

**PRESSE-
GESPRÄCH**
18.01.2023

MODEKONSUM – HOHER PREIS FÜR UMWELT, KLIMA & MENSCHEN!

Repräsentative Modekonsum-Umfrage: Konsument:innen sind grundsätzlich Schattenseiten des Modekonsums bewusst – Einkaufsverhalten hinkt dem noch nach – Umdenken bei Produzenten, Handel und auch Konsument:innen nötig – AK und Greenpeace für Vernichtungsverbot und langlebigere und recyclingfähige Textilien

LISA PANHUBER
Konsumexpertin, Greenpeace Österreich

NINA TRÖGER
Konsumforscherin, Abteilung Konsument:innenpolitik, AK Wien

GREENPEACE



Umfrage Modekonsum: Mode-Wahnsinn mit Folgen für Umwelt und Menschen – Bewusstsein für Umdenken bei Konsument:innen grundsätzlich da! AK und Greenpeace für Vernichtungsverbot und langlebigere und recyclingfähige Textilien

Ständig neue Mode-Kollektionen sollen den Menschen vermitteln, dass sie Neues brauchen. Dabei wird rund die Hälfte der Kleidung kaum bis gar nicht getragen – so eine repräsentative Modekonsum-Umfrage von AK und Greenpeace bei 1.506 Österreicher:innen, die das Institut Integral durchführte. Jeder zweite Befragte shoppt bei großen Modeketten sowie Online-Shops, zwei von drei haben im letzten Jahr keine Second Hand-Kleidung gekauft. Für die meisten ist lang tragbare und funktionelle Kleidung wichtig, aber in der Realität ist dann doch meist der Preis ausschlaggebend. Aufgrund der Teuerung geben vier von zehn Befragten an, weniger Gewand einzukaufen. Und jede:r Dritte entsorgt ihre/seine Kleidung im Müll. Vier Fünftel der Befragten stimmen der Aussage zu, die Umwelt werde durch Kleiderüberproduktion massiv belastet (86 Prozent) und Fast Fashion sei ein großes Übel (81 Prozent). Auch der Wunsch nach gesetzlichen Regulierungen ist groß.

Junge (16 bis 29 Jahre) shoppen etwas anders: Sie kaufen mehr Second Hand, nutzen Kleidung kürzer, folgen schnellen Modetrends stärker und vertrauen den Nachhaltigkeitsversprechen von Unternehmen stärker.

Konsumforscherin Nina Tröger, AK Konsument:innenpolitik: „Obwohl Konsument:innen die Schattenseiten der Modebranche bewusst sind, sind oft ein günstiger Preis und Bequemlichkeit, Stichwort Online-Shopping bestimmend. Der Preis, den Umwelt, Klima und Arbeiter:innen hingegen für Kleidung zahlen ist enorm. Es wird zu viel produziert und weggeworfen, Kleidung wird zu kurz getragen. Es braucht Änderungen im Verhalten – ein Umdenken bei Produzenten, Händler:innen, aber auch Konsument:innen – und gesetzliche Regeln.“

Lisa Panhuber, Konsumexpertin Greenpeace Österreich: „Die Trends von heute sind morgen schon wieder Müll. Die Fast Fashion-Industrie heizt die Klimakrise an, verschmutzt Flüsse und Meere und ist für untragbare Arbeitsbedingungen für Millionen von Menschen verantwortlich. Die verantwortlichen Konzernchefs und Politiker:innen müssen diesen Wahnsinn stoppen und die Modeindustrie auf neue Beine stellen. In einer klimaverträglichen Welt kaufen wir nicht Wegwerfkleidung, sondern können in vielen Geschäften Second Hand-Kleidung kaufen, Mode ausleihen tauschen und reparieren.“

AK und Greenpeace fordern:

- + Vernichtungsverbot neuwertiger Waren rasch gesetzlich verankern;
- + mehr Förderungen für Reparaturdienstleistungen sowie Leih- und Sharingsysteme;
- + ein starkes EU-Lieferkettengesetz entlang der globalen Lieferkette, das auch für mehr Lohngerechtigkeit sorgt.

Zur Befragung Modekonsum

In einer repräsentativen Umfrage zum Kleiderkonsum befragte das Institut Integral im Auftrag von Greenpeace und Arbeiterkammer Wien 1.506 Österreicher:innen hinsichtlich ihres Kleidungskonsums sowie ihrer Einstellungen dazu. Die Befragung fand im November 2022 statt.

