

Save Your Wardrobe: Eine App für den nachhaltigen und achtsamen Umgang mit Kleidung

Interview mit den Konsumforscherinnen Deirdre Shaw und Kat Duffy von der University of Glasgow

Konsumenten lieben Mode, aber viele haben auch ein schlechtes Gewissen wegen ihres Konsumstils und ihrer oft überbordenden und kurzlebigen Garderobe. Berichte über die sozialen und ökologischen Kosten unserer Kleidung beunruhigen einige und veranlassen sie, ihr Kaufverhalten zu überdenken. Aber den Umgang mit der eigenen Kleidung ändern zu wollen und dies tatsächlich zu tun, sind zwei Paar Schuhe. Können digitale Services und KI dabei helfen, die Diskrepanz zwischen erklärten Absichten und Taten zu überbrücken? Das Start-up „Save Your Wardrobe“ (SYW) hat sich dieser Herausforderung gestellt und eine App entwickelt, die ein digitales Ökosystem zur Unterstützung nachhaltigeren Kleidungskonsums bietet. Das junge Unternehmen begann eine fruchtbare Zusammenarbeit mit den Konsumforscherinnen Kat Duffy und Deirdre Shaw von der Universität Glasgow, um seine Services möglichst optimal danach auszurichten, was Konsumenten für ein nachhaltigeres Verhalten tatsächlich benötigen. In diesem Interview sprechen Kat und Deirdre über ihre Zusammenarbeit mit SYW und über ihre Erkenntnisse zur Verbesserung der App und zur Förderung von mehr Nachhaltigkeit im Modebusiness.



Daiane ✕ *Könntet ihr uns bitte zunächst ein wenig über die App Save Your Wardrobe (SYW) erzählen?*

Kat ✕ Sicher, es handelt sich um eine digitale App, die auf der Idee basiert, dass die nachhaltigste Kleidung die ist, die man bereits besitzt. Sie zielt darauf ab, einen vollständigen Überblick über die Garderobe einer Person zu geben. Darüber hinaus hilft sie dieser dabei, über einzelne Teile, aber auch über das Verhalten und den Lebensstil im Zusammenhang

mit diesen Kleidungsstücken nachzudenken. Außerdem liefert die App ein Ökosystem an Dienstleistungen, das einen nachhaltigeren Umgang mit Kleidung fördert und dazu anregt, über die Nutzungsverlängerung von Kleidungsstücken durch Änderungsmöglichkeiten, Reparaturen oder Spenden sowie über Entsorgungswege nachzudenken. SYW liefert Pflegehinweise und Tipps für verantwortungsbewusstere Entscheidungen, wenn ein Teil ausgedient hat.



DEIRDRE SHAW →



← KAT DUFFY

ÜBER SAVE YOUR WARDROBE

Save Your Wardrobe ist eine digitale Plattform und App, die Konsumenten dabei unterstützt, ihre Garderobe nachhaltiger zu nutzen und den Lebenszyklus von Bekleidung zu verlängern. Das Startup wurde 2017 von Hasna Kourda und Mehdi Doghri gegründet. Kourda, jetzt CEO von Save your Wardrobe, ist in Tunesien geboren und aufgewachsen, wo viele gebrauchte europäische Kleidungsstücke auf Mülldeponien landen, was ernsthafte Umweltprobleme verursacht. Nach ihrem Umzug nach Großbritannien erlebte sie, wie die Menschen mit Kleidung und Mode umgehen und diese entsorgen, und entwickelte die Idee von Save Your Wardrobe.

Die App bietet KI-gesteuerte Empfehlungen zur Nutzung der eigenen Garderobe, die auf dem Lebensstil ihrer Nutzer basieren. Darüber hinaus bietet die Plattform ein umfassendes Ökosystem an nachhaltigkeitsfördernden Dienstleistungen für Kleidung wie Reparaturen, Änderungen, Spenden und Optionen für den Wiederverkauf von nicht mehr benötigten Teilen.

www.saveyourwardrobe.com/

ÜBER UNSERE INTERVIEWPARTNERINNEN

Deirdre Shaw ist Professorin für Marketing und Konsumforschung und Kat Duffy ist Senior Lecturer in Marketing, beide an der Adam Smith Business School der University of Glasgow in Schottland.

