



Kann Mode nachhaltig sein? Herausforderungen und Lösungsansätze

- 1. Welchen ökologischen und sozialen Impact hat der Textilkonsum?**
- 2. Wie können textile Wertschöpfungsketten nachhaltiger werden?**
- 3. Welche Rolle spielt der Verbraucher?**



Kann Mode nachhaltig sein? Herausforderungen und Lösungsansätze

1. **Welchen ökologischen und sozialen Impact hat der Textilkosum?**
2. **Wie können textile Wertschöpfungsketten nachhaltiger werden?**
3. **Welche Rolle spielt der Verbraucher?**



- Der Umsatz mit Textilien wird 2023 weltweit auf ca. 535 Mrd. € geschätzt (D.: 14%). Angenommene Wachstumsraten: 10% pro Jahr (Statista)
- Die Modeindustrie unterstützt die Beschäftigung von rund 1,3 Millionen Menschen in Deutschland, 770.000 von ihnen sind direkt in der Branche tätig (<https://fashionunited.de/zahlen-und-fakten-zur-deutschen-modeindustrie>)
- 50-60 Kleidungsstücke/Schuhe kaufen deutsche Konsumenten im Schnitt jedes Jahr. Budget: 800 € (Statista)
- Im Durchschnitt besitzt jede erwachsene Person in Deutschland fast 100 Kleidungsstücke. Fast 20% davon werden selten oder gar nicht getragen. (Studie von 2015: https://www.greenpeace.de/publikationen/20151123_greenpeace_modekonsum_flyer.pdf)

Rohstoffe früher und heute

19. Jahrhundert



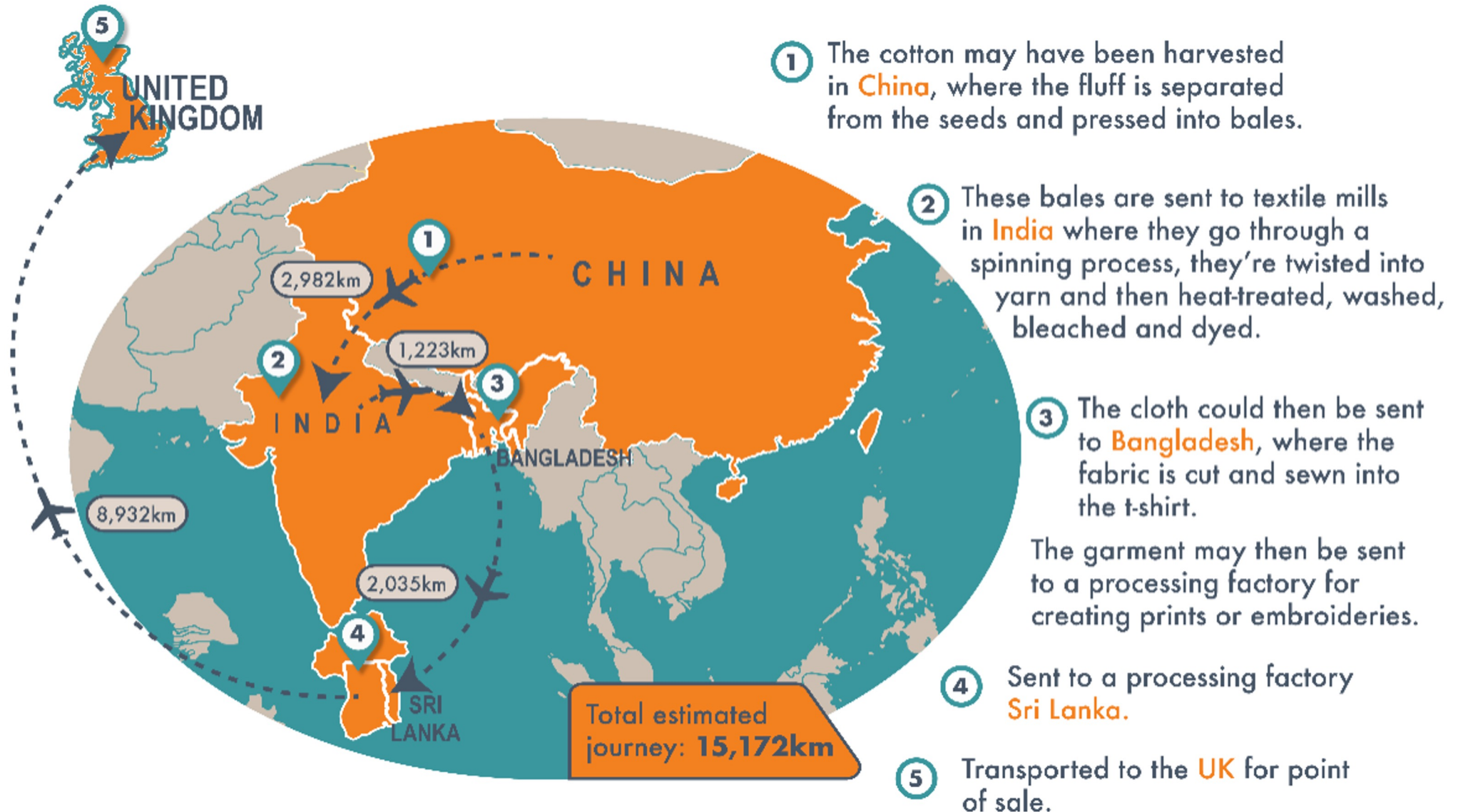
Dezentralisiert an verschiedenen Orten in Europa;
Materialien: Schafwolle, Flachs und Hanf; bis zum Ende des 18. Jahrhunderts war die Schafzucht in Deutschland eine Erfolgsgeschichte. Rund 30 Millionen Schafe wurden allein für die Wollproduktion gehalten. Schafbestand 2022 in Deutschland: 1,5 Millionen.

