

Innovationen für nachhaltige Bekleidung



Forschungsverbund InNaBe

Slow Fashion: Gesellschaftliche Anschlussfähigkeit für nachhaltigere Kleidungsangebote

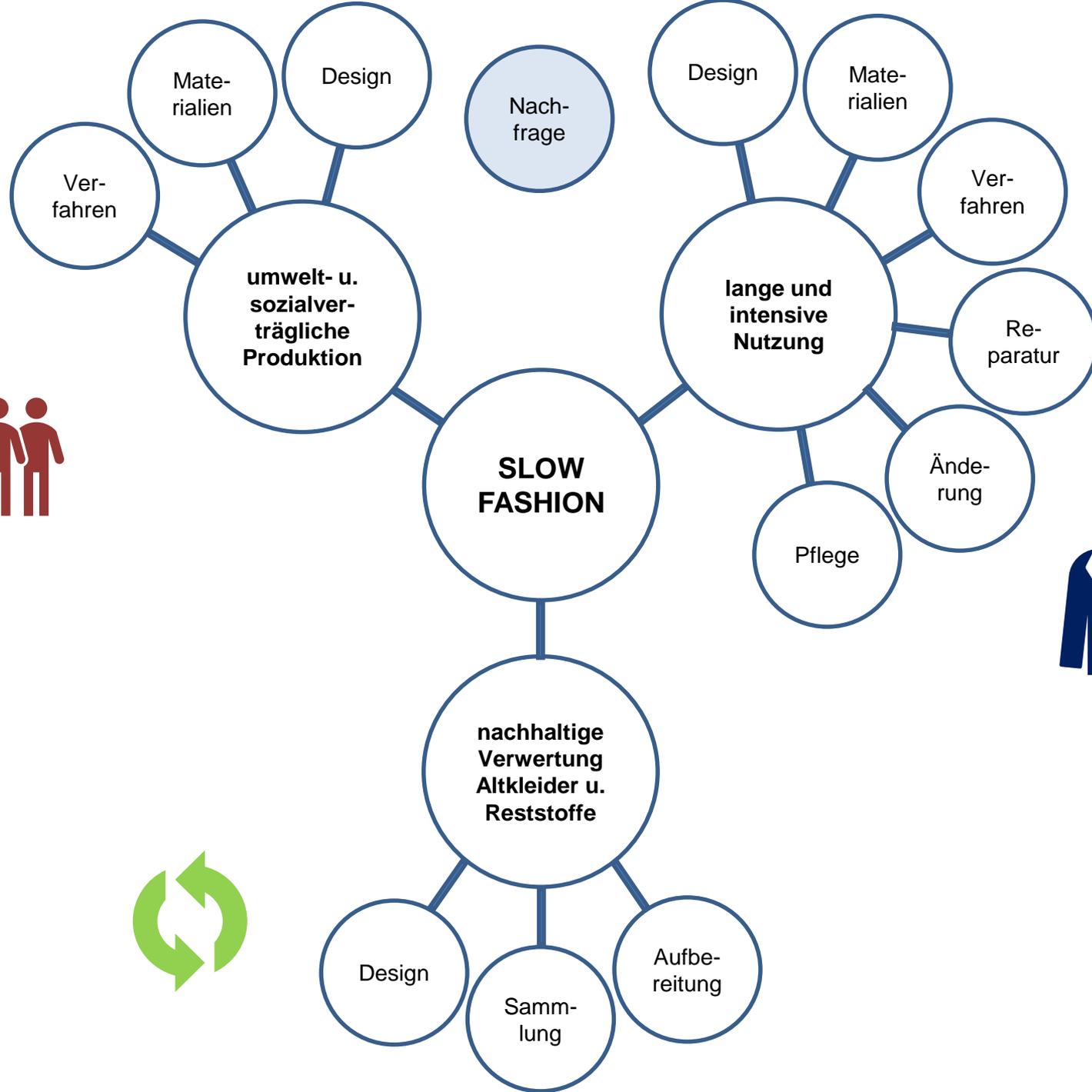
S. Kleinhüchelkotten

ECOLOG-Institut für sozial-ökologische Forschung und Bildung

www.innabe.de

Herausforderungen in der Kleidungsproduktion und -konsum

- Deutsche sind Weltmeister im Kleidungskonsum zusammen mit den Schweizern und US-Amerikanern (rund 12 kg pro Kopf und Jahr)
- Der Konsum wird angetrieben von immer schneller wechselnden Fashion Trends.
- Die Folge dieser *Fast fashion* sind schwere negative ökologische und soziale Probleme (Umweltbelastungen durch Pestizide und Chemikalien, schlechte Arbeitsbedingungen, Kinderarbeit, ...)



Ziele des Forschungsprojekts SLOW FASHION

Innovationen für nachhaltigere Produktions- und Konsumweisen

Design

Textiltechnik

Geschäfts-
modelle und
Marketing

Konsum-
verhalten

Realisierungschancen

Akzeptanz bei
Konsument*innen

Strategien zur Verbreitung von
Innovationen für nachhaltigere
Bekleidung in Unternehmen und bei
Verbraucher*innen

Fokusgruppen

Ermittlung der Bandbreite der Einstellungen von Verbraucherinnen und Verbrauchern in Bezug auf Kleidung

mit Fokus auf Faktoren, die hemmend oder fördernd auf einen nachhaltigen Kleidungskonsum von Oberbekleidung wirken können

