Nachhaltiger Bekleidungskonsum

Hemmnisse, Lösungsansätze und Fördermöglichkeiten

Ringvorlesung 2019
SDGs konkret – Nachhaltigkeit
in der Textil- und Bekleidungsbranche
Berlin, 18.11.2019

Maike Gossen
IÖW – Institut für ökologische
Wirtschaftsforschung, Berlin

i | ö | w

Inhalt

1. **Trends und Entwicklungen nachhaltiger Kleidungskonsum**

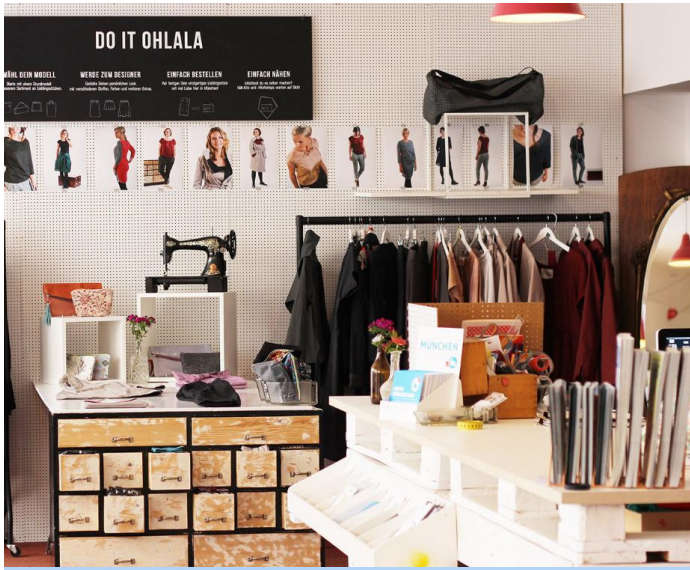
2. **Theoretischer Hintergrund: nachhaltiger Konsum**

3. **Beispiel Kleidersharing**

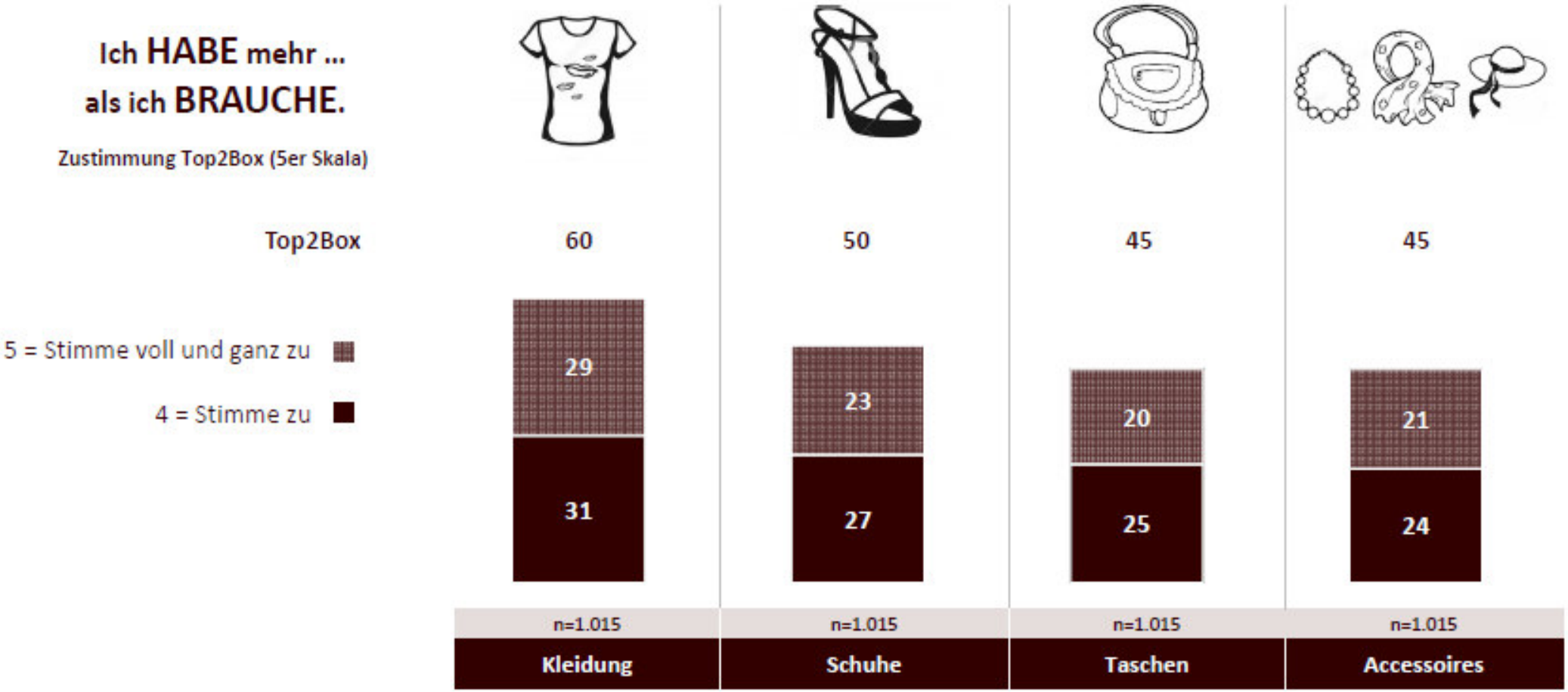
4. **Ansätze für die Förderung eines nachhaltigen Kleidungskonsums**