Modekonsum-Umfrage zeigt, wie Österreich über den Modekonsum denkt

Kleidung bleibt oft im Kasten, Modeketten und Online-Shops sind „Burner“

- + Die Befragten geben im Schnitt jährlich 792 Euro für Bekleidung aus.
- + Rund die Hälfte der Kleidung wird nur gelegentlich bis gar nicht getragen.

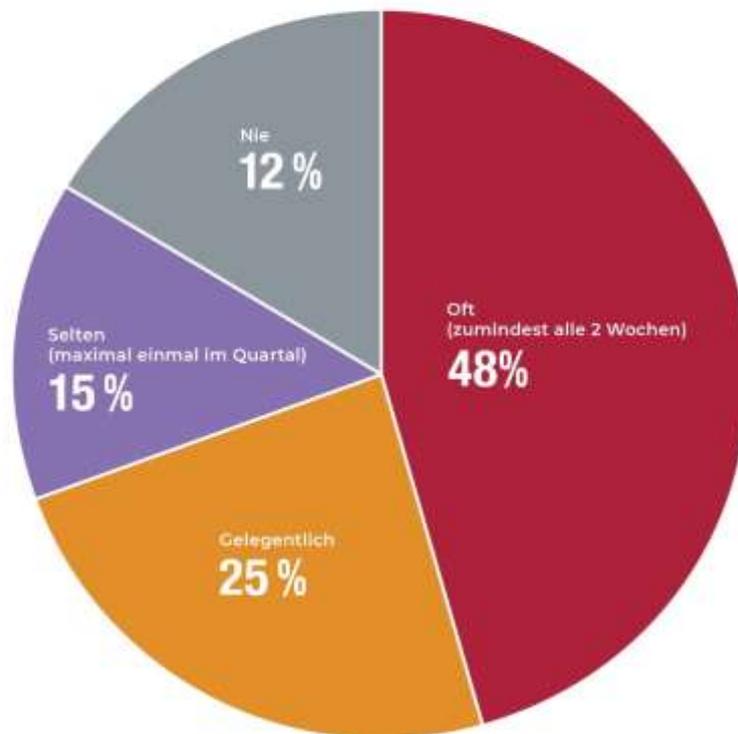
+ Die meisten Befragten sagen, sehr oder eher auf Funktionalität (92 Prozent) sowie hohe Qualität und Verarbeitung (85 Prozent) zu achten. Aber auch der günstigste Preis ist für 78 Prozent sehr oder eher kaufentscheidend, während deutlich weniger Befragte hohe Umwelt- (44 Prozent) oder Sozialstandards (40 Prozent) nannten.

+ Die Hälfte der Befragten kauft in Filialen von großen Modeketten wie H&M oder Zara (49 Prozent) ein sowie in Online-Shops oder aus Katalogen von großen Händler:innen wie Amazon oder Shein (48 Prozent). Dabei meinte wiederum die Hälfte, gern zu bestellen, weil es praktisch ist.

+ Unter den Befragten herrscht Einigkeit darüber (92 Prozent), dass Menschen zu viel Kleidung kaufen.

+ Im Schnitt geben die Befragten an, im letzten Jahr 18 Kleidungsstücke gekauft zu haben (liegt deutlich unterhalb den 50 bis 60 Kleidungsstücken pro Person und Jahr, die etwa Handelsbilanzen ausweisen).

IM LETZTEN JAHR GETRAGENE KLEIDUNG



FT2: Wie hoch schätzen Sie den Anteil Ihrer Bekleidung ein, den Sie im letzten Jahr getragen haben?

Quelle: INTEGRAL Onlinebefragung, n=1.506 Personen 16-75 Jahre in Österreich
Studie von Greenpeace und AK

