

# Ökologisch mit Brief und Siegel

Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel: Label wie Ecogarantie und Sustainable Cleaning finden immer mehr Zuspruch.

Bochum (mp)

Im Mai vergangenen Jahres ist das neue Wasch- und Reinigungsmittelgesetz in Deutschland in Kraft getreten, das die Europäische Detergenzienverordnung umsetzt. Danach müssen die eingesetzten Tenside jetzt vollständig abbaubar sein. Die neue Regelung verbessert auch den Verbraucherschutz. Die Deklaration auf der Verpackung muss umfassendere Informationen liefern, z.B. welche Allergien auslösenden Duftstoffe enthalten sind. Im Internet soll der Verbraucher für jedes Produkt eine vollständige Liste aller Inhaltsstoffe finden, das ist allerdings noch nicht immer der Fall. Auf die 2005 europaweit gestartete Initiative für nachhaltiges Waschen und Reinigen ([www.sustainable-cleaning.com](http://www.sustainable-cleaning.com)) hatten zunächst die Firmen Sonett und Sodasan mit einer gemeinsamen Qualitätsoffensive unter dem Label Ecogarantie für ihre Sortimente reagiert. Inzwischen sind in Deutschland AlmaWin und Klar hinzugekommen, außerdem europaweit Euphia, Kruiden Pevisum und Pranarôm ([www.ecogarantie.com](http://www.ecogarantie.com)). Moderne Waschmittel liefern durch den Einsatz von Enzymen auch bei geringen Temperaturen und Dosierungen gute Waschergebnisse. Pulverförmige Waschmittel sind nur noch als so genannte Kompaktate und Superkompaktate auf dem Markt, die ohne zusätzliche Füllstoffe auskommen. Der Chemikalien-einsatz ist dabei allerdings fast doppelt so hoch wie bei Kompaktwaschmitteln, hat die Zeitschrift „Ökotest“ ermittelt. Im Test (10/2007) schnitten 14 Produkte

mit gut ab (darunter zwei Öko-Waschmittel), sechs mit befriedigend (ein Öko-Waschmittel). Alle Waschmittel enthielten Parfüm bzw. ätherische Öle, jedoch keine problematischen oder Allergie auslösenden Duftstoffe. Erstmals wurde bei dem Test die Umweltbelastung nach umfassenderen Kriterien anhand der Anforderungen des EU-Umweltzeichens (Ecolabel) für Waschmittel beurteilt. Auf dem deutschen Markt gibt es kein Produkt mit der s.g. Euroblume, laut „Ökotest“ vermutlich, weil das Prüfverfahren für die Hersteller zu aufwendig und das Label nicht werbetreibend genug ist. Die meisten Rezepturen sollen den Anforderungen an das Zeichen auch nicht genügen. In Ländern wie Dänemark oder Italien sei die Euroblume jedoch zu finden. Nur drei Waschmittel würden laut Ökotest die Kriterien erfüllen, wenn sie ihre maximalen Dosisempfehlungen umstellen würden. Insgesamt stagniert der Markt mit Universalwaschmitteln laut Angaben des Industrieverbands Körperpflege- und Waschmittel (IKW) seit Jahren bei rund 1 Mrd. Euro: 2003 waren es 1,095 Mrd. Euro, 2005 rund 950 Mio. Euro, im vergangenen Jahr 1,025 Mrd. Euro. Im Bio-Fachhandel liegt der Umsatz mit Waschmitteln immer noch unter 0,5%, zum Vollsortiment gehören sie jedoch dazu.

## „Sustainable Cleaning“

Die Initiative „Sustainable Cleaning“ wurde 2005 von der europäischen Waschmittelindustrie ins Leben gerufen und gilt derzeit für

die 27 Länder der EU sowie für Norwegen, Island und die Schweiz. Nicht nur die Hersteller von Wasch- und Reinigungsmitteln, auch die Industrie kann sich der



Charter anschließen. Von unabhängiger Seite soll überprüft werden, ob die Nachhaltigkeit bei der Entwicklung und Herstellung der Produkte hinreichend berücksichtigt wird. Das fängt schon beim Rohstoffeinkauf an, setzt sich in der Produktentwicklung fort und bezieht auch die Verständlichkeit der Infos auf der Verpackung mit ein. Die Unternehmen, die sich an der Charter beteiligen, stellen Daten zur Verfügung, mit denen die wirtschaftliche, soziale und ökologische Gesamtleistung der Wasch- und Reinigungsmittelindustrie gemessen werden soll. In einem jährlich erscheinenden Nachhaltigkeitsbericht werden diese Daten dann veröffentlicht.

## Ecogarantie-Label

Die Richtlinien für das Ecogarantie-Label basieren auf den Forderungen nach Nachhaltigkeit, Sicherheit, Umwelt und Kontrolle. Die Produkte unterliegen unabhängigen Kontroll- und Zertifizierungsstellen, jedes Unternehmen muss eine Rückverfolgbarkeit der Inhaltsstoffe gewährleisten. Außerdem wird gefordert:

- Einsatz von Rohstoffen



Schauspielerin Ursula Karven wirbt für Ariels Energiespar-Kampagne.  
Foto: Procter & Gamble

aus Bio-Anbau

- Einsatz von Rohstoffen aus fairem Handel
- Einsatz waschaktiver Stoffe auf Basis pflanzlicher (Bio)-Rohstoffe.
- Einsatz natürlicher ätherischer Öle als Duftstoffe



- Beachtung der Nachhaltigkeit und der Klimaschutzkriterien
- Anerkannte Bio-Zertifizierung
- Maximierung der biologischen Abbaubarkeit
- Volldeklaration sämtlicher Inhaltsstoffe
- Keine Tierversuche der Fertigprodukte
- Kein Einsatz petrochemischer Inhaltsstoffe
- Kein Einsatz schädlicher

Mineralien

- Keine synthetische Konservierung
- Kein Einsatz synthetischer Duft- und Farbstoffe
- Keine Bestrahlung der Produkte
- Kein Einsatz genmanipulierter Produkte.

Info: [www.ecogarantie.com](http://www.ecogarantie.com)  
[www.oekotest.de](http://www.oekotest.de)

[puetz@biowelt-online.de](mailto:puetz@biowelt-online.de)

## ANBIETER

**AlmaWin**  
[www.almawin.de](http://www.almawin.de)  
**Bio-Dienst Weiss**  
[www.bio-dienst.com](http://www.bio-dienst.com)  
**Ecover**  
[www.ecover.de](http://www.ecover.de)  
**Govinda**  
[www.govinda-natur-gmbh.de](http://www.govinda-natur-gmbh.de)  
**Sodasan**  
[www.sodasan.com](http://www.sodasan.com)  
**Sonett**  
[www.sonett-online.de](http://www.sonett-online.de)  
**W. Ulrich**  
[www.ulrich-natuerlich.de](http://www.ulrich-natuerlich.de)

Kein Anspruch auf Vollständigkeit