



FEMNET Jahresbericht 2020



FEMNET

Starke Frauen. Faire Arbeit.

Inhalt

Editorial 4

Überblick 2020 6

Solidarisch in der Krise – Unsere Arbeit in den Produktionsländern im Zeichen von Corona

Der Corona-Nothilfefonds –
Frauen und ihre Familien in der Not unterstützen 9

Präventive Maßnahmen, Beschwerdemechanismen
und politische Arbeit vor Ort 10

Projektarbeit #gegenGewalt an Näherinnen 10

Unsere Partner-Organisationen vor Ort: 10

Politisches & Kampagnen

Unser Schwerpunktthema Gewalt an Frauen 12

Für Löhne, die zum Leben reichen 13

Studie zum Grünen Knopf 14

Unsere Arbeit im Textilbündnis 15

Bildungsarbeit von FEMNET

Neue Ziele – neue Akteure – neues Projekt –
neue Herausforderungen 16

Aktiv für Menschenrechte in der Mode 16

Plötzlich Onlineseminar – das galt auch in der
Bildungsarbeit von FEMNET 17

FEMNET-Referent*innen 18

Neue Themen für die Bildungsarbeit 19

Faire Beschaffung und Beratung

Arbeitskleidung nachhaltig beschaffen:
Beratung für Kommunen und Unternehmen 20

Fair Wear Works

Nachhaltiger Textileinkauf in Unternehmen 22

Öffentlichkeitsarbeit

FEMNET in den Medien 23

Social Media

Wichtige Kontaktquellen in der Krise 24

Fundraising

Interview: Drei Fragen an das Fundraising-Team 26

Aus dem Verein

Der Vorstand: anders aufgestellt 29

Das Team: virtuell voran 29

Die Arbeit: gut vernetzt 30

Dank an die Förderer 31

Finanzbericht des Vorstands 32

Impressum 40

Liebe Leserinnen und Leser,

Amazon, Zalando und Otto steigerten in der Corona-Pandemie durch Online-Handel den Umsatz und machten riesige Gewinne. Der stationäre Bekleidungshandel litt dagegen unter massiven Umsatzeinbrüchen. Dieser Rückgang wirkte sich auf die Produktionsstandorte in Asien aus: Bekleidungshändler aus Europa und den USA stornierten ihre Aufträge, führten Preisnachverhandlungen für schon bestellte Ware, nahmen geringere Mengen ab oder zahlten die Ware mit großer Verspätung. Vielen Textilunternehmen in Deutschland setzt die Krise zu, aber immerhin erhalten sie staatliche Hilfen wie etwa Kurzarbeitergeld.

Arbeiter*innen in Bangladesch und Indien kämpfen mit den katastrophalen Folgen der globalen Krise. Was mich besonders erbittert: Nach Schätzungen der Clean Clothes Campaign schulden die Unternehmen den Arbeiter*innen weltweit zwischen 3,2 und 5,8 Milliarden Dollar – allein für die ersten drei Monate der Pandemie. Hunderttausende Arbeiter*innen haben ihre Arbeit verloren, wurden ohne Entschädigung entlassen oder verdienen, wie in Bangladesch, nur noch 60 Prozent des Grundgehalts. Unsere Partner*innen schildern uns drastisch die unvorstellbare Not von Arbeiter*innen ohne Einkommen, den Hunger, das Elend in den Familien. Sehr schnell hat FEMNET daher einen Hilfsfonds eingerichtet und ich bin sehr froh, dass unser Spendenaufruf gut angekommen ist und wir über 21.000 Personen in beiden Ländern helfen konnten. Ich danke allen unseren Unterstützer*innen von ganzem Herzen. Es hat sich dabei wieder einmal gezeigt, dass wir eine soziale mitfühlende Gemeinschaft sind.

Corona zwang uns alle ins Homeoffice und damit in eine weitgehend digitale Arbeitswelt. Schnell haben wir auf Online-Formate umgestellt und viele der geplanten Aktivitäten virtuell fortgeführt. Auf rund 50 Veranstaltungen konnte sich FEMNET als Veranstalterin oder mit Fachreferent*innen in unterschiedlichsten Diskussionsrunden einem breiten Publikum präsentieren, wozu teilweise auch unsere Partnerinnen in Bangladesch und Indien beigetragen haben. An Hochschulen haben wir mit 62 Veranstaltungen über 2.000 Menschen erreicht, davon allein über 700 Studierende.

Unter den rund 20 Kommunen, die FEMNET beim Einkauf „fairer“ Dienstkleidung begleitet hat, sticht Karlsruhe hervor. Dort wurden mit unserer Beratung erstmals Kriterien zur Bewertung von nachhaltigem Lieferkettenmanagement entwickelt und erprobt. Unsere Expertise im nachhaltigen Einkauf stellen wir seit 2020 erstmals auch Unternehmen zur Verfügung.

FEMNET ist auf vier Social-Media-Kanälen aktiv und konnte dort teilweise starken Zuwachs an Followern gewinnen. Unsere Arbeit wird auf diese Weise breit gestreut. So wurde unsere Kritik am Grünen Knopf, die wir in einer Studie zusammen mit Public Eye formulierten, aufmerksam vom Entwicklungsministerium und der Presse registriert.

Unser Projekt gegen geschlechtsspezifische Gewalt am Arbeitsplatz (GBV) in Bangladesch und Indien konnte trotz Corona seine Arbeit – wenn auch eingeschränkt – fortsetzen. Zu unseren Schwerpunkten zählt eine Studie mit erschreckenden Ergebnissen zu den Gewalterfahrungen der Arbeiter*innen in Bangladesch. Nach wie vor bedrückt mich besonders zu erfahren, unter welchen Umständen Frauen arbeiten müssen, welcher Verachtung und niederträchtigen Behandlung sie wehrlos ausgesetzt sind. Auf unseren Vorschlag hin rückte das Textilbündnis endlich das drängende Problem der geschlechtsspezifischen Gewalt als Jahresthema in den Fokus.

Zusammen mit der Clean Clothes Campaign erstellten wir den Fashion Checker, eine Befragung von über 100 Unternehmen zu Transparenz und Löhnen, die ebenfalls zu sehr ungunstigen Ergebnissen kam: Die befragten Unternehmen weigern sich einen existenzsichernden Lohn zu zahlen, geschlechterspezifische Lohndaten fehlen häufig.

Darüber hinaus beteiligten wir uns an der von vielen NGOs getragenen Kampagne für ein Lieferkettengesetz, wobei wir zusammen mit zwölf anderen NGOs darauf aufmerksam machten, dass ein solches Gesetz geschlechtergerecht sein muss.

Da ich diese Zeilen im April 2021 schreibe, möchte ich zum Schluss auf die furchtbaren Ereignisse in Myanmar, ausgelöst durch den Militärputsch, hinweisen. Auch hier haben wir kurzerhand einen Unterstützungsfonds eingerichtet und bitten um Spenden für die Arbeiter*innen und Gewerkschafter*innen (s. S. 31). Denn diese großartigen Menschen gilt es mit allen Mitteln zu unterstützen – mit unglaublichem Mut setzen sie ihr Leben im Widerstand gegen eine menschenverachtende Gewaltherrschaft aufs Spiel, für sich, für ihr Land, für uns alle.

Ihre Gisela Burckhardt



Vorstandsvorsitzende Dr. Gisela Burckhardt mit Gewerkschaftsführerin Kalpona Akter aus Bangladesch. Foto © FEMNET

21.000

Personen mit dem Corona-Nothilfefonds unterstützt

Einundzwanzig digitale Workshops & Vorträge an Hochschulen

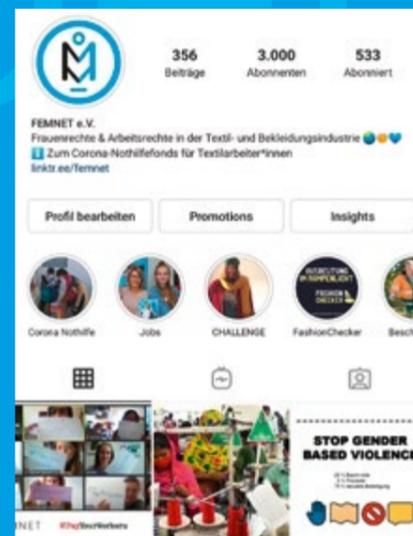


618 Teilnehmer*innen bei Weiterbildungsveranstaltungen & Vorträgen zum Thema FöB

125.808 Euro

Spendeneinnahmen für Corona-Nothilfefonds

20.000 Personen auf Thema #GegenGewalt über gemeinsam organisierte Kampagnen in Indien, Bangladesch und Deutschland und Speakerstour aufmerksam gemacht.



2019 erreichte Personen über Bildungsveranstaltungen

29 Beratungen von Kommunen zum Thema FöB

251.082 Euro

Spendeneinnahmen

62 Veranstaltungen als Veranstalterin, Mitveranstalterin oder geladene Fachreferentin

7747 Abonnements auf unseren Social Media Kanälen

Rund 200.000 Besucher*innen auf unserer Webseite

Solidarisch in der Krise – Unsere Arbeit in den Produktionsländern im Zeichen von Corona

*Es berichtet Sina Marx.
Sie arbeitet seit 2018 bei FEMNET und koordiniert den Auslands- und Kampagnenbereich.*

Die Corona-Pandemie und ihre Auswirkungen auf das Leben tausender Textilarbeiter*innen in Indien und Bangladesch hat uns im Jahr 2020 auf ein neues Aufgabenfeld geführt. Durch den engen Austausch mit unseren Partnerorganisationen wurde bereits im März sehr schnell die alarmierende Situation deutlich. Deshalb haben wir umgehend einen Corona-Nothilfefonds eingerichtet - ein Novum für FEMNET, da unser Arbeitsgebiet nicht in der Not- und Katastrophenhilfe liegt. Vielmehr verfolgen wir seit jeher den Ansatz, gemeinsam mit den Partner*innen auf strukturelle Verbesserungen hinzuwirken und die Arbeitsbedingungen in den Produktionsländern strukturell zu verbessern.

Dieser strategische Grundsatz wird uns auch weiterhin leiten. Die enorme Wucht und das Tempo, mit dem das Corona-Virus unzählige Frauen in tiefe Not gestürzt hat, erforderte jedoch unmittelbare Hilfsmaßnahmen.

Die Themen Diskriminierung und Gewalt an Frauen, denen wir uns seit vielen Jahren widmen, sind aufgrund der Corona-Krise sogar verstärkt in den Fokus gerückt. Viele Fortschritte, die wir in den vergangenen Jahren bei der Durchsetzung von mehr Rechten mit unseren Partner*innen erzielen konnten, müssen gerade jetzt, vor dem Hintergrund einer wirtschaftlich angespannten Lage im globalen Textilhandel, verteidigt werden.

Junge Näherin Shareen aus Bangladesch am Arbeitsplatz 2020 © Taslima Akter



Der Corona-Nothilfefonds – Frauen und ihre Familien in der Not unterstützen

2020 begegneten wir einer ungeahnten Herausforderung: Im Frühjahr ereilten uns die ersten Hilferufe aus den Produktionsländern. Die Stornierungen von Aufträgen aus Europa führten zu Massenentlassungen und Fabrikschließungen, Arbeiter*innen und ihre Familien standen von einem Tag auf den anderen buchstäblich vor dem Nichts. Der Lockdown in Indien erschwerte die Heimkehr von vielen Wanderarbeiter*innen aus den Städten zurück in ihre Heimat in hohem Maße. Wir haben so schnell reagiert wie irgend möglich: Wir haben Spenden mobilisiert, um in Not geratene Frauen und ihre Familien mit Grundnahrungsmitteln, Mietzuschüssen und Hygieneprodukten zu unterstützen, und versucht, laufende Projekte bestmöglich an die neuen Begebenheiten in der Krise anzupassen. Diese ersten Monate der Corona-Pandemie waren für FEMNET und natürlich vor allem für die Partner*innen vor Ort eine riesige Herausforderung. Viele zusätzliche Arbeitsstunden waren an der Tagesordnung, für die einen im Homeoffice, für die anderen auf der Straße beim Verteilen von Lebensmitteln. Doch es hat sich gelohnt: Wir konnten im vergangenen Jahr rund 21.000 Personen (Arbeiter*innen plus vier Familienangehörige) in Indien und Bangladesch mit Nahrungsmitteln, Hygieneartikeln, Mietzuschüssen unterstützen.