6 Gruppendiskussionen Ende 2016 mit 5-10 Teilnehmer*innen

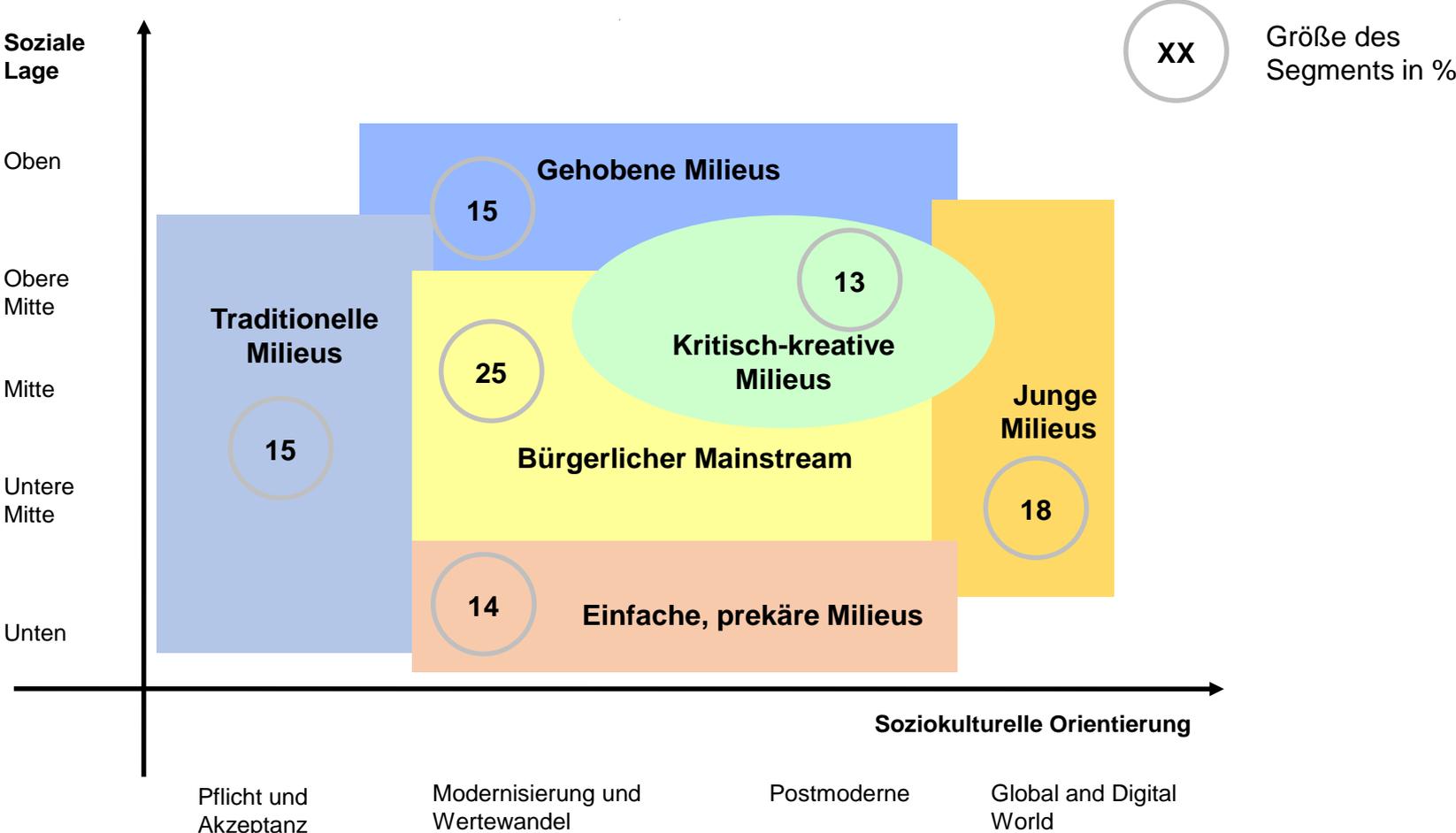
Repräsentativbefragung

Untersuchung von

- Motiven, Einstellungen und Verhalten im Zusammenhang mit dem Kleidungskonsum
- Einflussfaktoren bei Kauf-, Nutzungs- und 'Entsorgungs'-Entscheidungen

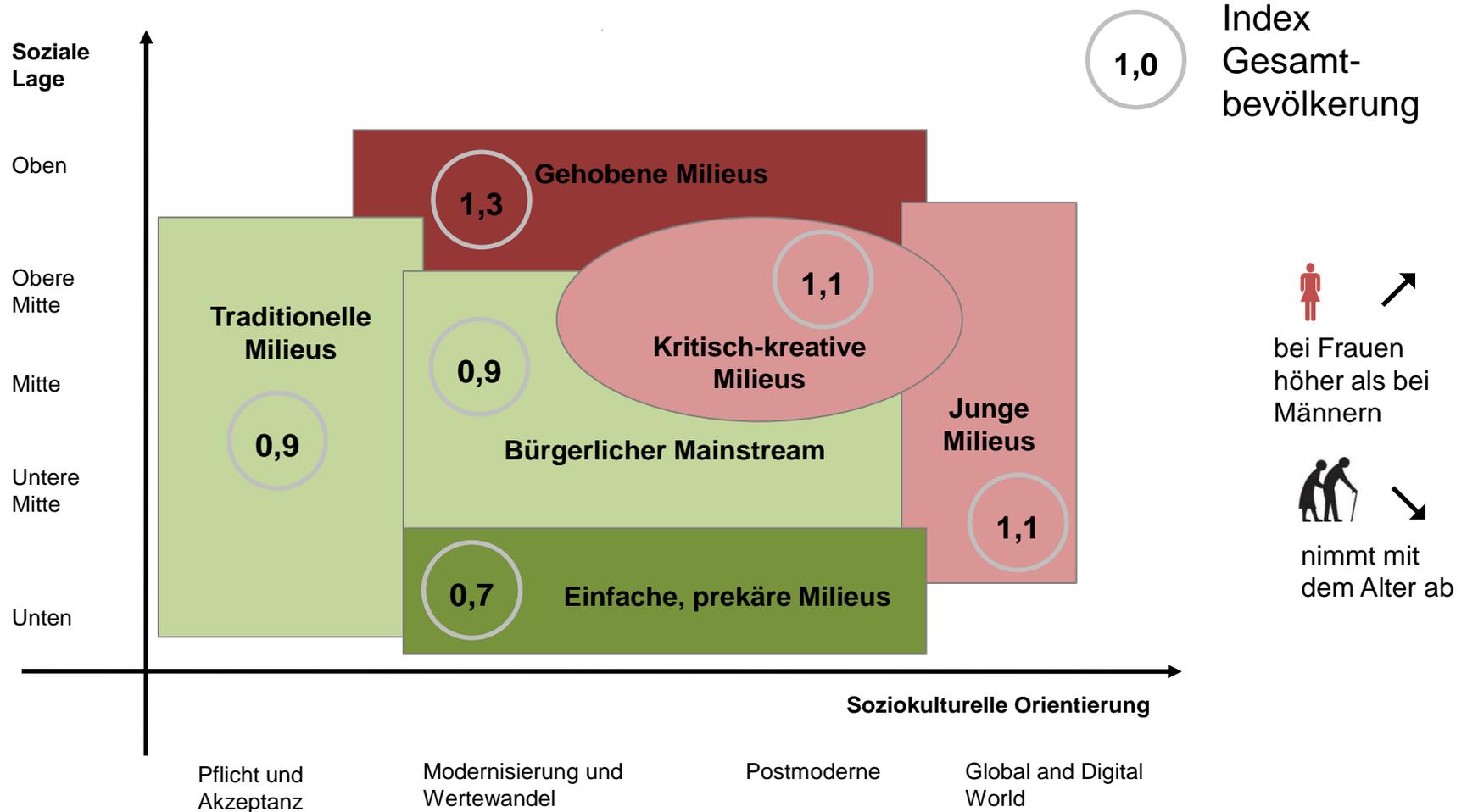
Persönliche Befragung durch Feldinstitut im Sommer 2017, N = 2.000

Soziale Milieus



Socio Milieus nach Sociodimensions (Quelle: UBA 2017: Umweltbewusstsein in Deutschland 2016)

Kauf neuer Kleidung (gewichtet)

