocknern sowie durch eine automatische Dosierung könnten Ressourcen eingespart und die Haushaltsführung erleichtert werden.

Durch die digitale Vernetzung der Geräte teile beispielsweise die Waschmaschine dem Wäschetrockner mit, welcher Wäscheposten gerade gewaschen wird. Hierdurch „wisse“ der Wäschetrockner bereits, wie empfindlich der Wäscheposten ist und schlage ein entsprechendes Programm für diesen Wäscheposten vor. Eine gezielte Programmumwahl sei dann nur noch in seltenen Fällen nötig. Der Wäscheposten müsse nur noch umgefüllt werden.

Die Geräte würden daher effizient auf Basis von ermittelten Daten entscheiden, die unerfahrene und wenig informierte Verbraucherinnen und Verbraucher nicht kennen können. Diese Innovationen könnten dazu beitragen, den gesamten Umweltfußabdruck des Wäscheprozesses zu verkleinern.

Zusammenfassend stellten die Teilnehmer der Diskussionsrunde fest, dass zwar Energie und Ressourcen eingespart und den Verbraucherinnen und Verbrauchern Arbeit und Entscheidungsprozesse abgenommen werden könne, aber mit dieser digitalen Vernetzung und den automatischen Dosiereinheiten auch ein Stück der Autonomie der Verbraucherinnen und Verbraucher verloren gehe. Diese sozio-psychologische Komponente müsse daher bei digitalen Innovationen immer mitgedacht werden. Zudem bestehe die Gefahr, dass Daten und ggf. Bewegungsprofile der Nutzerinnen und Nutzer weitergeleitet bzw. „gehackt“ werden könne.

Christoph Wendker hob in Bezug auf den Datenschutz die sehr hohen Standards bei Miele bei der Privatheit der Daten selbst aber insbesondere auch der Übertragungswege mit einer vollen Verschlüsselung sowie der Speicherung der Daten hervor.

Infopunkt: Ein externer Blick auf das FORUM WASCHEN



Violetta Simon,
Süddeutsche Zeitung

Violetta Simon analysierte anhand verschiedener Beispiele, ob der Webauftritt vom FORUM WASCHEN sein Potential nutzt. Generell weise die Webseite www.forum-waschen.de eine nutzerfreundliche Gestaltung auf. Die Optik sei übersichtlich und der Inhalt der Seite sei immens, jedoch nicht mehr zeitgemäß aufbereitet. Generell sollte die Webseite in drei große Bereiche aufgeteilt werden: zum Beispiel „Verbraucher“, „Interessengruppen/Akteure/Politik“ sowie „Einsteiger“. Zudem sollte das FORUM WASCHEN vermehrt moderne digitale Kommunikationsformen, wie bspw. „Lifehacks“, „Erklärvideos“ und „Podcast“, mit Hilfe sogenannter „Storytelling“-Methoden nutzen und anbieten.

Es gebe zudem hinsichtlich folgender Aspekte noch Optimierungspotential:

- Die Menüreiter seien nicht immer logisch aufgebaut (zum Beispiel der Menüpunkt: „Video/Schule“).
- Es sei nicht klar, was mit „Materialien“ gemeint ist.
- Einsteiger-Tipps erscheinen an letzter Stelle in der Menüführung, obwohl diese Zielgruppe doch höchste Priorität genießen sollte.
- Der Bereich nachhaltige Bildung solle stärker fokussiert und aktualisiert werden.
- Es solle deutlicher dargestellt werden, an wen sich die drei Säulen der Nachhaltigkeit genau richten.
- Aktuelle Beiträge sollten prominenter dargestellt werden und in sozialen Medien gepostet, um die Aufmerksamkeit auf die Webseite / das Angebot zu lenken.
- Der Genderaspekt solle in der Sprache mehr Beachtung finden.
- Die Bildsprache sollte vereinheitlicht und Fotos hinsichtlich der Geschlechterrolle ausgeglichen dargestellt werden.
- Das Frauenbild in den Fotos erscheine überholt.
- Auf verfängliche Wortspiele wie „coole Tipps“ solle verzichtet werden, da diese ggf. nicht mehr zeitgemäß seien.
- Die Webseite sei extrem statisch. Ggf. könnten digitale „Slide-Shows“ die Information aufwerten.
- Die Erklär-Videos sind sympathisch gestaltet, bräuchten aber einen professionelleren „Anstrich“.

