

Leihen statt neu kaufen

Kleidung ausleihen wie Bücher aus der Bibliothek

Bei einem Experten-Talk zur Zukunft der Mode (gpurl.de/expertentalk-mode) hat Greenpeace auch die Idee eines Klamotten-Leihshops vorgestellt. Während der Verleih von Garderobe für einmalige Anlässe ein etabliertes Geschäft ist, ist das Leasen oder Leihen von Alltagsmode wie Jeans oder T-Shirts neu. In der „Kleiderlei“ (kleiderlei.com) kann man Kleidung ausleihen wie sonst Bücher aus der Bibliothek. Die Macherinnen versorgen ihre Kundinnen mit neuen Secondhand-Outfits für einen Monatsbeitrag, nach vier Wochen schicken die Nutzerinnen sie zurück. Man besitzt Kleidung also nicht mehr, sondern leiht sie nur aus. Das spart Ressourcen, schont die Umwelt und bringt ständig neue Looks in den Kleiderschrank. Man verbraucht nicht länger, verzichtet aber auch nicht.



Tauschen auf einer Party oder im Netz

Mehr Gemeinschaft, mehr Spaß beim Tausch-Event

Getragene Sachen? Das klingt nach muffigem Zeug und dem Charme der Achtzigerjahre – auf der Secondhand-Plattform „Kleiderkreisel“ (kleiderkreisel.de) ist das dank modernem Design und jeder Menge junger Leute ganz anders. Dort kaufen, verkaufen oder tauschen über drei Millionen registrierte Nutzer ihre Kleidung. Das sind überwiegend Frauen zwischen 16 und 29 – Trendsetter, die sich dem Prinzip „Immer mehr und immer neu“ widersetzen. Wer lieber in echt statt auf einer digitalen Plattform tauschen möchte, der geht auf eine Kleidertauschparty. Greenpeace veranstaltet seit Jahren solche Events. Einfach reingehen, was abgeben und was anderes mitnehmen, ganz ohne Geld. Eine Greenpeace-Umfrage (gpurl.de/modeumfrage_kurz) zeigte jüngst, dass vor allem Eltern das „Swappen“ (also tauschen) erproben, denn Eltern suchen für ihren Nachwuchs ständig neue Kleidung, einfach weil die Kinder wachsen.



Selbermachen kommt in Mode

Reparieren, upcyclen oder selber stricken – Handarbeit ist angesagt

Stricken, häkeln und schneiden – wer das kann, findet Anerkennung für Fähigkeiten und Fantasie. Und wer ein Herrenjacket zur Damenweste „upcyclen“ kann, gehört schon fast zur Avantgarde. Für Menschen, die das nicht selber können, gibt es Hilfe in „Repair-Cafés“. Dahinter steckt nicht nur der Wunsch, etwas zu flicken und verloren gegangene Fähigkeiten neu zu gewinnen, sondern wieder zum Wesen von Dingen vorzudringen. Denn die wenigsten Produkte, die wir kaufen, können wir noch reparieren oder gar selbst herstellen. Es muss nicht alles von Anfang an perfekt sein. Das gemeinschaftliche Herumprobieren zählt – und die Kleidung wird zum personalisierten Unikat. Und wenn wir wissen, wie viel Mühe es macht, einen Reißverschluss auszutauschen oder einen Schal zu stricken, dann schätzen wir Kleidung auch wieder mehr und sehen sie nicht als Wegwerfware.

Was tut Greenpeace?

Die Detox-Kampagne von Greenpeace kämpft seit Jahren für eine saubere Textilindustrie. Jetzt tritt Greenpeace verstärkt für einen anderen Kleiderkonsum ein: Gebraucht statt neu kaufen, reparieren statt wegwerfen, zertifizierte Mode statt unmenschlich produzierter Massenware. Solchen Bewegungen wird Greenpeace Auftrieb geben und Konsum-Alternativen populärer machen: Eco-Fashion-Catwalks organisieren, Kleidertauschparties organisieren oder auf einer digitalen Karte zeigen, wo das nächste Repair-Café ist.

Wir verbrauchen nicht länger. Aber wir verzichten auch nicht. Denn weniger zu konsumieren bringt nicht weniger Lebensqualität, sondern mehr. Mehr Zeit, mehr Gemeinschaft, mehr Spaß.

Und Ihr könnt mitmachen: Indem Ihr Konsumbotschafter werdet! Bekennt Euch zu diesem Lebensstil, probiert die Alternativen aus – und tauscht Euch aus mit Freunden und Bekannten!

Hier könnt Ihr mehr erfahren und mitmachen:
greenpeace.de/konsumbotschaft

Impressum Greenpeace e.V., Hongkongstraße 10, 20457 Hamburg; Tel. 040/306 18-0, mail@greenpeace.de, www.greenpeace.de **V.i.S.d.P.** Kirsten Brodde **Redaktion** Carolin Wahnbaeck **Illustrationen** Labor Fou © Greenpeace **Gestaltung** Claudia Becker **Druck** Druckerei Zollenspieker, Zollenspieker Hauptdeich 54, 21037 Hamburg

100% Recyclingpapier

Stand 5/2015, E 0108 1



Es reicht!