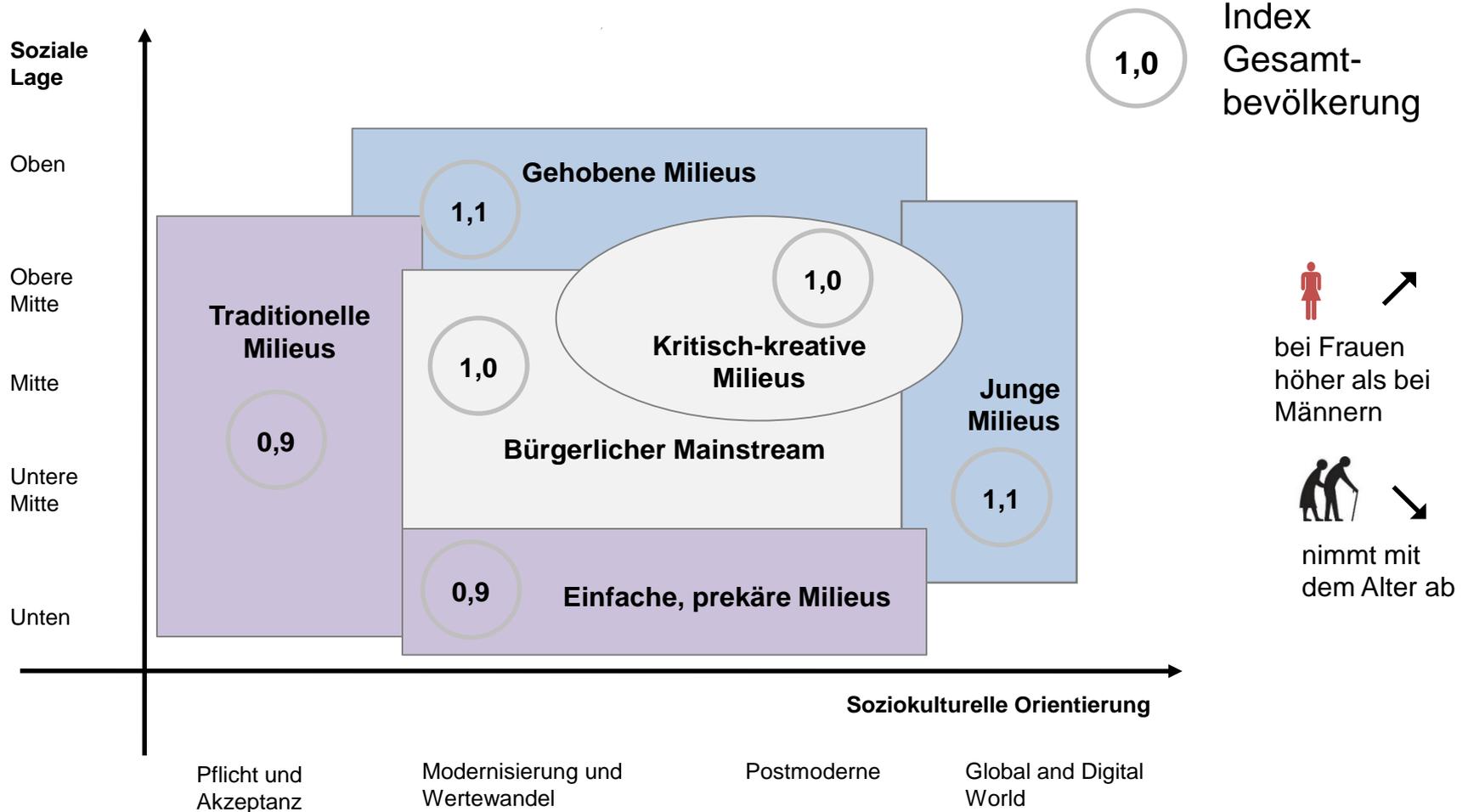


👤 Hose, Rock/Kleid, Hosenanzug/Kostüm, Blazer, Pullover, Bluse, T-Shirt

♂️ Hose, Anzug, Sakko, Pullover, Oberhemd, T-Shirt

Indizes unter Berücksichtigung der Anzahl neu gekaufter Kleidungsstücke und der dafür verwendeten Ressourcen

