Stimmzettel für öffentliche Abstimmungen

Modehäuser mit einem offenen Ohr für ihre Kundschaft machen mit bei der Umfrage:

Stimmen Sie diesem Mode-Trend zu?

Mit jedem Franken, den Sie konsumieren, erhalten Sie eine Stimme – so lautet die Theorie des Homo oeconomicus. In der Praxis aber spielt der Markt nicht mit – so die Behauptung: Es gibt beispielsweise kein Soziallabel für gerecht produzierte Kleider. Unzählige Berichte und Untersuchungen zeigen aber, dass in der Textilindustrie Umweltnormen und Sozialstandards nach wie vor systematisch missachtet werden.

Besteht hier eine Marktlücke? Oder spielen ökologische und soziale Kriterien bei der Mode keine Rolle? Was denken SIE? IHRE MEINUNG interessiert uns.

Diese Aktion gibt Ihnen eine Stimme! - Legen Sie Ihre Meinung in die Urne!

⇨ Entspricht das Angebot der Modehäuser und Markenfirmen heute Ihren Ansprüchen bezüglich sozialen und ökologischen Anforderungen?

☐ JA, im allgemeinen finde ich genügend tolle Kleider auf dem Markt, die meinem Konsumbedürfnis entsprechen.

☐ Nein, mir wäre es ein Anliegen, dass auch die Kleiderfabriken sauber sind und die Angestellten dort gerechter behandelt werden.

Wie oft sind Sie zufrieden mit den Angaben über Herkunft der Kleider und die Deklarationen bezüglich Ökologie und Arbeitsbedingungen (bitte ankreuzen)?

Nie! 0 % 50 % 100 % **Immer!**

⇨ Wären Sie bereit, für gerecht produzierte Kleider, einen Aufpreis zu bezahlen?

☐ Ja, wenn die Näherinnen geregelte Arbeitszeiten haben und ihnen ein fairer Lohn garantiert wird, wäre ich bereit dafür etwas mehr zu zahlen.

☐ Nein, die Einhaltung der Gesetze sollte eine Selbstverständlichkeit sein, weshalb ich nicht bereit bin, mehr dafür zu bezahlen.

Sie finden ein identisches Kleidungsstück bei zwei Anbietern. Wie viel sind Sie bereit für das umwelt- und sozialgerecht produzierte Stück mehr zu bezahlen?

Nichts! 0 Rappen 5 Franken **pro Stück!**

Bemerkungen: _____

_____

Vielen Dank für Ihre Stimmbeteiligung!

⇨ Die Resultate werden am (Datum) allen St. Galler Modehäusern mitgeteilt und in den lokalen Medien und im Internet (www.globalance.ch) veröffentlicht.