



FAIR FASHION



Foto: Gin Patin, pexels.com

INHALT

1. VORWORT	4
2. HARD FACTS	6
3. INTERVIEW	9
<i>Fashion Changers</i>	10
4. MARKEN	15
NOAH NYC	16
EYD	18
Ethletic	20
Aevor	22
People Tree	24
Essentials for Zula	26
Jan ´n June	28
5. INTERVIEW	31
Armedangels	32
6. SIEGEL	36
Grundprinzipien der ILO	37
Siegeltabelle	38
7. NACHWORT	40
8. IMPRESSUM	43

VORWORT

Liebe Leserin,
lieber Leser,

wenn wir in unseren Lieblingsläden die Kleiderstangen durchstöbern, vergessen wir manchmal, dass jedes einzelne Teil die halbe Welt mit zahlreichen Zwischenstopps durchreist hat. Bis wir ein Kleidungsstück anprobieren, musste die Baumwolle gepflückt, der Stoff gewebt, das Garn gesponnen, die Faser gefärbt und alles zusammengenäht werden. Dafür braucht es menschliche und ökologische Ressourcen, die in der schnelllebigen Modeindustrie selten geschützt werden. Selten bedeutet aber glücklicherweise nicht nie.

In diesem Guide möchten wir euch kurz auf die sozialen Ungerechtigkeiten in der Modeindustrie hinweisen und dann ausgiebig inspirieren, wie Veränderung möglich ist und wo sie bereits geschieht.

Insbesondere in Deutschland ist die Wahrscheinlichkeit hoch, dass an der Produktion unserer Kleidung sogar Menschen in moderner Sklaverei mitwirken mussten (S. 6). Was passieren muss, damit das unterbunden und faire Mode zum Standard wird, hat uns Nina Lorenzen von Fashion Changers erklärt (S. 9). Außerdem haben wir Dir einige Marken herausgesucht, die bereits vorbildliche Konzepte umsetzen (S. 15). Zur Orientierung im Alltag stellen wir Dir auch einige Siegel vor (S. 36). Siegel sind allerdings immer auch ein bisschen mit Vorsicht zu genießen, wie Lavinia Muth von Armedangels im Interview anspricht (S. 31). Sie gibt uns einen Einblick, wie herausfordernd – aber möglich – die Sicherstellung einer ökologisch und sozial nachhaltigen Lieferkette für Fashionbrands ist (S. 32).

Viel Spaß beim Lesen und Weitererzählen wünschen euch

HARD FACTS

- 1 VON 2000 BIS 2015 HAT SICH DIE ANZAHL DER JÄHRLICHEN KLEIDUNGSKÄUFE WELTWEIT VERDOPPELT, VON CA. 50 MILLIARDEN AUF ÜBER 100 MILLIARDEN KLEIDUNGSSTÜCKE.**
Quelle: Quarks
- 2 DEUTSCHLAND BELEGT WELTWEIT MIT 39,2 MILLIARDEN USD PLATZ 2 BEI JÄHRLICHEN KLEIDUNGSIIMPORTEN.**
Quelle: Statista 2019
- 3 DEUTSCHLAND PRODUZIERT JÄHRLICH DURCHSCHNITTLICH 391.752 TONNEN TEXTILMÜLL.**
Quelle: Der Tagesspiegel
- 4 JEDE:R DEUTSCHE WIRFT JÄHRLICH DURCHSCHNITTLICH 4,7 KILOGRAMM KLEIDUNG WEG.**
Quelle: Der Tagesspiegel
- 5 JEDE:R DEUTSCHE BESITZT DURCHSCHNITTLICH 95 KLEIDUNGSTEILE, 1/3 DAVON WERDEN NICHT GETRAGEN.**
Quelle: Prof. Sandra Meister, AMD Hamburg
- 6 JEDE:R DEUTSCHE KAUFTE JÄHRLICH IM DURCHSCHNITT KLEIDUNG IM WERT VON 910€.**
Quelle: Eurostat
- 7 25% DER KONSUMENT:INNEN KAUFEN GEZIELT KLEIDUNG, DIE NACHHALTIG UND FAIR PRODUZIERT WURDE.**
Quelle: Greenpeace
- 8 DER WASSERBEDARF ZUR HERSTELLUNG EINER JEANS BETRÄGT 8.000–10.000 LITER.**
Quelle: Prof. Sandra Meister, AMD Hamburg
- 9 35% DES MIKROPLASTIKS IN DEN WELTMEEREN STAMMT VON SYNTHETISCHEN TEXTILFASERN.**
Quelle: Quarks
- 10 KLEIDUNG BESITZT UNTER ALLEN PRODUKTGRUPPEN DAS ZWEITHÖCHSTE RISIKO, VON MODERNER SKLAVEREI BETROFFEN ZU SEIN.**
Quelle: Global Slavery Index 2018



INTERVIEW

FASHION CHANGERS

INTERVIEW

Nina Lorenzen gründete gemeinsam mit Vreni Jäckle und Jana Brau-
müller die Community Plattform Fashion Changers. Dort informieren
sie Verbraucher:innen und Professionals über eine nachhaltige und
faire Modeindustrie. Im Interview erklärt sie, welche Schritte unum-
gänglich sind, damit Fairness nicht mehr auf Freiwilligkeit fußt.

von Karoline Estermann



Foto: Fashion Changers /
Constanze Neubert

“

**Die Hoffnung auf
Veränderung ist
größer als die
Verzweiflung.**

Nina Lorenzen

Nina, was macht Fashion Changers?

Fashion Changers ist das zu Hause für alle, die sich mit dem Status Quo der Modeindustrie nicht zufriedengeben und Veränderung bewirken wollen. Wir haben verschiedene Bereiche: Unsere Online-Plattform mit unserem Magazin rund um Nachhaltigkeit und Fair Fashion, unsere Events wie beispielsweise die Fashion Changers-Konferenz zur Weiterbildung von Professionals, also Menschen, die in der (Fair) Fashion Branche arbeiten oder arbeiten wollen, und als Drittes Modeaktivismus. Unter Letzterem verstehen wir unsere gesamte Arbeit, haben aber zusätzlich einen Stammtisch, der sich jeden Monat trifft und auf strukturelle Probleme durch Demonstrationen und Petitionen aufmerksam macht.

Woher nimmst du die Energie, dich jeden Tag mit Problemen der Modeindustrie zu befassen?

Es ist immer kräftezehrend, wenn man in Bereichen unterwegs ist, in denen es Ungerechtigkeiten gibt. Ich bin nicht jeden Tag motiviert. Aber die Hoffnung auf Veränderung ist größer als die Verzweiflung. Und wir sehen, dass Veränderung möglich ist. Die Pandemie hat uns gezeigt, dass die Politik durchaus handlungsfähig ist. Jetzt wurde auch das Lieferkettengesetz verabschiedet – nicht so, wie wir uns das vorgestellt hatten, aber es kommt auf gesetzlicher Ebene Bewegung rein. Wir sehen auch, dass sich Unternehmen immer öfter fragen: Wie muss ich handeln, um zukunftsfähig zu bleiben? Denn die jüngeren Generationen fordern mehr Fairness, Solidarität und Nachhaltigkeit ein.

