

Nachhaltigkeit in der Modebranche

Einflüsse von Megatrends

Ökologisierung & Ressourcenverknappung

Dass der Klimawandel existiert und folgenswerte Schäden mit sich bringt, muss man, ausser vielleicht Trump, wohl niemanden mehr klarmachen.¹



Was aber viele noch nicht verstanden haben, ist der Einfluss der Modeindustrie auf die fortschreitende Erwärmung unseres Planeten und den zunehmenden Schadstoffausstoss. Dieser trägt mit jährlich 1,7 Milliarden Tonnen CO2 alleine aus dieser Branche signifikant zu den globalen Treibhausgasemissionen bei. Der Grossteil aller Kleider wird in Asien produziert, die Herstellung erfolgt mittels verschiedenster Chemikalien, welche ungefiltert in die Gewässer fliessen und diese verseuchen. Meist werden die Kleider aus Baumwolle hergestellt, ein enormer Ressourcenfresser. Ressourcen welche es zu schützen und ihren Einsatz in der Herstellung zu minimieren bedarf.^{2, 3}

Digitalisierung

Die Digitalisierung hat für die Modebranche einen weiteren Absatzkanal sowie eine neue Werbeplattform geschaffen. Vor allem haben soziale Medien das Kaufverhalten von Kunden verändert. Die Beschleunigung von Prozessen, welche die Digitalisierung mit sich bringt, ist in der Markteinführung von Kollektionen zu beobachten. In weniger als sieben Monaten muss der Gesamtprozess von Design bis Markteinführung durchlaufen sein. Diese Sprints bewirken, dass flexibel auf die Nachfrage von Kunden sowie auf Trends in der Modebranche eingegangen werden können.⁷ Dieses Produktionsverfahren wirkt sich jedoch nicht besonders förderlich auf die Umwelt aus. Der Fast Fashion Trend fördert den Einsatz von Pestiziden in der Baumwollproduktion, Chemikalien werden vermehrt im Herstellungsprozess eingebunden und die Arbeitsbedingungen in den Textilfabriken sind grausam und unwürdig.⁸



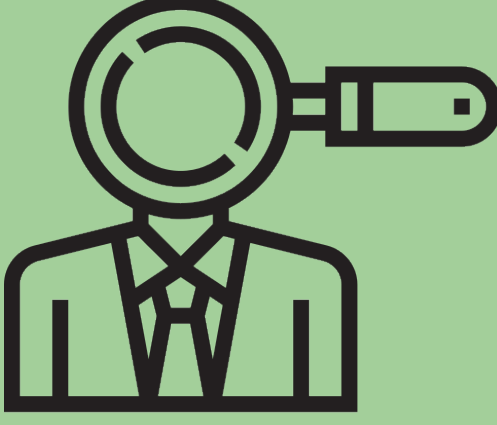
Globalisierung

E-Commerce macht es möglich, weltweiten Handel für Jedermann zugänglich zu machen. Die Modehäuser stehen im internationalen Preisvergleich und müssen sich durch das breite Angebot mit neuen Kollektionen kontinuierlich neu erfinden. Der starke Wachstum macht sich auch bei der Post bemerkbar. Innerhalb von 3 Jahren wurden 5x so viele Kleidungsgegenstände aus Asien in die Schweiz transportiert¹³. Denn Wish die zweitbeliebteste App von Digital Natives¹⁴ ist ein Marktplatz auf dem globale Händler und Kunden zusammen verknüpft werden¹⁵. Auf dem gleichen Prinzip basiert der globaltätige Handelsriese AliExpress, welcher aus China versendet. Jeder vierte Schweizer kauft bereits im Ausland ein.¹⁶ Auch das deutsche Start-up Zalando schaffte es innerhalb von nur sieben Jahren zum grössten Modehändler der Schweiz aufzusteigen.

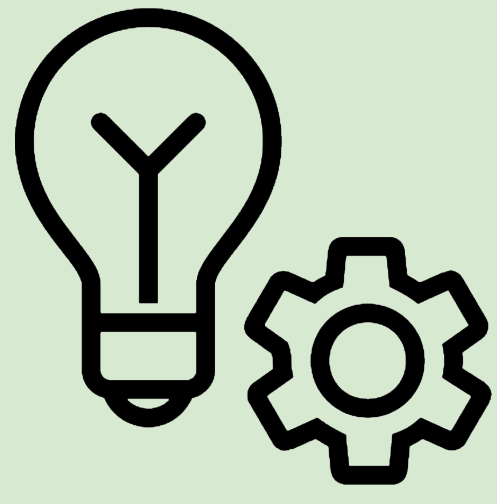


Individualisierung

Aus der Masse herausstechen, anders, speziell, nicht gleich wie die anderen sein - individuell eben. Und wie soll dies besser gehen als mit Kleidung? Kleider machen Leute, besagt ein bekanntes Sprichwort. Doch das französische Modelabel Vetements brachte in ihrer Kollektion Anfangs 2018 gar nichts neues raus. Es gäbe ja bereits alles auf der Strasse, es wird schon jede Form, Farbe, Schnitt, Kombination gesehen - die neue Mode kommt nicht, sie ist schon da.¹⁹



Umso wichtiger ist es, dass sich Modemarken, beziehungsweise ihre Kunden, dennoch von der Masse abheben können. Dies mittels Personalisierung der Kleidungsstücke - ein Monogramm am Burberry-Schal, andersfarbige Schnürsenkel am Nike-Schuh oder Badeanzüge mit selbst kreierten Schriftzügen - der Fantasie sind keine Grenzen gesetzt.²⁰



Technologische Autonomisierung

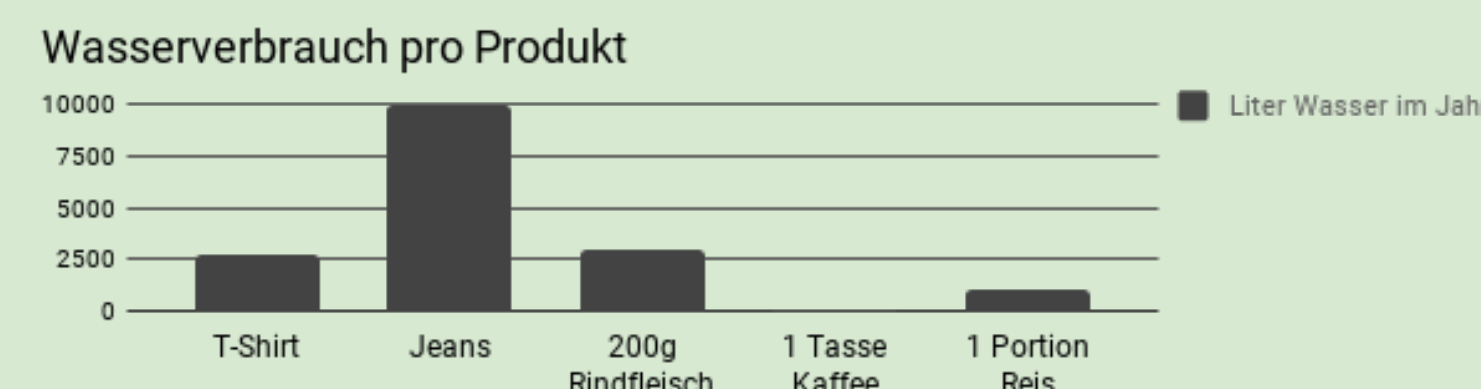
Die Textilbranche ist stark globalisiert und untersteht einem hohen Kostendruck. Aus diesen Gründen ist es für diese Industrie umso wichtiger Technologien zu nutzen, um die Prozesse zu verbessern, effizienter zu werden und den Endverbrauchern einen Mehrwert zu bieten. Die Textilbranche ist auf Massenproduktion getrimmt. Standardgrößen werden in riesigen Mengen für Fashion Brands hergestellt. Die Kleider werden von den Modeketten lange Zeit vor dem Verkauf bei den Herstellern bestellt. Fallen die Verkaufszahlen aufgrund verschiedenen Einflüssen, bleiben die Läden auf ihren Kleidern sitzen und müssen die überschüssige Ware entsorgen. Lösungsansätze gegen dieses Problem werden unter anderem in der Textilindustrie 4.0 aufgezeigt. AdidasProjekt Futurecraft stellt per 3-D Drucker den bestellten Schuh nach dem Just-in-Time Prinzip regional her.²³