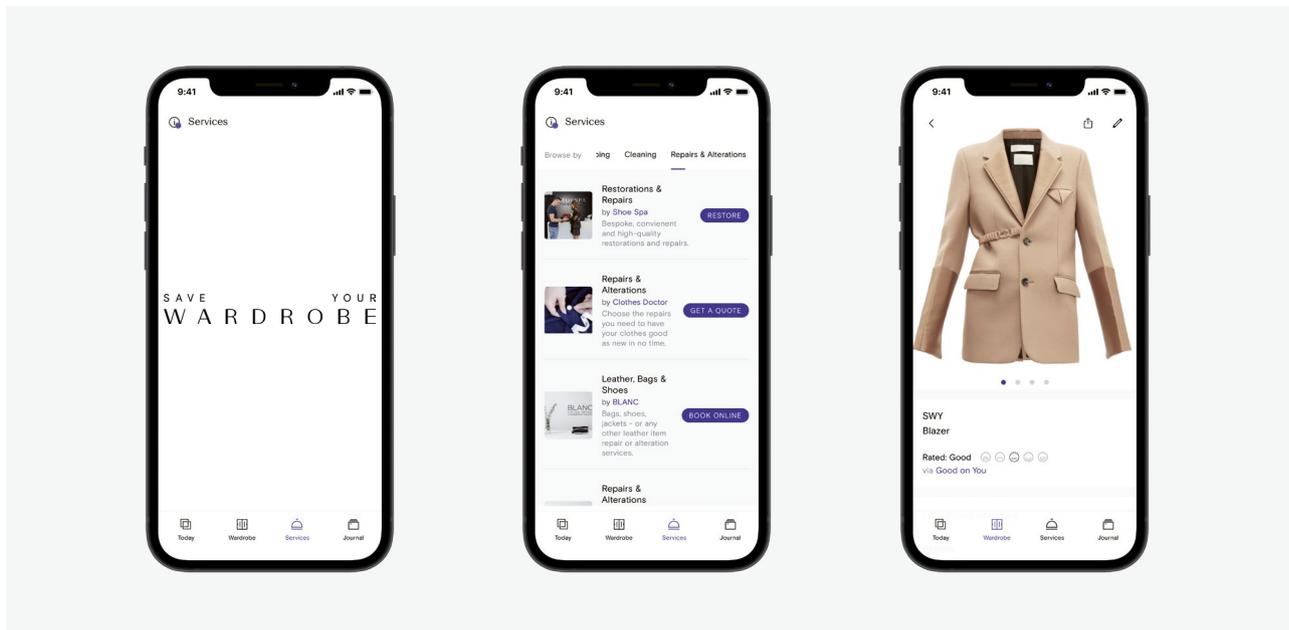
Deirdres Forschungsschwerpunkt liegt auf dem Gebiet der Konsumethik. Kats Forschungsinteressen gelten der Konsumkultur, der Nachhaltigkeit von Kleidung und der Kreislaufwirtschaft sowie der Digitalisierung des Konsums. Beider Forschungsergebnisse wurden in hochrangigen internationalen Marketing-Fachzeitschriften veröffentlicht. Im Rahmen des Projekts mit Save Your Wardrobe haben sie bisher zwei Forschungsberichte veröffentlicht.

Shaw, D. und Duffy, K. (2019): *Save Your Wardrobe: Digitalising Sustainable Clothing Consumption*. Project Report. University of Glasgow, Glasgow.

Shaw, D. und Duffy, K. (2020): *Save Your Wardrobe: Digitalising Sustainable Consumption: Further Insights*. Documentation. University of Glasgow, Glasgow.

INTERVIEWERIN

Das Interview wurde von Professor Daiane Scaraboto im November 2021 geführt.



Wie hat eure Zusammenarbeit begonnen?

Deirdre ✕ 2018 arbeiteten Kat und ich an einem Forschungsprojekt über nachhaltigen Kleidungskonsum. In diesem Jahr nahm ich am Copenhagen Fashion Summit teil, wo ich Mehdi von Save your Wardrobe kennenlernte. Im Zentrum ihrer Mission standen Nachhaltigkeit und die Förderung von Achtsamkeit und das passte sehr gut zu unserer Forschung. SYW hatte viel technisches Wissen über die App, aber weniger Wissen über die Konsumenten und Nutzer. Unsere Zusammenarbeit ergab sich, weil wir dabei helfen konnten, die Nutzer von SYW und deren Bedürfnisse zu verstehen und Aufschlüsse darüber zu erhalten, wie diese die App nutzen würden.

