



Chancen für einen nachhaltigeren Kleidungskonsum

Einstellungen und Verhaltensweisen der Verbraucher*innen in Deutschland

Zielsetzung

Mit rund 12 kg gekaufter Kleidung pro Kopf und Jahr nimmt Deutschland neben der Schweiz und den USA einen Spitzenplatz beim Kleidungskonsum ein. Problematisch ist nicht nur die Menge der gekauften Kleidung, sondern auch die Tatsache, dass diese überwiegend unter sozial und ökologisch bedenklichen Bedingungen hergestellt wird. Um die Chancen und Hemmnisse für einen nachhaltigeren Kleidungskonsum zu ermitteln, wurde im Frühsommer 2017 eine Repräsentativbefragung zu Einstellungen und Verhalten im Kleidungsbereich durchgeführt. Mit der Befragung im Rahmen des InNaBe-Projekts 'Slow Fashion' sollte auch untersucht werden, wie sich der Kleidungskonsum in verschiedenen Bevölkerungssegmenten unterscheidet und welche Faktoren den Konsum von und den Umgang mit Kleidung bestimmen.

Methodik

Befragt wurden 2.000 Personen im Alter ab 18 Jahren. Die Interviews wurden vor Ort in den Haushalten geführt. Die Auswertung erfolgte differenziert sowohl nach demografischen Merkmalen als auch nach sozialen Milieus. Als soziale Milieus werden Gruppen von Menschen bezeichnet, die eine ähnliche soziale Lage (Einkommen, Bildung und Berufsstatus) und einen ähnlichen Lebensstil haben, das heißt, dass sie Ähnlichkeiten in Bezug auf Lebensauffassung, Wertprioritäten, Verhaltensweisen sowie alltagsästhetische Stile aufweisen.

Ergebnisse

Im Folgenden werden einige Ergebnisse der Untersuchung zusammengefasst.

Umfang des Kleidungskonsums

Die Menge der gekauften Kleidung steigt mit dem Einkommen, der Modeorientierung und dem Spaß am Einkaufen. Das Konsumniveau ist in den gehobenen Milieus fast doppelt so hoch, wie in den einfachen, prekären Milieus.

Allgemeine positive Einstellungen in sozialen und ökologischen Fragen wirken sich ebenso wenig dämpfend auf den Kleidungskonsum aus wie das Bewusstsein für die ökologischen und sozialen Folgen der Produktion von Kleidung.

Die Bereitschaft zu künftigen Einschränkungen beim eigenen Kleidungskonsums ist in den gehobenen Milieus deutlich geringer als im Rest der Bevölkerung.

Das Projekt

Slow Fashion: Gestalterische, technische und ökonomische Innovationen für massenmarkttaugliche nachhaltige Angebote im Bedarfsfeld 'Bekleidung'

Im Rahmen des Projekts wurde untersucht, ob und wie gestalterische, technische, ökonomische und soziale Innovationen dazu beitragen können, die Nutzungsphase von Kleidung zu verlängern und einen nachhaltigeren Kleidungskonsum zu fördern. Betrachtet wurden Innovationspotenziale und mögliche Hemmnisse für ihre Realisierung entlang der gesamten textilen Kette vom Design über Textil- und Kleidungsproduktion bis zum Handel, unter Einschluss neuer Geschäftsmodelle.

Umwelt- und Sozialverträglichkeit von Kleidung

Die Probleme im Zusammenhang mit Kleidungsproduktion und -konsum sind der überwiegenden Zahl der Befragten bekannt. Das Problembewusstsein liegt in den jungen und den einfachen, prekären Milieus deutlich unter und in den kritisch-kreativen Milieus deutlich über dem Durchschnitt.

Ökologische und soziale Kriterien spielen beim Kleidungskauf bisher nur eine untergeordnete Rolle. Es gibt aber verbreitet eine grundsätzliche Offenheit für den Kauf nachhaltig produzierter Kleidung. Die Bereitschaft, künftig nachhaltig produzierte Kleidung zu kaufen, ist in den kritisch-kreativen Milieus doppelt so hoch und in den gehobenen Milieus deutlich höher als im Bevölkerungsdurchschnitt.