Fakt 1: Durchschnittlicher Kleiderkonsum

Durchschnittlich kaufen wir **20 kg** Kleider pro Jahr⁶

Fakt 2: Wasserverbrauch für die Herstellung

10'000 Liter Wasser für eine Jeans⁴

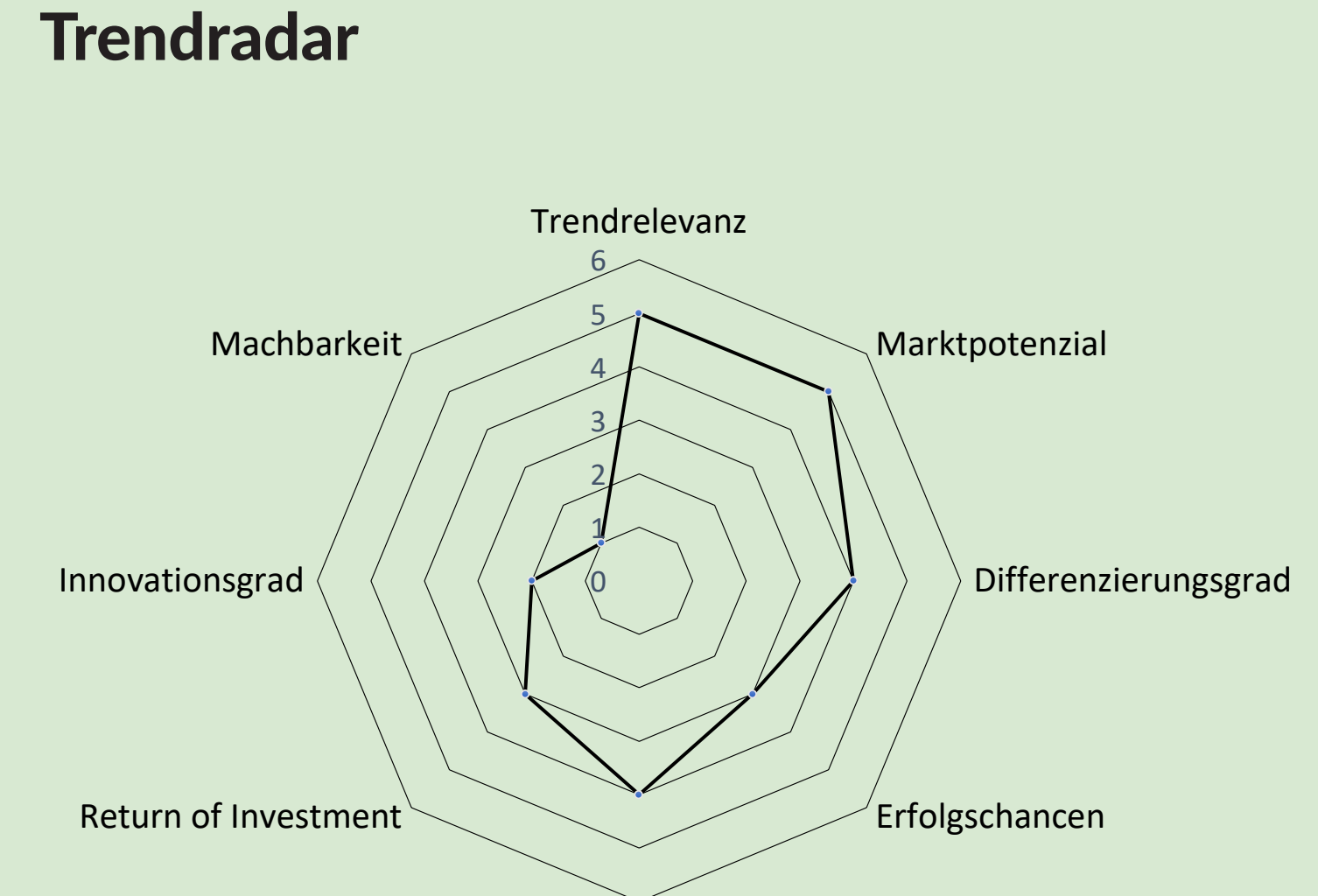


Trend: Alternative Stoffe zur Herstellung von Kleidern

Die Gebrüder Freitag aus Zürich machen es vor: in Europa produzierte, strapazierfähige Stoffe aus europäischen Nutzpflanzen, die vollständig kompostierbar sind. Sie wollen Stoffe und Kleider entwickeln, die ohne Ressourcenverschwendung, endlose Transportwege und überflüssigen Einsatz von Chemie produziert werden. So sind auch ihre Hosen vollends kompostierbar - den Knopf schraubt man dann an die neue Hose.⁵