Die Akteure im FORUM WASCHEN sollten sich die folgenden Fragen stellen und diese beantworten können:

- Wie gut kennen wir die Zielgruppe, die wir erreichen wollen?
- Warum sollten junge Menschen die Webseite besuchen?
- Welche Zielgruppe soll erreicht werden?
- Welche „sozialen Medien“ können die Reichweite der Informationen erhöhen?
- Wer soll mit den Videos auf waschtipps.de erreicht werden?

Nach lebhafter, offener Diskussion wird Violetta Simon gebeten, an einem der nächsten Treffen des Projektteams Öffentlichkeitsarbeit teilzunehmen, damit sie einzelne Verbesserungsvorschläge detaillierter erläutert und anschließend die Öffentlichkeitsstrategie überarbeitet werden kann.

Berichte über laufende Aktivitäten in den Projektteams und Projektgruppen

Leitung:
Elke Wieczorek

Projektteam Verbraucherkommunikation/ Aktionstag

Elke Wieczorek berichtet als Leiterin des Projektteams Verbraucherkommunikation/Aktionstag über dessen Arbeiten seit dem Akteurs-Workshop im Januar 2019.

Das Projektteam organisierte die Aktionstage Nachhaltiges (Ab-)Waschen 2019 und 2020 jeweils rund um den 10. Mai. Im Jahr 2019 fand der Aktionstag mit dem Schwerpunkt „Sicherheit im Haushalt“ mit deutschlandweit über 100 Aktionen statt. Im Jahr 2020 fand der Aktionstag wegen der Corona-Maßnahmen zum größten Teil nur virtuell und in kleinen Gruppen statt.

In Folge der Diskussion des Akteurs-Workshops 2019 wurde im Projektteam eine neue Bildkarte zum sicheren Umgang mit Wasch-, Pflege- und Reinigungsmitteln erstellt. Die Karte wird zudem für den Aktionstag am 10. Mai 2021 verteilt. Die Multiplikatoren-Tagung zur Vorbereitung des Aktionstages 2021 findet am 12. März 2021 als Webkonferenz statt.

Leitung:
Kerstin Ochs

Projektteam Öffentlichkeitsarbeit

Unter der Leitung von Kerstin Ochs erstellte das Projektteam Öffentlichkeitsarbeit in den Jahren 2019 und 2020 neun Pressemeldungen:

1. November 2020: Frostige Wäsche trocknet auch energiesparend
2. September 2020: Klare Sicht auf den goldenen Herbst – Mit Fensterputzen für Durchblick sorgen
3. Mai 2020: Alltagsdinge neu entdecken – Aktionstag Nachhaltiges (Ab-)Waschen in diesem Jahr zuhause
4. April 2020: Wäschehygiene – wichtig wie nie
5. Januar 2020: Keine Angst vor Keim & Co.
6. November 2019: Der saubere Haushalt – Fakten, Tipps und keine Mythen

7. August 2019: Wahl des Waschmittels – auf vielen Wegen zur sauberen Wäsche: Wann nimmt man Pulver, flüssig oder Kapseln?
8. Mai 2019: Tag des nachhaltigen (Ab-)Waschens – 2019: Zukunftsfähigkeit beginnt mit Unfallverhütung im Haushalt
9. März 2019: Clevere Planung spart Zeit und Geld beim Frühjahrsputz

Diese werden an Medienagenturen in Deutschland verschickt. Die Reichweite aller veröffentlichten Artikel in Deutschland zu den Aktionstagen und dem FORUM WASCHEN betrug in den Jahren 2020 und 2019 zusammen 662,4 Millionen Kontakte. Des Weiteren erstellte das Projektteam auf Basis bereits abgestimmter Texte für jeden Monat einen „Tipp des Monats“, welche auf der Startseite vom FORUM WASCHEN veröffentlicht werden.

