FEMNET

Begleitpublikation
zur
FEMNET Konferenz 2021

„IT'S TIME TO ACT"

–

HANDELN FÜR EINE SOZIAL-GERECHTE MODEINDUSTRIE



Janina Winkens, Annika Petersen, Manuela Polewka, Paulina Werse
Nina Becker, Anna Döking, Vanessa Höfer

HERZLICH WILLKOMMEN ZUR BEGLEITPUBLIKATION

Diese Publikation ist im Rahmen eines Semesterprojekts mit Studierenden im Fachbereich Textil- & Bekleidungstechnik an der Hochschule Niederrhein entstanden.
FEMNET e.V. ist für die Inhalte nicht verantwortlich.

INHALT

TAG 1 DER KONFERENZ

Vorwort 5

Keynote aus der Wissenschaft 6

Time To Listen: Voices from Textile Production Countries 9

Podiumsdiskussion

Lehren aus Corona - wir müssen handeln! 11

Workshops

Lieferketten-Management und unternehmerische Sorgfaltspflichten 12

Traceability and transparency in textile supply chains 14

Überproduktion und Recycling von Textilien 17

Online-Aktivismus: Social Media für Social Change 19

Geschlechtsspezifische Gewalt bei der Arbeit 21

Vernetzung

Markt der Möglichkeiten 24

Film

The Conscience of Clothing: Hintergründe und Diskussion zum Film 25

Klicke auf die Titel um zu den einzelnen Artikeln zu gelangen

TAG 2 DER KONFERENZ

Achtung der Menschenrechte im Wirtschaften - von der Freiwilligkeit zum gesetzlichen Standard 28

Podiumsdiskussion

Gesetzliche Regelungen und freiwillige Maßnahmen 31

Workshops

Zirkuläre Mode: Kreislaufwirtschaft in der Textilherstellung 32

Von Billiglöhnen und Armut: Näher*innen verdienen mehr - aber wie? 34

“Der Grüne Knopf”: Greenwashing oder Nachweis für sozial-ökologische Textilproduktion? 36

Aktiv für faire Mode auf dem Campus: Wie Fairtrade-Universities die Fashion Revolution mitgestalten. 39

Textilbündnis: Lieferketten auf dem Prüfstand 40

Vernetzung

Ideenwerkstatt 42

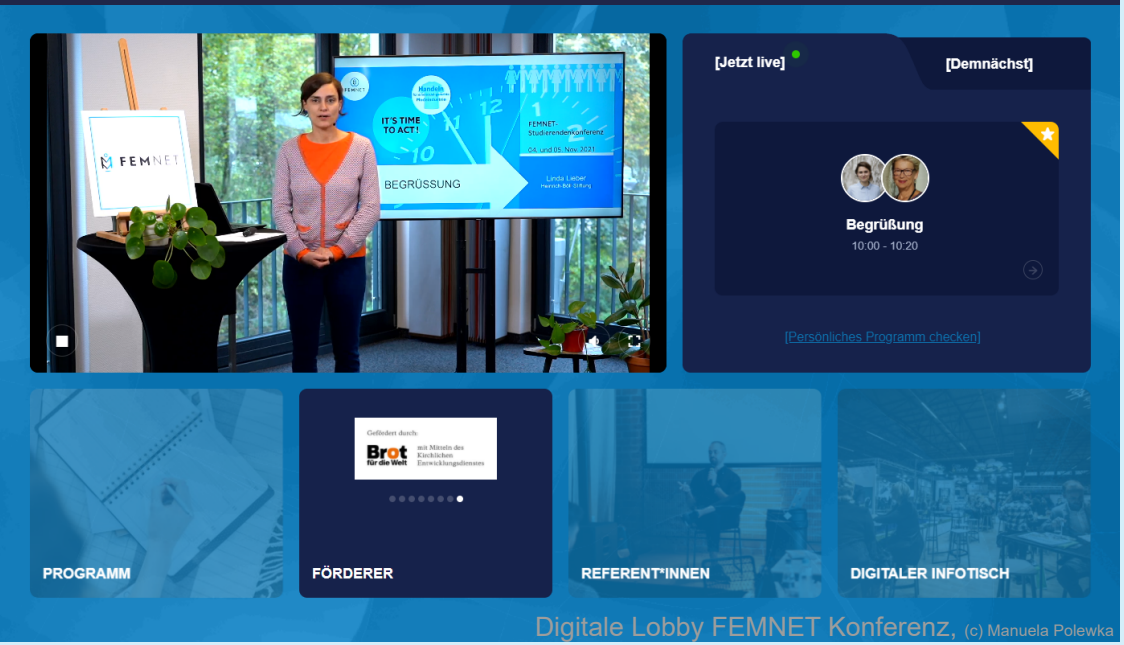
Studentisches Engagement

Umfrage zum Engagement der Studierenden an der Hochschule Niederrhein 43

Interview mit der Studierendeninitiative „xfairfashion“ 44

Interview mit der Studierendeninitiative „Fairquer“ 47

VORWORT



Digitale Lobby FEMNET Konferenz, (c) Manuela Polewka

FEMNET e.V. richtete im November 2021 zum 5. Mal eine Studierendenkonferenz aus. Wir, 7 Studierende der Hochschule Niederrhein, durften im Rahmen eines Semesterprojekts für FEMNET e.V. eine Begleitpublikation zur Konferenz erstellen. Dieses Jahr ging es besonders um die Frage, was für Handlungsmöglichkeiten und Lösungsansätze auf verschiedenen Ebenen für eine sozial-gerechte Umgestaltung der Modeindustrie bestehen – und wie sich u.a. Studierende dafür einsetzen können.

Text: Vanessa Höfer

Starke Frauen. Faire Arbeit.
Kämpfen für die Rechte von Frauen
in der Bekleidungsindustrie. - FEMNET e.V

Unser Team setzt sich aus sieben Studierenden der Hochschule Niederrhein aus dem Bereich Textil- und Bekleidungstechnik mit den Studienschwerpunkten Design, Management und Produktentwicklung zusammen.
Passend zu einem der diesjährigen Schwerpunkte der Konferenz: „wie sich Studierende engagieren können“ mussten wir erst einmal verstehen, wie sich die komplexen Themen der Nachhaltigkeit auswirken. Im Rahmen dieses Projektes konnten wir einiges dazu mitnehmen, wie wir Studierenden uns einsetzen können und warum es wichtig ist, sich zu engagieren und zu informieren.
Die Highlights von Keynote-Vorträgen, Podiumsdiskussionen und Workshops werden wir in dieser Begleitpublikation noch einmal erleben. Außerdem werden wir verdeutlichen wie genau Studierende aktiv werden können.


Linda Lieber
(c) Nina Becker

KEYNOTE AUS DER WISSENSCHAFT

AUSWIRKUNGEN VON CORONA IN PRODUKTIONSLÄNDERN UND SCHLUSSFOLGERUNGEN DARAUS

Fundamentale Arbeits- und Menschenrechte in der Textil- und Bekleidungsindustrie sind nach wie vor mangelhaft geschützt. Die COVID-19-Krise hat die Situation deutlich verschärft. Durch die Pandemie hat sich die Lage, nach Aussage von Dr. Christian Scheper, 10-20 Jahre zurückentwickelt, Kinder- und Zwangsarbeit tritt vermehrt auf.



Was bedeutet eigentlich die COVID-19-Pandemie für die globale Bekleidungsproduktion?

Die Bekleidungsindustrie ist eine „extrem Käufer-getriebene“ Industrie. Daher sind Nachfrage und Konsum der Konsument*innen in der Pandemie besonders bei globalen Einkäufern, also großen Marken und Handelsnamen, interessant zu betrachten. Was sind Reaktionen und Auswirkungen der Corona-Krise?
Die Bekleidungsindustrie war und ist sehr stark betroffen: Umsatzeinbrüche, Nachfrageeinbrüche, -verschiebungen und Produktionsausfälle und -engpässe. Unternehmen, die schnell agiert haben und gleichzeitig sehr divers aufgestellt waren, sind vergleichsweise gut durch die Pandemie gekommen. Hilfreich war zudem ein bestehender oder schnell aufgebauter Online-Shop.

„Das weiße Büro-Hemd und der Anzug wurde sicherlich weniger nachgefragt und vielleicht die Jogginghose ein Stück weit mehr, Prozesse in der Textil- und Bekleidungsindustrie ändern sich nicht von heute auf morgen.“ - Dr. Christian Scheper

Die Reaktionen der Textil- und Bekleidungsunternehmen beliefen sich vor allem erstmal darauf, ihre eigene Existenz abzusichern. Das Decken der laufenden Kosten, wie das Bezahlen des Personals stand im Vordergrund. Um dies zu garantieren, lag der Fokus auf den Fragen: „Was haben wir bestellt? Und was können wir noch stornieren?“ Des Weiteren versuchten Betriebe, sich an die Nachfrageverschiebung anzupassen und mehr Stabilität in die Lieferkette zu bekommen.

„Durch den staatlichen Lockdown kamen für die Produktionsbetriebe Unsicherheiten und Herausforderungen dazu.“ - Dr. Christian Scheper

Die Infektionsschutzmaßnahmen wurden verschärft und die Folgen für die Beschäftigten wurden immer schlimmer. Es kam zu Fabrikschließungen.

„Entscheidungen, die ich heute treffe, werden noch Auswirkungen auf die nächsten 1-2 Jahre haben.“
- Dr. Christian Scheper

Was sind eigentlich die Auswirkungen für Menschen, die in der Bekleidungsindustrie beschäftigt sind?

Die Arbeiter*innen in Produktionsländern haben mit massiven Auswirkungen auf sozialer und wirtschaftlicher Ebene zu kämpfen. Es gab Massenentlassungen, weil Betriebe keine Löhne für bereits geleistete Arbeit zahlen konnten. Oft fanden diese ohne Vorwarnung und/oder Abfindung statt.

Viele der Entlassenen sind auch heute noch arbeitslos, weil es keine oder nur eine unzureichende soziale Absicherung gibt. Durch die Einkommensausfälle kam es zu Hungersnot und Menschenrechtsverletzungen.

Illustration Corona Virus,
(c) Nina Becker

„In allen Bereichen der Arbeits- und Menschenrechte in der Textil- und Bekleidungsindustrie, aber vor allem auch bei der Kinder- und Zwangsarbeit, gab es wahnsinnige Rückschritte!“
- Dr. Christian Scheper

Hinzu kommt der mangelnde Gesundheitsschutz, da Betriebe trotz eindringlicher Warnungen vor Covid-19 die Produktion aufrechterhalten und nur wenige Schutzmaßnahmen getroffen haben.

„Circa 3% der Beschäftigten in Bangladesch waren im September 2021 geimpft.“
- Dr. Christian Scheper

Ein Grund für diese schlechte Quote ist, dass Fabriken oftmals nur 50% der Kosten für die Impfung übernehmen und die andere Hälfte den Arbeiter*innen vom Lohn abziehen.

Besonders von der Pandemie betroffen sind Frauen. Sie haben ohnehin durch die Versorgung und Pflege eine doppelte Belastung, die sie durch die Pandemie verstärkt zu spüren bekommen.

Schlussfolgerung: Wie können wir mit den Problemen, verursacht durch die Pandemie, umgehen und welche Lehren ziehen wir daraus?

Die Lebenskosten haben sich erhöht, der Transport von den Dörfern in die Fabrik ist deutlich teurer geworden, anhaltende Arbeitsrechtkonflikte, vor allem um ausbleibende oder zu wenig gezahlte Löhne, keine angemessenen staatlichen Inspektionen - das alles sind Probleme der Beschäftigten in Produktionsländern. Es stellt sie vor die Wahl, sich einem enormen Infektionsrisiko auszusetzen oder ins wirtschaftliche Elend abzudriften.

„Die transnationale Regulierung hat bis jetzt versagt.“ - Dr. Christian Scheper

Text: Vanessa Höfer

Quellen: FEMNET Konferenz, Gleichnamiger Vortrag von Dr. Christian Scheper

TIME TO LISTEN: VOICES FROM TEXTILE PRODUCTION COUNTRIES

Wie betroffen sind die Produktionsländer? Und wie ist die aktuelle Situation der Arbeiter*innen seit Start der Pandemie?

Genau dies berichtete Deepika Rao aus der Textil- und Bekleidungsindustrie in Indien.

„Die Lage in Indien ist prekär.“ - Deepika Rao

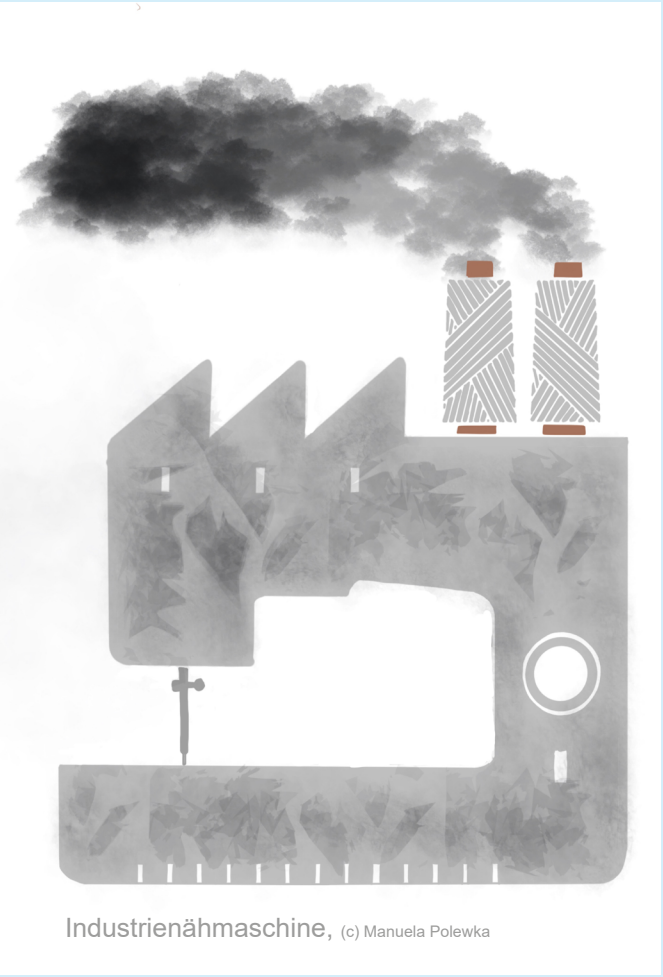
Durch den Lockdown in Indien mussten Fabriken über mehrere Monate schließen. Dadurch verloren Millionen von Textilarbeiter*innen von dem einen auf den anderen Tag ihren Job. Denn die Textilindustrie stellt in Indien den zweitgrößten Wirtschaftszweig dar.

Besonders betroffen waren Textilarbeiter*innen im informellen Sektor, in dem ein großer Teil der Arbeiter*innen in Indien tätig ist. Während die Fabriken geschlossen waren, sind die Löhne der Textilarbeiter*innen ausgefallen. Insgesamt wurden ca. 11 Milliarden US-Dollar an Löhnen nicht ausgezahlt.

Aufgrund der Hungerlöhne, die so schon knapp zum Leben sind, hatten die Textilarbeiter*innen keine Gelegenheit Rücklagen für Notsituationen zu sparen. So kam es dazu, dass sich viele Arbeiter*innen nicht einmal die Grundbedürfnisse zum Leben sichern konnten.



Deepika Rao, (c) Vanessa Höfer



Industrienähmaschine, (c) Manuela Polewka

Generell kann man sagen, dass die Probleme der Unternehmen über die Fabrikbesitzer*innen auf die Textilarbeiter*innen abgewälzt wurden. Deepika Rao bezeichnet dies auch als „Domino-Effekt".