*Mit dem aus Spenden und Drittmitteln aufgebauten Corona-Hilfsfonds konnten wir in 2020 mehr als 100.000 Euro zur Unterstützung von Textilarbeiter*innen auszahlen.*

Partner-Organisation	Land	Hilfsgüter	Anzahl der unterstützten Arbeiter*innen bzw. Familien
SAVE	Indien	Lebensmittel, Hygiene- und Schutzartikel	3.153 Textilarbeiter*innen, 1.400 Arbeiter*innen mit Familie
Cividep	Indien	Lebensmittel, Mietzahlungen	1.420 Textilarbeiter*innen mit Familien
NGWF	Bangladesch	Lebensmittel	725 Textilarbeiter*innen mit Familien
BCWS	Bangladesch	Lebensmittel, Hygiene- und Schutzartikel, Medikamente	1.000 Textilarbeiter*innen mit Familien
gesamt			21.333 Personen



„Ich arbeite seit sieben Jahren in der Textilindustrie. Der Lockdown hat Unglück über meine Familie gebracht. Wir können nicht zur Arbeit gehen und werden in dieser Zeit nicht bezahlt. Ich bin Alleinverdienerin in meiner Familie und auf die Arbeit angewiesen.“

Näherin Shobah aus Bangalore berichtete unserer indischen Partnerorganisation GLU, wie sich die Pandemie auf ihr Leben ausgewirkt hat.

Präventive Maßnahmen, Beschwerdemechanismen und politische Arbeit vor Ort

Mitte 2020, als die Produktion vor Ort langsam wieder anlief, setzten wir wieder stärker auf präventive Projekte: So konnte Cividep in Bangalore Schulungen umsetzen, um jugendliche Textilarbeiter*innen zwischen 13 und 19 Jahren über Schutzmaßnahmen gegen das Covid 19-Virus aufzuklären, aber auch um sie im Umgang mit häuslicher Gewalt zu unterstützen, die während der Pandemie deutlich zugenommen hat. SAVE wird nun mit unserer Unterstützung beginnen, staatliche Beschwerdemechanismen für Opfer von sexualisierter Gewalt zu stärken und die Kompetenzen der zuständigen Stellen durch Schulungen gezielt auszubauen. Unser Projekt gegen Gewalt in Fabriken lief - zum Teil mittels digitaler Formate - ebenfalls weiter.

Projektarbeit #gegenGewalt an Näherinnen

Jede dritte Textilarbeiterin wird Opfer von struktureller Gewalt am Arbeitsplatz: Schläge, Beleidigungen, Anzüglichkeiten und sexuelle Übergriffe gehören zum Alltag. Gewalt gegen Frauen gehört zu den am weitesten verbreiteten Menschenrechtsverletzungen weltweit. Um dagegen vorzugehen, unterstützt FEMNET seit Oktober 2018 je eine zivilgesellschaftliche Organisation in Indien und Bangladesch beim Kampf gegen Gewalt an Frauen. Mit unserer Unterstützung setzen sich unsere Partnerorganisationen für gesetzliche Regelungen ein, die Gewalt gegen Frauen am Arbeitsplatz verhindern können. In Deutschland treten wir in einen Dialog mit Textilunternehmen, um diese als Einkäufer für das Thema Gewalt gegen Frauen in der Branche zu sensibilisieren.

Unsere Partner-Organisationen vor Ort in Indien:

Hier stellt sich die Lage ähnlich dar. „Kein Lohn bedeutet kein Essen“, fasst Viyakula Mary, Direktorin von SAVE, die Situation im letzten Frühsommer für Tamil Nadu zusammen. Und diese existentielle Krisensituation hat ihren Preis: Ähnlich wie in Bangladesch sind auch hier die Gewalttaten gegen Frauen extrem gestiegen und psychische Erkrankungen vermehrt aufgetreten. Denn besonders während des harten Lockdowns waren viele Frauen ihren männlichen Familienmitgliedern schutzlos ausgeliefert.

SAVE hat neben direkter Nothilfe insbesondere über Social Media gezielt Frauen angesprochen, um sie trotz des Lockdowns erreichen zu können. Mit einer Vielzahl an Videos haben sie weiterhin wichtige Aufklärungs- und Sensibilisierungsarbeit geleistet und den Kampf #gegenGewalt kreativ fortgesetzt. Auch die Vernetzungsarbeit mit anderen NGOs und wichtigen Akteur*innen wurde unermüdet fortgeführt - und sogar intensiviert.

Cividep, Indien

Cividep führt Studien und Forschungsprojekte zu den Arbeitsbedingungen u.a. in der Textil- und Lederindustrie durch. Auf dieser Grundlage stärkt Cividep die Rechte von Arbeiter*innen durch Kampagnen-, Advocacy- und Bildungsarbeit. Die im Jahr 2000 registrierte, gemeinnützige Nichtregierungsorganisation (NGO) mit Sitz in Bangalore verfolgt vor allem zwei Ziele: Die Stärkung der Arbeiter*innen und ihrer lokalen Gemeinschaften sowie die Sicherstellung von Menschenrechten und Umweltstandards in den in Indien produzierenden Unternehmen.



Munnade und GLU (Garment Labour Union), Indien

Munnade und GLU sind zwei Institutionen unter einem Dach mit einem gemeinsamen Ziel: Die Rechte von Arbeiterinnen in der Bekleidungsindustrie zu stärken. Die Frauenorganisation Munnade entstand 2004 aus einer lokalen Initiative von Textilarbeiterinnen. 2011 gründeten die Frauen von Munnade die Gewerkschaft GLU (Garment Labour Union), die ausschließlich von Frauen geleitet wird. Seitdem kämpfen Munnade und GLU gemeinsam für die Rechte von Arbeiterinnen in Bangalore, Südindien



Social Awareness & Voluntary Education (SAVE), Indien

SAVE ist eine indische Menschenrechtsorganisation in Tamil Nadu, die sich seit 1993 gegen Kinderarbeit und für die Verbesserung der Arbeitsbedingungen in den Spinnereien und Textilfabriken Südindiens einsetzt. SAVE engagiert sich mittels Aufklärung, Vernetzung, Lobbying und Interessenvertretung für die Rechte von Textilarbeiter*innen, insbesondere für Kinder und die umfassende Stärkung benachteiligter Frauen.



Bangladesh Center for Workers Solidarity (BCWS), Bangladesch

Die international anerkannte Arbeitsrechtsorganisation ist Mitglied der Clean Clothes Campaign, ihre Leiterin, Kalpona Akter, Bangladeschs prominenteste Kämpferin für die Rechte von Arbeitnehmer*innen. BCWS wurde im Jahr 2001 von einer Gruppe ehemaliger Textilarbeiter*innen gegründet, um die katastrophalen Arbeitsbedingungen zu ändern und Arbeiter*innen zu befähigen, selbst menschenwürdige Behandlung und angemessene Löhne zu verhandeln.

National Garment Workers Federation (NGWF), Bangladesch

Die National Garment Workers Federation (NGWF) ist die größte Gewerkschaft in Bangladesch und engagiert sich seit 1984 für die Rechte und Menschenwürde der Arbeiter*innen in der exportorientierten Bekleidungsindustrie des Landes. NGWF hat heute fast 90.000 Mitglieder, davon 50.197 Frauen



Unsere Partner-Organisationen vor Ort in Bangladesch:

Unsere Partnerorganisation BCWS hat in Trainings rund 1.500 Frauen und Männer über das Thema geschlechtsspezifischer Gewalt im Allgemeinen und insbesondere über Gewalt am Arbeitsplatz aufgeklärt. Dabei kam heraus, dass rund 76 % der Befragten schon geschlechtsspezifische Gewalt am Arbeitsplatz erlebt haben. Mehr als 80 % der interviewten Näher*innen wussten nicht, dass sie sich über sexuelle Anzüglichkeiten oder Beschimpfungen am Arbeitsplatz beschweren können. Einer von vielen Gründen, warum der Großteil der Vergehen nicht gemeldet wird. Die ausführliche Studie, die das ganze Ausmaß des Problems - aber auch Lösungsansätze - aufzeigt, ist zum Weltfrauentag 2020 erschienen. Trotz aller Corona bedingten Widrigkeiten im vergangenen Jahr, konnte BCWS den Einsatz #gegenGewalt an Textilarbeiterinnen erfolgreich fortsetzen. In rund 20 Sensibilisierungs-Workshops und Schulungen wurde wichtige Aufklärungsarbeit geleistet. Schwerpunkte waren dabei die Unterstützung und das Empowerment der Frauen. Sie lernten, welche Formen von Gewalt es gibt und wie sie sich als Betroffene zur Wehr setzen können.

Insbesondere in der Corona-Krise ist dies wichtiger denn je, betont Kalpona Akter, Direktorin von BCWS: „Während der Pandemie hat geschlechtsspezifische Gewalt sowohl in den Fabriken als auch zu Hause extrem zugenommen. Egal, welche Katastrophen oder Krisen auftreten - es sind immer Frauen, die am meisten darunter leiden.“

Auch für uns ist der Zusammenhalt mit unseren Südpartner*innen im letzten Jahr besonders wichtig geworden - nicht zuletzt, weil viele Reisen und Präsenztreffen ausfallen mussten. Mit einer digitalen Speakers Tour, Videobotschaften, Webinaren und einer breit angelegten Onlinekampagne in Indien, Bangladesch und Deutschland konnten wir 20.000 Menschen erreichen und auf unsere Arbeit #gegenGewalt aufmerksam machen. Darüber hinaus haben wir diese Reichweite dazu genutzt, die Ratifizierung der ILO-Konvention 190, die sich gegen geschlechtsspezifische Gewalt am Arbeitsplatz richtet, gemeinsam in allen drei Ländern einzufordern.

Es berichtet

Dr. Gisela Burckhardt.

Sie ist Mitbegründerin von

FEMNET und seit 2010

Vorstandsvorsitzende.

Unser Schwerpunktthema Gewalt an Frauen

Das Thema geschlechtsspezifische Gewalt hat uns 2020 sowohl in der Zusammenarbeit mit Partnerorganisationen im Süden als auch in der politischen Arbeit in Deutschland beschäftigt. So haben wir das Thema im Rahmen unserer politischen Arbeit in unterschiedlichen Netzwerken und Gremien gestärkt, haben eine umfassende Studie hierzu veröffentlicht und mit zahlreichen anderen Publikationen, Pressemitteilungen sowie Bildungsveranstaltungen, Vorträgen und Aktionen in den sozialen Medien auf das Thema aufmerksam gemacht. Außerdem haben wir uns gemeinsam mit Partnerorganisationen der Kampagne für Saubere Kleidung für eine gesetzliche Regelung zum Thema Gewalt am Arbeitsplatz stark gemacht – in Europa wie auch in asiatischen Produktionsländern. Wir haben Brancheninitiativen wie die Fair Wear Foundation und das Textilbündnis thematisch dazu beraten und konnten so erreichen, dass Gewalt zum Jahresthema 2020 im Textilbündnis erklärt wurde. Auch wenn das Jahr stark von der Corona-Krise überlagert wurde, konnte FEMNET mit zahlreichen Webinaren für Unternehmen sowie einer aktiven Beteiligung an Expert*innen-Gruppen auch bei der Wirtschaft das Problem der geschlechtsspezifischen Gewalt in Textilfabriken auf die Agenda setzen.

Indische Arbeiterinnen
fordern Ratifizierung der
ILO Konvention C190
© FEMNET



ILO Konvention 190

Seit 1991 rufen Frauenrechtsorganisationen jedes Jahr am 25. November zu einer 16-tägigen Kampagne gegen Gewalt an Frauen auf. Ziel ist es, Gewalt und Belästigung in der Arbeitswelt zu verhindern, Arbeitnehmer*innen, insbesondere Frauen, zu schützen, sowie Rechtsmittel für die Opfer einzurichten. Nachdem im Juni 2019 die Mitglieder der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) das neue internationale Übereinkommen Nr. 190 gegen Gewalt und Belästigung in der Arbeitswelt verabschiedet haben, muss als nächster Schritt die Umsetzung in die Praxis erfolgen.

Damit die Konvention tatsächliche Verbesserungen für Arbeitnehmerinnen bewirken kann, muss sie von den Mitgliedsstaaten ratifiziert werden, d.h. in nationaler Gesetzgebung verankert und umgesetzt werden. Während Fiji, Uruguay, Namibia und zuletzt auch Italien die Konvention unterzeichnet haben, wartet Deutschland auf eine europäische Lösung. Auf Initiative von FEMNET haben im November 2020 elf NGOs einen Brief an Arbeitsminister Heil geschrieben und ihn aufgefordert, die Ratifizierung endlich proaktiv voranzubringen.

