



Stimmen zum Grünen Knopf

Zivilgesellschaft

„Als Diakonie begrüßen wir die Initiative des BMZ, denn wir wollen uns künftig stärker zum Thema „Nachhaltige Textilien“ engagieren. Schließlich kommen in unseren Einrichtungen große Mengen an Bettwäsche, Handtücher und Berufskleidung zum Einsatz. Deshalb ist dies für die Diakonie ein hochrelevantes Thema.“

Ulrich Lilie

Präsident, Diakonie Deutschland

„Der Grüne Knopf hat das Potenzial, Verbraucherinnen und Verbrauchern eine bessere Orientierung im Siegel-dschungel zu geben. Ob er die hohen Erwartungen erfüllt und bei Verbrauchern ankommt, hängt entscheidend von einer ehrlichen Kommunikation bei der Einführung des Siegels ab.“

Klaus Müller

Vorstand, Verbraucherzentrale Bundesverbands (vzbv)

„Wir sollten nie unterschätzen, welche Macht wir als Konsumenten haben. Am Ende des Tages richtet sich eine ganze Branche auch nach unseren Wünschen und Bedürfnissen.“

Barbara Meier

Textilbotschafterin

„Wir begrüßen, dass Minister Müller das Thema „Nachhaltige Mode“ mit dem Textilsiegel ‚Grüner Knopf‘ weiter ins Bewusstsein der deutschen Öffentlichkeit bringt und damit zeigt, dass sich die Bedingungen in der Textilindustrie dringend zum Besseren ändern müssen.“

Pirmin Spiegel

Hauptgeschäftsführer, Misereor

„Der Grüne Knopf geht trotz einiger Anfangsschwächen in die richtige Richtung und sollte meiner Meinung nach eine Chance bekommen, sich zu etablieren und sich weiterzuentwickeln. Diese Weiterentwicklung ist auch nötig, damit nicht nur das, was in den Textilfabriken und Färbereien geschieht, unter die Lupe genommen wird, sondern in der gesamten Lieferkette („vom Baumwollfeld bis zum Kleiderbügel“, wie Minister Müller häufig sagt) nachweislich Umwelt-, Sozial- und Menschenrechtsstandards eingehalten werden. Auch das in der Präambel der Satzung verankerte Ziel, existenzsichernde Löhne anzustreben, muss in absehbarer Zeit in Angriff genommen werden.

Gut, dass sich das BMZ auch für ein Lieferkettengesetz starkmacht! Der ‚Grüner Knopf‘ ist dazu kein Widerspruch, denn das BMZ hat klargestellt, dass die Kriterien für seine Vergabe immer deutlich über den gesetzlichen Bestimmungen liegen müssen.

Als staatliches Meta-Siegel ist der Grüne Knopf wichtig, weil es für Bund, Länder und Kommunen bald keine Ausrede mehr gibt und nur noch Textilien beschafft werden sollten (Uniformen, Kittel, Bettwäsche, Gardinen etc.),

die diese Auszeichnung tragen. Auch für Konsumentinnen und Konsumenten kann er hilfreich sein, sich besser zurechtzufinden als im bisherigen ‚Siegel-Dschungel‘.“

Thilo Hoppe

Entwicklungspolitischer Beauftragter, Brot für die Welt

Prüfer und Akkreditierungsstelle

„Der Grüne Knopf zeigt, dass Unternehmen ihrer Verantwortung gegenüber Mensch und Umwelt nachkommen, sowohl im eigenen Unternehmen als auch entlang der Lieferketten. Sie kümmern sich!“

Markus Fertig

Geschäftsführer, CUC

„Der Grüne Knopf ist ein verlässliches Zeichen für nachhaltig produzierte Textilien, das einer staatlich überwachten Kontrolle unterliegt. Das war lange überfällig, denn der Verbraucher muss den Versprechen der Siegel vertrauen können.“

Dr. Raoul Kirmes

Leiter Stabsbereich II, Deutsche Akkreditierungsstelle GmbH (DAkKS)

„Mit dem Grünen Knopf setzt die Bundesregierung ein sehr wichtiges Zeichen. Er ist ein Schritt in Richtung Nachhaltigkeit, dem weitere Industriezweige folgen können.“

Ralf Scheller

Vorstand COO, TÜV Rheinland

27 Geprüfte Unternehmen

„3FREUNDE geht seit seiner Gründung konsequent nachhaltig voran. Mit der Verarbeitung von zertifizierter Fairtrade-Biobaumwolle und der Produktion in einer selbst gegründeten Näherei unterstreichen wir unsere unternehmerische Verantwortung für die gesamte Lieferkette. Mit dem Grünen Knopf kommt nun ein erster staatlicher Impuls, nachhaltige Textilprodukte für den Verbraucher einfacher zu identifizieren. Dies begrüßen wir ausdrücklich.“