Heute

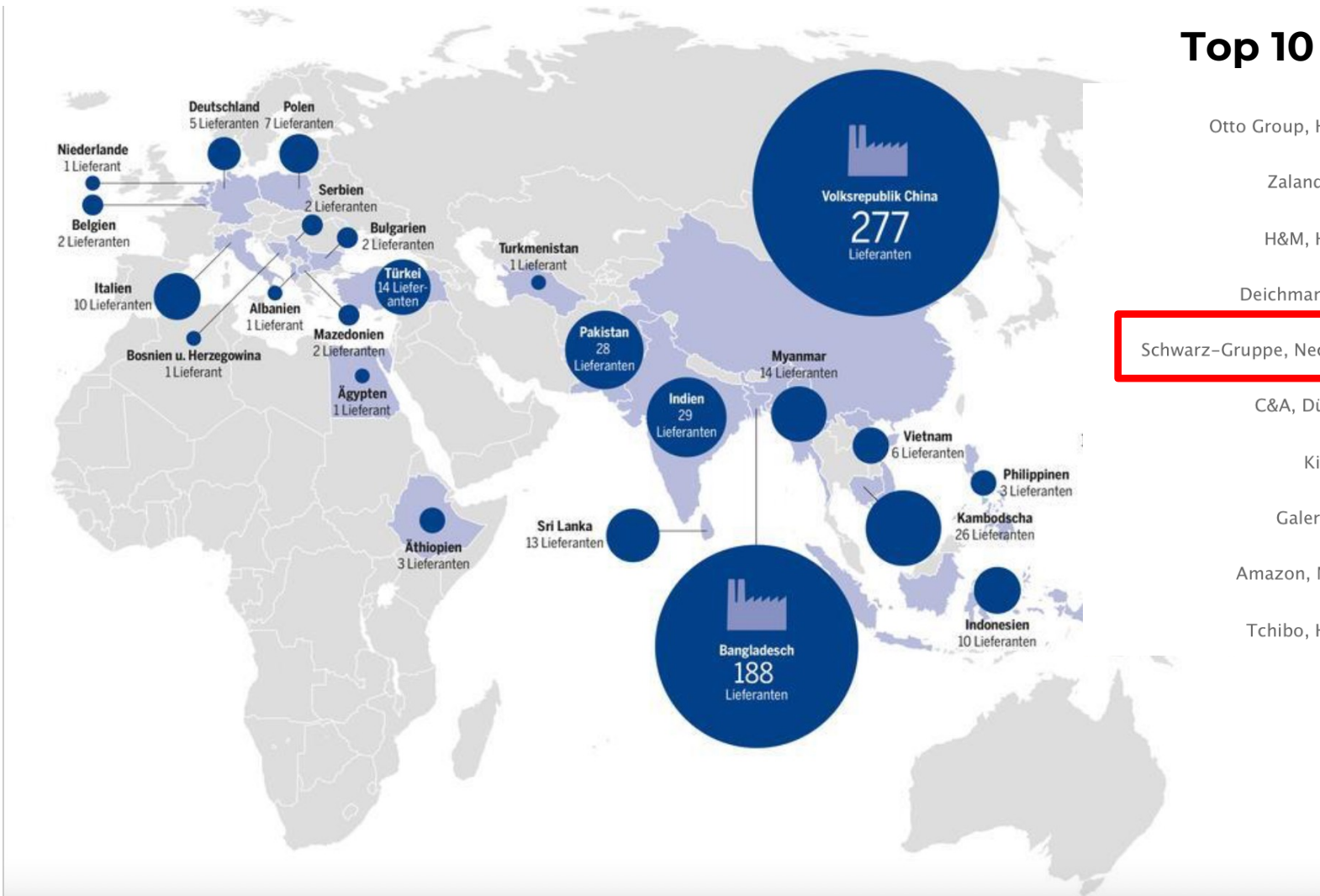


Rund 50 Prozent der weltweiten Textilien bestehen aus Baumwolle. Dieser wird auf rund 30 Millionen Hektar (2 % der Ackerfläche) angebaut. Die jährliche Produktionsmenge beträgt rund 25 Millionen Tonnen. Indien und China sind mit jeweils über 6 Millionen Tonnen die größten Baumwollproduzenten der Welt.

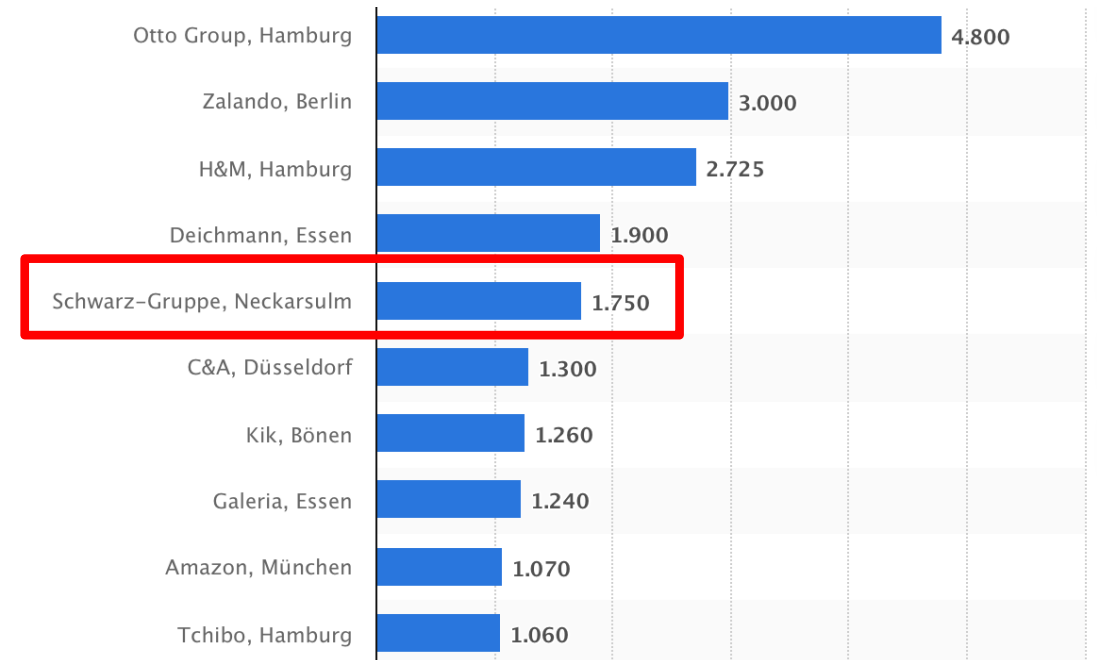
21st century: Logistics 15,172 km for a tshirt



650 Lieferanten von Lidl (Textilien & Schuhe)



Top 10 Bekleidungshändler in D. (2021)



Auswirkungen der (Fast-)Fashion-Wertschöpfungskette



Source: <https://www.krone.at/2562900#fb-10555-9159cb8b>; 01.10.2023

Abfall- und Deponielandschaften

Jährlich fallen 92 Millionen Tonnen Textilabfälle an
Von den 100 Milliarden Kleidungsstücken, die jedes Jahr produziert werden, landen 92 Millionen Tonnen auf Mülldeponien (85% aller Textilien). Zum Vergleich: Das bedeutet, dass pro Sekunde das Äquivalent eines Müllwagens voller Kleidung auf Mülldeponien landet. Wenn sich der Trend fortsetzt, wird erwartet, dass die Zahl der Fast-Fashion-Abfälle auf bis zu 134 Tonnen pro Jahr bis zum Ende des Jahrzehnts ansteigen wird. (<https://earth.org/statistics-about-fast-fashion-waste/>, retrieved 01.10.2023)



<https://earth.org/statistics-about-fast-fashion-waste/>



<https://netzfrauen.org/2023/01/09/fashion-9/>



<https://www.ft.com/content/39847318-ab6c-45f2-80b1-e1ea384f3596>

ökologische und soziale Auswirkungen der Textilwirtschaft ¹



8-10 % der weltweiten Treibhausgasemissionen ²



17 bis 20 Prozent der weltweiten Industrieabwässer in der Textilveredelung



ca. 1/3 des weltweiten Mikroplastiks stammt aus synthetischer Kleidung



ca. 4,5 Mio. tn. Kleidung landen allein in Europa p.a. auf der Deponie



ca. 200 Mio. überwiegend Frauen arbeiten in der Textilwirtschaft, oft unter unwürdigen Bedingungen, gewerkschaftlichen Schutz und für Löhne, die