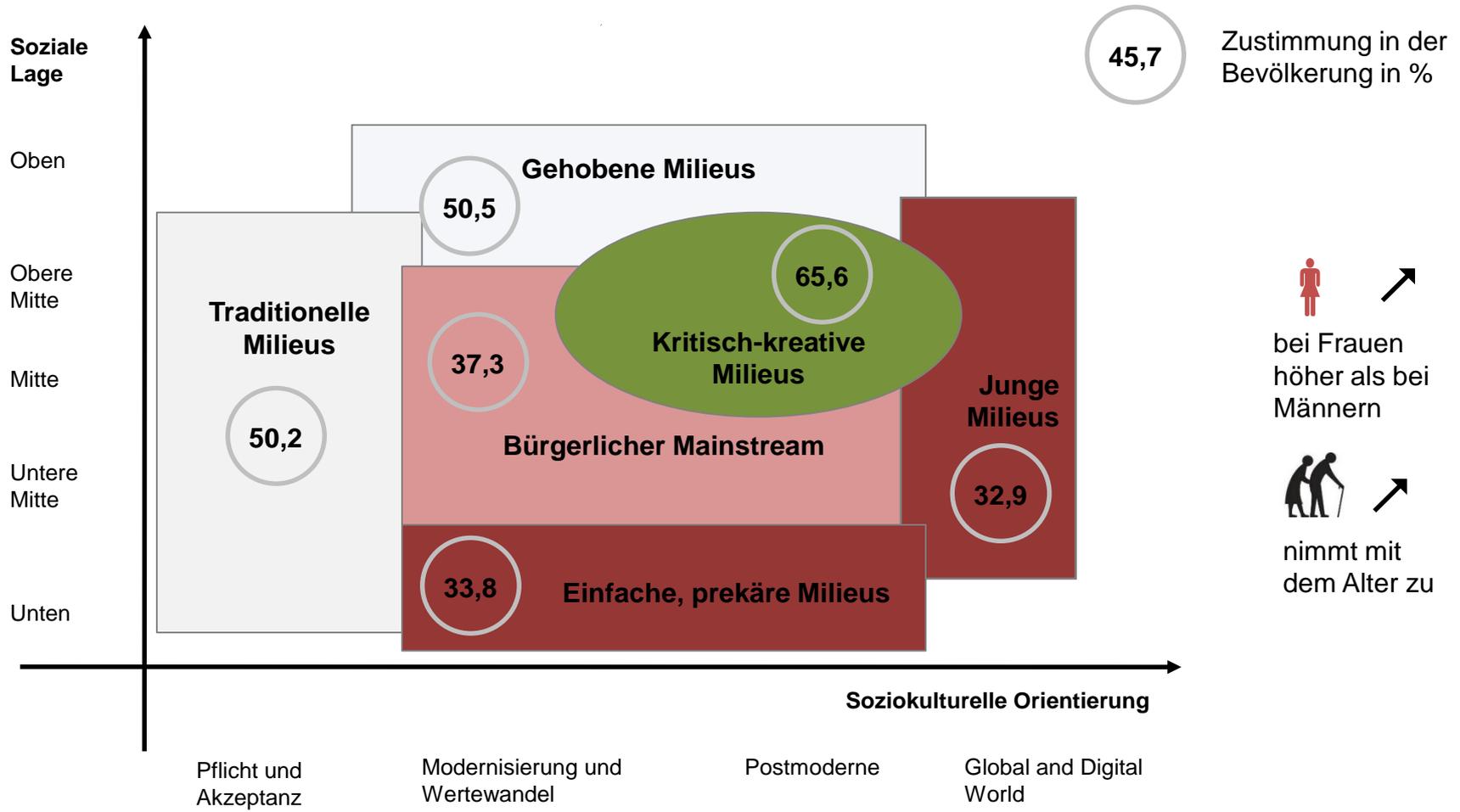
Spaß am Kauf



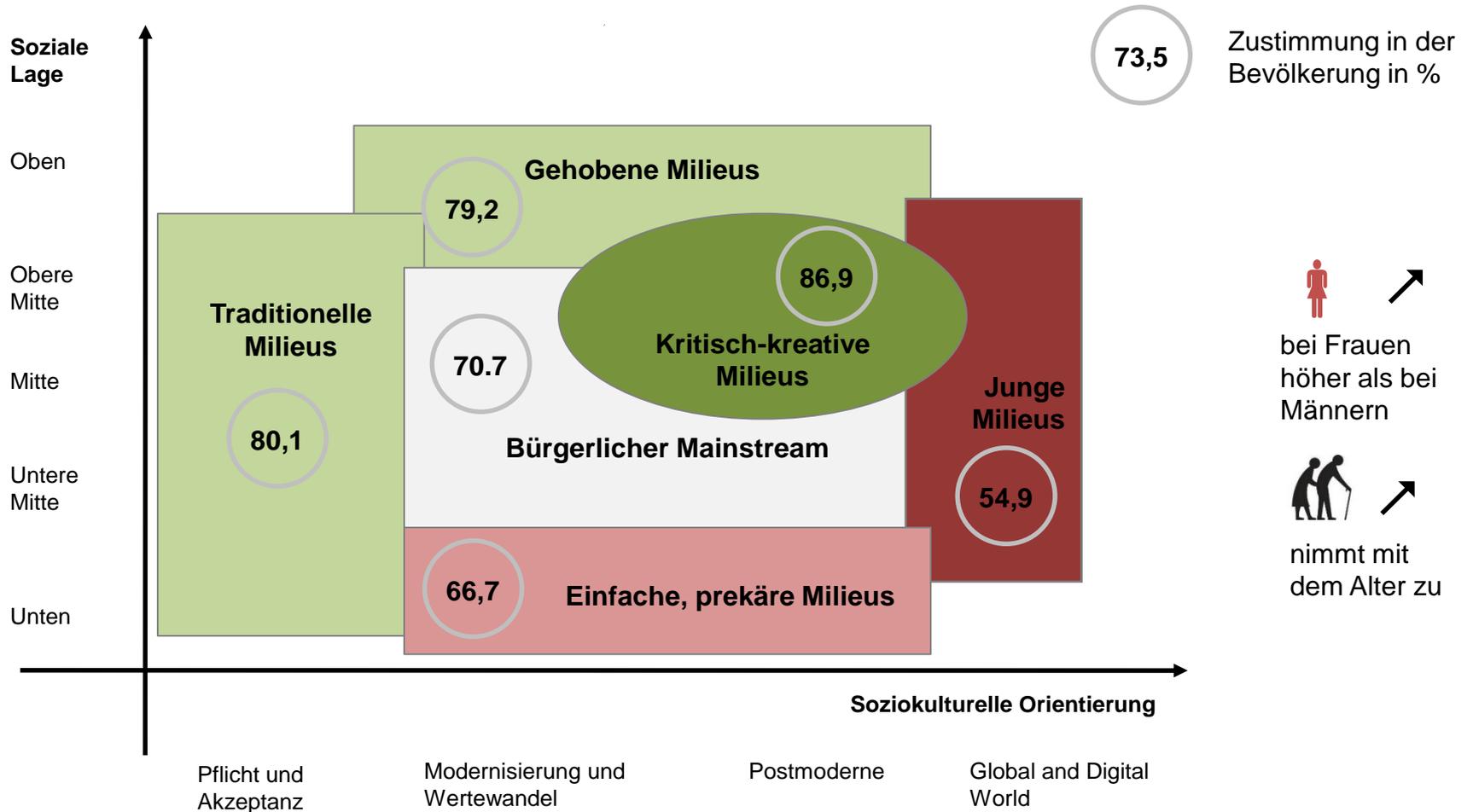
Antwortstufen
1 & 2 (6)
[1, 2 & 3 (6)]

Der Kauf von Kleidung macht mir sehr viel Spaß.	35,8 [64,0] %
Ich gehe gerne zusammen mit anderen auf Shopping-Tour.	24,5 [45,2] %
Ich entrümpele regelmäßig meinen Kleiderschrank, um Platz für Neues zu schaffen.	20,8 [50,6] %
Ich kaufe mir häufig Kleidungsstücke, die ich hinterher so gut wie gar nicht trage.	11,2 [27,8] %
Kleidung kaufe ich häufig spontan, ohne vorher lange zu überlegen.	41,8 [67,7] %

