

Fairlinkt.com

Eine Website als Einkaufshilfe für (um)weltbewusste Shopper

Klamottenkauf ist einfacher als je zuvor. Sind neben dem eigenen Geschmack jedoch auch Aspekte wie faire Löhne und Umweltschutz Kriterien für den Klamottenkauf, ist die Suche vergleichsweise mühsam. Mit dem Zusammentragen nützlicher Adressen auf einer Website wollte Luisa diesem Problem begegnen.



Was war die Motivation zur Verwirklichung dieses Projektes?

„Meine Gastmutter war eine selbstständige Näherin und hat trotz guter Arbeiten nicht viel verdient. Billige Massenware von weit weg mit dem richtigen Logo war mehr Geld wert als maßgeschneiderte Stücke. Allgemeiner habe ich in meinem Projektland gemerkt, wie wichtig alternative Wirtschaftszweige als Argumente für Gegner des Machtmissbrauchs der multinationalen Konzerne sind - also noch etwas, das für nachhaltige Textilien spricht.“

Zurück in Deutschland ist mir aufgefallen, dass es zwar viele Leute gibt, die menschen- und umweltfreundliche Kleidung tragen würden, die sich aber aus Sorgen um „mangelnde Qualität“ oder wegen des großen Suchaufwands diese nicht kaufen. Vor allem, wenn man auf dem (Hinter)Land wohnt, ist es schwierig, etwas zu finden. Stundenlange Recherche im Internet und Fragerei bei Freund*innen, in aktiven Gruppen, Weltläden etc. war nötig, um hin und wieder an schöne Kleidungsstücke zu kommen, die noch keine Löcher hatten und deren Produktion nicht Niedriglöhne, Ausbeutung, Umweltverschmutzung oder Transport rund um die Welt erforderlich machte. Die gesammelten Adressen sollten andere Leute benutzen und erweitern können.“

Was sollte erreicht werden?

- ✓ Es sollte eine Hilfe und Motivation für Leute darstellen, die auf der Suche nach „ethischer“ Kleidung sind.
- ✓ Bis Juni sollten (Hintergrund-)Informationen und Quellen recherchiert und kritisch überprüft werden und die rechtliche Lage geklärt werden (bei Infos aus Ratgebern oder von NGOs). Es sollten mindestens 15 Onlineshops, 15 Markennamen und 15 Läden zusammengetragen werden. Zudem sollte eine Person gefunden werden, die eine Internetseite baut, auf der ich Links und andere Adressen und Hintergrundinformationen übersichtlich veröffentlichen kann. Bis September sollte die Seite bestückt und online gestellt, eine Werbestrategie überlegt und der Link verbreitet werden (Werbung auf Facebook, Mundpropaganda, Email-Verteiler, eventuell Flyer in Weltläden, Bio-Supermärkten und bei alternativen Festivals). Es sollten mindestens 50 Emails mit Werbung verschickt werden.
- ✓ Die Seite sollte mindestens 30 Likes auf Facebook und mindestens 300 Klicks bekommen.

Wer sollte erreicht werden?

- ✓ Direkte Zielgruppe: 30 Leute, die gebeten wurden, Informationen zum Thema „Nachhaltiger Konsum“ beizutragen, und mehr als 500 deutschsprachige Facebook-Freund*innen und Freundes-Freund*innen

- ✓ Indirekte Zielgruppe: Menschen, die bei der Informationssuche von anderen gefragt werden und Menschen, die die Seite über eine Suchmaschine finden

Was ist konkret passiert? Was wurde erreicht?

„Im Juni habe ich René, einen Freund aus der Uni, gefragt, ob er die Website für mich baut und mich bei der Suche nach einem Anbieter unterstützt. Er ist mit der Projektplanung einverstanden. Seitdem läuft die Suche nach Verkäufer*innen. Ich habe Freund*innen und Bekannte gefragt, im Internet recherchiert, den Textil-Ratgeber von Greenpeace etwas genauer gelesen und versucht, den Verkäufer*innen direkt Nachfragen zur Produktion/ Beschaffung der Kleidung zu stellen. Ich habe oft dank Tipps von Menschen an der Straße verstecktere Second-Hand-Läden gefunden. Teilweise ist aber die Beurteilung von Nachhaltigkeit extrem schwierig. Teilweise wollten mir Verkäufer*innen nicht sagen, woher die Second Hand-Kleidung kommt. Daher fehlen mir zu einigen Adressen noch Hintergrundinformationen.

Im Oktober habe ich mit einer Grafikerin, die ich eigentlich nur gefragt hatte, ob sie Verkäufer*innen kennt, und die das ganze Projekt interessant fand, eine genaue graphische Ausarbeitung gemacht. Seitdem beschäftigte sich René mit der Anbietersuche und der Website, die verspätet online gehen wird. Die Domain ist allerdings schon für ein Jahr gebucht. Wenn das Projekt gut läuft, kann es verlängert werden. Bis jetzt konnte noch keine große Menge Menschen von dem Projekt profitieren. Ich glaube aber, dass sich in meinem direkten Umfeld viele Menschen aktiv mit dem ethischen Shoppingbummel auseinandergesetzt haben - vor allem die Freund*innen in Brüssel und Berlin, die mit mir zusammen auf der Suche und in den Läden waren.“



Bemerkungen zur Umsetzung

Besonderheiten: Ich bin auf viel mehr Interesse zu stoßen, als gedacht. Meine Erfahrung der letzten Jahre, dass viele Menschen gerne Kleidung kaufen würden, ohne Umweltverschmutzung und Ausbeutung zu finanzieren, dass es aber sehr viel Zeit und Hartnäckigkeit kostet, eine*n Verkäufer*in zu finden, der/die allen Ansprüchen gerecht wird, hat sich bestätigt.

Probleme & ihre Überwindung: Schwierig war, ein Konzept auszuarbeiten, welches für René umsetzbar ist, obwohl ich selbst keine Ahnung von Webdesign habe und dass ich nicht mehr in derselben Stadt wie René wohne. Wir haben uns per Skype und in Nachrichten abgesprochen. Den Zeitplan konnte ich auch schon in der zu knapp bemessenen Info-Sammelphase nicht einhalten. Da diese aber nach hinten offen sein kann und so die Website weiter wachsen kann, ist das akzeptabel. Um die neuen Informationen einbauen zu können, muss ich aber lernen, die Seite selbst zu erweitern.

Verbesserungsvorschläge: Es sollte ein festes Wochenende vereinbart werden, an dem man sich im 2er-Team entspannt trifft und an dem das Projekt im Mittelpunkt steht und sonst keine großen Aufgaben anstehen. Andernfalls ist es schwer, jeden Tag ein bisschen Zeit abzuwickeln, aber nicht zu wissen, was der andere braucht und macht.



Eckdaten

Projektorganisatorin: Luisa Scherer war mit Youth Action for Peace – Christlicher Friedensdienst e.V. in Peru.

Projektdatum/-ort: Angedacht: Mindestens ein Jahr von September 2013 bis September 2014 / Im Internet und in Städten, in denen ich mich über Einkaufsmöglichkeiten ausführlich informieren kann oder in denen Mitwirkende das tun können

Stichworte: Kleidung, Konsum, Internetseite, Second-Hand, Fairer Handel