Die Modeunternehmen haben Bestellungen storniert oder reduziert und die Zahlungen verhindert bzw. verspätet bezahlt, was zu den Lohnausfällen geführt hat.

Nachdem die Fabriken wieder die Erlaubnis hatten zu öffnen, haben sich die Bedingungen für die Textilarbeiter*innen nicht verbessert. Das Gegenteil ist eingetreten.

„Das Corona-Virus dient den Arbeitgeber*innen als Entschuldigung" - Deepika Rao.

Diese seien, bezogen auf die Sicherheit ihrer Angestellten, rücksichtsloser geworden. Die Regierung scheint das auch zu unterstützen, indem die legale Arbeitszeit auf 12 Stunden erhöht wurde. Zudem sei ein Anstieg von Kinderarbeit zu erkennen.

Zusammenfassend ist zu sagen, dass sich die Situation der Textilarbeiter*innen in Indien durch die Corona-Pandemie deutlich verschlechtert hat. Sie stehen nun wieder am Anfang, nachdem in den letzten Jahren ohnehin nur wenig Verbesserung zu vermerken war.

Deepika Rao appelliert an die Unternehmen, sich stärker für Menschenrechte in den Produktionsländern zu engagieren.

Text: Janina Winkens

PODIUMSDISKUSSION: LEHREN AUS CORONA - WIR MÜSSEN HANDELN!

„Ich glaube es ist vor allem ein Zeichen dafür, wie komplex die Situation ist, dass man es nicht von heute auf morgen ändern kann […].“

Sandra Körger, ALDI SÜD

„Primark hat angekündigt, dass sie bis 2030 existenzsichernde Löhne zahlen wollen. Das heißt also eigentlich, dass man als Betrieb sagt ich finde es okay, dass alle meine Arbeiter*innen für die nächsten 9 Jahre hungern müssen […].“

Christie Miedema, Clean Clothes Campaign

„Derzeit sorgen wir nur dafür, dass Arbeiter*innen überhaupt Geld bekommen und können nicht für mehr Lohn sorgen, wie es eigentlich sein sollte […] “.

Christie Miedema, Clean Clothes Campaign

„Auch die Konsument*innen stehen in der Verantwortung, es wird einem Sale nach dem anderen hinterhergerannt […] “.

„Jeder und jede trägt Verantwortung!“

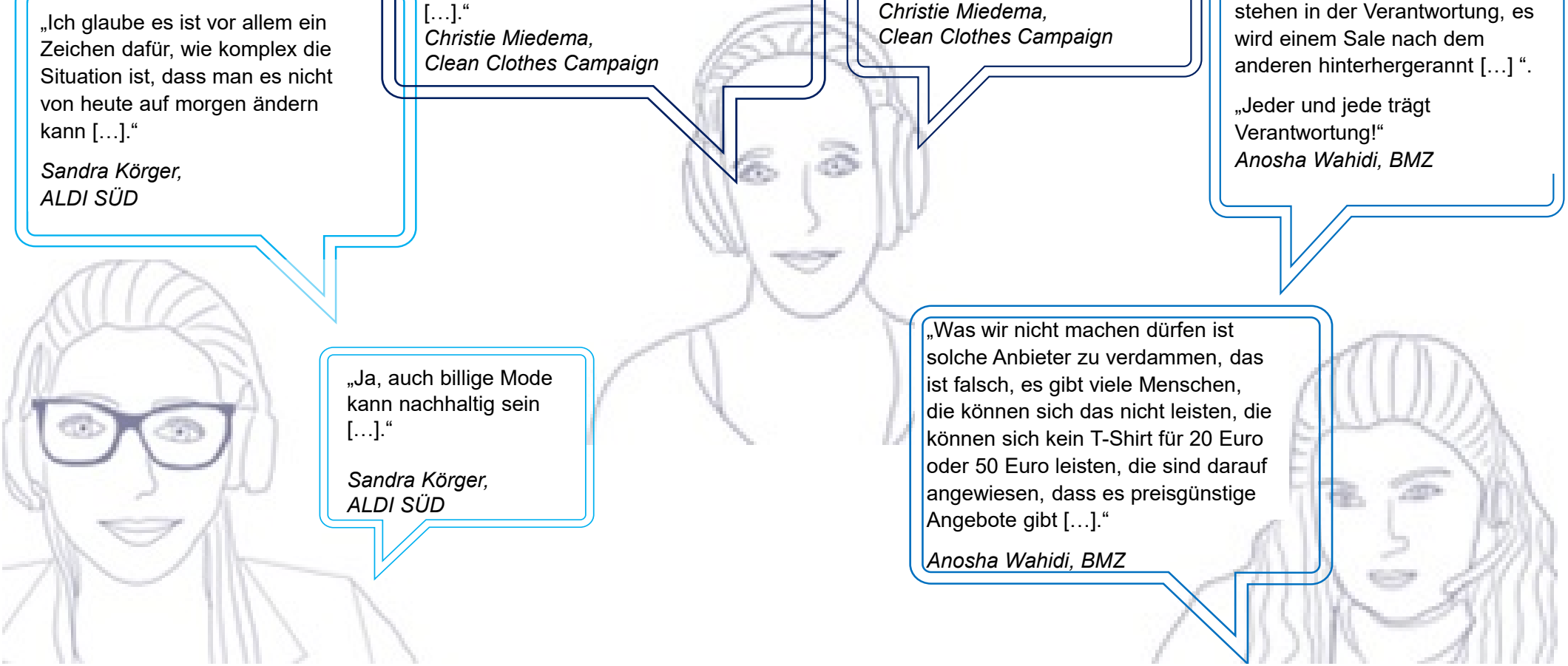
Anosha Wahidi, BMZ

„Ja, auch billige Mode kann nachhaltig sein […].“

Sandra Körger, ALDI SÜD

„Was wir nicht machen dürfen ist solche Anbieter zu verdammen, das ist falsch, es gibt viele Menschen, die können sich das nicht leisten, die können sich kein T-Shirt für 20 Euro oder 50 Euro leisten, die sind darauf angewiesen, dass es preisgünstige Angebote gibt […].“

Anosha Wahidi, BMZ



Text: Vanessa Höfer

Quellen: FEMNET Konferenz, Podiumsdiskussion mit Anosha Wahidi (BMZ), Christie Miedema (Clean Clothes Campaign), Sandra Körger (ALDI SÜD). Moderation: Linda Lieber (Heinrich-Böll-Stiftung)

Sandra Körger, Christie Miedema, Anosha Wahidi, (c) Vanessa Höfer

LIEFERKETTEN-MANAGEMENT UND UNTERNEHMERISCHE SORGFALTSPFLICHTEN

Seit 2011 sind unternehmerische Sorgfaltspflichten in den UN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte verankert. Grundlage hierfür sind internationale Menschenrechtsverträge und Übereinkommen der internationalen Arbeitsorganisation (ILO). Auch die Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD) hat seit 2011 unternehmerische Sorgfaltspflichten in ihre multinationalen Leitsätze integriert.

Doch wie hängen unternehmerische Sorgfaltspflichten und Lieferkettenmanagement zusammen?

Der Zusammenhang besteht darin, dass jedes Unternehmen eine Risikoanalyse anzufertigen hat, in der alle Risiken, die zur Verletzung der Sorgfaltspflichten innerhalb der gesamten Lieferkette führen können, aufgelistet sind.
Viele Fragen müssen gestellt werden, um Antworten zu finden, Maßnahmen ergreifen und Risiken minimieren zu können.
Um sicher zu stellen, dass Sorgfaltspflichten umgesetzt werden, nutzen Unternehmen unterschiedliche Methoden der Prüfung: Jede Geschäftsbeziehung wird im Vorhinein begutachtet, Audits werden durchgeführt und die Hersteller vor Ort unter die Lupe genommen. Zudem finden interne und externe Bewertungen statt.





„…diese Bewertungen sollen nicht nur viel Papier füllen, sondern müssen zu Handlungen führen!“ - Johannes Norpoth

Das Einhalten unternehmerischer Sorgfaltspflichten entlang der Lieferkette ist bei vielen Unternehmen noch kein Common sense. Nur wenige setzen sich aktiv dafür ein, nachhaltig etwas zu ändern.

„Da reicht es nicht aus, Bio-Baumwolle zu kaufen und ein Mal im Jahr ein halbes Auge auf die Produktionsstätten zu werfen.“
– Lavinia Muth

Das Modelabel ARMEDANGLES bemüht sich, beide Augen auf jeden Schritt seiner Lieferketten zu werfen. Sein Ziel ist es, dauerhafte Lösungen für eine nachhaltige Modeindustrie zu finden. Das Vorgehen bei ARMEDANGLES lautet Transparenz:

„Wir wissen, wo wir produzieren, was nicht heißt, dass wir die Bedingungen kennen. Das ist bei den meisten Firmen so, der Unterschied ist nur, dass wir darüber reden.“ – Lavinia Muth.

Die Geschäftspartner*innen von ARMEDANGLES sind zwar dazu verpflichtet den Code of Labour Practices der Fair Wear Foundation zu unterschreiben, doch sich uneingeschränkt auf Audits zu verlassen, betrachtet Lavinia Muth als kritisch. Oft werde ein verfälschtes Bild vermittelt. Regelmäßig kommt es vor, dass die Auditoren in Vorzeige-Produktionsstätte geführt werden.
Die Fair Wear Foundation schaut mit lokalen Beschäftigten und Besuchen in den umliegenden Dörfern etwas genauer hin.

Außerdem müssen die Brands für die Audits bezahlen und nicht wie üblich die Fabriken. Das senkt die Wahrscheinlichkeit auf Korruption.

Zusammen mit der Fair Wear Foundation ist ARMEDANGLES in eine ihrer Spinnereien nach Indien geflogen, um vor Ort ein Audit durchzuführen.
Das Ergebnis war erschreckend. Es gab starken Verdacht auf Kinderarbeit, Diskriminierung und enorm hohe Arbeitszeiten, aufgrund eines kaum existierenden Managementsystems.

Obwohl die Firma sehr groß ist und ARMEDANGLES verhältnismäßig wenig dort produzieren lässt, haben sie es mit verschiedenen NGO’s und Gewerkschaften geschafft, ein Abkommen zur Verbesserung der Arbeitsbedingungen mit der Firma einzugehen.



Workshop Lavinia Muth, Johannes Norpoth, (c) Nina Becker

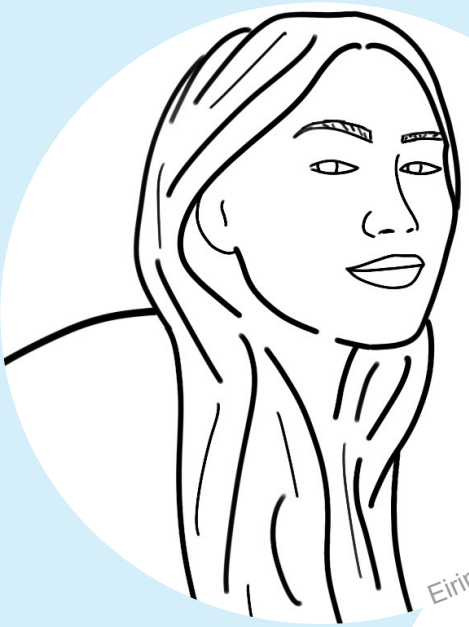
„…, wenn das Top-Management einer Brand nicht dabei ist und es nicht von oben nach unten gelebt wird, kommen wir nicht zum Ziel.“ – Lavinia Muth

Text: Nina Becker

Quellen: FEMNET Konferenz, Gleichnamiger Workshop von Lavinia Muth (ARMEDANGELS) und Johannes Norpoth (Zivilgesellschaft im Textilbündnis)

Weitere Infos:
https://www.armedangels.com/de-de/mission/unsere-mission
https://www.textilbuendnis.com/sorgfaltspflichten/

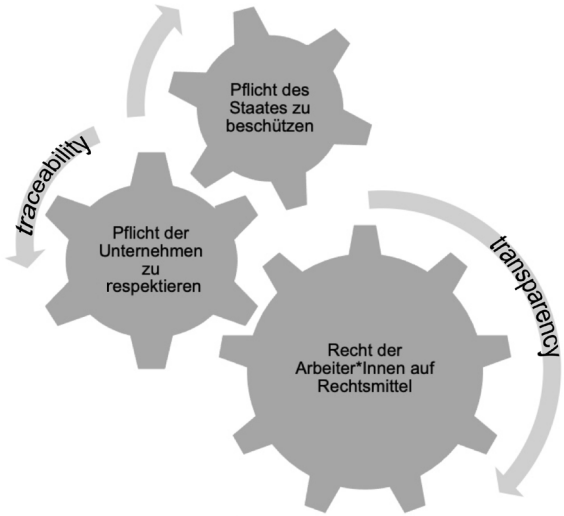
TRACEABILITY AND TRANSPARENCY IN TEXTILE SUPPLY CHAINS



Eirine Schneider, (c) Nina Becker



Paul Roeland, (c) Nina Becker



Zahnrad Traceability and Transparency,
(c) Anna Döking

Vor zehn Jahren kannte nahezu kein Unternehmen seine Lieferkette, die daran beteiligten Akteur*innen oder Produktionsstandorte. Das Fabrikunglück von Rana Plaza war ein Weckruf für Unternehmen. Aber um die Lieferkette hinsichtlich sozialer und ökologischer Gesichtspunkte verbessern zu können, muss man diese kennen. Eine transparente und nachvollziehbare Lieferkette ist dementsprechend essenziell und baut darauf auf, dass der Staat in erster Linie die Pflicht hat, zu beschützen. Dementsprechend ist der Staat in der Zuständigkeit, rechtliche Grundlagen zu schaffen.

Darauf baut die Pflicht der Unternehmen auf, ihre gesamten Lieferketten zu respektieren. Diese Stufe führt zu nachvollziehbaren Lieferketten, da Unternehmen dieser Pflicht nur nachkommen können, wenn sie ihre Lieferkette kennen.

Sind beide Stufen erfüllt, folgt die dritte Stufe, auf welcher die Arbeiter*innen mit dem Recht auf Rechtsmittel stehen. Es ist wichtig, den Arbeiter*innen die Möglichkeit zu geben, sich beschweren zu können, wenn Arbeitsbedingungen in der Produktion Risiken bergen. Dies ist jedoch nur möglich, wenn Arbeiter*innen wissen, für welches Unternehmen sie produzieren, was wiederum zu transparenten Lieferketten führt.

Der Druck auf Unternehmen, ihre Lieferkette transparent zu gestalten, wächst nicht nur von Seite der Konsument*innen. Auch NGO's, Regierungen, Unternehmenspartner*innen und weitere Akteure der Textilbranche üben immer mehr Druck aus.

Den Unternehmen wird auf der einen Seite die Möglichkeit gegeben, ihre Lieferketten transparenter zu gestalten. Wobei den Konsument*innen auf der anderen Seite die Möglichkeit gegeben wird, diese nachzuvollziehen. Ein guter Ansatz ist dafür beispielsweise das Open Apparel Registry, welches Informationen standardisiert und übersichtlich bereitstellt.

Auch Retraced unterstützt und bringt Unternehmen der Fashion- und Bekleidungsbranche zusammen und ermutigt sie, ihre Lieferketten zu verbessern. Mittlerweile arbeiten mehr als 2.000 Unternehmen mit Retraced zusammen, so dass 2.500 Lieferketten für 2 Millionen Produkte offengelegt werden konnten. Zudem leitet Retraced aktuell ein Projekt, um die Baumwollindustrie transparenter zu gestalten. Das Produkt ist über die gesamte Lieferkette, von der Baumwollproduktion bis zum fertigen Produkt, mit einem QR-Code versehen.