Die Webseitenutzung von forum-waschen.de ist in den Jahren 2019 und 2020 um 13 bzw. 21 Prozent gesunken. Im Jahr 2019 ist die Nutzung der „jungen“ Webseite waschtipps.de um 57 Prozent gestiegen. Im Jahr 2020 ist die Nutzung wiederum um 3 Prozent gefallen. Der Einsatz der „Visitenkarte“ durch die Akteure wäre zur Steigerung der Bekanntheit sicherlich hilfreich.

Das FORUM WASCHEN beteiligt sich weiterhin aktiv bei der Überarbeitung und Weiterentwicklung des Nationalen Programms für nachhaltigen Konsum, zum Beispiel zum Thema Kreislaufwirtschaft - „Kleidung nachhaltiger nutzen“ – Verlängerung der Nutzungsphase durch richtige Textilpflege.

Leitung:
Ursula Pieper

Projektteam Spülen

Das Projektteam Spülen hat für die beiden letzten Multiplikatorentagungen Vorträge erarbeitet. 2020 wurde über „Mythen zum maschinellen Spülen“ berichtet, es gibt dabei um Warmwasseranschluss und Beständigkeiten von Spülgut, aber auch um etwas ungewöhnliche Themen wie das Kochen in einer Spülmaschine und die geschlechterspezifische Bedienung des Geräts. 2021 lag der Schwerpunkt bei dem neuen Energielabel für Geschirrspüler, dessen Inhalte und Hintergründe sowohl in einem Faktenpapier als auch auf der Multiplikatorentagung ausführlich erläutert wurden.

Geräteübergreifend sind Sechs Goldene Regeln zur Gerätepflege für Geschirrspüler und Waschmaschinen formuliert worden, die als Bildkarte veröffentlicht werden. Diese zeigen auch die Bedeutung des Verhaltens der Gerätenutzer für den reibungslosen Betrieb der Maschinen auf.

Ursula Pieper, als Leiterin des Projektteams, wünschte sich nach 20 Jahren Wäsche als Hauptthema der Akteurs-Workshops den Jubiläumsworkshop in fünf Jahren rund ums Thema Spülen.

Leitung:
Günter Wagner

Projektteam Schule

Der Autor und Leiter des Projektteams Schule, Günter Wagner, berichtet, dass das Schulpaket mit sechs Stationen zum nachhaltigen Waschen 2020 grundlegend überarbeitet wurde. Das Schulpaket enthält Reagenzien, Materialien und Anleitungen für Lehrkräfte sowie Schülerinnen und Schülern. Es steht den Schulen auf Anforderung kostenlos zur Verfügung und kann zum Beispiel für Schulaktionen zum Nachhaltigen Waschen genutzt werden.

Die Neuauflage des von der Vereinigung der Seifen-, Parfüm- und Waschmittelfachleute e. V. (SEPAWA) mit Unterstützung vom FORUM WASCHEN aufgelegten Experimentiersets „Seifen und Waschmittel“ ist in Arbeit. Bedingt durch die Corona-Pandemie pausiert das Projekt derzeit.

Leitung:
Prof. Dr. Dirk Bockmühl

Projektteam Hygiene im Haushalt beim Waschen, Spülen und Reinigen

Das Projektteam „Hygiene im Haushalt beim Waschen, Spülen und Reinigen“ hat unter der Leitung von Professor Dirk Bockmühl das Faktenpapier zum Thema Hygiene im Haushalt fertiggestellt und unter folgender Webseite im November 2020 veröffentlicht:

https://www.forum-waschen.de/files/content/Materialien/Faktenpapiere/2020_11-30_Faktenpapier_Hygiene_imHH.pdf

Dirk Bockmühl stellt das Faktenpapier vor. Das Faktenpapier beinhaltet die folgenden Punkte:

- Aktuelle Diskussionen zum Thema Hygiene im Haushalt
- Interpretationen der Hygiene-Hypothese nach David Strachan
- Hierarchie der gezielten Hygiene nach Sally Bloomfield
- Hypothese der alten Freunde von Graham Rook
- Empfehlungen vom FORUM WASCHEN zur Hygiene im Haushalt beim Waschen, Spülen und Reinigen

Während der kommenden Sitzungen des Projektteams sollen die folgenden Themen von unterschiedlichen Referenten näher beleuchtet werden:

- „Grüner Deal“ der Europäischen Kommission und mögliche Folgen für die Hygiene im Haushalt
- Einführung in das Biozidrecht
- Probiotische Reiniger
- Antibiotikaresistenzen

Auf Basis der vorgestellten Themen und den hieraus angestoßenen Diskussionen soll entschieden werden, ob zusätzliche Informationen für Verbraucherinnen und Verbraucher erstellt werden sollen.