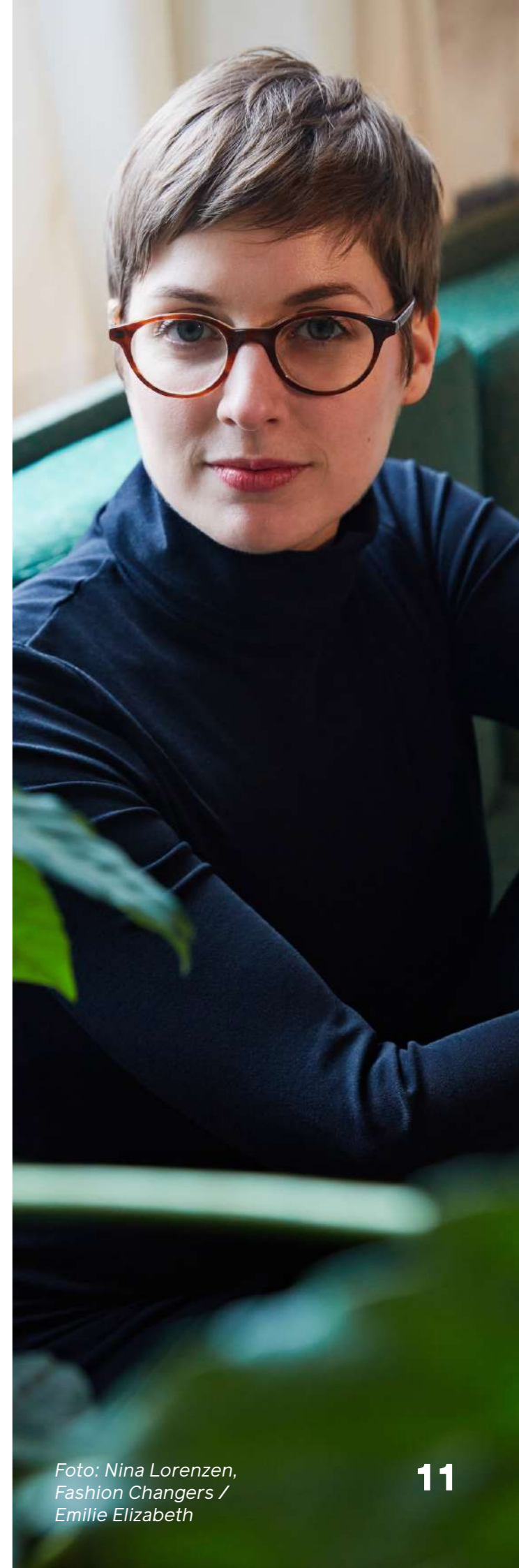


Foto: Nina Lorenzen,
Fashion Changers /
Emilie Elizabeth

Kann faire Mode die Welt zum Positiven verändern?

Mode kann ein sehr kraftvolles Instrument sein, ein Vehikel für Empowerment, soziale Teilhabe und Klimagerechtigkeit. Viele gesellschaftliche Probleme spiegeln sich auch in der Mode.

In Deutschland ist Mode die zweitgrößte Konsumgüterindustrie, es arbeiten weltweit extrem viele Menschen in dieser Branche und sie produziert mehr Co2 als der Schiffs- und Flugverkehr zusammen. Wenn wir sie richtig nutzen und ihr Transformationspotenzial ausschöpfen würden, dann könnte sie Dinge zum Guten verändern. Wenn Unternehmen verpflichtet wären, transparent und verantwortungsbewusst zu handeln, würde das automatisch eine positive Veränderung für viele Menschen bedeuten. Wenn Mode ein diverses und inklusives Selbstverständnis hätte, dann würde sie Menschen nicht ausschließen, sondern Vielfalt selbstverständlich abbilden.

Was muss passieren, damit faire Mode zum Standard wird?

Es gibt keine Zahlen zum Marktanteil von fairer Mode. Oft wird sie mit Bio-Lebensmitteln verglichen, die es seit den 1970er Jahren gibt und die inzwischen einen knappen Marktanteil von fünf Prozent haben. Fair Fashion liegt weit darunter, vermutlich bei unter einem Prozent. Deswegen ist der Anspruch vollkommen unrealistisch, dass sich der Markt selbst reguliert und faire Mode durch mehr Kaufkraft zum Mainstream wird. Bei Bio-Lebensmitteln hat es auch nicht funktioniert, auch wenn es sich manchmal so anfühlt. Es können nur gesetzliche Regeln helfen. Dann ist es hoffentlich irgendwann so, dass Konsumentinnen und Konsumenten nicht mehr die Wahl zwischen einem unfairen und einem fairen



Foto: von links nach rechts: Nina Lorenzen, Vreni Jäckle und Jana Braumüller; Quelle: Fashion Changers / Emilie Elizabeth

Produkt haben. Diese Konsumfrage ist ein großes Privileg, Fair Fashion ist teuer, und eigentlich darf sie keine Frage des Privilegs sein.

Was bedeutet fair für dich?

Bei der Arbeit nicht ausgebeutet zu werden, in Bezug auf Gebäudesicherheit einen sicheren Arbeitsplatz, feste Arbeitsverträge und eine Krankenversicherung zu haben, einen existenzsichernden Lohn zu erhalten, sich in Gewerkschaften engagieren zu dürfen, vor sexualisierter Gewalt am Arbeitsplatz geschützt zu werden und keiner Art von Diskriminierung ausgesetzt zu sein. Für mich würde Fairness das alles abdecken.

Wie motivierst du Menschen über faire Mode nachzudenken?

Ich spreche privat nicht ununterbrochen darüber, ich thematisiere es schließlich tagtäglich durch meine Arbeit. Ich komme immer mehr von dem Mantra weg: Dein Kassenzettel ist dein Stimmzettel. Das suggeriert, dass wir durch unsere Kaufkraft sehr große Veränderung herbeiführen können, was nicht der Fall ist, weil es am Ende wie bei den Bio-Lebensmitteln nicht ausreicht. Ich finde es wichtig, dass wir uns mit fairer Mode auseinandersetzen. Das heißt eben nicht, perfekt sein zu müssen. Ich darf das System kritisieren, auch wenn ich selbst nicht perfekt bin. Es ist viel wichtiger, darüber nachzudenken und Missstände zu erkennen und darauf hinzuweisen. Wir müssen vor allem mit Menschen drüber sprechen, die diese Probleme noch nicht erkannt haben und auch die Entscheidungsträgerinnen und Entscheidungsträger in Politik und Wirtschaft adressieren.

Hast du Tipps, wie jemand sein eigenes Konsumverhalten anpassen und fairer einkaufen kann?

