

Practice text 2 Fashion vs. conscience



- 1 **UNDERSTANDING THE TASK** Most young people love shopping and clothes. For a common project with your English partner school – 'Think and act globally' – you are concentrating on the question of how well informed young people are about textile production and whether this alters their shopping habits. Write a text of about 150 words for your common homepage. Do Exercises 2–4 first as preparation for your final text.

Jung und unfair

Eine neue Studie belegt: Jugendliche wissen viel über die ethischen Probleme bei der Herstellung von Textilien. Ihr Verhalten ändert das aber kaum.

Der Name schreckt ab. „Kleiderkreisel“ heißt die Secondhand-Plattform, auf der man gebrauchte Kleider kaufen und verkaufen oder auch einfach leihen kann. [...] 2009 wurde die Website gegründet. Die Nutzer sind überwiegend Frauen, die meisten zwischen 16 und 29 – und darüber hinaus so etwas wie Trendsetter. Wie viele ihrer Altersgenossen wollen sie zwar modisch gekleidet sein, brauchen dafür aber nicht jedes Mal neue Klamotten. Sie widersetzen sich dem Prinzip „Immer mehr, immer neu.“

Auch unter Jugendlichen sind sie damit in der Minderheit, wie eine neue Studie der Umweltorganisation Greenpeace belegt. Deutsche zwischen 12 und 19 sind zwar erstaunlich gut über die Probleme bei der Herstellung von Textilien informiert, wie eine repräsentative

Umfrage von Greenpeace unter 500 Jugendlichen zeigt. Ihr Konsumverhalten ändert das jedoch nicht. Jugendliche kaufen vor allem viel Mode. Mehr noch als die durchschnittlich fünf neuen Kleidungsstücke, die sich der Deutsche Monat für Monat zulegt.

Die Umweltorganisation hat Jugendliche nach ihrem Kaufverhalten befragt und dabei festgestellt, dass diese gut über soziale und ökologische Missstände in der Textilindustrie Bescheid wissen. So haben mit 96 Prozent der Befragten nahezu alle davon gehört, dass Arbeiter in der Modeindustrie oft unter unwürdigen Bedingungen arbeiten. Dass Bekleidung mit Chemikalien behandelt wird, ist 83 Prozent bekannt; immerhin noch 74 Prozent haben von negativen Auswirkungen auf die Umwelt gehört.

Konsequenzen aber ziehen die wenigsten, das eigene Kaufverhalten verändert kaum jemand: Nur 13 Prozent, also knapp jeder Achte, gab an, beim Kauf auf die Herstellungsbedingungen oder die Textilsiegel zu achten. „Gerade junge Konsumenten haben zwar eine Vorstellung davon, wie Kleidung hergestellt wird und welches Elend im Namen der Mode angerichtet wird. Allerdings blenden sie das aus, wenn es um den konkreten Kauf eines Kleidungsstücks geht.“

(302 Wörter)

Susanne Amann, *Der Spiegel*, 2015