Leitung:
Günter Wagner

Projektgruppe Dosieren von Waschmitteln

Die Projektgruppe Dosieren unter der Leitung von Günter Wagner hat sich in den letzten zwei Jahren schwerpunktmäßig mit der Entwicklung einer neuen, vereinfachten Dosierempfehlung, einer neuen, deutlich kleineren Dosierhilfe und der Zusammenstellung von Daten und Fakten zum Waschen beschäftigt.

Bezüglich einer neuen Dosierempfehlung konnte kein Einvernehmen innerhalb der Projektgruppe erzielt werden. Daraufhin wird diese Thematik nicht weiter verfolgt.

Eine neue Dosierhilfe mit 60 Milliliter Fassungsvermögen und entsprechender Skalierung wurde spezifiziert und einvernehmlich beschlossen. Sie ist sowohl für pulverförmige als auch für flüssige Produkte geeignet und kann mitgewaschen werden. Eine große Drogeriekette wird eine Dosierhilfe mit identischem Design ohne FORUM WASCHEN-Logo in vielen ihrer Filialen kostenlos anbieten. Das FORUM WASCHEN plant, eine größere Anzahl der Dosierhilfe mit dem Logo-Aufdruck vom FORUM WASCHEN anzuschaffen und zu passenden Anlässen kostenlos zu verteilen.

Daten und Fakten zum Waschen wurden von Herrn Wagner aus öffentlich zugänglichen Quellen zusammengestellt. Diese Zusammenstellung ist derzeit in Arbeit. Wichtig dabei ist die Frage, inwieweit die Daten und Fakten Veränderungen der Waschgewohnheiten erfassen können und inwieweit sie als Indikatoren zur Erreichung des Zieles der Dialogplattform FORUM WASCHEN dienen können, „das Verhalten von Verbrauchern und Industrie in Richtung nachhaltigen Konsumierens und Produzierens im Zusammenhang mit Waschen, Abwaschen und Reinigen in privaten Haushalten zu ändern“.

Zusammenfassung, Ausblick und Themenbestimmung

In 20 Jahren hat das FORUM WASCHEN viel erreicht. Der institutionalisierte Dialog in Arbeitsgruppen führte zu vielen gemeinsam getragenen Positionen und Informationen für die Verbraucherinnen und Verbraucher, Institutionen und Unternehmen.

Ein verändertes Verbraucherverhalten im Zusammenspiel mit Innovationen der Industrie führte zum Beispiel zu weniger Weiß-/Kochwäsche, zur Verwendung von Waschprogrammen mit niedrigen Temperaturen, zum Rückgang der Waschmittelmenge, zu kompaktierten Wasch- und Reinigungsmitteln und zum Einsatz von Tensiden, die biologisch vollständig abbaubar sind. Zu diesen Fortschritten konnte das FORUM WASCHEN einen Beitrag leisten, der jedoch nicht messbar ist.

Die Frage steht im Raum, ob weiterhin große Regulierungsaktivitäten benötigt werden oder ob Wettbewerb im Zusammenspiel mit Produkttests, Innovationen und Verbraucherinformationen ausreichen, um Änderungen zu mehr Nachhaltigkeit zu erzielen. Zudem stellt sich die Frage, wieviel Digitalisierung notwendig ist und wieviel sich die Haushalte leisten können, um Energie, Wasser, Wasch- und Reinigungsmittel und Verpackungsmaterial einzusparen, gleichzeitig soll dabei autonomes Handeln möglich bleiben und der Datenschutz gewährleistet werden.