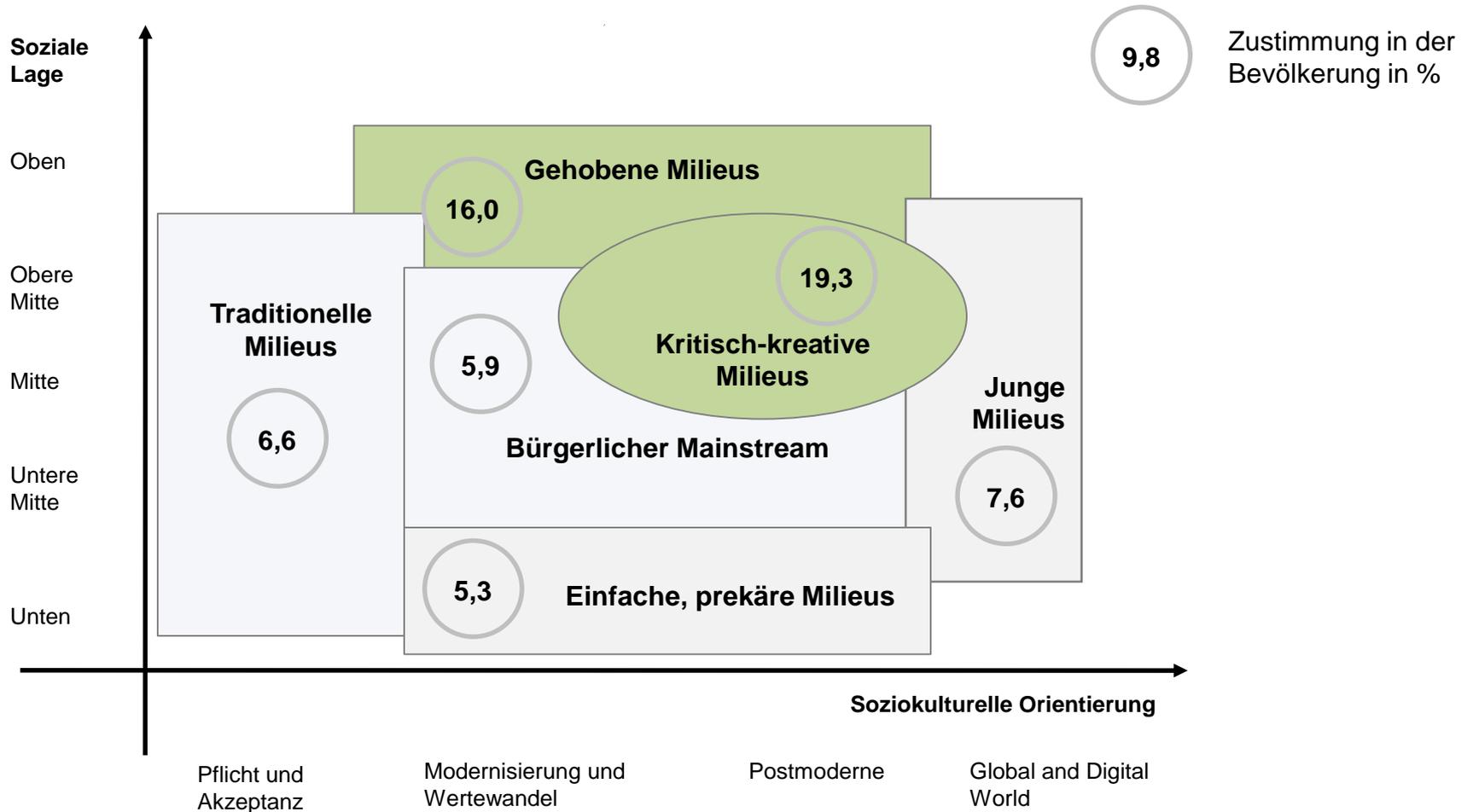
Bei Kleidung ist es sehr wichtig/ wichtig, dass sie umweltverträglich hergestellt wurde



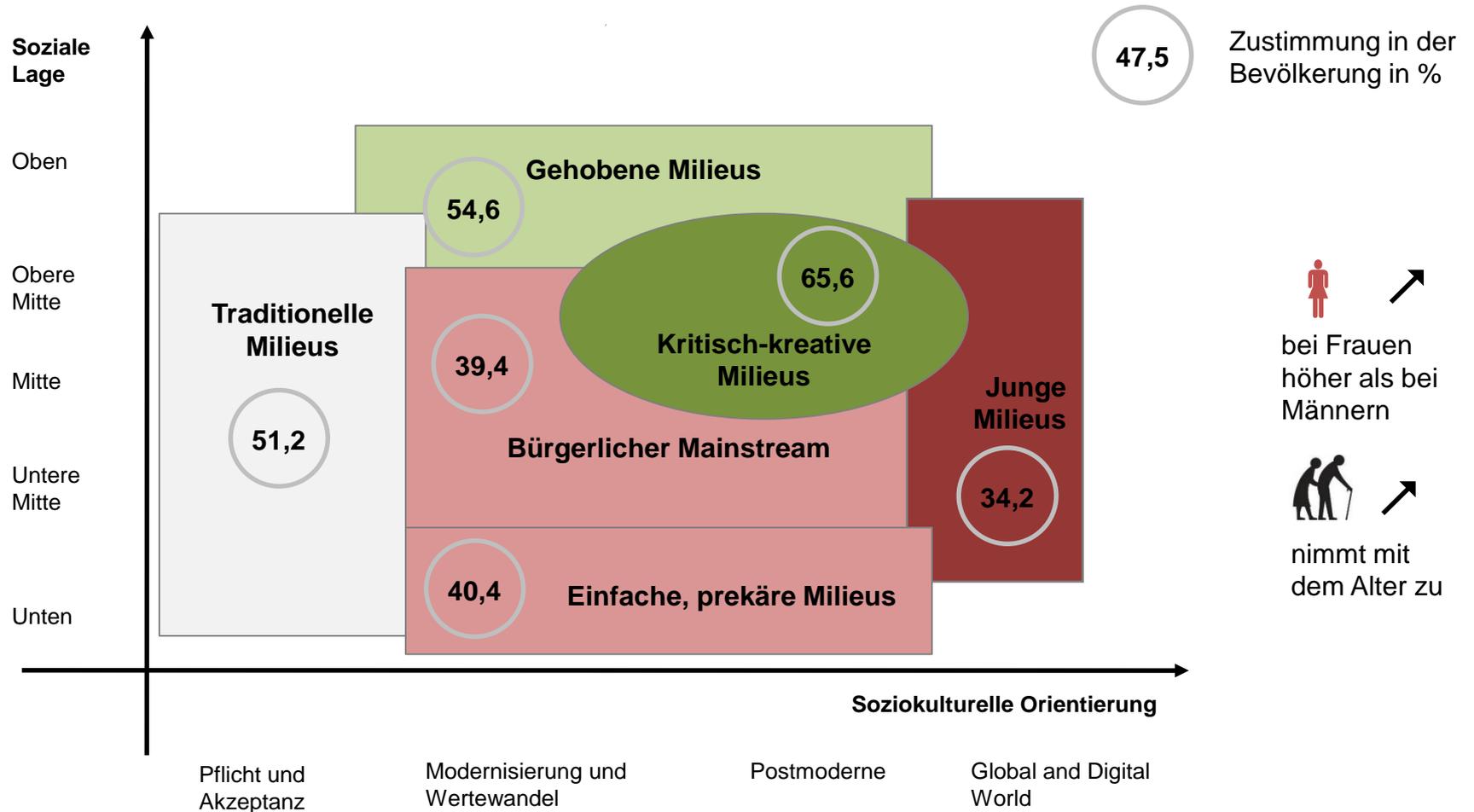
Bei Kauf von Kleidung ist es sehr wichtig/ wichtig, dass sie keine giftigen Chemikalien enthält