Du hast erwähnt, dass eine Zielsetzung von SYW „Achtsamkeit“ ist und dass dies mit euren Forschungsinteressen übereinstimmt. Welche Rolle spielt Achtsamkeit in eurer Forschung und im nachhaltigen Konsum von Mode generell?

Deirdre ✕ Das Konzept der Achtsamkeit war von der Modebranche aufgegriffen worden, und H&M und andere große Marken bekannten sich dazu, achtsamer werden zu wollen. Auch in Modezeitschriften und Blogs wurde Achtsamkeit zu einem heißen Thema. Und in der akademischen Literatur wurde ebenfalls über Achtsamkeit als möglicher Weg zu mehr Nachhaltigkeit diskutiert. Also beschlossen wir, Achtsamkeit in unserer Forschung als Anker zu nutzen, als wir unsere Teilnehmer aufforderten, sich für nachhaltigere Praktiken zu

engagieren. Nachhaltiger zu werden ist nicht einfach, und uns hat interessiert, wie Achtsamkeit in täglichen Routinen funktioniert. In unserer Betrachtungsweise bedeutet Achtsamkeit nicht nur ein gesteigertes Bewusstsein, sondern auch die Absicht, seine Einstellung zu Konsum umfassend neu zu gestalten. Wir fanden heraus, dass diejenigen, die ihren Kleidungskonsum generell hinterfragten und bewusst Abstand vom Markt suchten, um sich einzuschränken, bei der Realisation eines achtsameren Umgangs am erfolgreichsten waren.

Und als ihr SYW kennengelernt habt, hat euch interessiert, wie die App Konsumenten helfen könnte, achtsamer zu handeln?

Kat ✕ Wir wissen, dass digitale Tools Konsumenten unterstützen können, indem sie sie beraten, was sie kaufen, wo sie kaufen oder was sie boykottieren sollten. Die Menschen sind es gewohnt, digitale Lösungen für mehr Achtsamkeit zu nutzen, um den Kopf freizubekommen und gelassener zu werden. Die SYW-App nutzt KI, um ein ganzheitlicheres Bild davon zu erhalten, wie sich der Umgang mit Kleidung in den Lebensstil einer Person einfügt. Die Annahme ist, dass man informiertere und achtsamere Entscheidungen treffen kann, wenn man mehr über seinen Umgang mit Kleidung weiß.

Die App erleichtert diese Entscheidungen also nicht, indem sie den erforderlichen kognitiven Aufwand verringert, sondern indem sie Zusatzinformationen liefert? Wie funktioniert das?



Die App liefert ein Ökosystem an Dienstleistungen, das einen nachhaltigeren Umgang mit Kleidung fördert.



Deirdre ✕ Der Einstieg in die App ist recht arbeitsintensiv, weil man seine gesamte Garderobe hochladen muss. Wir haben uns gefragt, ob dies ein Hindernis für die Leute sein würde, aber das Gegenteil war der Fall. Durch den Prozess des Hochladens haben sich die Leute eingehend mit den einzelnen Kleidungsstücken beschäftigt. Sie erkannten, was sie nicht mehr trugen, und fingen an, Entscheidungen zu treffen: Ist das vielleicht etwas, das man weitergeben kann, oder ist es ein Teil, das repariert werden muss? Die Nutzung der App war also eine Belastung, weil man sich auf diesen Prozess einlassen musste, hatte aber auch viele Vorteile.

Man kann quasi eine mentale Last auf die App übertragen, richtig? Die App speichert das Wissen und man muss nicht ständig selbst an alles denken?

Kat ✕ Genau. Die Teilnehmer sprachen darüber, wie die App ihnen das Gefühl gab, ihre vorhandene Garderobe quasi ein zweites Mal zu kaufen und neu zu sortieren. Sie hatten alles digital im Blick, während sie vielleicht viele Teile gar nicht mehr kannten, weil sie nach hinten gerutscht waren. Außerdem fühlten sich die Nutzer danach besser in der Lage, gute Entscheidungen zu treffen.

Sind euch weitere Apps oder Webseiten bekannt, die den Konsumenten helfen, bewusster und achtsamer mit ihrer Mode umzugehen?