Trends und Entwicklungen nachhaltiger Kleidungskonsum

Nachhaltiger Kleidungskonsum –Trendthema?

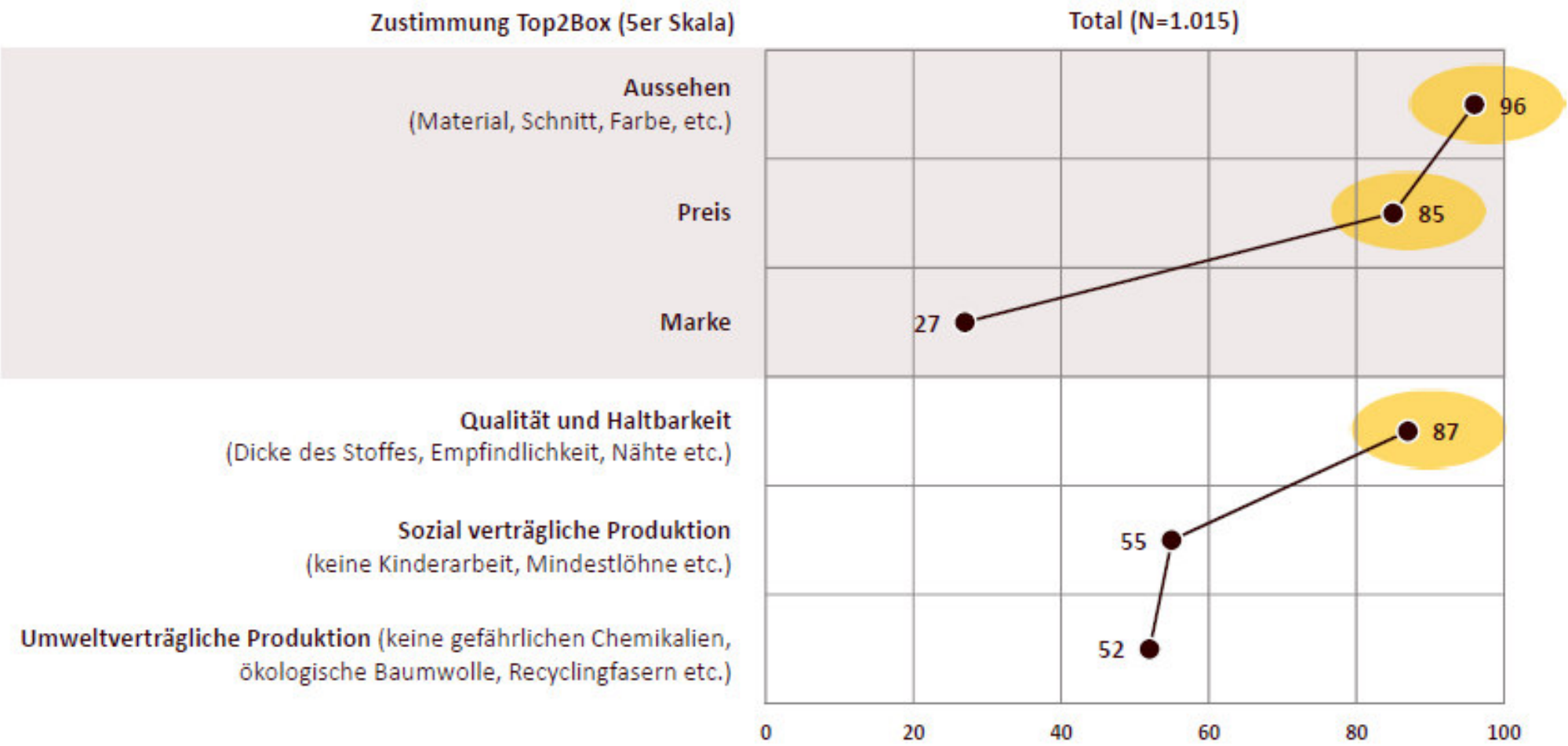


Viele haben mehr Kleidung als sie brauchen.