Anlässlich des Internationalen Tags gegen Gewalt an Frauen am 25. November veröffentlichte FEMNET mit der Kampagne für Saubere Kleidung ein Positionspapier „Löhne und geschlechtsspezifische Gewalt“ zu den Zusammenhängen zwischen Ausbeutung von und Gewalt an Textilarbeiterinnen. Hier zeigen wir auf, dass Gewalt an Frauen direkt mit zu niedrigen Löhnen zusammenhängt, und konnten so die Brücke schlagen zu unserem zweiten großen Kampagnenthema 2020, den existenzsichernden Löhnen.



#PayYourWorkers
Globale Proteste
gegen Lohnausfälle und
Massenentlassungen,
hier Bangladesch
© Anne Bienias

Für Löhne, die zum Leben reichen

Noch immer erhalten Arbeiter*innen in den Zuliefererfabriken großer Markenunternehmen Löhne, die kaum zum Überleben reichen. Im Rahmen einer umfassenden Umfrage hat FEMNET gemeinsam mit der internationalen Kampagne für Saubere Kleidung (CCC) Modeunternehmen dazu befragt, ob sie ihren Zuliefererfabriken genug zahlen, damit diese ihren Arbeiter*innen existenzsichernde Löhne zahlen können. 2020 haben wir die Aussagen von über 100 Modeunternehmen und die tatsächlichen Löhne von Textilarbeiter*innen verglichen und auf der Seite „FashionChecker“ (www.fashionchecker.org/de/) veröffentlicht. Die Ergebnisse zeigen, dass 93 % der untersuchten Unternehmen ihren Arbeiter*innen keinen Lohn zahlen, der zum Leben reicht.

Zugleich haben FEMNET und die CCC Kampagnenarbeit geleistet, damit Markenfürmer gerade in der Corona-Krise Verantwortung gegenüber den Beschäftigten in ihren Lieferketten übernehmen und ihren Arbeiter*innen die ihnen zustehenden Löhne zahlen. Denn die Covid-19-Pandemie hatte katastrophale Folgen für die Beschäftigten in der globalen Bekleidungsindustrie. Weltweit reagierten Bekleidungsmarken und Einzelhändler auf die durch die Pandemie verursachten Betriebssperren und die wirtschaftliche Unsicherheit, indem sie ihre Bestellungen bei Lieferanten kürzten oder sogar stornierten. Dies hatte zur Folge, dass Arbeiter*innen unbezahlt blieben, weniger als ihren vollen Lohn erhielten oder sogar ihren Arbeitsplatz verloren. Im Rahmen der Kampagnen #PayUp und #PayYourWorkers setzte sich FEMNET 2020 dafür ein, dass Arbeiter*innen bekommen, was sie verdienen.

FEMNET auf Aktionärsversammlung
Hugo Boss und Zalando

FEMNET hat sich auch 2020 wieder auf – diesmal virtuellen – Hauptversammlungen (HV) als Aktionärin durch Gegenanträge und Fragen eingebracht. Auf den virtuellen HVs von Hugo Boss und Zalando haben wir die Unternehmen jeweils aufgefordert, einen Fonds für existenzsichernde Löhne zu schaffen. Hugo Boss wurde zudem angefragt, inwieweit bei seinem Geschäftspartner Esquel in China Uiguren unter Zwangsarbeit arbeiten müssen.

Virtuelle HVs erlauben allerdings keine weiteren Rückfragen, wodurch die Möglichkeiten, auf Probleme hinzuweisen, deutlich eingeschränkt sind.

Studie zum Grünen Knopf

Der im September 2019 vom Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) geschaffene Grüne Knopf (GK) ist ein staatliches Metasiegel. Es ist kein reines Produktsiegel, sondern prüft auch das Unternehmen und seine Einkaufspolitik. Die Kombination von Unternehmensprüfung und Produktsiegel ist vielversprechend; allerdings ist der Grüne Knopf nur dann glaubwürdig, wenn seine Kriterien anspruchsvoll genug sind – und dies ist bisher nicht der Fall.

FEMNET und Public Eye haben die Berichterstattung der ersten 31 Unternehmen, die einen Grünen Knopf erhalten haben, nach einem Jahr überprüft. Insbesondere schauten wir, ob und wie mit dem GK zertifizierte Unternehmen ihre Sorgfaltspflichten einhalten, so wie es die Satzung des Grünen Knopfs vorschreibt. Das Ergebnis ist ernüchternd: Die meisten Unternehmen berichten nur oberflächlich über die Risiken in ihrer Lieferkette. Zwei Drittel der Unternehmen nehmen geschlechtsspezifische Gewalt in der Fabrik nicht als eine Menschenrechtsverletzung wahr und ergreifen daher keine Maßnahmen dagegen. Beschwerdemechanismen sind nur schwach vorhanden.

Problematisch ist zudem, dass Produktzertifikate als Nachweis für Sorgfaltspflichten akzeptiert werden. Inakzeptabel ist auch, dass für in der EU hergestellte Produkte kein Nachweis für die Einhaltung produktbezogener Kriterien im Bereich Soziales zu erbringen ist. Denn auch «Made in Europe» ist leider schon lange kein Garant mehr für menschenwürdige Arbeits- und Herstellungsbedingungen.

Angesichts dieser beunruhigenden Befunde muss das BMZ als Siegel- und Garantiegeberin schnell gegensteuern und so verhindern, dass mit dem Grünen Knopf ein staatlich sanktioniertes Greenwashing betrieben wird.

Übergabe Petition vor dem Bundeskanzleramt im September 2020
© FEMNET



Unsere Arbeit im Textilbündnis

Das Jahr 2020 stand auch für das Textilbündnis im Zeichen der COVID-19-Krise. Die Krise hat brennend deutlich gemacht, warum die Textilindustrie gerade aufgrund der vorherrschenden Einkaufspraktiken westlicher Marken- und Einzelhändler ein Hochrisikosektor ist (vgl. Zivilgesellschaft im Textilbündnis, Synthesebericht: Auswirkungen von COVID-19 auf die Textilindustrie). Zunächst war der Schrecken so groß, dass der Review Prozess 2020 ausgesetzt wurde, aber trotz anfänglichem Widerstand von Wirtschaftsseite startet der Prozess nun verbindlich im April 2021. Die Berichtsstruktur und auch das Verfahren wurden grundlegend überarbeitet, nachdem auch die OECD und die von der Zivilgesellschaft im Textilbündnis in Auftrag gegebene Studie des Öko-Instituts am deutschen Review-Prozess Kritik geübt hatten. Zeitgleich mit dem Start des Review-Prozesses wird erstmals die Wirkung der Bündnisaktivitäten gemessen.

➤ FEMNET hat im letzten Jahr das Thema **GBV (gender based violence) als Querschnittsthema** für das Jahr 2020 durchsetzen können. Es gab diverse Webinare zum Thema, zu denen wir Inputs lieferten, und das Bündnissekretariat erstellte für die Mitgliedsunternehmen länderspezifische Fact Sheets zum Sektor-Risiko geschlechtsspezifische Gewalt.

➤ **Offenlegung der Lieferkette:** Gegen die seit langem von der Zivilgesellschaft im TB geforderte Offenlegung gibt es starke Widerstände, allen voran von kleinen und mittelgroßen Unternehmen. Man konnte sich nur auf eine freiwillige, aggregierte und auf dem Open Apparel Registry veröffentlichte Lieferantenliste von 6.852 Fabriken einigen. Eine direkte Zuordnung von Fabriken zu Unternehmen ist nicht möglich und auch nicht gewünscht. Darüber hinaus haben lediglich 23 von 84 Mitgliedsunternehmen an der Erstellung der Liste mitgewirkt. Die Mitglieder des Textilbündnisses bleiben also noch weit von den Forderungen des Transparency Pledge der Clean Clothes Campaign entfernt.

➤ Die von FEMNET maßgeblich ins Leben gerufene Bündnisinitiative Tamil Nadu (unterstützt von Otto, Tchibo, KiK und Hugo Boss sowie dem BMZ) hat ihre erste zweijährige Phase (Juni 2018 bis September 2020) erfolgreich beendet. 192 Spinnereien unterzeichneten eine Einwilligung zur Durchführung von Trainings, die die Arbeiter*innen über ihre Rechte aufklären. 180 Fabriken haben bereits erste Trainings mit über 20.000 Arbeiter*innen durchgeführt. Es wurden Beschwerdekomitees mit gewählten Vertreter*innen eingerichtet.

Zusätzlich gab es in vier Distrikten Dialog-Meetings mit Unternehmen, Gewerkschaften, NGOs und Regierung, ebenso eine große Konferenz im Februar 2020. FEMNET sowie Vertreter von BMZ, Otto und Tchibo nahmen daran teil. Derzeit ist eine Folgephase der Bündnisinitiative in Planung.

➤ Aufgrund der **Berichte über Zwangsarbeit in der chinesischen Provinz Xinjiang** beteiligt sich FEMNET an der Koalition zur Beendigung der Zwangsarbeit für die Uiguren. Mitglieder des Steuerungskreises (Wirtschaft und NGOs) im Textilbündnis haben am 16.12.2020 einen Brief an die Minister Altmaier, Heil, Maas und Müller geschrieben und die Bundesregierung aufgefordert, Handlungsempfehlungen für Unternehmen aufzusetzen.

➤ Seit Jahren setzt sich FEMNET neben freiwilligen Maßnahmen für eine gesetzliche **Regulierung von Unternehmensverantwortung** ein. Freiwillige Maßnahmen, wie sie aus dem Textilbündnis und dem Grünen Knopf hervorgehen, reichen nicht aus, denn nur ein kleiner Teil der Wirtschaft ergreift sie. So sind im Textilbündnis nicht einmal die Hälfte aller Textilunternehmen Deutschlands vertreten. Ihre Mitgliedschaft allein weist zudem nicht die Nachhaltigkeit des Unternehmens aus. Es zeigt lediglich die Bereitschaft, sich mit dem Thema zu befassen.

Initiative Lieferkettengesetz

FEMNET hat aktiv die Initiative **Lieferkettengesetz** (LKG) im gesamten Jahr 2020 über diverse Social-Media-Kanäle und auch vor Ort unterstützt. Zusätzlich haben wir uns zusammen mit elf anderen NGOs für ein geschlechtergerechtes LKG eingesetzt, da in der gesamten Diskussion über das LKG der Genderaspekt nicht thematisiert wurde. Dies haben wir in einem Schreiben an Arbeitsminister Heil deutlich gemacht. Die globale Corona-Krise und ihre Auswirkungen, beispielsweise der massive Arbeitsplatzverlust in der Textilindustrie, haben einmal mehr die in der Wirtschaft bestehenden Geschlechterungleichheiten verstärkt und machen sie noch sichtbarer. Es sind vor allem Frauen, die in der Produktion am Anfang vieler globaler Wertschöpfungsketten stehen und damit im informellen und Niedriglohnsektor arbeiten.

FEMNET beteiligt sich weiterhin aktiv in diversen Gremien des Textilbündnisses (TB). Neben der Mitgliedschaft im Steuerungskreis arbeiteten wir im Jahr 2020 in drei Expertengruppen mit:

- 1 Bündnisinitiative zur Verbesserung der Lage der Mädchen in Spinnereien in Tamil Nadu, Indien
- 2 Expert*innengruppe gegen geschlechtsspezifische Gewalt am Arbeitsplatz
- 3 Aufbau eines Beschwerdesystems mit der Fair Wear Foundation in ausgewählten Ländern.

Bildungsarbeit von FEMNET

Es berichten

**Kerstin Dahmen und
Marijke Mulder.**

*Kerstin Dahmen arbeitet
seit 2013 für FEMNET und
leitet den Bereich Bildungs-
arbeit an Hochschulen.*

*Marijke Mulder arbeitet
seit 2018 bei FEMNET
und ist Koordinatorin für
den Bereich Bildung und
Beratung.*

Neue Ziele – neue Akteure – neues Projekt – neue Herausforderungen

Mit zahlreichen Vorsätzen und Zielen sind wir ins Jahr 2020 gestartet – wir durften ein neues Projekt beginnen, welches neben der formellen Bildungsarbeit an Hochschulen und Schulen die Kooperationen mit Studierendeninitiativen und Schüler*innen-AGs in den Fokus nimmt. „Aktiv für Menschenrecht in der Mode“ ist das Motto, unter welchem wir Aktionen und Projekte gemeinsam mit engagierten jungen Menschen realisieren.