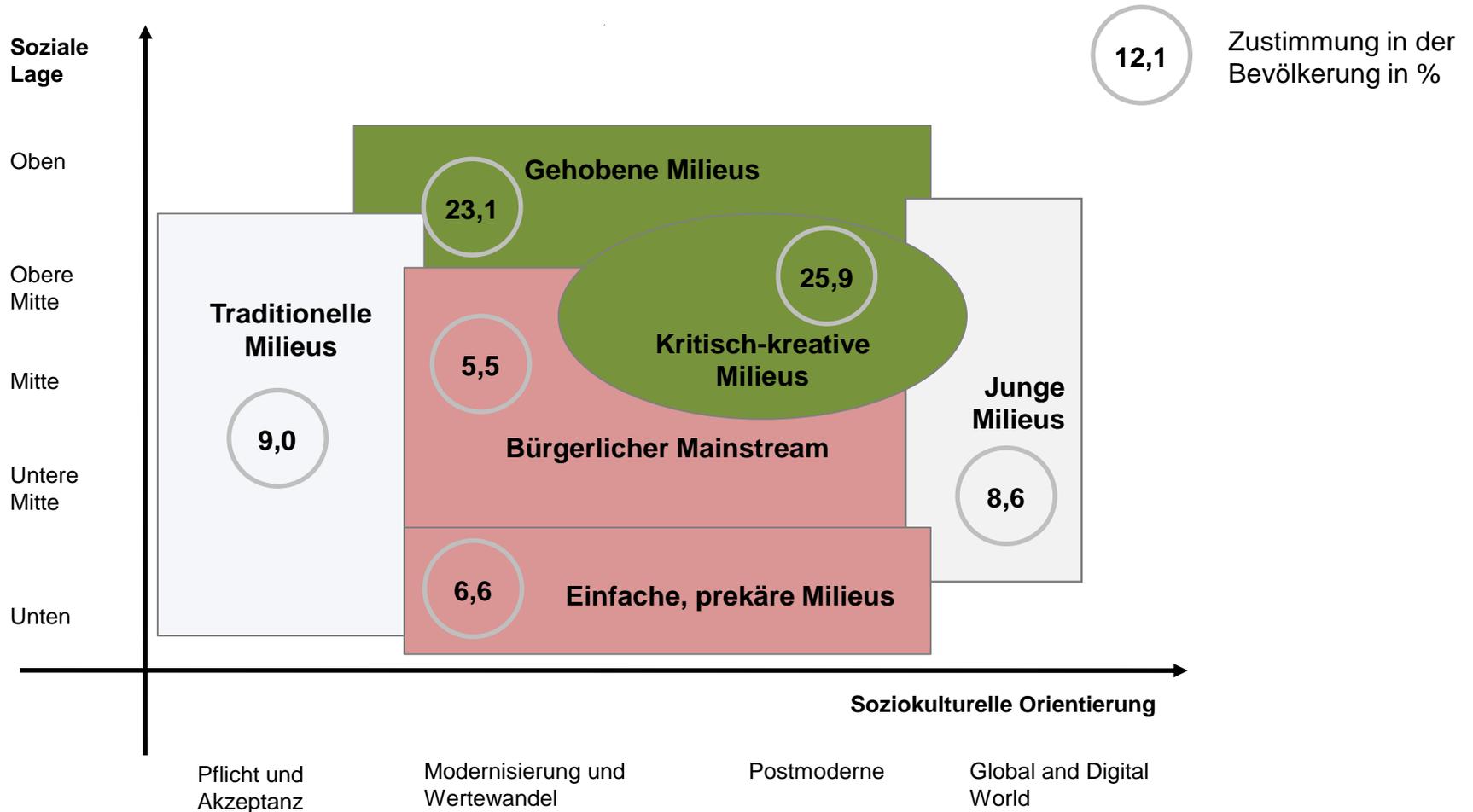
Kleidung kaufen, die umweltverträglich hergestellt wurde (mache ich oft)



Bei Kleidung ist es sehr wichtig/ wichtig, dass sie unter fairen Arbeitsbedingungen produziert wurde



Kleidung kaufen, die unter fairen Arbeitsbedingungen produziert wurde (mache ich oft)



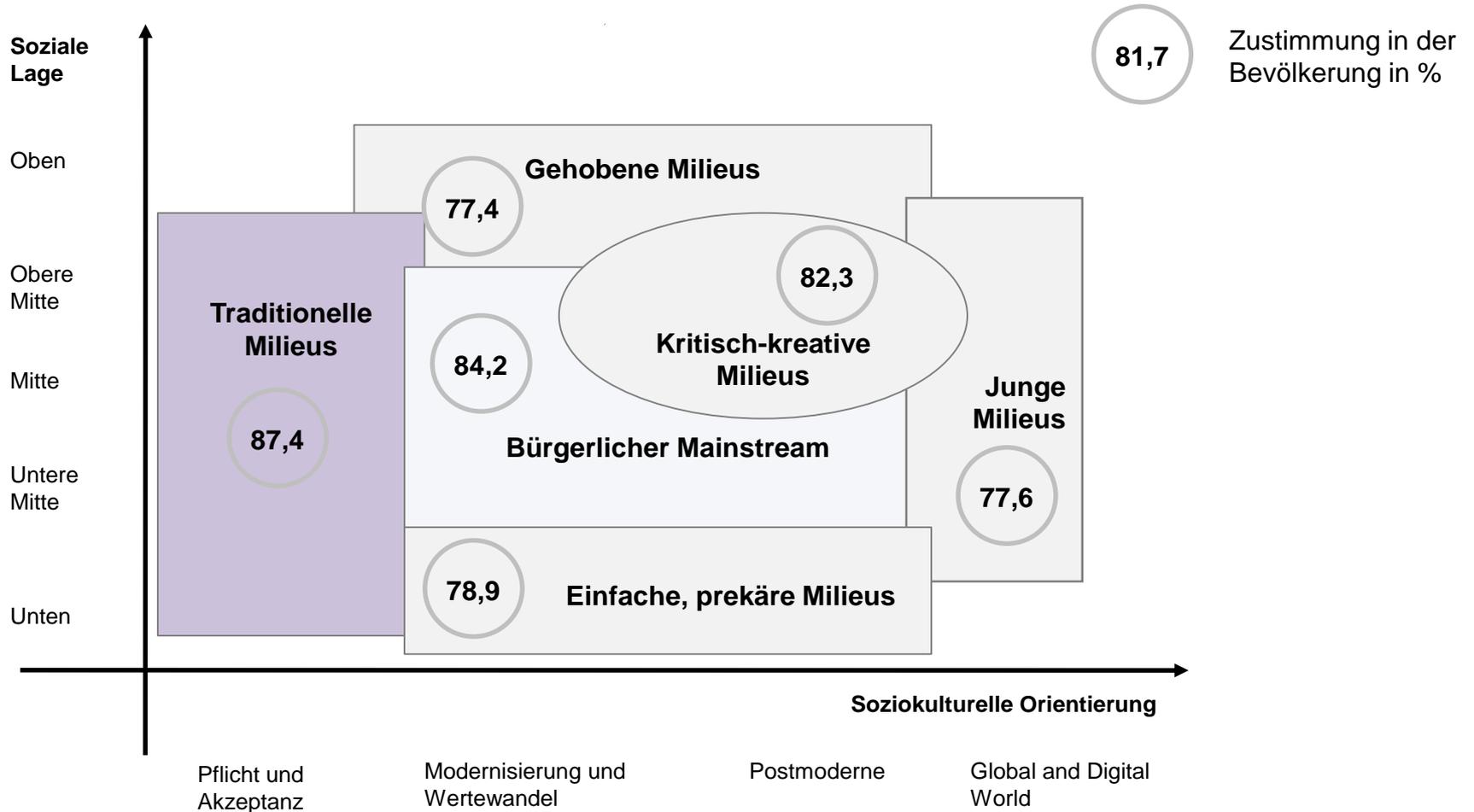
Vorbehalte gegenüber nachhaltig produzierter Kleidung