ihren Lebensunterhalt nicht garantieren ³

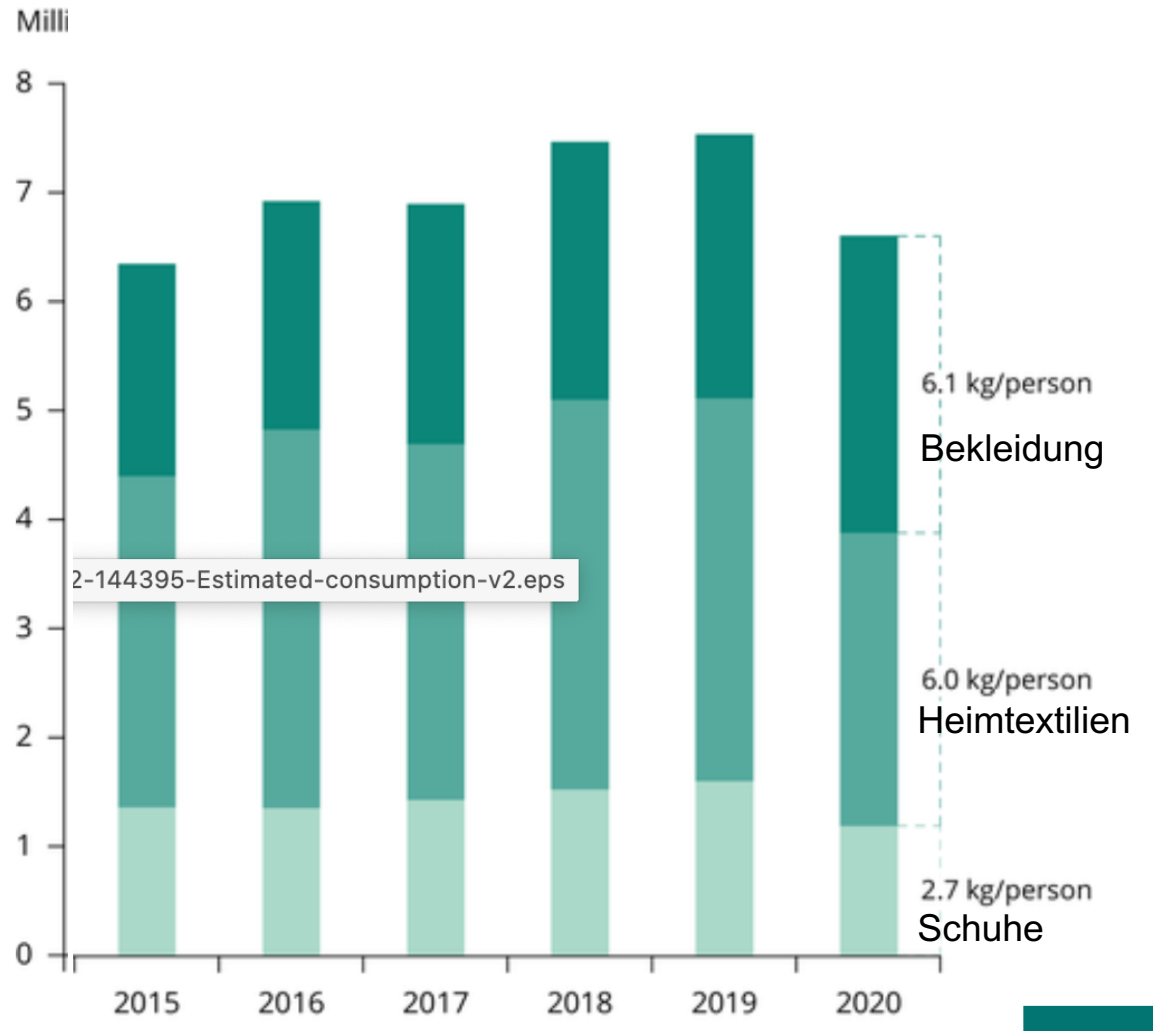
1. <https://doi.org/10.3389/fenvs.2022.973102>

2. https://www.idos-research.de/uploads/media/DIE_Publikation_Textilwirtschaft_2019.pdf

3. <https://www.europarl.europa.eu/news/en/headlines/society/20201208STO93327/the-impact-of-textile-production-and-waste-on-the-environment-infographic>

Kauf von Bekleidung, Schuhen und Heimtextilien in der EU-27

(pro Person, in Kilogramm)

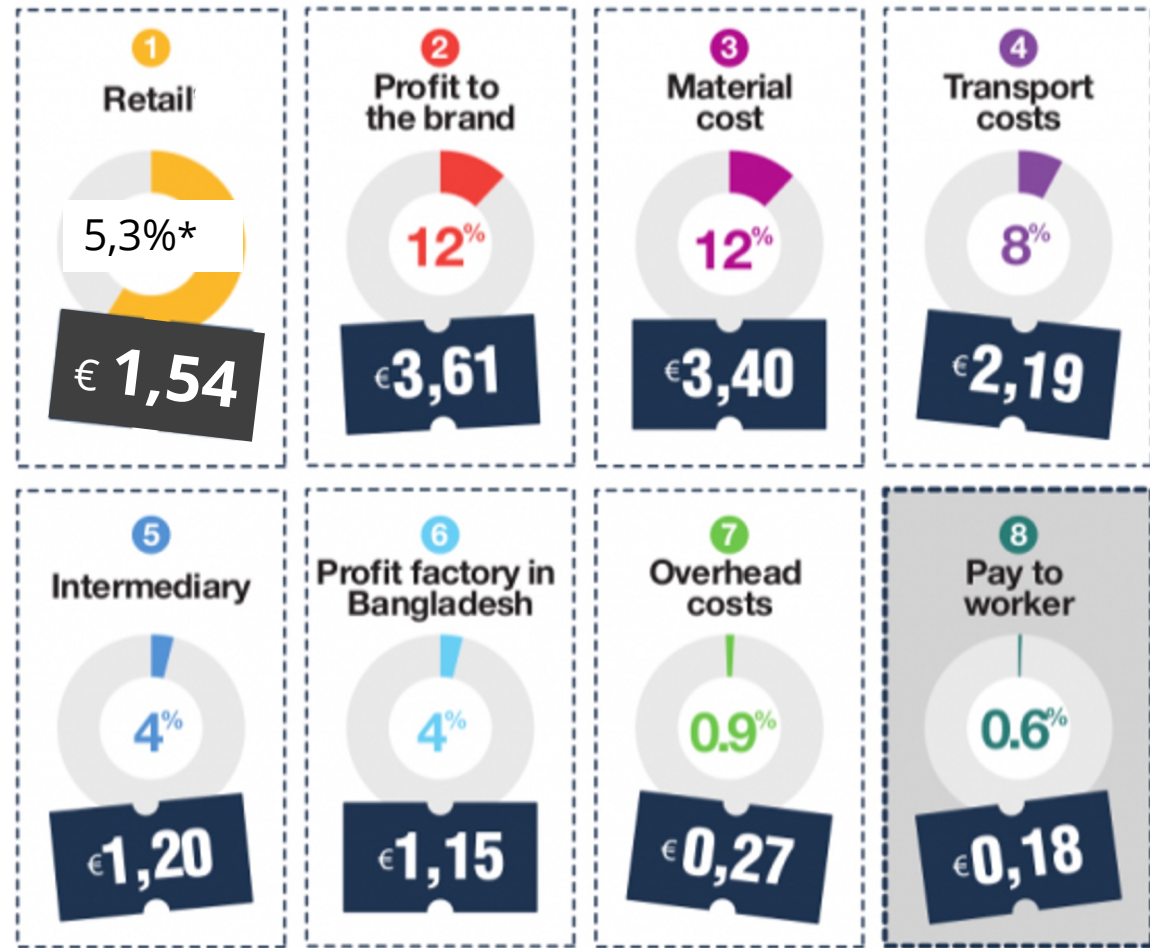


Impact per kg

- 26 kg Rohstoffe
- 600 l Wasser
- 27 qm Landverbrauch
- 18 kg CO₂-Äquivalente

Wer verdient wieviel?

Eine Erhöhung des Verkaufspreises um weniger als 1% reicht aus, um das Gehalt der Menschen in der Entwicklungsländer zu verdoppeln!



https://ec.europa.eu/international-partnerships/stories/fashionchecker-calling-living-wage-garment-workers-and-more-transparent-supply-chain_en

* Beispiel: EBT-Marge (Gewinn vor Steuern/Umsatz) von Zalando in 2021.



