FASHION GUIDE

Fair

APRIL 2017

Ein Blick in den Kleiderschrank der Zukunft

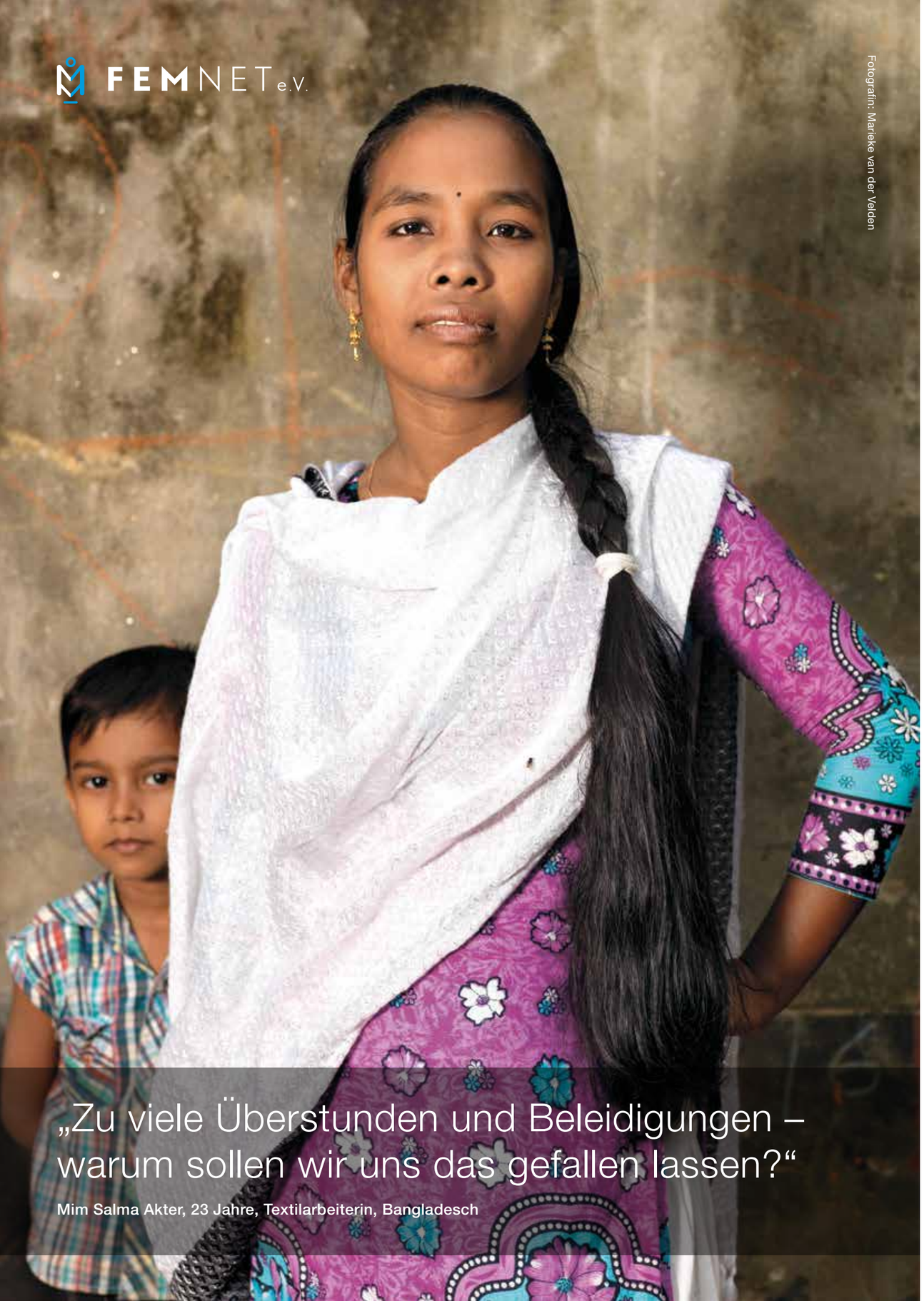
Interview mit Elin Larsson

Tipps zum fairen Konsum

Reduce, Redesign,
Care & Repair, Return

Fast Fashion Global

Komplexe Lieferketten
der Modeindustrie



Fair
Fashion Guide

Warum greifen wir bei dem einen Kleid zu, »müssen« es unbedingt haben? Weshalb fühlen wir uns in manchen Situationen in einer bestimmten Jacke besonders wohl und sicher? Mode ist schwer greifbar und emotional tief berührend.

Ob »Fashionista« oder »Modemuffel«, wir alle treffen jeden Tag Entscheidungen vor dem Kleiderschrank. Bekleidung ist unsere zweite Haut, begleitet und schützt uns vor Wärme und Kälte. Bewusst oder unbewusst drücken wir uns über Kleidung aus und demonstrieren Zugehörigkeit oder grenzen uns ab von Anderen. Mode ist Identität und kulturelle Ausdrucksform. Vielen macht sie Spaß, für manche ist sie eine Last. Auf jeden Fall spiegelt sie den Zeitgeist und ist Ausdruck für Innovation und Wandel in der Gesellschaft.

Die Mode- und Textilwirtschaft ist eine der größten Industrien weltweit. Oft ist sie Motor für die wirtschaftliche Entwicklung eines Landes. Zu ihren Schattenseiten gehören katastrophale Arbeitsbedingungen von Frauen vor allem in asiatischen Ländern und Osteuropa mit Löhnen weit unter dem Existenzminimum, zahlreichen – oft unbezahlten – Überstunden, Frauendiskriminierung und Verhinderung von gewerkschaftlicher Organisierung. Nicht nur die Menschen leiden unter den ausbeuterischen Auswüchsen der globalen Modeproduktion, sondern auch die Umwelt: verdreckte Luft, vergiftete Flüsse und Seen.

Wie Mode Gefühl und Verstand mit fairen und gesunden Herstellungsprozessen vereinen kann, zeigen wir mit dem Fair Fashion Guide. Denn Mode ist mehr als das Kaufen von Kleidungsstücken, es geht um die kreative Gestaltung des eigenen Kleiderschranks: Stylen, Kombinieren von Alt und Neu, von Schnell und Langsam. Es geht um Qualität, Wertschätzung und Zukunftsfähigkeit. Lasst Euch inspirieren, jeden Tag aufs Neue, Mode mit gutem Gewissen zu leben.

Dr. Gisela Burckhardt
Geschäftsführender Vorstand FEMNET
Herausgeberin

Prof. Friederike von Wedel-Parlow
Beneficial Design Institute
Chefredaktion

Inhaltsverzeichnis

VORWORT
3 Fair Fashion Guide

FAKTEN
5 Die Welt der Mode in Zahlen

CURATED WARDROBE
6 Ein Blick in den Kleiderschrank der Zukunft

ACT FOR GOOD
10 Tipps zum fairen Konsum
14 Sommer, Sonne, Grossstadtdschungel

REFLEXION
16 Kunden Empowerment

SPRING/SUMMER '17
18 Celebrating Fair Fashion

INFOBOX
24 Fast Fashion Global
Komplexe Lieferketten der Modeindustrie
26 Fasern im Vergleich
27 Die wahren Kosten der Mode – Was kostet mein T-Shirt?

APPELL
28 Vivienne Westwood

VISION
30 Die Zukunft ist Closed Loop
31 Qualität – Eine neue Definition von Nachhaltigkeit

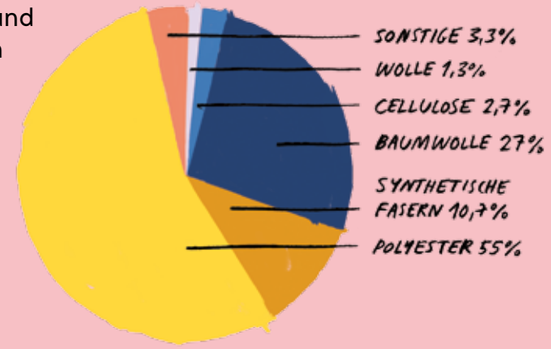
EMPFEHLUNGEN
32 Glossar

34 IMPRESSUM

16,7 Mrd. Euro Bruttoinlandsprodukt hatte Kambodscha 2015 – ein beliebtes Land der Bekleidungsherstellung. Der Umsatz von Inditex (u. a. Zara), also einem einzigen Unternehmen, lag 2016 bei 20,9 Mrd. Euro.

80% der Angestellten in den Nähfabriken in Bangladesch sind Frauen. Sie sind von den Arbeitsrechtsverletzungen besonders häufig und besonders stark betroffen.

Mehr als 700.000 Mikrofasern werden bei jeder Wäsche herausgewaschen, die meisten davon können nicht ausgefiltert werden und landen im Abwasser und somit in unseren Flüssen und Meeren.



Globaler Faserverbrauch 2015

Vier Mal werden die Teile durchschnittlich getragen, bevor wir sie als Altkleidung aussortieren. Rund 20% unserer Kleidung tragen wir überhaupt nicht.

7.000 Liter

Wasser werden für die Produktion einer einzigen Jeans verbraucht. Mit dieser Menge Wasser könnten wir über ein halbes Jahr lang tagtäglich die Klospülung benutzen!

Jeder 6. arbeitstätige Mensch weltweit ist in der Textil- und Bekleidungsbranche tätig – wenn wir auch Baumwollbäuer_innen und Verkäufer_innen im Einzelhandel mitzählen.

80 Mrd.

neue Bekleidungsteile werden weltweit pro Jahr gekauft! Davon kaufen Menschen in Deutschland durchschnittlich 60 neue Bekleidungsstücke pro Person. Das ist fast halb so viel wie Schokoladentafeln!

Über 20.000 verschiedene Chemikalien werden in der Textil- und Modeindustrie eingesetzt, etwa 30% des Chemikalieneinsatzes weltweit.

Fakten zusammengestellt von FEMNET
Die Quellen für die Zahlen und Fakten unter www.fairfashionguide.de

Ein Blick in den Kleiderschrank der Zukunft

Interview mit Elin Larsson

**Elin Larsson ist Sustainability Manager bei Filippa K und arbeitet seit 21 Jahren bei dem schwedischen Modelabel.
Im Interview spricht sie über ihre Liebe zur Mode, warum sie ein Jahr lang nur 40 Kleidungsstücke trägt und zeigt uns, was wir tun können, damit wir Mode wieder mehr schätzen.**

Du machst gerade einen Selbstversuch mit einer reduzierten Garderobe. Wie funktioniert das?
Mit meinem »40-teiligen Kleiderschrank« probiere ich aus, wie die optimale, perfekte Garderobe aussieht. Ich habe ein Jahr lang nur 40 Kleidungsstücke in meinem Schrank und feile an der Zusammenstellung, bis ich herausgefunden habe, was ich wirklich brauche. Jedes Mal, wenn etwas Neues oder Gebrauchtes dazukommt, muss ich dafür etwas aussortieren. Die Sachen, die ich rausnehme, verkaufe ich oder ich gebe sie an eine liebe Freundin weiter. Ist ein Kleidungsstück abgenutzt oder hat Flecken, wird es recycelt. Wenn Du deine Garderobe reduzierst, ist es wichtig, dass du sie auch auf eine andere Art wieder erneuerst. Für besondere Anlässe muss man sich beispielsweise nichts Neues kaufen, man kann sich auch etwas von Freunden leihen oder leasen. Ich bin gespannt, was am Ende dabei rauskommt und was die beste Mischung für mich ist.

