

„THE BURDEN OF TRANSPARENCY“

ERIE EHRENBURG

„Diejenigen, die das Privileg haben zu wissen, haben die Pflicht zu handeln“ - Albert Einstein

Unser Leben ist ein permanentes Entscheiden: Von den kleinen Entscheidungen, wie ob man mit dem rechten oder linken Fuß aus dem Bett steigt, bis zu den großen, langfristigen Entscheidungen wie der Wahl des Berufs. Bei rund 20.000 Entscheidungen täglich und unzähligen Möglichkeiten, ist es kaum verwunderlich, dass die meisten Menschen damit überfordert sind. Gerade in den wirtschaftlich starken Ländern hat der Konsument eine bisher noch nie dagewesene Auswahl und Wirtschaftskraft. Oft wird übersehen, dass unsere Entscheidungen Auswirkungen haben, die über unser eigenes Leben hinaus gehen und unsere (in)direkte Umwelt und Menschenleben verändern.

Doch wie ist es möglich in einer überkomplexen und schnelllebigen Welt, in der kaum Zeit bleibt ausreichend abzuwägen, (Konsum)Entscheidungen mit einem möglichst positiven Impact zu treffen? Um zu entscheiden, benötigt man Informationen - aber nur genau so viel wie nötig. Die ökologische Bewegung ist besonders in den letzten Jahren im öffentlichen Diskurs angekommen und hat Fragen zu Herstellungsbedingungen, Rohstoffen und der Umweltbelastung von diversen Gütern aufgeworfen und die Nachvollziehbarkeit der Produktionsbedingungen in Frage gestellt. Somit wird der Entscheidungsprozess um einen weiteren Faktor ergänzt. In diesem Zusammenhang wird oft von Transparenz gesprochen, eine Kondition, die wortwörtlich für Durchschaubarkeit steht. Daher sollte für mich, im Angesicht einer unüberschaubaren Welt, Transparenz relevante Informationen liefern können und damit Entscheidungen vereinfachen, nicht verkomplizieren. Ich verstehe Transparenz als einen Prozess, bei dem es darum geht, Schicht für Schicht Nachvollziehbarkeit herzustellen, die Menschen von ihrem Standpunkt abzuholen und ihnen aus der informationellen Überforderung zu helfen.

Besonders im Bereich der Textilindustrie besteht großer Handlungsbedarf, da die mentale Verknüpfung von unserer Kleidung und den (negativen) Auswirkungen der Produktion auf die Beteiligten – Menschen, Tiere, Umwelt – noch am Anfang steht und die Transparenz, bedingt durch die mehrstufigen Herstellungsprozesse, ausbaufähig ist. Bereiche wie Transport oder Lebensmittel werden bereits selbstverständlicher hinterfragt, da die negativen Folgen unmittelbar am eigenen Körper erlebbar sind und bereits stärker staatlich reglementiert sind.

Kleidung umhüllt den Menschen, hält ihn dabei nicht nur warm, sondern bringt ihn auch in eine gesellschaftsfähige Form. Der soziale Druck sich stets selbst darzustellen und neu wiederzuerfinden, ist der Treiber der Modeindustrie. Die Wahl der Kleidung wird von zahlreichen Faktoren beeinflusst und hat einen großen Impact, da regelmäßig viel Wirtschaftskraft in diesen Bereich fließt. Daher sollte Transparenz dazu beitragen, mehr Bewusstsein über die Folgen der eigenen Entscheidungen zu schaffen, ob durch staatliche Labels, mehr Education oder das Wirken von Meinungsführern.

Transparenz soll dabei helfen Schicht für Schicht relevante Informationen frei zu legen und den Prozess einer gesamtgesellschaftlichen Veränderung anzustoßen. Dieses Offenlegen der (Kleider) Schichten wollte ich in meiner Arbeit sinnbildlich darstellen: Beim Tragen unzähliger Kleidungsstücke, haben wir die Last der Verantwortung zu tragen, die wir durch unsere (Kleider)Entscheidungen uns aufbürden. Kleidung beeinflusst unser Leben hautnah, schränkt uns ein und macht uns frei zugleich. Unsere Entscheidungsfreiheit ist das Mittel zur Veränderung, für das Transparenz ein Katalysator ist. In dem Bewusstsein darüber, liegt der erste Schritt zur nachhaltigen Veränderung.