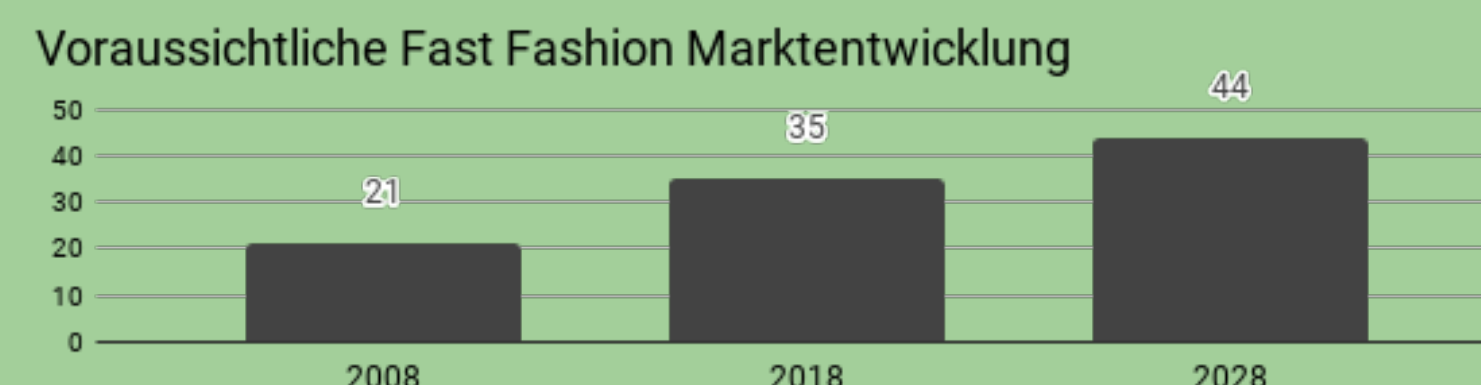


Trendradar



Fakt 1: Fast Fashion steigt kontinuierlich an

Fast Fashion wuchs von 2008 bis 2018 um **66%**¹¹



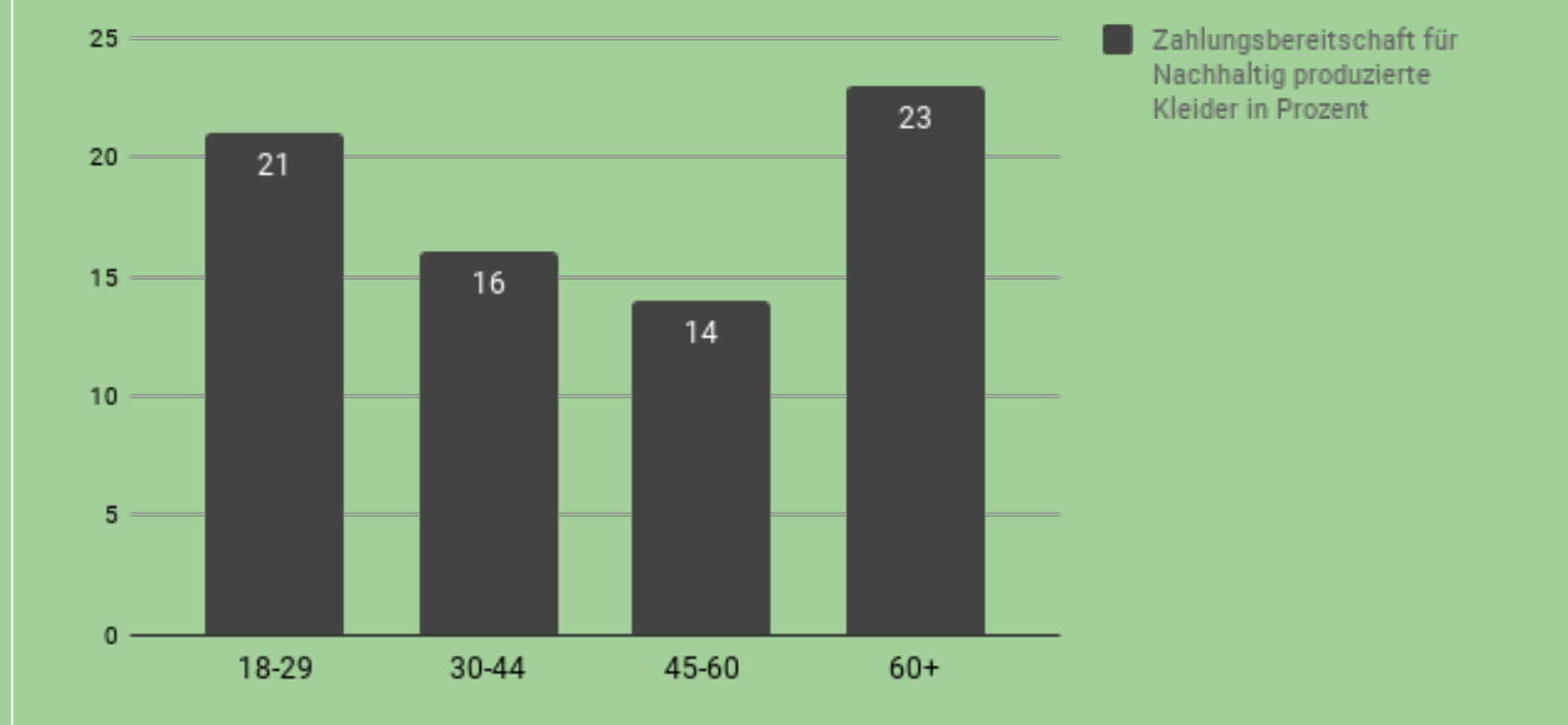
Fakt 2: Konsumverhalten verändert sich negativ

Wir kaufen **doppelt** so viel Kleidung und tragen sie **halb** so lange.²⁵

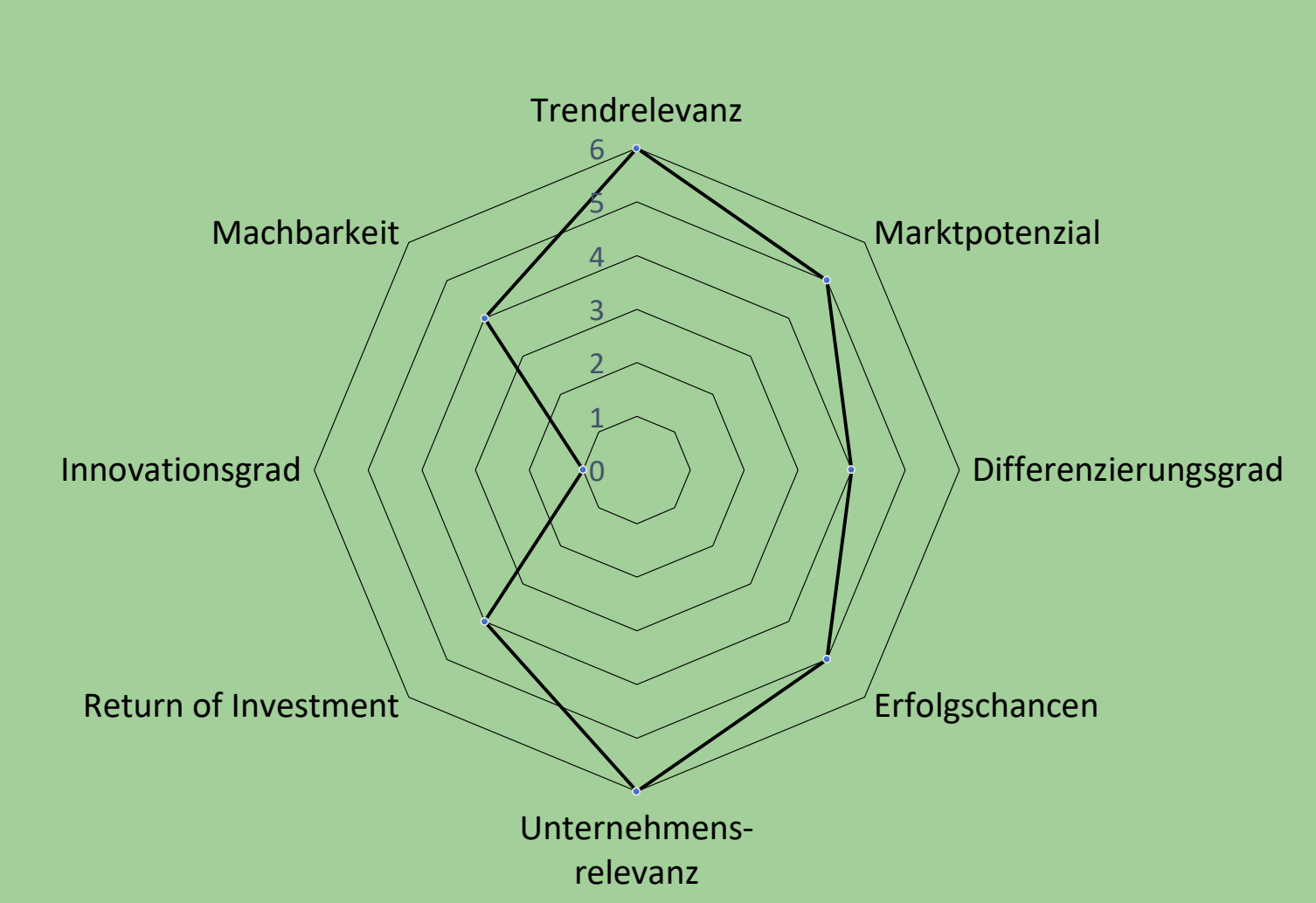


Trend: Nachhaltig produzierte Kleider

Die Jüngste und älteste Generation zeigen am meisten Bereitschaft mehr Geld für nachhaltig produzierte Kleidung auszugeben. Dies lässt sich ebenfalls auf aktuelle Klimadebatten widerspiegeln wo junge Menschen sich aktiv einsetzen. Dies ist beispielsweise bei der monatlichen Klima Demonstration in Zürich zu sehen, welche von Schüler ins Leben gerufen wurde.^{9, 10}