Dadurch können Konsument*innen vor dem Kauf eines Produktes, den QR-Code scannen und sehen, zu welchem Zeitpunkt sich das Produkt an welchem Standpunkt in der Lieferkette befand. Zu den einzelnen Standorten finden die Kund*innen detaillierte Informationen, wie Zertifikate und Fotos der Produktionsstätte oder die Namen der Anbaugebiete, sowie den Zeitpunkt, zu dem die Baumwolle geerntet wurde.

Wenn Unternehmen ihre Lieferketten offenlegen, steigern sie damit das Vertrauen ihrer Konsument*innen, sowie anderer Unternehmensgruppen, wie Lieferant*innen, Investor*innen oder Mitarbeiter*innen. Somit ist es wirtschaftlich gesehen ein klarer Vorteil für das Unternehmen.

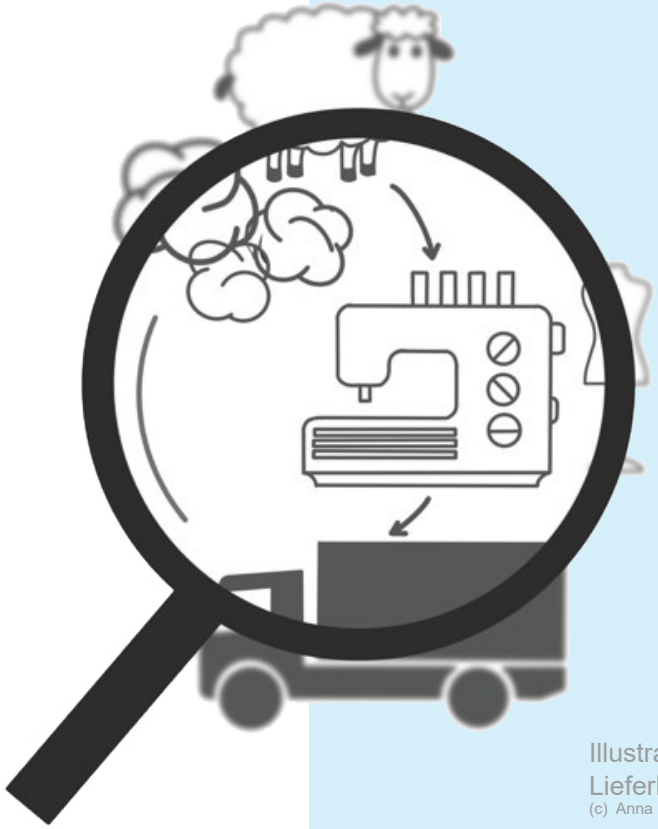


Illustration Lieferkette,
(c) Anna Döking



QR-Code Retraced, (c) Anna Döking

Was können wir alle tun, um Lieferketten transparenter und nachvollziehbarer zu gestalten?

Wir alle sollten Fragen stellen. Wir haben die Möglichkeit, unser Lieblingsunternehmen anzuschreiben, um uns über deren Lieferkette und Maßnahmen zur Verbesserung dieser zu erkundigen. Außerdem sollten wir mehr Druck auf die Regierung ausüben, da es gesetzlich verpflichtend sein sollte, dass sich Unternehmen mit den eigenen Lieferketten auseinander setzen. Wir als Kund*innen können nicht bei jedem Kleidungsstück eigenständig überprüfen, wie und unter welchen Konditionen dieses produziert wurde. Daher sollte der Staat einen gesetzlichen Rahmen für Unternehmen festlegen. Ein weiterer Punkt, den jede Person umsetzen kann, ist: das eigene Konsumverhalten zu hinterfragen. Wir alle sollten darüber nachdenken, wie oft wir neue Kleidung kaufen, wie oft wir sie dann wirklich tragen und wo sie landen, wenn wir sie nicht mehr tragen. Außerdem können wir alle auf nachhaltige Kleidungsangebote wie Kleidertauschpartys oder Second Hand Läden zurückgreifen. Wichtig ist jedoch zu sagen, dass die Macht immer noch auf Seite der Unternehmen liegt.

Weitere Infos:
https://openapparel.org
https://transparencypledge.org

Quellen: FEMNET Konferenz, Gleichnamiger Workshop von Paul Roeland (Clean Clothes Campaign), Eirine Schneider (Retraced)
https://retraced.co/de
https://cleanclothes.org

Text: Anna Döking

ÜBERPRODUKTION UND RECYCLING VON TEXTILIEN

Allein in Deutschland werden jährlich 2 Millionen Tonnen Textilien verkauft. Laut Greenpeace kauft jeder im Jahr 60 neue Kleidungsstücke, wovon allerdings 40% kaum oder gar nicht getragen wird.
Die Textilindustrie produziert durch den Überkonsum etwa 2,1 Milliarden Tonnen Abfall im Jahr.

Die meisten Menschen sortieren Kleidungsstücke erst dann aus, wenn der Kleiderschrank voll ist und nicht, weil sie beschädigt sind oder nicht mehr getragen werden. Die aussortierten Kleidungsstücke landen dann gerne in der Altkleidersammlung. In den Sammelstellen werden sie in „reuse“ und „nicht mehr brauchbar“ vorsortiert. Ebenfalls wird unterschieden, um welche Art von Kleidungsstücken es sich handelt. Danach erfolgt die Feinsortierung in unterschiedliche Qualitäten.

„Reuse“ ist der Anteil, der das System in Deutschland refinanziert. Denn die Second Hand Ware wird in über 100 Ländern weltweit vermarktet, etwa 80% der Weltbevölkerung ist sogar auf Second Hand Ware angewiesen und trägt diese auch ganz normal.

Die Textilien, die nicht mehr brauchbar sind, werden recycelt, beziehungsweise „down-gecycelt“ und beispielsweise zu Malervlies verarbeitet. Ein echtes Recycling findet gar nicht statt. Faser-zu-Faser Recycling beträgt bisher unter 1%, denn für ein gutes Recycling braucht man sortenreine Materialien. Unsere Bekleidung ist allerdings meist aus billigen Mischfasern hergestellt.
(Referent: Thomas Ahlmann)

Doch gibt es nicht ein Kleidungsstück, das sich gut recyceln lässt?

„Unsere Jeans ist ein Recycling Wunder“

- Katharina Partyka



Jeans bestehen meist aus 100% Baumwolle oder weisen nur einen geringen Mischfaseranteil auf. Außerdem hat jeder eine Jeans zuhause im Schrank, denn sie gehört zu den beliebtesten Kleidungsstücken weltweit. Jedoch haben unsere Jeans keine gute Ökobilanz, denn die Baumwolle, die für eine Jeans verwendet wird, braucht circa 8.000 Liter an Wasser.



Textilpflegesymbole in Jea

Das zeigt, wie wichtig es ist, Jeans zu recyceln. Um dort anzusetzen, wurde die Kampagne „10.000 Jeans“ in Köln ins Leben gerufen. An Sammelstellen können alte oder kaputte Jeans abgegeben werden, allerdings brauchen diese Jeans einen Baumwollanteil von mindestens 95%, damit diese recycelt werden. So wurden im Frühjahr 2020, in wenigen Wochen, 1,2 Tonnen Jeans gesammelt. Die recycelten Jeans sollten zu Sweatshirts verarbeitet werden.

Doch wie funktioniert Jeans-Recycling?

Die Jeans werden von den Recyclingfirmen gerissen, gewalzt und gemahlen bis bläuliche Baumwollknäuel entstehen. Die Baumwolle wird dann zur Garnherstellung weiterverkauft. Dieses Garn dient als Basis für die neue Textilproduktion und wird ebenfalls mit frisch produzierter Baumwolle vermischt. Die neuen Produkte der Kampagne bestehen aus mindestens 30% recycelten Fasern. Mit diesem Prinzip konnten zwei Drittel der Ressourcen und 1.000 Liter Wasser eingespart werden.

Die Kampagne „10.000 Jeans“ ist auf positive Resonanz gestoßen, sodass weiter gesammelt wird.
Ihr Ziel: Jeans Sammelstellen bundesweit auszubauen. In NRW haben sich bisher 6 Städte dazu beteiligt.
(Referentin: Katharina Partyka)

Text: Annika Petersen

Quellen: FEMNET Konferenz, Gleichnamiger Workshop von Thomas Ahlmann (Fairwertung), Katharina Partyka (IGLU gUG)

Weitere Infos: https://www.kisstheinuit.de/jeans-recycling
https://www.fairwertung.de/index.html

ONLINE-AKTIVISMUS: SOCIAL MEDIA FÜR SOCIAL CHANGE



Illustration Demonstrantin, (c) Vanessa Höfer

Social Change – Sozialer Wandel hat sich schon seit längerem von der Straße ins Internet, genauer gesagt in die Sozialen Netzwerke bewegt. #WhoMadeMyClothes ist nur eines der Beispiele für Online-Aktivismus, bei dem die Menschen auf der ganzen Welt über die sozialen Medien dazu aufriefen, Fotos ihrer Bekleidungsetiketten ins Internet zu stellen. Die Kampagne sollte mehr Transparenz in die Modebranche bringen, indem sie Kund*innen aufforderten, danach zu fragen, wo und von wem ihre Kleidung hergestellt wurde.

Soziale Netzwerke sind über die Jahre immer bedeutsamer geworden, genau dies vermittelte auch der diesjährige Workshop.

„Online Aktivismus: Social Media für Social Change“. Anna Burst (Kleiderei) und Aika Fischbeck (FEMNET) gaben einen Einblick in die verschiedenen Möglichkeiten des Online-Aktivismus. Es ging um unterschiedliche Tools und Strategien und wie Menschen zum Mitmachen bewegt werden können.

Um in sozialen Netzwerken heutzutage aktiv zu werden, ist es wichtig eine gewisse Vorgehensweise zu beachten.

1. Welches Soziale Netzwerk?

2. Welches Tool?

- Shareables: Grafiken, die einem fertig zukommen von anderen gemeinnützigen Organisationen, um sie auf sozialen Netzwerken zu teilen. Vorteil: Zeitersparnis, Nachteil: Auf andere angewiesen

- Adbusting: Man retuschiert Bilder, die von anderen Unternehmen in Sozialen Medien geteilt wurden und verleiht ihnen z.B. kritische Slogans,

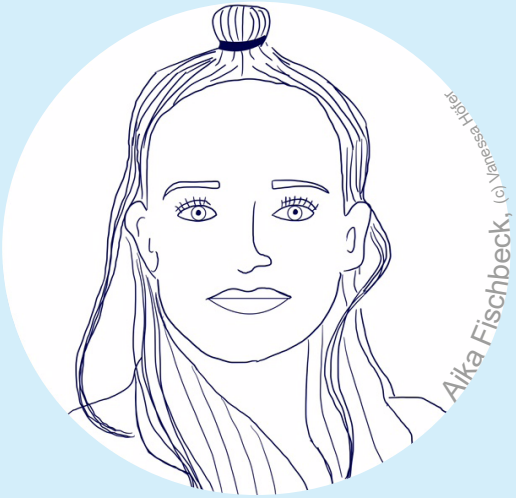
- Hashtags: Raute die dazu dient, Nachrichten oder Bilder einem bestimmten Thema in sozialen Netzwerken zuzuordnen.

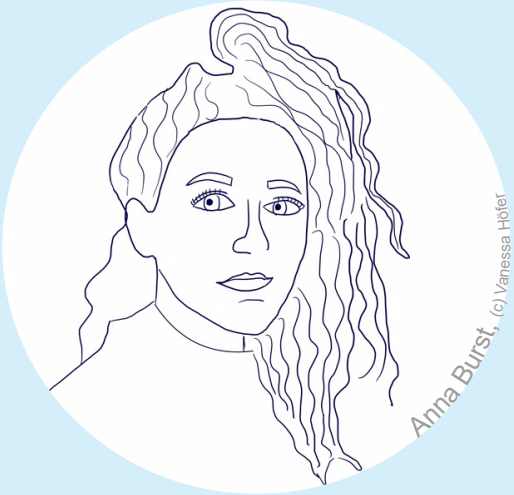
3. Welches Thema?

4. Welche Zielgruppe?

5. Welcher Zeitraum?

Doch das große Problem bleibt die „Bubble“: denn es ist wichtig, die Menschen zu erreichen die nicht zur typischen Zielgruppe gehören und dem eigenen Social-Media-Kanal ohnehin nicht folgen. Nur so können andere Menschen überzeugt werden, ihre Meinung zu ändern oder sich mit neuen Themen auseinander zu setzen.





Text: Vanessa Höfer

Quellen: FEMNET, Gleichnamiger Workshop Konferenz von Anna Burst (Kleiderei), Aika Fischbeck (FEMNET)
Weitere Infos: https://www.fashionrevolution.org/about/

GESCHLECHTSSPEZIFISCHE GEWALT BEI DER ARBEIT

DAS ILO-ÜBEREINKOMMEN 190 UND DER KAMPF ZUR BEENDIGUNG DER GEWALT GEGEN TEXTILARBEITER*INNEN

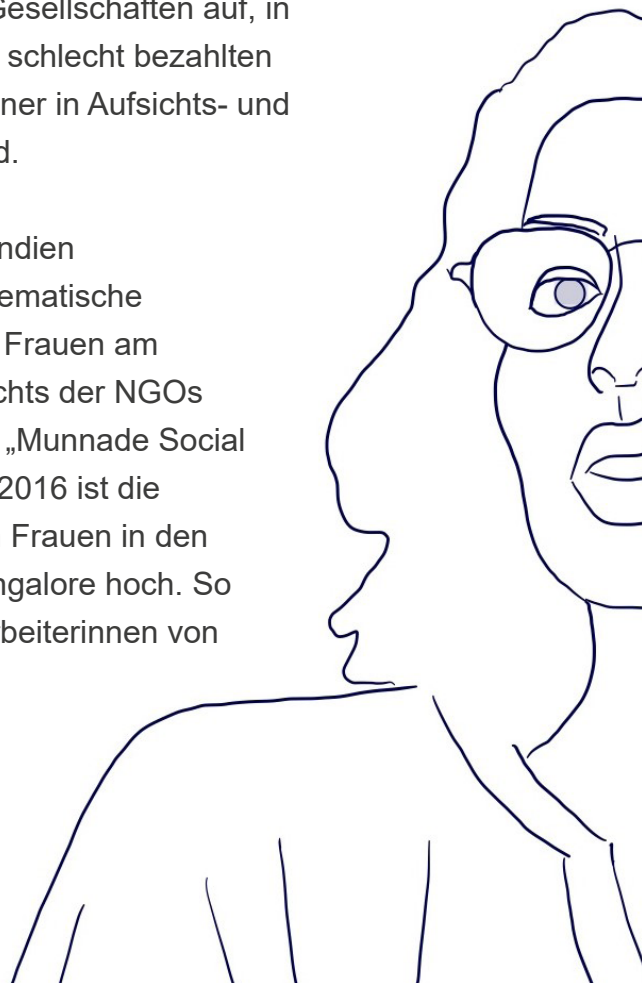
Am 10. Juni 2019 hat die Internationale Arbeitsorganisation (ILO) in ihrem Übereinkommen 190 anerkannt, - „dass jede Person das Recht auf eine Arbeitswelt ohne Gewalt und Belästigung, einschließlich geschlechtsspezifischer Gewalt und Belästigung, hat“ .

