

Die Vielfalt der Fast-Fashion-Nutzer



Was ist Fast-Fashion überhaupt?

Fast Fashion ist ein Geschäftsmodell in der Bekleidungsindustrie, bei dem die Kollektionen schnell und Trendbezogen designt und zu niedrigen Preisen produziert und verkauft werden.

(z.B Shein / Bershka / H&M / Zara / StockX / Klekt / usw.)

Wir sind auf eine Studie von Pro Sieben gestoßen, die den Fast-Fashion Konsum untersucht.

Hier kommt man zu der Webseite:

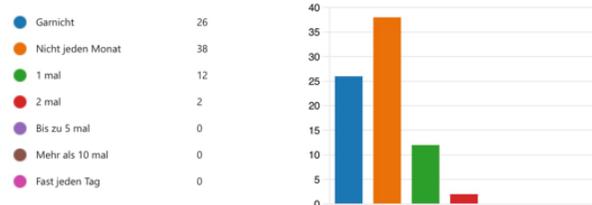
<https://www.prosieben.de/themen/beauty-fashion/news/fast-fashion-erkennen-deshalb-ist-nachhaltige-mode-ein-muss-fuer-unsere-umwelt-67434>

Sie sind auf die Ergebnisse gestoßen, dass etwa 54% der Jugendlichen im Alter von 18 bis 24 Jahren Nutzer von Fast Fashion sind. Von den sogenannten „Millennials“, Menschen im Alter von 25 bis 39 Jahren, gaben 57% an, dass sie regelmäßig bei Fast Fashion-Konzernen ihre Kleidung einkaufen. Eine weitere Umfrage ergab, dass um die 50% Frauen, Kunden bei Fast Fashion-Konzernen sind. Bei den Männern sind es allerdings nur um die 40%.

Anhand dieses Artikels, wollten wir wissen, wie viele in unserer Schule „LGK“ ebenfalls Kunden von Fast-Fashion sind. Deswegen haben wir uns mittels einer Umfrage umgehört, um Meinungen, Einstellungen und Verhaltensweisen von Schülern und Lehrern in Bezug auf die Modeindustrie zu erfassen.

1. Wie oft bestellen sie Kleider online? (Pro Monat) (0 Punkt)

[Weitere Details](#)



In unserer Statistik kann man erkennen, dass 25 von 75 Leuten nie online bestellen. Jedoch bestellen 38 von 75 Leuten online, dies jedoch nicht jeden Monat. 12 von den Befragten Leuten bestellen einmal pro Monat online. 2 von 75 befragten Leuten bestellen 2mal pro Monat online und keiner bestellt mehr als 5–10 oder mehr als das pro Monat online.

Meistens ist Fast-Fashion mit dem online bestellen verbunden, das bedeutet, dass Fast-Fashion Konzerne meistens nicht öffentliche Läden benutzen, um ihre Waren zu verkaufen, sondern eher auf Webseiten ihre Waren verkaufen. Deswegen haben wir uns mit der Frage „Wie oft bestellen sie Kleider online“ beschäftigt.

Dadurch sind wir auf folgende Ergebnisse gestoßen, dass in der Schule „Lycée Guillaume Kroll“ die Mehrheit der Schüler und Lehrer online bestellen, dies jedoch nicht jeden Monat. Außerdem bestellt etwas weniger als die Hälfte gar nicht online.

Einige der Argumente der Personen, die online bestellen:

„Ich bestelle online, weil meine Größe meistens in den Geschäften ausverkauft ist, oder ich nicht das finde, was ich suche. Im Internet bestellen spart sehr viel Zeit, wenn man genau weiß, was man haben möchte.“

„Weil ich oft keine Zeit zum Einkaufen habe. Außerdem bestelle ich Markenware, die es zum Teil nicht hier in Luxemburg gibt.“

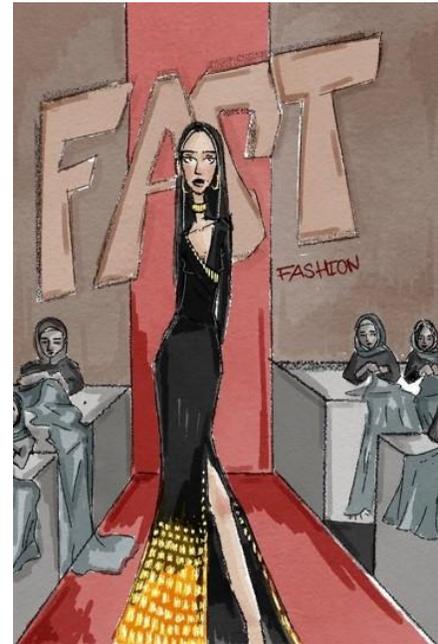
Jedoch gab es einige Argumente gegen das online bestellen:

„Ich bestelle NICHT online, da man die Kleider nicht anprobieren kann und mir der Aufwand zum Zurückschicken zu groß ist.“

„Kleider von Shein sind nachweislich mit Schadstoffen belastet.“

„Ich bestelle nie online, weil ich die Kleider gerne anprobiere, bevor ich sie kaufe.“

Dann wurde auch noch die Frage gestellt, was jeder von Fast-Fashion hält. 20 der Befragten (30%) erwähnten das Wort „Umwelt“ in ihrer Antwort. Dies beweist, dass sie bewusst sind, wie schlecht Fast-Fashion für die Umwelt ist und trotzdem bestellen sie weiter Fast-Fashion.