NUTZUNGSDAUER

ca. *** Jahre	GESAMT	GESCHLECHT		ALTER			SCHULBILDUNG			HH NETTO-EINKOMMEN	
		Männer	Frauen	16 bis 29 Jahre	30 bis 59 Jahre	60 bis 75 Jahre	Pflichtschule	Fachschule, Lehre	Matura, Uni	Bis € 2.000	Mehr als € 2.000
		n=750	n=752	n=333	n=849	n=324	n=339	n=704	n=662	n=425	n=1.039
Jacken, Mäntel	4,8	4,4	5	3,3	5,2	5,2	4,9	4,5	5,1	5	4,7
Pyjamas, Nachthemden	4,4	3,9	4,7	2,8	4,8	5	4,5	4,3	4,4	4,4	4,4
Röcke und Kleider	4	3,9	4,3	2,8	4,2	4,9	3,3	4,1	4,4	4	4
Oberteile langärmelig	3,7	3,4	3,9	2,5	4,1	3,8	4	3,3	4	3,8	3,6
Sportbekleidung	3,5	3,2	3,8	2,4	3,8	3,9	3,7	3,3	3,7	4,1	3,3
Oberteile kurzärmelig/ ärmellos	3,4	3	3,7	2,2	3,7	3,7	3,6	3,2	3,6	3,7	3,3
Hosen (kurz sowie lang)	3,3	3,1	3,5	2,3	3,6	3,5	3,5	3,1	3,5	3,6	3,2
Schuhe	2,9	2,6	3,1	1,8	3,2	3,1	3,2	2,6	3	3	2,8

FT3: Wie lange nutzen Sie Ihre Bekleidungsstücke durchschnittlich, bevor Sie diese aussortieren?

Angaben in Jahren

■ überdurchschnittlich ■ unterdurchschnittlich

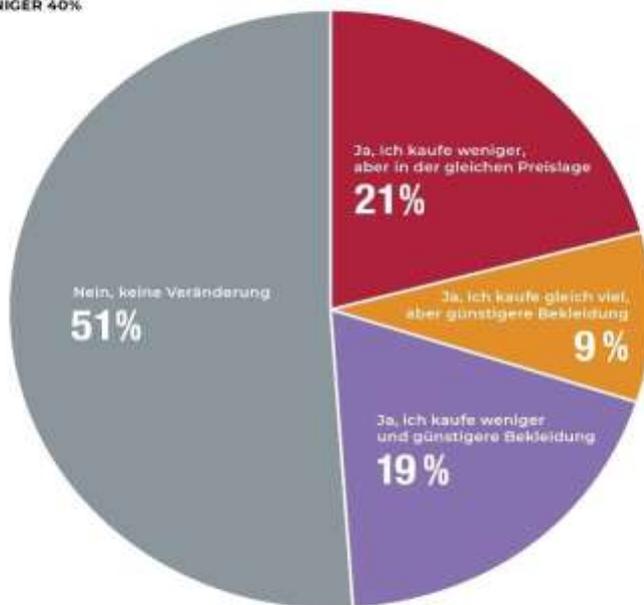
Quelle: INTEGRAL Onlinebefragung, n=1.506 Personen 16-75 Jahre in Österreich. Studie von Greenpeace und AK.

Fast-Fashion ist ein Übel, Teuerung ändert Einkaufsverhalten

- + Vier Fünftel der Befragten stimmen der Aussage zu, die Umwelt werde durch Kleiderüberproduktion massiv belastet (86 Prozent) und Fast Fashion sei ein großes Übel (81 Prozent).
- + Demgegenüber geben jedoch rund zwei Drittel der Befragten an, im letzten Jahr keine Second Hand-Mode gekauft oder Tauschbörsen genutzt zu haben.
- + Teuerung ändert Einkaufsverhalten: Vier von Zehn sagen aufgrund der Teuerungen weniger zu kaufen. Davon kauft rund die Hälfte weniger Kleidung, gibt aber dafür gleich viel aus, die andere Hälfte spart noch mehr – kauft weniger und günstiger.
- + 43 Prozent der Befragten drücken ihre Bereitschaft aus, teurere und langlebigere Produkte zu kaufen – haben das aber bisher noch nicht getan.
- + Rund die Hälfte (52 Prozent) der Befragten sagt, aussortierte Kleidung in Textilboxen zu geben, jede:r Dritte entsorgt sie im Müll.