Formen geschlechtsspezifischer Gewalt:

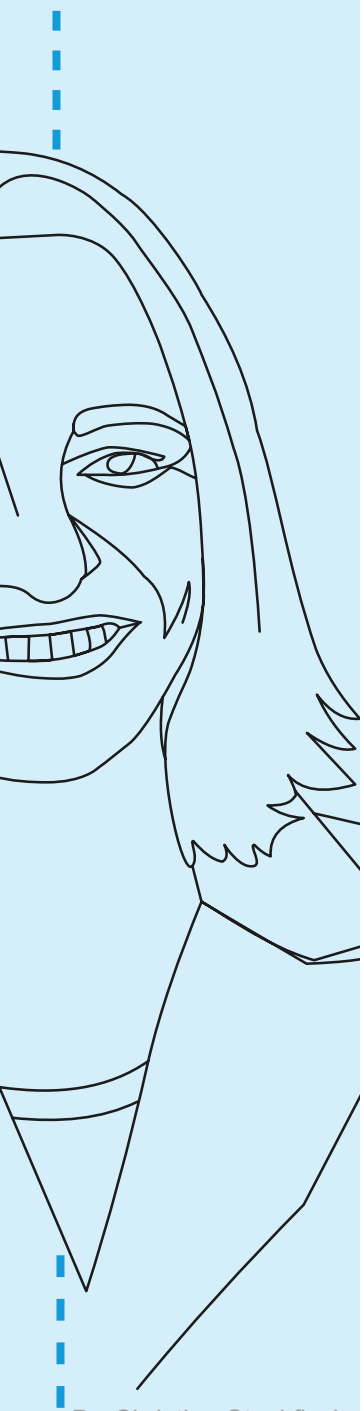
- Physische Misshandlung wie gewalttätige Übergriffe, Körperverletzung, Mord
- Sexualisierte Gewalt wie Vergewaltigungen, sexuelle Belästigung, Beschimpfungen
- Psychische Gewalt wie Mobbing, Stalking, Nötigung, psychischer Missbrauch, Einschüchterung
- Strukturelle Gewalt wie ökonomische/finanzielle Ausbeutung, Verwehrung des Zugangs zu Bildung, Entlassungen von schwangeren Arbeiterinnen

Zum Tragen kommt diese Form des Missbrauchs insbesondere in Arbeitsfeldern, in denen ein großes Machtungleichgewicht zwischen den Geschlechtern herrscht. Demzufolge tritt dies in stark patriarchal geprägten Gesellschaften auf, in den Frauen untergeordnet in schlecht bezahlten Positionen arbeiten und Männer in Aufsichts- und Führungspositionen tätig sind.

Die Bekleidungsindustrie in Indien steht beispielhaft für die systematische Gewaltausübung gegenüber Frauen am Arbeitsplatz. Laut eines Berichts der NGOs „Sisters for Change“ und der „Munnade Social Organisation“ aus dem Jahr 2016 ist die Prävalenz von Gewalt gegen Frauen in den Bekleidungsfabriken von Bangalore hoch. So hat im Schnitt eine von 14 Arbeiterinnen von den 150 Befragten, bereits körperliche Gewalt am Arbeitsplatz erlebt. Jede siebte Frau aus den Fabriken wurde vergewaltigt oder zu sexuellen Handlungen gezwungen. Die Zahlen wirken noch



Deepika Rao, (c) Vanessa Höfer



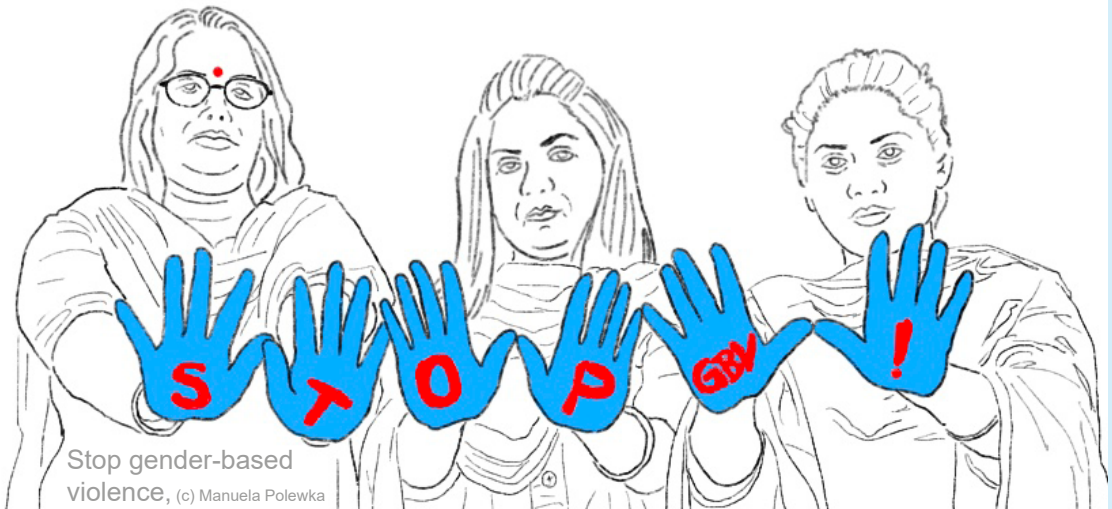
Dr. Christina Stockfisch, (c) Nina Becker

erschreckender, wenn man in Betracht zieht, dass bei ca. 27 Millionen Textilarbeiterinnen in Indien lediglich 3,6% der gemeldeten Fälle zu Maßnahmen durch die Fabrik oder die Polizei geführt haben. Eine Strafanzeige gegen die Täter wurde jedoch in keinem der Fälle gestellt.

Dabei bestehen in Indien bereits Gesetze, die sich mit sexueller Belästigung am Arbeitsplatz auseinandersetzen. So besteht die Möglichkeit, dass die Arbeitgeber*innen einen internen Ausschuss einrichten oder auch externe Gutachter*innen von NGOs einberuft.

Auf dem Papier liest sich das gut und klingt nach einer Möglichkeit, Missbrauchsfälle im Betrieb zu melden und dementsprechend Maßnahmen einzuleiten. Das Gesetz versagt jedoch, wenn „die Arbeitgeber*innen, die geschlechtsspezifische Gewalt in der Fabrik anwenden, auch diejenigen sind, die für die Einrichtung des Beschwerdeausschusses zuständig sind.“ - Deepika Rao.

Den Arbeitnehmer*innen wird so die gesetzliche Grundlage genommen, sich gegen Missstände und Missbrauch zu wehren. Die Konditionen des Markts unterstützen und fördern dieses Machtungleichgewicht, indem durch aggressive Preispolitik und kaum einzuhaltenden Lieferzeiten der Handlungsspielraum der Bekleidungsfabriken stark eingegrenzt wird. Infolgedessen müssen die Arbeiter*innen unbezahlte Überstunden leisten. Jede Unterbrechung der Arbeit, selbst eine Minute Pause, jede Infragestellung, Forderung oder Auseinandersetzung mit dem Management wird bestraft, meist in Form von geschlechtsspezifischer Gewalt. Die Auswirkungen der ständigen physischen und psychischen Belastung sind nachweisbar. So finden sich in den Bekleidungsfabriken Indiens kaum Arbeiter*innen, die älter als 40 Jahre sind, da sie bei dem Stress und Arbeitstempo nicht mehr mithalten können. Durch die Bezahlung am Rande des Existenzminimums scheiden die Arbeiter*innen nach 15 bis 20 Jahren Industriearbeit mit Schulden und offenen Krediten aus. Sie müssen sich an ihre Ersparnisse für den Ruhestand bedienen und verarmen dafür im Alter.



Stop gender-based violence, (c) Manuela Polewka

Das Fundament der Bekleidungsindustrie ist auf den Körpern der Frauen aufgebaut, deren Rechte mit Füßen getreten werden.

Doch welche Möglichkeiten gibt es, die Ursachen dieses vielschichtigen Problems zu lösen?

Ein Lichtblick stellt das eingangs erwähnte vereinbarte internationale Arbeitsübereinkommen dar.

Als Arbeitnehmer*in wird in diesem Dokument jede Person geschützt. Unabhängig davon, ob sie arbeitstätig oder arbeitssuchend ist, einen gültigen Arbeitsvertrag besitzt oder im privaten oder öffentlichen Sektor arbeitet (vgl. Art. 2 Übereinkommen 190).

Das Arbeitsübereinkommen legt zudem fest, dass Schutz und Prävention im Verantwortungsbereich der Arbeitgeber*innen liegen. Sie sind verpflichtet, präventive und angemessene Maßnahmen zu ergreifen, um Gewalt und Belästigung am Arbeitsplatz zu verhindern. Außerdem müssen sie in Absprache mit den Arbeitnehmer*innen und ihren Vertreter*innen eine gezielte Unternehmenspolitik in Bezug auf Gewalt und Belästigung verfolgen.



Geldschein Ausbeutung, (c) Manuela Polewka

Zusätzlich verpflichtet es die Arbeitgeber*innen den Arbeitnehmer*innen die Möglichkeit zu geben, sich am Prozess zu beteiligen.

Leider ist das ILO-Abkommen bisher nur von neun Ländern ratifiziert worden. Insbesondere in Ländern mit großer Textilindustrie, wie Indien oder Bangladesch, ist ILO 190 nicht unterschrieben worden. Deutschland als fünftgrößter Abnehmer von Textilprodukten weltweit muss einen entscheidenden Beitrag leisten, um die Richtung für starke internationale und deutschlandweite Regelungen gegen Gewalt an Frauen und sexuelle Belästigung am Arbeitsplatz einzuschlagen.

Quellen: FEMNET Konferenz, Gleichnamiger Workshop von Dr. Christina Stockfisch, (DGB), Deepika Rao (CIVIDEP)

Weitere Infos:
https://saubere-kleidung.de/wp-content/uploads/2020/11/Geschlechtsspezifische-Gewalt-und-Loehne_Positionspapier.pdf
https://www.textilbuendnis.com/jahresthema-2020-gbv/
https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_norm/---relconf/documents/meetingdocument/wcms_729964.pdf

Text: Manuela Polewka

Auf dem Markt der Möglichkeiten präsentierten sich Studierendengruppen, -initiativen und Vereine, die mit engagierten Studierenden kooperieren.

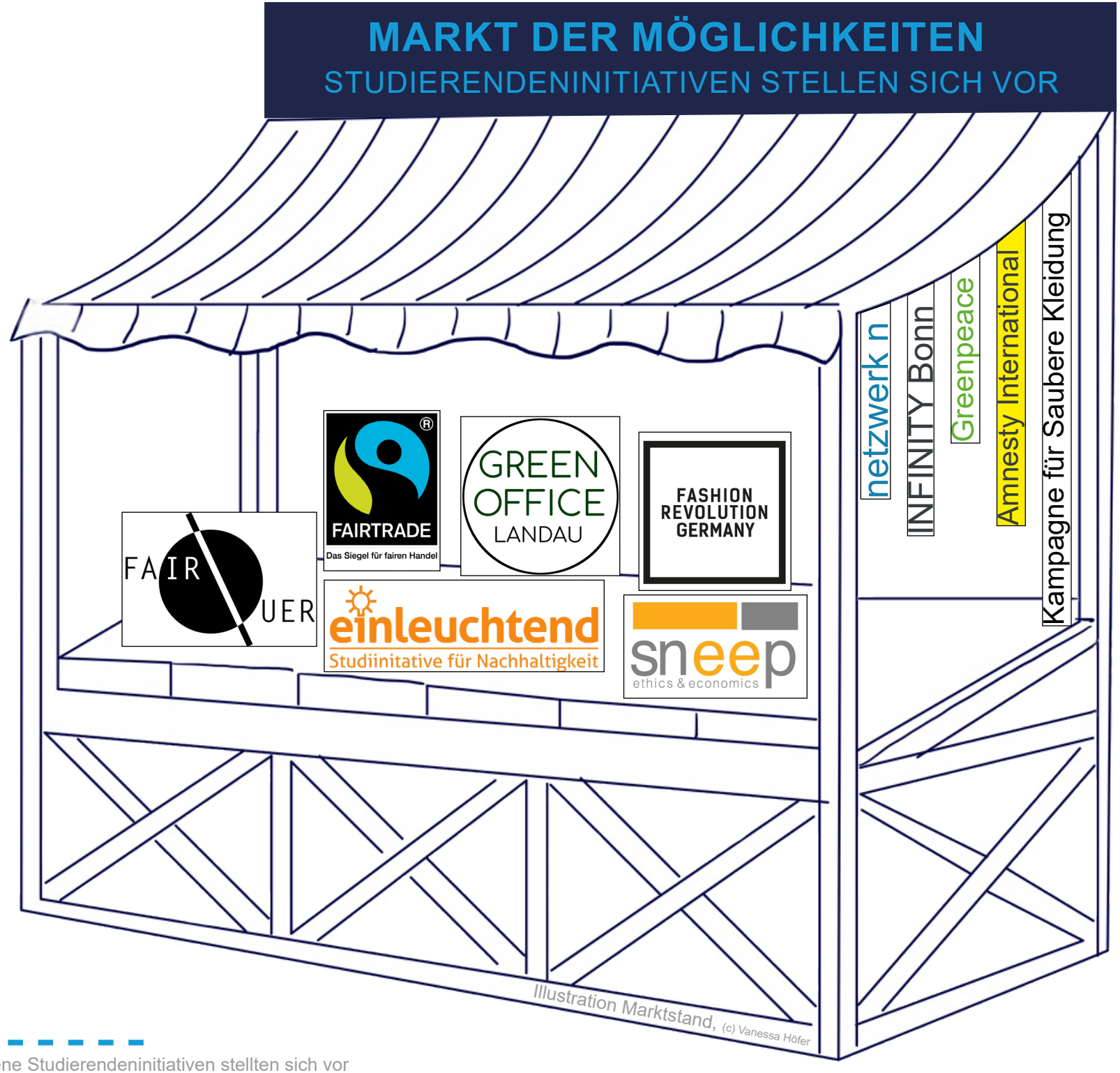


Illustration Marktstand, (c) Vanessa Höfer

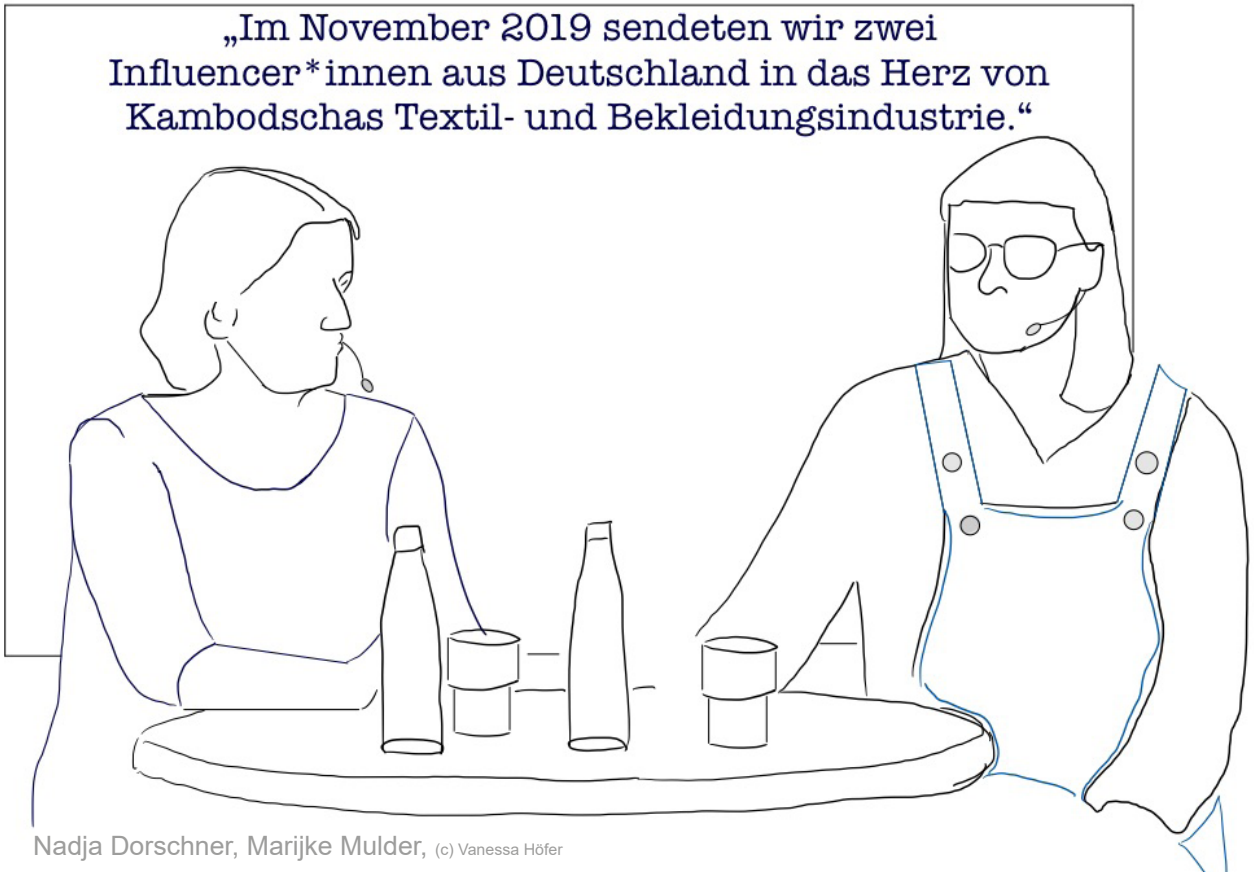
Text: Vanessa Höfer

Weitere Infos: klicke Logos oder: https://femnet.de/images/downloads/bildung/Markt-der-Moeglichkeiten-konferenz-2021.pdf