Ausgewählte Daten

Anteil der Befragten (%), die der jeweiligen Aussage zustimmen

Die Umweltverschmutzung bei der Massenproduktion von Kleidung ist ein sehr großes/ großes Problem 56

Die schlechten Arbeitsbedingungen bei der Massenproduktion von Kleidung sind ein sehr großes/ großes Problem 64

Bei Kleidung ist es sehr wichtig/ wichtig, dass sie umweltverträglich hergestellt wurde 46

Bei Kleidung ist es sehr wichtig/ wichtig, dass sie unter fairen Arbeitsbedingungen produziert wurde 47

Ich werde zukünftig Kleidungsstücke nur kaufen, wenn ich auch wirklich etwas brauche (stimme voll und ganz/ stimme zu) 47

Ich werde zukünftig nachhaltig produzierte Kleidung kaufen (stimme voll und ganz/ stimme zu) 29

Ich weiß nicht, welche Kleidung nachhaltig hergestellt ist und welche nicht (alle Zustimmungsstufen) 80

Ich werde zukünftig Kleidung lange behalten und tragen (stimme voll und ganz/ stimme zu) 62

Ich werde zukünftig Kleidung aus zweiter Hand kaufen (stimme voll und ganz/ stimme zu) 18

Ich werde zukünftig Kleidung tauschen, z.B. bei Kleidertauschpartys oder über Internetplattformen (stimme voll und ganz/ stimme zu) 9

Quelle: InNaBe-Repräsentativbefragung 2017

Die große Mehrheit der Verbraucher*innen ist sich allerdings unsicher, wie vertrauenswürdig Informationen zur Nachhaltigkeit von Kleidung sind, und wünscht sich ein staatliches Siegel für Kleidung, das eine umweltverträgliche und faire Produktion garantiert.

Längere Nutzung von Kleidung

Für mehr als die Hälfte ist es denkbar, Kleidung künftig lange zu behalten und zu tragen. In den gehobenen und den jungen Milieus ist die Bereitschaft dazu deutlich seltener anzutreffen als in den anderen sozialen Milieus.

Der Kauf von Kleidung aus zweiter Hand ist nur für eine Minderheit denkbar. Die kritisch-kreativen Milieus liegen hier deutlich über, die traditionellen Milieus und der bürgerliche Mainstream deutlich unter dem Durchschnitt.

Die Möglichkeit, Kleidung bei Veranstaltungen oder über das Internet zu tauschen, kommt für zwei Drittel der Verbraucher*innen überhaupt nicht in Frage. Auch das zukünftige Potenzial ist, mit Ausnahme der jungen Milieus, klein.

Perspektiven

Die Nachfrage nach sozial- und umweltverträglich produzierter Kleidung wird in den nächsten Jahren zunehmen. Auch die Einschätzung von Expert*innen geht in diese

Richtung, wie eine ebenfalls im Rahmen des Projekts durchgeführte Befragung gezeigt hat. Besonders groß ist die Offenheit in gut gebildeten und einkommensstarken Milieus. Wichtig ist, dass glaubwürdige Informationen angeboten werden. Für eine breitere Diffusion ist zentral, dass die Kleidung modisch ist, Nachhaltigkeit sollte ein Zusatznutzen und nicht das Hauptmerkmal sein. Angebote zur Verlängerung der Nutzungsphase, wie das Tauschen und Leihen von Kleidung oder der Kauf von Kleidung aus zweiter Hand, finden vor allem in jüngeren Milieus Anklang. Ob diese zu einem geringeren Konsumniveau führen, ist allerdings fraglich.

Weitere Informationen

<http://www.innabe.de/ergebnisse> (u.a. Bericht zur InNaBe-Repräsentativbefragung)

Kontakt

ECOLOG-Institut, Dr. Silke Kleinhüchelkotten,
Telefon: 0511-473915-12, silke.kleinhueckelkotten@ecolog-institut.de

www.innabe.de