Quelle: Greenpeace 2017

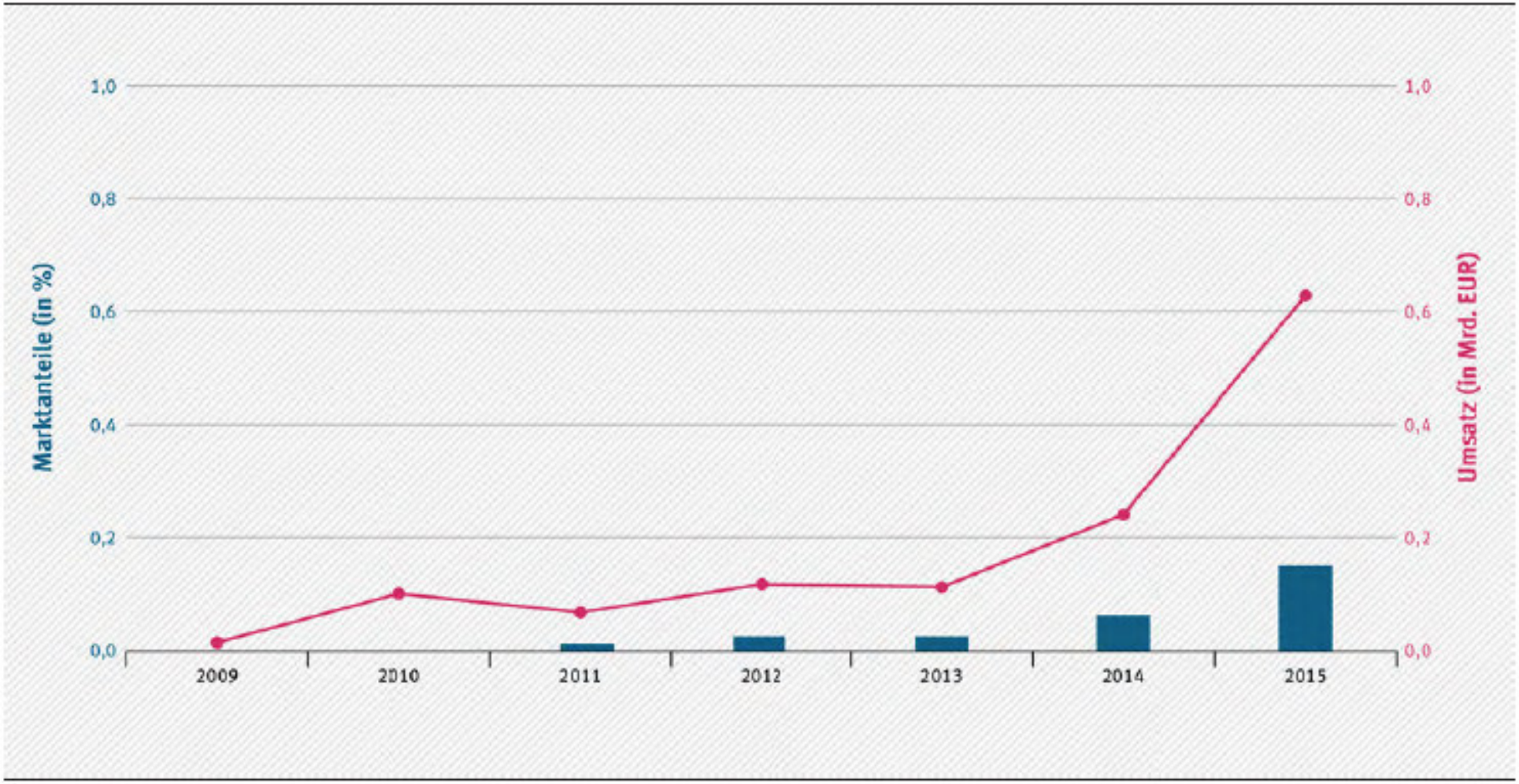
Kaufkriterien:
Aussehen, Preis, Qualität & Haltbarkeit.



Quelle: Greenpeace 2017

Nachhaltige Textilien sind ein Nischenprodukt.

Marktanteil und Umsatz des GOTS-Labels am Gesamtmarkt der Textilien



Quelle: GfK 2017a.
Für das Jahr 2008 liegen keine Marktzahlen vor.