Quellen: FEMNET Konferenz, verschiedene Studierendeninitiativen stellten sich vor

THE CONSCIENCE OF CLOTHING: HINTERGRÜNDE UND DISKUSSION ZUM FILM

Nadja Dorschner von der Rosa-Luxemburg-Stiftung präsentierte einen Film von 2020, um Menschen in Europa darauf aufmerksam zu machen, welche Verbindung sie zum Kontinent und zu den Menschen in Asien haben. Die textile Lieferkette spielt dabei eine große Rolle.



Nadja Dorschner, Marijke Mulder, (c) Vanessa Höfer

Die zwei Protagonist*innen Helen Fares und Willy Iffland, die sich als Influencer*innen in der digitalen Welt bezeichnen, reisen 30 Tage durch Kambodscha und treffen Menschen, die auf unterschiedliche Weise mit der Bekleidungs- & Textilbranche verbunden sind. Unter dem Motto „Who made my clothes“ wollen sie herausfinden, wie und unter welchen Umständen ihre Kleidung hergestellt wurde.

„Ich lebe so semi-nachhaltig muss ich sagen. Ich besitze auf jeden Fall viel zu viel Kleidung und vor allem so unnötig viele Schuhe […]“ - Helen Fares

Doch ändert sich das nach dieser Reise? Leben die beiden nach dieser Erfahrung nachhaltiger?

Helen Fares, die sich als Influencerin mit Journalismus, Psychologie und Bekleidungsaktivismus auseinandersetzt, trifft auf Kunthear Mov, die lange Zeit in einer typischen Textilfabrik in Kambodscha gearbeitet hat. Sie erzählt von Toilettengängen, die kontrolliert wurden oder Lohnkürzungen, wenn jemand krank war.

„Sie behandeln uns dort nicht wie Menschen.“- Kunthear Mov

Kunthear Mov wünscht sich, dass sich Menschen auf der ganzen Welt mit der Bekleidungsindustrie auseinandersetzen und wissen, wo und zu welchen Bedingungen ihre Kleidung hergestellt wird. Sie gründete mit Hanna Guy ihr eigenes Unternehmen, um die Arbeitsbedingungen der Arbeiter*innen zu verbessern und ihnen ein Vorbild zu sein.

Das Besondere daran ist, dass alles vom Design bis hin zur Fertigstellung und zum Versand in einem großen Raum gemacht wird. Die Philosophie des Labels ist deutlich: Transparenz und fairer Umgang miteinander. Es bezieht seine Stoffe aus Restbeständen großer Fabriken und hält dadurch die Lieferkette so kurz wie möglich.

„Ich denke bei all unseren Dingen sollten wir uns daran erinnern, dass sie von Menschen hergestellt werden. Sie stammen nicht von Maschinen.“ - Hanna Guy

Der zweite Protagonist ist Willy Iffland. Der Leipziger präsentiert seinen 248 Tausend Follower*innen auf Instagram Outfitideen und macht Werbung für Unternehmen. Er trifft die Nachrichtensprecherin und Journalistin Lim Thida. Sie fordert, dass die Gewerkschaftsrechte anerkannt werden, indem die EU Druck auf die Regierung ausübt. Gleichzeitig fürchtet Lim Thida, dass viele Arbeiter*innen ihren Job verlieren könnten, wenn die EU droht, ihre EBA Leistungen zurückzuziehen und der Regierung nicht Folge leistet. EBA bedeutet „Everything but Arms“ und ist ein Handelsabkommen, dass den 49 ärmsten Ländern einen zoll- und quotenfreien Zugang zum europäischen Markt ermöglicht. Davon ausgenommen sind Waffen. Seit August 2020 wurden die Präferenzen teilweise ausgesetzt, da Menschen- und Arbeitnehmerrechte missachtet wurden.

Im Dezember 2013 demonstrierten hunderttausende Menschen aus der Textil- und Bekleidungsbranche für einen höheren Lohn. Sie forderten einen Mindestlohn von 160 US-Dollar im Monat. Im Januar 2014 kam es zu gewaltsamen Auseinandersetzungen, bei denen vier Menschen getötet und Hunderte verletzt wurden. In Folge wurde der Mindestlohn von 95 US-Dollar auf 100 US-Dollar angehoben.

„Wir reden jetzt nicht von sehr viel mehr Geld und dass sie Luxus-Probleme haben, sondern dass sie wirklich um ihre Existenz kämpfen und Monat für Monat sich durchschlagen müssen.“
- Willy Iffland

„50 Euro ist in unserer Welt, in dieser Instagram-Influencer-Bubble, einfach gar nichts.“ - Helen Fares

Die Projektmanagerin der Rosa-Luxemburg-Stiftung Nadja Dorschner sieht als Lösung eine bessere Infrastruktur und Diversifizierung der Unternehmen. Das Land hat die höchsten Wachstumszahlen im Textilgewerbe, das auch 70 % aller Exporte aus Kambodscha ausmacht.



Illustration Helen und Willy, (c) Anna Döking

Helen sieht sich selbst als „Teil des Problems“. Sie lebt ihren Follower*innen vor, die aktuelle Mode zu tragen und immer mehr zu konsumieren. Das Aussteigen aus diesem Kreislauf sei schwer. Sie möchte ihren Einfluss auf die Gesellschaft in Zukunft nutzen, um in die richtige Richtung zu gehen.

„Es ist so dumm, dass du die Möglichkeit hast nachhaltig zu leben bzw. nachhaltig produzierte Kleidung zu tragen und darauf zu achten. Ich habe (…) die Ressourcen und tue es trotzdem nicht, zumindest nicht in vollen Ausmaßen, so wie ich es könnte.“ - Helen Fares

Der Film zeigt: die beiden Influencer*innen möchten etwas verändern. Doch wie sieht es nach 6 Monaten aus? Hat sich im normalen Leben etwas verändert?
Das verraten uns Helen und Willy in der letzten Episode (Folge 8). Der Film ist auf YouTube in voller Länge zu sehen:

https://www.youtube.com/watch?v=r50Op-bXXBE&t=247s

Text: Paulina Werse

Quellen: FEMNET Konferenz, Diskussion zum Film, Nadja Dorscher (Rosa-Luxemburg-Stiftung), Marijke Mulder (FEMNET)

ACHTUNG DER MENSCHENRECHTE IM WIRTSCHAFTEN - VON DER FREIWILLIGKEIT ZUM GESETZLICHEN STANDARD

Im Juni 2021 wurde das Lieferkettengesetz in Deutschland verabschiedet, um die Debatte zur menschenrechtlichen Verantwortung in Unternehmen in Deutschland zu regulieren. Ein globaler Rahmen dieser Debatte sind die UN-Leitprinzipien.

Was bringen diese freiwilligen Ansätze tatsächlich? Und wie steht es um das Lieferkettengesetz in Deutschland?

Generell wird immer mehr grenzüberschreitend gehandelt, Unternehmen haben weit verzweigte Lieferketten aufgebaut.

„Wir leben in einer globalisierten Welt, aber wir leben allerdings auch von einer globalisierten Welt“ - Eva Maria Reinwald

Einerseits hat dies in Entwicklungs- und Schwellenländern zu Wohlstandsgewinnen geführt. Gleichzeitig merkt man aber auch, dass diese Entwicklung mit negativen sozialen und ökologischen Kosten verbunden ist.



„Menschenrechts-verstöße in unseren weltweiten Lieferketten sind leider keine Ausnahmen, sondern seit Jahrzenten bestehende Herausforderungen.“ - Eva Maria Reinwald

Die UN-Leitprinzipien zu Wirtschaft und Menschenrechten sind ein freiwilliger globaler Referenzrahmen. Trotzdem gelten sie als verbindlich für Staaten und Unternehmen. Die Prinzipien sollen grundlegende Pflichten des Staates, die Verantwortung der Unternehmen und die Mindestanforderung an Rechtsschutz für Opfer von Menschenrechtsverletzungen klären.

Das Ganze basiert auf drei Säulen:

1. Staatliche Schutzpflicht, entsprechende Gesetze und Kontrollen,

2. Unternehmerische Verantwortung, Menschenrechtsachtung anhand der eigenen Lieferkette,

3. Betroffene müssen Zugang zu Recht bekommen.
Wozu kann man im Rahmen des Liferkettengesetzes Unternehmen verpflichten?

- Grundsatzerklärung zu den Menschenrechten in ihren Lieferketten
- Risiken ermitteln anhand ihrer Lieferkette und Priorisierung der Risiken und daraufhin Maßnahmen ergreifen und Bericht erstatten
- Beschwerdemechanismen einrichten



FEMNET Konferenz, Vortrag Eva-Maria Reinwald, (c) Vanessa Höfer

Unternehmen, die wirklich etwas verändern wollen, brauchen gute und langfristige Zulieferer. Es braucht Schulungen vor Ort und konkrete Maßnahmen zur Verbesserung.

„Dass ein Spielfeld mit gemeinsamen Regeln entsteht, also dass nicht die Unternehmen, die handeln im Wettbewerbsnachteil sind, weil sie Zeit und Ressourcen in Verbesserung reinstecken, sondern dass alle Unternehmen handeln. Das war auch der Grund warum sich viele Unternehmen dafür ausgesprochen haben das es ein Lieferkettengesetz geben soll.“

- Eva Maria Reinwald

Die Abkehr vom Prinzip der Freiwilligkeit stellt zunächst erstmal eine Verbesserung dar. Das Gesetz hat allerdings auch seine Bedingungen und so betrifft es zunächst nur ca. 4800 Unternehmen. Diese sind vollumfänglich dafür verantwortlich, was in der ersten Stufe der Lieferkette passiert und bei konkreten Hinweisen auf Missstände zu handeln. Es stellt eine weitere „Grenze“ dar, denn es bleibt unklar, was ein Unternehmen in der ersten Stufe der Lieferkette erreicht. Eine neu gegründete Behörde soll das ab 2023 kontrollieren, gegebenenfalls Bußgelder verhängen und bei Hinweisen durch Betroffene nachgehen.

„Wir sind mit diesem Gesetz noch nicht am Ziel von dem was wir fordern und was wir wollen, aber wir sind endlich am Start.“ - Eva Maria Reinwald

Unfaire Arbeitsbedingungen, viel zu niedrige Löhne, Gefahren am Arbeitsplatz, Umweltverschmutzung, Ausbeutung, Kinderarbeit und vieles mehr. Kontrollen und Transparenz muss entstehen, Ansätze wie das Lieferkettengesetz oder das Textilbündnis sollen dafür sorgen.

Text: Vanessa Höfer

Quellen: FEMNET Konferenz, Gleichnamiger Vortrag von Eva-Maria Reinwald (SÜDWIND Institut)

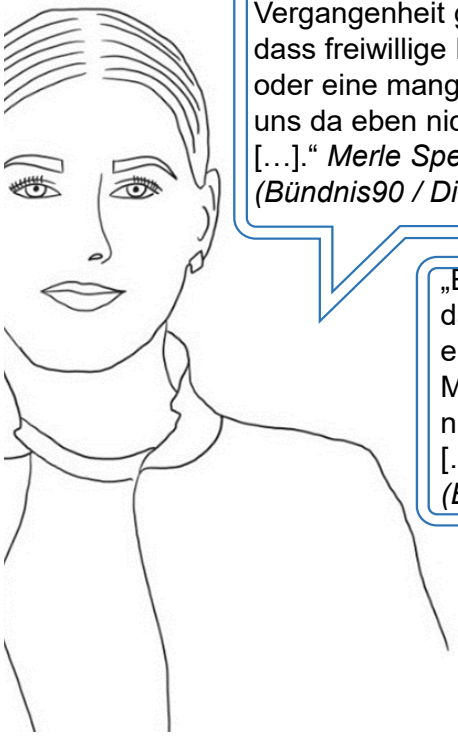
PODIUMSDISKUSSION: GESETZLICHE REGELUNGEN UND FREIWILLIGE MASSNAHMEN

Text: Paulina Werse

„Wir sind natürlich froh, dass wir das Gesetz haben und es überhaupt erstmal dazu kommt, dass sozusagen die Sorgfaltspflichten gesetzlich geregelt sind, die sind ja ganz klar vorgeschrieben. […]“
Dr. Gisela Burckhardt (FEMNET)

„Ich glaube eben, dass die Vergangenheit gezeigt hat, dass freiwillige Regelungen oder eine mangelnde Kontrolle uns da eben nicht weiterbringt […].“ *Merle Spellerberg (Bündnis90 / Die Grünen)*

„Ein wichtiger Punkt ist, dass Menschenrechte eben universell sind und Menschenrechte eben nicht zu verhandeln sind. […]“*Merle Spellerberg (Bündnis90 / Die Grünen)*





„Ich bin häufig in Indien, ich weiß das und ich würde sagen die Kinder müssen dort arbeiten, weil die Erwachsenen häufig keinen anständigen Lohn bekommen. Sonst hätten wir keine Kinderarbeit. […]“
Dr. Gisela Burckhardt (FEMNET)

„Und natürlich muss die Wirtschaft in erster Linie auch daran denken, dass sie funktioniert.“
Michael Wenge

„Am deutschen Wesen muss die Welt genesen, das können wir uns momentan nicht leisten. […]“*Michael Wenige (Bergische IHK)*

„Viele Menschen in bestimmten Ländern nehmen Sie auch die Lebensgrundlagen weg, wenn sie bestimmte Dinge nicht mehr erlauben. […] Ich habe da schon mitbekommen, dass wenn irgendeine Firma aussteigt, die ganze Region, die dann völlig der Arbeitslosigkeit und der Obdachlosigkeit anheimfallen. Ich meine solche Dinge muss man eigentlich auch bedenken bei solchen Gesetzen […]“*Michael Wenige (Bergische IHK)*



Quellen: FEMNET Konferenz, Podiumsdiskussion mit Dr. Gisela Burckhardt (FEMNET), Michael Wenge (Bergische IHK), Merle Spellerberg (MdB, Bündnis90/Die Grünen) und Annika Salingré (Moderatorin)

Dr. Gisela Burckhardt (FEMNET), Merle Spellerberg (Bündnis90/Die Grünen), Michael Wenge (Bergische IHK),

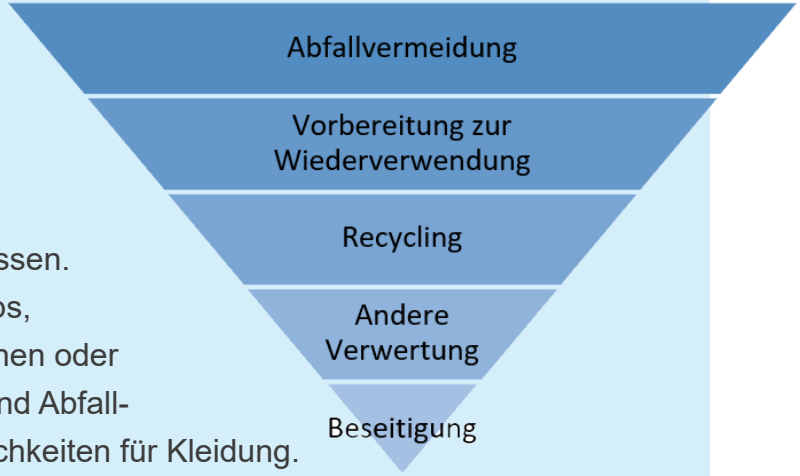
(c) Vanessa Höfer, Nina Becker

ZIRKULÄRE MODE: KREISLAUFWIRTSCHAFT IN DER TEXTILHERSTELLUNG

Jeder Deutsche wirft im Durschnitt 4,7 Kilogramm Kleidung pro Jahr weg. Deutschland kommt somit auf einen Gesamtwert von 391.752 Tonnen Textilabfall im Jahr.
Doch warum werden so viele Textilien nicht weiterverwendet beziehungsweise recycelt?
Wenn es um das Thema Nachhaltigkeit geht, fällt oft der Begriff „Circular economy“, zu Deutsch Kreislaufwirtschaft.
Doch was genau ist damit gemeint?

