

ECHTE NACHHALTIGKEIT

Die Branche entdeckt Nachhaltigkeit als Universalargument, um Produkten einen neuen Anstrich zu geben. Der Raumausstatter kann davon profitieren.



MANFRED HORBACH
BSR-Fachbereichsleiter Polstern

Wenn man als Fachbesucher auf den Frühjahrmessen unterwegs war, konnte man sehen, dass das Thema Nachhaltigkeit das Topic ist, das uns in Zukunft immer begleiten wird und uns im Sinne unseres Planeten immer mehr begleiten muss. Nicht zuletzt hat die Bewegung Fridays for Future eine gesamtgesellschaftliche Entwicklung in Gang gesetzt, die auch von den größten Skeptikern nicht mehr aufzuhalten ist. Umweltsiegel und Ökolabel (Fair Trade, Blauer Engel, EU Ecolabel, GOTS, Oeko-Tex, Cradle to Cradle, Der Grüne Knopf) schießen wie Pilze aus dem Boden, bewerten aber nicht immer zwingend alle Parameter, die es braucht, um die Nachhaltigkeit eines Produkts zu ermitteln. Die Internetseite www.siegelklarheit.de der Bundesregierung vergleicht diese Labels und gibt dem Interessierten hier eine bessere und verständlichere Übersicht.

VEGANES KUNSTLEDER?

Schaut man sich die Labelübersichten genauer an, wird schnell klar, dass jedes Siegel seine Schwächen hat und nicht jeden Parameter beleuchtet. Während manche den Materialeinsatz fast unberücksichtigt lassen, wird bei anderen die eingesetzte Energie nicht mit bewertet, andere wiederum vernachlässigen die Produktqualität. Hinzu kommt, dass die Anzahl der Umweltsiegel inflationär steigt und die Qualität dieser Label dadurch nicht zwingend besser wird. Dies führt zu Unübersichtlichkeit und bereitet vermehrt den Weg für Fake-Label, die mehr oder weniger marketingtechnisches Greenwashing betreiben. Wird beispielsweise gewöhnliches Kunstleder mit dem Siegel „Vegan“ vertrieben, ist dies in gewisser Weise eine Irreführung des Kunden, der eigentlich etwas Gutes tun möchte. Herkömmliches Kunstleder ist sicherlich vegan, aber dieses Siegel bezieht sich nur auf einen Aspekt. Gerade bei (Möbel)Leder sollte man sich vor Augen führen, dass kein Tier für seine Haut sterben muss, sondern immer für sein Fleisch. Das heißt: Solange es Menschen gibt, die Fleisch essen, wäre es respektlos gegenüber dem getöteten Tier, wenn wir seine Haut nicht zu einem wertigen Möbelbezugsmaterial veredeln würden, sondern als „Abfallprodukt“ entsorgen. Man sollte sich also eher damit auseinandersetzen, dass dem Tier bei der Haltung und Schlachtung mehr Respekt entgegengebracht wird, als dies heute der Fall ist.

NATURFASER ODER KUNSTFASER?

Wenn wir uns die verschiedenen textilen Fasern im Lichte der Nachhaltigkeit ansehen, werden wir feststellen, dass es hier

keinen klaren Sieger geben kann. Frei nach dem Motto: Alles ist giftig, es kommt nur auf die Konzentration an. Baumwolle ist ein nachwachsender Rohstoff, was ihn einerseits nachhaltig macht. Aus Ermangelung an genügend Bio-Baumwolle ist die Umweltbilanz einer gewöhnlichen Baumwolle in puncto Wasserverbrauch und Pestizideinsatz aber eher problematisch. Auch Wolle ist ein nachwachsender Rohstoff und eine Faser von herausragender Qualität. Die Haltung der Schafe für die Wolle ist aber zum Teil, was den Tierschutz angeht, zumindest grenzwertig und die CO₂ Bilanz eines Schafes ist auch nicht herausragend. Sind Kunstfasern die bessere Alternative? Polyester ist eine vielseitige und recycelfähige Faser und lässt sich sogar aus alten PET-Flaschen neu extrahieren. Dies macht die Faser prinzipiell Cradle to Cradle-fähig, sie kann einem Wertstoffkreislauf zugeführt werden. Das Polymer aber ist erdölbasiert und die Herstellung vergleichsweise energieintensiv. Hinzu kommt das Auswaschen von Mikroplastik bei der Wäsche dieser Produkte.

MEHR KOMPETENZ DURCH FORTBILDUNG

Das Thema Umwelt und Nachhaltigkeit ist also durchaus komplexer, als man zunächst denkt, und doch ist es nicht mehr aufzuhalten – die klassischen Kunden des Raumausstatters werden sich vermehrt dieses Themas annehmen und Antworten einfordern. Beobachtet man den deutschen Markt, wird schnell klar, dass die Kunden zunehmend bereit sind, für gute Qualität auch gutes Geld zu zahlen. Die gewöhnlich gut situierte Zielgruppe des Raumausstatters wird ihren Konsum nicht einschränken, sondern mehr Wert auf Nachhaltigkeit der Produkte, faire Arbeitsbedingungen bei deren Herstellung oder höhere Standards in der Tierhaltung legen. Die Zukunftsaufgabe eines erfolgreichen Raumausstatters oder Sattlers wird sein, sich in dieser Thematik fortzubilden, um das Vertrauen und die Bindung des Kunden zu ihm weiter zu vertiefen. Ist der Handwerker dann auch noch in seinem Fach kompetent und kann er die Kunden bei einem so wichtigen Thema als Vertrauensperson begleiten, ist der Preis (fast) sekundär: Denn echte Nachhaltigkeit bedeutet, dass möglichst nachhaltige Materialien situationsoptimiert in hoher Qualität verarbeitet werden und dadurch eine Langlebigkeit besitzen. Wird innerhalb dieser Parameter sowohl an die Reparaturfähigkeit der Produkte als auch an die möglichst umweltschonende Entsorgung oder sogar an deren Recycling beziehungsweise Upcycling gedacht, steht man in puncto nachhaltiger Einrichtungsberatung an vorderster Stelle.