Trendradar

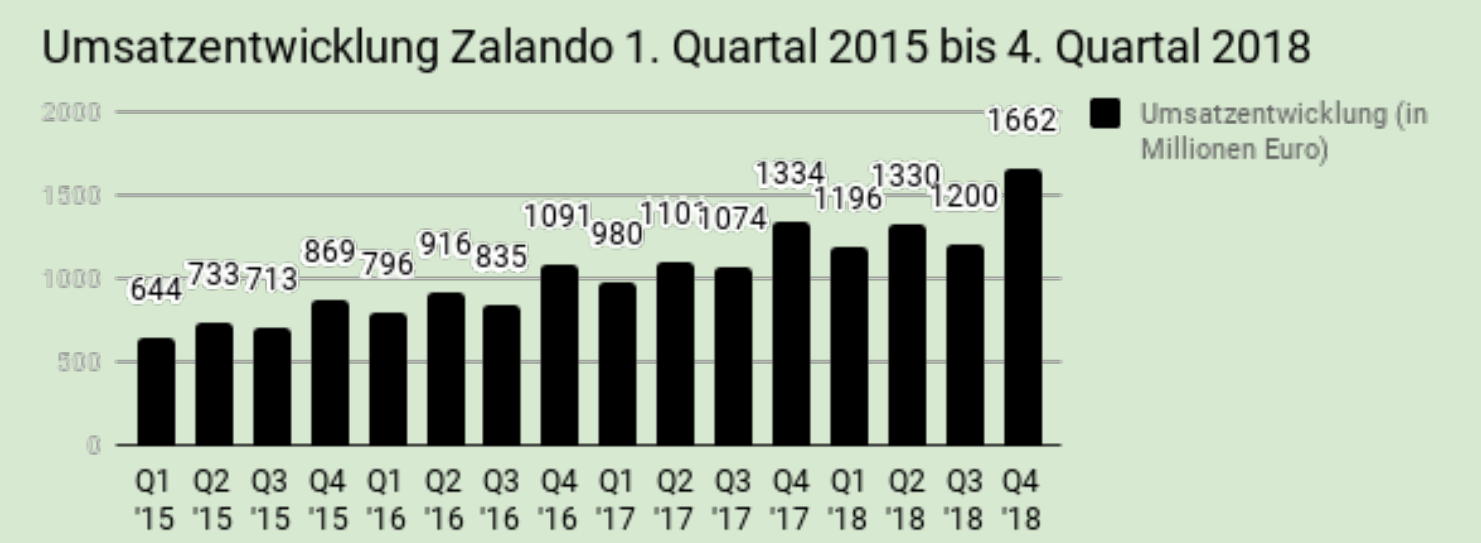


Fakt 1: Globaler Handel mit Altkleidern wächst

Der globale Handel mit Altkleidern umfasst **4,3 Millionen** Tonnen¹⁸

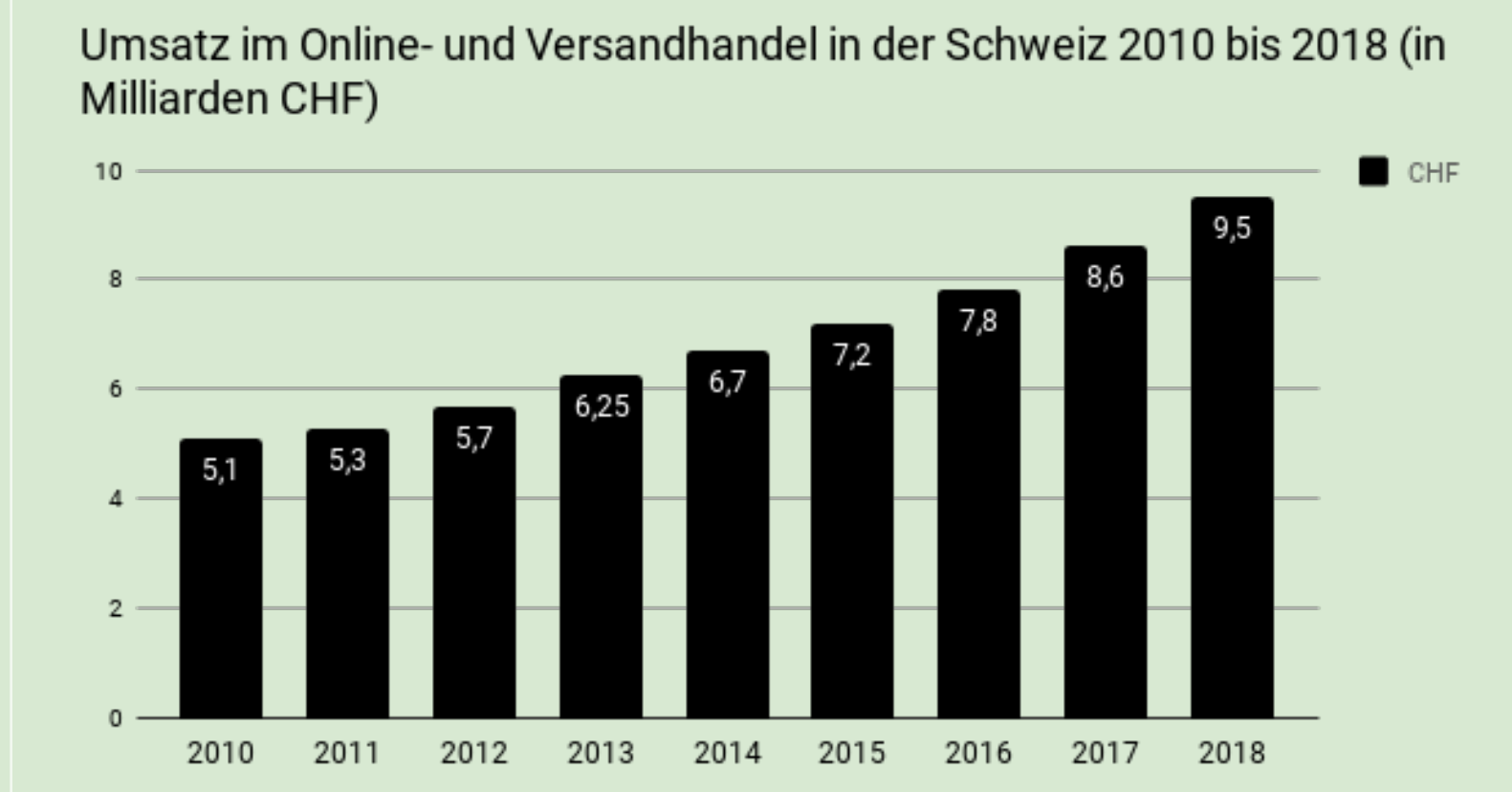
Fakt 2: Zalando Umsatz steigt rasant an

Zalando's Umsatz hat sich mehr als **verdoppelt** 2015 bis 2018¹²

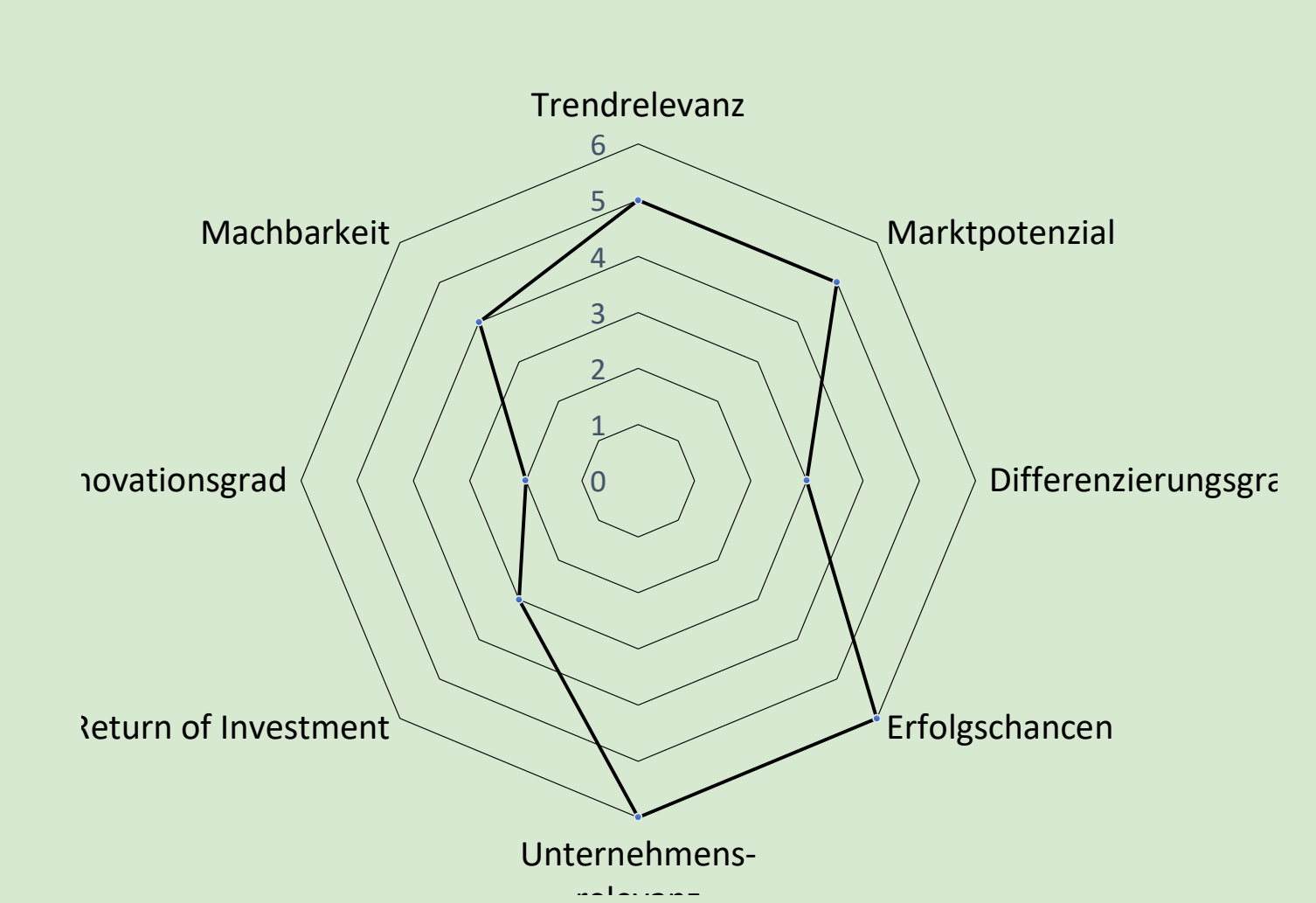


Trend: Jeder 5. Fashion Franken wird online ausgegeben

