

In der Atacama-Wüste in Chile landen Tonnen der Kleider, die am europäischen und US-amerikanischen Markt nicht verkauft wurden. Foto: AFP

Billig, billiger und immer noch mehr Klamotten

Greenpeace listet Erschreckendes in Sachen Wegwerfmode auf. In Österreich wird heute um 60 Prozent mehr Kleidung gekauft als vor 15 Jahren.

Wien – Produzieren die Textilriesen Mode für den Müll? Ja, sagt die Umwelt-NGO Greenpeace. „Besonders kurz vor dem ‚Black Friday' diese Woche locken die Konzerne mit absurden Rabatten und massiven Werbekampagnen zu Impulskäufen. Getragen wird die Kleidung danach oft nur selten oder sogar gar nicht", sagt Lisa Panhuber, Konsumexpertin bei Greenpeace in Österreich.

Im Schnitt kaufen Konsumenten heute um 60 Prozent mehr Kleidung ein als vor 15 Jahren. Getragen wird sie nur halb so lang wie noch vor 15 Jahren – sei es, weil Hose oder Pullover nicht gefällt oder die Kleidung schnell kaputtgeht.

Damit nicht genug: Der Greenpeace-Report zeigt, „dass trotz Versprechungen der 29 größten Modemarken weiterhin 20 von ihnen auf Wegwerfmode setzen". Rund 200 Milliarden Stück Kleidung wurden im Jahr 2020 hergestellt, das sei rund doppelt so viel wie im Jahr 2014. Verkauft wurden 2020 hingegen „nur" 160 Milliarden Stück. Aufgrund der Covid-Pandemie sind die Händler auf einem Haufen von Billigkleidung sitzengeblieben. „Jede Sekunde wird eine ganze Lkw-Ladung Kleidung verbrannt oder auf die Deponie geworfen, um Platz für neue Ware zu schaffen. Trotzdem setzen die Konzerne weiter auf Wegwerfmode. Angebote zum Reparieren, Upcyceln oder Weiterverkaufen muss man bei den untersuchten Unternehmen mit der Lupe suchen", sagte Panhuber.

Im Bereich Chemikalien hingegen gibt es einige Verbesserungen: Die Produktionsketten der 29 Unternehmen, wie Nike und H&M, die ein von Greenpeace angeregtes Detox-Bekenntnis abgegeben haben, sind fast gänzlich frei von den als besonders gefährlich eingestuften Chemikalien. *(APA)*

Lesen Sie zu diesem Thema *den Kommentar auf Seite 2*

Große Klappe und wenig dahinter

Adventkalender sind oft viel zu teuer oder nur mit Restkontingent gefüllt. Wer nicht enttäuscht werden will, sollte sich vorher informieren.

Von Rosa Karbon



Selbst gemacht ist es noch immer am besten – sowohl für die Geldtasche als auch für die Umwelt. Foto: iStock

Innsbruck – Noch ein Monat, dann ist es endlich so weit: Weihnachten steht unmittelbar vor der Tür. Bevor es allerdings so weit ist, gilt es, 24 andere Türchen zu öffnen. Was in besinnlicher Vorfreude beginnt, endet nicht selten in herber Enttäuschung. „Große Klappe, nichts dahinter" scheint bei gekauften Adventkalendern den weniger schillernden Ton anzugeben.

„Leider ist es oft so, dass die Verpackung in Relation zum Inhalt viel zu groß ist", erklärt Jana Fischer von der Verbraucherzentrale Hamburg. Von umweltschonender Verpackung ist selten etwas zu sehen, dreifach eingepackt sei bei den Naschereien gang und gäbe. Gerade bei Kalendern, die mit Süßigkeiten gefüllt sind, lauere zudem noch die Kostenfalle.

> *„Teils werden Kalender mit Lagerbeständen gefüllt. Das ist nicht unbedingt ein Qualitätsmangel."*
>
> **Jana Fischer (Konsumentenschützerin)**

So kann man z. B. Schokolade-Adventkalender mit 250 g Füllgewicht um 19,99 Euro kaufen. Würde man die Schokolade derselben Marke im Handel als einzelne Tafeln erstehen, käme man lediglich auf 5,70 Euro. „Inwiefern die aufwändige Verpackung den Mehrwert des Kalenders rechtfertigt, müsste man im Einzelfall prüfen", sagt Fischer. Jedenfalls sollte sich jeder selbst überlegen: Ist es mir das Geld wert?

„Gerade in der Vorweihnachtszeit neigen viele dazu, mehr Geld auszugeben. Man möchte sich selbst oder anderen Menschen eine Freude machen." Die Konsumentenschützerin empfiehlt, sich trotz aller Spendierfreudigkeit vor dem Kauf zu informieren, was im Kalender enthalten ist, „damit man beim Öffnen nicht enttäuscht wird".

Der klassische Schoko-Kalender hat in den vergangenen Jahren aber längst Konkurrenz durch Gewürze, Schmuck, Spielzeug u. a. m. bekommen. Diese können mit Preisen im dreistelligen Eurobereich zu Buche schlagen. Und doch stimme laut Produzenten das Preis-Leistungs-Verhältnis. Denn die enthaltenen Waren seien weitaus mehr wert, als der Adventkalender kostet.