Kreislaufwirtschaft hat das Ziel, Produkte möglichst lange zu nutzen. Die Abfallhierarchie wurde dabei als Basis bezeichnet.

Diagramm Abfallhierarchie, (c) Paulina Werse



Die „Abfälle“ sollen möglichst wiederverwendet oder repariert werden, um keine neuen Produkte produzieren zu müssen. Second Hand Shops, Kleider-Miet-Stationen oder Leasing-Modelle sind Abfall-Vermeidungsmöglichkeiten für Kleidung. Sind die Alttextilien nicht mehr zu gebrauchen, müssen diese für die Wiederverwendung aufwendig aufbereitet werden. Dieser mehrstufige Prozess beinhaltet das Entfernen von Knöpfen, Reißverschlüssen, Einlagen und „Störstoffen“, wie beispielsweise Kunststoffen, Haaren oder Fasern. Bisher ist das Verfahren im Kern allerdings noch nicht automatisierbar und bedarf daher sachkundiger Sortierkräfte, die alles manuell prüfen und begutachten.

Es gibt verschiedene Arten von Recyclingtechnologien. Beim meistgenutzten mechanischen Recycling werden Textilabfälle geschreddert und beispielsweise zu Polstern und Füllungen für die Automobilindustrie, zur Schall- & Wärmedämmung oder zu Industrietüchern verarbeitet. Beim chemischen Recycling können durch eine Polymerisation bzw. ein lösemittelbasiertes Verfahren gemischte Kunststoffabfallströme recycelt werden. Der Aufwand und die Kosten sind bei diesem Prozess allerdings deutlich höher, weshalb das Verfahren noch in der Entwicklung steckt.
Das „Faser-zu-Faser-Recycling“ gilt als die Hoffnung für die Zukunft. Hierbei werden die Textilien in ihre Ausgangslage zurückgeführt, also zu Rohstoffen verarbeitet und können anschließend erneut als Fasern für Textilien verwendet werden. Die Alttextilien können allerdings nur recycelt werden, wenn nicht zu viele unterschiedliche Materialien verwendet wurden. Der Vorgang ist sonst zu aufwendig und nicht rentabel.



Nicole Kösegi

„Es gibt viele Dinge, die in der Entwicklung super sind, aber noch weit davon entfernt sind, ein hochwertiges Recycling zu sein.“

- Nicole Kösegi

Auf einem guten und umweltfreundlichen Weg ist die Firma Brands Fashion. Das Unternehmen ist Marktführer für nachhaltige Berufsbekleidung in Europa, verwendet textile Siegel für nachhaltige Fasern und hat hohe Sozialstandards in den Lieferketten. Die Abteilung für Nachhaltigkeit arbeitet mit Kund*innen immer wieder an Pilotprojekten wie das Take-Back-System oder Recycling & Second Life Optionen. Es wurden bereits mehrere Produkte nach dem Cradle-to-Cradle Prinzip (C2C) hergestellt, die ohne Qualitätsverlust für ein neues Produkt weiterverwendet oder kompostiert werden können.

Beim „Design 4 Circularity“ wird ein möglichst einfarbiges Design, wenig verschiedene Materialien & Accessoires und nur kleine Drucke & Badges verwendet. Die verwertbare Fläche soll damit so groß wie möglich gehalten werden.

Brands Fashion hat bereits Bauchtaschen aus alten Hoodies oder Akustikpaneele aus alten T-Shirts angefertigt. Doch so einfach ist es nicht immer. Das nachhaltige Unternehmen kann die Ware von Kund*innen nicht zurückverlangen und auch die einfachen, einfarbigen Produkte mit kleinen Drucken überzeugen nicht jeden. Laut Brands Fashion versuchen sie immer eine gute Lösung sowohl für den Kund*innen als auch für die Umwelt zu finden.

„Wer jetzt nicht anfängt im Kreislauf zu denken, der wird […] nicht mehr weiter bestehen bleiben. Unser Ansporn ist ja das nachhaltige Handeln und Produzieren, um die Kund*innen da auch immer weiterzubringen, das ist ein stetiger Prozess. Kreislaufwirtschaft ist für uns unumgänglich.“

- Lisa Matthies



Lisa Matthies

Text: Paulina Werse

Quellen: FEMNET Konferenz, Gleichnamiger Workshop von Nicole Kösegi (Unternehmensberaterin) und Lisa Matthies (Brands Fashion)

Weitere Infos: https://www.tagesspiegel.de/wirtschaft/rekord-beim-textilmuell-jeder-deutsche-wirft-jaehrlich-4-7-kilogramm-kleidung-weg/25453254.html
https://www.bmz.de/de/entwicklungspolitik/lieferkettengesetz

VON BILLIGLÖHNEN UND ARMUT: NÄHER*INNEN VERDIENEN MEHR - ABER WIE?



Sina Marx, (c) Nina Becker

Mehr und mehr Textil- und Modeunternehmen unterzeichnen, dass sie sich für die Zahlung existenzsichernder Löhne verpflichten. Die Realität sieht jedoch anders aus. Die Transparenz der Modeindustrie ist nur in den seltensten Fällen gegeben, weshalb davon ausgegangen werden kann, dass Unternehmen ihrer Verpflichtung nicht nachgehen. Textilarbeiter*innen bekommen weiterhin ein Lohn, der nicht reicht, um die eigene Existenz, sowie die der Familie zu sichern. Somit kommt es in der Modeindustrie zur Verletzung der Menschenrechte, denn:

„Jeder Mensch, der arbeitet, hat das Recht auf angemessene und befriedigende Entlohnung, die ihm und seiner Familie eine der menschlichen Würde entsprechende Existenz sichert und die, wenn nötig, durch andere soziale Schutzmaßnahmen zu ergänzen ist.“ [Artikel 23 der Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte]

Aber was genau unterscheidet eigentlich ein existenzsichernder Lohn von einem Mindestlohn?
Ein Mindestlohn ist der Lohn, der von der Regierung des entsprechenden Landes der Produktion festgelegt wird. Der Mindestlohn liegt in vielen Produktionsländern unter der Armutsgrenze, die von der Weltbank festgelegt wurde und 1,90$ am Tag beträgt. Somit ist festzuhalten, dass mit der Zahlung eines Mindestlohnes die Existenz der Arbeiter*innen und damit einhergehend die Grundbedürfnisse nicht immer gesichert werden können.

Dem entgegengesetzt steht der existenzsichernde Lohn. Dieser erfüllt die Grundbedürfnisse der Arbeiter*innen und inkludiert Lohn, um für Nahrung, Wohnraum, Kleidung, Gesundheit, Bildung, Mobilität und Rücklagen für Notsituationen zu sorgen.

In Asien, sowie in Osteuropa deckt der gesetzlich festgelegte Mindestlohn oft nur ca. ein Drittel des ermittelten existenzsichernden Lohnes ab, was den Handlungsbedarf verstärkt.

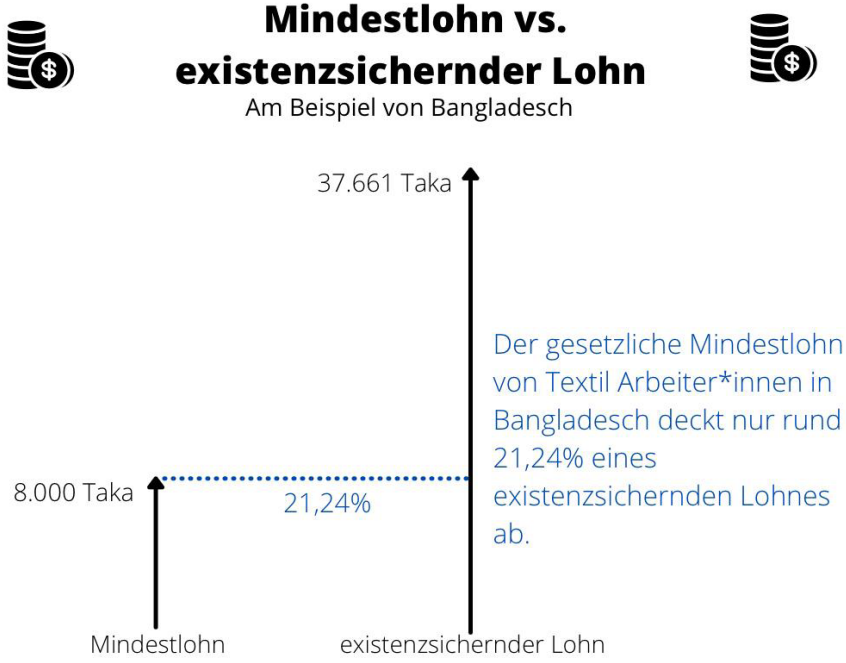


Diagramm existenzsichernde Löhne, (c) Janina Winkens

Warum heben die Regierungen den jeweiligen Mindestlohn nicht an?

In der Modebranche werden die Produktionsstätten immer so verlagert, dass die Kosten für das Unternehmen am geringsten sind. Die Billiglöhne der Textilarbeiter*innen gelten für die Länder als Standortvorteil gegenüber anderen Produktionsländern und sorgen dafür, dass Modeunternehmen dort produzieren.
Denn die meisten Produktionsländer sind stark von der Modeindustrie abhängig. Die Unternehmen sparen also Geld auf Kosten der Textilarbeiter*innen und nehmen Billiglöhne in Kauf.

Wer setzt sich für existenzsichernde Löhne ein?

Für die Einhaltung von Menschenrechten setzen sich Organisationen, sowie Initiativen ein. Eine dieser Initiativen ist die Fair Wear Foundation. Diese ist eine Multi-Stakeholder Organisation. Das bedeutet, dass Stakeholder aus Politik, der Zivilgesellschaft sowie der Privatwirtschaft eingebunden werden. Fair Wear hat einen “Code of Labour”, also Regeln die in diesem Fall an die allgemeine Erklärung der Menschenrechte angelehnt sind.



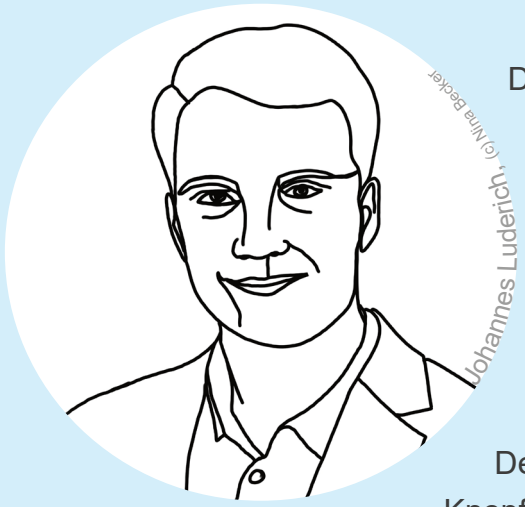
Die Kosten der Mode, (c) Anna Döking

Text: Janina Winkens

Quellen: FEMNET Konferenz, Gleichnamiger Workshop von Sina Marx (FEMNET)

Weitere Infos:
https://saubere-kleidung.de
https://www.fairwear.org
https://www.ilo.org/berlin/lang--en/index.htm

“DER GRÜNE KNOPF”: GREENWASHING ODER NACHWEIS FÜR SOZIAL-ÖKOLOGISCHE TEXTILPRODUKTION?



Der Grüne Knopf ist ein staatliches Siegel für nachhaltig hergestellte Textilien. Er wurde 2019 im Auftrag des BMZ gegründet.

Der Grundsatz des Grünen Knopfes richtet sich nach den internationalen Rahmenbedingungen der UN-Leitprinzipien und dem OECD-Leitfaden für eine verantwortungsvolle Lieferkette.

Dabei werden die sozialen und ökologischen Anforderungen eines Unternehmens geprüft, um gemeinsam Verantwortung zu übernehmen und sowohl die Menschen entlang der Lieferkette als auch die Umwelt zu schützen. Außerdem soll der Grüne Knopf Verbraucher*innen eine Orientierung bieten, um nachhaltige Textilien auf einem einfachen Wege erkennbar zu machen.

Die Begutachtung der derzeit 78 Mitgliedsunternehmen wird von unterschiedlichen nachhaltigen Siegeln, die vom Grünen Knopf anerkannt werden, wie GOTS oder Fairtrade, durch Audits in den Produktionsstätten vollzogen.

Daher wir der Grüne Knopf auch als Meta-Siegel bezeichnet. Derzeit findet eine Weiterentwicklung des Grünen Knopfes 1.0 zum Grünen Knopf 2.0 statt.

Geplant ist die Einbeziehung der gesamten Lieferkette und falls das an einigen Stellen nicht möglich sein sollte, die Dokumentation der Lücken. Der Fokus auf existenzsichernde Löhne soll erhöht, Beschwerdemechanismen konkretisiert und mehr Transparenz durch offene Berichterstattung geschaffen werden. Das Thema Korruption wird mit aufgenommen.



Green Fashion, (c) Manuela Polewka

Da beim Grünen Knopf 1.0 bisher nur Wert auf die Prüfung in der Konfektion, sowie den Nassprozessen gelegt wurde, soll bei dem Grünen Knopf 2.0 auch der Faser- und Materialeinsatz eine größere Rolle spielen. Beabsichtigt wird ein klimaneutraler, ressourceneffizienter, im besten Falle kreislauffähiger Umgang.
Finalisiert wird das Vorhaben 2.0 Ende des Jahres 2021.

