

## Pressemitteilung

### Ökofashion mit Problemen

**10.09.2020. Rund 54 Prozent der Verbraucherinnen und Verbraucher wollen mehr für nachhaltige Produkte ausgeben, auch für Kleidung. Treibhausgase, Pestizide, hoher Wasserverbrauch und intransparente Arbeitsbedingungen machen die Modebranche zu großen Umweltsünderinnen und -sündern. Wie nachhaltig Ökolinien großer Modeunternehmen sein können, darüber informieren die Regionalen Netzstellen Nachhaltigkeitsstrategien unter [www.nachhaltiger-warenkorb.de](http://www.nachhaltiger-warenkorb.de).**

Seit einigen Jahren ist das Thema Nachhaltigkeit auch im Mainstream angekommen. Es gibt zumindest Versuche, irgendwie fair, irgendwie bio und irgendwie nachhaltig zu wirken. Es wird mit Bio-Baumwolle geworben oder mit ganzen Reihen von nachhaltig produzierten Kleidungsstücken. Dennoch: Treibhausgase, Pestizide, hoher Wasserverbrauch und intransparente Arbeitsbedingungen machen die Unternehmen der Modebranche neben der Lebensmittelindustrie zu den größten Umweltsünderinnen und -sündern. Konsumentinnen und Konsumenten werden durch die häufig wechselnden Kollektionen auf die Idee gebracht, dass Kleidungsstücke Wegwerfartikel sind. Das Problem der Branche ist nicht nur die Herstellung ökologisch fragwürdiger Kleidungsstücke, das Problem ist auch die kurze Lebenszeit der Stücke. So kommt es vor, dass Unternehmen die unverkaufte Ware einfach verbrennen oder Konsumentinnen und Konsumenten sie nach wenigen Malen des Tragens wegwerfen.

Schlagworte wie ‚nachhaltig‘ erfreuen sich auch in der Modebranche großer Beliebtheit. Die Versprechen klingen gut: Kleidung recyceln, Bio-Baumwolle nutzen, in soziale Projekte investieren und Arbeitsbedingungen verbessern. Die Standards bleiben aber vage. Kontrollmechanismen gibt es wenige, häufig nur hauseigene. Auf anerkannte Siegel und Zertifizierungen wie GOTS und OEKO Tex Made in Green wird in vielen Fällen verzichtet. Bei Bio-Baumwolle ist der tatsächliche Anteil immer noch gering. Weltweit liegt ihr Herstellungsanteil nur bei knapp einem Prozent.

Auch das Thema Recycling wird gern aufgegriffen. In vielen Filialen der Modehäuser stehen Boxen, in die alte Kleidung geworfen werden kann. Allerdings ist das Recycling von Mischgeweben aufwändig und schwierig, weshalb es diese Kleidungsstücke meist nicht zurück in den Kreislauf schaffen, sondern aussortiert werden. Heutzutage sind die meisten Kleidungsstücke aus Mischgewebe.

Oftmals nehmen Verbraucherin und Verbraucher automatisch an, dass als ökologisch gekennzeichnete Produkte auch faire Arbeitsbedingungen bedeuten. Die meisten Arbeiterinnen und Arbeiter in den Fabriken verdienen jedoch noch immer keinen existenzsichernden Lohn.

Schon vor den Nachhaltigkeitsbestrebungen war es für Verbraucherinnen und Verbraucher nicht einfach herauszufinden, woher ein Kleidungsstück stammte und unter welchen Bedingungen es hergestellt wurde. Konsumentinnen und Konsumenten, die ganz sicher gehen möchten, sollten deshalb besser auf Siegel wie z. B. den Grünen Knopf, GOTS, Fair Wear Foundation, OEKO Tex Made in Green oder Fairtrade Textile Production achten.

Das einfachste und günstigste Mittel, gekaufte Kleidung wertzuschätzen, ist es, sie möglichst lange zu tragen. So zollt man dem langen Herstellungsprozess des Kleidungsstücks seinen Wert. Macht man doch mal einen Fehlkauf oder passt die Kleidung nicht mehr richtig, kann man ihr auch ein zweites Leben schenken z. B. über einen Kleidertausch oder einen Secondhand-Laden.

---

Nachhaltig konsumieren ist heute schon möglich: Wie es geht, zeigt „[Der Nachhaltige Warenkorb](#)“ der RENN. Der Einkaufsführer weist auf nachhaltige Konsum-Alternativen hin und gibt mit Faustregeln Orientierung für konkrete Konsumententscheidungen zu Lebensmitteln, Reisen und Mobilität, Wohnen und Bauen, Haushalt und Elektronik, Mode und Kosmetik.

Die [Regionalen Netzstellen Nachhaltigkeitsstrategien \(RENN\)](#) wurden 2016 auf Initiative des Rates für Nachhaltige Entwicklung (RNE) ins Leben gerufen. Ein neues Netzwerk von insgesamt 20 – vornehmlich zivilgesellschaftlichen – Akteuren aus allen 16 Bundesländern, gegliedert in vier Netzstellen. Ihr Ziel: Die Umsetzung der Agenda 2030 in Deutschland vorantreiben. Vom Bund finanziert, von den Ländern benannt und bei der Projektdurchführung unabhängig, können die RENN dabei über die politischen Ebenen hinweg Akteure miteinander vernetzen, wie dies in einem föderal organisierten Staat sonst kaum möglich ist. Das Projekt wird von der Bundesregierung zunächst für fünf Jahre gefördert. Für die Gesamtkoordination ist eine Leitstelle in der Geschäftsstelle des RNE eingerichtet.

[RENN.süd](#) ist die Regionale Netzstelle Nachhaltigkeitsstrategien für Süddeutschland. Sie trägt das Thema „Nachhaltig leben“ durch die Unterstützung zivilgesellschaftlicher Akteure und Aktivitäten in die Breite. Themenschwerpunkt von RENN.süd ist „Nachhaltiger Konsum“.

**Medienkontakt:**

Projektbüro „Der Nachhaltige Warenkorb“  
c/o MediaCompany – Agentur für Kommunikation GmbH  
Gunnar Hansen  
Tel.: 030 2888453-12  
E-Mail: [kontakt@nachhaltiger-warenkorb.de](mailto:kontakt@nachhaltiger-warenkorb.de)  
Facebook: [www.facebook.de/nachhaltigerwarenkorb](https://www.facebook.de/nachhaltigerwarenkorb)  
Twitter: [www.twitter.com/nachhaltigjetzt](https://www.twitter.com/nachhaltigjetzt)  
[www.nachhaltiger-warenkorb.de](http://www.nachhaltiger-warenkorb.de)