- Auswahl zu klein (75 %)
- zu teuer (68 %)
- nicht modisch (44 %)

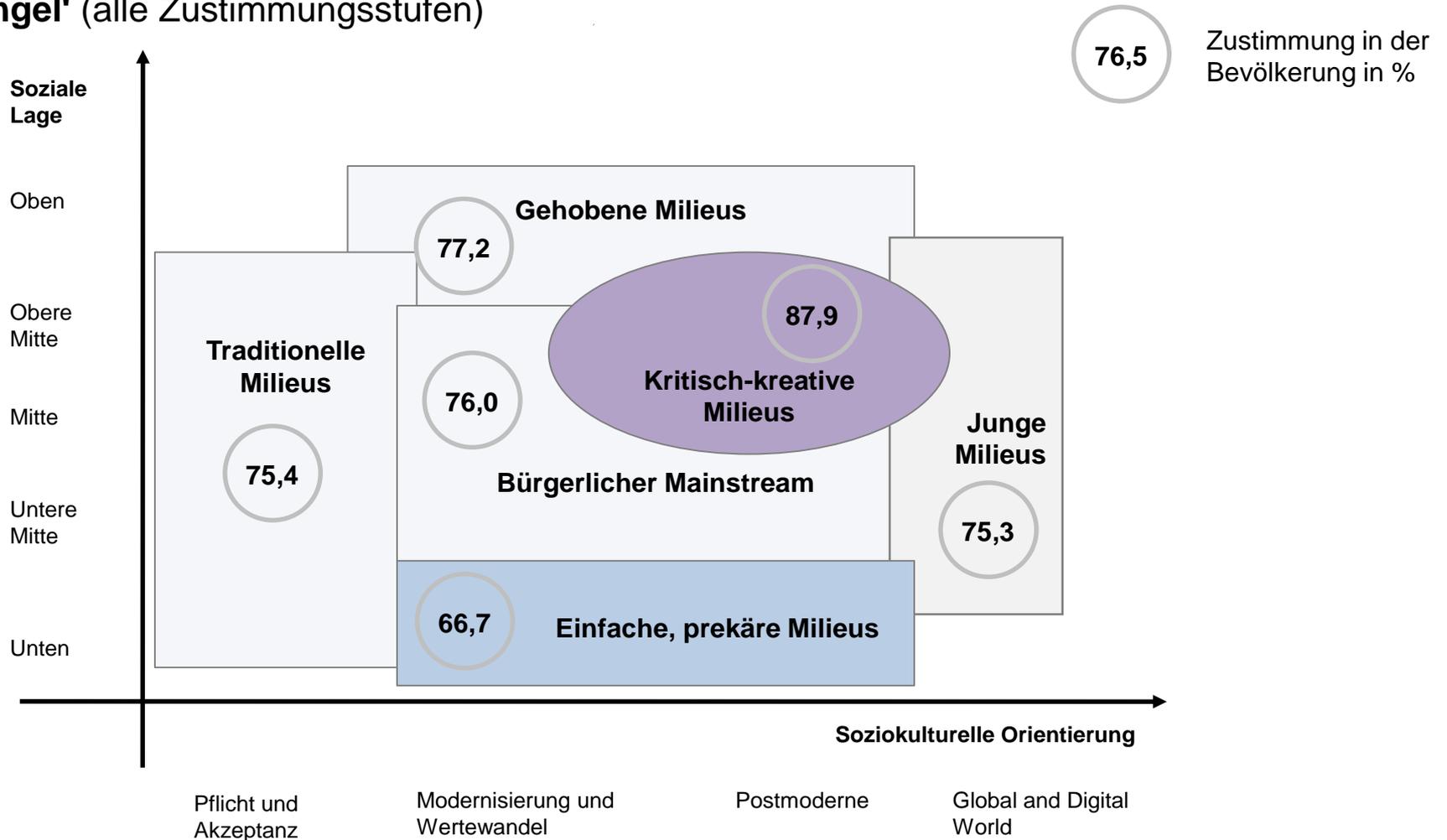
*Es ist genau der Punkt, der mich stört, dass ich durch die Stadt laufe und sehe, da **trägt jetzt jemand Bio oder Filz**. Das will ich persönlich nicht. **Das finde ich störend**, dass alles ein bestimmtes Muster hat. Es kann ruhig ein Logo haben, aber selbst das finde ich schwierig. Dass man da nicht in einen Bereich reinfällt, **für den man belächelt wird**. (Fokusgruppe Junge Milieus)*

*Und letztendlich muss dann auch das **Vertrauen** da sein, dass die **Qualität** auch wirklich höher ist, dass die Sachen wirklich **länger getragen** werden können. Ich persönlich fände es ärgerlich, wenn ich eine **Hose für 150 Euro** kaufe und die trotzdem schnell kaputt geht. (Fokusgruppe Bürgerlicher Mainstream)*

Ich weiß nicht, ob ich den Informationen zu den Produktionsbedingungen vertrauen kann (alle Zustimmungsstufen)



Ich wünsche mir ein staatliches Siegel für Kleidung, das eine umweltverträgliche und faire Produktion garantiert, wie das für Bio-Lebensmittel oder der 'Blaue Engel' (alle Zustimmungsstufen)



Offenheit für Slow Fashion-Angebote und Verhaltensweisen

%	Social Milieus						
	Alle	Tradi- tionelle	Gehobene	Mod. Main- stream	Ein- fach, prekäre	Krit.- krea- tive	Junge
häufig, gelegentlich, vorstellbar							
Kleidung über das Internet tauschen	33,6	20,9	32,0	30,5	27,2	37,7	56,8
Kleidung bei Veranstaltungen tauschen, z.B. bei Tauschpartys	30,3	19,3	31,2	26,1	21,5	35,1	47,5
Kleidung über gewerbliche Anbieter für einen längeren Zeitraum (z.B. ein Jahr) mieten oder leasen	26,4	12,6	30,0	21,1	18,4	29,2	47,9
Kleidung aus zweiter Hand kaufen	56,4	45,5	50,7	57,5	53,9	63,3	68,0
Kleidung umarbeiten lassen	54,9	45,2	59,3	56,0	40,8	59,7	67,0
Kleidung aus Recycling-Materialien kaufen	62,0	53,2	63,8	64,0	50,4	70,8	74,6