Jeder und jede sollte zuerst eine Inventur machen und sich zum einen den eigenen Kleiderschrank angucken und zum anderen fragen: Wann und warum kaufe ich? Ich habe früher sehr viel Fast Fashion eingekauft. Das war nicht rational, sondern emotional. Entweder belohnte oder tröstete ich mich. Meistens stopfen wir mit Konsum eine emotionale Lücke. Wenn wir das hinterfragen, können wir viel gewinnen. Danach sollte jeder und jede über seinen bzw. ihren eigenen Stil nachdenken, weil sonst nur Trends oder Kleidungsstücke eingekauft werden, die man nicht trägt. Ich finde es wichtig, diese Veränderung nicht allein zu durchlaufen, sondern sich jemanden aus dem Freundeskreis zu schnappen. So ist es einfacher und macht auch mehr Spaß.



MARKEN

NOAH NYC



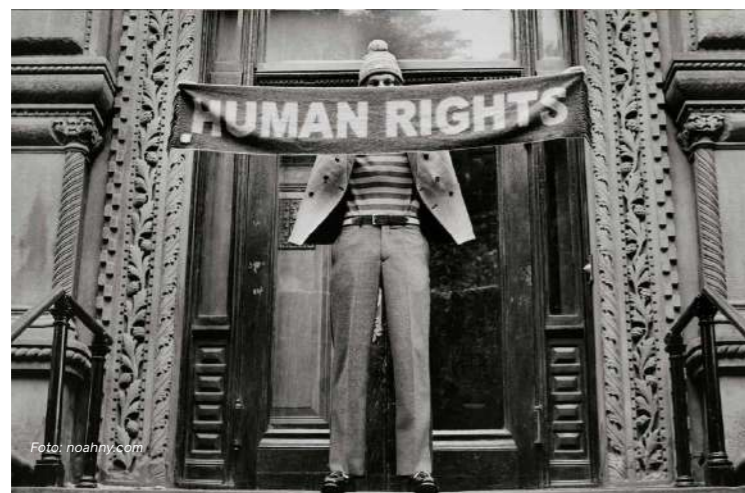
„NOAH is not a sustainable company.“ Überraschend ehrlich und gleichzeitig beschreibend für ihren Ansatz. Das New Yorker Fashion Label NOAH NYC ist bekannt dafür, die verheerenden Verhältnisse in der Modeindustrie schonungslos anzusprechen und sich selbst miteinzubeziehen.

Von der New Wave-, Skate- und Surfkultur inspiriert, hat Brendon Babenzien 2015 das Label gegründet und verfolgt seitdem ein rebellisch-philanthropisches Leitmotiv, um der sozialen und ökologischen Verantwortung nachzukommen. So bezieht das Unternehmen seine Materialien von ausgewählten Fabriken aus Ländern, in denen hohe Arbeits- und Umweltstandards gelten. Als Teil von *1% for the planet* versucht das Unternehmen seiner ökologischen Verantwortung gerecht zu werden und setzt dabei auf recycelte Materialien und Verpackungen, die weniger verschwenderisch sind.

Eines ist klar: Es gibt Modelabels, die in ihrer Entwicklung hin zu ethischen und nachhaltigen Standards weiter sind. Dessen ist sich NOAH bewusst. Anderen Unternehmen, Gamechangern und interessanten Personen eine Stimme zu geben, ist deshalb die eigentliche Stärke des Labels. Auf ihrem Blog thematisieren sie gesellschaftlich relevante Themen, die sie als wichtig erachten. Ob Menschenrechtsverletzungen, die Black Lives Matter Bewegung, das Konsumverhalten im Kapitalismus oder die ökologischen und humanitären Folgen der Klimakrise – NOAH traut sich, Dinge ehrlich und selbstkritisch anzusprechen. Wer mit der Mode nichts anfangen kann, sollte daher unbedingt in den Blog reinschauen.

von Micha Knispel

Quelle: noahny.com, hausvonedn.de



WE ARE NOT
SUSTAINABLE

EMPOWER YOUR DRESSMAKER



Foto: eyd-clothing.com

EYD



SNEHA



KOMAL



ZARA

An jedem Kleidungsstück findest du den Stempelabdruck einer Näherin, die an dem Kleidungsstück mitgearbeitet hat.

Fotos: eyd-clothing.com

EYD ist ein Modelabel, das Menschen aktiv auf dem Weg zurück in ein selbstbestimmtes Leben in Freiheit unterstützt. Für EYD arbeiten Frauen, die in ihrer Vergangenheit zur Prostitution gezwungen wurden. Durch die Arbeit bei EYD werden sie Schritt für Schritt zurück in ein selbstbestimmtes Leben begleitet. Sie erlernen einen Beruf, erhalten die Möglichkeit einer Schulbildung und werden ermutigt, groß zu träumen.

EYD übernimmt die Verantwortung dafür, die gesamte Sourcing- und Vertriebskette fair, nachhaltig und humanitär zu gestalten. Jedes EYD-Kleidungsstück ist vegan und umweltschonend produziert und vermarktet. EYD ist ein Mitglied der Ethik Society und Teil der Freedom Business Alliance. Jedes EYD Textilprodukt ist besonders. Schon alleine aus dem Grund, dass jede Näherin nach der Fertigstellung ihren Stempel auf das von ihr produzierte Stück setzt.

EYD hat eine andere Sicht auf die Modeindustrie als viele andere Modelabel. Bei ihnen stehen nicht Produkte, Konsumierende oder Profit im Vordergrund. Stattdessen setzen sie die Produzierenden an erste Stelle. Jede Person ist wichtig und jede von ihnen hat das Recht auf ein Leben und Arbeiten in Freiheit und Würde. Ganz im Sinne ihres Labelnamens EYD: Empower Your Dressmaker.

Wer noch mehr über die Gründung, über Erfolge und Prinzipien und die Menschen hinter EYD erfahren will, sollte in diesen Podcast Reinhören. Es lohnt sich.

von Swantje Rautenberg



Foto: Natalie Schaller, eyd-clothing.com

Zum Podcast:



ETHLETIC

Die Geschichte von Ethletic beginnt mit einem Fußball, der ohne Kinderarbeit und unter menschenwürdigen Arbeitsverhältnissen hergestellt wurde. Aufbauend auf diesen Erfolg entsteht die Vision, auch andere Produkte aus dem Sportbereich fair zu produzieren. Im Jahr 2004 bringt Ethletics den ersten fairen Sneaker auf den Markt. 12 Jahre später gewinnt die Firma den Fairtrade Award in der Kategorie Hersteller.

Jeder Sneaker wird unter fairen Arbeitsbedingungen und mit fairtrade zertifizierter Baumwolle hergestellt. Außerdem werden ausschließlich Naturkautschuk und Bio-Baumwolle verwendet, bei deren Verarbeitung auf die Verwendung von Pestiziden und Chemikalien verzichtet wird. Zusätzlich wird für jeden verkauften Schuh 1 Dollar an die Arbeiterinnen und Arbeiter gespendet, die das Geld demokratisch für verschiedene soziale Projekte am jeweiligen Produktionsort einsetzen. Darüber hinaus ist es seit 2019 möglich, auf der Website ein Trinkgeld direkt an die Nähenden zu schicken.