Welche Kleidungsstücke gehören für Dich dazu?
Die 40 Teile sind nur Kleidung, keine Unterwäsche, Sportsachen, Outdoor-Kleidung oder Schuhe. Darunter habe ich ziemlich viele T-Shirts. Eine Kollegin, die dieses Projekt verfolgt, sagte zu mir: »Das ist ja interessant. Bei mir wären das ganz wenig T-Shirts, denn ich trage fast keine«. Das zeigt, dass sich Jeder in etwas anderem wohlfühlt. Für mich sind T-Shirts unverzichtbar, genau so wie Jeans, Hosen, Sakkos und mindestens zwei oder drei Blusen.

Welche Sachen dürfen in deinen reduzierten Kleiderschrank?
Die Teile muss ich zu verschiedenen Gelegenheiten tragen können. Das ist mir sehr wichtig, sonst ist es nur ein Stück, das nutzlos im Schrank hängt. Qualität und Passform sind sehr wichtig, damit ich mich in meiner Kleidung selbstsicher fühle. Wenn ich ein Stück kaufe, versuche ich mir vorzustellen, womit ich es kombinieren kann. Ich muss es mit mindestens fünf anderen Kleidungsstücken aus meinem Schrank kombinieren können. Denn nur dann werde ich es auch häufig tragen.

»Das Sakko habe ich mir für eine Gala geliehen, bei der ich einen Smoking trug. Ich verliebte mich darin und kaufte es. Mir gefiel der Schnitt, es passt zu meiner Garderobe. Die Bluse ist aus dem nachhaltigen Material Tencel. Die Hose habe ich vor der Geburt meiner Tochter, also vor etwa 13 Jahren, gekauft.«

»Alle Stücke sind irgendwie emotional miteinander verbunden und haben eine Geschichte.«

Zur Person: Gerade testet Elin Larsson, wie sie ein Jahr lang mit nur 40 Kleidungsstücken auskommt. Eine reduzierte Garderobe aus Basics von hoher Qualität, darunter Jeans, T-Shirts, Blusen, Kleider und Blazer.

»Das häufige Tragen eines Kleidungsstücks ist der Schlüssel zur Nachhaltigkeit«

»Der Pullover ist aus recyceltem Kaschmir und wurde in Italien hergestellt.«

Fotograf: Andreas Öhlund, Assistent: Charli Ljung, Haare & Make-up: Veronica Lindqvist

»Das Kleid ist vielseitig. Ich trage es casual zur Arbeit und mit High Heels und Accessoires als Party Dress. Ich liebe den glänzenden Stoff.«

Hast du bestimmte Auswahlkriterien, wenn Du dir neue Kleidung kaufst?
Mir ist wichtig, aus welchem Material und unter welchen Bedingungen ein Kleidungsstück hergestellt wurde. Aber manchmal ist Mode so emotional, das ist das Schwierige daran. Wenn ich im Supermarkt die Wahl zwischen konventionellem und Bio-Ketchup habe, fällt es mir leicht, dem konventionellen zu widerstehen. Aber bei Kleidung geht es darum, wie der Stoff fällt, wie er drapiert ist, wie er sich anfühlt. Es kommt vor, dass ich etwas kaufe, selbst wenn ich weiß, dass es nicht das nachhaltigste Produkt ist. Ich denke immer, dass ich es lange trage, also ist es trotzdem eine Verbesserung. Ansonsten achte ich in der Regel sehr darauf, was ich kaufe. Ich kaufe entweder Kleidung aus Recycling-Materialien oder Tencel – ich liebe Tencel – und aus Wolle.

Es gibt viele neue Services von Modeunternehmen. Welche findest Du spannend?
Es gibt nur zwei Dienste, die ich nutze: ein Rückgabesystem für Kleidung und das Leasingsystem. Letztes Jahr habe ich mein Ski-Outfit gemietet. Für die wenigen Male, die ich es trage, wäre es nicht sehr klug, das zu kaufen. Außerdem würde es viel Platz in meinem Kleiderschrank brauchen. Wir bieten jetzt selbst auch einen Online-Mietservice an.

Können diese Services dazu beitragen, dass Dinge so oft wie möglich getragen werden?
Genau. Das häufige Tragen jedes Kleidungsstücks ist der Schlüssel zur Nachhaltigkeit.

Warum ist das so wichtig?
Wird ein Kleidungsstück immer wieder getragen, erfüllt es seinen Zweck und wird nicht zum Staubfänger. Das entschädigt auch für die Mühen, die in der Herstellung von jedem Kleidungsstück stecken.

Geht es darum, den Nutzwert der einzelnen Kleidungsstücke besser zu verstehen?
Ja, auf jeden Fall.

Was brauchen wir, damit wir wieder selbstbewusster mit unserer Kleidung umgehen?
Wir (Modeunternehmen) müssen mehr positive Beispiele zeigen, etwa starke Frauen. Wir müssen zeigen, dass nicht Jede(r) superdünn oder perfekt geschminkt sein muss. Kleidung ist Kommunikation, da kann man gerne etwas mehr Tiefe wagen.

Warum liebst Du Mode?
Ich liebe Mode, weil sie eine Kunstform und gleichzeitig Handwerk ist. Die meisten wissen nicht, wie viel Mühe und Leidenschaft in jedem Kleidungsstück stecken und durch wie viele Hände es schon in der Herstellung geht. Sie wissen nicht, wie viele Ressourcen für seine Herstellung eingesetzt wurden. Wäre das allen bewusst, würden sie ihre Kleidung genauso lieben und respektieren wie ich.

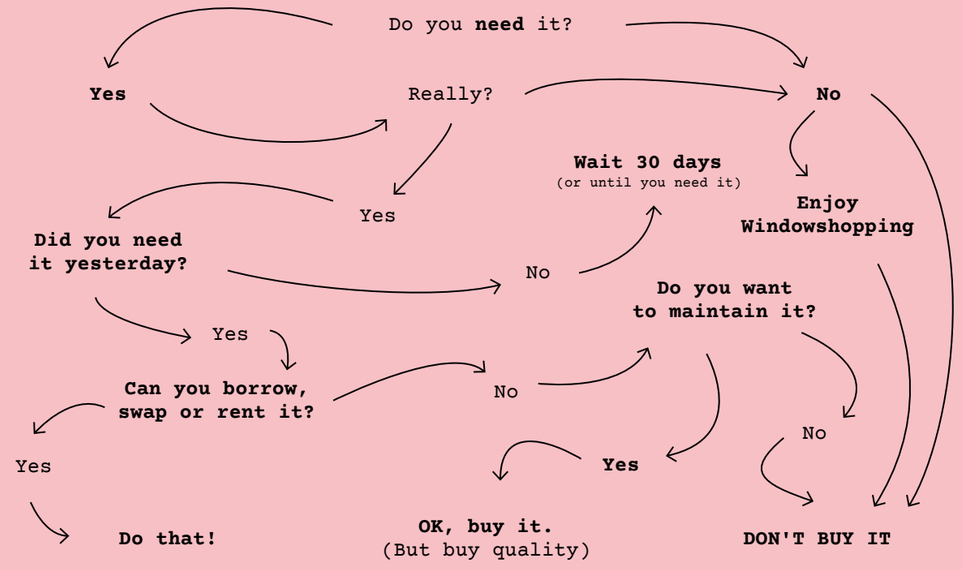
Was ist der Schlüssel zur Veränderung, brauchen wir Konsumenten eine andere Haltung oder muss die Modeindustrie umdenken?
Mode soll allen ein gutes Gefühl geben, wir sollen uns darin sexy fühlen und Spaß haben. Modeunternehmen müssen nicht unbedingt über Nachhaltigkeit sprechen. Sie sollen uns inspirieren, Lösungen anbieten und Beispiele zeigen.
Konsumenten müssen lediglich ihre Kleidung (an die Händler) zurückgeben, damit diese recycelt oder wieder verwendet werden kann. Wenn sie dafür belohnt werden, dann werden sie das auch tun.

Das Interview führte Friederike von Wedel-Parlow
Übersetzung: Christopher Mühlenberg

Tipps zum fairen Konsum

Wie Du zu einer tollen Garderobe kommst, Fehlkäufe vermeidest und Deinen eigenen Kleiderschrank zukunftstauglich machen kannst, dazu möchten wir Dich auf diesen Seiten inspirieren: mit hochwertigen, gesund und fair hergestellten Produkten. Gekauft, geliehen und getauscht.
In einer stimmigen Mischung aus alt und neu, lang- und kurzlebig, spielerisch miteinander kombiniert. Zusammengestellt von Ellen Köhrer

REDUCE



MARIE NASEMANN
Model, Schauspielerin und Bloggerin

INSPIRATION

»Wir Konsumenten haben einen großen Einfluss, welche Mode produziert wird. Kaufen wir mehr faire und nachhaltige Mode, merken die Unternehmen, dass das lukrativ ist und investieren dann auch darin.«

HUMOR

»Trends ändern sich, Persönlichkeit und Attitüde bleiben«

MARTINA GLOMB
Professorin an der FH Hannover

REDESIGN

Redesign, also Umgestaltung, Upcycling und Recycling sind ins Visier der Modeschaffenden gerückt, und der Verbraucher. Was vorher ungenutzt im Müll landete, ist heute Ausgangsmaterial für neue Produkte. Aus der getragenen Hose wird ein Rock, aus Restrollen neue Hemden, Textilverschnitt aus der Produktion wird mechanisch recycelt und zu neuen Fasern gesponnen, aus Plastikmüll aus dem Meer werden Jacken hergestellt. Eins haben alle gemeinsam: aus Abfällen werden neue Ressourcen. Die Kür ist, Produkte so zu schaffen, dass sie gar nicht erst zu Müll werden.

Pre-consumer Waste
Stoffabfälle aus der Produktion, wie Fasern, Gewebe, Besätze, fehlerhafte Waren, Verschnitt, Muster und zuviel produzierte Kleidung, die der Handel nicht verkaufen kann.

Post-consumer Waste
Gebrauchte Kleidung oder Altkleidung aus Sammlungen und Berufsbekleidung. Dazu zählen auch Heimtextilien wie Gardinen und Vorhänge, Bettwäsche und Tischtücher.

Zero Waste
Intelligente Design- und Schnitttechniken, bei denen, im Gegensatz zu herkömmlichen Methoden, kaum oder gar keine Stoffreste übrigbleiben.

Gestaltung für den Kreislauf und das Recycling
Kleidung aus Biobaumwolle, Leinen, Modal und Hanf, deren Inhaltsstoffe sicher in der Umwelt sind, kann nach dem Tragen kompostiert, also in den Kreislauf zurückgeführt werden werden. Aus recycelten Fischernetzen oder recycelten Jeans werden neue Stoffe hergestellt.