Folgende Aufgaben wurden abschließend für die jeweils passende Arbeitsgruppe vereinbart:

- Projektteam Öffentlichkeitsarbeit:
 - Öffentlichkeitsarbeitsstrategie überarbeiten, zum Beispiel verstärkt neue „Soziale Medien“ nutzen
- Projektteam Verbraucherkommunikation/Aktionstag:
 - Neuausrichtung des Aktionstags / Multiplikatorentagung
 - Ggf. Definition von strategischen und erreichbaren Zielen
- Neue Projektgruppe:
 - Strategie zur Generierung finanzieller Mittel für gemeinsame Forschungsaktivitäten
- Neue Projektgruppe:
 - Intensivierung des Dialogs mit der Bekleidungsirtschaft zur Bearbeitung von Fragen zur Pflegekennzeichnung (inkl. Qualitätsstufen) oder Langlebigkeit von Bekleidung
- Projektgruppe Dosieren von Waschmitteln:
 - Optimierung der Dosierung, zum Beispiel Verbraucherkommunikation, Definition und Umsetzung des strategischen Zieles: Senkung des Waschmittelverbrauchs pro Kopf und Jahr

Teilnehmer am Akteurs-Workshop

Akteure und Gäste

Bach, Claudia
Reckitt Benckiser Deutschland GmbH,
Heidelberg

Begemann, Kathrin
Bundesinstitut für Risikobewertung (BfR),
Berlin

Block, Dr. Christian
PlasticsEurope aisbl,
Brüssel, Belgien

Bockmühl, Prof. Dr. Dirk
Hochschule Rhein-Waal Fakultät Life Sciences,
Kleve

Czyzewski, Gundula
BSH Hausgeräte GmbH,
Berlin

Eilts, Prof. Dr. Benjamin
Hochschule Albstadt-Sigmaringen,
Sigmaringen

Enterlein, Indra
Naturschutzbund Deutschland (NaBu) e. V.,
Berlin

Fleck, Julia
dm-drogerie markt GmbH + Co. KG,
Karlsruhe

Föller, Dr. Alex
TEGEWA e.V.,
Frankfurt

Fuchs, Prof. Monika
Hochschule für Technik und Wirtschaft Berlin,
Berlin

Gast, Marcus
Umweltbundesamt Dessau,
Dessau

Gierling, Dr. Eva
Hohenstein Laboratories GmbH & Co.KG,
Bönnigheim

Grieffhammer, Prof. Dr. Rainer
Öko-Institut e. V.,
Freiburg

Haspel, Monika
Bundesverband hauswirtschaftlicher
Berufe MdH e. V.,
Theley

Hässig, Gabriele
Procter & Gamble Service GmbH,
Schwalbach a. Ts.

Heller, Claudia
Hochschule für Technik und Wirtschaft Berlin,
Berlin

Herbel, Hannelore
Arbeitsgemeinschaft Evangelischer
Haushaltsführungskräfte (AEH) des Deutschen
Evangelischen Frauenbundes (DFH),
Gundersheim

Herbrich, Dr. Thomas
fit GmbH,
Zittau

Himmelsbach, Meinrad
Freiburg

Hüttmann, Dr. Gerd
Reckitt Benckiser Global R&D GmbH,
Heidelberg

Jacobs, Regina
Berufsbildende Schulen Ritterplan,
Göttingen

Jäger, Eva
Bundesministerium für Wirtschaft und Energie,
Berlin

Keil, Anna
Hohenstein Institut für Textilinnovation GmbH,
Boenningheim

Keiser, Thomas
Industrieverband Körperpflege- und
Waschmittel e.V.,
Frankfurt am Main

Kessler, Dr. Thorsten
Industrieverband Körperpflege- und
Waschmittel e.V.,
Frankfurt am Main

Kimman, Matthias
Miele & Cie. KG,
Gütersloh

Kimmel, Prof. Dr. Tobias
Hochschule Niederrhein,
Krefeld

Klasen, Dr. Jutta
Umweltbundesamt Dessau,
Dessau

Klingshirn, Prof. Dr. Astrid
Hochschule Albstadt-Sigmaringen,
Sigmaringen

Kutzner, PD Dr. Florian
decision-context GbR,
Kreuth

Lewe-Esch, Sigrid
Deutscher Evangelischer Frauenbund e. V. (DEF),
Duisburg

Marquardt, Dr. Katharina
Procter & Gamble Germany GmbH & Co.
Operations OHG,
Schwalbach a. Ts.