VERÄNDERTES EINKAUFsverhalten AUFGRUND DER TEUERUNGEN

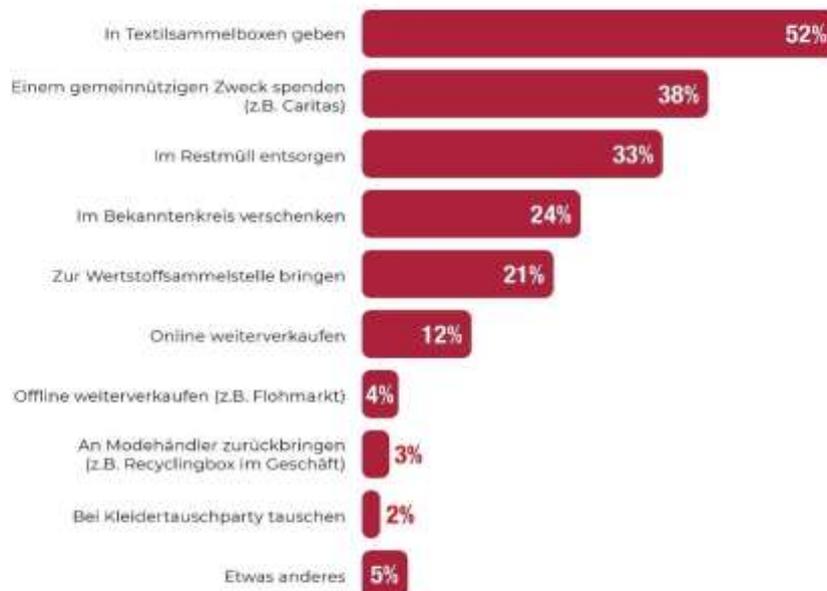
KAUFEN WENIGER 40%



F15: Hat sich Ihr Einkaufsverhalten für Bekleidung und Schuhe in den vergangenen sechs Monaten aufgrund der Teuerung verändert?

Quelle: INTEGRAL Onlinebefragung, n=1.506 Personen 16-75 Jahre in Österreich
Studie von Greenpeace und AK

AUSSORTIERTE KLEIDUNG – WOHIN DAMIT?



F15: Was haben Sie in den letzten 12 Monaten üblicherweise mit Ihrer Bekleidung gemacht, wenn Sie diese aussortiert haben?

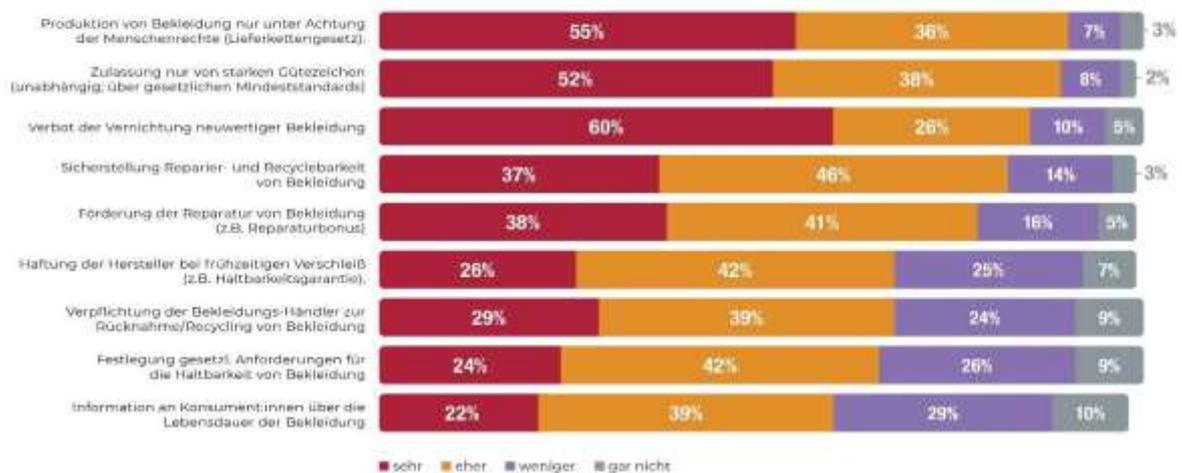
Quelle: INTEGRAL Onlinebefragung, n=1.506 Personen 16-75 Jahre in Österreich
Studie von Greenpeace und AK

Mehrheit für Lieferkettengesetz, längere Nutzungsdauer und Konsumreduktion

+ Die Zustimmung zu gesetzlichen Regulierungen ist hoch: 91 Prozent sind für ein Lieferkettengesetz und 86 Prozent für ein Vernichtungsverbot für Neuwaren.

+ Auch eine dringend benötigte längere Nutzungsdauer von Produkten und die Reduktion von Konsum insgesamt spiegeln sich in der Zustimmung zu reparier- oder recycelbarer Kleidung (83 Prozent), staatlicher Förderung von Reparatur (79 Prozent) und gesetzlichen Mindestanforderungen für die Haltbarkeit von Kleidung (66 Prozent) wider.