Nähcafés und Upcycling-Workshops
In der Gruppe macht Nähen noch mehr Spaß. Ob neue Kleidung oder aus Altem Neues schaffen (Upcycling), Veranstaltungen gibt's in jeder größeren Stadt, Adressen findet man im Internet.

Do It Yourself
Nachhaltige Wolle mit Anleitung zum Selberstricken oder –häkeln von Pullovern, Cardigans, Kleidern, Mützen und Schals gibt es auf Plattformen wie Woolandthegang.com. In der Zeitschrift CUT, einem der ersten Magazine der Do-it-yourself-Bewegung, findet man Anleitungen und Schnitte zum Selbernähen.

CARE & REPAIR

Was können wir tun, damit unsere Kleidung lange schön bleibt?

Je mehr wir auf unsere Kleidung achten, sie hegen und pflegen, desto länger bleibt sie uns erhalten. Sie wächst uns mit der Zeit ans Herz und wird für uns immer wertvoller. Hier ein paar einfache Tipps, wie man die Lebensdauer seiner Kleidung verlängern kann:

1 WASCHEN & TROCKNEN

Kleidung möglichst oft tragen, bevor man sie in die Waschmaschine gibt

Das gute alte Bügeln hilft: die Fasern schließen sich und sind weniger schmutzanfällig

Kleider auslüften, insbesondere Wolle

Flecken entfernen anstatt das ganze Teil zu waschen

Niedrige Waschtemperatur wählen

Lufttrocknen statt in den Trockner geben

Sanfte, biologisch abbaubare Waschmittel verwenden

2 PFLEGEN

Wolle regelmäßig ausbürsten, Pilling kann mit dem Bimsstein entfernt werden

Gute Kleiderbügel verwenden und Kleidung sauber aufhängen

Strickware falten, nicht hängen, dann hält sie länger und beult nicht aus

Kleidung gut aufbewahren. Winter- und Sommerkleidung getrennt lagern

Lavendel oder Zedernholz als natürlichen Mottenschutz und gegen Schlupfwespen zwischen die Kleidung hängen

3 REPARIEREN

Entweder Selbermachen, Stopfabende mit Freunden veranstalten oder Repairdienste von Marken wie Patagonia, Kings of Indigo oder Mud Jeans in Anspruch nehmen

Pflege-Workshops besuchen und Schuhe regelmäßig vom Schuhmacher neu besohlen lassen

In Workshops und Nähcafés lernen, wie man Knöpfe annäht, ein Loch stopft und kaputte Reißverschlüsse austauscht

Cardiganize ist das neue Stichwort: es gibt wunderbare Stopftechniken, mit denen die Produkte neugestaltet werden können.

»Mode von hoher Qualität ist für mich Kleidung, die unter guten Bedingungen, ohne Kinderarbeit und ohne schädliche Chemikalien hergestellt wurde.«

QUALITÄT

MAGDALENA SCHAFFRIN
Modedesignerin und Mitgründerin des Greenshowrooms

RESPEKT

»Stellt kritische Fragen und engagiert Euch«

KIRSTEN BRODDE
Leiterin Greenpeace Detox-Kampagne

Fotograf: Axl Jansen, Haare & Make-up: Christina Moissl

MAX GILGENMANN
Nachhaltigkeitsexperte und Berater

WERTVOLL

»Altkleider-sammlungen sind ein professionelles Geschäft«

RETURN

Was passiert mit unseren Altkleidern?

Jedes Jahr landen eine Million Tonnen gebrauchte Kleidungsstücke in Altkleidersammlungen. Damit könnte man 62.000 LKWs beladen. Aneinandergereiht gäbe das eine Fahrzeug-Schlange von Flensburg bis Innsbruck.

Nur ein kleiner Teil geht an Bedürftige. Die meisten Altkleider aus Sammlungen und Containern werden an gewerbliche Textilverwerter verkauft. Ein lukratives Geschäft. Dort werden sie von Hand nach Qualitäten sortiert. Die guten Sachen, rund 10–15 Prozent, werden an Secondhandhändler in Deutschland verkauft, ein großer Teil der noch gut erhaltenen Ware wird nach Osteuropa und Afrika verkauft. Die übrige Ware nutzen andere Industrien und stellen beispielsweise Putzlappen her. Verschmutzte oder schadhafte Ware, mechanisch zerschreddert, verwandelt sich in Packdecken oder Dämmmaterial. Der Rest wird verbrannt. Dafür gibt es auch ein schönes Wort: Energierecycling.

Vernichten unsere Altkleider die Textilproduktion in Afrika?

Laut Medienberichten sind Altkleider aus Deutschland mit Schuld daran, dass die Textilproduktion auf dem afrikanischen Kontinent kaum mehr existiert. Experten von Fairwertung, dem Dachverband der gemeinnützigen Altkleidersammlungen in Deutschland, betrachten das differenzierter. Die afrikanischen Bekleidungs- und Textilhersteller würden vor allem mit asiatischen Billigimporten konkurrieren.
Viele Menschen in Afrika leben aber vom Handel mit Secondhandkleidung. Sie ist beliebt und preiswert und teilweise von besserer Qualität als asiatische Billigimporte. Mehrere afrikanische Länder wie Simbabwe haben jedoch mittlerweile den Handel mit Altkleidern aus dem Ausland verboten, sie wird zur heißbegehrten Schmuggelware.

Wohin mit Kleidung, die man nicht mehr braucht? Statt in den Hausmüll besser bei einer der folgenden Stellen abgeben:

1. Stadtmissionen und Kleiderkammern sammeln Altkleider für Bedürftige.

2. Altkleidersammlungen und Container von Hilfsorganisationen wie Arbeiterwohlfahrt oder Malteser spenden einen Teil der gesammelten Kleidung an Bedürftige. Tipp: Nicht jeder Altkleidercontainer ist seriös. Telefonnummer und Webseite sollten auf dem Container stehen, so dass man sich informieren kann, was mit den Sachen passiert. Wo seriöse Sammelcontainer stehen, erfährt man auch auf den Webseiten der Städte und Kommunen, Verbraucherzentralen oder bei Fairwertung.de.

3. In den Stores von H&M, ESPRIT oder Puma und anderen Händlern kann man Altkleider abgeben. Bei manchen bekommt man dafür einen Einkaufsgutschein. Das soll zeigen, welcher Wert noch in den Kleidern steckt, regt jedoch auch zum Kauf neuer Kleidung an. Man sollte sich daher fragen: Brauche ich wirklich etwas Neues? Und unter welchen Bedingungen wurde es hergestellt? Mit dem Verkauf von Altkleidern erzielen die Unternehmen nämlich hohe Einkünfte bei professionellen Verwertungsunternehmen, nur ein kleiner Teil wird recycelt.

Sommer, Sonne, Grossstadtdschungel

Reif für etwas Urlaubsstimmung? Dann ab vom Büro direkt an die Strandbar! Fair produzierte Basics gibt es schon in großer Auswahl – und lassen sich für jede Gelegenheit einfach umstylen.

Artwork von Stills & Strokes

Strohhut Immer einen kühlen Kopf bewahren geht bestens mit dem Strohhut von ROYAL BLUSH. Handgefertigt in Peru – hier wird lokales Handwerk unterstützt, aus Toquila Faser.
→ royalblushbyjk.com

Sonnenbrille Mittagspause, die Sonne lacht, wir sind bestens gerüstet: Mit der in Süddeutschland 3D-gedruckten Sonnenbrille von PROJEKT SAMSEN. Gedruckt? Genau, denn hierbei entsteht kaum Abfall: Überschüssiges Nylon-Pulver wird einfach dem Produktionszyklus wieder zugeführt.
→ projekt-samsen.de

Schal Und sollte doch mal eine leichte Brise wehen: Einfach den »No Waste Festival Schal« von BALAGANS (in Deutschland aus indigogefärbtem Premium Baumwoll-Jacquard gefertigt) über die Schultern werfen!
→ atelier-balagans.de

Armband Verleiht jedem Outfit den gewissen »Twist«: Raffiniert verknotetes Armband von ROYAL BLUSH aus mit Rinde und Wurzeln gefärbtem Kalbsleder.
→ royalblushbyjk.com

Sandale Geht im Büro und auch am Strand: Die Sandale von EKN ist handgefertigt in Portugal in Familienbetrieben. Das Leder ist vegetabil und chromfrei gegerbt, die verwendeten Sohlen bestehen aus recyceltem Material, das in der konventionellen Schuhsohlenherstellung abfällt. → eknfootwear.com

T-Shirt Ein Klassiker, der in jeden Kleiderschrank gehört: bio-fair produziertes Baumwoll-T-Shirt von ARMED ANGELS.
→ armedangels.de

Jeans Dazu passt ein Basic-Teil mit Liebe zum Detail: Im Falle der »Drew Denim Carrot« von WUNDERWERK dient ein hoher Bund als Hingucker. Die Jeans ist aus 100% GOTS-zertifizierter Bio-Baumwolle, fair in Tunesien produziert. Vegan Dank weißem Bio-Baumwoll-Label.
→ wunderwerk.com

Tasche und Gürtel Es darf noch etwas Außergewöhnlicher sein? Allen Individualisten empfehlen wir Stöbern im Secondhandstore! Kussmund Clutch & gelber Lackgürtel: VINTAGE

Bomberjacke Auffallen mit Stil: Die »Bomberjacke« von SANIKAI ist alles andere als klassisch, mit Ethno-Print und edlem »Seidenlook« (sieht so aus, ist es aber nicht: das Material ist aus 100% recycelten PET Flaschen).
→ sanikai.com

Pumps Für alle, die sich lieber drinnen an die Bar setzen, als an den Strand: Die Pumps von ALINA SCHUERFELD verleihen jedem Outfit den nötigen »Glam-faktor«. Gefertigt in Italien, aus in Deutschland 100% chromfrei gegerbtem »Nainai« Lachsleder, einer schönen Alternative zu exotischen Ledern!
→ alinaschuerfeld.com

Kunden_Empowerment

Wir als Konsument_innen haben eine Stimme und mit unseren (Kauf-)Entscheidungen Einfluss auf den Markt: Durch unsere bewusste Auswahl, alternativen Konsum, politisches Engagement und auch nur das pure Nachfragen, wie die Kleidung hergestellt ist.

»Öko, bio, fair – das finden viele Konsument_innen gut. Doch nur rund ein Prozent des Gesamtumsatzes erwirtschaften Textilunternehmen mit dieser Kleidung. Der Kauf von öko-fairer Mode hat noch immer mit einigen Vorurteilen zu kämpfen:

– Öko-faire Mode ist altmodisch, einige verbinden immer noch den Jutesack-Stil von einst damit – praktisch, aber wenig hip. Dieser Fair Fashion Guide mit öko-fairer Kleidung beweist das Gegenteil: Fair ist schön.

– Öko-faire Mode ist teuer. Falsch! Zumindest nicht im Vergleich mit gehobenen Marken wie Adidas oder Hugo Boss. Gegen Billigmarken kommt sie natürlich nicht an. Schließlich wird sie unter menschenwürdigen Bedingungen hergestellt. Zwar gelten die Kund_innen in Deutschland als ganz besonders preisbewusst, aber die Bereitschaft für ethisch verantwortlichen Konsum etwas mehr zu zahlen, wächst. So auch die Zahl von Ausstellern fairer Mode auf der Berliner Modemesse Ethical Fashion Show: Waren es 2012 noch 36, stellen dort heute über 80 Marken faire Mode von Street Wear bis High Fashion aus.

