

# Fair zieht an – und wie wir ein *Mehr an fair* erreichen können!

Gesche Hübner

Düsseldorf, 30.09.2011





# Warum “fair wear”?

- Je nach Zertifizierung
  - Umweltfreundliche Produktion
    - Weniger Pestizide im Rohstoffanbau
    - Weniger Chemikalien im Färbe- und generellem Herstellungsprozess
    - Recyceln & eine adäquate Entsorgung von Abfällen
    - Erhaltung der Struktur und der Fruchtbarkeit des Bodens
  - Angemessene Arbeitsbedingungen
    - Keine Kinderarbeit
    - Mindestlohn
    - Geregelt Arbeitszeiten
    - Recht auf Gewerkschaften
    - Schutzkleidung
    - Soziale Absicherung (z.B. bei Krankheit)
- **Plus: Tragekomfort & es sieht gut aus!**



# und warum nicht “fair wear”?

- “hm, darüber denke ich gar nicht nach”
  - Problematik ist weniger präsent
  - Persönliche Relevanz geringer
    - Z.B. bei Bio-Lebensmitteln spielt Gesundheit eine wichtige Rolle
- “das Angebot ist zu gering”
  - Schwierig, einfach loszuziehen und große Auswahl zu finden
  - Häufig Internet-basierte Shops
  - Aber: Anzahl an Shops steigt & auch konventioneller Textilhandel springt auf den Zug auf
- “zu teuer”





# Die Rolle von Werten

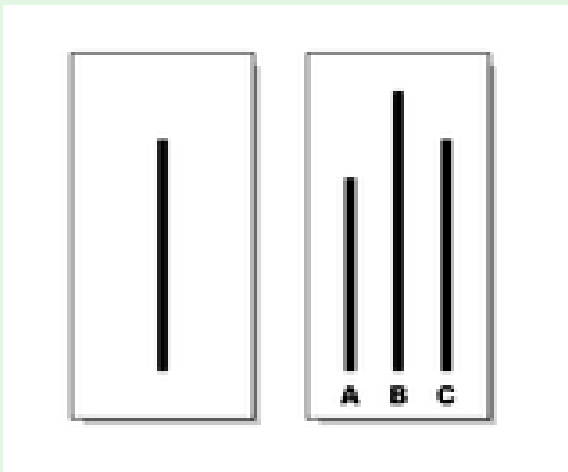
- **Wertvorstellung: zeitlich und über Situationen hinweg konstant; “guiding principle in one’s life”**
- **Pro-Umwelt:**
  - **Altruistische Wertorientierung**
    - Bekümmert sein um das Wohl anderer
  - **Biospherische Wertorientierung**
    - Mensch steht nicht über der Natur
    - Wertschätzung der Natur
- **Contra-Umwelt**
  - **Stark ausgeprägte egoistische Wertorientierung**
- **Werte sind kulturell geprägt, durch das Elternhaus und enges soziales Umfeld**



# Die Rolle von Normen

- **Soziale Normen**

- Was andere denken und machen, ist uns wichtig und beeinflusst unser Verhalten!
- Klassisches Experiment von Solomon Asch (1956)



- **Rollenmodelle / Vorbilder**



# Die Rolle von spezifischen Vorstellungen

- ***Awareness of Consequences*** = Bewusstsein über die Konsequenzen des Handelns
  - Problematisch bei Kleidung: Distanz!
- ***Ascription of Responsibility*** = Verantwortungsübernahme
  - Einsicht, dass man Einfluss auf sein Handeln und dessen Konsequenzen hat
  - Man selbst entscheidet!
  - ***Locus of control***
    - Glauben, dass das eigene Handeln einen signifikanten Einfluss hat





# Weitere Einflussfaktoren

- **Einfache Verfügbarkeit**
  - Ein erwünschtes Verhalten sollte möglichst leicht ausgeübt werden können
- **Ökonomische Aspekte**
  - **Bezahlbar!**
- **Und natürlich: Gesetzliche Rahmenbedingungen**





# Was können wir tun? *Viel!*

- **Verbreitung fairer Kleidung fördern**
  - Fair gehandelte Kleidung verschenken
  - Fair gehandelte Kleidung verlangen
    - Wenn der Sportverein neue Trikots kaufen will
    - Wenn man im konventionellen Bekleidungsgeschäft einkauft
  - Kooperationen anstreben
    - Wäre der lokale Bioladen bereit, fair wear T-Shirts zu verkaufen?
  - Auf Politiker einwirken
- **Umdenken über Bekleidung: Qualität statt Quantität!**
  - Party unter dem Motto “Neu ist out; alt ist in” – alle Kleidungsstücke müssen mindestens 3 Jahre alt sein
  - Kleidertausch organisieren