Stefan Niethammer

Gründer, 3FREUNDE

„ALDI Nord engagiert sich bereits seit vielen Jahren kontinuierlich für die Verbesserung der sozialen, ökonomischen und ökologischen Bedingungen in der Textillieferkette. Mit dem Grünen Knopf geben wir unseren Kundinnen und Kunden eine zusätzliche Orientierung beim Einkauf.“

Rayk Mende

Aldi Nord

„Als einer der größten Textilhändler Deutschlands unterstützen wir gerne den Grünen Knopf. Denn wir bei ALDI SÜD engagieren uns seit Jahren für faire und ökologische Produktionsbedingungen.“

Dr. Julia Adou

Aldi Süd

„Wir machen kompromisslos grüne Mode. Unser Anspruch hierbei ist es, unsere kostbare Welt zu bewahren.“

Annette Hoffman und Elke Schilling

Alma & Lovis GmbH

„Seit über zehn Jahren ist es uns eine Herzensangelegenheit, die sozialen und ökologischen Bedingungen in unseren Lieferketten zu verbessern. Am Grünen Knopf schätzen wir, dass nicht nur einzelne Aspekte der Nachhaltigkeit, sondern das dauerhafte Engagement von Unternehmen ausgezeichnet wird.“

Dr. Ulrich Hofmann

Geschäftsführung, Brands Fashion GmbH

„Ein staatliches Textilsiegel müsste für alle Unternehmen verpflichtend sein, dann wird alles gut.“

Mandy Geddert

Gründerin, CharLe

„Dibella gilt als Pionier für nachhaltige Entwicklung in der B2B-Textilindustrie. Der Grüne Knopf hat uns von Beginn an überzeugt, da er neue Maßstäbe setzt und als staatliches Siegel eine besondere Hebelwirkung erzielt. Dass wir als eines der ersten Unternehmen zertifiziert sind, würdigt unsere intensiven Leistungen, Nachhaltigkeit als Standard in der B2B-Textilindustrie zu etablieren. Kunden gibt der Grüne Knopf Sicherheit und Vertrauen, mit der Wahl ihres Textils eine gute Wahl für Mensch und Umwelt getroffen zu haben.“

Ralf Hellmann

Geschäftsführender Gesellschafter, Dibella

„Es ist meine Vision, dass ökologische, nachhaltige Produkte nicht mehr die Ausnahme sind, sondern zur Regel werden.“

Michael Hans

Inhaber, Hans Natur

„Wir begrüßen, dass das Thema Nachhaltigkeit in der Mode, das wir aus tiefster Überzeugung seit mehr als 40 Jahren praktizieren, jetzt vom BMZ und dem engagierten Team nach vorne gebracht wird. Im Grünen Knopf sehen wir das Potenzial, Vorreiter für mindestens europaweite Standards in der ökologischen und sozial fairen Textilproduktion zu sein.“

Andrea Ebinger

hessnatur

„Wir arbeiten bei Kaufland stetig daran, unser Engagement für nachhaltige Arbeits- und Produktionsverhältnisse auszuweiten. Dazu gehört für uns auch, unseren Kunden Orientierung für bewusste Kaufentscheidungen zu bieten. Mit dem Grünen Knopf unterstützen wir ein Meta-Label, das an genau diesem Punkt ansetzt.“

Stefan Bachmann

Geschäftsleitung Einkauf Nonfood, Kaufland

„Die Textilproduktion ist noch zu großen Teilen Handarbeit. Doch da Kleidung häufig zu Schnäppchenpreisen angeboten wird, denken wir nur selten darüber nach, wie aufwendig der Entstehungsprozess ist. Auch hinter den Produkten von KAYA&KATO stehen viele Menschen: von der Produktion der Rohstoffe über die Menschen, die in Spinnereien, Webereien und der Textilveredelung arbeiten, bis hin zu den Nähereien. Wir möchten dafür sensibilisieren, auf Qualität zu setzen und Mensch und Umwelt beim Kauf von Produkten nicht aus den Augen zu verlieren. Bei unseren Produkten sieht man z. B. sehr konkret, welche Wirkung das Produkt für die an der Herstellung Beteiligten hat. Wir hoffen, mit dem Siegel ‚Grüner Knopf‘ noch mehr Transparenz und Vertrauen für unsere Kunden zu schaffen, und unterstützen die Initiative nachdrücklich.“

Dr. Stefan Rennieke

KAYA&KATO GmbH

„Wir leben in Zeiten gesteigerter Sensibilität für nachhaltige Lebensweisen. Mit der Nutzung des ‚Grünen Knopfes‘ für ausgewählte Textilien wollen wir Kunden eine zusätzliche Orientierung für bewusstere Kaufentscheidungen bei Textilien bieten. Sie erkennen damit auf einen Blick, dass Lidl sowohl seiner Produkt- als auch seiner Unternehmensverantwortung mit Blick auf die Einhaltung von Umwelt- und Sozialstandards in der Lieferkette nachkommt.“