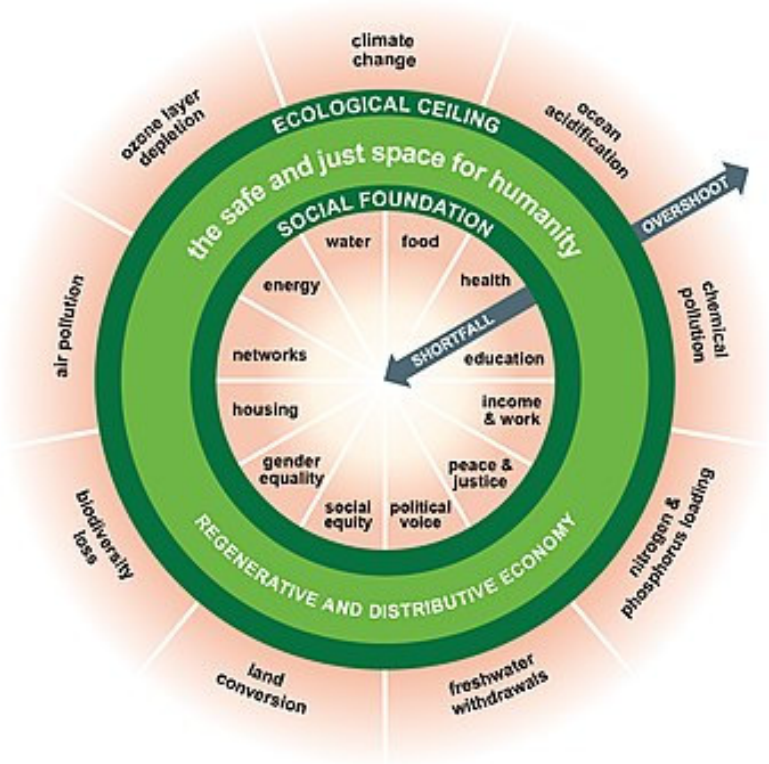
Quelle: UBA 2017a

Theoretischer Hintergrund: nachhaltiger Konsum

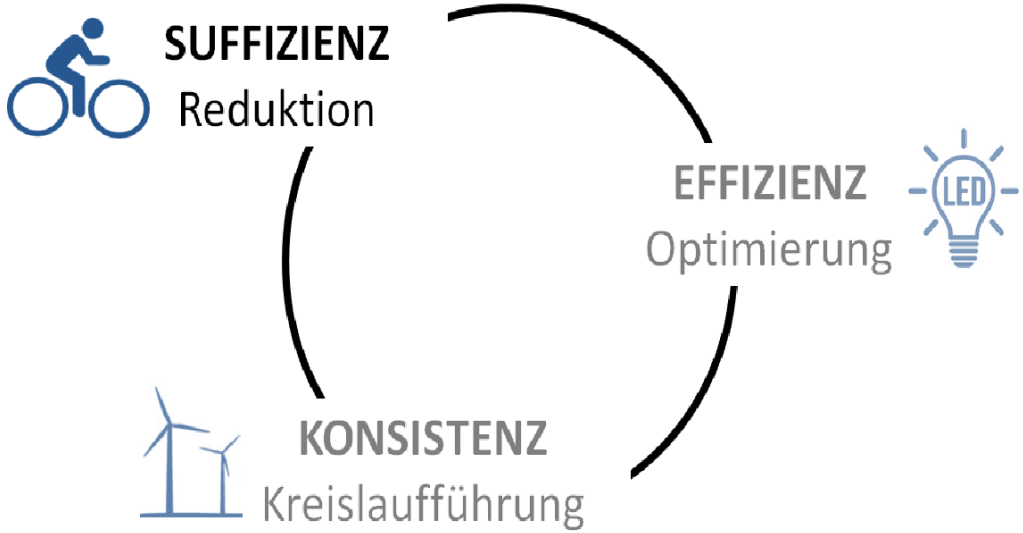
Nachhaltiger Konsum

- **Wahl von Produkten oder Dienstleistungen zur individuellen Bedürfnisbefriedigung, die in der Herstellung, Nutzung und Entsorgung besonders umweltfreundlich & sozialverträglich sind.**
- **Übertragen auf nachhaltigen Bekleidungskonsum:**
  - Kauf
    - Bio-Baumwolle, Recyclingmaterialien, alternative Materialien wie Hanf
    - Alternativen zum Neukauf: Secondhand, Upcycling, Leihen…
  - Nutzung
    - Verlängerung der Lebensdauer durch schonende Pflege, Reparatur
  - Entsorgung
    - Verschenken, verkaufen, tauschen
    - Rückführung ins Recycling