„Bei Lifestyle-Adventkalendern können die Angebote oft gut sein", erklärt Fischer. Um den Verkaufspreis weit unter den eigentlichen Warenwert zu drücken, haben die Hersteller nämlich Tricks auf Lager. Und zwar wortwörtlich: Restbestände von Waren, die aus dem Sortiment genommen oder nur saisonal angeboten werden, füllen die Türchen. Ein weiterer Grund für den verhältnismäßig geringen Verkaufspreis können zudem so genannte Bündelungspraktiken sein. „Produktbündelungen sieht man auch bei anderen Produkten, wie beispielsweise Skitourensets", erklärt Robert Schorn, Wirtschaftspsychologe an der UMIT Tirol in Hall. Würde man Ski, Bindung, Felle und Schuhe einzeln kaufen, wäre der Gesamtpreis höher.

> *„Die Weihnachtszeit ist ein kollektives Warten, dem man als Einzelperson nur schwer entkommt."*
>
> **Robert Schorn (Wirtschaftspsychologe)**

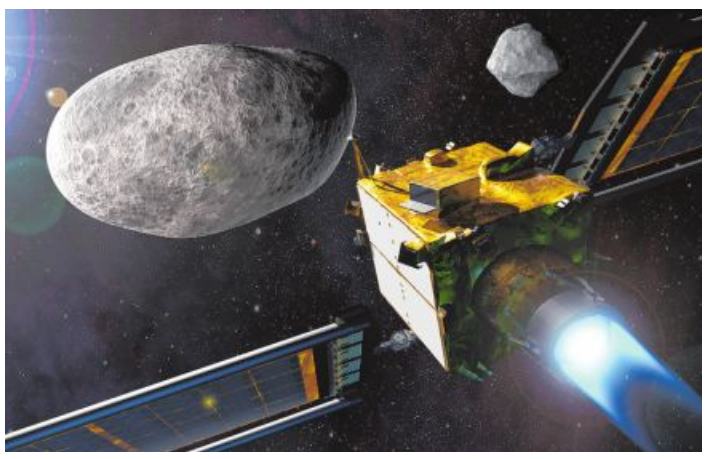
Preis hin oder her: Ohne Adventkalender wäre die Vorweihnachtszeit für viele undenkbar. „Es ist ein kollektives Warten, dem man nur schwer entkommt", sagt Schorn. Der Hype um Adventkalender reiht sich laut ihm in eine Gruppe anderer Entwicklungen ein. „Industrie, Handel und Gastronomie versuchen stets, einen immer größeren Anteil des Budgets der Konsumenten zu erhalten." So seien neue Geschenkanlässe (z. B. Valentinstag) eingeführt und Gepflogenheiten aus anderen Kulturkreisen übernommen worden (Halloween). „Seit einigen Jahren wird allgemein mehr Geld für Geschenke ausgegeben, Stichwort Upselling", sagt Schorn.

Wer also Geldbörserl und Umwelt schonen möchte, sollte den Kalender selbst machen. Dafür z. B. einen wiederverwendbaren Adventkalender mit Lieblingsnaschereien befüllen. Geht schnell und kommt sicher gut an.

Eine Sonde als Dartpfeil

Washington – Nie war ein Name passender für eine Weltraummission: „Dart", wie das Spiel mit Pfeil und Zielscheibe. Der Pfeil ist allerdings eine NASA-Sonde, die heute starten soll, und die Zielscheibe ein Asteroid. Die US-Raumfahrtbehörde hat sich zu der Abkürzung „Dart" auch einen ernsthaften Missionsnamen überlegt: „Double Asteroid Redirection Test", auf Deutsch in etwa „Doppelter Asteroiden-Umleitungs-Test".

Die Sonde soll heute von Kalifornien aus mit einer Rakete abheben und in einem Jahr in den Asteroiden Dimorphos krachen. Nicht weniger als die „zukünftige Sicherheit der Erde" stehe auf dem Spiel, sagt Missionsmanager Clayton Kachele. Bei „Dart" soll erstmals eine Sonde absichtlich in einen Asteroiden gesteuert werden, um dessen Flugbahn zu verändern. Das erinnert an Hollywood-Filme wie „Armageddon", in dem 1998 Stars wie Bruce Willis und Ben Affleck in kürzester Zeit einen direkt auf die Erde zurasenden Asteroiden zerstörten. Die rund 330 Millionen Dollar (290 Millionen Euro) teure Mission ist allerdings unbemannt und Dimorphos rast auch nicht auf die Erde zu, sondern es handelt sich um einen ersten vorsichtigen Versuch, ob es möglich sein könnte, die Flugbahn eines Asteroiden auf diese Weise abzuändern.



Eine Test-Mission wie im Film „Armageddon": Eine NASA-Sonde soll in einen Asteroiden fliegen, um dessen Flugbahn umzuleiten. Illustration: Nasa

Seit vielen Jahren überlegt die NASA, auch in Zusammenarbeit mit der Europäischen Raumfahrtagentur ESA, wie die Erde vor herannahenden Asteroiden geschützt werden könnte. Derzeit wissen Forscher von keinem Asteroiden, der in absehbarer Zeit auf die Erde zurasen könnte. Sollte es einmal so weit kommen, sagen Experten, würde man die „Dart"-Technik viele Jahre davor anwenden müssen, vermutlich sogar Jahrzehnte im Voraus. *(APA/dpa)*



Nur nicht einrosten

Dass Sport im Alter positive Effekte hat und sogar einer Demenz vorbeugen kann, weiß man schon länger. Wichtig sei dabei allerdings die Regelmäßigkeit. Darauf weist der Neurowissenschafter Stefan Schneider hin und bezieht sich auf Ergebnisse aus dem von ihm koordinierten Forschungsprojekt „DenkSport" an der Deutschen Sporthochschule in Köln. Ab zwei-, dreimal Sport in der Woche sehe man positive Effekte. Foto: iStock