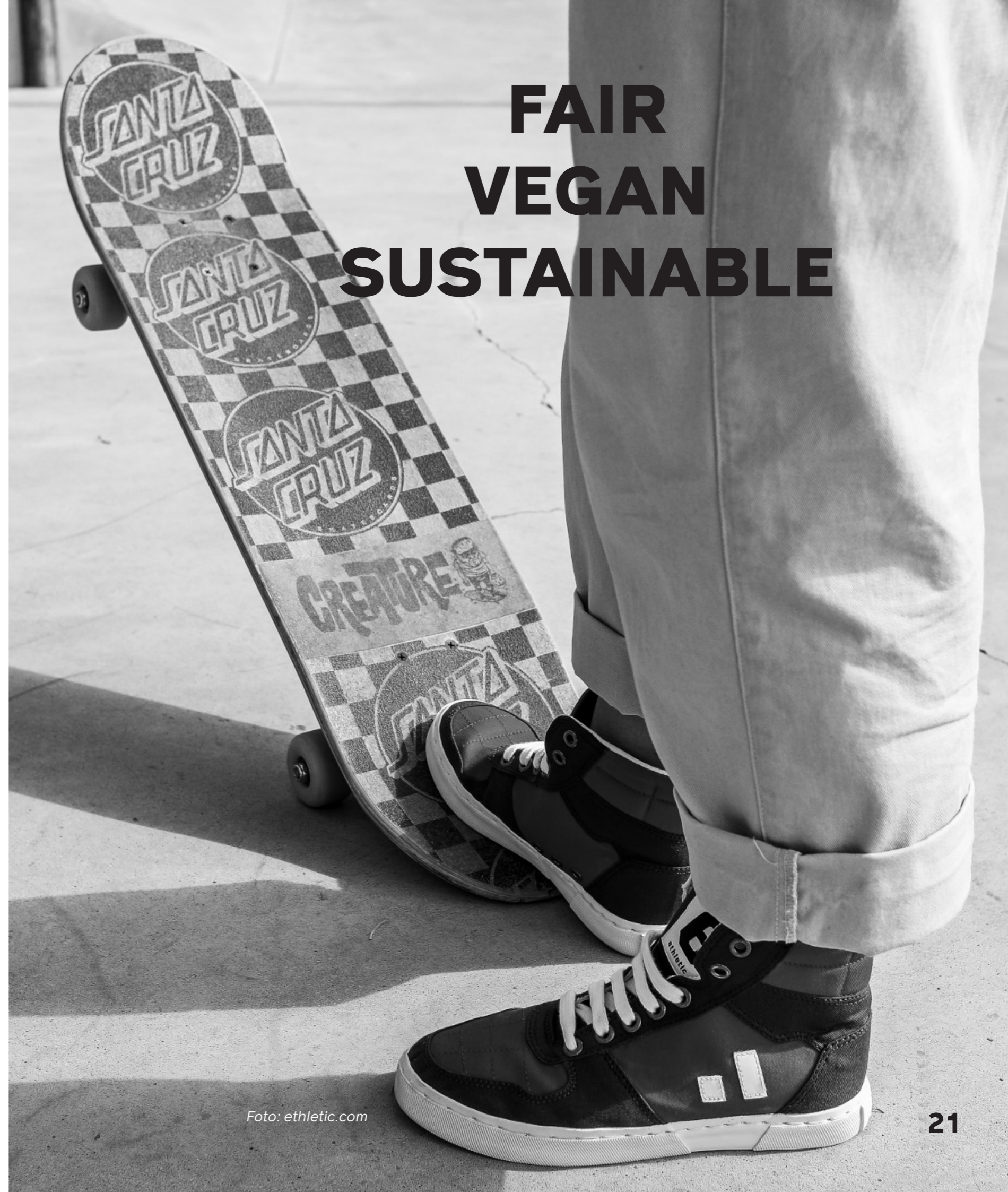
Ethletic entwickelt derzeit einen 100% biologisch abbaubaren Schuh sowie ein Pfandsystem für Schuhe. Außerdem wird der Reparaturservice für viel getragene Schuhe weiter ausgebaut. Durch neue Kollektionen und Kooperationen arbeitet Ethletic daran, die Auswahl für ethische Alternativen im Bereich der Sneaker kontinuierlich zu vergrößern. Alle Ideen beruhen auf dem Leitgedanken der Fairness und der Nachhaltigkeit.

von Swantje Rautenberg

Quelle: ethletic.com



FAIR VEGAN SUSTAINABLE





ECO AND SOCIAL

Foto: greenberlin.com

AEVOR

Das junge, dynamische Unternehmen AEVOR mit Hauptsitz in Köln ist vor allem für seine Rucksäcke und Accessoires bekannt, stellt aber auch Shirts, Hoodies und Jacken her.

Für die Herstellung ihrer Oberteile verwenden sie ausschließlich GOTS-zertifizierte Bio-Baumwolle. Dies hat zugleich mehrere Vorteile: zum einen werden beim Anbau der Baumwolle keine Chemikalien oder Pestizide eingesetzt, welche die Gesundheit der landwirtschaftlich Beschäftigten und die Umwelt schädigen könnten. Zum anderen werden 91% weniger Wasser, 62% weniger Energie und 46% weniger CO₂ verbraucht als beim Einsatz von konventioneller Baumwolle. Außerdem verpflichtet sich AEVOR somit zur strengen Einhaltung ökologischer und sozialer Standards während des kompletten Produktionsprozesses. Auch die Rucksäcke bestehen aus nachhaltigen Materialien. Hier werden Stoffe verwendet, die zu 50% -100% aus gebrauchten PET-Flaschen bestehen. PET-Recycling verringert den Anteil an Müll, der in der freien Natur landet und minimiert den Gebrauch natürlicher Ressourcen. Bei der gesamten Produktion verzichtet AEVOR auf PFC, per- und polyfluorierte Chemikalien, die nicht natürlich vorkommen und dadurch kaum oder gar nicht biologisch abbaubar sind. Oft werden diese Schadstoffe wegen ihrer imprägnierenden Fähigkeit in der Textilindustrie eingesetzt und gelangen über Luft und Wasser in unsere Umwelt. Im Rahmen des bluesign®-Systems bezieht AEVOR seine Stoffe von ausgewählten Partnern, die darauf achten, Umweltbelastung zu minimieren.