Kat ✕ Die SYW-App selbst ist mit einem ganzen Ökosystem von digitalen Services verbunden. Eines davon ist „Good on You“, in dem Nachhaltigkeitsratings für viele bekannte Modemarken zu finden sind. Die Nutzer fanden dies sehr nützlich, denn sie wissen, dass viel Greenwashing betrieben wird. Viele fühlten sich überfordert zu erkennen, welche Informationen vertrauenswürdig und für eine Entscheidungsfindung hilfreich sind. SYW hat auch Weiterbildung im Fokus und unterstützt Konsumenten durch Blogs, soziale Medien und Webinare. Vor allem aber will die App ihre Nutzer für Reparatur und Pflege sensibilisieren und für Fähigkeiten, die über die Zeit wohl verlorengegangen sind. Die App will ihren Nutzern helfen, mangelnde Fähigkeiten wiederzuerlangen, die wichtig werden, wenn wir uns bei

Kleidung mehr in Richtung einer Kreislaufwirtschaft bewegen wollen.

Hat die App Community-Charakter? Oder arbeitet man damit im Wesentlichen allein?

Deirdre ✕ Die App ist eine individuelle Bestandsaufnahme dessen, was der Einzelne besitzt, und sie spiegelt individuelle Verhaltensweisen wider. Es gibt aber laufend Diskussionen darüber, welche Rolle die Community für die App spielen könnte. Noch sind keine Community-Funktionen in die App integriert, aber es gäbe viel Potenzial. Einige unserer Teilnehmer sagten zum Beispiel, dass sie ihr Verhalten gern mit dem anderer Nutzer vergleichen würden. In unserer letzten Forschungswelle wurden auch Möglichkeiten für mehr Aktivismus diskutiert. Andere wollten ihre Garderobe durch eine Art Tauschsystem zur gemeinsamen Nutzung freigeben. Ich denke also, dass sich die App in Richtung Community bewegen wird.

Sprechen wir nun über die aktuelle Pandemie. Hat die COVID-Krise die Einstellung der Konsumenten zum Modekonsum verändert?

Deirdre ✕ Die Pandemie hat schlimme Facetten der Bekleidungsindustrie und des Konsumverhaltens ans Licht gebracht. Einige Marken haben beispielsweise bei Fabriken in Bangladesch bestellte Kollektionen nicht bezahlt. In England wurde der schlechte Umgang mit Mitarbeitern von Fabriken in Leicester publik, aber auch, wie das Virus in diesen Fabriken ignoriert wurde. Trotz all der Medienberichterstattung über solche Missstände hat das Online-Shopping im Bereich Fast Fashion zugenommen – mit all seinen negativen Folgeerscheinungen, wie etwa mehr Hin- und Rücktransport von Teilen, die nicht passten. Es gab auch Berichte darüber, dass Onlinehändler retournierte Ware gar nicht erst weiterverkauften, sondern entsorgten, was zusätzlichen Abfall verursachte.

Wie haben die von uns allen durchgestandenen Lockdowns das Verhältnis der Konsumenten zu ihrer Garderobe beeinflusst?



Die SYW-App nutzt KI, um ein ganzheitlicheres Bild davon zu erhalten, wie sich der Umgang mit Kleidung in den Lebensstil einer Person einfügt.



Deirdre ✕ Die Lockdowns waren eine Gelegenheit, innezuhalten und bewusst darüber nachzudenken, wie man davor gelebt hatte. Durch die Beschäftigung mit der App begannen die Menschen, sich ihrer Kleidung stärker bewusst zu werden. Es war quasi die Erlaubnis, den Reboot Button zu drücken, während all die anderen negativen Dinge in der Modeindustrie passierten. Die Lockdowns gaben den Leuten definitiv die Möglichkeit zu erkennen, dass sie Teil des Problems sind, und das war ziemlich unangenehm.

Glaubt ihr, dass positive Absichten und neue Gewohnheiten bestehen bleiben, wenn das Leben nach der Pandemie wieder ein höheres Tempo verlangt?