Morris, Dr. Stephanie
Industrieverband Körperpflege- und
Waschmittel e.V.,
Frankfurt am Main

Muster, Dr. Viola
ConPolicy GmbH Institut für Verbraucherpolitik,
Berlin

Neisser, Dr. Axel Joachim
Stiftung Warentest,
Berlin

Nissen, Sascha
Internationaler Verband der Hersteller von Wasch-,
Pflege- und Reinigungsmitteln (A.I.S.E.),
Brüssel, Belgien

Oberascher, Claudia
HEA - Fachgemeinschaft für effiziente
Energieanwendung e. V.,
Berlin

Ochs, Kerstin
Unabhängige Expertin,
Langenfeld

Pieper, Ursula
Miele & Cie. KG Werk Bielefeld,
Bielefeld

Primus, Hubertus
Stiftung Warentest Vorstand,
Berlin

Quade, Karl-Heinz
Werner & Mertz GmbH,
Mainz

Richter, Paul
Midea Europe GmbH,
Stuttgart

Salzmann, Elke
Verbraucherzentrale Bundesverband e. V.,
Berlin

Schley, Marion
REWE Group Buying GmbH,
Köln

Schuchard, Elfi
Unabhängige Expertin,
Göttingen

Seidel, Susanne
Industrieverband Körperpflege- und
Waschmittel e.V.,
Frankfurt am Main

Seitz, Theresa
Zentralverband der Elektrotechnik- und Elektronik-
industrie e. V. (ZVEI),
Frankfurt am Main

Simon, Violetta
Süddeutsche Zeitung Digitale Medien GmbH,
München

Speckmann, Dr. Horst-Dieter,
Langenfeld

Stalter, Evi
dm-drogerie markt GmbH + Co. KG,
Karlsruhe

Syhre, Simone
Hochschule für Technik und Wirtschaft Berlin,
Berlin

Thierbach, Dr. Claudia
Umweltbundesamt Dessau,
Dessau

Vetter, Dr. Max
Heidelberg

Wagner, Günter
Unabhängiger Experte,
Kassel

Wagner-Leifhelm, Dr. Sara
Stiftung Warentest – Redaktion Test,
Berlin

Weißmann, Lisa
Hochschule für Technik und Wirtschaft Berlin,
Berlin

Wendker, Christoph
Miele & Cie. KG,
Gütersloh

Wieczorek, Elke
DHB - Netzwerk Haushalt e. V. Berufsverband der
Haushaltsführenden,
Bonn

Wittkamp, Brigitte
Berufsverband Hauswirtschaft e. V.,
Hohen Neuendorf

Wolff, Marianne
VerbraucherService Bayern im KDFB e. V.,
Passau

Wolff-Schladitz, Dr. Bernd
Dalli-Werke GmbH & Co. KG,
Stolberg

Würzer, Gisela
Bundesverband hauswirtschaftlicher
Berufe MdH e. V.,
Otterstadt

Zänker, Dr. Susanne
Internationaler Verband der Hersteller von Wasch-,
Pflege- und Reinigungsmitteln (A.I.S.E.),
Brüssel, Belgien

Moderation:

Prof. Dr. Christian Thorun,
ConPolicy GmbH Institut für Verbraucherpolitik,
Berlin

**Der nächste
Akteurs-Workshop
FORUM WASCHEN
findet voraussichtlich
im Herbst 2022
statt.**



Impressum

FORUM WASCHEN
Koordinationsbüro beim IKW
Mainzer Landstraße 55
60329 Frankfurt am Main
Telefon: 069 2556-1324
www.forum-waschen.de

Zur besseren Lesbarkeit wird
auf geschlechtsspezifische
Doppelungen verzichtet.

Fotos

Titelseite: Shutterstock/
Mr. Whisky, Seiten 2, 9:
Shutterstock/SV Studio,
Seite 22: Shutterstock/Andrey
Popov, Fotolia/Matthias
Krüttgen, IKW/D. Möbus

Gestaltung
dot.blue –
communication & design
www.dbcd.de