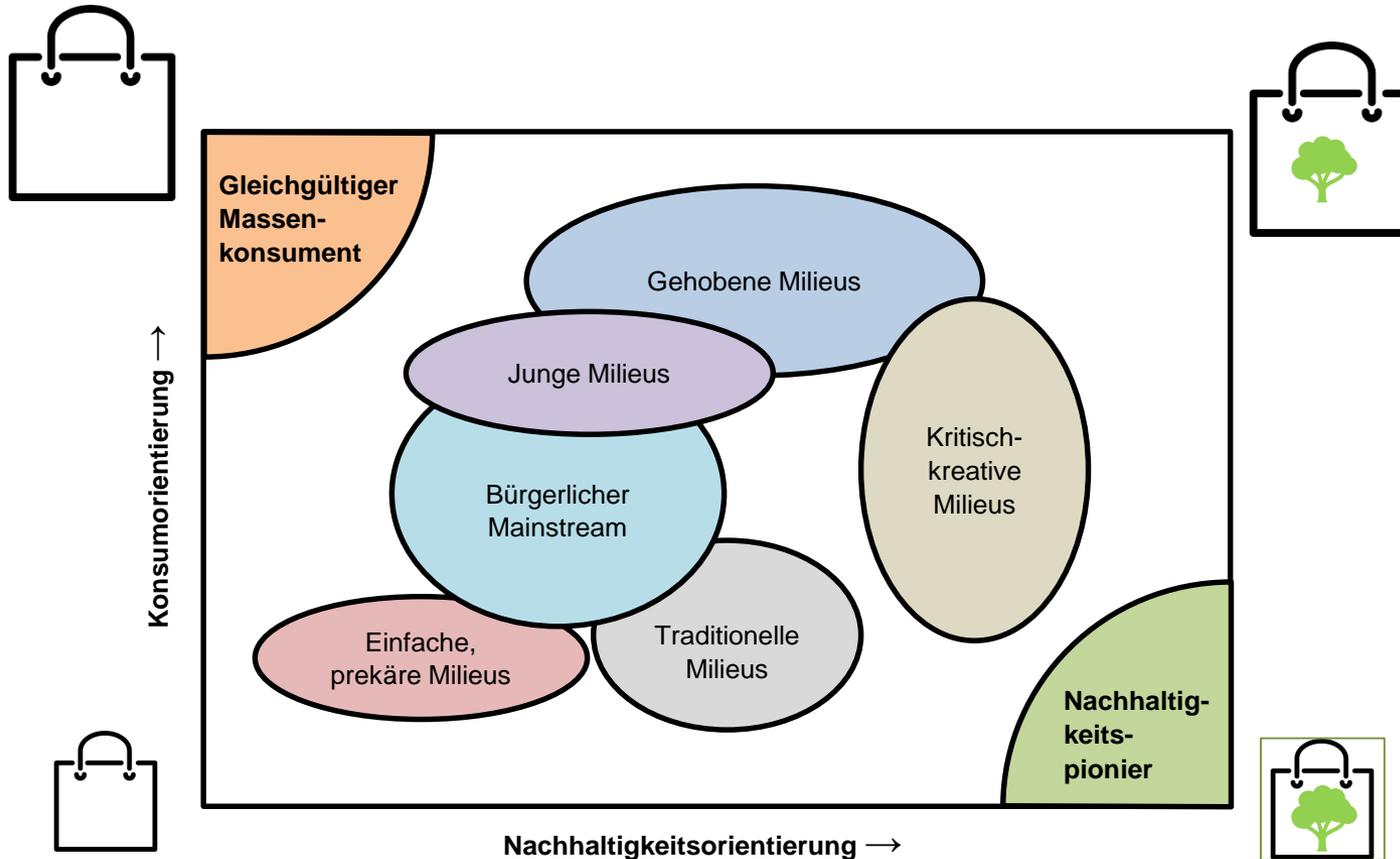
Frage: Wie häufig nutzen Sie die folgenden Angebote bzw. Möglichkeiten im Zusammenhang mit Kleidung?
Antwortstufen „mache ich oft“, „mache ich gelegentlich“, „habe ich noch nie gemacht, könnte ich mir aber vorstellen“

Vorbehalte gegenüber Kleidung aus zweiter Hand

- Auswahl zu klein (56 %)
- unangenehm zu tragen (48 %)
- minderwertige Qualität (40 %)
- zu ‚billig‘ – nur was für Bedürftige (39 %)
- nicht modisch (36 %)

*Also für mich ist das ein ganz zwiespältiges Thema, da ich das **von meiner Einstellung her total befürworten** würde, Second-Hand zu kaufen. Nur meine Psyche kriegt das nicht so richtig hin. Also allein die Olfaktorik in solchen Läden geht für mich einfach nicht. Da bin ich vielleicht einfach zu etepetete, **weil das schon mal jemand angezogen hat**. Aber hauptsächlich ist es schon der **Geruch**. Man kommt da rein und es spricht mich nicht an. **Ich kaufe ja schon mit allen Sinnen**.
(Fokusgruppe Bürgerlicher Mainstream)*

Konsum- und Nachhaltigkeitsorientierungen in den sozialen Milieus



Ansätze zur Förderung eines nachhaltigeren Kleidungskonsums

Kauf öko-fairer Kleidung

- vertrauenswürdiges Siegel
- transparente Informationen zum Produktionsprozess (z.B. via QR-Code)
- größere Auswahl
- attraktive Geschäfte in attraktiven Lagen
- (Social) Marketing für öko-fairen Kleidungskonsum – unter Berücksichtigung der verschiedenen Zielgruppen
prioritär, da mehrheitlich informiert und tendenziell kaufbereit:
 - Gehobene Milieus
 - Kritisch-kreative Milieus

Ansätze zur Förderung eines nachhaltigeren Kleidungskonsums

längere Nutzungsdauer und Einschränkung des Neukaufs

- Design: gute Kombinierbarkeit von Kleidungsstücken, zeitlose Mode
- Rücknahme von Kleidung durch den Händler
- Verkauf von Kleidung aus zweiter Hand in Geschäften, die auch neue Kleidung anbieten
- (Social) Marketing für Kleidung aus zweiter Hand – unter Berücksichtigung der verschiedenen Zielgruppen
 - prioritär, da mehrheitlich offen für alternative Konsumformen:
 - Junge Milieus
 - Kritisch-kreative Milieus

Kontakt

ECOLOG-Institut für sozial-ökologische
Forschung und Bildung

Dr. Silke Kleinhückelkotten

Tel: 0511-473915-12

silke.kleinhueeckelkotten@ecolog-institut.de

www.ecolog-institut.de

www.innabe.de