– Ich kann allein sowieso nichts ändern. Welchen Unterschied macht es, wenn ich bewusster einkaufe? Wer eine Verkäuferin im Geschäft nach den Arbeitsbedingungen von Textilarbeiterinnen in Bangladesch fragt, bekommt oft keine Antwort. Viele Verkäuferinnen werden von ihrem Unternehmen nicht darüber aufgeklärt. Aber man kann sie bitten, bei der Geschäftsführung nachzufragen. Ich habe das oft getan. Entweder standen dann die Verantwortlichen direkt vor mir oder ich bekam eine Telefonnummer genannt. Das Erstaunliche: Nachfragen wirkt! Je mehr Menschen kritisch nachfragen, umso größer der Einfluss auf die Marken. Denn die Nachfrage bestimmt das Angebot.

Vorurteile sind überholt

Rufen FEMNET und die Kampagne für Saubere Kleidung öffentlich dazu auf, Unternehmen aufgrund von Arbeitsrechtsverletzungen in der Produktion in Asien einen Protestbrief zu schreiben, reagieren diese sehr nervös. Denn jedes Unternehmen fürchtet um sein Image. Die Wirtschaftsprüfungsgesellschaft KPMG hat elf weltweit führende Unternehmen im Dezember 2016 befragt und herausgefunden, dass der »Schutz der Reputation« ein Hauptgrund für das Befassen mit Menschenrechten ist. Denn viele Protestschreiben bedeuten letztlich für ein Mode-Unternehmen einen Umsatzrückgang und damit finanzielle Verluste.

Wie erkenne ich als Verbraucher_in, unter welchen Bedingungen ein Kleidungsstück hergestellt wurde, da der Preis ja nur bedingt etwas aussagt?

Es mangelt an Transparenz: Hinweise in der Kleidung, wo und wie Hose, Bluse oder Jacke hergestellt wurden, fehlen meist. Nur wenige Marken nähen einen Code in die Kleidung, der die Herkunft einzelner Kleidungsstücke im Internet nachvollziehbar macht. Noch weniger Informationen gibt es über die Arbeitsbedingungen, unter denen die Ware hergestellt wurde. Die meisten Unternehmen scheuen Transparenz. Warum dann nicht den Gesetzgeber auffordern, Regeln zu schaffen?

Konsument_innen haben auch als Bürger_innen eine Stimme. Rahmenbedingungen per Gesetz könnten Unternehmen zu Transparenz und auch zu Vorsorgemaßnahmen verpflichten, damit die Produktion nicht auf Kosten von Menschen und Umwelt in einem Billiglohnland stattfindet. Treffen sie diese Vorsorge nicht, müssten sie zur Rechenschaft gezogen werden und bei Unfällen haften, wie beim Einsturz des Rana-Plaza-Gebäudes in Bangladesch mit fünf Fabriken und über 1000 Toten.

Transparenz ist ausschlaggebend

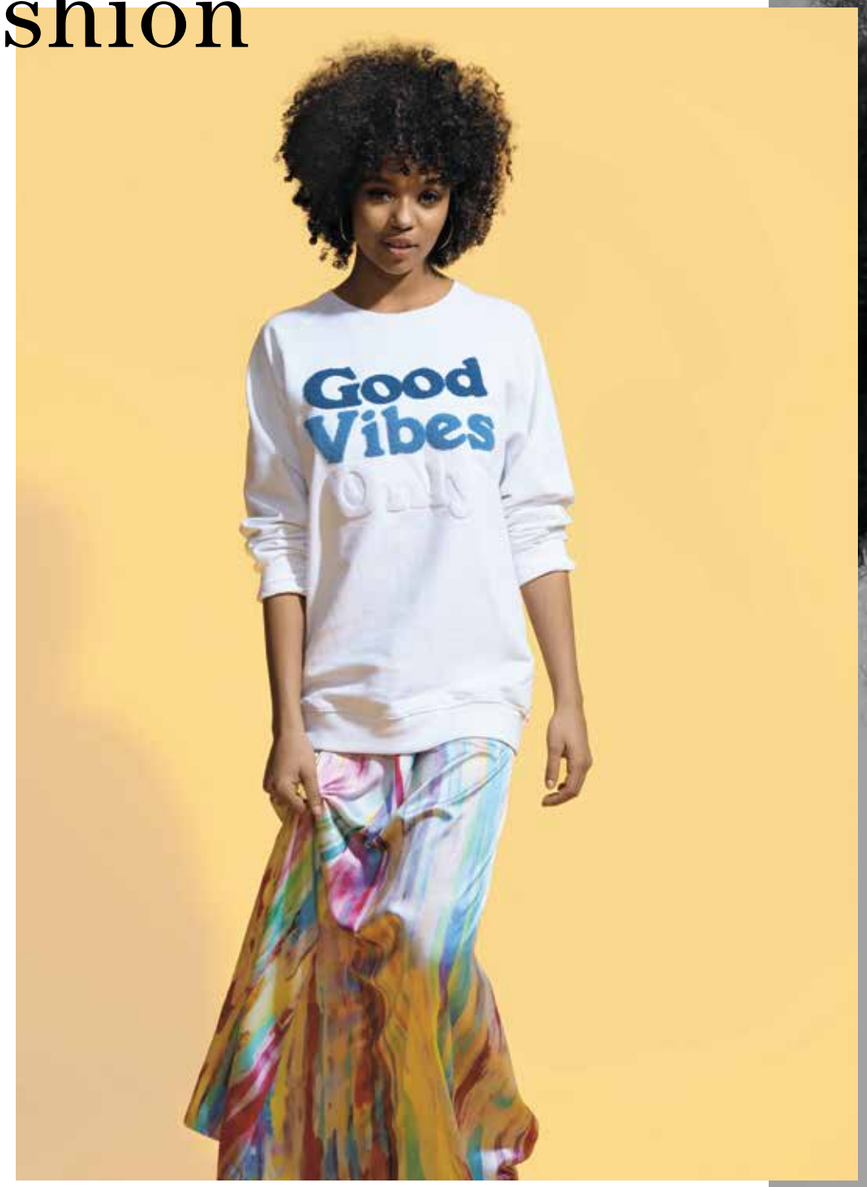
Bisher verfolgt die Bundesregierung jedoch anstelle einer gesetzlichen Regelung einen freiwilligen Multi-Stakeholder-Ansatz. Sie hofft, dass die Unternehmen freiwillig Maßnahmen treffen, sich dabei aber auf einen verbindlichen Prozess einlassen. Bundesentwicklungsminister Dr. Gerd Müller hat deshalb vor zwei Jahren das »Bündnis für nachhaltige Textilien« ins Leben gerufen. Die 170 Mitglieder des Textilbündnisses – darunter über 121 Unternehmen – sind bis Ende März 2017 aufgefordert, eine Roadmap abzugeben, in der sie ihre Ziele für das Jahr 2017 festlegen, wie sie Umwelt- und Sozialstandards in ihrer Lieferkette verbessern wollen. Diese Ziele werden extern auf Plausibilität geprüft und müssen ab dem zweiten Jahr veröffentlicht werden. Viele Mitglieder werden dies freiwillig bereits 2017 tun.

Aber diese Maßnahmen können gesetzliche Regeln nicht ersetzen, sondern nur ergänzen. Unsere europäischen Nachbarn gehen mit gutem Beispiel voran: In Frankreich verabschiedete das Parlament im Februar 2017 ein Gesetz, das Unternehmen mit mehr als 5000 Beschäftigten verpflichtet, einen Risikovorsorgeplan zu erstellen, der Menschen und Umwelt entlang der gesamten Lieferkette schützt. In Großbritannien gibt es seit Oktober 2015 den Modern Slavery Act, der Unternehmen dazu anhält, über ihr Vorgehen gegen Zwangsarbeit, Sklaverei und Menschenhandel in der Lieferkette zu berichten.

Bürger_innen können sich im Internet an Aufrufen an die Politik beteiligen, bei Kampagnen mitmachen, sich an Demonstrationen oder Flashmobs beteiligen und Abgeordnete aus ihrem Wahlkreis auffordern, sich für Gesetzesinitiativen stark zu machen. Immer mehr Menschen wollen ökologisch und fair hergestellte Kleidung.

Text von Gisela Burckhardt

Celebrating Fair Fashion



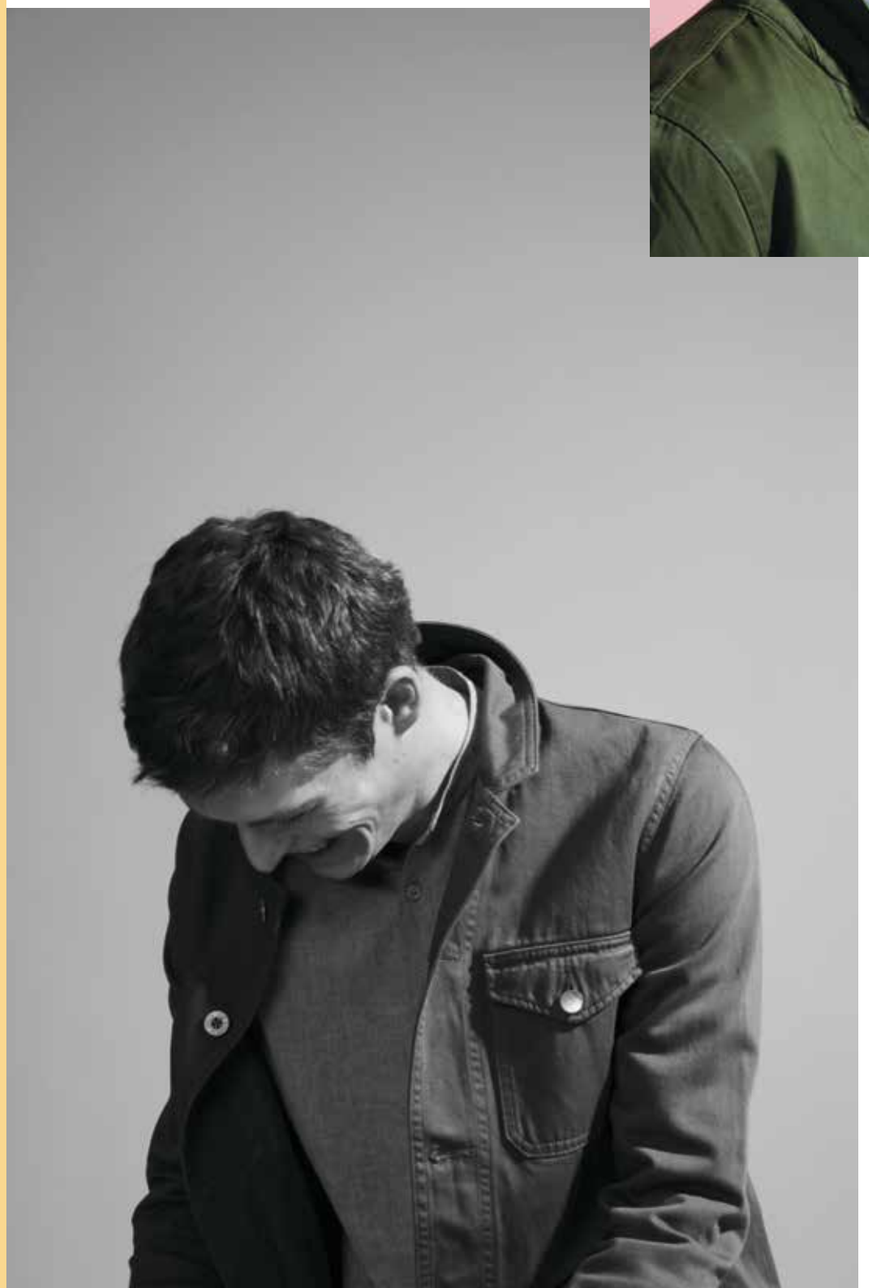
Fotograf: Axl Jansen
Fotoassistent: Florian Böhm
Model: Wendy Juel@Le Mangement, Julius Gerhardt@Kult Model Agency
Styling: Leonie von Lieres, Haare & Make-up: Linda Sigg@Nina Klein