Grundprinzipien des nachhaltigen Konsums



Einhaltung der planetaren Grenzen



3 Strategien

Geteilte Verantwortung

i | ö | w

Hemmnisse für nachhaltigen Konsum

- **Informationsdefizite bei gleichzeitiger Informationsüberlastung**
- **Routinen und habitualisierte Verhaltensweisen**
- **Mangelnde Verfügbarkeit von (bezahlbaren) Alternativen**
- **Ressourcenintensive Lebensstile und soziale Normen**
- **Psychologische Distanz zu den Auswirkungen des persönlichen Konsums**
- **Konsum- und Wachstumszwänge**
  - Wachstumsideologie, Gewinn- und Absatzorientierung der Unternehmen, Werbung, vielfältiges Warenangebot

Quelle: BMU/BMJV/BMEL 2016

Relevanz nachhaltiger Bekleidungskonsum

- **Umweltwirkungen durch**
  - Einsatz gefährlicher Chemikalien,
  - Energieverbrauch und Treibhausgasemmissionen,
  - Übernutzung von Wasser,
  - wachsender Abfallmengen in der textilen Kette (v.a. bei Anbau und Produktion der Rohfasern und der Textilveredlung)
- **Anstieg der konsumierten Kleidungsmenge durch Fast Fashion**
- **Einhaltung globaler Arbeits- und Sozialstandards und Umweltauflagen**