AUSSAGEN ZU MASSNAHMEN IN BEZUG AUF KLEIDUNG



© In den folgenden Seiten Sie verschiedene Aussagen zu Maßnahmen für Politik und Unternehmen in Bezug auf Bekleidung (Kleidung und Schuhe), inwiefern stimmen Sie diesen Aussagen zu?
Quelle: INTIGAL, Onlinebefragung, n=508 Personen 16-75 Jahre in Österreich
Studie von Greenpeace und Aik.

Anmerkung zur Grafik: Abweichungen von 100 Prozent sind Rundungsdifferenzen

Modekonsum-Umfrage – Junge ticken anders als der Durchschnitt

Kaufen mehr Kleidung, auch Second Hand, nutzen sie kürzer, Modetrends wichtig, Reparieren nicht großgeschrieben

Die Befragung zeigt bei jungen Erwachsenen (16 bis 29 Jahre) ein unterschiedliches Verhalten im Vergleich zum Durchschnitt bzw. den älteren Altersgruppen.

+ Die Anzahl der Kleidungsstücke, die junge Menschen im letzten Jahr kauften, liegt deutlich über dem Schnitt (27 zu 18).

+ Junge kaufen zugleich viel mehr Second Hand (sowohl online als auch offline – je rund 50 Prozent) im Vergleich zu Älteren (60 – 75 Jahre, online: zehn Prozent; offline 22 Prozent), auch Kleidertauschpartys sind beliebt.

+ Junge Menschen bestellen deutlich häufiger online als andere Altersgruppen. Sie senden öfter etwas retour, auch weil sie mehrerer Größen anfordern und online generell mehr bestellen, da sie nicht wissen, ob die Kleidung gefällt.

+ Junge tragen Kleidungsstücke auffällig kürzer als der Schnitt (insbesondere bei Jacken/Mäntel beträgt sie bei Jungen nur 3,3; Mittlere und Ältere: 5,2 Jahre; kurze Oberteile: Junge 2,2, Mittlere und Ältere: 3,7 Jahre).

- + Kaputte Kleidung ist zwar auch der Hauptgrund fürs Aussortieren, aber der Anteil ist mit 57 Prozent deutlich geringer als im Durchschnitt mit 75 Prozent. Jede:r fünfte Jugendliche sortiert wegen mangelnden Stils aus, bei Älteren ist es nur jede:r Zehnte.
- + Junge Menschen sind beim Reparieren weniger aktiv als Ältere (38 Prozent zu 60), jedoch teilen sie Kleidung mit anderen öfter, diese Praktik ist bei Älteren so gut wie gar nicht vorhanden (Junge: 37 Prozent, Ältere: drei Prozent).
- + Mode ist laut jungen Menschen ein wichtiger Ausdruck von Persönlichkeit (Jüngere: 66 Prozent; Ältere: 45 Prozent) und ein Zeichen von Erfolg (59 Prozent zu 46 Prozent). Daher sind ihnen auch neue Modetrends wichtig (30 Prozent; Ältere: sechs Prozent).
- + Jugendliche sind etwas gutgläubiger und denken, die Nachhaltigkeit im Textilbereich ist auf einem guten Weg: Kleidung aus Textilsammelboxen kommt bei Menschen an, die sie brauchen (Junge: 68 Prozent; Ältere 57 Prozent); Recycling funktioniert gut (49 Prozent zu 37 Prozent); Modeindustrie tut viel für Nachhaltigkeit (49 Prozent zu 23 Prozent).

Mode-Schattenseiten sind Konsument:innen bewusst, Kaufverhalten anders

„Bei den Ergebnissen zeigt sich eine große Unstimmigkeit zwischen dem Problembewusstsein der Menschen und ihrem Handeln“, resümiert AK Konsumforscherin Nina Tröger. „Das Bedürfnis der Befragten nach Funktionalität und Langlebigkeit von Kleidung ist grundsätzlich hoch. In der Realität ist trotzdem oft der Preis oder Bequemlichkeit, Stichwort Versandhandel kaufentscheidend. Die sozialen und ökologischen Auswirkungen spielen nur eine untergeordnete Rolle. Das Bewusstsein und die Bereitschaft der Menschen zum nachhaltigeren Konsum allein werden nicht ausreichen. Der hohe Preis von fairer Mode, das geringe Angebot von Second Hand, Reparatur und Tauschmöglichkeiten und der soziale Druck durch ständige Werbung von neuen Trends spielen eine entscheidende Rolle. Gesetzliche Mindeststandards, Grenzen für Fast Fashion und staatliche Förderung alternativer Konsummöglichkeiten sind dringend nötig und finden unter den Befragten breite Zustimmung.“