Kann Mode nachhaltig sein? Herausforderungen und Lösungsansätze

1. Welchen ökologischen und sozialen Impact hat der Textilkonsum?
2. **Wie können textile Wertschöpfungsketten nachhaltiger werden?**
3. Welche Rolle spielt der Verbraucher?



**Sustainable Textiles
Switzerland 2030**

Target 1.
Reduction of
greenhouse gas
emissions.

Target 2.
Promotion of fair
wages and humane
working conditions
for all.

Target 3.
Promotion of
innovative business
models toward a
circular economy.

Target 4.
Transparency to
ensure that sustainable
purchasing decisions
can be made.



**Sustainable Textiles
Switzerland 2030**

Targets and Roadmap

Sustainable Textiles Switzerland 2030 (STS 2030) is a multi-stakeholder program with the mission to contribute significantly to the achievement of the Sustainable Development Goals (SDGs) in the Swiss textile and clothing sector along the entire value chain.

On the basis of the UN's Sustainable Development Goals (SDGs), targets and measures for a more sustainable Swiss textile and clothing sector were developed as part of the STS 2030 program. Actors from the Swiss textile and clothing sector can commit to the STS 2030 targets and the resulting measures. The actors commit themselves equally to all targets and measure their progress annually. A timetable is set for the implementation of the measures, which is presented in the roadmap.

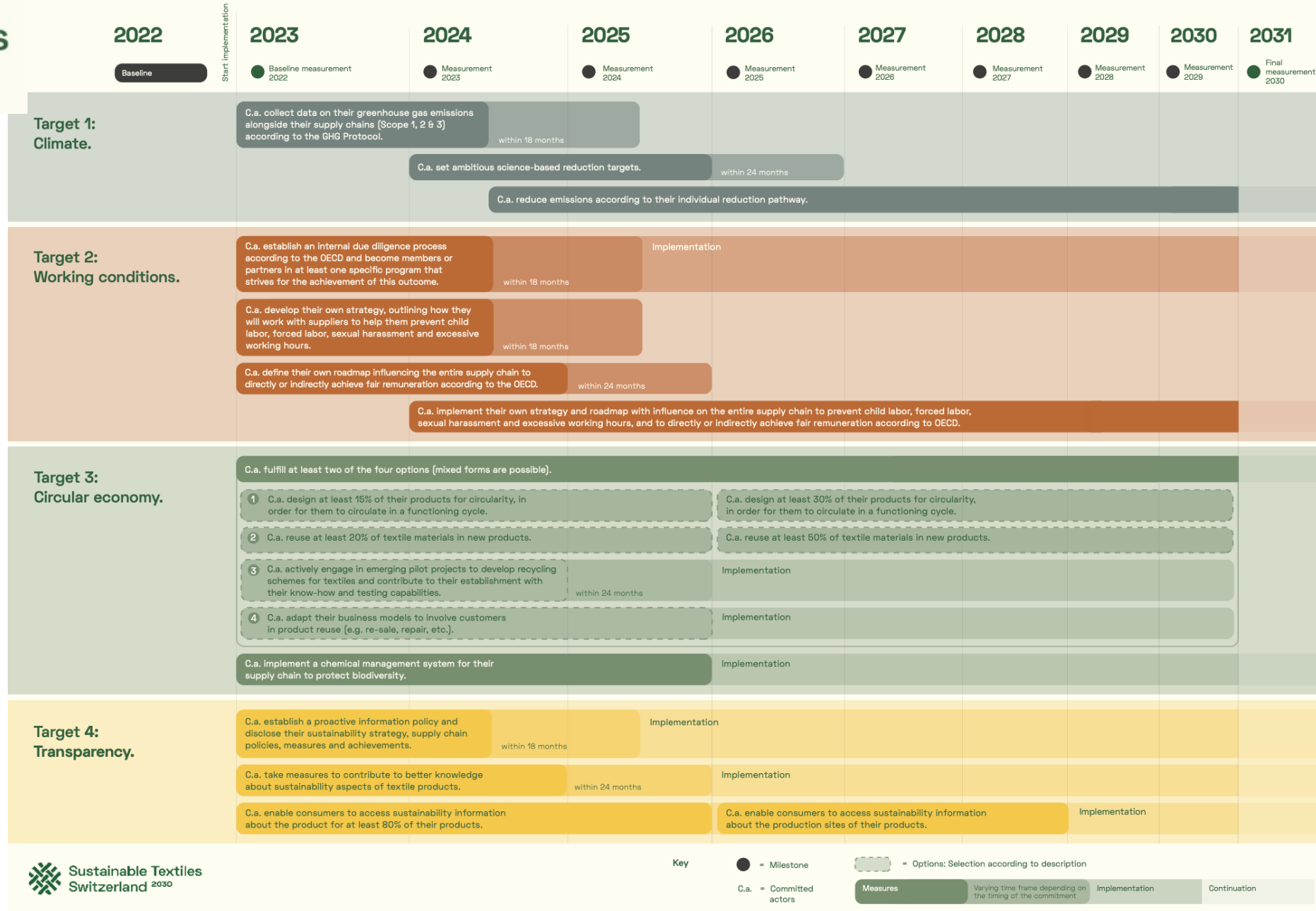
Innovations in the field of materials, technology and digitalisation, as well as regional and global development and political framework conditions, are constantly advancing and can influence the measures for achieving the targets. STS 2030 reviews this influence annually and adapts the targets and measures to the new conditions if they are highly relevant.

Collaboration is key for the implementation of the targets and measures of STS 2030: The supporting associations and the Steering Committee provide a platform for exchange, while supporters and partners offer support for implementation in the toolbox.