Jeder fünfte Fashion-Franken wird Online ausgegeben das ist auch beim Wachstum des Online und Versandhandels in der Schweiz zu sehen. Mehr als verdoppelt hat sich der Online-Umsatz in nur 10 Jahren.¹⁷

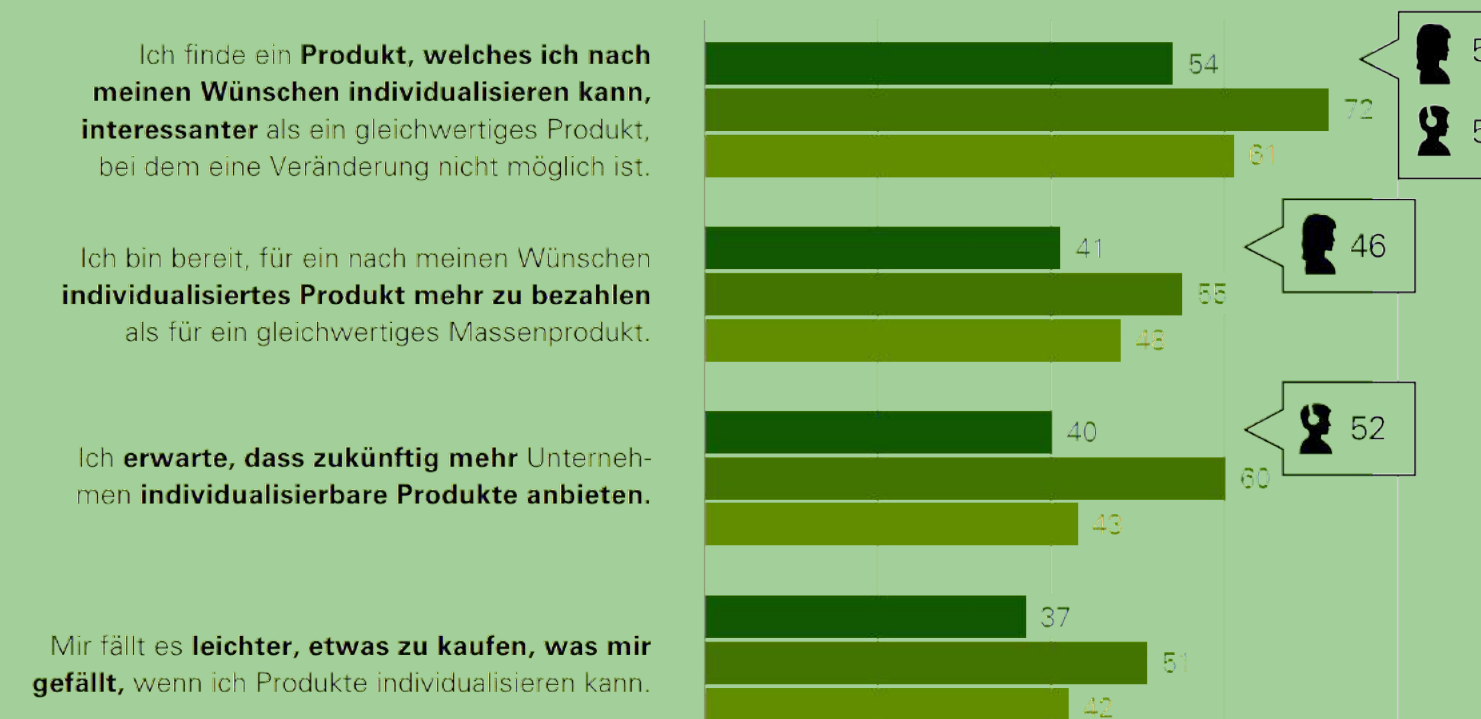


Trendradar



Fakt 1: Gestaltbare Produkte sind beliebt

Mehr als jeder Zweite bevorzugt Produkte, die individualisierbar sind.