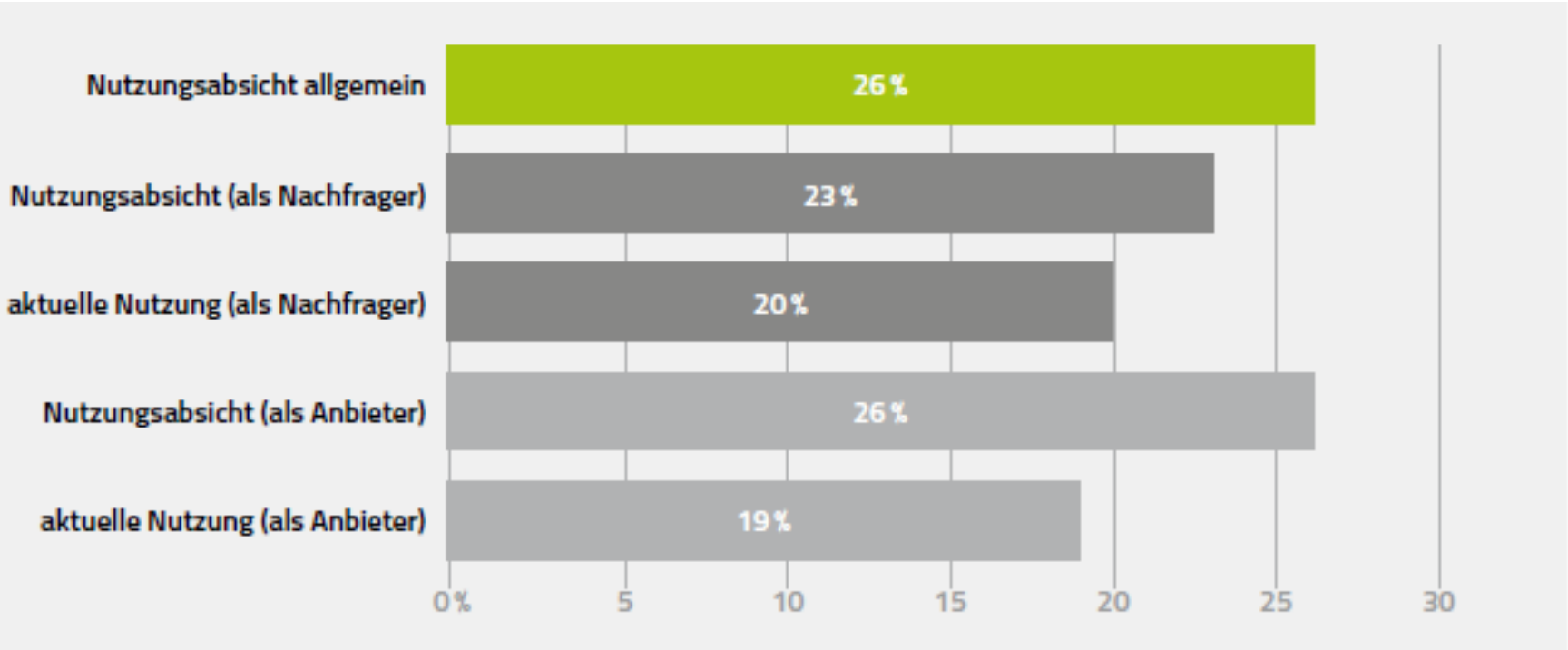
Kleidersharing

Verbreitung

20 %

Kleider Kreisel

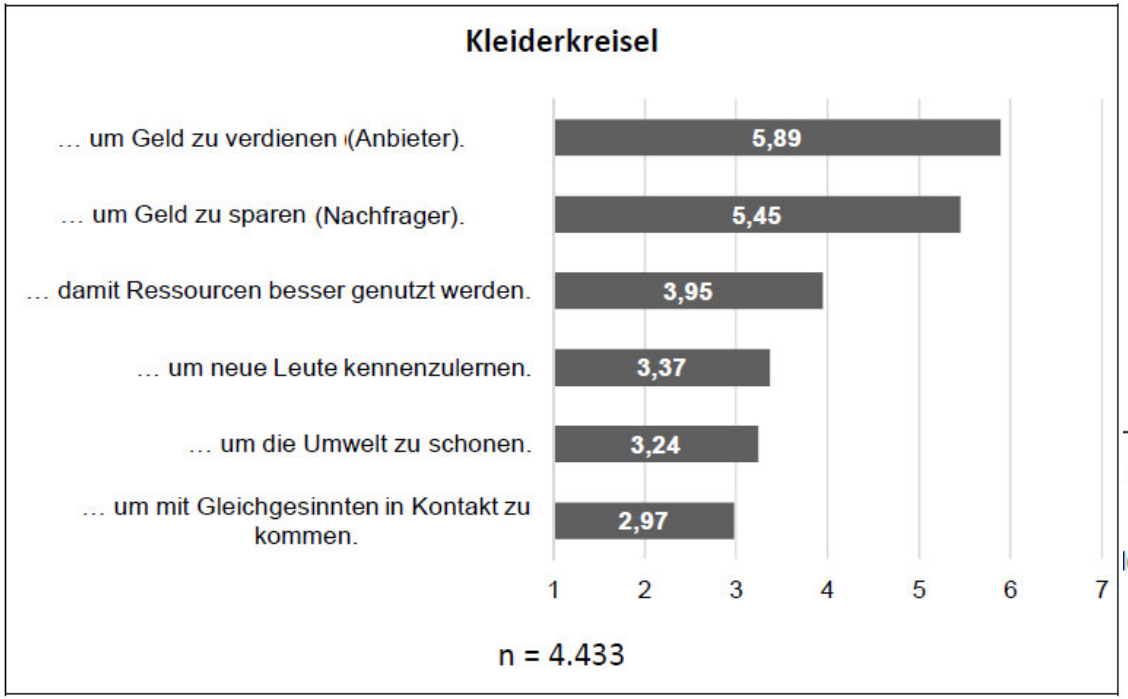
ebay Kleinanzeigen
Kostenlos. Einfach. Lokal.