Fast Fashion als Umwelt- und Klimakiller

Lisa Panhuber, Konsumexpertin Greenpeace Österreich: „Die globale Textilindustrie ist für fünf bis zehn Prozent der globalen Treibhausgasemissionen verantwortlich. Gigantisch ist auch der Wasserverbrauch der Textilproduktion, der mit 93 Milliarden Kubikmeter jährlich in etwa dem doppelten Fassungsvermögen des Bodensees entspricht.“

Miserable Arbeitsbedingungen

„Auch die sozialen Schattenseiten der Textilindustrie sind groß“, so Panhuber. So bezeichnete etwa der Wissenschaftliche Dienst des EU-Parlaments in einem Bericht die Arbeitsbedingungen in der asiatischen Textilindustrie als Sklaverei ähnlich. Die Clean Clothes Campaign prangert Hungerlöhne, gefährliche Arbeitsplätze, fehlende Jobsicherheit und Rechtsverbindlichkeit, Verletzung oder Mangel von Arbeiter:innenrechten, Diskriminierung, Kinderarbeit und schlechte gewerkschaftliche Organisation oder sogar Union Busting an. So erhält ein:e Textilarbeiter:in durchschnittlich nur etwa 0,6 Prozent des Preises eines T-Shirts als Lohn. In osteuropäischen Ländern, die hauptsächlich für den westeuropäischen Markt produzieren, beträgt der gesetzliche Mindestlohn in der Textilbranche etwa 20 bis 30 Prozent eines existenzsichernden Lohns, wird oft aber nicht einmal gezahlt.

„Die Arbeitszeiten in der Textilproduktion sind ebenfalls extrem. In einem jüngst von uns veröffentlichten Bericht über den Ultra-Fast-Fashion-Konzern Shein ist von elf Stunden pro Tag an 29 Tagen im Monat und sogar von zwölf bis 14 Stunden pro Tag im Hauptwarenlager in Foshan die Rede“, erzählt Panhuber.

Ab in den Müll

Auch am Ende des zu kurzen Lebenszyklus gibt es gravierende Auswirkungen. Nur der geringste Teil entsorgter Kleidung wird recycelt. Der größte Teil wird noch in den Ländern des Globalen Nordens verbrannt oder in den Globalen Süden exportiert und flutet dort die Textilmärkte, wird verbrannt oder landet im Müll. So wurden 2018 in Österreich 170.042 Tonnen Textilabfälle verbrannt und 41.000 Tonnen getragene Kleidung exportiert, aber nur 15.071 Tonnen recycelt. Weltweit wird jede Sekunde eine Lkw-Ladung an Kleidungsstücken verbrannt oder auf einer Mülldeponie entsorgt.

Durch die ungehemmte Überproduktion von Kleidung im Kontext von Trends wie Fast Fashion, Saisonmode und den boomenden Online-Versandhandel werden die katastrophalen Auswirkungen der Textilindustrie multipliziert.

Was es braucht: Umdenken, Vernichtungsverbot, Förderungen für Reparaturen, starkes Lieferkettengesetz

„Von der Herstellung bis hin zur Entsorgung hat Mode, vor allem Fast Fashion einen großen Einfluss auf das Klima“, sagt Lisa Panhuber, Konsumexpertin, Greenpeace Österreich. „Dazu kommen noch die sozialen Schattenseiten der Textilindustrie, vor allem im Globalen Süden und in Osteuropa stehen schlechte Arbeitsbedingungen und Bezahlung, Verletzungen von Rechten sowie extreme Arbeitszeiten an der Tagesordnung. Fast Fashion muss entschleunigt werden, um diese Bedingungen zu stoppen. Die Politik muss für Transparenz und hohe Umwelt- und Sozialstandards sorgen. Hersteller müssen weniger, dafür langlebigere Kollektionen produzieren. Und Konsument:innen muss bewusst sein, dass die Kleidung, die sie schon im eigenen Schrank haben, die nachhaltigste Mode ist.“

+ Vernichtungsverbot neuwertiger Textilien: Derzeit wird ein nationales Vernichtungsverbot für neuwertige Textilien diskutiert. Es muss rasch einen Gesetzesentwurf dazu geben.