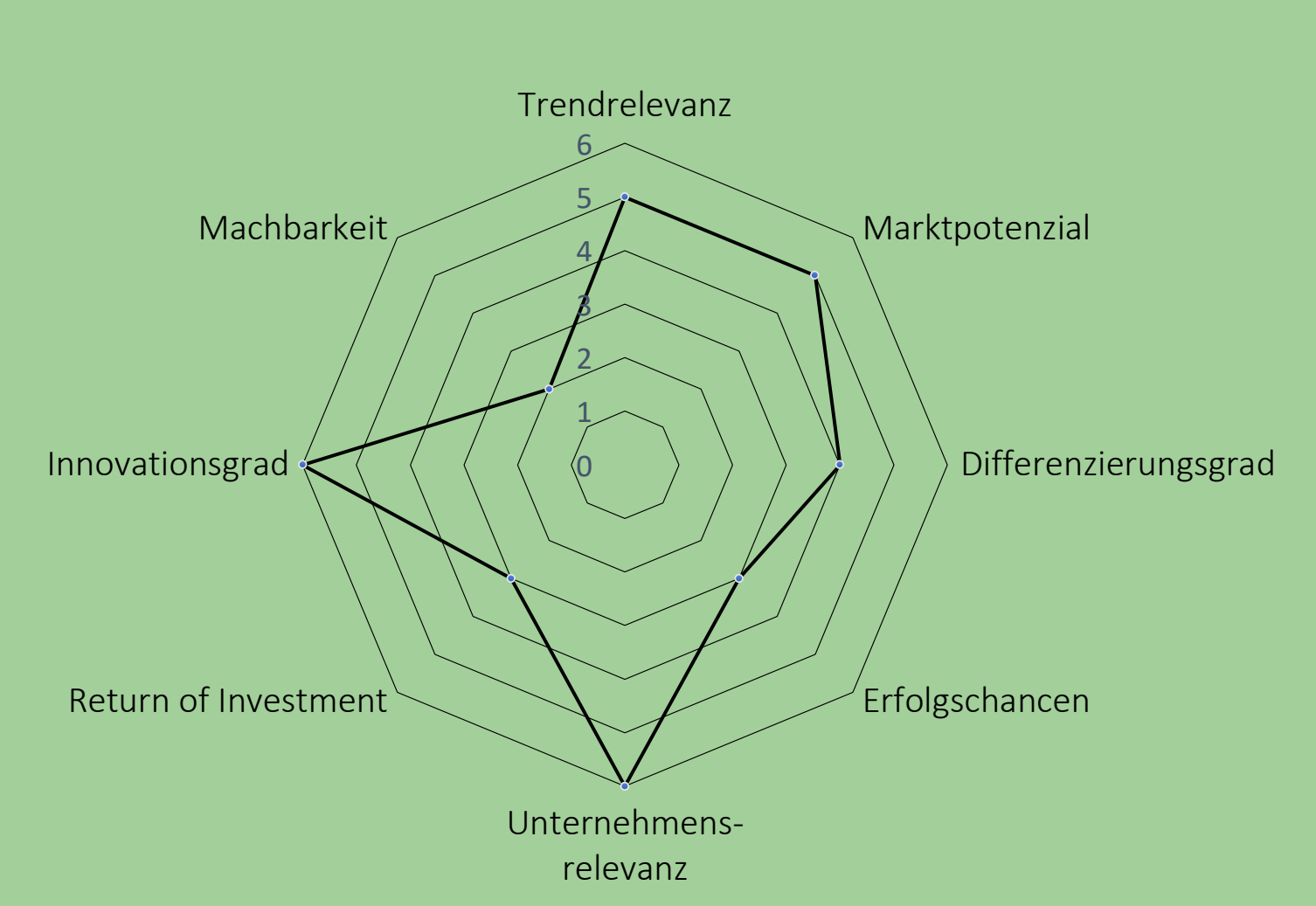
In dieser Studie sind Nutzer die Personen, welche bereits mindestens einmal ein personalisiertes Produkt bestellt haben. Interessierte haben dies noch nie getan, können es sich aber sehr gut vorstellen mal zu tun.²⁶

Trend: Kleidung selber zuhause drucken

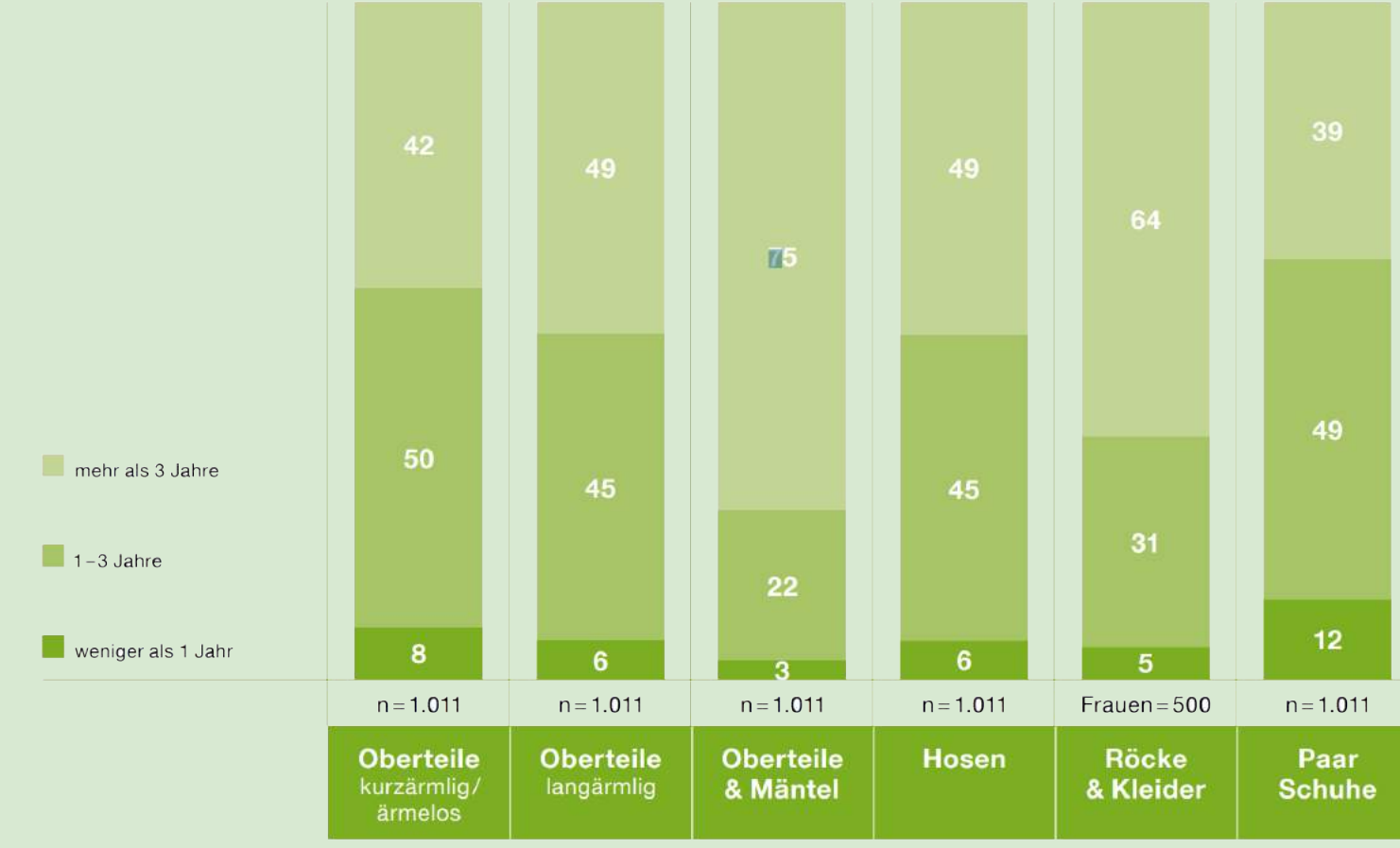
Bis jetzt nur bereits für den Laufsteg, aber vielleicht schon bald für alle? Kleider downloaden und dann selber zuhause mittels 3D-Drucker ausdrucken. Aktuell benötigt ein Kleid rund 300 Stunden Produktionszeit. Die israelische Designerin Danit Peleg ist überzeugt, dass dies bald schneller geht und wir zukünftig Kleider drucken anstatt zu shoppen.²¹



