



© 22 November 2018, 13:30 (CET)

GREENPEACE-PROTEST VOR „BLACK FRIDAY“ IN HAMBURGER EINKAUFSMEILE



An „Black Friday“ und „Cyber Monday“ gehen vor allem günstige Elektronik und Mode-Artikel über die Ladentheke – Waren, die mit hohem Ressourceneinsatz und häufig mit Umweltschäden gefertigt werden. Untersuchungen der Greenpeace-Kampagne „Detox“ belegen, dass beispielsweise Textil-Fabriken in China, Bangladesch und Indien Flüsse und Trinkwasser vergiften. Dabei steigt der Konsum von Textilien stetig an: Die weltweite Bekleidungsproduktion hat sich seit dem Jahr 2000 mehr als verdoppelt, die Tragezeit von Textilien jedoch halbiert. „Die meisten Menschen wissen, dass sie bereits mehr Sachen haben, als in ihre Kleiderschränke und Regale passen“, sagt Viola Wohlgemuth, Konsum-Expertin von Greenpeace. „Schnäppchentage heizen jedoch den Konsum von Billigmode und Elektronik weiter an. So wird der Black Friday zu einem schwarzen Tag für die Umwelt.“ Als kreative Alternative zum Schnäppchenshoppen starten Greenpeace und Partner-Organisationen ab Samstag, 24. November 2018, die MAKE SMTHNG Week.

Wie man bereits vorhandenen Dingen ein zweites Leben schenken, sie reparieren und verschönern kann, zeigt MAKE SMTHNG: Die Aktionswoche findet ab Samstag weltweit in 40 Ländern statt und bietet zahlreiche Events mit Kreativen und Künstlern, die in kostenlosen Workshops Fähigkeiten aus den Bereichen Upcycling, Reparatur, DIY und Zero Waste vermitteln. In Deutschland laden die Partner-Organisationen Greenpeace, Fashion Revolution, #Breakfreefromplastic, Shareable, Fab Lab, The Restart Project und Arts Thread vom 24. November bis 2. Dezember 2018 zu über 150 Events in 50 Städten ein (Informationen unter www.makesmthng.org/de).

DAS MAKE SMTHNG MOTTO: „MAKE SOMETHING - BUY NOTHING“

„Die MAKE SMTHNG Week bietet einen kreativen Ausweg aus unserem verschwenderischen Konsumverhalten“, sagt Wohlgemuth. „Wir bringen Menschen zusammen und zeigen alltagstaugliche Alternativen zum Schnäppchenshopping auf.“

Nach einer repräsentativen Umfrage, die Greenpeace vergangene Woche veröffentlichte, gehören Online-Einkäufe für die Deutschen zum Alltag: Vier von fünf Befragten haben in den letzten zwölf Monaten Kleidung, Schuhe und Elektronik online erworben. Wer viel bestellt, schickt auch viel zurück: Vor allem „Heavy Shopper“ schicken regelmäßig Waren zurück oder bestellen oft schon mit dieser Absicht. Gleichzeitig wissen die wenigsten, dass Retouren häufig gar nicht weiterverkauft werden, sondern im Müll landen.

ÜBER GREENPEACE DEUTSCHLAND

Greenpeace ist eine internationale Umweltorganisation, die mit direkten gewaltfreien Aktionen für den Schutz der natürlichen Lebensgrundlagen von Mensch und Natur und Gerechtigkeit für alle Lebewesen kämpft.

GREENPEACE

Greenpeace Deutschland