Neben all den nachhaltigen und umweltfreundlichen Aspekten, verfolgt AEVOR insbesondere auch das Ziel, den Modemarkt fairer zu gestalten. Sie setzen sich für faire Arbeitsbedingungen für Lieferantinnen und Produzent:innen ein und sorgen dafür, dass die genutzten Fabriken zu einem sicheren Ort für sie werden. Neben der Zertifizierung mit dem „Fair wear“-Siegel ist das Unternehmen zudem mit dem staatlichen Siegel „Grüner Knopf“ lizenziert, welches ebenfalls soziale und ökologische Standards innerhalb der Lieferketten garantiert.

von Maren Kaiser

Quelle: aevor.com

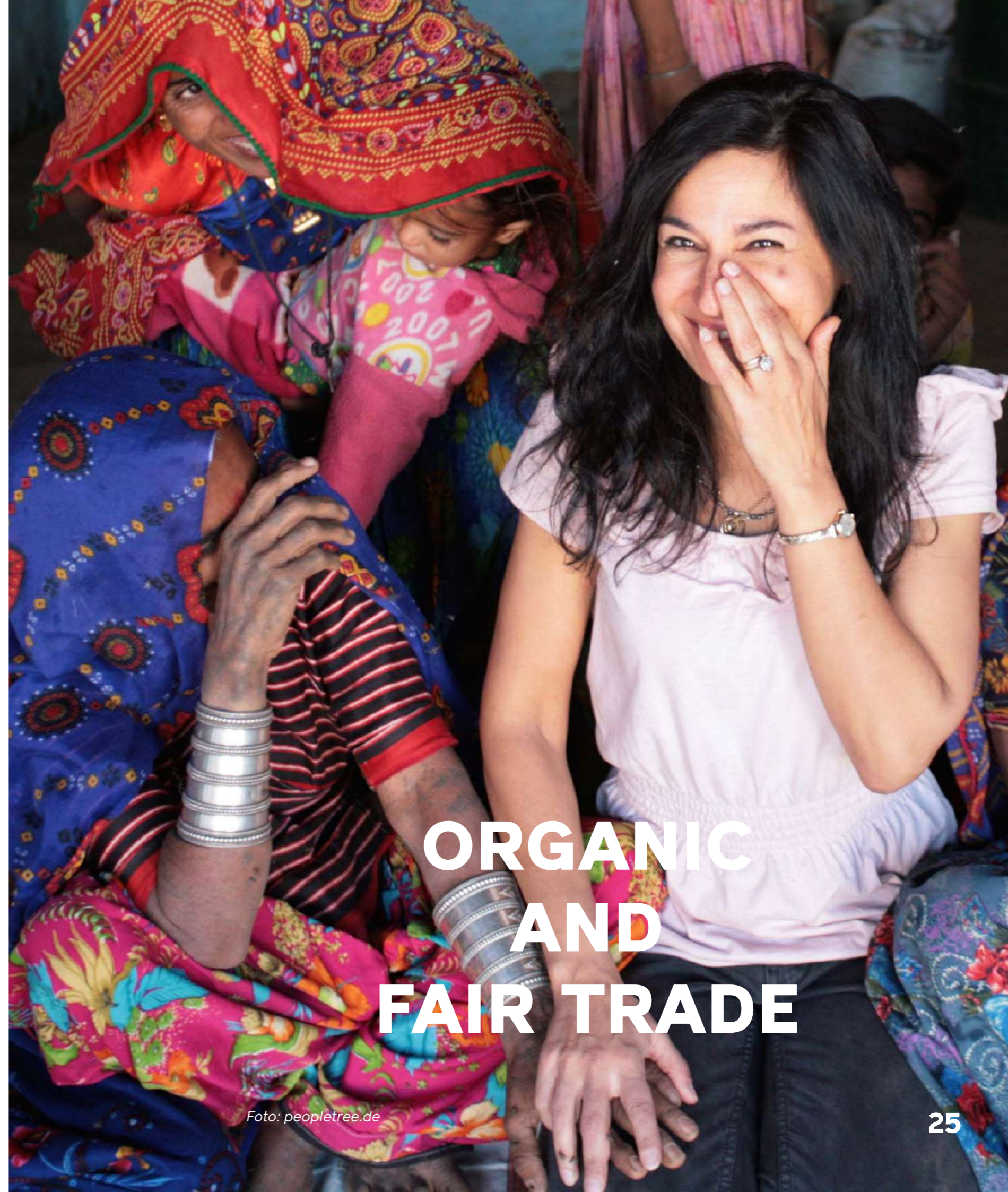
PEOPLE TREE

Das Unternehmen People Tree stellt handgemachte Mode aus Bio-Baumwolle und nachhaltigen Materialien her. Im Fokus des Unternehmens stehen die Aspekte der Nachhaltigkeit und des fairen Handels. Das Fairtrade Prinzip wird in jedem Herstellungsbereich berücksichtigt. People Tree arbeitet seit über 20 Jahren mit Handwerker:innen und Bäuer:innen aus Entwicklungsländern zusammen. Die Zusammenarbeit richtet sich nach den Fairtrade Standards der World Fairtrade Organisation. Das Unternehmen kann so, in Kooperation mit führenden Designer:innen, einmalige Mode auf den Markt bringen und zeitgleich die Lebensumstände der Handwerker:innen und Bäuer:innen verbessern. People Tree hat es sich zusätzlich zu einer Mission gemacht, nicht nur die Bäuer:innen und Handwerker:innen zu unterstützen, sondern auch ihre Gemeinden zu stärken. So kann zum Beispiel der langjährige Partner 'Assisi Garment' Ausbildungsplätze für taube, stumme und wirtschaftlich benachteiligte Frauen anbieten. Durch die Kooperation mit People Tree konnte das Unternehmen von 8 auf über 100 Mitarbeiter:innen wachsen. Auf diese Weise trägt das Unternehmen aktiv zur Armutsbekämpfung in stark marginalisierten Gruppen bei.

Die enge Zusammenarbeit mit den Handwerkern und Bauern ermöglicht es dem Unternehmen, nachhaltigere Produktionsmethoden voranzutreiben. People Tree ist die erste GOTS zertifizierte Organisation. Durch die Unterstützung lokaler Lieferant:innen sowie das Vermeiden von giftigen, synthetischen und nicht biologisch abbaubaren Rohstoffen reduziert das Unternehmen die Belastung der Natur. Mit dem Einsatz in den Bereichen Fairtrade und Naturschutz stellt sich das Unternehmen bewusst gegen die Fast Fashion Industrie und bietet eine Slow Fashion Alternative an.