Auch wenn der Ansatz und die Absichten des Grünen Knopfes bisher recht fortschrittlich wirken, sieht die Vorstandsvorsitzende und Gründerin von FEMNET e.V., Dr. Gisela Burckhardt, kritische Aspekte an dem staatlichen Siegel.
Untersuchungen von mehreren öffentlichen Berichten über Unternehmen, die durch den Grünen Knopf zertifiziert sind, brachte FEMNET e.V. zusammen mit der NGO Public Eye folgende Erkenntnisse ans Licht.

So fiel auf, dass Probleme wie gender based violence und nicht vorhandene Gewerkschaftsfreiheit in den Unternehmen nicht auszuschließen seien. Außerdem wird nur geringer Wert auf existenzsichernde Löhne und funktionierende Beschwerdemechanismen gelegt.

Gespaltener Grüner Knopf,
(c) Nina Becker



Da der Grüne Knopf 1.0 nur einen kleinen Teil der Lieferkette abdeckt und durch Sozialaudits kein reales Bild der Situation in den Fabriken widergespiegelt werden kann, sei er kein Garant für soziale Produktionsbedingungen.

Trotz positiver Veränderungen lassen sich auch nach der Überarbeitung und Weiterentwicklung zum Grünen Knopf 2.0 Kritikpunkte feststellen.

Das Anspruchsniveau bei den Risikokriterien sei noch immer zu niedrig, sagt Giesela Burckhardt.
Es reiche aus, wenn ein Unternehmen nachweisen könne, dass es sich „bemüht“ Verbesserungen vorzunehmen, ein Nachweis für die Durchführung dieser Verbesserungen ist jedoch nicht erforderlich. Zudem werden Datenlücken mit Begründungen einfach akzeptiert. Bei der Risikoanalyse und Vorsorgepflicht werden nur Hochrisikoländer wie Indien beachtet, Europa bleibt außen vor.

Die Sozialanforderungen seien immer noch zu „schwach“ sagt Gisela Burckhardt. Es bestehen keine staatlichen Anforderungen an Audits und Zertifizierungsverfahren. Einige Kriterien werden nur nach geltenden Gesetzen beachtet, ein gutes Siegel sollte jedoch darüber hinausgehen.

Diese Kritikpunkte werden in einem Grünen Knopf 3.0 in 4 Jahren angegangen. Doch das „dauert mir einfach zu lange. Da würde ich mir wünschen, dass man jetzt schon für 2.0 aktiver werden könnte“.
– Dr. Gisela Burckhardt

Quellen: FEMNET Konferenz, Gleichnamiger Workshop von Dr. Gisela Burckhardt, (FEMNET) und Johannes Luderich (GIZ)

Weitere Infos:
https://www.gruener-knopf.de/
https://femnet.de/informationen/themen/

Text: Nina Becker

AKTIV FÜR FAIRE MODE AUF DEM CAMPUS: WIE FAIRTRADE-UNIVERSITIES DIE FASHION REVOLUTION MITGESTALTEN

Fairtrade-Universitäten gestalten die Fashion Revolution auf verschiedenste Art und Weise mit. Beispielsweise durch eine Schaufensterausstellung, die zeigt, was faire Mode eigentlich bedeutet oder durch Social Media Kampagnen, die dazu aufrufen, Labels zu unterstützen, die bereits mit dem Fairtrade-Standard ausgezeichnet sind.

So beispielsweise die Kampagne der Fairtrade-Universität Hildesheim, die eine 14-tägige Online-Kampagne organisiert hat. In dieser Kampagne fordern sie Modelabels dazu auf, auf Produkte mit Fairtrade-Zertifizierung umzustellen und appellieren an Konsument*innen, Modemarken zu unterstützen, die schon Fairtrade sind.

Eine Studentin, die sich bei Fairquer, einer Studierendeninitiative an der Hochschule Niederrhein engagiert, berichtete von der Umsetzung einer „Nähmaschineninstallation“. An den Nähmaschinen konnten Studierende ein Gefühl dafür bekommen, unter welchen Bedingungen die Näher*innen in der globalen Textilindustrie arbeiten.



Kristina Klecko, (c) Fairtrade

Studierende sollen selbst aktiv werden und ihre eigenen Ideen in die Tat umsetzen, damit ihr Campus nachhaltiger wird und sich für faire Mode einsetzt. Ob durch Filmvorführungen, Fachgespräche, Aktionstage – die Möglichkeiten sich zu engagieren sind vielfältig.

Quellen: FEMNET Konferenz, Gleichnamiger Workshop von Kristina Klecko (Fairtrade Deutschland)

Weitere Infos: https://www.fairtrade-universities.de/aktuelles

Text: Annika Petersen

TEXTILBÜNDNIS: LIEFERKETTEN AUF DEM PRÜFSTAND

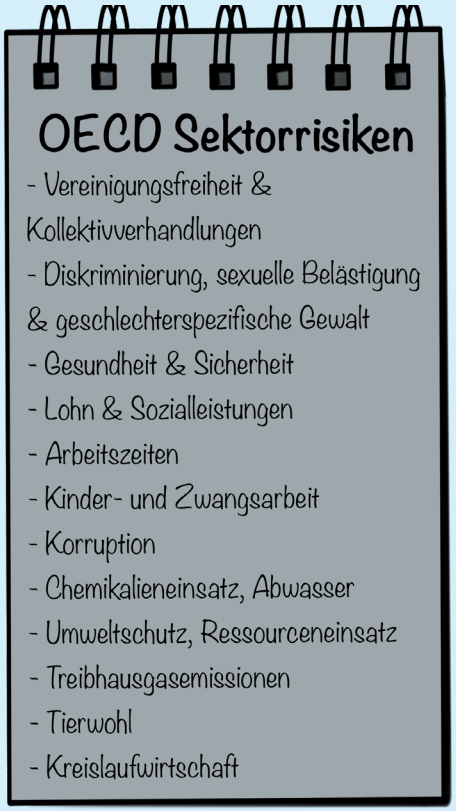
Immer wieder ereigneten sich Unfälle in Textilfabriken in Ländern wie Pakistan oder Bangladesch. Insbesondere die Rana-Plaza-Katastrophe, bei welcher 1135 Menschen ums Leben gekommen sind und 2438 Menschen verletzt wurden, bleibt vielen Menschen als trauriger Höhepunkt im Gedächtnis.
Als Reaktion auf diese Unfälle wurde 2014 das Bündnis für nachhaltige Textilien, kurz Textilbündnis, gegründet. Dieses hat sich zur Aufgabe gemacht, Unternehmen bei der Einhaltung ihrer sozialen und ökologischen Verantwortung zu unterstützen.



Johannes Norpoth,
(c) Anna Döking

Das Textilbündnis orientiert sich an den „UN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte“, an den „OECD-Leitsätzen“ sowie an der „OECD Guidance for Responsible Supply Chains in the garment and footwear sector“.

Mittlerweile haben sich 140 Mitglieder der Initiative angeschlossen. Die Mitglieder setzen sich aus Akteursgruppen der Wirtschaft, Zivilgesellschaft, Gewerkschaften, Standardorganisationen der Bundesregierung sowie aus beratenden Mitgliedern zusammen.



Notizbuch OECD Sektor-Risiken,
(c) Anna Döking

Das Textilbündnis unterstützt seine Mitglieder entlang der gesamten Lieferkette.



Deniz Utlu,
(c) Anna Döking

Von der Baumwollherstellung, über die Faserherstellung, die Stoffherstellung und -veredelung, bis hin zur Konfektionierung. Neuerdings wurde auch die Kreislaufwirtschaft als Teil der Lieferkette hinzugefügt.

„Das übergeordnete Ziel des Textilbündnisses ist es, die sozialen, ökonomischen und ökologischen Bedingungen entlang der gesamten Lieferkette des Textil- und Bekleidungssektors nachweislich zu verbessern“

- Aktionsplan Bündnis für nachhaltige Textilien.

Um die textilen Lieferketten nachhaltig verändern zu können, basiert das Textilbündnis auf drei Säulen.

Die erste Säule stellt die individuelle Verantwortung aller Mitglieder dar. Es besteht die Pflicht eines jeden Mitglieds, regelmäßig einen Review-Bericht zu erstellen. Dieser beinhaltet neben einem Unternehmensprofil, einer Risikoanalyse und einem Überblick über erreichte Fortschritte auch eine Roadmap. Letzteres beschreibt die einzelnen Sektorrisiken und stellt denen entgegenwirkende Maßnahmen und Ziele dar.

Anhand dieser Review-Berichte prüft das Textilbündnis, ob die Mitglieder ihre individuellen Sorgfaltspflichten einhalten konnten. Da alle Berichte im gleichen Format erstellt werden, bieten sie somit auch eine Vergleichbarkeit zwischen den Mitgliedern des Textilbündnisses. Da die Berichte zudem auch online nachzulesen sind, ergibt sich eine neue Transparenz für Konsument*innen, die nun nachvollziehen können, welche Ziele und Maßnahmen sich Mitglieder gesetzt haben.

Die zweite Säule steht für Zusammenarbeit unter den Mitgliedern, da sich viele systematische Probleme nur durch gemeinsames Engagement lösen lassen.

Darauf baut auch die dritte Säule auf, welche für die gegenseitige Unterstützung steht. Die Mitglieder sollen im Dialog stehen, um sich auf der einen Seite gegenseitig zu unterstützen und um auf der anderen Seite von anderen Mitgliedern zu lernen.

Mittlerweile hat das Textilbündnis die vierte Säule, die Kooperation mit anderen Initiativen, hinzugefügt. Denn auch wenn sich die Lieferketten zwischen verschiedenen Initiativen unterscheiden, ist ein branchenübergreifender Austausch über Maßnahmen, Vorgehensweisen oder Beschwerdemechanismen in jedem Fall hilfreich.

Text: Anna Döking, Vanessa Höfer



Textilarbeiterin an Nähmaschine, (c) Vanessa Höfer

Quellen: FEMNET Konferenz, Gleichnamiger Workshop von Johannes Norpoth (Zivilgesellschaft im Textilbündnis) und Deniz Utlu (Deutsches Institut für Menschenrechte)

Weitere Infos:
https://www.textilbuendnis.com/berichte/
https://www.textilbuendnis.com

IDEENWERKSTATT

Raum für einen gemeinsamen Austausch von Studierenden zum Thema „Menschenrechte in der Mode“.

Digitaler Reparaturbrunch:
„Gemeinsam Kleidung eine zweite Chance geben“

NachDenkstatt:
Konferenz in Oldenburg
„Denken. Handeln. Wandeln“

Fairo Moda:
„hochschuldidaktischer Kleiderverleih“ von und für Studierende in Osnabrück

Kleidung & Klima in Bonn:
„All of us for future“
-Kleidertauschpartys

FEMNET Mode & Menschenrechte:
„Mode, Macht und Menschenrechte: Was tun, damit Kleidung gerechter hergestellt werden kann?“

Text: Paulina Werse

Weitere Infos: klicke Kreise

Quellen: FEMNET Konferenz, Austausch mit Studierenden

UMFRAGE ZUM ENGAGEMENT DER STUDIERENDEN AN DER HOCHSCHULE NIEDERRHEIN

Die digitale FEMNET-Konferenz richtet sich unter dem Motto „It's time to act! Handeln für eine sozial-gerechte Modeindustrie" an Studierende, um diese über die Situation der Modeindustrie aufzuklären und zusammen Lösungen zu erarbeiten. Im Rahmen der zwei Konferenztage haben sich Initiativen verschiedener Hochschulen deutschlandweit vorgestellt, um andere Studierende zu bewegen, sich ebenfalls zu engagieren. Mit dabei waren zum Beispiel Fairquer, der digitale Reparaturbrunch und viele mehr…

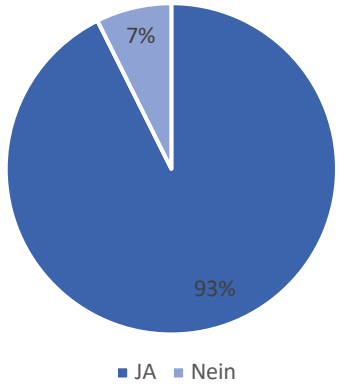
Wie sieht das aber mit der Allgemeinheit aus? Finden die Studierenden es wichtig, auf nachhaltige und sozial-gerechte Mode zu achten?
Fragen, denen wir mit der Umfrage zum Engagement von Studierenden Antworten stehen möchten.

Wie viele Studierende engagieren sich bereits in Studierendeninitiativen?

Zwei Drittel geben an, durch Werbung auf Studierendeninitiativen aufmerksam gemacht worden zu sein. Am häufigsten über die Hochschulseite oder über Instagram. Allerdings engagieren sich aktiv nur ca. 10% der Befragten. Gründe für diesen kleinen Anteil sind die fehlende Zeit, keine Entlohnung und zu wenig Aufmerksamkeit der Treffen.

Ist nachhaltige und faire Mode trotzdem von Relevanz für Student*innen?

Findest du studentisches Engagement wichtig?



Etwa genauso viele sehen das Thema Nachhaltigkeit und soziale Gerechtigkeit als entscheidenden Faktor in der Zukunft. Etwa 80% der Student*innen achten beim Kauf von Mode bereits auf Siegel oder Verifizierungen von sozialen und ökologischen Standards.

[Im Rahmen dieser Umfrage wurden 95 Student*innen, hauptsächlich von der Hochschule Niederrhein, befragt.]

Rückschlüsse:

Trotz des geringen Engagements der Student*innen, ist es wichtig die Menschen auf schlechte Arbeitsbedingungen oder den wachsenden Konsum aufmerksam zu machen, um in Zukunft etwas ändern zu können. Besonders Hochschulen und Universitäten müssen für ihre Initiativen werben, um Studenten*innen zu mehr Nachhaltigkeit, besonders in der Textilindustrie, zu bewegen.
Denn das Potenzial für mehr Engagement von Studierenden ist da!

Text: Janina Winkens

Quellen: Umfrage Team 09

INTERVIEW MIT DER STUDIERENDENINITIATIVE „XFAIRFASHION“

Anna: Hallo, danke erst mal, dass du dir so spontan noch Zeit für uns nehmen konntest. Möchtest du dich zu Beginn einmal kurz selbst vorstellen?

Louiza: Hallo, ja gerne. Ich bin Louiza, ich bin 25 Jahre alt und ich studiere in Berlin an der HTW Bekleidungstechnik.

Du engagierst dich ja bei einer Studierendeninitiative eurer Hochschule. Magst du die auch einmal kurz vorstellen?

Ich bin seit drei Jahren bei der Nachhaltigkeitsinitiative einleuchtend aktiv. Die Initiative gibt es seit ungefähr 10 Jahren und hat sich aus Studierenden gebildet, die sich mehr für Nachhaltigkeit an der Uni einsetzen wollten. Und seit 3 Jahren ungefähr gibt es jetzt eine Untergruppe für Fair Fashion. Die X Fair Fashion.

Warum habt ihr euch denn dann dazu entschieden, eine Untergruppe zu gründen, die sich auf nachhaltige Kleidung spezialisiert?

Also die Gruppe hat sich daraus gestaltet, dass noch mehrere Studierende der Bekleidungstechnik bei einleuchtend dabei waren und der Meinung waren, dass das so ein wichtiges Thema ist. Und ich persönlich finde es auch einfach so wichtig, weil es so ein alltägliches Thema ist und Kleidung geht uns alle was an. Und das ist einfach so eine riesen Industrie, die so viel Schaden anrichten kann, was vielen nicht bewusst ist. Und deshalb müssen wir meiner Meinung nach, eine Awareness dafür schaffen, was da alles dahintersteckt.

einleuchtend
Studiinitative für Nachhaltigkeit



Mitglieder xfairfashion, (c) xfairfashion

Habt ihr denn besondere Aktionen oder Events die ihr durchführt?