Aktiv für Menschenrechte in der Mode

Ideenpool für Studierende und Schüler*innen

Engagement verdient Unterstützung: Wir beraten aktive Studierende und Schüler*innen dabei, dem Thema Mode und Menschenrechte an ihrer Bildungseinrichtung Gehör zu verschaffen, um gemeinsam die Zukunft der Modeindustrie zu ändern – Schritt für Schritt. Dazu haben wir je einen Ideenpool für Schüler*innen und Studierende entwickelt, in dem es verschiedene Inspirationen für Aktionen, Veranstaltungen und Projekte gibt – diese sind teilweise auch unter Corona-Bedingungen möglich. Ob Kleidertauschpartys, Filmabende, ein selbstgemachtes Nachschlagewerk zu fairer Mode oder Trickfilme drehen – die Ideen sind vielfältig und warten nur darauf, realisiert zu werden.

Ein Beispiel für Engagement von Studierenden

Wie beeinflussen das eigene Konsumverhalten oder alternative Wirtschaftsformen das gesellschaftliche Zusammenleben von morgen? Dieser Frage widmete sich das Autonome Frauen*referat des AstA der Bergischen Universität Wuppertal gemeinsam mit FEMNET in einer kleinen Veranstaltungsreihe: Auftakt bildete ein Workshop zum Thema Konsumverhalten, bei dem die Teilnehmenden u. a. mit einem kritischen Blick in ihren eigenen Kleiderschrank schauten. Aber auch das gemeinsame politische Handeln stand im Fokus. Dafür wurde ein Aktionstag in der Wuppertaler Innenstadt geplant, den wir jedoch aufgrund der Pandemie-Situation absagen mussten. Auf die Herausforderungen und Missstände in der Bekleidungsindustrie haben wir dennoch während unseres digitalen Aktionstages aufmerksam gemacht und riefen mit individuellen Straßenaktionen und Aktionsbeispielen zum Mitmachen auf. Zum Abschluss des Aktionstages diskutierten Vertreter*innen vom Bündnis „Kein Primark am Döppersberg“, Students For Future Wuppertal und FEMNET die Frage, wie sich ein globales gesellschaftliches Zusammenleben zukünftig gestalten lassen kann.



Studierendenprojekte an Hochschulen und Universitäten

„Service Learning Digital - Social Commitment trotz Social Distance“ lautet das Motto, unter dem Studierende der Universität zu Köln ein Semester lang in interdisziplinären Teams gemeinnützige Organisationen unterstützen. Ziel des Service Learning ist es, gesellschaftliches Engagement von Studierenden im Universitätsalltag zu verankern. FEMNET hat sowohl im Sommer- als auch im Wintersemester ein Projekt realisiert. Im Sommer unterstützten die Studierenden die Kampagne zum Fashion Checker und im Wintersemester arbeiteten wir gemeinsam an Bildungsmaterialien zum Thema Klima und Bekleidung.

Im Fachbereich Textil- und Bekleidungstechnik der Hochschule Niederrhein ist das interdisziplinäre 5. Semesterprojekt fester Bestandteil der Lehre. Im Wintersemester 2020/21 bekamen die Studierenden den Auftrag, die Auswirkungen von 5 Materialien in Bezug auf CO2-Ausstoß, Wasser- und Ressourcenverbrauch sowie Mikroplastik zu analysieren. Die Erkenntnisse setzten sie in eine partizipative Lerneinheit um. Mit einem Quiz, einem PowerPoint-Input, Arbeitsblättern zu den unterschiedlichen Fasern, einer Anleitung zur Diskussion und einer Broschüre zu klimafreundlicheren Alternativen, haben sie so den Grundstein für ein ökologisches Modul gelegt, das in Zukunft von FEMNET Referentinnen an Hochschulen gebracht werden soll.

Plötzlich Onlineseminar – das galt auch in der Bildungsarbeit von FEMNET

Zahlreiche Workshops und Vorträge an Hochschulen

Als die Corona-Pandemie unsere Lebens- und Arbeitsstrukturen schlagartig änderte, musste auch FEMNET ihre Bildungsarbeit anpassen. Nach einer kurzen Orientierungsphase, in der wir mögliche Tools und Techniken ausprobierten, haben wir es geschafft, unsere Hochschularbeit auch online verlässlich aufzustellen. Dank des großartigen Einsatzes und dem Know-how unserer Referent*innen konnten wir unsere Bildungsmodule in interaktive digitale Formate überführen und so zwischen April und Dezember insgesamt einundzwanzig Workshops und Vorträge an zwölf verschiedenen Hochschulen und Universitäten realisieren. Weitere acht Veranstaltungen fanden in Kooperation mit Studierenden (initiativen) statt, wie dem Green Office der Hochschule Bonn Rhein Sieg, der Fairquer-Gruppe der Hochschule Niederrhein oder katholischen und evangelischen Studierendengemeinden.

Bildungsarbeit für junge Menschen – die Zusammenarbeit mit Schulen

Für Schulen war 2020 kein gutes Jahr und darunter hat auch die Bildungsarbeit von FEMNET mit jungen Menschen gelitten. Die Unsicherheit rund um die sich immer wieder ändernden Pandemie-Regeln führte dazu, dass wir ab März keinen Zugang mehr zu Schulen hatten und unsere Bildungsarbeit praktisch zum Erliegen kam. Erst nach den Sommerferien boten sich wieder Möglichkeiten für Veranstaltungen - bis der erneute Lockdown dies wieder verhinderte.

Anders als im Hochschulbereich haben wir uns in erster Linie gegen die Entwicklung digitaler Angebote entschieden, da unsere Bildungsarbeit auf Interaktivität und dem direkten Austausch basiert. Im Laufe des Jahres konnten wir jedoch feststellen, dass auch im digitalen Raum methodisch vieles möglich ist. So wurden zum Jahresende digitale Workshops zur Menschenrechtssituation in den Produktionsländern und zu den globalen Klimafolgen der Bekleidungsindustrie entwickelt, die seitdem mit Erfolg im Einsatz sind.

Eine neue Zielgruppe – jetzt auch außerhalb der Schule

Bildungsarbeit findet nicht nur an der Schule statt. Menschenrechts- und Umweltthemen sind auch für außerschulische Jugendgruppen, beispielsweise im kirchlichen Kontext, ein relevantes Thema. Im letzten Jahr konnten wir unsere Bildungsarbeit auf diese Zielgruppen erweitern und unsere Workshops auch für Konfirmand*innen, Firmlinge, Pfadfinder*innen und andere Jugendgruppen anbieten. Erste Veranstaltungen fanden 2020 bereits statt. So waren wir beispielsweise bei den Projekttagen der Katholischen jungen Gemeinde (KjG) zu Gast und konnten eine Diskussionsveranstaltung zu The True Cost mit dem Partnerschaftsverein Rosendahl-Entrammes und der Landjugend Osterwick umsetzen.

Öffentliche Veranstaltungen

Zielgruppe	Veranstaltungen	Erreichte Personen
Öffentlichkeit (in Kooperation mit anderen Veranstalter*innen)	20	1.016
Studierende (in Kooperation mit Dozierenden)	21	517
Studierende/Öffentlichkeit (in Kooperation mit Studierenden-initiativen)	8	209
Schüler*innen	9	203
Multiplikator*innen anderer Organisationen	1	20
Außerschulische Jugendgruppen	3	54
Gesamt	62	2.019

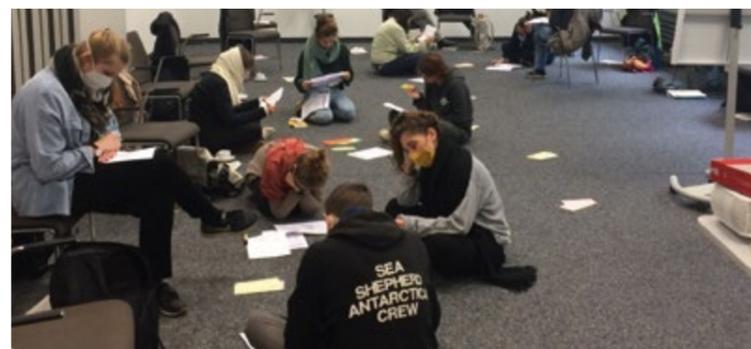
FEMNET-Referent*innen

Weiterbildung für Referent*innen in der Bildungsarbeit an Hochschulen und Schulen

Die Schulungs- und Netzwerkveranstaltung für die FEMNET-Referent*innen fand 2020 in einem angepassten Format statt. So wurden zwei Online- und eine Präsenzveranstaltung realisiert, in der wir die neuen Modulthemen vorstellten und weiterführendes Know-how zur Durchführung von digitalen Workshops vermittelten.

Der Referent*innenpool wächst

Für die Umsetzung der in diesem Projekt geplanten Bildungsarbeit mit Jugendlichen brauchen wir zusätzliche Referent*innen. Unsere Ausschreibung traf auf großes Interesse und so konnten wir im Oktober 2020 zehn neue Referent*innen zu unserer Schulung in Köln einladen. Gemeinsam sprachen wir über die Arbeitsschwerpunkte und Ziele der Bildungsarbeit von FEMNET, beschäftigten uns mit dem Eckpunkte-Entwurf für ein Lieferkettengesetz und erprobten ein neues Bildungsmodul zu den Klimaauswirkungen von Textilien. Dass zugleich auch mehrere erfahrene Referent*innen an der Schulung teilnahmen, kam dem Erfahrungsaustausch sehr zu Gute.



Multischulung 2020
© FEMNET

Neue Themen für die Bildungsarbeit

Module zu Transparenz in den Lieferketten, existenzsichernden Löhnen sowie Klima und Kleidung

Für die Bildungsarbeit an Hochschulen und Universitäten wurden zwei neue Modulbausteine zu den Themen Existenzlöhne und Transparenz erarbeitet. Existenzlöhnen auf.

Für die Arbeit mit Schulen haben wir Anfang des Jahres ein neues Modul entwickelt, das sich den Klimaauswirkungen der Textilindustrie widmet. Denn anders als Flugreisen und Fleischkonsum wird der CO₂-Fußabdruck von Textilien in der Öffentlichkeit bisher kaum wahrgenommen. Und dass, obwohl rund 8 % der globalen Treibhausgasemissionen durch die Textilproduktion entstehen.

Materialien für Studierende und Interessierte

Auf reges Interesse stieß weiterhin die Materialdatenbank zum Thema „Sozialstandards in der Bekleidungsindustrie“. 2020 wurden insgesamt 66 neue Materialien hinzugefügt. Viele der neuen Materialien beschäftigen sich mit den Auswirkungen der Pandemie auf die Situation der Näher*innen und die Lieferketten. So diskutieren viele Publikationen die Zukunft der Bekleidungsindustrie; u. a. anhand von Themen wie Nearshoring, d. h. der Rückverlagerung von Produktionsstätten nach (Ost-) Europa oder Automatisierung. Insgesamt wurde 17.636mal auf die Datenbank zugegriffen.

Netzwerkgründung „Kleidung und Klima – All of us for future“

Um die Themen ökologische Nachhaltigkeit in der Textilindustrie stärker in die Öffentlichkeit zu tragen, hat FEMNET gemeinsam mit dem Referat für Ökologie – AStA-Bonn, Infinity Bonn und der grünen Hochschuljugend im März 2020 die Initiative ergriffen und das Netzwerk „Klima und Kleidung“ gegründet. Beim Gründungstreffen am 9. März 2020 kamen viele Ideen zusammen, wie das Netzwerk lokal in Aktion treten könnte. Corona erschwerte allerdings die Umsetzung im ersten Halbjahr 2020. Im September hielt unsere FSJlerin, Ulrike Breckner, auf der Fridays for Future Demo einen kurzen Input. Es folgten außerdem eine Kleidertauschparty im Haus der Jugend in Bonn im Oktober sowie ein digitaler Filmabend im November.



FEMNET bei
Fridays for Future Demo
© FEMNET

Faire Beschaffung und Beratung

Es berichtet Rosa Grabe.
Sie arbeitet seit 2015 für
FEMNET und leitet seit
2018 das Projekt Faire
öffentliche Beschaffung.

Arbeitskleidung nachhaltig beschaffen: Beratung für Kommunen und Unternehmen

FEMNET ist mittlerweile deutschlandweit bekannt für ihre Expertise in der kommunalen fairen öffentlichen Beschaffung. Neben Artikeln in Fachzeitschriften, einem neuen Erklärvideo und zahlreichen Vorträgen, lag der Schwerpunkt im Jahr 2020 weiterhin auf der Beratung und Weiterbildung von Kommunen.