Für Safia Minney - Gründerin von People Tree - ist es ein Anliegen, die Welt mit Hilfe von Design, Kreativität und den Medien ein Stück zu verbessern.

von Maren Kaiser



ORGANIC AND FAIR TRADE

ESSENTIALS FOR ZULA

Hinter ESSENTIALS FOR ZULA steht ein Tochter-Vater-Duo aus einer Familie von Kleidungsproduzent:innen in Österreich und Thailand. Ihr Slow Fashion-Projekt startete 2015 mit einem Online-Shop und dem Ziel, die eigene Lieferkette wegen der unethischen Arbeitsbedingungen in der Modeindustrie genau im Blick zu behalten. Alle Kleidungsstücke – insbesondere Bademode, Unterwäsche und Yoga-Outfits – werden in einer eigenen Fabrik in Thailand nach den Standards der International Labour Organisation der UN produziert. Ihre Stoffe bezieht die Marke ganz bewusst von thailändischen Fabriken, um die von der Fast Fashion-Industrie geschädigte lokale Wirtschaft zu fördern. Weil andere Länder für weniger Geld größere Mengen an Kleidung produzieren, hat Thailand Nachteil genommen, erklärt das Label. Es möchte helfen, indem ein Bedarf an kleinen Fabriken geschaffen wird, und gleichzeitig Druck ausüben, damit faire Arbeits- und Lohnbedingungen implementiert werden. Ihre eigenen Mitarbeiter:innen und Mitarbeiter erhalten mehr als den Mindestlohn, die Baumwolle ist GOTS-zertifiziert und um Stoffreste zu verringern, gleicht der Zuschnitt einem Tetris-Spiel.

von *Karoline Estermann*

Quelle: essentialforzula.com

RADICAL TRANSPARENCY



Foto: essentialforzula.com

Vater und Tochter in der Werkstatt in Thailand.

JAN´N JUNE

Die Idee für das Fashionlabel JAN | N JUNE entstand vor knapp 10 Jahren in Hamburg bei einer Flasche Wein. Seitdem versuchen die Gründerinnen und Geschäftsführerinnen Anna und Julia ihre faire Marke stetig zu verbessern und die Modewelt so ein kleines bisschen gerechter zu gestalten. Was uns an ihrem Konzept gefällt? Sie knüpfen Transparenz an die Möglichkeiten des 21. Jahrhunderts: Jedes ihrer Kleidungsstücke ist mit einem QR-Code versehen. Dieser QR-Code führt zur sogenannten ECO-ID. Und die ECO-ID ist eine Art Reisepass des Artikels. Dieser Reisepass gibt einen Überblick, welche Schritte in der Lieferkette durchlaufen wurden. Er gibt zum Beispiel die Herkunft der Ressourcen an und die genauen Koordinaten der Produktionsstätte, in der das Endprodukt zusammengenäht wurde. Alle Stoffe sind zertifiziert. Die Fabriken in Polen und Portugal, in denen die Endprodukte gefertigt werden, sind ebenfalls zertifiziert und/oder Familienbetriebe. Zurzeit arbeitet JAN | N JUNE daran, dass ihre Marke und ihre Endprodukte bald ebenfalls zertifiziert sind. Stoffreste werden übrigens nicht weggeschmissen, sondern in Accessoires wie Haargummis verwertet, die Kleidung wird nicht in Plastiktüten geliefert und die Kartons so oft wie möglich wiederverwendet.

von Karoline Estermann

Quelle: jannjune.com



Foto: jannjune.com



**FASHION,
BUT MAKE
IT SLOW**

Foto: jannjune.com



INTERVIEW



ARMED ANGELS

Foto: ARMEDANGELS

INTERVIEW

Baumwolle pflücken, Garn spinnen, Stoffe weben und färben – viele Produktionsschritte erfolgen in der Textilindustrie von Menschenhand. Die Lieferketten sind lang und undurchsichtig. Im Interview erklärt Lavinia Muth, Corporate Responsibility Managerin bei ARMEDANGELS, wie Menschenrechte dennoch geschützt und Kleidungsstücke fair und umweltgerecht produziert werden können.

von Karoline Estermann

“

Diskriminierung lässt sich nicht so einfach messen wie der Wasserverbrauch.

Lavinia Muth

Lavinia, welches Ziel verfolgt ARMEDANGELS?

Vor 14 Jahren haben zwei Studenten ARMEDANGELS gegründet. Ihre ursprüngliche Idee war es, T-Shirts zu verkaufen und einen Großteil der Einnahmen für wohltätige Zwecke zu spenden. Beim Verfassen des Businessplans sind die beiden darauf aufmerksam geworden, was für eine schmutzige Industrie die Textilbranche ist. Also haben sie sich dazu entschlossen, erst einmal ethisch korrekte und nachhaltige Produkte auf den Markt zu bringen.

Über Lavinia:

Lavinia prüfte und beriet in den vergangenen zehn Jahren weltweit zahlreiche Hersteller:innen, Händler:innen und Marken bei der Umsetzung von Verhaltenskodizes und Standards in den Bereichen faire Arbeitsbedingungen und Chemikalien- und Umweltmanagement. Seit 2017 arbeitet sie bei ARMEDANGELS.