Roadmap



Key

● = Milestone

▭ = Options: Selection according to description

C.a. = Committed actors

Measures
 Varying time frame depending on the timing of the commitment

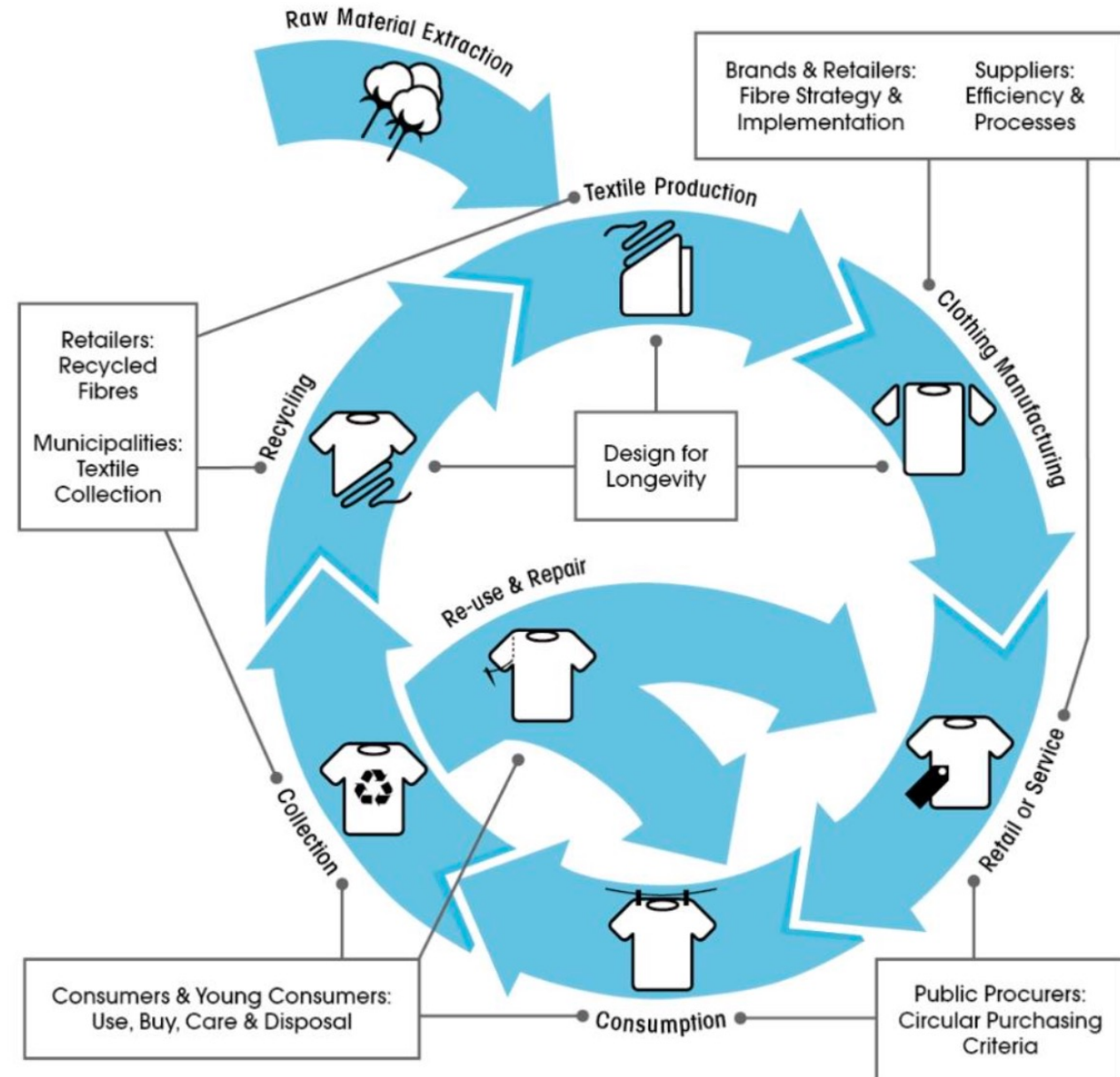
Implementation

Continuation

Kreislaufwirtschaft schaffen

Mindestens 20% der Textilabfälle könnten zu neuer Kleidung recycelt werden (derzeit nur 1%). Jedes Jahr fallen in Europa 7,5 Millionen Tonnen Textilabfälle an - nur etwa 1/3 davon wird getrennt gesammelt. Eine Kreislaufwirtschaft für Textilien könnte bis 2030 in Europa 15.000 neue Arbeitsplätze schaffen und 6-8 Milliarden Euro an Einnahmen generieren. Dies würde Investitionen in Höhe von 6-7 Milliarden Euro erfordern.

(<https://www.mckinsey.com/de/news/presse/2022-07-14--textile-recycling>; veröffentlicht: 14.07.2022; abgerufen: 22.05.2023)



European Green Deal

Die EU-Mitgliedstaaten haben sich das Ziel gesetzt, bis 2050 Klimaneutralität zu erreichen und damit ihren Verpflichtungen im Rahmen des Übereinkommens von Paris nachzukommen. Der europäische Grüne Deal ist die Strategie, mit der die EU ihr Ziel für 2050 erreichen will.



Prinzipien nachhaltigen Wirtschaftens

- Privateigentum
- Wahlfreiheit
- Motivation des Eigeninteresses
- Wettbewerb
- Wachstum und Konsum
- Begrenzte Regulierung
- Das BIP als Wohlfahrtsmaßstab

Prinzipien der freien
Marktwirtschaft

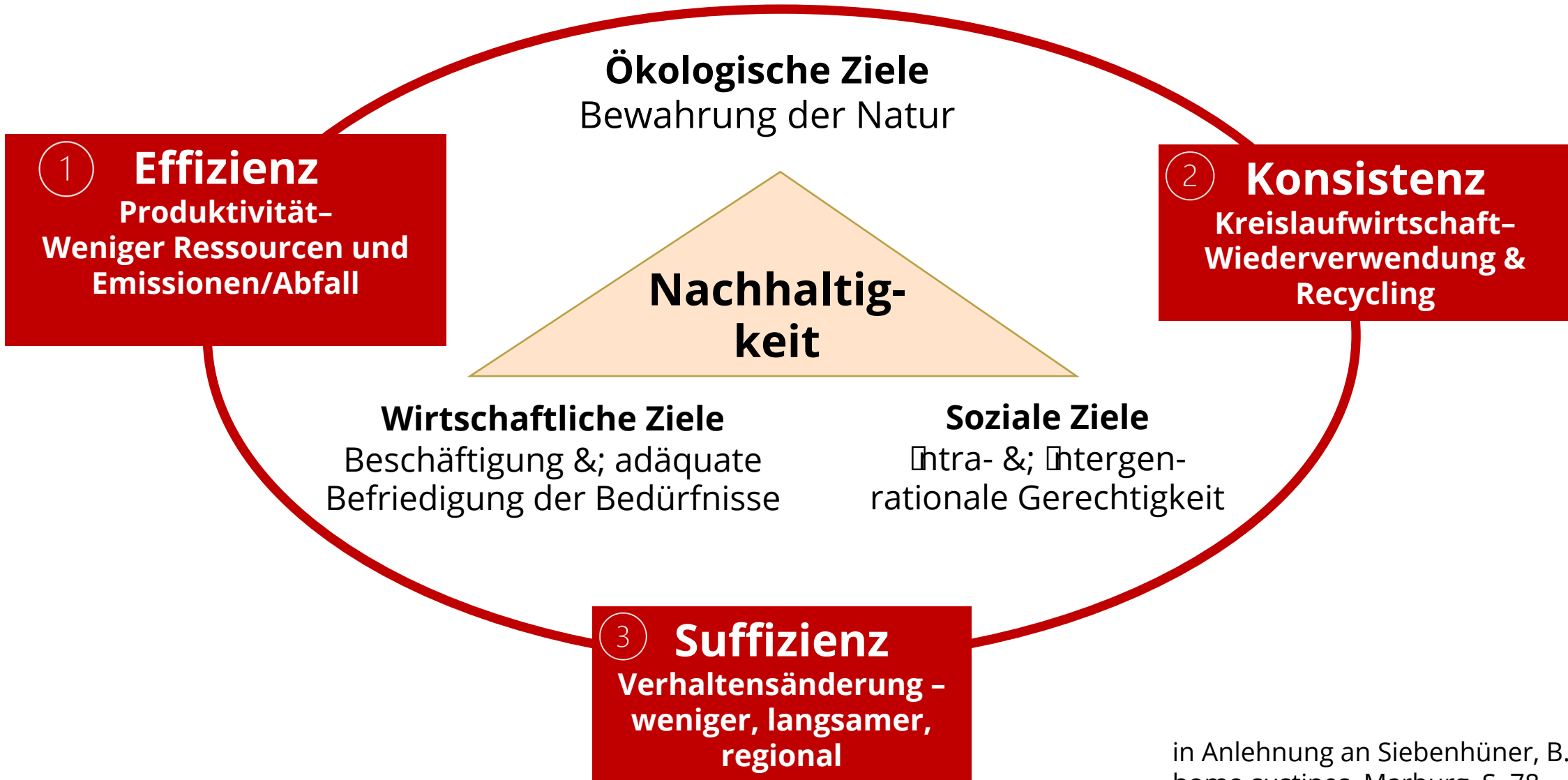


- mehr Gemeingüter
- Verantwortungsvollerer Konsum
- Motivation des Gemeinwohls
- Mehr Kooperation
- Kreislaufwirtschaft & Suffizienz
- Weitere (weltweite) Abkommen
- Ökologische & soziale Perspektive