+ Förderungen für Reparaturdienstleistungen: Für Reparaturdienstleistungen sowie Leih- und Sharingsysteme soll es mehr Förderungen geben. Ressourcen zu sparen, heißt auch, einmal produzierte Konsumgüter möglichst lange zu nutzen, dafür braucht es Anreize. Reparaturen müssen einfacher und billiger als ein Neukauf sein.

+ Langlebigkeit, Reparierbarkeit und Recyclingfähigkeit: Schon im Design sollen stärker umwelt- und klimaverträgliche Kriterien berücksichtigt werden – dazu braucht es eine rasche Umsetzung der Ökodesign-Verordnung und der Textil-Strategie.

+ EU – starkes Lieferkettengesetz: Hersteller:innen und Händler:innen müssen die Stationen ihrer Lieferkette transparent offenlegen und für Menschenrechtsverletzungen, Gesundheitsschäden oder Umweltschäden in der Produktion haften. Der aktuelle Entwurf der EU-Kommission muss nachgebessert werden, auch mittelgroße Unternehmen erfassen und um stärkere Vorgaben für Klimaschutz ergänzt werden.

+ Mehr Transparenz und starke Gütesiegel: Es braucht mehr Transparenz über Materialien und Herstellung der Produkte, zum Beispiel durch einen digitalen Produktpass und Gütezeichen, die unabhängig kontrolliert werden und besser als gesetzliche Mindeststandards sind. Weiters muss der Gütezeichen-Dschungel durch ein neues Gütezeichen-System (Vorab-Prüfung und Zulassung nur von bestimmten Gütezeichen) reduziert werden.

+ Konzerne – Systemwandel einleiten: In allen Konsumgüterbranchen müssen Produktionszyklen entschleunigt und langlebigere und hochwertig recycelbare Produkte hergestellt werden. Diese Firmen müssen jetzt glaubhaft damit anfangen, Alternativen zum Neukauf anzubieten: Reparatur-Services, Second Hand sowie Angebote zum Mieten, Tauschen oder Teilen.

+ Standardisierung von Kleidungsgrößen: Einheitliche, normierte Kleidungsgrößen würden Konsument:innen beim Online-Kauf unterstützen und helfen, Retouren zu verringern.

Was Konsument:innen im Alltag jetzt schon umsetzen können – konkrete Tipps:

- + Reparieren lassen:** Eine beispielsweise aufgerissene Blusennaht kann genäht werden – können Sie das nicht selbst, fragen Sie im Bekanntenkreis nach oder eine Schneiderei kann's.
- + Weitergeben oder verkaufen:** Nutzen Sie Kleidung nicht mehr, geben Sie sie weiter (etwa im Bekanntenkreis, am Flohmarkt oder online verkaufen) oder spenden Sie sie direkt an vertrauenswürdige gemeinnützige Organisationen (etwa Volkshilfe, Caritas, ...).
- + Second Hand & Co.:** Es muss nicht immer neu sein. Second Hand-Läden sind wahre Fundgruben für gut erhaltene oder ausgefallene Kleidung. Es ist auch möglich, Mode zu leihen oder zu tauschen.
- + Qualität vor Quantität:** Kaufen Sie neue Ware, achten Sie auf hochwertige Kleidung, etwa Gütesiegel für Nachhaltigkeit (vertrauenswürdige starke Gütezeichen sind beispielsweise GOTS, IVN Best, EU Ecolabel, österreichische Umweltzeichen, Blauer Engel). Qualitativ hochwertige, zeitlose Kleidung bleibt länger im Kreislauf als billig produzierte schnelle Trendteile.
- + Online bestellen – Retouren vermeiden:** Bei Online-Bestellungen sollen Retour-Sendungen vermieden werden, da sie hohe Umweltbelastungen verursachen – im schlimmsten Fall wird die Retoure entsorgt. Bei Kleidungskäufen können Sie versuchen, neue Angebote wie beispielsweise digitale Vermessungstechniken zu nutzen, um die richtige Größe auszuwählen.
- + Recyclen lassen:** Bringen Sie alte Kleidung zur Wertstoffsammelstelle, damit sie recycelt wird und daraus zumindest noch Putzlappen oder Dämmmaterial gemacht wird.
- + Nicht in den Restmüll:** Textilien – auch kaputte – gehören nicht in den Restmüll, dort werden sie verbrannt.