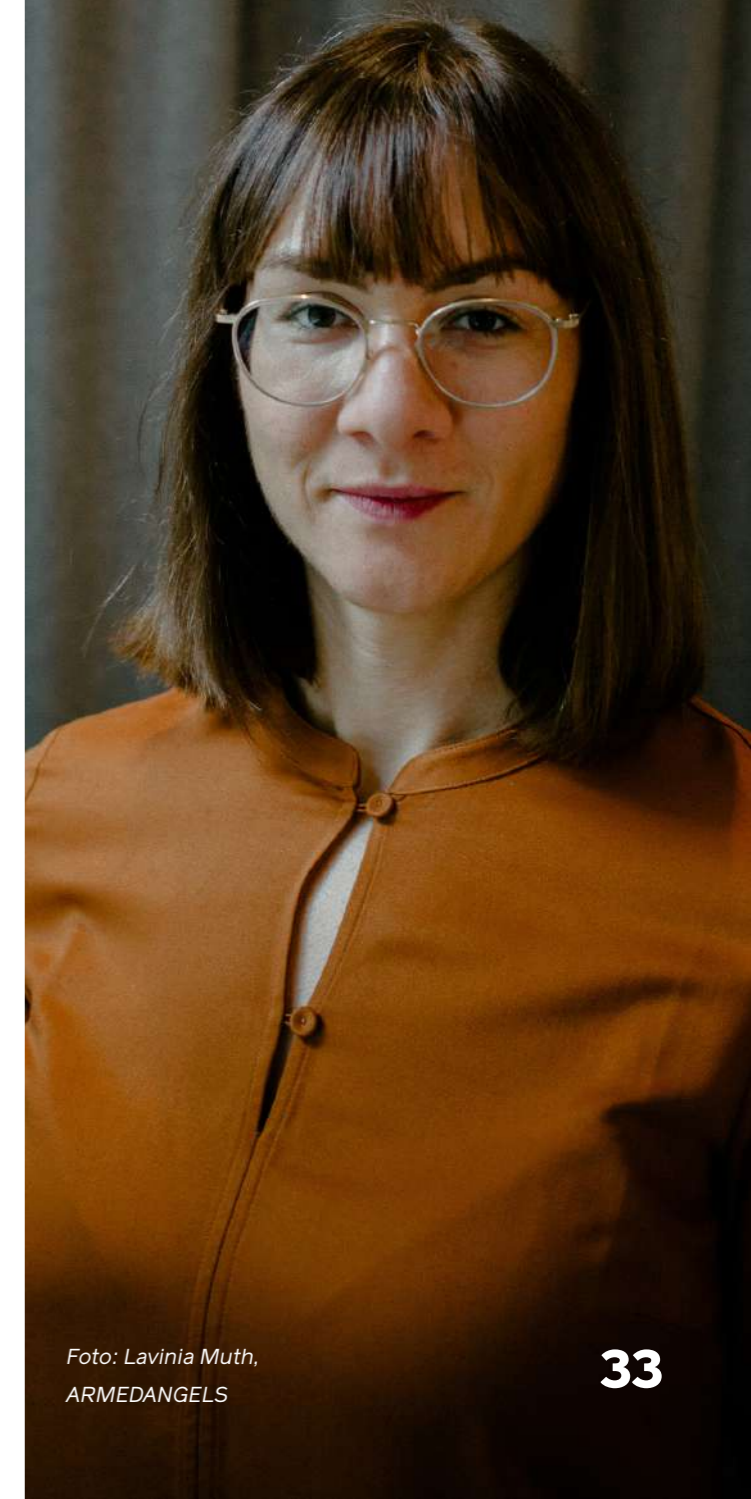


Foto: Lavinia Muth,
ARMEDANGELS

Wie stellt ihr sicher, dass eure Kleidung fair produziert wird?

Wir arbeiten mit verschiedenen Initiativen und NGOs zusammen und arbeiten mit diversen Standardinstrumenten – denn nicht jeder Standard deckt die gesamte Lieferkette und alle relevanten Nachhaltigkeitsparameter ab. Zum Beispiel kommt unsere Bio-Baumwolle zu einem Großteil aus Indien und ist auf Faserebene Fairtrade zertifiziert, damit garantieren wir eine gerechte Bezahlung der Bäuerinnen und Bauern. Außerdem sind wir Mitglied der Fair Wear Foundation, die gemeinsam mit Marken die Arbeitsbedingungen in der Lieferkette überprüft, beobachtet und verbessert. Wir nutzen Zertifizierungen aber nicht für wilde Marketing-Claims und zum Labeln der Produkte. Wir wissen, dass es in allen Standards Grauzonen gibt. Wir nutzen sie eher als unterstützende Instrumente und absolute Mindeststandards und wollen es darüber hinaus noch besser machen. In Indien haben wir zum Beispiel mittlerweile eine Initiative mit mehr als 500 Kleinbäuerinnen und Kleinbauern gegründet, um einen Standard zu implementieren, der hoffentlich noch umweltgerechter wird.



Foto: Lavinia Muth, ARMEDANGELS

Was sind die größten Herausforderungen dabei, eine menschenwürdige Produktion sicherzustellen?

Die größten Herausforderungen sind Transparenz und Rückverfolgbarkeit in der Lieferkette. Viele Unternehmen wissen nicht die ganze Lieferkette entlang, mit wem sie zusammenarbeiten und können dementsprechend nicht den Status Quo erheben und diesen zum Guten verändern. Bei uns ist es so, dass jede Produktionsstufe zertifiziert und auditiert ist. Unabhängig davon haben wir nicht nur Kontakt zu unseren Vertragspartnerinnen und Vertragspartnern der ersten Stufe – also von denen wir die fertigen Kleidungsstücke kaufen – sondern zu fast allen Stufen. Wir kennen sie, besuchen sie und versuchen unsere Geschäftspartnerschaft auf ein neues Level zu bringen. Eine Garantie gibt es aber nie.

Inwiefern?

Skavenähnliche Verhältnisse und ungerechte Arbeitsverhältnisse fangen schon im Kleinen an. Zum Beispiel, wenn eine Frau wegen des Risikos, bald schwanger zu werden, nicht eingestellt wird. Einhundertprozentig zu garantieren, dass das nicht passiert, ist mit den aktuellen Tools und so wie die Welt heute arbeitet meiner Meinung nach nicht möglich. Nur weil ich in der Fabrik war und das Audit gut gelaufen ist, kann es trotzdem sein, dass der Supervisor in der Fabrik morgen seine Kollegin anschreit. Aber wir können viele Maßnahmen implementieren, um das Risiko für moderne Sklaverei oder sklavereiähnliche Arbeitsverhältnisse zu minimieren. Zum Beispiel indem wir viele Vorprüfungen machen, bevor wir einen Lieferanten in unsere Lieferkette aufnehmen.

Kann es eine Modeindustrie ohne Sklaverei geben?

Dafür muss sich noch viel tun. Es gibt keine Industrie in der Welt, von der wir ganz klar sagen können, dort gibt es keine Form von moderner Sklaverei.

Die Textilindustrie ist aber sehr speziell und dafür anfällig, weil es sehr komplexe und dynamische Lieferketten sind und ganz viele Produktionsschritte von Menschen und per Hand gemacht werden. Ich glaube, dass wir durch Fokussierung auf stabile Lieferketten, eine gewisse Verlangsamung, transparente Kommunikation und gesetzliche Maßnahmen wie Lieferkettengesetze – nicht nur in der EU, sondern auch in den Produktionsländern – Stück für Stück dafür sorgen können, dass sich die Arbeitsbedingungen verbessern.

Siehst du die Verantwortung für eine faire Textilindustrie bei Unternehmen oder Konsumentinnen und Konsumenten?

Ich sehe 90 Prozent der Verantwortung bei Unternehmen. Für mich sind Unternehmen verpflichtet, ethisch korrekte Produkte auf den Markt zu bringen. Ich verstehe nicht, warum viele das nicht als höchstes Ziel oder ganz klaren Standard haben. Natürlich muss der Kunde, die Kundin lernen, Produkte wieder besser zu pflegen und wertzuschätzen. Die Wegwerf-Mentalität muss weg. Allerdings wird diese von den Unternehmen und der Politik zusätzlich generiert. Die Konsumentinnen und Konsumenten fragen nicht nach Bullshit-Produkten – sie werden ihnen angeboten und in Marketing-Blasen vorgestellt.

Was rätst du Konsumentinnen und Konsumenten, die fair produzierte Kleidung im Schrank hängen haben möchten?

Es gibt kein Siegel am Endprodukt, das einhundertprozentig sichere Arbeitsbedingungen garantiert. Weil – wie schon gesagt – viele Standards nicht die gesamte Lieferkette und nicht alle Nachhaltigkeitsparameter abdecken. Hinzu kommt: Diskriminierung zum Beispiel lässt sich nicht so einfach messen wie der Wasserverbrauch. Ich persönlich schaue beispielsweise darauf, inwiefern Marken transparent sind und handfeste Informationen zur Verfügung stellen. Ich schaue, ob sie über ihre Lieferkette informieren, einen Nachhaltigkeitsbericht rausbringen, Löhne offenlegen und welche einzelnen Zertifizierungen es in der Lieferkette gibt. Mir reicht es nicht, wenn sie ein Foto mit „I made your clothes“ hochladen oder von fairer Bezahlung sprechen. Ich möchte wirklich wissen, in welcher Fabrik produziert wird und unter welchen Bedingungen. Mittlerweile gibt es auch schon einige Firmen, die diese Informationen preisgeben.