Erfordernisse einer
nachhaltigen Wirtschaft



Strategien der Systemveränderung



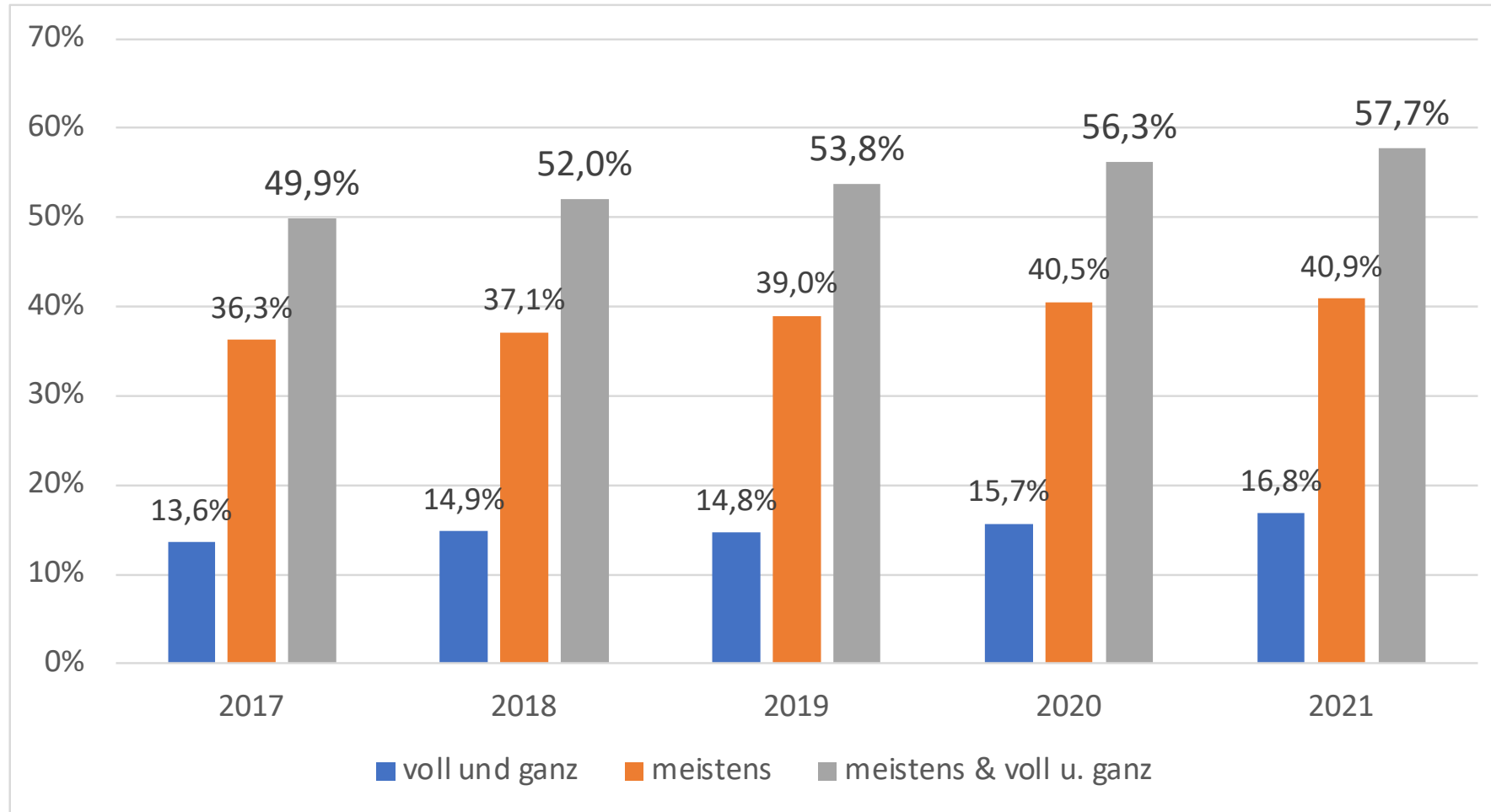
in Anlehnung an Siebenhüner, B. (2001):
homo sustines, Marburg, S. 78.



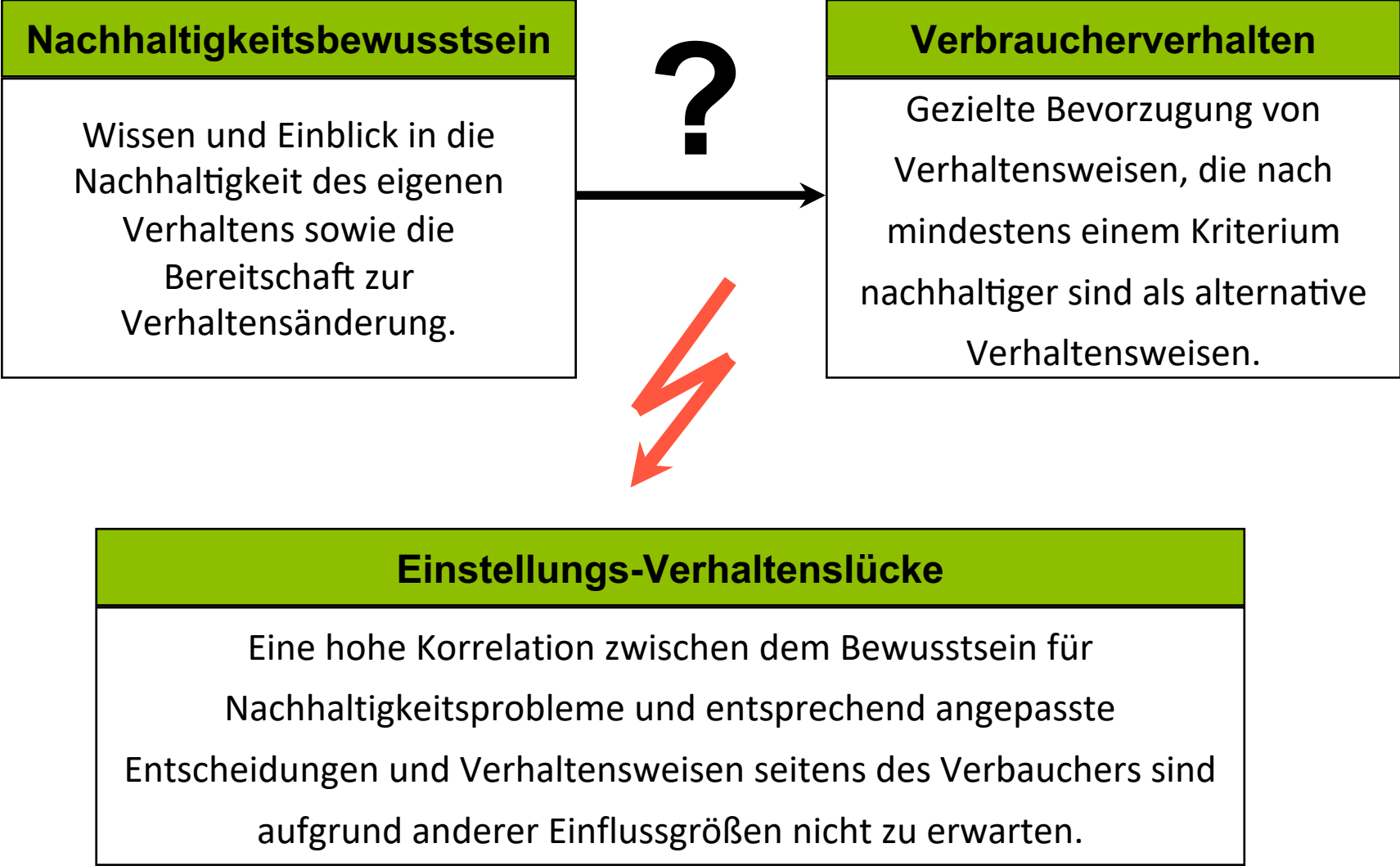
Kann Mode nachhaltig sein? Herausforderungen und Lösungsansätze