In der schillernden Welt der Mode sind diejenigen, die nach den neuesten Trends suchen, die eigentlichen Akteure des Fast-Fashion-Phänomens. Doch wer steckt wirklich hinter dieser Bewegung, und welche Auswirkungen hat der Trend auf Umwelt, Gesellschaft und individuelle Entscheidungen?

Wer sind die eigentlichen Protagonisten von Fast Fashion?

Die Antwort liegt in uns allen – den Schnäppchenjägern, den Influencer-Fans und der Jugend, die nach Identität und Selbstaussdruck sucht. Die Herausforderung besteht darin, einen kritischen Blick auf die Auswirkungen des eigenen Konsumverhaltens zu werfen und nachhaltige Entscheidungen zu treffen. Die Modebranche kann zwar Trends setzen, aber es ist an der Zeit, dass Konsumenten den Trend in Richtung Nachhaltigkeit mitbestimmen. Der Weg zu einem bewussten und verantwortungsbewussten Modeverständnis beginnt bei jedem einzelnen von uns.

Die Einflussmöglichkeiten von Social-Media-Stars haben Fast Fashion zu einem Must-Have-Trend gemacht. Influencer präsentieren ständig neue Outfits und Looks, die von der jungen Generation begeistert aufgenommen werden. Aber welche Rolle spielen Influencer bei der Förderung nachhaltigen Konsums? Und wie beeinflusst ihre Reichweite das Kaufverhalten ihrer Anhänger?

Influencer spielen eine wichtige Rolle bei der Förderung nachhaltigen Konsums über soziale Medien. Durch ihre große Reichweite können sie viele Menschen erreichen und für umweltfreundliches Verhalten sensibilisieren. Die Glaubwürdigkeit der Influencer und ihre Fähigkeit, Produkte zu bewerten und zu empfehlen, beeinflusst die Entscheidungen ihrer Follower. Partnerschaften mit nachhaltigen Marken und das Teilen persönlicher Erfahrungen tragen dazu bei, Bewusstsein zu schaffen und Verhaltensweisen zu verändern. Wenn Influencer nachhaltige Entscheidungen treffen und dies teilen, können sie ihre Anhänger dazu inspirieren, ähnliche Schritte zu unternehmen.

Aufgrund der Kosten der Fast-Fashion Produkte und wie unkompliziert es ist, Kleidung und Accessoires von Marken, die Fast-Fashion betreiben, einzukaufen oder zu bestellen, nutzen viele Menschen, meistens Jugendliche, die Möglichkeit sich zur Mode anzupassen. Ob man Produkte bei Zara oder H&M einkauft oder Online bei Shein oder EMP bestellt, fast täglich kann man neues entdecken. Und obwohl die meisten von uns schon volle Kleiderschränke haben, hält uns irgendwie nichts zurück eine neue Hose zu kaufen, weil sie uns gefällt. Vielleicht hat ein x-beliebiger Schauspieler oder ein x-beliebiger Musiker eine neue Kollektion mit einer x-beliebigen Marke, natürlich werden Fans nicht zögern einen Blick auf die Kollektion zu werfen, oder wenn Influencer ihren eigenen Merge (Produkte, die auf den Influencer angepasst sind) veröffentlichen.



Fast Fashion hat sich fest in der Jugendkultur verankert. Die Möglichkeit, schnell und kostengünstig die neuesten Trends zu übernehmen, macht diese Bewegung besonders attraktiv für junge Menschen. Doch inwiefern beeinflusst dieser Trend die Werte und das Bewusstsein der Jugendlichen, wenn es um Umweltschutz und soziale Verantwortung geht?

Durch preisgünstige, kurzlebige Kleidung könnte die Wertschätzung für Qualität und die Auswirkungen auf die Umwelt abnehmen. Jugendliche sind möglicherweise weniger informiert über die oft schlechten Arbeitsbedingungen und niedrigen Löhne in der Billigmodeproduktion. Dennoch gibt es eine wachsende Bewegung für nachhaltige Mode, die Jugendliche zu verantwortungsbewussteren Entscheidungen ermutigen kann. Es ist wichtig, sie über die Auswirkungen ihres Konsums zu informieren und nachhaltige Alternativen aufzuzeigen.

Eine bedenkliche Entwicklung, die mit Fast Fashion einhergeht, ist die Entstehung einer Wegwerfgesellschaft. Ständig wechselnde Trends und die kurzlebige Natur von Fast-Fashion-Kleidung führen zu einem Überfluss an wenig getragenen Kleidungsstücken, die oft im Müll landen.

*Alle vorhandenen Bilder sind von Samra Prentic gemalt.