Lidl

„Der Grüne Knopf zeigt, dass unsere Produkte und unser Unternehmen auch von staatlicher Seite auf Nachhaltigkeit überprüft werden. Oft übertreffen wir die Anforderungen bereits. Aber das Siegel hilft uns, Prozesse und Transparenz zu verbessern.“

Henning Siedentopp

Gründer, MELAWEAR

„MilliTomm ist seit der Gründung vollständig als nachhaltiges Unternehmen aufgestellt. Alle Produkte sind GOTS-zertifiziert, und somit ist die Teilnahme an der Produktzertifizierung zum Grünen Knopf eine weitere logische Konsequenz.“

Stefanie Krausen

Geschäftsführerin, MilliTomm GmbH

„Eco, Fair und Sustainable – das sind die Grundpfeiler von pos·sei·mo. Unter dieser Unternehmensphilosophie produzieren wir Strickbekleidung und T-Shirts. In der Herstellung dieser Produkte ist unsere oberste Priorität eine verantwortungsbewusste Herstellung, die einen Beitrag zur Natur, Umwelt und für die Menschen leistet.“

Marianne Birkenfeld

Founder und CEO, pos·sei·mo

„Nachhaltigkeit ist eine gesellschaftliche Herausforderung. Nachhaltige Mode muss daher für jedermann zugänglich, erschwinglich, transparent und qualitativ überzeugend sein, um eine möglichst große Veränderung zu ermöglichen.“

Andri Stocker

Gründer, PHYNE

„Die REWE Group setzt sich seit über zehn Jahren aktiv für die Verringerung und Auflösung sozialer und ökologischer Probleme bei der Herstellung von Textilien ein. Wir möchten Mitarbeiter und Partner in der Lieferkette für die Bedeutung einer nachhaltigeren Textilproduktion sensibilisieren und konkrete Maßnahmen und Ziele aufzeigen. Die gleichen Ziele verfolgt der Grüne Knopf, darum freuen wir uns, dabei zu sein.“

Torsten Stau

Geschäftsleiter Non Food, Rewe

„Der Grüne Knopf geht in die richtige Richtung, herzlichen Glückwunsch!“

Jürgen Schweikardt

Inhaber, Schweikardt Moden GmbH

„Wir begrüßen das Ziel des Grünen Knopfes, Konsumenten eine nachhaltigere Produktwahl möglichst einfach zu machen und die Unternehmen selbst auf ihr gesamtes Nachhaltigkeitsengagement zu überprüfen. Wir sind stolz darauf, beim Start dabei zu sein.“

Thomas Linemayr

Vorsitzender der Geschäftsführung (CEO), Tchibo

„Der Grüne Knopf ist für uns ein wichtiges Vertrauenssiegel. Eines, das uns allen zeigt: Trigema ist die Marke mit Verantwortung.“

Wolfgang Grupp jr.

Trigema

„Wir erleben, dass immer mehr Menschen mit gutem Gewissen Kleidung kaufen möchten. Der Grüne Knopf bietet ihnen eine klare Orientierung, indem er als staatliches Siegel ökologisch und fair produzierte Produkte kennzeichnet. Wir freuen uns, dass wir zum Start dabei sind und für 98 Prozent der aktuellen VAUDE-Bekleidung den Grünen Knopf erhalten.“

Antje von Dewitz
VAUDE

26 Unternehmen im Prüfprozess

„Unternehmerische Verantwortung und Sorgfalt sind in der heutigen Zeit für jedes Unternehmen verpflichtend. Als Mitglied des Bündnisses für nachhaltige Textilien haben wir die Entwicklung des Grünen Knopfes bereits lange Zeit konstruktiv begleitet. In seiner jetzigen Kombination aus Unternehmensanforderungen einerseits und konkreten Produktmerkmalen andererseits ist der Grüne Knopf ein zuverlässiges Angebot an die Unternehmen, ihre Nachhaltigkeitsaktivitäten sichtbar und transparent am Produkt zu kommunizieren. Diese Sichtbarkeit macht es Kunden in Zukunft noch einfacher, sich hinsichtlich nachhaltiger Produkt- oder Servicealternativen zu orientieren und zu entscheiden.“

Andreas Streubig
Hugo Boss

„Ich begrüße die Initiative von Minister Müller, den Verbraucherinnen und Verbrauchern mit dem Grünen Knopf mehr Orientierung beim Kauf nachhaltig und fair produzierter Textilien zu bieten. Die Otto Group unterstützt dieses Ziel aktiv und stellt sich mit ersten Konzerngesellschaften den Anforderungen der Zertifizierung.“

Alexander Birken
CEO, Otto Group Holding