Sweater Dedicated
Langer bunter Seidenrock Sanikai
Ohrring Folkdays

Bluse Freitag
Ohrringe Folkdays

Jeansjacke mit Patches Balagans
Ärmellose Bluse Armed Angels
Men's/Boyfriend Jeans Mud Jeans
Gürtel Ekn

Grüne Jeansjacke Kings of Indigo
Hellblaues Leinenhemd mit Stehkragen Bleed



Bluse mit Lochmuster Royal Blush
Men's Workwear Jeans Freitag
Sneakers Veja
Ohrringe Folkdays
Kordel-Guertel Royal Blush

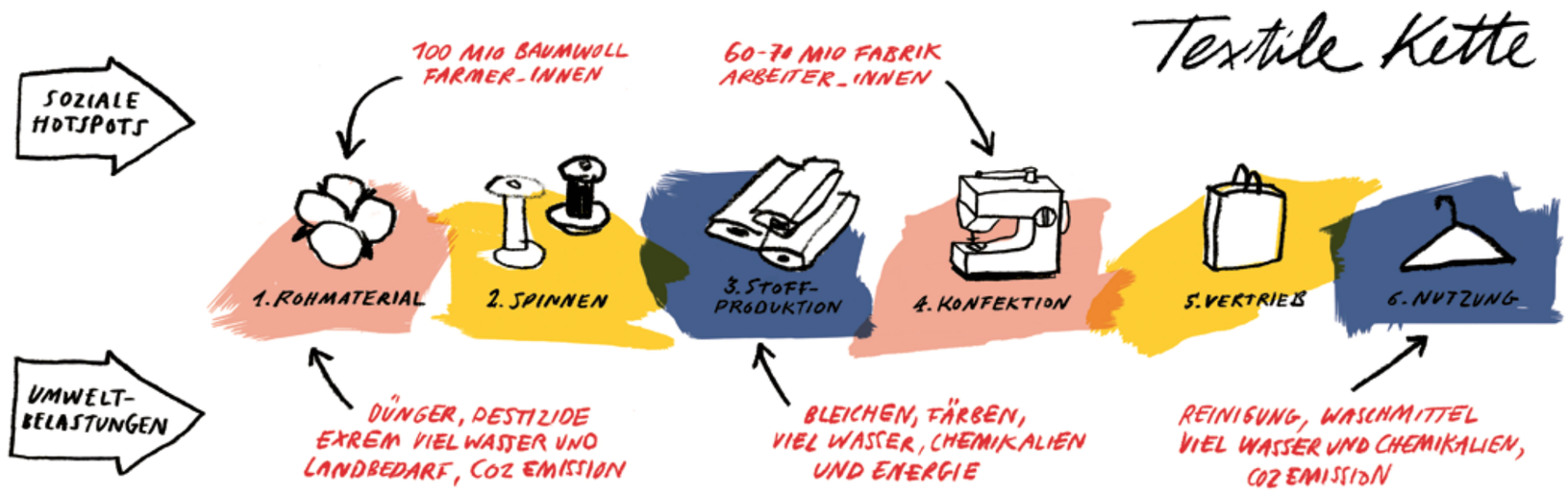
Dark Denim Total Look Kings of Indigo
Grünes T-Shirt Nudie Jeans
Sneakers Ekn

Lange Hose in Nude Hessnatur
Gestreifte Bluse (gewickelt) Hessnatur
Brauner Mantel mit Plissée Detail Schmidttakahashi
Espandrilles Alina Schuerfeld
Ohrringe Folkdays

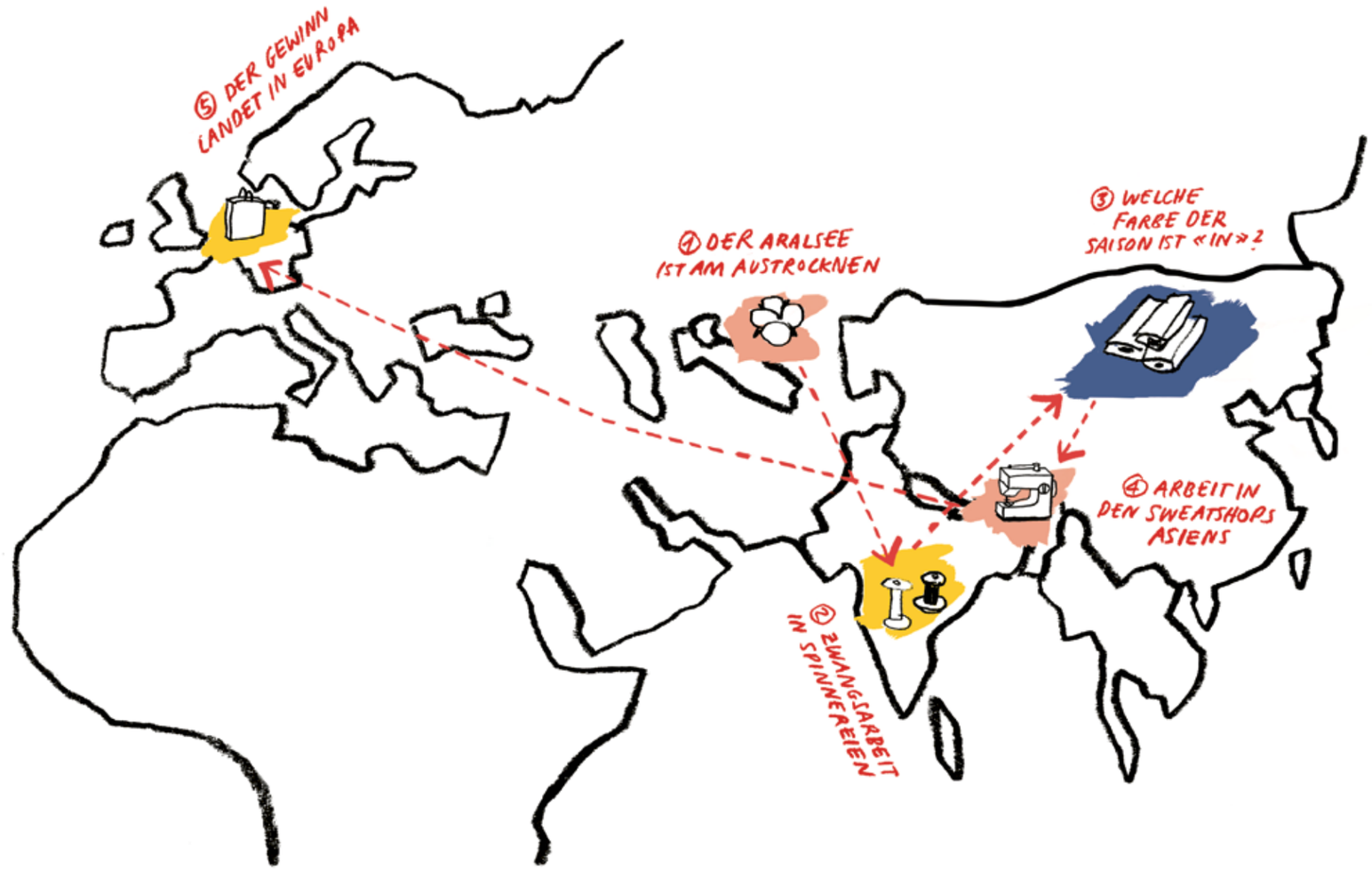
Fast Fashion Global

Komplexe Lieferketten der Modeindustrie spannen sich um den Globus mit immensen Auswirkungen wie Arbeitsrechts- und Umweltschutzverletzungen

Illustrationen von Monja Gentschow
Recherche von Simone Seisl



Die Reise eines T-Shirts – und seine Folgen



Die Lieferketten in der Modeindustrie sind lang: genäht, geschnitten, gefärbt und bearbeitet wird ein Hemd rund um den Globus. Kein Vergnügen für Umwelt und Menschenrechte.

❶ Über 60% der Fläche sind durch den Baumwollanbau in der Region in den letzten Jahrzehnten ausgetrocknet. Große Mengen eingesetzter Pestizide belasten die Böden. Kinderarbeit auf den Baumwollfeldern ist kein Einzelfall.

❷ Das »Sumangali«-System in Spinnereien in Südindien ist eine perfide Art der Zwangsarbeit: Jungen Frauen aus armen Familien werden nach Beendigung einer ca. 3-jährigen Arbeitszeit etwa 500-800 Euro versprochen, die als Mitgift für die Hochzeit dienen sollen.
Die Arbeit entpuppt sich als Zwangsarbeit von bis zu 12 Stunden, inklusive Nachtarbeit. Eingesperrt in Unterkünften der Spinnereien erhalten die Frauen oft nicht einmal die versprochene Geldsumme.