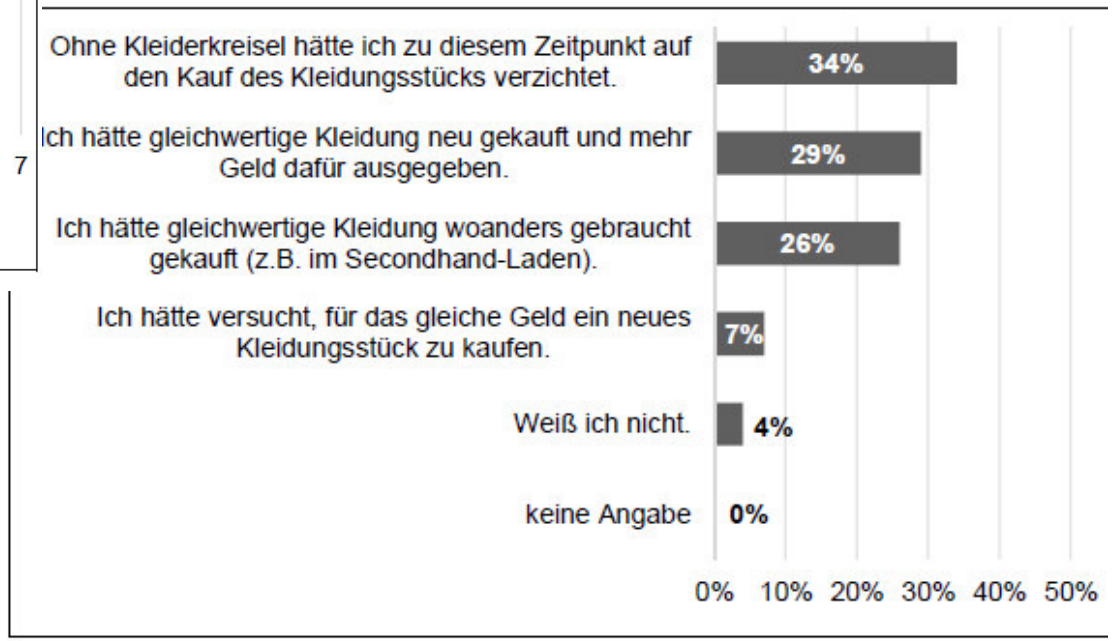


Quelle: Scholl et al. 2017

i | ö | w

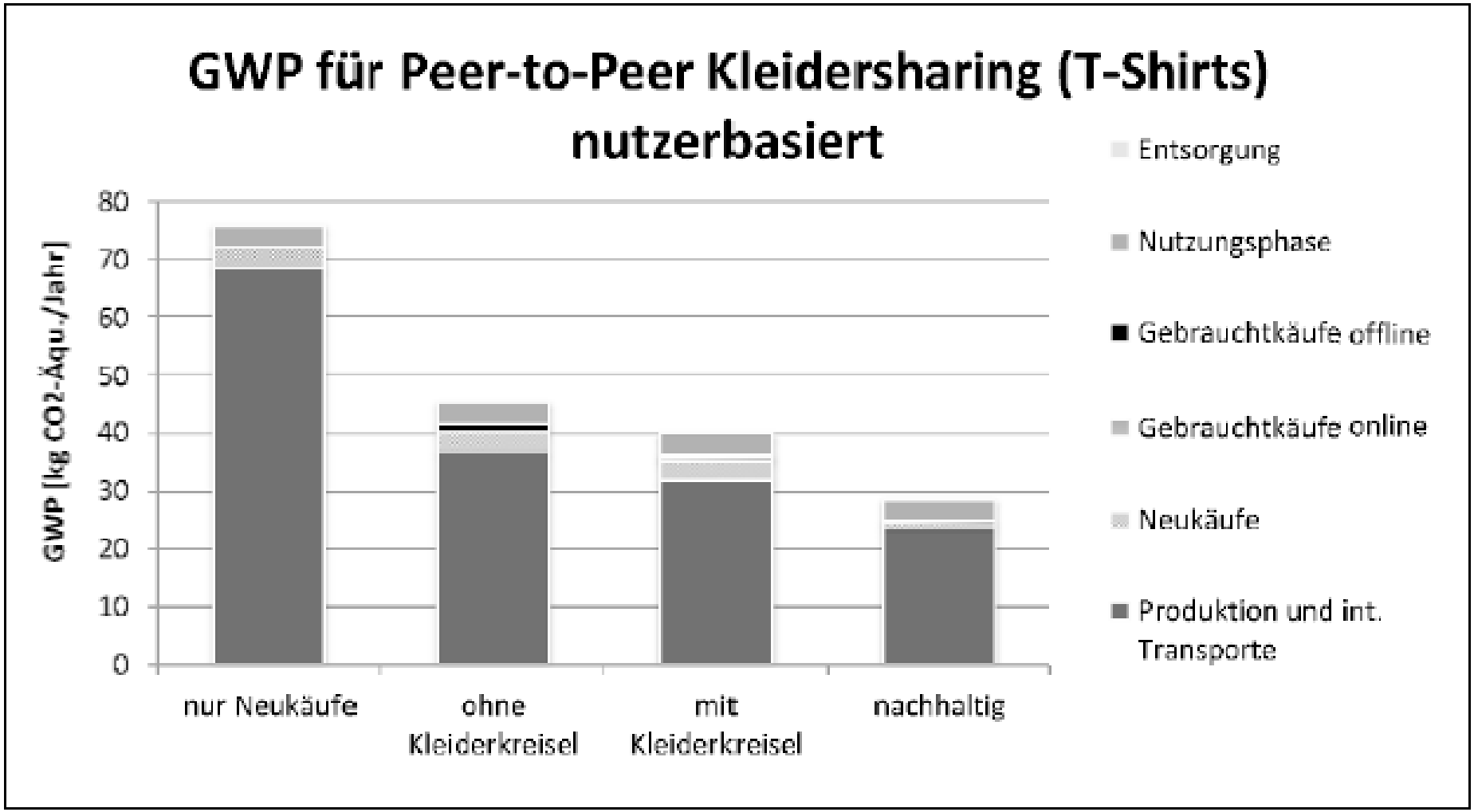
Nutzungsmotive und Nutzungsverhalten





Quelle: Henseling 2018

Umweltwirkungen



Quelle: Ludmann 2018

Ansätze für die Förderung eines nachhaltigen Kleidungskonsums

“Empowerment through information”