1. Welchen ökologischen und sozialen Impact hat der Textilkonsum?
2. Wie können textile Wertschöpfungsketten nachhaltiger werden?
3. **Welche Rolle spielt der Verbraucher?**

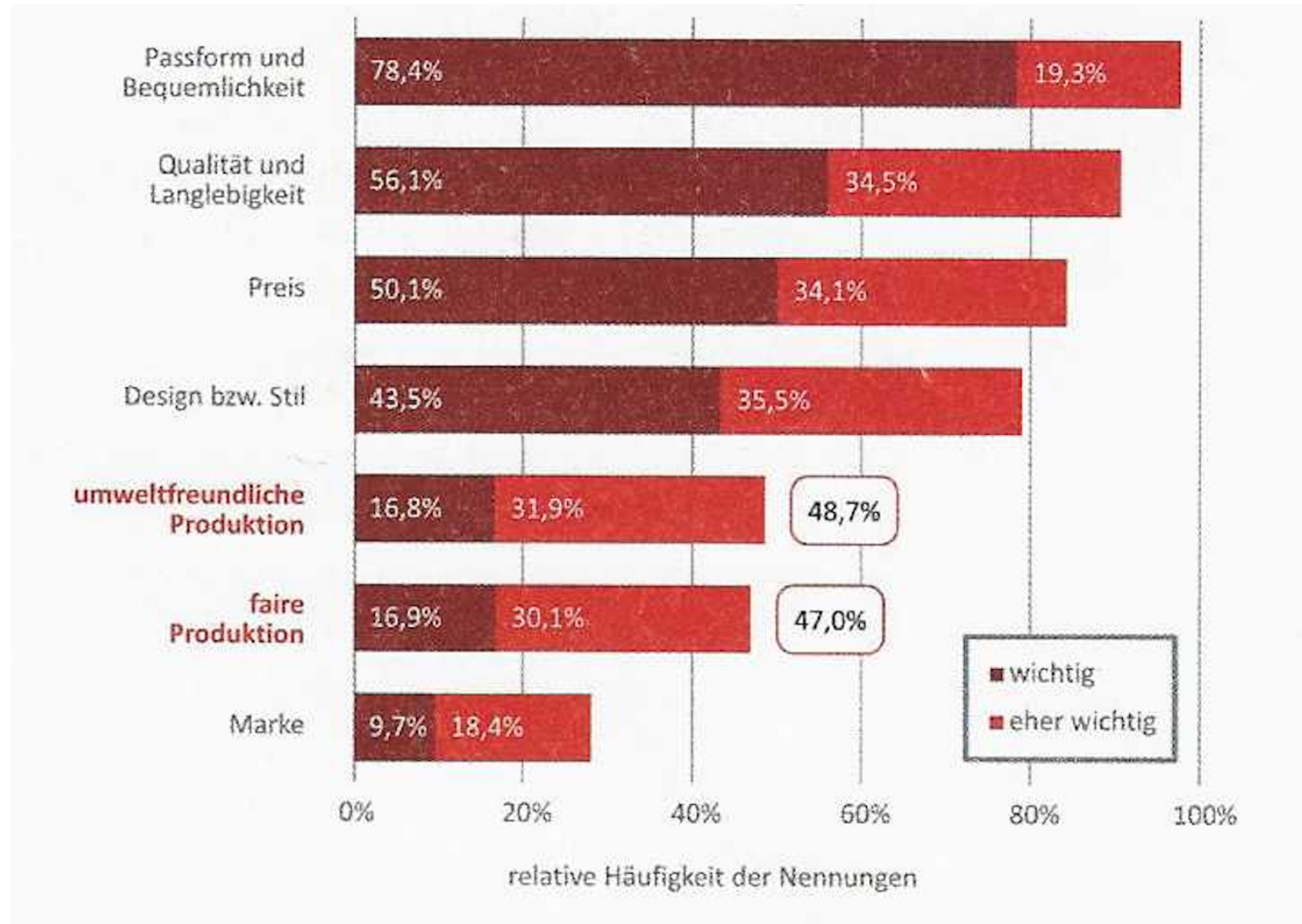
Wie wichtig ist es Ihnen beim Shoppen, dass das Unternehmen sozial und ökologisch handelt?



“Der Geist ist willig, aber das Fleisch ist schwach.“ (Matthäus 26,41)

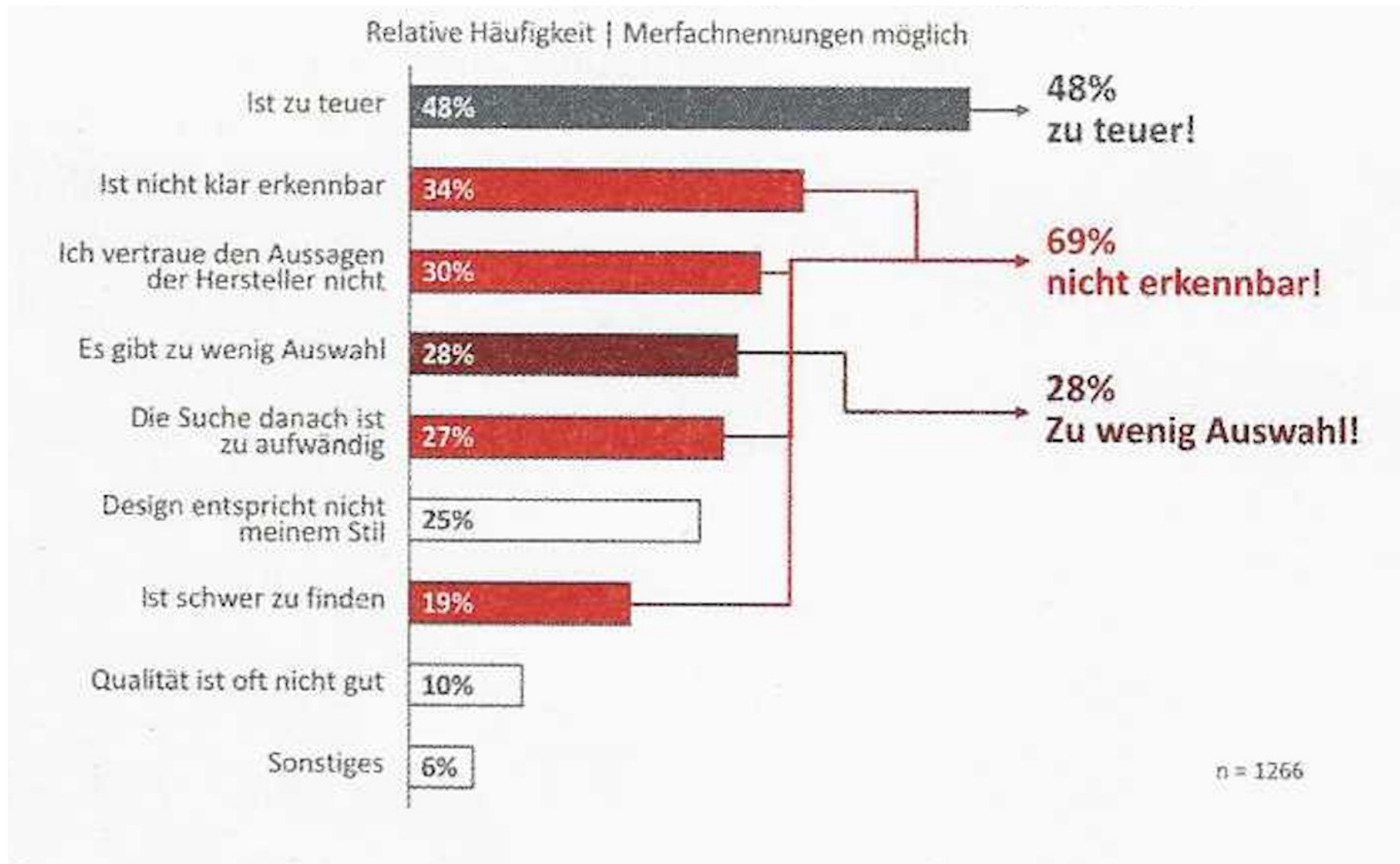


Relevanz von Kriterien beim Textileinlauf



Janz/Dallmann, in Textilwirtschaft 13/2021, S. 90 (2.000 Verbraucher:innen zwischen 20 und 80 Jahren)

Warum wurde keine Nachhaltige Textilie eingekauft?