Kat ✕ Ich bin mir nicht sicher, aber wir sammeln gerade Daten, um zu untersuchen, ob und welche neuen Praktiken sich längerfristig durchsetzen könnten. Viele waren beispielweise begeistert, dass die App Empfehlungen für nachhaltigere Marken liefert. Aber das ist nicht das, worum es bei nachhaltigem Kleidungskonsum geht. Das ist nur ein weiteres Marktsegment, das zum Hauptmarktsegment hinzukommt, und darum geht es der App nicht wirklich. Es geht vielmehr darum, eine engere Bindung zu dem aufzubauen, was man schon hat, um die Langlebigkeit der Kleidung, um die Unterstützung bei der Pflege und Reparatur von Kleidung und um die Weitergabe nach der Erstnutzung. Damit Mode wirklich nachhaltig wird, muss die Modeindustrie einen grundlegenden Wandel vollziehen. Alle Systempartner müssen sich gemeinsam anstrengen, den Verbrauch zu reduzieren und nicht nur zu verändern.

Wer ist für diesen Wandel verantwortlich? Der Konsument?

Deirdre ✕ Ich glaube nicht, dass es fair ist, die Konsumenten in die Pflicht zu nehmen, aber wir können sie auch nicht aus der Verantwortung entlassen. Man muss die Modeindustrie als ein vielschichtiges Umfeld mit unterschiedlichsten Systempartnern verstehen, von denen jeder eine spezifische Verantwortung hat, auch der Konsument. Sich auf einen einzelnen Akteur zu verlassen, wird die gesamte Agenda nicht vorantreiben. Wirtschaft und Politik müssen den Kon-

sumenten helfen, das Richtige zu tun, und ohne politische Maßnahmen wie erweiterte Herstellerverantwortung oder CO₂-Steuer und dergleichen werden wir kein Ende unseres linearen Modells zustande bringen.

Was denken eure Befragten darüber, dass Konsumenten Verantwortung übernehmen sollten? Wehren sich einige dagegen?

Deirdre ✕ Interessanterweise haben wir nicht festgestellt, dass sie sich in die Pflicht genommen fühlten. Ihr Interesse galt der Frage, wie sie ihre Kleidung auf sinnvollere und verantwortungsvollere Weise genießen könnten. Die Herausforderung dabei ist, dass es keine klaren Handlungsoptionen gibt. Wer das Richtige tun will, hat das Problem mangelnder Infrastruktur. Es gibt kaum Angebote, um notwendige Dinge halbwegs bequem und erschwinglich zu realisieren. Wenn ich beispielsweise meine Kleidung recyceln möchte, kann ich schwer abschätzen, ob diese auch tatsächlich recycelt wird. Wo soll ich sie hinbringen? Wie soll ich sie verpacken und übergeben? Wenn ich etwas reparieren möchte, ist das im Allgemeinen ziemlich teuer. Diese Optionen sind oft nicht so leicht zugänglich.

Was bietet SYW an, um z. B. Reparaturen zugänglicher zu machen?

Kat ✕ Sie bauen auf der lokalen Wirtschaftsinfrastruktur auf, auf bereits existierenden Familienbetrieben, die Reparaturen und Ausbesserungen anbieten, aber in puncto Digitalisierung nachhinken. SYW fungiert also als Vermittler, und Nutzer können sich über die App ein Bild davon machen, wie viel eine Reparatur kosten wird und wie lange es dauert, bis man ein Teil zurückbekommt. Ich denke, das ist ein wesentlicher Ansatzpunkt: Die Kreislaufwirtschaft muss bequem, leicht zugänglich und einfach handhabbar sein. Die Möglichkeit, all diese Dinge über das Smartphone zu erledigen, ist ein großer Vorteil.

Und die App macht das auf lokaler Ebene? Wenn ich meinen Standort eingebe, bekomme ich dann entsprechende Empfehlungen?