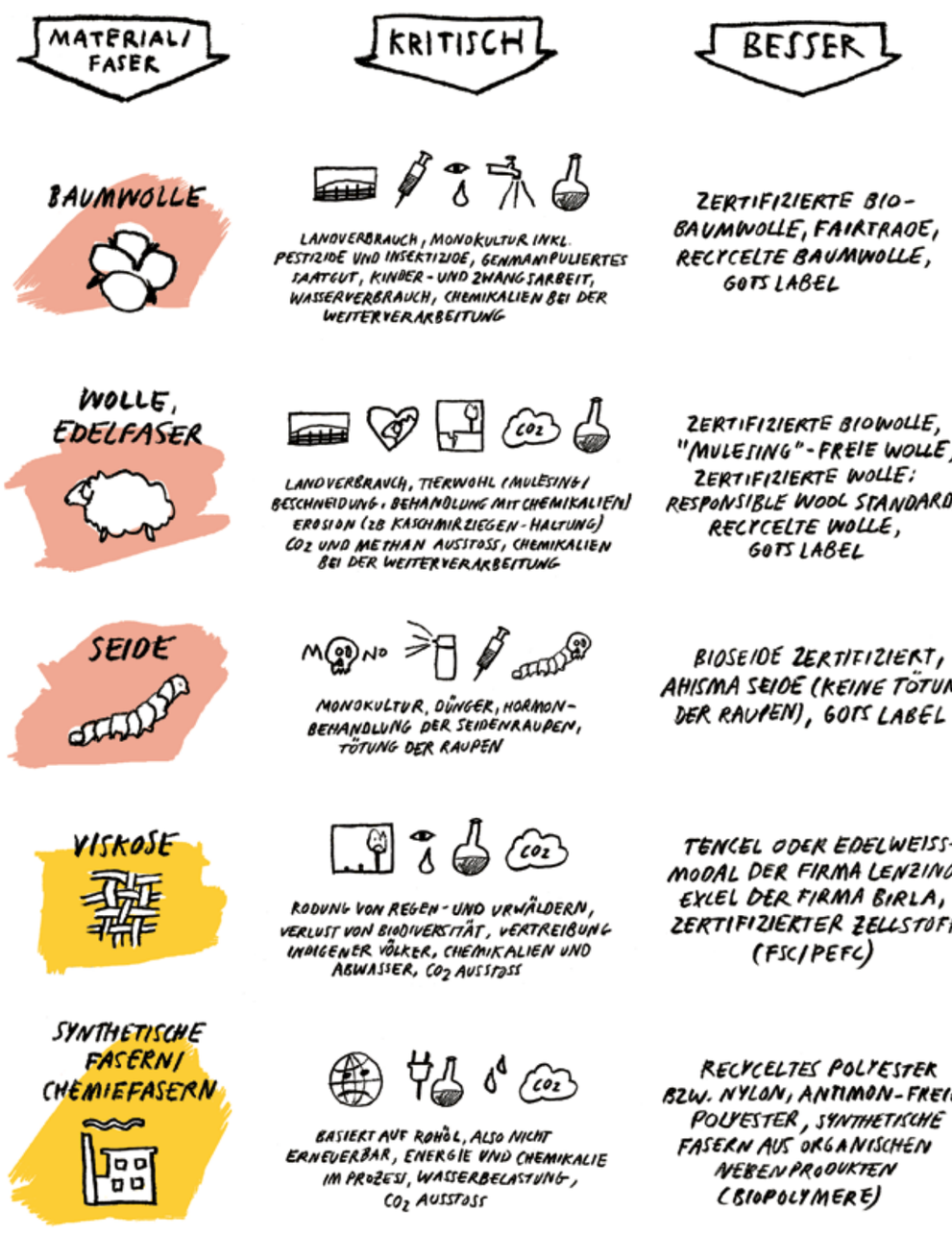
❸ Textilfabriken leiten ihr Abwasser oft ungeklärt in die Flüsse. Ca. 2500 kg Chemikalien werden täglich in der Produktion eingesetzt mit negativen Folgen für die Gesundheit der Arbeiter_innen und die Qualität des Trinkwassers.

❹ Arbeit unter unwürdigen Bedingungen mit Löhnen unter dem Existenzminimum. Beschäftigte sind zu 80% Frauen, die bis zu 100 Stunden/Woche arbeiten müssen. Um nicht zu oft auf die Toilette gehen zu müssen, trinken die Frauen zu wenig. Kaum Arbeitsschutz, kein Recht sich zu organisieren.

❺ Vom Ladenpreis eines T-Shirts erhält die Näherin nur 0,6% als Lohn, 71% landen beim Markenunternehmen und im Einzelhandel in Europa.

Fasern im Vergleich

Kritische Aspekte und empfehlenswerte Alternativen (im Bereich Rohmaterial und Stoffproduktion)



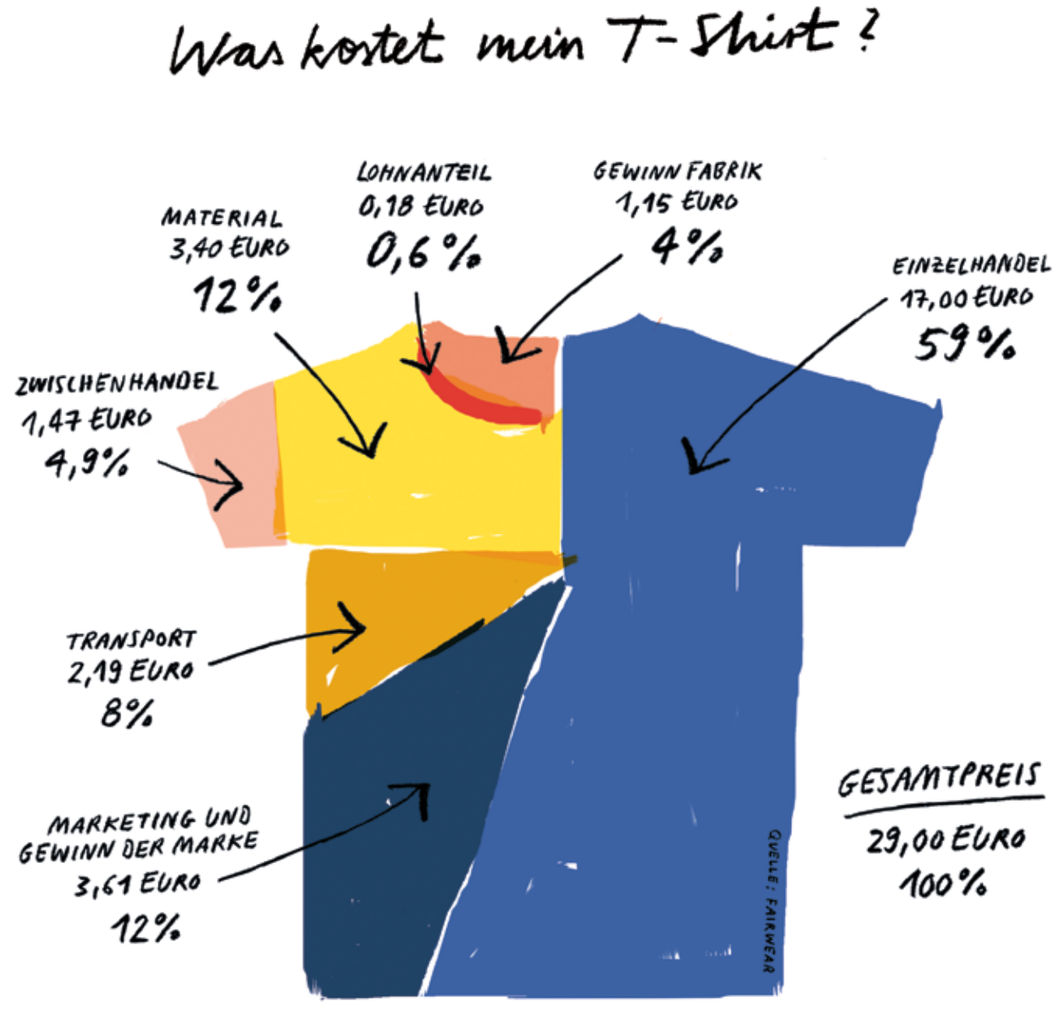
Die wahren Kosten der Mode

Die Endverbraucher_innen zahlen 29 Euro, davon erhält die Näherin 0,18 Euro.

Für das Marketing wird fast das Doppelte eingesetzt als für die Herstellung – Werbemittel, die allein dazu dienen, das T-Shirt zu verkaufen.

Der größte Teil der Produktion findet in den Herstellungsländern statt. Der überwiegende Teil des Umsatzes wird jedoch in Europa, nicht in den Herstellungsländern, abgeschöpft – mehr als 70%.

Während die Unternehmen hohe Gewinne einfahren, laden sie der Gemeinschaft weltweit hohe Kosten auf. Alle im Jahr 2015 in Deutschland verkauften Textilien (Jahresumsatz 62 Milliarden Euro) haben weltweit Umweltkosten in Höhe von 3,9 Milliarden US-Dollar verursacht. Die sozialen Auswirkungen – wie zum Beispiel steigende Gesundheitskosten – sind noch nicht einberechnet. Die Kosten fallen fiktiv an – die meisten Staaten haben nicht die Mittel, um Umweltauswirkungen und die Menschenrechtsverletzungen »zu reparieren«.



“

The most important
weapon we have
is public opinion:
start to understand the
world you live in.
You're a freedom fighter
as soon as you start
doing that.

”

»Die größte Waffe, die wir haben, ist die öffentliche Meinung:
Starte damit, die Welt zu verstehen, in der Du lebst.
Du wirst zur Freiheitskämpferin, sobald Du damit beginnst.«

Vivienne Westwood

Die Britin Vivienne Westwood ist Modedesignerin und Rebellin.
Kreierte sie in den 1970ern den Punk als Auflehnung gegen das Establishment, so waren
ihre Entwürfe später geprägt von historischen oder ethnischen Inspirationen, die sie auf ganz
originäre Weise ins Heute übertrug. Damit setzte sie Zeichen gegen schnell wechselnde Trends.
Sie ist Freiheitskämpferin und engagiert sich seit einigen Jahren gegen den Klimawandel.

Fotograf: © Rankin

Die Zukunft ist Closed Loop

Stellen wir uns eine Welt vor, in der alle Ressourcen so gestaltet sind, dass sie nach jeder Nutzung einen neuen Einsatz finden, und in der es keinen Abfall gibt. Eine Welt, in der die Wolle »zwischengelagert« wird in dem Pullover, der mich für einige Jahre als Lieblingsstück begleitet. Danach wird sie vielleicht zu einer Hose neu versponnen. Am Ende wird sie womöglich zu Bodenvlies verarbeitet, das Pflanzen beim Wachsen unterstützt und den Boden vor Erosion schützt.

Deutschland ist Weltmeister der Kreislaufwirtschaft: Mehr als 60 Prozent der Textilien werden bei uns gesammelt, sortiert und das meiste davon wird weiterverwertet. Die USA kommen im Vergleich dazu auf weniger als neun Prozent bei deutlich höherem Textilkonsum. Recycling und Upcycling stehen hoch im Kurs, Avantgarde-Designer sowie große Marken probieren sich in dem Feld und bieten Jacken aus alten Plisseeröcken (Schmidt-Takahashi), Taschen aus LKW-Planen (Freitag) oder »Recycle your Clothes«-Kollektionen mit Anteilen mechanisch recycelter Baumwolle (H&M) an. So wird die Nutzungsphase der Materialien und Fasern um eine weitere verlängert und entsprechend weniger Primärrohstoffe werden eingesetzt.

Dies ist die Speerspitze einer neuen Bewegung, einer radikalen Umwandlung des Systems Mode, wie wir es kennen. Noch steht die Frage im Vordergrund, wie wir die über eine Million Tonnen Textilmüll, die allein in Deutschland jedes Jahr am Ende der textilen Kette anfallen, einer attraktiven Wiederverwertung zuführen können. Im Kern geht es jedoch darum, das Problem zu lösen, bevor es entsteht. Und darum, ästhetische Produkte in gesunden Herstellungs- und Nutzungsprozessen umzusetzen, die stimmig mit der Natur und für die Menschen sind. Nachnutzungen werden dabei von Anfang an mitgestaltet, das Konzept von Abfall obsolet, der Kreislauf geschlossen.