- **Informationsvermittlung**
  - Bewusstsein für Umweltfolgen des individuellen Handelns erhöhen
  - Verhaltensänderungen fördern
- **Dahinterliegende (ökonomische Erklärungsmodelle): Rational Choice Theorie, attitude-behaviour Modelle**
- **Grenzen: Einstellungs-Verhaltens-Lücke, kaum Fortschritte im nachhaltigen Konsum**

Quelle: Heiskanen und Laakso 2020

“Beyond rationality: Nudges”

- **Bessere „Wahlarchitekturen“, also Entscheidungssituationen und Umgebungen, die Verhaltensänderungen erleichtern**
- **Ohne Verbote oder Änderung wirtschaftlicher Anreize**
- **Beispiele:**
  - Default-Regeln: Einsparen von Druckerpapier durch voreingestelltes doppelseitiges Drucken
  - Vereinfachung: Erhöhung der Verfügbarkeit von „Bio“
  - Soziale Normen: Aufforderung zum mehrmaligem Verwenden von Handtüchern in Hotels
- **Grenzen: hoher Skalierungsaufwand, Legitimierungsschwierigkeiten (libertärer Paternalismus)**

Quelle: UBA 2017b

“Behaviour change: From consumption choices to social practices”

- **Fokus auf Praktiken des Alltagshandelns**
- **Einflussfaktoren: kulturelle Normen, Infrastrukturen, wie z. B. Gebäude-, Energie- und IKT-Systeme, Kompetenzen**
- **Fokus auf Ursachen eines nicht-nachhaltigen Konsums anstatt auf individuellen Verhaltensänderungen**
- **Anerkennung der Komplexität, Kontextualität und Vielfalt sozialer Praktiken**

Quelle: Heiskanen und Laakso 2020

Politik für nachhaltigen Kleidungskonsum

Ziele:

- **Absolute Konsummenge durch eine längere Nutzung von Kleidungsstücken verringern**
- **Anteil von nachhaltig produzierten Textilien am gesamten Bekleidungsmarkt erhöhen**

Ausgewählte Maßnahmen:

- **Erhöhung des Einsatzes von Bio-Baumwolle und Recyclingfasern im öffentlichen Beschaffungswesen**
- **Steigerung der Bekanntheit von empfehlenswerten Nachhaltigkeitssiegeln (Grüner Knopf?)**
- **Förderung von Geschäftsmodellen für nachhaltigen Kleidungskonsum**

Quelle: BMU/BMJV/BMEL 2016

Vielen Dank.

Maike Gossen
IÖW – Institut für ökologische Wirtschaftsforschung, Berlin
Maike.Gossen@ioew.de

18.11.2019

i | ö | w

Bildquellen

- Folie 4: https://www.findeling.de/muenchen/laden/louloute-laden-naehatelier; https://www.bundjugend-berlin.de/termin/tauschmarkt/; https://www.tchibo-share.de/?cookiesAccepted=1; https://utopia.de/ratgeber/slow-fashion-ein-konzept-fuer-bessere-mode/; http://dreamsoflinen.com/7-ways-of-slow-fashion/
- Folie 10: https://en.wikipedia.org/wiki/Doughnut_(economic_model); https://hrtoday.ch/de/article/geteilte-verantwortung-doppeltes-know-how-fuenf-tipps-fuer-erfolgreiches-job-und-topsharing; https://www.uni-flensburg.de/nec/forschung/ehss/

Literaturquellen

- BMU/BMJV/BMEL (2016). Nationales Programm für nachhaltigen Konsum. Gesellschaftlicher Wandel durch einen nachhaltigen Lebensstil, Berlin.
- Greenpeace (2017): Usage & Attitude „Selbstreflexion Modekonsum“, Ergebnisbericht.
- Heiskanen, E., Laakso, S. (2020): From information provision to nudging and social practice thory.
- Henseling, Christine (2018): Nutzungsmuster von Plattformen des Peer-to-Peer Sharing. Seiten 53-69. In: Behrendt et al. (2018): Digitale Kultur des Teilens, Springer.
- Ludmann, Sabrina (2018): Ökologische Betrachtung des Peer-to-Peer Sharing. Seiten 71-93. In: Behrendt et al. (2018): Digitale Kultur des Teilens, Springer.
- Scholl et al. (2017): Teilen digital: Verbreitung, Zielgruppen und Potenziale des Peer-to-Peer Sharing in Deutschland. Praxisbroschüre.
- UBA (2017a). Grüne Produkte in Deutschland 2017. Marktbeobachtungen für die Umweltpolitik, Dessau.
- UBA (2017b): Nudge-Ansätze beim nachhaltigen Konsum: Ermittlung und Entwicklung von Maßnahmen zum „Anstoßen“ nachhaltiger Konsummuster, Dessau.