Trendradar



Fakt 1: Lebensdauer von Kleidung

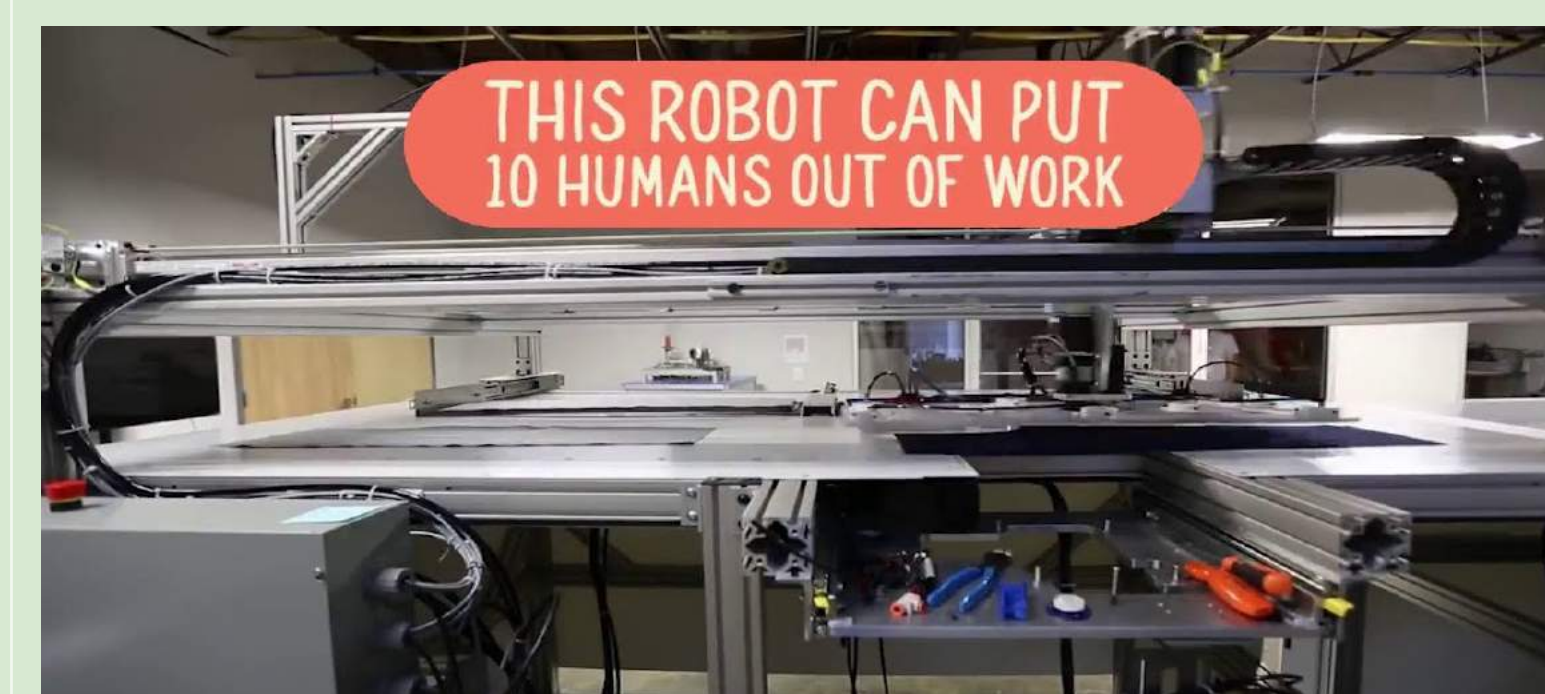


Fakt 2: Ungetragene Kleidung im Kleiderschrank

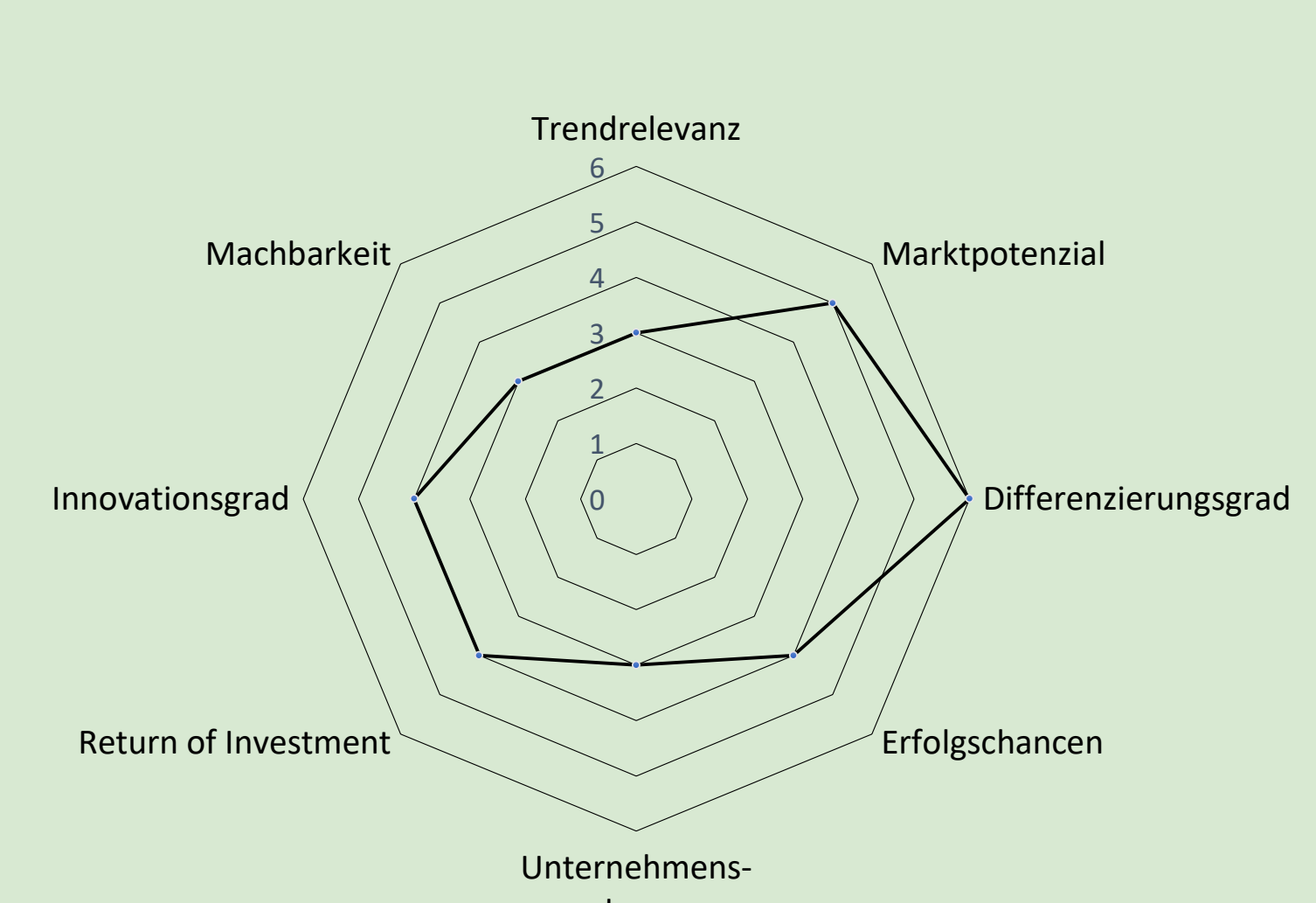
80% der Kleider bleiben nahezu ungetragen in der Schweiz²²

