



© 09 März 2017, 11:30 (CET)

## KURZER KICK FÜR MODISCHEN CHIC



Nach einer repräsentativen Greenpeace-Umfrage besitzen die meisten deutschen Frauen (60 Prozent) bereits mehr Kleidung, als sie benötigen. ([Die Ergebnisse online.](#)) Trotzdem wird weiter eingekauft: Schnell wechselnde Kollektionen und Rabattaktionen treiben die Kauflust an. Ebenfalls 60 Prozent der Frauen fühlen sich nach dem Einkaufen erschöpft und ausgelaugt. „Auf den Kick folgt der Kater“, erklärt Greenpeace-Textilexpertin Alexandra Perschau die Umfrage-Ergebnisse. „Der pausenlose Modekonsum macht Menschen unglücklich und schadet der Umwelt. In den Herstellungsländern vergiften beispielsweise schädliche Textilchemikalien Mensch und Umwelt.“ Mit der Kampagne „Detox“ engagiert sich die Umweltorganisation Greenpeace für eine schadstofffreie Textilherstellung und einen bewussten Konsum von Kleidung.

Die im Auftrag von Greenpeace durchgeführte Umfrage des Institut Nuggets vom Februar 2017 unter 1015 Frauen zwischen 18 und 40 Jahren zeigt auch, dass die Shopping-Lust suchtähnliche Züge annehmen kann. Frauen, die sich von Facebook und Instagram modisch inspirieren lassen, halten ihre selbst gesteckten finanziellen Grenzen beim Kleiderkauf oft nicht ein. Etwa jede Vierte verheimlicht, wieviel Kleidung sie gekauft hat. „In den Sozialen Medien werden pausenlos brandneue Outfits beworben – da fällt es schwer, dem Shopping-Impuls zu widerstehen. Oft folgt ein Gefühl der inneren Leere“, sagt Perschau.

## STATT KLAMOTTEN VON DER STANGE: VINTAGE, UPCYCLING UND DIY

Die Umfrage zeigt, dass Shopping nicht mit dem Kauf von benötigten Waren gleichzusetzen ist. Die Beweggründe sind vielfältig und meist positiv besetzt: Gekauft wird, um sich aufzumuntern, um Stress abzubauen oder das Selbstwertgefühl zu steigern. Rabatte und andere Aktionsangebote führen darüber hinaus bei jeder Zweiten zu ungeplanten Käufen. Trotz des bestehenden Überflusses geben Verbraucherinnen im Durchschnitt jeden Monat fast 100 Euro für Kleidung, Schuhe, Taschen und Accessoires aus. Als wichtigste Kaufkriterien nennen so gut wie alle Frauen Aussehen (96 Prozent) und Preis (85 Prozent), nur die Hälfte haben Interesse an den sozialen Produktionsbedingungen (55 Prozent) und der Umweltverträglichkeit (52 Prozent).

Im Wochenrhythmus bietet die Fast-Fashion-Industrie neue Kollektionen an, anstatt langlebige und hochwertigere Kleidung zu produzieren, die reparierbar und kreislauffähig ist. Doch es zeichnet sich ein neues Bewusstsein unter der Mode-Avantgarde ab: Vintage, Upcycling und Do-It-Yourself sind angesagt, Kleidung als Wegwerfware ist bei den Trendsettern out“, erklärt Perschau. Ein verändertes Konsumverhalten ist essentiell, um die Umweltfolgen der rasant wachsenden Textilindustrie einzudämmen.

Publikationen zum Thema

---

#### 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.

---

 pr.co

**GREENPEACE**

Greenpeace Deutschland