Stadt Karlsruhe wagt ambitionierten Weg

Die Stadt Karlsruhe kauft für mehrere Ämter Berufs- und Schutzkleidung zentral ein, insgesamt über 200 verschiedene Produkte. Erstmals sollten hier nun auch soziale und ökologische Kriterien eine entscheidende Rolle spielen. Dazu wurde die Expertise von FEMNET eingeholt.

Gemeinsam wurden Instrumente entwickelt, die es in dieser Form bislang noch nicht gab! In der Beschaffung muss nun nachgewiesen werden, inwieweit der Herstellung ein nachhaltiges Lieferkettenmanagement zugrunde liegt. Stellten wir bei der Marktrecherche fest, dass es für die Produktgruppe schon genügend glaubwürdige Nachweise gibt (z.B. in Form von Siegeln oder Mitgliedschaften in Multi-Stakeholder-Initiativen), musste dies zwingend nachgewiesen werden. Alternativ gab es je nach Grad der Erfüllung Zusatzpunkte. Auch ökologische Kriterien wurden abgefragt. Unternehmen, die z. B. in ihrer Textilproduktion den Wasser- und Energieverbrauch aktiv senken, konnten hier „Extrapunkte“ sammeln.

In vielen Ausschreibungen wurden bisher nur dann Nachweise zur Nachhaltigkeit verlangt, wenn die Produkte in südlichen Entwicklungsländern (DAC-Liste) hergestellt wurden. In Karlsruhe wird nun kein Bezug mehr auf diese Liste genommen. Somit müssen alle Unternehmen – egal, wo sie herstellen lassen – ihr Bemühen für soziale und ökologische Nachhaltigkeit belegen. Das ist wichtig, weil vorher für Produktionsländer wie Bulgarien oder Rumänien, in denen sehr schlechte Arbeitsbedingungen für Textilarbeiter*innen herrschen, nichts nachgewiesen werden musste.

Fair beschaffte Dienst- & Schutzkleidung im Rahmen unserer kommunalen Beratungstätigkeit
© Stefan Klübert



Grafic Recording
Weiterbildung Faire
öffentliche Beschaffung
© Jonas Heidebrecht

Beschaffer*innen in Kitas unterstützen

Ob Regenjacke, Pullover oder Matschhose: Auch Kitas kaufen regelmäßig Kleidung. Wir beraten Betreuungseinrichtungen seit einiger Zeit dabei, nachhaltige Alternativen zu finden. Dieses Jahr haben wir die wichtigsten Informationen in einer Einkaufshilfe zusammengestellt. Diese Publikation ist als leicht verständliche Orientierung für all jene gedacht, die sich im sozial- und umweltgerechten Einkauf üben wollen. Sie gibt eine Einführung zu den Problemstellungen in der Textilindustrie und stellt etablierte Nachhaltigkeitsstandards vor, die Orientierung beim Einkaufen bieten.

Multiplikator*innen fortbilden

Ende Oktober konnten wir wieder eine bereits etablierte Veranstaltung ausrichten: aus dem gesamten Bundesgebiet kamen über 20 kommunale Beschaffer*innen, Bildungsreferent*innen, Berater*innen sowie Koordinator*innen der kommunalen Entwicklungspolitik zusammen. Die Gruppe diskutierte - diesmal online - aktuelle Entwicklungen zur nachhaltigen Beschaffung und berichtete von eigenen Erfolgen und Herausforderungen. Es gab außerdem die Möglichkeit, sich für zukünftige Pläne zu vernetzen.

Nachhaltige Beschaffung als Thema in Aus- und Weiterbildung etablieren

Inzwischen ist auch vielen Hochschulen für Verwaltungsangestellte sowie einigen Fortbildungsakademien für Landesangestellte klar, dass das Thema nachhaltige Beschaffung in der Aus- und Fortbildung einen festen Platz haben muss. FEMNET schulte zum zweiten Mal Student*innen der Hochschule für angewandte Wissenschaften in Hamburg (HAW) sowie der Fachhochschule für öffentliche Verwaltung in Köln. An der Landesakademie Mont Cenis des Ministeriums des Inneren des Landes NRW führte FEMNET eine zweitägige Fortbildung zum Thema durch.

Beratungen und Workshops 2020

- > 1 intensive Beratung in Karlsruhe
- > 9 Impulsberatungen (168 TN)
- > 19 Kurzberatungen weiterer Kommunen, schriftlich oder telefonisch
- > 6 Veranstaltungen an Aus- und Weiterbildungsstätten (137 TN)
- > 9 Vorträge auf Veranstaltungen (481 TN)



Es berichtet **Paulina Riebe**.
 Sie arbeitet seit 2020 als
 Trainee bei FEMNET.

Nachhaltiger Textileinkauf in Unternehmen

Mit dem neuen Projekt Fair Wear Works nimmt FEMNET einen wichtigen Baustein in der Nachhaltigkeitsstrategie von Unternehmen in den Blick – die Beschaffung ökologisch und fair hergestellter Textilien wie Wäsche, Dienstkleidung oder Merchandise-Artikel.



Neue Zielgruppe: Unternehmen

Bisher war unsere Beratung beim Einkauf von Berufsbekleidung Städten und Kommunen vorbehalten; seit 2020 begleiten wir nun auch Unternehmen bei der Umstellung ihres Textileinkaufs. Dabei haben wir einen starken Projektpartner an unserer Seite: Seit 2010 arbeitet der Global Nature Fund (GNF) mit Unternehmen an Strategien und Praktiken zur Gestaltung eines nachhaltigen Lieferkettenmanagements mit einem Schwerpunkt auf Ressourcenschutz.

Mit unserem Angebot wird die soziale und ökologische Relevanz bei Beschaffung und Einkauf gestärkt und für Mitarbeiter*innen nachvollziehbar. Wir zeigen Unternehmen, welche Probleme entlang der Lieferkette auftreten, welche Lösungen sich anbieten und wie soziale und ökologische Kriterien in die unternehmenseigenen Einkaufsrichtlinien integriert werden können.



Umfrage zum Einkauf nachhaltiger Textilien in Unternehmen

Um den aktuellen Stand der Beschaffung von Textilien in deutschen Unternehmen zu erfassen, führten wir im zweiten Halbjahr 2020 eine Umfrage durch. Ziel war es, den Bedarf an Unterstützungsangeboten für Unternehmen festzustellen, um so im Rahmen der weiteren Projektarbeit passende Schulungsmodulare und Infomaterialien anbieten zu können. Das Ergebnis der Umfrage zeigt, dass viele der befragten Unternehmen Textilien bereits nachhaltig einkaufen. Ein großer Teil stößt jedoch dabei auf Probleme und benötigt Unterstützung.

Als wichtige Herausforderungen in Bezug auf einen nachhaltigen Textileinkauf nannten die Unternehmen fehlende Informationen über Siegel und Anbieter sowie hohe Preis- und Qualitätsansprüche. Ein weiteres Problem: Je nach Unternehmensbereich (z. B. CSR oder Einkauf), gewichten die Verantwortlichen Nachhaltigkeitsansprüche sehr unterschiedlich.

Die Ergebnisse der Umfrage halfen uns bei der Gestaltung unseres Beratungsangebots. Dieses werden wir ab 2021 anbieten und Unternehmen bei der praktischen Umsetzung einer nachhaltigen Einkaufsstrategie beraten.

Veröffentlichung dreier Factsheets



Factsheets als Hilfestellung zur praktischen Umsetzung in Unternehmen

Es berichtet **Anne Munzert**.
 Sie arbeitet seit 2020 als
 Referentin für Presse- und
 Öffentlichkeitsarbeit bei
 FEMNET.

FEMNET in den Medien

Wie auch in den vergangenen Jahren konnte FEMNET ihre mediale Präsenz weiter ausbauen. Rund 250-mal und somit rund 80-mal mehr als im Vorjahr berichteten Zeitungen, Fach- und Onlinemagazine, Hörfunk und Fernsehen im Jahr 2020 über die Arbeit und Themen von FEMNET. Hinzu kamen Veranstaltungs- und Terminankündigungen sowie Beiträge in unserem und anderen Newslettern. Auch die Presseanfragen nahmen 2020 deutlich zu. Dies zeigt, dass die Expertise von FEMNET zu Themen wie geschlechtsspezifische Gewalt, existenzsichernde Löhne, Arbeitsbedingungen in den Produktionsländern oder faire Beschaffung in vielen Debatten und Diskursen gefragt ist.



250 -mal wurde FEMNET 2020 in Zeitungen, Fach- und Onlinemagazinen sowie Hörfunk und Fernsehen erwähnt
 © FEMNET

Veranstaltungsmarathon trotz Corona

Aufgrund der Pandemie mussten wir viele Präsenzveranstaltungen neu denken - und das ist uns gelungen. Ganz im Sinne der Digitalisierung haben wir unsere großen Veranstaltungen, wie die jährliche Speakers Tour, unsere Bildungsworkshops und Netzwerktreffen online stattfinden lassen. Auf rund 50 Veranstaltungen konnte sich FEMNET als Veranstalterin oder Fachreferentin in unterschiedlichsten Diskussionsrunden einem breiten Publikum präsentieren. Trotz oder gerade wegen der Pandemie war es uns ebenso wichtig, unseren Partner*innen mit ihren Erfahrungen Raum zu geben. Gemeinsam mit verschiedenen Akteur*innen aus Indien und Bangladesch haben wir drei Webinare mit insgesamt 279 Teilnehmer*innen sowie gemeinsame Kampagnen umgesetzt, um der Öffentlichkeit aus erster Hand über die Lage vor Ort berichten zu können.



Virtuelle Speakerstour mit unseren Partnerinnen
 © FEMNET

Social Media

*Es berichtet
Aika-Maresa Fischbeck.
Sie ist seit 2018 studentische Hilfskraft bei FEMNET.
Seit 2019 betreut sie den Bereich Social Media.*



Wichtige Kontaktquellen in der Krise

Im Jahr 2020, in dem Social Distancing unser Leben prägte und öffentliche Events nicht mehr möglich waren, verlagerten sich Aktionen, Treffen und Veranstaltungen in den digitalen Raum. Der Austausch über soziale Medien wurde für Organisationen nun unerlässlich. Glücklicherweise hatten wir bereits vor der Krise ein gutes Standing unserer Kanäle auf Facebook und Instagram. Darauf haben wir aufgebaut und noch intensiver auf den Plattformen über unsere Arbeit und die Situation vor Ort im globalen Süden berichtet.



Um weitere Zielgruppen erreichen zu können, starteten wir Anfang 2020 Kanäle auf den Plattformen Twitter und LinkedIn. Somit bespielt FEMNET fortan regelmäßig vier Kanäle. Vor allem unsere Kanäle auf Instagram und LinkedIn sind im Jahr 2020 stark gewachsen um +47 % bzw. +159 %. Ende 2020 haben wir in den sozialen Medien insgesamt 7.747 Abonnements – das sind fast 2.000 mehr als Ende 2019 (5.841).

Entwicklung der Follower-Zahlen auf unseren Social-Media-Kanälen

	Anzahl Follower Anfang 2020	Anzahl Follower Ende 2020	Zuwachs absolut und prozentual
Facebook	3.671	3.983	+312 (+8,5 %)
Instagram	2.170	3.195	+1.025 (+47 %)
LinkedIn	160	415	+255 (+159 %)
Twitter	0	154	+154 (-)



Auf unseren Social-Media-Kanälen haben wir unseren Corona-Nothilfefonds breit gestreut, unsere Abonnent*innen mit Fotos und Berichten zu den Entwicklungen in den Produktionsländern auf dem Laufenden gehalten und unser Fundraising effektiv unterstützt.

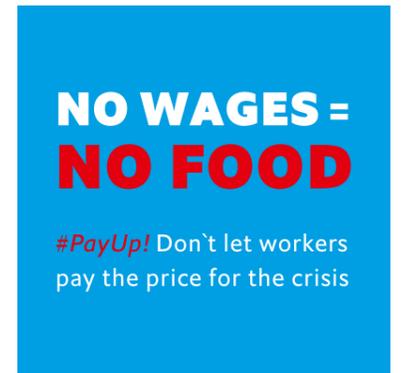
Zwar dominierte die Corona-Krise unsere Inhalte auf den Kanälen, doch auch weitere Themen fanden Platz. So haben wir durch unsere Arbeit auf Social Media die Initiative Lieferkettengesetz unterstützt und uns immer wieder für ein Lieferkettengesetz auf nationaler wie europäischer Ebene eingesetzt. Zwischen dem internationalen Tag gegen Gewalt an Frauen (25.11.) und dem internationalen Tag für Menschenrechte (10.12.) schlossen wir uns der 16dayscampaign an und starteten eine Kampagne mit Grafiken und Videos zum Thema #gegenGewalt an Frauen. In der Fashion Revolution Week (die Woche vom 24.4., dem Gedenktag für den Fabrikeinsturz von Rana Plaza) wurden unsere Inhalte auf Instagram 13.416-mal gesehen. Auch am Black Friday bekam FEMNET große Aufmerksamkeit in den sozialen Medien und wurde häufig als Informationsquelle für bewussten Konsum und den Kampf um Arbeitsrechte genannt und verlinkt.