Trend: Vollautomatische Nähstrasse

Der Kleiderhersteller Software hat eine vollautomatische Nähstrasse mit dem Namen Sewbots entwickelt. Ein Sewbot näht in acht Stunden 1142 T-Shirts. Im Vergleich bräuchte es für dieselbe Menge etwa 10 Näher. Durch neue Fertigungstechnologien wie der Sewbot werden Produktionen in den Absatzmärkten wieder attraktiver und Lohndumping wird vermieden.²⁴



Trendradar



1 Die la Garsa, Alejandro (2019): President Trump Reveals Climate Change Denial Days After Defense Department Releases Daunting Report on Its Effects. Online verfügbar unter: <https://time.com/5508259/trump-climate-change-defense-department/>, zuletzt geprüft am 22.05.2019

2 WWF (o.J.): WWF-Rating der Bekleidungs- und Textilindustrie. Online verfügbar unter: <https://www.wwf.ch/de/unsere-ziele/wwf-rating-der-bekleidungs-und-textilindustrie>, zuletzt geprüft am 22.05.2019

3 Greenpeace e. V. (o.J.): WAS KLEIDUNG WIRKLICH KOSTET. Online verfügbar unter: <https://www.greenpeace.de/themen/entlager-umwelt/textilindustrie>, zuletzt geprüft am 22.05.2019

4 Verhoeven, Noor (2019): Ist die Modeindustrie die zweiverschmutzteste Industrie der Welt? Online verfügbar unter: <https://www.projectgaze.de/blog/ist-die-modeindustrie-die-zweiverschmutzteste-industrie-der-welt/>, zuletzt geprüft am 22.05.2019

5 FREITAG (o.J.): FROM FIBERS TO FABRIC. Online verfügbar unter: <https://www.freitag.ch/de/media/fabric/freightoberstadler>, zuletzt geprüft am 22.05.2019

6 WWF (o.J.): WWF-Rating der Bekleidungs- und Textilindustrie. Online verfügbar unter: <https://www.wwf.ch/de/unsere-ziele/wwf-rating-der-bekleidungs-und-textilindustrie>, zuletzt geprüft am 22.05.2019

7 Clemens, Adriana (2018): In der Mode zählt Tempo: Discounter designen doppelt so schnell. Online verfügbar unter: <https://www.mckinsey.de/news/presse/in-der-mode-zaeht-tempo>, zuletzt geprüft 20.05.2019

8 Greenpeace (o.J.): (2016): Konsumkollaps durch Fast Fashion. Online verfügbar unter: https://www.greenpeace.de/sites/www.greenpeace.de/files/publications/01951_greenpeace_report_konsumkollaps_fast_fashion.pdf, zuletzt geprüft 20.05.2019

9 Flury, Reto; Wedi, Johannes (2019): Zürcher Schüler fordern jetzt handeln oder im Museum landen. Online verfügbar unter: <https://www.nzz.ch/zuerich/klimastreik-in-zuerich-dueller-gehen-die-menschen-auf-die-strasse-ld.1464358>, zuletzt geprüft 25.05.2019

10 Weiswig, Deborah (2019): Weiswig's Weekly. Online verfügbar unter: <https://coreisight.com/research/weiswigs-weekly-march-1-2019/>, zuletzt geprüft 21.05.19

11 Reinhart, James (2019): Resale Report. Online verfügbar unter: <https://www.thredup.com/resale/resale3>, zuletzt geprüft 21.05.19

12 Zalando's Umsatz hat sich mehr als verdoppelt Q1 2015 bis Q4 2018

13 Müller, André (2019): Wie Zürich das Ladensterben stoppen will. Online verfügbar unter: <https://www.nzz.ch/zuerich/zalando-trotz-nm-wie-zuerich-das-ladensterben-stoppen-will-ld.1469176>, zuletzt geprüft 22.05.19

14 Diem, Lukas; Krucker, Urs (2018): Futurecom E-Commerce Studie 2018. Online verfügbar unter: <https://www.ye-group.ch/allgemein/100-der-schweizer-kaufen-online-ein-futurecom-e-commerce-studie-2018>, zuletzt geprüft 22.05.19

15 Wish (o.J.): Online verfügbar unter: <https://www.wish.com/help>, zuletzt geprüft 22.05.19

16 Pictet, Françoise (2019): Schweizer Käufer sind Rapsenopfer. Online verfügbar unter: <https://www.zeitschrift.at.at/1481134/reduced-price>, zuletzt geprüft 22.05.19

17 Giurlato, Lukas; Kessler, Patrick (2018): ONLINE- UND VERSANDHANDELSMARKT SICH FWELZ 2018. Online verfügbar unter: https://www.vvsondandhandel.ch/wp-content/uploads/2019/02/DFI-2019_02_28_Charts_Jahresstatistik_VSW-1.pdf, zuletzt geprüft 22.05.2019

18 Greenpeace (o.J.): (2016): Konsumkollaps durch Fast Fashion. Online verfügbar unter: https://www.greenpeace.de/sites/www.greenpeace.de/files/publications/01951_greenpeace_report_konsumkollaps_fast_fashion.pdf, zuletzt geprüft 22.05.2019

19 Kruse, Katrin (2018): Mode? Dafür bin ich zu individuell. Online verfügbar unter: <https://www.nzz.ch/gesellschaft/mode-dafuer-bin-ich-zu-individuell-ld.1353371>, zuletzt geprüft am 22.05.2019

20 Verke, Wietzen S. Verkaufsmittel (o.J.): Ein Produkt nur für mich: Wie Individualisierung den Handel verändert. Online verfügbar unter: https://www.wissenschaftszentrum.de/special/zukunft_des_handels/ein_produkt_nur_fuer_mich_wie_individualisierung_den_handel_veraendert, zuletzt geprüft 22.05.2019

21 Gassner, Martina (2017): Ein luftiges Sommerkleid aus dem 3D-Drucker. Online verfügbar unter: <https://www.srf.ch/radio-srf-virus/aktuell/ein-luftiges-sommerkleid-aus-dem-3d-drucker>, zuletzt geprüft 22.05.2019

22 Liboiron, Max; Acuto, Michele; Nagle, Robin (2018): Discard Studies Compendium. Online verfügbar unter: <https://discardstudies.com/discard-studies-compendium/>, zuletzt geprüft 21.05.2019

23 Adidas (2019): Adidas Futurecraft. Online verfügbar unter: <https://www.adidas.de/futurecraft>, zuletzt geprüft 20.05.2019

24 Software Automation (2019): The next generation (low) Sewbots are here. Online verfügbar unter: <http://softwareautomation.com/products/>, zuletzt geprüft 21.05.2019

25 Reinhart, James (2019): Resale Report. Online verfügbar unter: <https://www.thredup.com/resale/resale3>, zuletzt geprüft 21.05.19

26 KMPG AG (2017): Consumer Barometer - Trends und Treiber im Sektor Consumer Markets. Thema: Produktindividualisierung. Online verfügbar unter: <https://hub.kpmg.de/hubs/LandingPages-PDF-consumer-barometer-2-2017-kpmg.pdf>, zuletzt geprüft 22.05.2019