Genau, also das letzte Projekt war in Zusammenarbeit mit FEMNET und der Fairquer aus Mönchengladbach. Da haben wir zusammen eine Online Filmveranstaltung zum Thema „Made in Ethopia“ gemacht. Und dann hatten wir jetzt im September eine Kinovorstellung in Präsenz zu „Made in Bangladesh“. Dort hatten wir auch im Anschluss Gespräche mit verschiedenen Gästen, sowie Podiumsdiskussionen. Das war unser größtes Projekt. Wir haben vorher eher so Kleidertauschpartys und mal einen Vortrag organisiert.

Ja das stimmt. Worauf achtest du denn dann beim Kleidungskauf? Damit du Kleidung kaufst die deiner Definition nach Nachhaltig sind?

Also bei mir es ist persönlich so, dass ich eigentlich fast alles Second Hand kaufe, weil das für mich einfach so das nachhaltigste ist. Und wenn ich was Neues kaufe, dann halt bei ganz kleinen Labels. Also bei Labels, die eben sehr transparent sind. Meistens produzieren diese in Europa und somit sind die Lieferketten nicht so lang, die kennen ihre Produzenten seit Jahren und achten auf naturschonende Materialien.

Jetzt hast du von kleinen Labels gesprochen. Die sind ja aber meistens etwas teurer. Ist nachhaltige Mode deiner Meinung nach teuer oder kann sich das jeder leisten?

Ich glaube es wäre nicht teuer, würden die großen Unternehmen anders agieren. Die kleinen Labels produzieren eben meist in kleinen Mengen in Europa. Und das ist nun mal teurer, weil halt auch einfach der Lohn in Europa höher ist. Aber auch wenn man die Arbeiter*innen in Bangladesch fair bezahlen würde und dort eine soziale Gerechtigkeit mit einbringen würde, dann wäre es immer noch nicht so teuer, wie die faire Mode die wir aktuell gerade hier kriegen. Also ich glaube, würden die Großen so viel machen, wie sie könnten, dann würde nachhaltige Mode auch nicht so teuer werden.

Ja da stimme ich dir auch voll zu.
Wie können wir denn überhaupt mehr Menschen dafür begeistern, sich überhaupt erst mal mit nachhaltigerer Mode auseinander zu setzten und dann im Anschluss eben auch nachhaltigere Mode zu konsumieren?

Ja, auch eine schwierige Frage. Ich glaube, man sollte allgemein mehr Aufmerksamkeit auf das Thema legen und mehr informieren. Und was wir auch eben in der Initiative gelernt haben, ist dass man eben nicht nur mit dem Zeigefinger darauf zeigen sollte, was alles falsch und was alles schlecht läuft, sondern auch zeigen, wie man nachhaltige Veränderungen schaffen kann. Die Branche wird nur schlecht gemacht. Aber wir haben in der Branche auch total viel, was gut läuft und das sollte man erst mal aufzeigen. Außerdem sollte man kein schlechtes Gewissen machen. Wenn jemand sich nachhaltige Kleidung nicht leisten kann, sollte man vielmehr eine Alternative zeigen.

xfairfashion Logo, (c) xfairfashion

Kannst du denn noch einen Tipp weitergeben, wie du es schaffst, keine ungetragenen Stücke zu besitzen?

Also ich glaube man sollte Kleidung öfter aussortieren. Und wenn man weiß, man hat so ein paar Teile die man noch nicht gehen lassen will, dass man sich diese dann halt mal bewusst integriert und wirklich anzieht. Was auch ein guter Tipp ist, ist dass man alle Kleiderbügel umdreht, bei jedem Kleidungsstück was man getragen hat, dreht man den Hänger wieder um und so kann man dann am Ende vom Monat gut sehen, welche Kleidungsstücke man wirklich getragen hat, und welche nicht. Das kann ich vielleicht an Leute weitergeben die ihren Kleiderschrank nachhaltiger gestalten möchten.

Super danke dir. Jetzt sind wir auch schon fast am Ende. Kommen wir aber noch mal einmal zurück zu eurer Studierendeninitiative. Wenn ich mich jetzt auch engagieren möchte, wie finde ich da am besten eine Initiative die meine Interessen widerspiegelt?

Wenn man jetzt noch niemanden aus einer Initiative kennt und noch von keiner Initiative was gehört hat, sollte man mal auf der Uni Seite schauen. Die meisten sind dort verlinkt. Und die meisten haben mittlerweile auch Instagram.

Und warum sollten sich mehr Studierende in Initiativen engagieren?

Ich finde es generell ganz gut, sich neben dem Studium in der Hochschule einzusetzen. Das habe ich auch selbst gemerkt. Das man einfach das Privileg, was man hat, nutzt und versucht das Thema was einem beschäftigt, auch an andere weiterzugeben. Deswegen finde ich es generell cool, sich einzusetzen. Wenn man die Kapazität hat.

Das stimmt. Ich bin dann auch soweit durch mit meinen Fragen. Hast du noch irgendwas, was du gerne noch an die Teilnehmer*innen der FEMNET Konferenz weitergeben möchtest?

Also ich glaube es ist generell immer gut, wenn sich jeder mal mit dem Thema auseinandersetzt, weil es so alltagsbezogen ist. Und auch wenn es einem nicht sonderlich wichtig ist, kann man ja trotzdem darauf achten, dass die Kleidungsstücke, die man sich kauft, fair produziert worden sind. Weil da stecken halt Menschen hinter und ich glaube das darf man nicht vergessen, dass das nicht nur ein Teil ist, sondern da ist ganz viel Arbeit und Schweiß rein geflossen.

Das ist doch ein schönes Schlusswort. Danke dir noch einmal, dass du dir die Zeit genommen hast.

Quellen: Interview mit xfairfashion-Mitglied Louiza

Kontakt zur xFairFashion:
Instagram: https://www.instagram.com/xfairfashion/
Website: http://einleuchtend.org
E-Mail: info@einleuchtend.org

Text: Anna Döking

INTERVIEW MIT DER STUDIERENDENINITIATIVE „FAIRQUER“

Annika: Hallo Jule und Jana. Danke, dass ihr euch die Zeit für uns genommen habt. Möchtet ihr euch zu Beginn kurz vorstellen?

Jule: Ich bin Jule, 24 Jahre alt und studiere Bekleidungsmanagement an der Hochschule Niederrhein und bin seit Beginn meines Studiums bei Fairquer aktiv.
Jana: Hallo ich bin Jana, 19 Jahre alt und ich studiere Design Ingenieur Mode und bin seit diesem Semester bei Fairquer.

Ihr engagiert euch bei Fairquer, stellt doch bitte Fairquer einmal vor.

Jule: Fairquer ist eine Gruppe von Studierenden des Fachbereichs Textil- und Bekleidungstechnik an der Hochschule Niederrhein und wurde 2012 gegründet. Wir wollen über die Themen Nachhaltigkeit und faire Produktion in der Textil- und Bekleidungsindustrie aufklären und andere Menschen dafür sensibilisieren. Wir veranstalten deswegen z.B. Kleidertauschpartys, halten Vorträge, Filmvorstellungen oder Workshops und wollen einfach ein paar Denkanstöße geben und Alternativen aufzeigen.

Wie macht ihr auf die Probleme in der Bekleidungsindustrie aufmerksam? Habt ihr besondere Events oder Aktionen durchgeführt?

fairquer Logo, (c) fairquer

Jule: Unser letztes großes Projekt war die Filmvorstellung „Made in Bangladesch“, in Zusammenarbeit mit einleuchtend, xfairfashion (Berlin) und FEMNET“. Vor zwei Jahren gab es eine Vortragsreihe von Hannah von der Kleiderei Köln mit anschließendem Austausch. Das haben wir Anfang des Jahres ins Digitale übertragen und da ist der Slow Fashion Talk entstanden. Da hatten wir z.B. Nina Lorenzen von Fashion Changers als Gästin dabei. Mit ihr haben wir über das damals noch nicht abgeschlossene Lieferkettengesetz gesprochen. Ansonsten haben wir Kleidertauschpartys und Flohmärkte organisiert, aber das ging im Digitalen nicht so gut.

Sollten sich eurer Meinung nach mehr Studierende in Initiativen engagieren?

Jana: Informationen über Missstände in welchen Industrien auch immer sind der erste Schritt zur Verbesserung. Wenn sich mehr Leute engagieren würden, hätte man auch eine andere Reichweite und wenn die Leute Spaß daran haben, find ich das großartig.

Was ist euer nächstes Projekt?

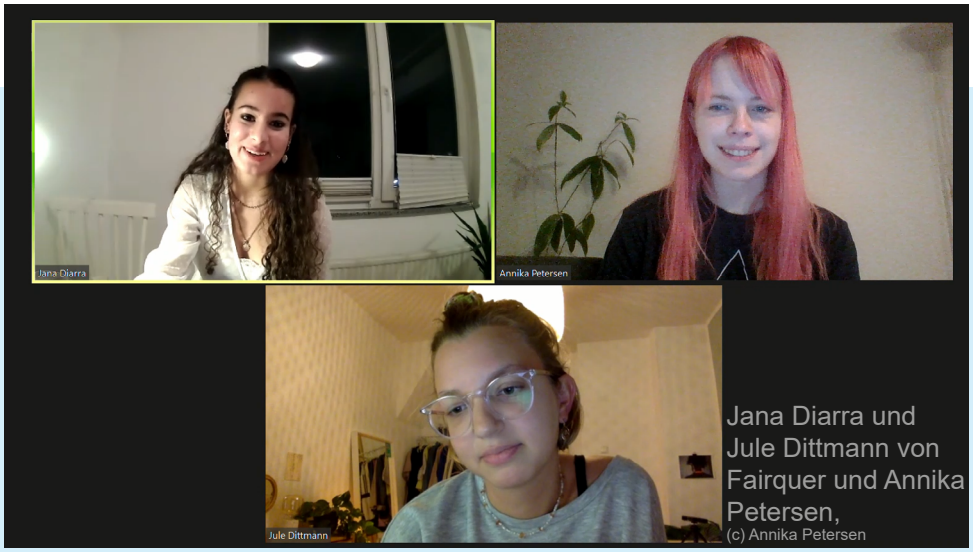
Jule: Als nächstes Projekt steht unser Adventskalender auf Instagram an. Dort stellen wir jeden Tag etwas anders vor, wie Veranstaltungen, Podcasts, Filme, Tipps, DIY-Ideen, Plätzchen Rezepte und vieles mehr.

Was ist Nachhaltigkeit für dich?

Jule: Für mich bedeutet Nachhaltigkeit, sich Gedanken zu machen, welche Auswirkungen mein Handeln für unsere Mitmenschen, für unsere Zukunft und Umwelt hat. Dass man sich Gedanken macht „wer steht hinter dem Produkt, das ich grade kaufen möchte?“ und mein Handeln und Konsum ein bisschen zu hinterfragen, ob ich das jetzt wirklich brauche oder ob ich sowas ähnliches nicht schon habe.
Jana: Für mich ist das Bewusstsein, dass alle Ressourcen, die wir haben, limitiert sind und wir ein sehr tolles Ökosystem geschenkt bekommen haben, was wir nutzen dürfen, aber sodass am Ende des Tages noch was übrig bleibt für die Leute, die nach uns kommen. Wir müssen darüber nachdenken, wie wir bewusst Alternativen schaffen können für die Dinge, die wir im Moment so machen, damit es auf Dauer für den Planeten tragbar ist.

Beschäftigst du dich privat auch mit Nachhaltigkeit in der Mode?

Jule: Natürlich beschäftige ich mich auch privat mit Nachhaltigkeit, sonst wäre ich nie bei Fairquer gelandet.



Jana Diarra und Jule Dittmann von Fairquer und Annika Petersen,
(c) Annika Petersen

Im Bereich Bekleidung versuche ich das meiste Second Hand einzukaufen, weil das für mich die nachhaltigste Möglichkeit ist Bekleidung zu konsumieren.
Jana: Ich bin sehr begeistert von Second Hand Läden, weil ich das eine richtig schöne Alternative finde und dass man eine große Auswahl hat und ganz anders auf die Produkte blickt. Das hat auch Vorteile, weil dann nicht jeder mit dem gleichen Teil durch die Gegend läuft und man direkt sieht, dass es eine gute Qualität hat, weil es ebenso lange überlebt hat. Wenn man mal was neu kaufen muss, dann darauf achtet, dass das aus einem nachhaltigen Material, gut verarbeitet wurde, damit es lange leben kann.

Hast du auch Kleidungsstücke, die du nie beziehungsweise selten trägst?

Jana: Ich habe nur wenig Kleidungsstücke, die ich selten oder gar nicht trage, ich habe gerne den Überblick über die Sachen, die man besitzt und weiß auch, dass ich sie richtig kombinieren kann. Die

Leute, die denken, sie hätten nichts zum Anziehen, haben einfach zu viel oder die falschen Dinge und sehen nicht mehr richtig, was sie wirklich haben. Natürlich hat man so 1–2 Teile, die man einfach selten trägt für besondere Anlässe.
Jule: Keiner braucht so viele Klamotten, wie man selbst im Kleiderschrank hat.
Ich habe auch ein paar Kleidungsstücke in meinen Kleiderschrank, die ich selten anziehe. Ich versuch es immer mal wieder auszusortieren. Aber oft war es auch so, dass ich mich nach einem Jahr geärgert habe, weil ich es doch wieder cool gefunden hätte, es nochmal anzuziehen.

Habt ihr Tipps wie man ungetragene Kleidungsstücke vermeiden kann?

Jule: Für mich habe ich die Regel, dass ich das Kleidungsstück ½ - 1 Jahr vorne im Kleiderschrank liegen lasse und schaue, ob ich es in der Zeit angezogen habe und wenn nicht, kommt es wirklich weg.

Was wäre eure Wunschvorstellung, wie sich die Bekleidungsindustrie und das Konsumverhalten der Menschen weiterentwickelt?

Jule: Der bewusstere Konsum und dass man sich klarmacht, dass mehrere Personen hinter einem Kleidungsstück stecken und halt die Arbeiter*innen von Fast Fashion Marken ein bisschen mit ihren Leben bezahlen, um unsere Kleidung herzustellen. Dass man sich vor dem Kauf immer fragt: Brauche ich das wirklich? Habe ich sowas ähnliches nicht schon? Kann ich das mit meinen anderen Kleidungsstücken und Schuhen gut kombinieren? Meine Wunschvorstellung: Alle Arbeiter*innen auf der Welt erhalten existenzsichernde Löhne und arbeiten unter menschenwürdigen Bedingungen.
Jana: Die Menschen sollten ein Bewusstsein dafür entwickeln, dass die Überproduktion eine Antwort auf ihr Konsumverhalten ist. Immer auf Abruf eine neue Kollektion im Laden vorzufinden, das ist nicht vereinbar mit menschenwürdigen Arbeitsbedingungen.
Ich wünsche mir, dass fair produzierte Mode der Standard der Textil- und Bekleidungsindustrie wird, dass große Labels sich damit auseinandersetzen und mit nachhaltigen Materialien und Technologien fair produzieren.



Überproduktion, (c) Manuela Polewka

Quellen: Interview mit fairquer-Mitgliedern Jana und Jule
Kontakt zur fairquer:
Instagram: https://instagram.com/fairquer/
Website: https://www.fairquer.org/
E-Mail: fairquer@gmx.de

Text: Annika Petersen

IT‘S TIME TO ACT!

WHEN DO YOU START?