Unser Ziel, noch professioneller und vor allem für den Wandel hin zur Nachhaltigkeit als wichtige zivilgesellschaftliche Akteurin wahrgenommen zu werden, konnten wir dieses Jahr über die Plattform LinkedIn vorantreiben. Vor allem Beiträge zu unserer Expertise in den Bereichen Vergaberecht, nachhaltige Beschaffung und Bildungsarbeit an Hochschulen ebenso wie der Fokus auf die Entwicklungen zum Lieferkettengesetz finden Resonanz beim Fachpublikum und regen zum Expertenaustausch an.

Auf Twitter beteiligen wir uns vor allem an politischen Kampagnen und Diskussionen.



Die Social-Media-Kanäle halfen FEMNET 2020 dabei, die Arbeit des Vereins auch in der Krise sichtbar zu machen, mit Unterstützer*innen in Kontakt zu bleiben und neue Interessierte anzusprechen.



Grafik Kalpona Akter zum Black Friday © FEMNET

Fundraising

Es berichten

Sabine Kaldonek und Birgit Zenker.

Sabine Kaldonek ist seit 2019 für FEMNET tätig und Koordinatorin des Bereichs Kommunikation. Birgit Zenker hat 2017 als Fundraiserin bei FEMNET begonnen und ist zuständig für die Spender*innen- und Mitgliederbetreuung.

Das von der Corona-Pandemie geprägte Jahr 2020 bedeutete für das Fundraising eine besondere Herausforderung. Im Angesichts der Krise war die Entwicklung des Spendenverhaltens schwer vorhersehbar. Gleichzeitig benötigten tausende in existenzielle Notlage geratene Näher*innen und ihre Familien dringend Hilfe.

Ein bewegendes Spendenjahr:

Drei Fragen an das Fundraising-Team Sabine Kaldonek und Birgit Zenker.

Wie hat die Corona-Krise das Fundraising beeinflusst?

SK Die Krise hat vielen Menschen Einschränkungen abverlangt. In dieser Situation nach Unterstützung zu fragen, verlangt besonderes Einfühlungsvermögen und eine sehr klare und transparente Kommunikation. Wir waren daher zutiefst berührt von der enormen Solidarität, die wir erfahren haben. Und dieser Zusammenhalt hat uns darin bestätigt, das vertrauensvolle Miteinander mit unseren Spender*innen und Mitgliedern weiterhin in den Fokus zu nehmen.

Wie hat sich das Spendenverhalten entwickelt?

BZ Die Krise hat gezeigt, dass wir über die Jahre eine vertrauensvolle Beziehung zu unseren Unterstützer*innen und Förderer*innen aufgebaut haben – seien es private Personen, institutionelle Förderer oder Unternehmen. Sie haben uns auch 2020 die Treue gehalten. Bemerkenswert ist die hohe Zahl an Neuspender*innen, die wir gewinnen konnten. Das ist umso erstaunlicher, da wir keinerlei Veranstaltungen in Präsenz durchführen oder besuchen konnten. Außerdem sind wir sehr froh über die Zunahme freier Spenden. In Zeiten, in denen zivilgesellschaftliche Organisationen wichtiger denn je sind, und gleichzeitig die staatliche Förderung aufgrund der wirtschaftlichen Entwicklung unsicher wird, sind ungebundene Mittel wesentlich, um flexibel auf Herausforderungen reagieren zu können.

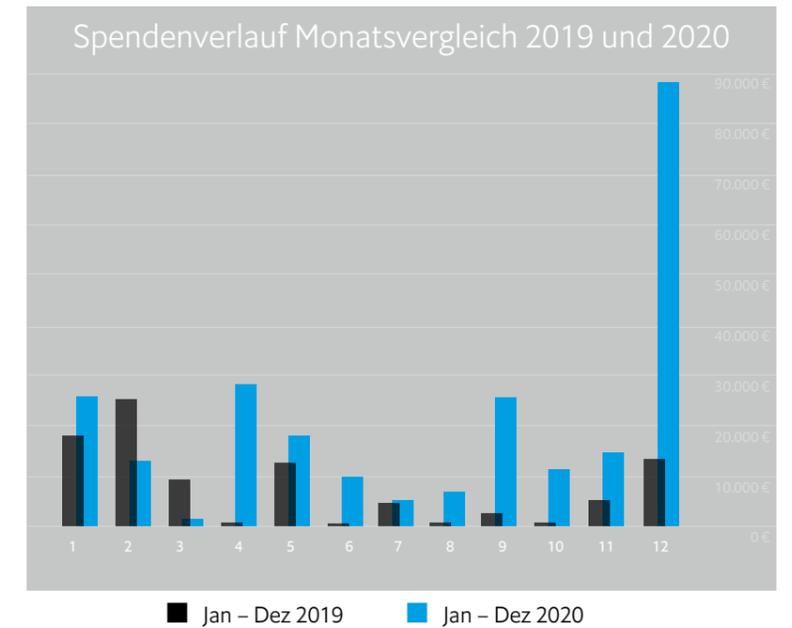
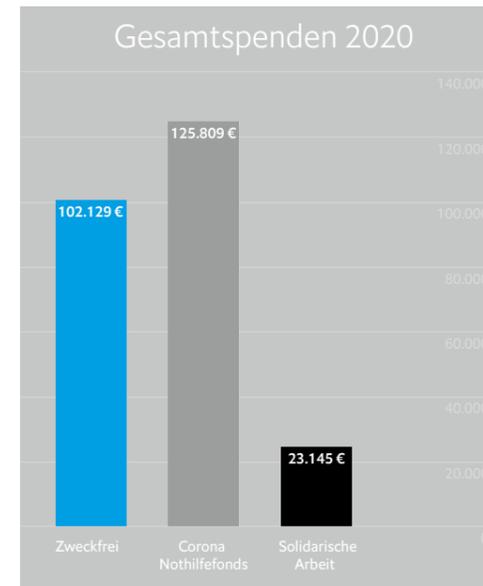
SK Unsere thematischen Schwerpunkte – Sorgfaltspflicht entlang der Lieferkette, Arbeits- und Menschenrechte in der Bekleidungsindustrie – sind durch das Corona-Jahr noch einmal überdeutlich in die Öffentlichkeit gerückt. Dies hat viele Menschen dazu veranlasst, sich solidarisch zu zeigen.

Zahlreiche neue Spender*innen konnten wir nicht nur von der Relevanz unserer Arbeit in den Projektländern überzeugen, sondern auch von der Bedeutung der Bildungs- und Beratungsarbeit hierzulande. Kenntnisse über soziale und ökologische Zusammenhänge in der Bekleidungsproduktion oder über den Einfluss von Unternehmen auf Arbeitsbedingungen z. B. in Bangladesch können zu einem verantwortungsvollen Handeln beitragen. Dies wirkt sich auf notwendige strukturelle Veränderungen in den Produktionsländern aus. Jede Spende für FEMNET schlägt also eine Brücke zu den Frauen im Globalen Süden.

Wie gestaltete sich das Fundraising?

BZ Wir binden unsere Spender*innen in unsere Arbeit ein, indem wir sie regelmäßig am Verlauf aller Projekte teilhaben lassen und sie auch direkt mit unseren Partnerorganisationen ins Gespräch bringen, etwa durch unsere jährliche Speakers Tour. In gewisser Weise ist dies 2020 sogar noch besser gelungen, weil wir durch virtuelle Formate noch mehr und aktueller aus erster Hand Einblicke in die Situation vor Ort geben konnten. Unsere Unterstützer-Community kann sich auch aktiv an politischen Gestaltungsprozessen beteiligen. Wir rufen immer wieder zum Mitmachen bei Petitionen oder Aktionen auf.

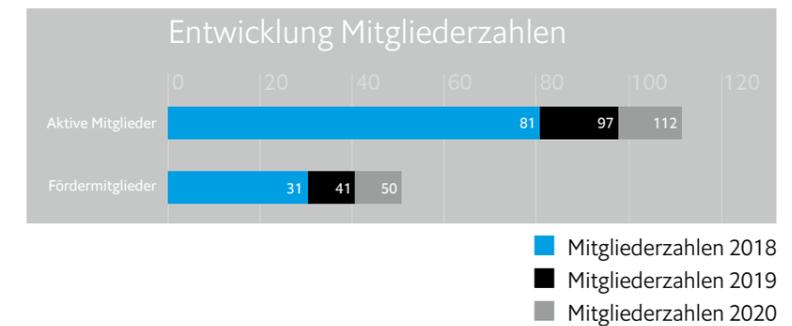
SK Teilhabe ist inzwischen ein wichtiges Kriterium, nicht nur bei jüngeren Spender*innen. Unsere Social-Media-Kanäle sind hierfür ideal. Wir kommen dadurch in einen lebhaften Austausch mit verschiedenen Zielgruppen, jungen Aktivist*innen ebenso wie Professionals aus dem Umfeld CSR und Nachhaltigkeit oder kommunalen Vertreter*innen. Wir bieten mehr als nur eine Spendenplattform.



Die Spendeneinnahmen stiegen 2020 um 168 % gegenüber dem Vorjahr auf insgesamt 251.082 €. Die Unterstützung für die Partnerarbeit vor Ort spiegelt sich in den hohen Einnahmen für den Corona-Nothilfefonds wider. Erfreulich ist auch die gestiegene Bereitschaft, die Arbeit von FEMNET insgesamt zu unterstützen.

Der Monatsvergleich der Jahre 2019 und 2020 verdeutlicht, wie sehr die Corona-Krise die Spendenbereitschaft positiv beeinflusst hat. Zählte bereits 2019 zum bis dato stärksten Spendenjahr, weist die Entwicklung für das Berichtsjahr 2020 ein erneutes Wachstum auf.

Der Aufwärtstrend in der Mitgliederentwicklung setzte sich ebenfalls 2020 fort. Insgesamt 162 Mitglieder bilden am Ende des Jahres 2020 die Basis des Vereins.



„Als Studentin in einem Studiengang mit dem Schwerpunkt auf Bekleidungsherstellung war ich in den ersten Semestern überrascht, wie wenig wir uns im normalen Lehrbetrieb über Fragen der ethisch vertretbaren Produktion unterhalten haben. Als erste Akteurin in der Kommunikation über Nachhaltigkeit innerhalb der Hochschule fiel mir dann FEMNET auf, die eine Veranstaltung mit Kalpona Akter organisiert hatte. So wurde ich auf die Bildungsarbeit aufmerksam.“

Stark fand ich von Anfang an die unverwaschene, klare Haltung und das Verständnis von Gerechtigkeit. FEMNETs Arbeit und Kontrolle beim Grünen Knopf halte ich für ausgesprochen wichtig, ebenso, dass FEMNET immer wieder mit den richtigen Fragen nachhakt! Deshalb zahle ich als Fördermitglied gerne jeden Cent an FEMNET.“

M.P., Fördermitglied seit 2020



*Es berichtet
Johanna Hergt.
Sie ist seit 2015 Geschäfts-
führerin bei FEMNET.*

Der Vorstand: anders aufgestellt

Mit ungebrochenem Engagement ist Dr. Gisela Burckhardt als Vorstandsvorsitzende für FEMNET auf allen Ebenen im Einsatz – vor allem in der Geschäftsführung sowie in der solidarischen und politischen Arbeit. So vertritt sie FEMNET nach wie vor im Bündnis für nachhaltige Textilien – sitzt in dessen oberstem Gremium, dem Steuerungskreis, bringt sich in die Bündnisinitiative Tamil Nadu und in die Expert*innengruppe Beschwerdemechanismen ein.

Strategisch zur Seite standen ihr zunächst Susanne Kupka und Christine Pflüger als stellvertretende Vorsitzende sowie Katharina Gahbler und Charlotte Kümpel als Beisitzerinnen. Auf der Mitgliederversammlung im November mischte sich der Vorstand neu: Wir danken Susanne Kupka für ihre langjährige Arbeit im Vorstand von FEMNET, ebenso Charlotte Kümpel für ihren Einsatz. Neu als Beisitzerinnen wurden Susanne Schmeier und Elke Klemenz gewählt. Katharina Gahbler übernahm das Amt der stellvertretenden Vorsitzenden.