Weltweit wird intensiv an dieser Kreislaufthematik geforscht und entwickelt; Industrie, Universitäten und Forschungsverbunde widmen sich der Frage, wie gebrauchte Kleider vollständig im Kreislauf wiederverwertet werden können – also ohne Downcycling, bei gleichbleibender Qualität. Eine Herausforderung, wird doch beim mechanischen Recycling beispielsweise die Faser so stark verkürzt, dass sie im neuen Produkt zum Pillen (Knötchenbildung) neigt. Auch die Rohstoffe, die in der Produktion zum Einsatz kommen, wie Wasser, Energie und Chemikalien, sollen in möglichst geschlossenen Kreisläufen zurückgeführt werden. Mit diesen neuen Technologien haben es Zellulose-Regeneratfasern wie Tencel und Lyocell auf die Liste umweltfreundlicher Fasern geschafft. Als Ausgangsmaterial für diese Fasern dient heute überwiegend Holz. In Zukunft können sie auch aus Altpapier und Altkleidern gewonnen werden.

All diese sehr spannenden Entwicklungen regen auch die die Kreativität der Designer an. Sie gestalten beispielsweise Brillen aus kreislauffähigem Nylon 6 (einem Kunststoff) im abfallfreien 3D-Druckverfahren, bei der alle Komponenten der Brille aus demselben Material und damit vollständig wiederverwertbar sind. Wir können uns also auf eine völlig neue Generation von Produkten freuen.
Auch mit neuen Services wie Leasen, Mieten und Leihen führen uns innovative Unternehmen an die Idee heran, dass uns Kleidung nicht immer gehören, sondern für eine Zeit lang begleiten wird. Und dass wir das als Bereicherung empfinden. Danach wird sie von jemand anderem genutzt oder zu etwas Neuem, Anderem transformiert. Insgesamt verschiebt es sich von einem »Besitzen« zu einem »Nutzen«.

Die eigentlich radikale Veränderung liegt in der Abwendung vom konventionellen, linearen Produktionssystem und der Transformation des gesamten Modesystems hin zu einer ganzheitlichen Gestaltung innerhalb kreislauffähiger Nutzungskonzepte. Wenn wir die Nutzungsphase lediglich am Ende des Nutzungszyklus verlängern, erhalten wir dasselbe System, das verantwortlich für unseren Abfall ist. Dieselben, mit belastenden Chemikalien hergestellten Produkte, werden in diesem Fall nur in eine weitere Verwendungsschleife gegeben.
Ein besonders prägnantes Beispiel für die Sinnlosigkeit dieser Strategie sind LKW-Planen aus PVC, die zu modischen Taschen wiederverwendet werden. Dieses Material ist zwar hervorragend kreislauffähig, es lässt sich immer wieder verwerten. Nur ist es leider nicht für den Hautkontakt gemacht und steht unter dem Verdacht, krebserregend zu sein. Es sollte komplett vom Markt genommen werden.
Ein anderes Beispiel: Recycling von PET-Einwegflaschen und die Wiederverwendung in Fleecepullies, Outdoorkleidung und modischen Produkten. Wir müssen uns fragen: Ist das eine zukunftsweisende Lösung, wenn wir aus einem Einwegprodukt mit hohem Energieaufwand ein Textilprodukt für eine weitere Nutzung herstellen? Der Kreislauf ist damit nämlich nicht geschlossen, sondern es wird lediglich die Nutzungsphase des Rohstoffs bis zur »Entsorgung« etwas verlängert. Weil es durchschnittlich 500 Jahre braucht bis Polyester biologisch abgebaut wird, ist damit die eigentliche Problematik des Materials nicht gelöst. In der Zwischenzeit schwimmt es im Meer herum. In kleinste Mikropartikel zerrieben, schädigt es Flora und Fauna und landet letztlich in unserer Nahrungskette.

Das Problem lösen, bevor es entsteht.

Dass es auch anders geht, zeigt zum Beispiel Wolford. Das Unternehmen hat gerade in Paris eine umweltsichere Wäsche- und Strumpfhosenkollektion präsentiert. Was das bedeutet? Alle Inhaltsstoffe sind positiv definiert, das Produkt ist also nicht nur frei von schädlichen Chemikalien, sondern man weiß darüber hinaus auch genau, was sonst noch drin ist. Das Material ist eine Art Polyester, das jedoch, anders als die oben genannten PET-Flaschen, biologisch abbaubar ist. Und zwar alle Komponenten – bei einem BH sind das über 14 verschiedene Teile. Nach der Nutzung wird die Wäsche oder Strumpfhose von Wolford zurückgenommen, industriell kompostiert und dieser Humus dient anschließend als Nährstoff für neue Pflanzen. Diese Produkte sind also so gestaltet, dass sie nicht nur nicht-schädlich, sondern sogar positiv für die Natur und den Menschen sind.

Das Designkonzept, das Wolford hier verwendet, heißt »Cradle to Cradle« und wurde von dem Chemiker Michael Braungart entwickelt. Auch Manufactum und die Lidl Stiftung arbeiten gerade an Produkten in dieser umfassenden Qualität. Dass diese Produkte nach der Nutzung zum Beispiel als Pflanzvliese wieder zurück in den natürlichen Kreislauf eingehen können, ist die eine Seite. Gleichzeitig wird auch der gesamte Herstellungsprozess sauber, die Arbeiter_innen sind keinen gesundheitsschädigenden Belastungen ausgesetzt. Die Zukunft ist also schon da.

Text von Friederike von Wedel-Parlow

Qualität – eine neue Definition von Nachhaltigkeit

Qualität als Begriff wird grundsätzlich positiv verstanden. Er bedeutet heute so viel mehr als die Machart oder Performance eines Produkts: ökologische und soziale Qualität ist gleichbedeutend mit der Herstellungsqualität und Haltbarkeit eines Produkts. Der Begriff »Nachhaltigkeit« kann sich damit langsam verabschieden.

»Qualität ist soziale, ökonomische und emotionale Kompetenz, es ist etwas, das mir und allen Beteiligten gut tun muss« sagt Britta Steilmann. Als Tochter des einst größten Textilherstellers Europas, hat sie in den 1990er Jahren die erste Modekollektion mit ganzheitlichem Anspruch auf den Markt gebracht. Damit hat sie damals Standards gesetzt, wie sie heute kaum mehr erreicht werden. Unter dem Leitspruch ihres Vaters: »Wir machen Mode für Millionen und nicht für Millionäre« als Ausdruck der Demokratisierung der Mode, versuchte sie diese Qualität langfristig für alle erreichbar zu machen, nicht nur für eine kleine, feine Elite. Sie entwarf rein pflanzlich gefärbte Kollektionen und setzte auf Naturstoffe wie Seide, Leinen und Baumwolle. Ihr Ziel war, alles biologisch kompostierbar zu fertigen, auch Knöpfe und Garne. In den noch überwiegend europäischen Produktionsketten war das damals, mit dem entschiedenen Willen einer Britta Steilmann, noch verhältnismäßig überschaubar. Der Widerstand regte sich eher aus dem Markt, der sich für etwas Neues, das durch seine pure Existenz alles Bisherige in Diskredit brachte, nicht öffnen wollte und noch nicht »soweit« war.

Heute, in Zeiten von Fast Fashion – in Zeiten von ins Unermessliche gesteigerten Geschwindigkeiten und Massen, die mit dem natürlichen Bedarf nach Wandel in der Mode nichts mehr zu tun haben – ist die Notwendigkeit zur Einhalt noch viel brisanter. Gewinnmaximierte Bekleidung, an kurzfristigen Trends und Verkaufszahlen ausgerichtet und preisorientiert hergestellt, ist nicht Mode im eigentlichen Sinne. Mode ist kulturschaffend, sinnstiftend und zukunftsweisend. Die Maxime der Fast Fashion dagegen ist der finanzielle Profit. Standardisierung und Prozessverkürzung der Musterentwicklung führen zu massiven Passformproblemen. Stoffe und Schnitte haben jegliche materielle wie kulturelle Qualität verloren: Ohne Wert produziert, kurz genutzt, gleich wieder entsorgt. Der Blick auf die günstigen Preise scheint jedoch großzügig über solche Qualitätsmängel hinwegzutrösten. Wer nur Fast Fashion kauft, kann echte Qualität kaum mehr erkennen.

Qualität wird grundsätzlich positiv verstanden; Etwas Gutes, Wertiges, etwas das mit Zeit und einem gewissen Aufwand hergestellt worden ist. Beim Tragen wird dieser Aufwand wiederum mit Zeit, Wohlgefühl und Genuss beantwortet und wertgeschätzt. Natürlich gehören stabile Nähte, gut befestigte Knöpfe, eine überzeugende Performance und ein Material, das auch nach einigen Wäschen noch hält, zum allgemeinen Qualitätsverständnis. Der Begriff ist jedoch dabei sich auszuweiten. Qualität bedeutet heute auch, dass es allen und allem entlang der textilen Kette gut oder zumindest besser geht, meint also Produkte, die ohne Kinder- und Zwangsarbeit, bei Bezahlung gerechter Löhne und ohne schädliche Chemikalien hergestellt werden. »Wenn jeder Beteiligte des Prozesses wertgeschätzt wird, dann glaube ich, sind wir auf dem total richtigen Weg«, sagt Britta Steilmann. »Was mich zuversichtlich macht ist, dass ich glaube, dass die Zeit dafür heute reif ist und ganz viele Menschen ganz große Sehnsucht nach diesem Thema haben. Also nach was Sinnvollem, Sinnstiftendem; dass sie darauf achten, was sie konsumieren und ihr Leben ändern.« Qualität ist, anders als Nachhaltigkeit, kein »Nice-to-Have«, kein Zusatznutzen. Qualität ist eine Haltung, ein verinnerlichter Anspruch, ein »Set of Mind«.

Britta Steilmann ist heute als Beraterin für Bewusstseinswandel hier und in New York tätig. Sie lehrt die Menschen mit dem Herzen zu denken, da unsere Vernunft alleine nicht ausreicht, wollen wir alle Missstände auf unserem Planeten ausräumen. »Probleme kann man niemals mit derselben Denkweise lösen, mit der sie entstanden sind« sagte Albert Einstein.

Text von Friederike von Wedel-Parlow

Glossar

Wie finde ich faire Mode? Zur Inspiration findet Ihr hier Listen über nachhaltige Brands mit hohen sozialen und ökologischen Standards und Geschäfte, wo man diese Kleidung findet. Diese Mode belastet die Umwelt bei der Produktion und beim Tragen so wenig wie möglich. Arbeiterinnen und Arbeiter in der Produktion werden fair behandelt und fair bezahlt. Die Unternehmen sind transparent und legen ihre nachhaltigen Strategien und Aktivitäten offen. Zusammengestellt von Ellen Köhrer und FEMNET

SIEGEL UND ZERTIFIKATE

Siegel und Zertifikate helfen bei der Auswahl der Produkte. Es gibt noch kein einheitliches Siegel für ökologisch und fair hergestellte Produkte, deshalb sollte man nach Kleidung suchen, die möglichst biologische und soziale Siegel tragen. Entscheidend für die Glaubwürdigkeit ist, dass sich ein Unternehmen unabhängig und extern prüfen lässt. Es muss eindeutig erkennbar sein, worauf sich das Siegel oder Zertifikat bezieht (Produkt, Prozess oder Unternehmen). Die Kriterien für die Vergabe müssen transparent und überprüfbar sein durch z.B. Offenlegung der Namen der Produzenten und der Länder, Veröffentlichung der Ergebnisse der eigenen Prüfungen (Audits) sowie Nachvollziehbarkeit der Herkunft (Rückverfolgbarkeit).

