



Slow Fashion

Gestalterische, technische und ökonomische Innovationen für massenmarktaugliche nachhaltige Angebote im Bedarfsfeld ‚Bekleidung‘

Förderkennzeichen: 01UT1425, Laufzeit: 01.01.2015 - 31.12.2017

Ziel

Durch angewandte Forschung und einen engen Praxisbezug soll die Entwicklung und Umsetzung von Innovationen, die zu mehr Nachhaltigkeit im Handlungsfeld ‚Bekleidung‘ beitragen, unterstützt werden. Der Fokus liegt dabei auf Innovationen zur Verlängerung der Nutzungsphase. Betrachtet werden Innovationspotenziale und mögliche Hemmnisse für ihre Realisierung entlang der gesamten textilen Kette, unter Einschluss neuer Geschäftsmodelle, vom Design über Textil- und Kleidungsproduktion bis zum Handel. Für die unter Nachhaltigkeitsgesichtspunkten positiv bewerteten Innovationen werden gemeinsam mit Praxisakteuren Ansätze für die Verbreitung erarbeitet. Parallel dazu werden die soziale Anschlussfähigkeit und das Marktpotenzial nachhaltiger Kleidungsalternativen untersucht, um auf dieser Basis Strategien für eine breite Diffusion entsprechender Produkte und Dienstleistungen zu entwickeln.

Teilprojekte

1. Projektkoordination (ECOLOG-Institut)
2. Design und Trends (Hochschule Hannover)
3. Technische Innovationen (Hochschule Reutlingen)
4. Nachhaltigkeitsmanagement und -marketing (Leuphana Universität Lüneburg)
5. Akteure und Diffusion (ECOLOG-Institut)
6. Akzeptanzfaktoren (MSH Medical School Hamburg)
7. Nachhaltigkeit von Innovationen (ECOLOG-Institut)
8. Praxistransfer (alle)

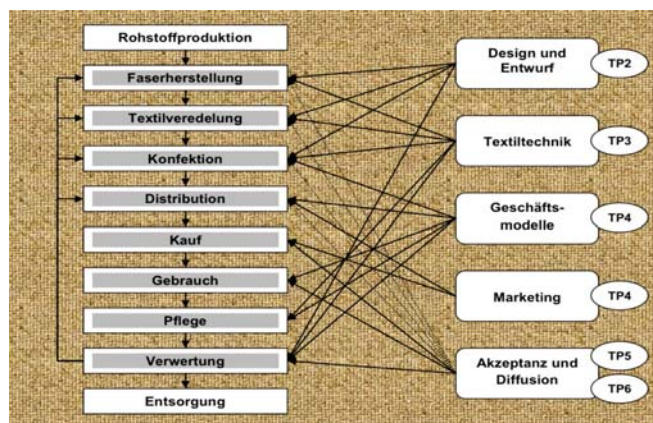


Abbildung 1: Ansatzpunkte entlang der textilen Kette

Methodisches Vorgehen

- Untersuchung der Eignung und Verfügbarkeit von Textilien, Materialien und Produktionsverfahren für nachhaltiges Design
- Einrichtung einer Slow Fashion-Werkstatt auf dem Campus der Hochschule Hannover als Zentrum für nachhaltige Designarbeit
- Installation einer ‚Slow Pop Up Gallery‘ in verschiedenen Ausstellungs- und Verkaufssituationen zur Analyse der Resonanz für Slow Fashion-Produkte
- Ermittlung und Erfassung von bereits praktizierten oder geplanten Methoden zur Verlängerung der Nutzungsdauer und zur Wiederverwertbarkeit in der Textilindustrie
- Identifizierung potenzieller Schwachstellen von Bekleidung, die einer langen Nutzungsdauer bzw. einer einfachen Wiederverwertbarkeit entgegenstehen
- Erarbeitung von Optimierungspotenzialen für umwelt- und ressourcenschonende Produktions- und Veredelungsverfahren
- Durchführung eines dreistufigen Delphis zu Trends und nachhaltigen Innovationen im Handlungsfeld ‚Bekleidung‘
- Ermittlung von Motiven, Kognitionen, Emotionen und Einstellungen zum nachhaltigen Kleidungskonsum in nach sozialen Milieusegmenten zusammengesetzten Fokusgruppen
- Durchführung einer Repräsentativbefragung von Verbraucherinnen und Verbrauchern zur Anschlussfähigkeit nachhaltiger Innovationen im Handlungsfeld ‚Bekleidung‘
- Entwicklung von Kriterien und Indikatoren zur Bewertung der Nachhaltigkeit von Innovationen im Handlungsfeld ‚Bekleidung‘ und Anwendung des entwickelten Instrumentariums
- Durchführung von Schulungsmaßnahmen zur Vermittlung unternehmensrelevanter Projektergebnisse
- Einrichtung eines Forums ‚Nachhaltige Bekleidung‘ zur Einbindung von Akteuren aus Unternehmen, Politik und Gesellschaft in die Diskussion über nachhaltigere Bekleidungsalternativen und ihre Verbreitung
- Integration des Themas ‚Nachhaltigkeit‘ in Lehre und Ausbildung im Bereich ‚Bekleidung‘, u.a. durch die Entwicklung und Erprobung von Curricula sowie die Einbindung von Nachhaltigkeitsthemen in Lehrveranstaltungen

Gesellschaftliche Relevanz

Das Projekt soll einen Beitrag zur Veränderung der Produktions- und Konsumweisen im Handlungsfeld ‚Bekleidung‘ leisten. Gemessen an der Handelsintensität stellt der Bereich ‚Bekleidung und Textilien‘ weltweit die zweitgrößte ökonomische Aktivität dar (Defra 2007). Mit einem jährlichen Verbrauch von 28 kg pro Kopf weist Deutschland von allen Ländern den höchsten Konsum im Bereich Textilien auf, betrachtet man nur den Bereich Bekleidung sind es durchschnittlich 12 kg pro Kopf und Jahr (Neugebauer & Schewe 2015). Trotz des hohen Konsumniveaus liegt der Anteil der Bekleidung an den Konsumausgaben der privaten Haushalte aufgrund niedriger Verbraucherpreise bei weniger als 5 % (Destatis & WZB 2013: 145). Die den Bekleidungskonsum stimulierenden niedrigen Verbraucherpreise sind nur aufgrund niedriger Rohstoff-, Transport- und Lohnkosten, schlechter Arbeitsbedingungen und stark umweltbelastender Anbaumethoden für Faserpflanzen möglich. Der Bereich ‚Bekleidung‘ ist wegen der mit Erzeugung, Nutzung und Entsorgung verbundenen ökologischen, sozialen und ökonomischen Probleme ein wichtiges Handlungsfeld im Rahmen einer auf Nachhaltigkeit ausgerichteten Transformation von Wirtschaft und Konsum.

Literatur

- Defra (UK Department for Environment, Food and Rural Affairs) 2007: Sustainable clothing roadmap briefing note December 2007: Sustainability impacts of clothing and current interventions
Destatis & WZB (Statistisches Bundesamt & Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung) 2013: Datenreport 2013. Bundeszentrale für politische Bildung, Bonn
Neugebauer C. & Schewe G. 2015: Wirtschaftsmacht Modeindustrie – Alles bleibt anders. Aus Politik und Zeitgeschichte (65) 1-3/2015: 31-41