Neben dem Vorstand waren auch andere Engagierte ehrenamtlich aktiv, halfen beispielsweise bei der Übersetzung der Website ins Englische, gestalteten Materialien oder unterstützten bei Aktionen.

Das Team: virtuell voran

Neues Jahr, bewährte Kräfte: Das Team von FEMNET hat sich auch 2020 weiterentwickelt. Das Gros der Mitarbeiter*innen begleitet uns allerdings schon seit längerem. So hält die administrative Geschäftsführerin Johanna Hergt die Fäden in der Bonner Geschäftsstelle seit 2015 in der Hand – unterstützt von der Verwaltungskraft Sandra Poppe bei Personal und Finanzen und der studentischen Hilfskraft Ohnmar Khin in der IT, die auch im Bereich Kommunikation mitarbeitet. Dieser Bereich vereint seit verganginem Jahr Öffentlichkeitsarbeit und Fundraising unter einem Dach – gelenkt von Sabine Kaldonek. Während die Pressestelle Mitte des Jahres von Katharina Edinger auf Anne Münzert übergang, betreut Birgit Zenker unverändert unsere Spender*innen und Mitglieder. Für mehr Social-Media-Strahlkraft sorgt unsere studentische Hilfskraft Aika Fischbeck.

Die Bildungs- und Beratungsarbeit koordiniert nach wie vor Marijke Mulder – darunter fallen zum einen das Projekt zur fairen öffentlichen Beschaffung, das Rosa Grabe-Schmidt leitet, und zum anderen das Vorhaben „Aktiv für Menschenrechte in Mode“ an Schulen und Hochschulen, für das Kerstin Dahmen verantwortlich ist.

Neu an Bord ist Referentin Mara Mürlebach, die zudem Aufträge der Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) zu Siegelklarheit und zu einer Preisstudie im Beschaffungsbereich übernahm. Ebenfalls im Frühjahr startete Paulina Riebe als Trainee – und ist seitdem unter anderem im Projekt zur öko-fairen Beschaffung von Unternehmen tätig. Zudem half sie uns dabei, Digitaltools für Videokonferenzen ans Laufen zu bringen sowie für Teamsitzungen und Veranstaltungen einzusetzen. Darüber konnte sie auch die anderen Mitarbeiter*innen besser kennenlernen – wenn auch nur virtuell, da wir wegen der Pandemie überwiegend im Homeoffice arbeiteten.

In dieser ungewöhnlichen Situation befanden sich auch die Praktikantinnen im Bildungsprojekt, die sich als Digital Natives aber schnell damit arrangierten. Ebenso wie unsere erste Bundesfreiwillige Ulrike Breckner, die im September ein freiwilliges Jahr im politischen Leben bei uns begann – und sich zunächst vor allem des Themas Klima und Kleidung für Schulen und Veranstaltungen annahm.

Unseren Auslands- und Kampagnenbereich managt Sina Marx als Koordinatorin, Hand in Hand mit Anni Korts-Laur und Daniela Wawrzyniak. Aufgrund der schwierigen Situation in den Ländern des globalen Südens wie Indien und Bangladesch stellten sich hier besondere Herausforderungen: Gemeinsam mit den Partner*innen mussten wir Projekte vor Ort umstricken und Nothilfe organisieren.

Die Arbeit: gut vernetzt

Büroalltag im Quadrat

Den Zoom-Account hatten wir schon vor Corona angeschafft – nun mussten wir weitere Kommunikationstools etablieren, um unsere Arbeit auf Abstand zu organisieren. Ob Slack oder Webex: Wir probiertes Neues aus und konnten uns gut vernetzen. Auch Workshops und Veranstaltungen stellten wir zügig auf Online-Formate um. Zugute kamen uns hier flexible Arbeitsstrukturen, die wir schon vor der Pandemie erfolgreich aufgebaut hatten.

Eine sichere Bank fürs Fundraising

Mehr Online-Spenden für unseren Nothilfefonds, wachsendes Interesse an Mitgliedschaft und Engagement: Die Digitalisierung hat auch unserem Datenbank-Vorhaben einen neuen Schub gegeben. Mit einer CRM-Software wollen wir uns insbesondere im Fundraising strategisch und strukturell besser aufstellen, denn sie ermöglicht die gezielte Ansprache und Information von Mitgliedern und Spender*innen sowie ein professionelles Veranstaltungsmanagement. Ende des Jahres entschieden wir uns nach einer längeren Auswahl – flankiert von professioneller IT-Beratung – für einen Anbieter, der viel Expertise im Umgang mit gemeinnützigen Organisationen hat und einen sehr guten Service bietet. Die Datenbank wird nun Anfang 2021 an den Start gehen.

Strukturwandel angestoßen

FEMNET wächst weiter – und damit der Bedarf an professionellen Strukturen für unseren Verein. Dahinter steht auch der Wunsch der ehrenamtlichen Vorstandsvorsitzenden, sich nach und nach aus der operativen Geschäftsführung zurückzuziehen und den Fokus ihres Wirkens auf die strategische und politische Arbeit zu legen. Unterstützt von der Schmid Stiftung und einer Pro-bono-Beratung etablierten wir daher ein neues Entscheidungsgremium, das sich aus Vorstandsvorsitzender, administrativer Geschäftsführung und den drei Koordinatorinnen der Bereiche Bildung und Beratung, Ausland und Kampagnen sowie Kommunikation zusammensetzt. Mit diesem „Ko-Kreis“ wollen wir die Verantwortung auf mehrere Schultern verteilen, sicherstellen, dass alle Informationen aus den Bereichen an einer Stelle zusammenlaufen und fundierte Entscheidungen im Sinne des ganzen Vereins treffen.



„Danke!“

Wir danken allen Förderern, die uns im schwierigen Jahr 2020 großzügig unterstützt haben. Das breite Engagement hat nicht nur den Frauen in Indien und Bangladesch geholfen. Es hat auch uns motiviert, trotz schwieriger Umstände unverändert und mit ganzer Kraft an unserer Mission weiterzuarbeiten.

Wir werden auch künftig alles daransetzen, Frauen zu stärken, deren Arbeitsbedingungen zu verbessern und die Wirtschaft nachhaltiger zu gestalten. Nicht zuletzt die Krise hat gezeigt, dass die Welt hier noch am Anfang steht.

Das gesamte Team von FEMNET

Dauerhafte Unterstützung und freie Spenden helfen, die Arbeit von FEMNET auf eine solide Basis zu stellen.

Spendenkonto

GLS Gemeinschaftsbank eG
IBAN: DE 93 4306 0967 0300 800 800
BIC: GENODEM1GLS

oder online über
www.femnet.de

Unser Engagement trägt Früchte: Gerade im schwierigen Jahr 2020 konnten wir mehr Projekte denn je umsetzen. Die Einnahmen des Vereins stiegen insbesondere dank zahlreicher Spenden für den Corona-Nothilfefonds und Aufstockungen unserer Auslandsprojekte auf 1.145.542,09 Euro, die Ausgaben auf 1.101.138,47 Euro. Mit dem erzielten Jahresergebnis in Höhe von 44.403,62 Euro konnten wir unsere Rücklagen für Projekte, Personal und Professionalisierung des Vereins auf 180.627,76 Euro erhöhen. Auch in diesem Jahr hat die WHP Steuerberatungsgesellschaft mbH, Gesellschaft für Wirtschafts- und Steuerberatung, die Bilanz für uns erstellt, dafür alle relevanten Unterlagen aus der Buchhaltung geprüft – und dabei keine Beanstandungen festgestellt.

Gesamtergebnis 2020

Aktiva	2020 [in €]	2019 [in €]
A. Anlagevermögen		
I. Sachanlagen		
1. EDV-Software	2.508,00	0,00
2. Betriebs- und Geschäftsausstattung	2.602,00	2.580,00
II. Finanzanlagen		
1. Wertpapiere des Anlagevermögens	18.143,24	18.650,74
B. Umlaufvermögen		
I. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände		
1. Forderungen aus sonstigen Lieferungen und Leistungen	8.656,40	1.016,98
2. Forderungen gegenüber den Zuwendungsgebern	4.188,59	10.352,67
3. Forderungen gegenüber Personal/Reisekostenvorschüsse/ Krankenkassen, Sozialversicherungen	645,09	700,00
	13.490,08	12.069,65
II. GLS Bank, Guthaben zum 31.12.2019	364.706,43	166.891,55
III. Paypal-Konto	3.702,98	194,67
C. Rechnungsabgrenzungsposten *	30,00	2.211,27
Summe Aktiva	405.182,73	202.597,88

* Rechnungen, die vor dem Jahreswechsel bezahlt wurden, jedoch Leistungen betreffen, die erst im Jahr 2021 erbracht werden.

Bilanz zum 31.12.2020 mit Vorjahresvergleich

Passiva	2020 [in €]	2019 [in €]
A. Vereinsvermögen		
I. Gewinnrücklagen		
Vereinskapital	2.541,98	
1. Gebundene Gewinnrücklagen	133.682,16	133.682,16
II. Ergebnisvortrag	44.403,62	2.541,98
B. Rückstellungen		
1. Rückstellungen für Personalkosten	18.144,03	6.065,29
2. Rückstellungen für Lieferungen und Leistungen	84.809,52	37.596,19
	102.953,55	43.661,48
C. Verbindlichkeiten		
1. Verbindlichkeiten für Lieferungen und Leistungen	19.237,43	2.028,02
2. Verbindlichkeiten an Lohn- und Kirchensteuer Dezember	13.874,18	10.803,41
5. Kreditkartenabrechnung Dezember	186,99	1.180,83
	33.298,60	14.012,26
D. Passive Rechnungsabgrenzungsposten **	88.302,82	8.700,00
Summe Passiva	405.182,73	202.597,88

** Projektzuwendungen, die im Jahr 2020 geflossen sind, die aber erst im Jahr 2021 wirksam werden.

	2020 [in €]	2019 [in €]	Differenz von 2019 zu 2020
Erträge, Gesamteinnahmen			
A. Ideeller Bereich			
Einnahmen aus Mitgliedsbeiträgen	7.590,00	6.642,00	+14,27%
B. Ertragsteuerneutrale Posten			
Einnahmen aus Spenden	172.656,15	93.909,12	+83,85%
C. Vermögensverwaltung			
Zins- und Kurserträge	389,55	296,56	+31,36%
D. Zweckbetrieb			
Zuwendungen des Bundes	812.870,56	778.965,16	+4,35%
Zuwendungen Dritter (Stiftungen, Kirchen etc.)	134.383,42	142.221,19	-5,51%
Sonstige Einnahmen, Bildrechte und Broschüren	2.206,56	3.033,67	-27,26%
Auftragsarbeit	15.445,85	2.410,00	+540,91%
Gesamteinnahmen	1.145.542,09	1.027.477,70	+11,49%
Ausgaben Ideeller Bereich			
Personalkosten	587.544,52	518.933,05	+13,22%
Honorare	188.158,45	198.864,87	-5,38%
Abschreibungen	3.471,08	4.580,98	-24,23%
Sachausgaben	55.786,76	90.929,46	-38,65%
Bewirtungskosten	603,28	6.509,58	-90,73%
Reisekosten	15.769,99	41.660,40	-62,15%
Projektförderung Partner, Förderung Nothilfefonds	249.804,39	192.324,68	+29,89%
Vermögensverwaltung			
B: Gesamtausgaben Vermögensverwaltung	0,00	0,00	
C: Gesamtausgaben Wirtschaftl. Betrieb	0,00	0,00	
Gesamtausgaben	1.101.138,47	1.053.803,02	+4,49%
E. Jahresergebnis	44.403,62	-26.325,32	-268,67%
1. Ergebnisvorträge aus dem Vorjahr	2.541,98		
2. Einstellungen in die gebundenen Ergebnismittel	46.945,60		
F. Ergebnisvortrag	0,00		

Einnahmen

Neue Quellen, altbewährte Geber: Wir stellen unsere Finanzierung zunehmend breiter auf. So ist der Anteil privater Gelder im vergangenen Jahr deutlich gestiegen. Wir konnten mehr Spender*innen gewinnen und damit insbesondere die großen Vorhaben in Indien und Bangladesch kofinanzieren sowie schnelle Hilfe für die Näher*innen vor Ort organisieren, die von einem Tag auf den anderen vor dem Nichts standen: keine Aufträge, keine Arbeit, keine soziale Sicherung.