Nachhaltigkeitssiegel geben zu wenig Orientierung



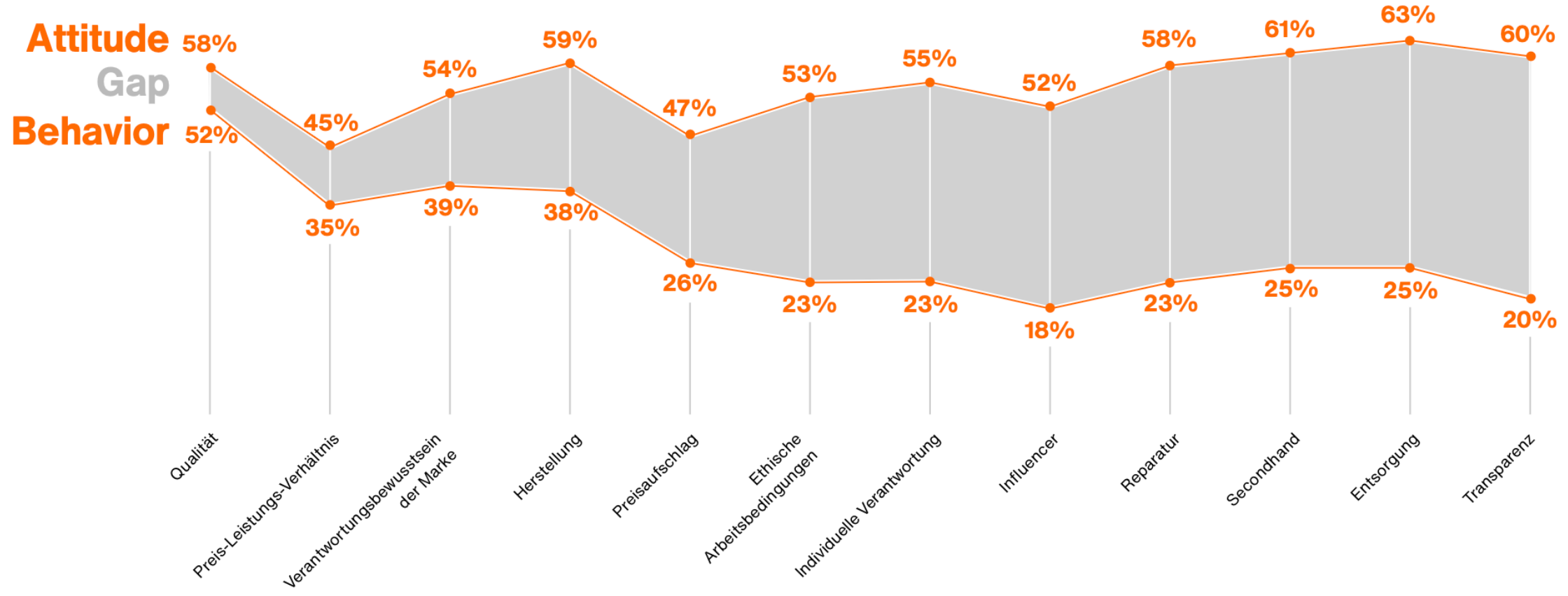
Internationaler Verband der
Naturtextilwirtschaft e.V.



- Textiles Vertrauen - OEKO-TEX® Standard 100 ist das einzige Textillabel, welches „bekannt“ und „akzeptiert“ ist sowie „verstanden“ wird (44%). Es weist aber keinen hohen Standard auf.
- Die aussagefähigsten Labels sind „IV-Naturtextil“ und „GOTS“. Hier liegt die Quote „bekannt“-„akzeptiert“-„verstanden“ nur bei 4 bzw. 5%.

Was wir sagen und was wir tun (Einstellungs-Verhaltens-Lücke)

Beispiel: Textileinkauf



Attitude:
Was Konsument*innen nach eigener Aussage wichtig ist

Behavior:
Wie diese Einstellung (Attitude) ihr Verhalten tatsächlich beeinflusst

Zalando (2021): Studie Attitude-Behavior-Gap – It takes two
2.500 Probanden (UK, S, I, F, D) – interessiert an Nachhaltigkeit und Mode

- 50% Gen Z (18 - 24) – 50% Millennials (25 - 35)
- Männer und Frauen sind zu gleichen Teilen vertreten
- verschiedene Bildungshintergründe und Einkommensniveaus

Online: <https://corporate.zalando.com/de/unser-impact/nachhaltigkeit/nachhaltigkeits-berichte/attitude-behavior-gap-report>

Strategien der glücklichen Lebensführung im Kontext der Nachhaltigkeit: persönliche Ressourcen aktivieren und suffizienter leben



Psychische Ressourcen	Psychologische Funktion für Nachhaltigkeit (Bsp. Textil)
Genussfähigkeit	Orientierung an Erlebnisqualitäten statt an Quantitäten Z.B. Kleidung bewusst kaufen und häufiger tragen)
Selbstakzeptanz	Schutz vor kompensatorischem Konsum Z.B. Den eigenen Selbstwert nicht vom Besitz von Markenbekleidung abhängig machen.
Selbstwirksamkeit	Glaube an individuelle Veränderungsmöglichkeiten Z.B. Durch weniger Bekleidungskauf sich und anderen ein Beispiel geben, dass (dauerhafte) Verhaltensänderungen möglich sind.
Achtsamkeit	Deautomatisierung von nicht nachhaltigem Verhalten Z.B. Bekleidung tauschen oder reparieren, statt neu zu kaufen.
Sinnkonstruktion	Orientierung an sozialen und transzendenten Werten Z.B. Sinnstiftung durch höhere Löhne in Produktionsländern
Solidarität	Glaube an die Kraft des kollektiven Handelns Auch wenn der eigene Beitrag - z.B. in einigen kg. Weniger Textil konsum - klein ist, wenn jeder etwas beiträgt kann das Ziel erreicht werden.

Hunecke, Marcel (2022): Psychologie und Klimakrise. Psychologische Erkenntnisse zum klimabezogenen Verhalten und Erleben. 1st ed. 2022. Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg; Springer (essentials).

*Time for
Change*



KONSUMPYRAMIDE



KLEIDERRADATSCH



SAMSTAG, 18.11.2023
VON 11 - 15 UHR
FUTURE.BOX: HECHINGER STR. 12
72622 NÜRTINGEN



<https://trendshock.de/beste-barfussschuhe-kinder-marken-schuhe/konsumpyramide-nachhaltigkeitspyramide-nachhaltigkeit-umwelt-kleidung-neukaufen-gebraucht/>