SIEGEL

EIN GLOBALER WEG AUS DER SKLAVEREI?

Das Ziel der International Labour Organization ILO ist die Förderung von menschenwürdigen Arbeitsbedingungen. Ihre Aufgabe ist die Entwicklung, Formulierung und Durchsetzung verbindlicher internationaler Arbeits- und Sozialstandards. Mit dem Ziel einer globalen Strategie für wirtschaftliche und soziale Entwicklung hat die Organisation 4 Grundprinzipien aufgestellt. 147 Länder haben sich verpflichtet, diese umzusetzen.

1

Alle Menschen haben das Recht, selbstbestimmt und freiwillig eine Organisation zu gründen oder einer beizutreten. Das heißt, sie haben Vereinigungsfreiheit. Arbeitgeber:innen müssen ihren Arbeitnehmer:innen einen angemessenen Schutz vor gewerkschaftsfeindlicher Diskriminierung bieten. Die Arbeitnehmer:innen haben ein Recht auf Kollektivverhandlungen.

2

Das Verbot von Zwangsarbeit fordert die Abschaffung von erzwungener Arbeit jeglicher Form. Jeder Mensch hat das Recht auf einen schriftlichen Arbeitsvertrag.

3

Das Verbot von Kinderarbeit schließt eine schrittweise und effektive Abschaffung von Kinderarbeit ein. Daran anschließend zielt das Verbot der schlimmsten Form von Kinderarbeit auf sofortige Maßnahmen zur Eliminierung von der schlimmsten Form von Kinderarbeit ab. Dazu zählen alle Formen von Sklaverei, Kinderprostitution, das Anbieten von illegalen Aktionen sowie jegliche Arbeit, die psychische und/oder physische Schäden zur Folge hat.

4

Jeder Mensch hat das Recht keine Diskriminierung am Arbeitsplatz zu erleben. Das heißt, Individuen dürfen nicht aufgrund ihres Geschlechts, ihrer Nationalität oder ihrer Ethnizität, ihrer Religion oder ihrer politischen Identität benachteiligt werden. Dazu zählt, dass ein fairer Lohn gezahlt wird. Das heißt, es gibt ein festes Mindestlohn, der nicht variiert werden darf.





Quelle: ilo.org

SIEGELTABELLE

Auf siegelklarheit.de werden verschiedene Siegel basierend auf den 4 Grundprinzipien der ILO und weiterführenden Prinzipien bewertet werden. Die unten aufgeführte Tabelle soll einen übersichtlichen Vergleich bekannter Siegel ermöglichen.

					
Sozialverträglichkeit	gut	gut	nicht so gut	sehr gut	sehr gut
Vereinigungsfreiheit & Recht auf Kollektivverhandlungen	✓	✓	✓	✓	✓
Beseitigung der Zwangsarbeit	✓	✓		✓	✓
Verbot von Diskriminierung am Arbeitsplatz	✓	✓		✓	✓
Abschaffung der Kinderarbeit	✓	✓		✓	✓
Arbeiterrechte	73/100	87/100	75/100	92/100	95/100
Ethisches Wirtschaften	47/100	10/100	57/100	23/100	65/100
Soziale & kulturelle Rechte und gesellschaftliche Verantwortung	16/100	21/100	0/100	0/100	4/100

Haken: Mindeststandard erfüllt; **kein Haken:** Siegel überprüft Mindeststandard nicht
Quelle: siegelklarheit.de

					
Sozialverträglichkeit	nicht so gut	gut	sehr gut	gut	sehr gut
Vereinigungsfreiheit & Recht auf Kollektivverhandlungen	✓	✓	✓	✓	✓
Beseitigung der Zwangsarbeit	✓	✓	✓	✓	✓
Verbot von Diskriminierung am Arbeitsplatz	✓	✓	✓	✓	✓
Abschaffung der Kinderarbeit	✓	✓	✓	✓	✓
Arbeiterrechte	77/100	73/100	92/100	55/100	96/100
Ethisches Wirtschaften	30/100	49/100	50/100	0/100	61/100
Soziale & kulturelle Rechte und gesellschaftliche Verantwortung	9/100	35/100	0/100	0/100	0/100

Haken: Mindeststandard erfüllt; **kein Haken:** Siegel überprüft Mindeststandard nicht
Quelle: siegelklarheit.de

NACHWORT

Liebe Leserin, lieber Leser,

wenn wir dich mit dieser Broschüre informieren und inspirieren, haben wir unser Ziel erreicht. Die Modeindustrie fairer zu gestalten und darüber hinaus moderne Sklaverei abzuschaffen, ist ein Kraftakt, für den nur viele Menschen gemeinsam die nötige Energie aufbringen können.

Als letzte Anregung möchten wir Dir mit auf den Weg geben, neben fairen Modemarken über Second Hand und Langlebigkeit von Kleidung nachzudenken. Aus zweiter Hand einzukaufen oder die eigene Kleidung bei kleineren Blessuren zur Schneiderei anstatt zur Mülltonne zu bringen, sind Teil eines bewussteren Modekonsums. Vielleicht schlummern in dir sogar verborgene Talente, die eigene Nähfertigkeiten offenbaren? Mittlerweile gibt es übrigens in einigen Städten Leihstellen, bei denen du Dir regelmäßig verschiedene Kleidungsstücke ausborgen kannst.

Denk immer dran: Auch Babysteps machen Meter. Du bestimmst das Tempo. Den eigenen Konsum zu reflektieren und über Fairness nachzudenken, ist ein guter Anfang auf dem Weg zur gerechten Modebranche.

IMPRESSUM

Die an der redaktionellen und grafischen Gestaltung der Broschüre beteiligten Personen sind Botschafterinnen und Botschafter der Menschenrechtsorganisation International Justice Mission Deutschland e.V. Die Broschüre wurde in Orientierung an den Werten und Zielen dieser Organisation erstellt, ist jedoch in einhundertprozentiger Eigenarbeit entstanden und als losgelöst von der offiziellen Öffentlichkeitsarbeit zu betrachten. Sie spiegelt demnach nicht direkt die Meinung der International Justice Mission e.V. wider.

Alle Inhalte wurden sorgfältig recherchiert und mit Quellenangaben versehen. Bei dieser Broschüre handelt es sich um einen fundierten Einblick ohne den Anspruch auf universelle Vollständigkeit. Die genannten Marken wurden aus freien Stücken ausgewählt, es handelt sich nicht um werbliche Kooperationen o.Ä. Es hat keine Prüfung vor Ort stattgefunden.

RECHERCHE UND TEXT:

*Maren Kaiser
Swantje Rautenberg
Karoline Estermann*

PROJEKTINITIATOR UND -LEITER, LAYOUT UND SATZ:

Micha Knispel



”

There is no beauty in the finest clothes if it makes hunger and unhappiness.

Mahatma Gandhi