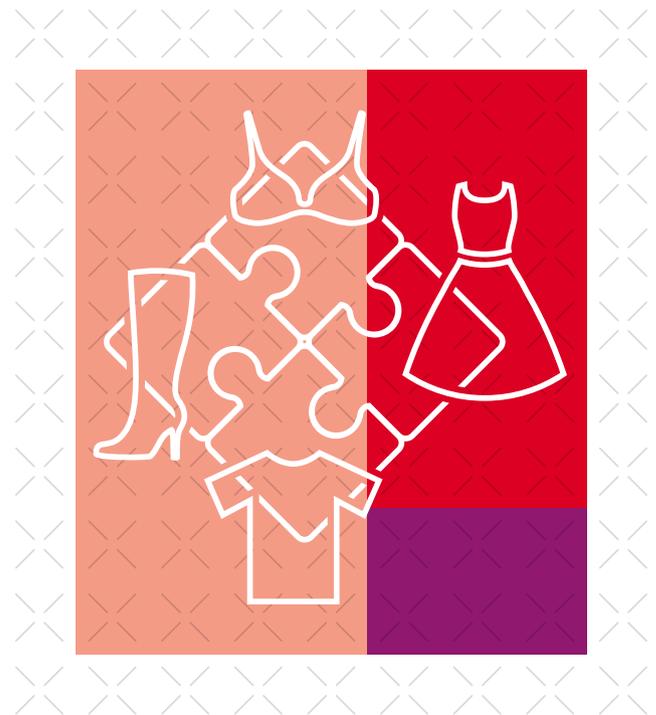
Kat ✕ Im Moment ist die App stark auf London konzentriert, aber sie soll auch für andere Regionen ausgerollt werden. Außerdem gibt es eine Kooperation mit der deutschen E-Commerce-Plattform Zalando, bei der gerade in Berlin und Düsseldorf getestet wird, wie das Angebot und die Integration der Nachbetreuung in die lokale Infrastruktur funktionieren.

In der Modebranche ist neben Reparaturen vor allem auch der Wiederverkauf ein heißes Thema. Aktuelle Studien deuten jedoch darauf hin, dass viele ihre Einnahmen aus dem Weiterverkauf von Kleidung als willkommenen Geldsegen empfinden, um wiederum neue Kleidung zu kaufen. Ist das wirklich ein Beitrag für mehr Nachhaltigkeit?

Kat ✕ Es gibt positive Aspekte des Wiederverkaufs, weil er Konsumenten dazu befähigt, mehr Kreislaufwirtschaft zu betreiben. Problematisch ist aber, wenn der Konsum neuer Waren dadurch nicht zurückgeht. Dass Second Hand entstigmatisiert wird und Vintage cool und nicht mehr verpönt ist, ist großartig. Aber wie dieser Trend mit Nachhaltigkeitswerten zusammenspielt, muss erst untersucht werden. Wenn man einfach so weitermacht wie bisher und ein Teil weiterverkauft, sobald man sich damit auf Instagram in Szene gesetzt hat, und das Geld dann dazu verwendet, wieder etwas Neues zu kaufen, setzt sich der traditionelle Konsumkreislauf weiter fort.

Letztlich ist es also eine Frage der Einstellung? Kennen Sie Marken, die Nachhaltigkeitsbestrebungen aktiv unterstützen und fördern und nicht nur bei den Konsumenten ansetzen, sondern die Branche an sich ändern wollen?

Deirdre ✕ Wir müssen den Verbrauch reduzieren, nicht verändern. Wir müssen den Konsumenten helfen, die Langlebigkeit von Kleidung zu erhöhen. Marken müssen deshalb in erster Linie Kleidungsstücke herstellen, die länger haltbar sind, und dann Dienstleistungen anbieten, die eine längere Nutzung ermöglichen. Marken wie Patagonia sind hier Vorreiter, aber eine solche Denkweise muss noch mehr zum Mainstream werden. Es muss für die Konsumenten einfacher werden, die von ihnen benötigten Dienstleistungen in Anspruch zu nehmen, und das ist genau das, was SYW versucht: Eine unterstützende Infrastruktur zu schaffen, die es den Menschen ermöglicht, in ihren lokalen Communities Kontakte zu knüpfen und eine Reparaturwerkstatt oder Änderungsschneiderei aufzusuchen, die kundenfreundlich und bequem erreichbar ist. Dieser Wandel muss dringend kommen, und er muss echte Reduktion bringen.



»

Die Teilnehmer sprachen darüber, wie die App ihnen das Gefühl gab, ihre vorhandene Garderobe quasi ein zweites Mal zu kaufen und neu zu sortieren.

«

Das ist ein perfektes Schlussstatement! Vielen Dank für das Interview. Ihre Zusammenarbeit mit SYW ist bemerkenswert. Es ist großartig, wie Sie analysieren, was die Konsumenten tatsächlich tun, und nicht nur, was sie angeben tun zu wollen, und wie diese Erkenntnisse helfen, den dringend benötigten Wandel in der Modeindustrie anzukurbeln. ✕