Mit im Bund

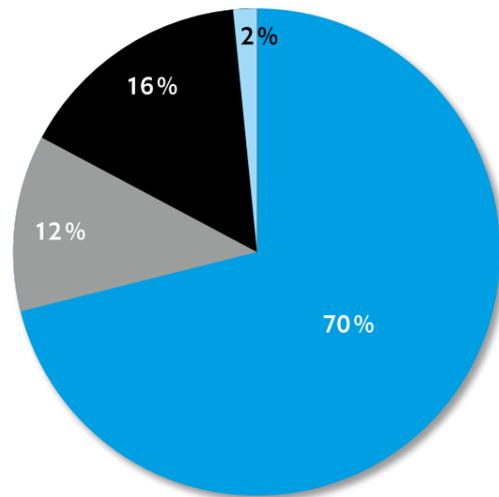
Dabei unterstützte uns vor allem das Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) – nach wie vor unser größter Geber. 2020 erhielten wir Bundesmittel in Höhe von 812.870,56 Euro, rund vier Prozent mehr als im Vorjahr. Über die von Engagement Global abgewickelten Förderungen finanzierten wir im Bereich Ausland und Politisches zwei Multi-Akteurs-Partnerschaften: ein Projekt zur Stärkung der Zivilgesellschaft im Textilbündnis, das andere gegen Gewalt an Frauen in den Fabriken Indiens und Bangladeschs. Im Bildungs- und Beratungsbereich erhielten wir Fördermittel für die Vorhaben „Aktiv für Menschenrechte in der Mode“, zur Beschaffung von öko-fairen Textilien in Unternehmen „Fair Wear Works“ und zur fairen öffentlichen Beschaffung.

Spenden verdoppelt

Mehr als verdoppelt – und im Vergleich zu 2019 vervierfacht – haben sich die Spendeneinnahmen – insbesondere durch die erhöhte Aufmerksamkeit für das Schicksal der Näher*innen und ihrer Familien in der Pandemie.

Die Arbeiter*innen, die unseren Wohlstand sonst eher unsichtbar nähren, bekamen plötzlich ein Gesicht. Die Welle der Solidarität war beeindruckend: 251.082,98 Euro gingen auf unserem Konto ein, davon verbuchten wir 172.656,15 Euro für das Jahr 2020, 78.426,83 haben wir in das Jahr 2021 vorgetragen – zweckgebunden für den Corona-Nothilfe- und den Solifonds. Mehr als die Hälfte des Geldes (43.057,68 Euro) haben wir bereits an unsere indische Partnerorganisation SAVE überwiesen. Die übrigen Mittel werden wir an unsere Partner im Süden weiterleiten, sobald die entsprechenden Projekte genehmigt sind.

Auch die Mitgliedsbeiträge entwickelten sich positiv mit einem Plus von 14 Prozent – sie stiegen auf 7.590,00 Euro. Denn auch im vergangenen Jahr konnten wir 24 neue Mitglieder gewinnen, die sich dauerhaft für den Verein einsetzen wollen.



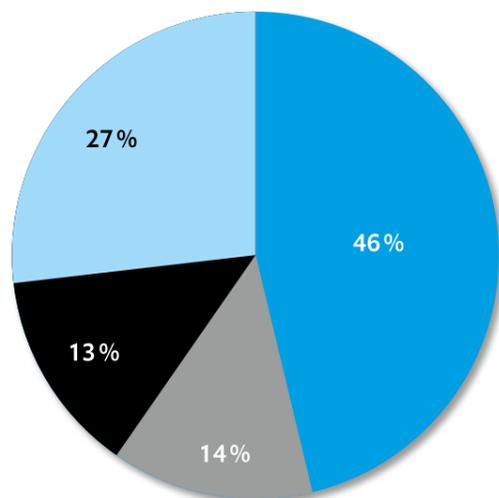
Übersicht Einnahmen

- Zuwendungen des Bundes
- Zuwendungen Dritter
- Spenden, Mitgliedsbeiträge
- Auftragsarbeiten, Erlöse Broschüren

Vielfältig gefördert

Die Vielfalt unserer Förderer bildet eine gute Basis für die Projektfinanzierung. So unterstützten uns auch 2020 Stiftungen mit Geldern in Höhe von 62.248,00 Euro: die Stiftung Umwelt und Entwicklung Nordrhein-Westfalen im Bildungsbereich und filia.die frauenstiftung in unserem Auslandsprojekt gegen Gewalt an Frauen in den Fabriken Indiens und Bangladeschs. Mittel in Höhe von 18.065,60 Euro flossen aus dem Fördertopf der Europäischen Union für ein Partnerschaftsprojekt mit der internationalen Clean Clothes Campaign zu Transparenz und existenzsichernden Löhnen. Mit 18.026,92 Euro waren die Kirchen drittgrößter Drittmittelgeber: So fördert das Evangelische Werk für Diakonie und Entwicklung e.V. (über Brot für die Welt) FEMNET seit vergangenem Frühjahr mit einer Bildungsstelle für den außerschulischen Bildungsbereich, um unter anderen Konfirmand*innen für das Thema Menschenrechte in der Mode zu sensibilisieren. Das Bischöfliche Hilfswerk MISEREOR e.V. unterstützt als Mitglied der Zivilgesellschaft das Textilbündnis-Projekt – ebenso wie andere, daran beteiligte Organisationen. Zudem erhielten wir Gelder von Transfair: für die Projekte zur fairen öffentlichen als auch zur Unternehmens-Beschaffung.

Ebenfalls stark ausbauen konnten wir den Bereich der Auftragsarbeit, vor allem aufgrund zweier Studien, die wir für die Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) erstellten.



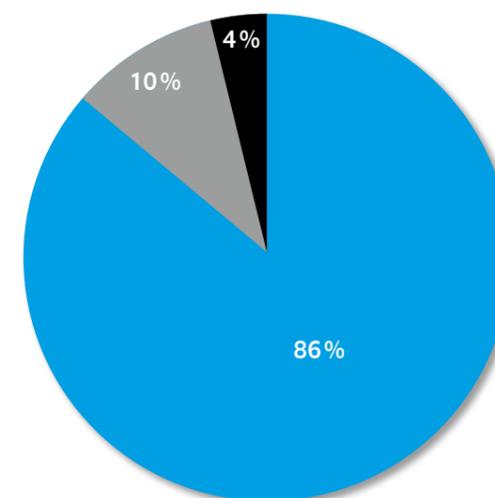
Übersicht Zuwendung Dritter

- Stiftungen
- Europäische Union
- Kirchen
- Sonstige

Ausgaben

Über eine Million Euro gaben wir 2020 in Deutschland und den Ländern des globalen Südens (Indien, Bangladesch, Indonesien) aus. Dabei wuchsen die Ausgaben für die Projektförderung von Partnern am stärksten – und zwar um rund 30 Prozent auf 249.804,39 Euro. Ebenfalls gestiegen sind die Personalkosten, um 13 Prozent auf 587.544,52 Euro. Dies liegt insbesondere an einer neuen Vollzeitstelle im Beratungsbereich sowie einer Trainee-Kraft, die uns vor allem in der Projektarbeit unterstützt. Alle anderen Kostenpositionen – Honorare, Sachausgaben, Bewirtungs- und Reisekosten – sind im Vergleich zum Vorjahr gesunken, was an der Verlagerung ins Virtuelle lag – von Fachtagung über Schulungen bis hin zur Speakers Tour.

Dennoch konnten wir unsere Aktivitäten erfolgreich umsetzen, die Programmausgaben im In- und Ausland stiegen auf 950.788,78 Euro. Damit beliefen diese sich auf 86 Prozent der gesamten Ausgaben. 109.430,18 Euro benötigten wir für die Verwaltung (zehn Prozent) und vier Prozent (40.919,51 Euro) flossen in die Werbung. Somit ist der Anteil der Werbekosten im Vergleich zum Vorjahr gestiegen, was auf zusätzliche Investitionen ins Fundraising – wie die Aufstockung des Personals und die Anschaffung einer Datenbank – zurückzuführen ist.



Übersicht Ausgaben

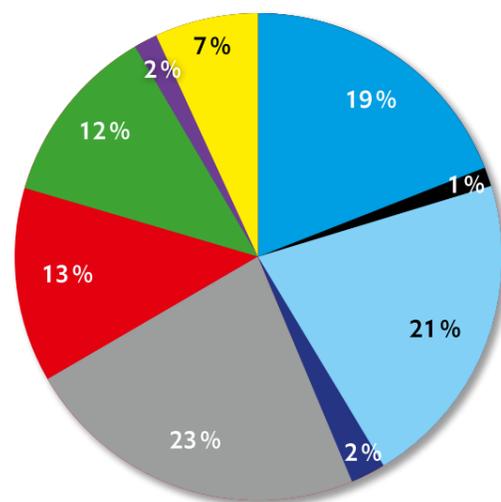
- Programmausgaben
- Verwaltung
- Werbung

Partnerschaftsprojekte: Krisenkommunikation und Nothilfe

Die beiden Multi-Akteurs-Partnerschaftsprojekte zur Stärkung der Zivilgesellschaft im Textilbündnis und zur Reduzierung geschlechtsspezifischer Gewalt am Arbeitsplatz in Bangladesch und Indien machten mit über 40 Prozent auch 2020 einen großen Teil der Programmausgaben aus – dank Umwidmung und Aufstockung konnten wir auch aus Projektmitteln Corona-Hilfe vor Ort leisten. Weitere Gelder überwiesen wir im Rahmen des Corona-Nothilfe- und des Solifonds (64.887,02 Euro) an unsere Partnerorganisationen – Cividep und SAVE in Indien, BCWS und NGWF in Bangladesch –, um Arbeiter*innen und deren Familien in der Pandemie zu unterstützen. Mit unseren europäischen Partner*innen von der Clean Clothes Campaign brachten wir Kampagnen rund um existenzsichernde Löhne und Transparenz voran. Insgesamt gaben wir im Bereich Ausland und Politisches 506.474,41 Euro aus – über die Hälfte der Programmausgaben.

Gut beraten mit virtuellen Workshops

Mit einem neuen Projekt zur öko-fairen Beschaffung in Unternehmen starteten wir ins Jahr 2020 – und konnten damit unseren Bildungs- und Beratungsbereich auf drei große Vorhaben und eine Bildungsstelle ausbauen. Gemeinsam mit „Aktiv für Menschenrechte in der Mode“, dem Projekt zur fairen öffentlichen Beschaffung und der Stelle für außerschulische Bildungsarbeit ist der Bereich für knapp die Hälfte unser Programmausgaben verantwortlich – und bildet damit eine zentrale Säule unserer Arbeit, die wir 2020 erfolgreich auf virtuelle Formate umstellten. Insgesamt gaben wir in diesem Bereich 444.314,37 Euro aus.



Programmausgaben

- Öffentliche Beschaffung
- Gender
- MAP/Gender-based Violence
- DCI Call
- Stärkung der Zivilgesellschaft im Textilbündnis
- Aktiv für Menschenrechte in der Mode
- Öko-faire Beschaffung in Unternehmen
- Bildungsstelle – Brot für die Welt
- Corona-Nothilfefonds/Solifonds

Rücklagen und Vorausschau

Die gestiegenen Rücklagen bilden ein wichtiges Fundament, damit wir auch künftig solide Arbeit machen können. Rund ein Drittel wollen wir für Fundraising, Kampagnen und die Kofinanzierung von Projekten verwenden. So planen wir ein Projekt zu Frauengesundheit in Fabriken in Indien und Indonesien sowie die Bildungskampagne „Ein T-Shirt zum Leben“. Die restlichen Mittel sind gebunden für eine Vermögensanlage und – der größte Teil – als Lohnsummenpolster für unsere Mitarbeiter*innen.

Mittelbestand und weitere Verwendung

Ermittlung der Rücklagen	
Anfangsbestand per 01.01.2020	133.682,16 €
Zuführung 2020	46.945,60 €
Endbestand per 31.12.2020	180.627,76 €
Endbestand zweckgebundene Rücklagen	
180.627,76 €	
Verwendung der Rücklagen	
Genussrechte	18.143,24 €
Eigenanteil Projekte/Fundraising/Kampagnen	62.484,52 €
Lohnsummenpolster	100.000,00 €
180.627,76 €	



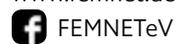
Impressum

Jahresbericht 2020
FEMNET e.V.

Geschäftsstelle:
Kaiser-Friedrich-Str. 11
53113 Bonn

Telefon +49 228 18038116
info@femnet.de

www.femnet.de



Vi.S.d.P.: Dr. Gisela Burckhardt
Layout: Catharina von Poser
Titelfoto: NGWF Juni 2020
Gedruckt auf Recyclingpapier
von Druckerei Clemenz, Köln
© FEMNET e.V., 2021