GREENPEACE

Weniger ist mehr

Warum wir Qualität statt Quantität brauchen

„Was ziehe ich heute bloß an?“ – Das Gefühl, nichts zum Anziehen zu haben, kennt jeder. Gleichzeitig quellen unsere Kleiderschränke über. Bis zu 40 Prozent unserer Kleidung tragen wir selten oder nie. Trotzdem kaufen wir im Jahr durchschnittlich 60 neue Teile dazu. Jeder hat mindestens ein Kleidungsstück mit Preisschild – also neu und ungetragen – im Schrank. Ein neues Party-Top bringt es im Schnitt nur auf 1,7 Einsätze. Alle paar Monate wird der proppenvolle Schrank dann ausgemistet. Dann tragen wir unsere Klamotten tütenweise zum Container, die eigentlich noch ganz in Ordnung sind.

Wir haben genug. Genau genommen haben wir sogar zu viel. Es ist höchste Zeit, sich zu befreien. Um unser selbst willen – denn es ist vergeudete Lebenszeit, das halbe Wochenende beim Shoppen zu verbummeln. Aber auch um unserer Erde willen, die wir mit unserem ungebremsten Konsum zerstören.



Wollen wir wirklich nur Verbraucher sein?

Seien wir doch lieber Nutzer

Die Erde ist endlich. Ihre Ressourcen sind begrenzt, genau wie ihre Flächen. Wir können nicht in diesem Tempo weiter shoppen, denn in dem Maß gibt unser Planet die Ressourcen und Energie einfach nicht her. 7000 Liter Wasser braucht es für die Produktion einer Jeans. Und zum Färben, Drucken und Waschen von Textilien werden Hunderte gefährliche Chemikalien eingesetzt. Deshalb ist es Zeit, nicht mehr nur „Verbraucher“ zu sein. Nicht weiterhin Dinge zu kaufen, um sie nach kurzer Zeit wegzuerwerfen. Seien wir doch Nutzer. Teilen, Tauschen und leihen wir, was wir benötigen. Statt Kleidung und andere Objekte unseres Bedarfes zu verbrauchen, sollten wir Dinge wieder wertschätzen, pflegen und reparieren. Das tun wir gemeinsam mit Gleichgesinnten, auf Tauschparties, in Reparatur-Cafés oder Upcycling-Workshops. So gewinnt man gleichzeitig Lebensqualität und lernt neue Menschen kennen. Diese Ideen wollen wir Euch hier vorstellen. Denn wir sind nicht, was wir kaufen, sondern was wir tun.



Unkonventionelle Ideen

Wie wir uns vom Modediktat befreien

Mitten im Mode-Überfluss sind bereits viele gute Ideen entstanden, um uns vom Modediktat zu befreien. Das heißt auch, kreativer mit dem eigenen Wunsch nach Veränderung umgehen, ohne Abstriche beim persönlichen Stil und Lebensqualität.

Viele Eco-Fashion-Labels bieten Kleidungsstücke, die das Zeug zum Lieblingsstück haben mit Designs, die sich lange tragen und gut kombinieren lassen. Greenpeace hat kürzlich bei einem Eco-Fashion-Catwalk gezeigt, dass diese jungen Labels alles können von leger über klassisch schick bis ausgefallen. Upcycling-Labels bieten hochwertige Stücke aus Stoffresten oder ausgedienter Arbeitskleidung, schneiden aus alten Herrenhosen Damenkleider oder produzieren Hemden mit austauschbaren Blusenkragen. So hat man mit einem Hemd gleich zwei verschiedene Outfits und nebenbei länger was von seiner Bluse. Die geht nämlich am Kragen am schnellsten kaputt.



Eigenen Stil kreieren

Fundstücke aus Secondhand-Läden

Stil ausdrücken mit Massenware vom Textildiscounter? Oder viel Geld ausgeben für den teuren, aber ebenso banalen Markenlook? Warum nicht einmal den eigenen Stil kreieren mit Fundstücken aus dem Secondhand-Laden oder aus dem Kleiderschrank der besten Freundin – und dann einfallsreich verändern und kombinieren? Viele Blogger haben im Selbstversuch bereits gezeigt, dass man ein ganzes Jahr lang nichts neu kaufen muss und trotzdem mit Secondhand-Ware gut angezogen ist. Etwas Zeit sollte man für einen Besuch im Secondhand-Shop allerdings schon einplanen. Denn je durchmischter das Angebot ist, desto länger dauert das Suchen. Und manche Teile muss man in Ruhe anschauen, weil sie erst auf den zweiten Blick wirklich heiß sind. Und wenn Ihnen der eine Laden gar nicht zusagt: Vielleicht spricht Sie der nächste eher an? Schließlich ist jeder Secondhand-Laden anders, ist ja keine Kette. Hier geht's zur Karte mit Secondhand-Läden und anderen Konsumalternativen:

 [greenpeace.de/konsumbotschaft](https://www.greenpeace.de/konsumbotschaft)

