

## Das Aussehen geht in der Mode vor "fair" und "ökologisch"

Schwäbische Zeitung, 7. Juni 2010



Studenten der Dualen Hochschule Ravensburg des Studiengangs Industrie haben erkundet, welche Kriterien für junge Menschen beim „Shoppen“ wichtig sind. In Auftrag gegeben hatte die Studie der Verein „Sozial Einkaufen“, im Bild von rechts vorne die Vorstandsmitglieder Wolfram Frommlet und Gottfried Christmann. Links im Bild die Professoren Heike Stahl und Thomas Dobbelstein.

Als Marktforscher waren Studenten der Dualen Hochschule Ravensburg im Auftrag des Vereins „Sozial Einkaufen Bodensee-Oberschwaben“ aktiv. Sie haben unter der Leitung von Prof. Dr. Thomas Dobbelstein erkundet, welchen Einfluss die Aspekte Umweltbewusstsein und soziale Verantwortung beim Kleiderkauf von jungen Menschen im Raum Ravensburg haben.

Seit rund drei Jahren hat es sich der Verein „Sozial Einkaufen“ zum Ziel gesetzt, ein Bewusstsein für faire und ökologische Waren zu schaffen. Gerade beim Kleiderkauf machen sich hierzulande die wenigsten Gedanken darüber, etwa was für einen Lohn die Näherin bekommt oder ob das T-Shirt öko ist. Wie es rund um Nachhaltigkeit und Mode bei jungen Menschen im Alter von 16 bis 27 Jahren aussieht, erkundeten nun die Studenten des Studiengangs Industrie für „Sozial Einkaufen“.

362 Personen befragten sie dazu im Raum Ravensburg. Die gaben zunächst einmal an, ihre Kleidung zu rund 50 Prozent in der Region einzukaufen, 88 Prozent der Befragten geben dazu bis maximal 100 Euro im Monat aus. Soziale und ökologische Aspekte spielen immerhin bei 37 Prozent der Befragten eine Rolle – allerdings bei 33 Prozent davon nur gelegentlich. Rund die Hälfte der Befragten gab an, bereits nachhaltig produzierte Kleidung gekauft zu haben. Oft kann dies jedoch kaum der Fall sein, denn nur rund sieben Prozent gaben an, die Hälfte oder mehr ihrer Ausgaben für nachhaltige Mode auszugeben. Auf was achten die Jugendlichen beim Kauf besonders? Mit 66 Prozent ist hier die Qualität der Spitzenreiter vor dem Preis-

Leistungs-Verhältnis (50 Prozent). Überrascht hat die Marktanalysten, dass nur 20 Prozent angaben, beim Kauf besonders auf die Marke zu achten.

Die DHBW-Studenten bohrten mit ihrem Fragebogen aber noch tiefer. Sie wollten wissen, warum soziale und ökologische Aspekte beim Kauf bisher keine größere Rolle spielen. Die meisten befanden, dass bei der Mode für sie das Aussehen entscheidend sei. Außerdem wissen viele nur wenig über nachhaltige Kleidung Bescheid, anderen ist sie zu teuer. Apropos Geld: Immerhin 80 Prozent der Befragten wären bereit, mehr Geld für das nachhaltige Shirt oder die Hose auszugeben, rund die Hälfte nennt als Schmerzgrenze sechs bis zehn Prozent vom herkömmlichen Preis. Und noch eine Erkenntnis: Deutlich mehr Frauen als Männer würden dafür tiefer ins Portemonnaie greifen.

Wolfram Frommlet und Gottfried Christmann, Vorstandsmitglieder von „Sozial Einkaufen“, waren beeindruckt von der „methodischen Sorgfalt“ der Untersuchung und von den aussagekräftigen Zahlen. Einige Ergebnisse stimmten sie optimistisch, auf anderen ließe sich aufbauen. Die Studie könnte als Grundlage dienen, um den einen oder anderen – Käufer oder Einzelhändler – von einem nachhaltigen Kleidersortiment zu überzeugen.