TRANSPARENZ

Einige wenige Unternehmen machen diese Transparenz vorbildlich sichtbar für ihre Kunden: Honest By (www.honestby.com), das belgische Designlabel von Bruno Pieters, weist sämtliches Material, Zulieferer und Kosten zu jedem Produkt aus. Die Herstellungswege des Trecking Label Mammut werden über das Rückverfolgungs-Tool von BioRe (www.biore.ch) sichtbar gemacht. Transparenz ist möglich.

SIEGELKLARHEIT.DE
Mehr zu Siegeln und Zertifikaten findet Ihr zum Beispiel auf www.siegelklarheit.de. Das Portal wird betrieben vom Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung.

❶ Fair Wear Foundation (FWF)
Unternehmen, die Mitglied bei der FWF werden, verpflichten sich zu einem Transformationsprozess hin zu menschenwürdigen Arbeitsbedingungen in der Konfektion. Nicht das einzelne Produkt wird geprüft, sondern das ganze Unternehmen, das seine Herstellungsbedingungen für alle von ihm hergestellten Produkte nachhaltig ändern muss. Die FWF fokussiert auf den Bereich Konfektion und weist bei vollständiger Umsetzung hohe soziale Standards auf. Umweltstandards werden nicht berücksichtigt. www.fairwear.org

❷ FairTrade Cotton
Das Siegel von Fairtrade bezieht sich auf den Anbau von Baumwolle ohne genmanipuliertes Saatgut. Die Bauern erhalten dafür einen festen Mindestpreis und eine Prämie für Gemeinschaftsprojekte. Ziel ist es, die Lebens- und Arbeitsbedingungen von Kleinbäuer_innen durch faire Preise, Beratung und langfristige Bindung zu verbessern. Das Siegel fördert den Umstieg auf biologischen Anbau und gilt nur für Rohbaumwolle. www.fairtrade.net/products/cotton.html

❸ GOTS
(Global Organic Textile Standard)
Gemäß dem vom Internationalen Verband der Naturtextilwirtschaft e.V. (IVN) und anderen vergebenen GOTS-Siegel enthält die Kleidung zu 95% (Grad 1) bzw. 70% (Grad 2) bio-zertifizierte Naturfasern und zertifiziert für Grad 1 die gesamte textile Kette. Für den Restfaseranteil sind auch andere, nachhaltige Fasern zugelassen. Es ist vor allem ein Umweltsiegel, die Prüfung von Sozialstandards ist noch nicht ausreichend. www.global-standard.org

❹ Cradle to Cradle
Für Produkte, die umweltsicher, gesundheitlich unbedenklich und über den gesamten Nutzungszyklus kreislauffähig sind und nach dem Cradle-to-Cradle-Designkonzept entwickelt wurden: Alle Inhaltsstoffe sind positiv definiert und münden in einen biologischen oder technischen Kreislauf. Das Produktzertifikat zielt auf verantwortlichen Umgang mit Wasser, soziale Fairness und den Einsatz von erneuerbarer Energie ab. Laut Siegelklarheit.de sind die Sozialstandards noch nicht ausreichend erfüllt. www.c2ccertified.org

PUBLIKATIONEN

»Dreimal Anziehen, weg damit«
Heike Holdinghausen,
Westend Verlag Frankfurt August 2015

»Fashion Made Fair – Modern. Innovativ. Nachhaltig.«
Ellen Köhrer, Magdalena Schaffrin
Prestel (Deutsch oder Englisch), April 2016

»Saubere Sachen« Kirsten Brodde
Wie man grüne Mode findet und sich vor Öko-Etikettenschwindel hütet,
Ludwig Buchverlag, Januar 2009

»Textil Fibel« Greenpeace-Magazin, Mai 2016
Ratgeber darüber, was nicht im Etikett steht: Globale Zusammenhänge der Textilindustrie und Chemie in Kleidung.

»Todschick« Gisela Burckhardt
Edle Labels – billige Mode, unmenschlich produziert, Heyne Verlag, November 2014

AUSSTELLUNG

»Fast Fashion, die Schattenseiten der Mode« im Textilmuseum
St. Gallen bis 5.6.2017. Ausstellungskatalog mit Expertengesprächen, Fakten, Grafiken und Abbildungen zu Fast Fashion und Slow Fashion. Kuratorin Dr. Claudia Banz www.textilmuseum.ch

»Ich mache deine Kleidung! Die starken Frauen aus Südostasien«
Wanderausstellung von FEMNET, demnächst auch als Poster erhältlich
www.femnet-ev.de

BLOGS

Fair Fashion Blogs gibt es immer mehr und mit unterschiedlichen Ansätzen und Auswahlkriterien. Wie die einzelnen Blogs nachhaltige Mode definieren, finden Sie auf den jeweiligen Webseiten.

Aethic Modeblog mit Hintergrundberichten, Experteninterviews, Label-Portraits und Modetheorie. www.aethic.de

Fair-A-Porter Kuratiere Modekollektion fairer Luxuslabels von der Journalistin Alex Bohn. www.fairaporter.com

Fairknallt Marie Nasemann's Blog über faire Mode und Kosmetik mit Stylingtipps und Shops. www.fairknallt.de

Grüne Mode Blog von Kirsten Brodde, über Chemie in Kleidung, nachhaltige Labels und die Macht des Konsumenten. www.gruenemode.de

Grün ist das neue Schwarz Blog der Journalistin Ellen Köhrer, über grüne Labels, Marken und Macher. www.gruenistdasneueschwarz.de

Mode Fair Arbeiten Blog von FEMNET für Modeinteressierte und Modestudierende. www.modefairarbeiten.de

ORGANISATIONEN

Christliche Initiative Romero (CIR) — Setzt sich seit 1981 für Arbeits- und Menschenrechte in Ländern Mittelamerikas ein und macht Kampagnen- und Bildungsarbeit in Deutschland. Das Online-Portal »Grüne Mode« berichtet über Siegel und Standards, Blogs und Stores. www.ci-romero.de

Clean Clothes Campaign (Kampagne für Saubere Kleidung) — Internationale Initiative, wird durch Nichtregierungsorganisationen in 17 europäischen Ländern getragen. Setzt sich für verbesserte Arbeitsbedingungen und Arbeitsrechte in der globalen Textil- und Modeindustrie ein. www.cleanclothes.org

Fashion Revolution — Weltweite Bewegung, gegründet 2013 nach dem Einsturz eines Gebäudes mit fünf Textilfabriken in Bangladesch. Aktionen und Kampagnen mit dem Wahlspruch: »Who made my clothes?«. www.fashionrevolution.org

FEMNET e.V. — Der Verein setzt sich für Arbeitsrechte und Gleichberechtigung von Frauen in der globalen Textilindustrie ein und unterstützt u.a. Gewerkschaften und Frauenorganisationen in Bangladesch und Indien. www.femnet-ev.de

Greenpeace Detox-Kampagne — Weltweite Kampagne zum »Entgiften unserer Kleidung«. Über 30 Händler, darunter H&M, Adidas oder Aldi, haben sich dazu verpflichtet, bis 2020 auf Schadstoffe in Textilien zu verzichten. www.greenpeace.de/kampagnen/detox

Das Bündnis für nachhaltige Textilien (Textilbündnis) — In dem im Oktober 2014 gegründeten Bündnis sind Wirtschaftsunternehmen und –verbände, Zivilgesellschaft, Gewerkschaften, Standardorganisationen sowie Ministerien vertreten. Derzeit hat es über 170 Mitglieder. www.textilbuendnis.com

LABELFINDER

Getchanged — The Fair Fashion Network
Brands und Stores aus Deutschland, Österreich und der Schweiz. www.getchanged.net

Buygoodstuff — Label-Portraits und Storeregister, gibt es auch in Druckversionen für verschiedene Städte, von FEMNET und AMD. www.buygoodstuff.de

VIDEO + FILME

»The Next Black« Film über die Zukunft der Kleidung. Über gezüchtete Stoffe, digitale Kleidung und entschleunigte Mode.

»The True Cost – Der Preis der Mode«
Wer zahlt den Preis für unsere Kleidung?

»Sweatshop – Deadly Fashion«
Eine Zeitung schickt norwegische Modebloggerin in eine Textilfabrik nach Kambodscha, was sie dort sehen ist ein Schock.

»Unreval« Wenn die Menschen im Westen ihre Kleider wegwerfen, gehen die ungewollten Teile oft auf eine lange Reise nach Indien.

TEXTILBÜNDNIS

Mitglied im Bündnis für nachhaltige Textilien
Sozial und ökologisch – wir sind auf dem Weg

Das Ziel des im Oktober 2014 gegründeten Textilbündnisses ist es, soziale, ökologische und ökonomische Verbesserungen entlang der gesamten Textilkette zu erreichen.
Auf zwei Ebenen wird gearbeitet:
— Jedes einzelne Mitglied setzt sich eigene Ziele in den Bereichen Chemikalien, Naturfasern und Sozialstandards, die es in Plänen, sogenannten Roadmaps, 2017 veröffentlichen kann und ab 2018 muss. Jedes Mitglied berichtet auch über die Umsetzung seiner Ziele im darauffolgenden Jahr. Dies wird extern geprüft.
— Es gibt gemeinsame Bündnisinitiativen. Hier arbeiten mehrere Anspruchsgruppen gemeinsam in einem Produktionsland an der Verbesserung der Lieferkette, sei es zu ökologischen oder sozialen Themen. So ist z.B. eine Initiative zur Verbesserung der Arbeitsbedingungen in den indischen Spinnereien geplant, wo junge Mädchen unter 18 Jahren teilweise mehr als 10 Stunden am Tag, sogar auch nachts, arbeiten müssen. Andere Initiativen z.B. zum Thema Wassermanagement und existenzsichernder Lohn sind in Planung. Die Zusammenarbeit schafft vergleichbare Wettbewerbsbedingungen für die Beteiligten.

FAIR FASHION GUIDE
IMPRESSUM

Herausgeber FEMNET e.V.
Redaktion Herausgeber — Dr. Gisela Burckhardt

Konzeption — Nicole Hardt & Prof. Friederike von Wedel-Parlow

Chefredaktion — Prof. Friederike von Wedel-Parlow
Creative Direction — Nicole Hardt
Grafikdesign — Studio Regular

Redaktion — Ellen Köhrer, Tina Gordon, Lisa Alff (Praktikantin)
Editorial Management — Leonie von Lieres
Recherche — Simone Seisl, Anne Neumann, Kristina Klecko, Marilyn Hausen
Fotografen — Axl Jansen, Andreas Öhlund, Rankin, Stills & Strokes, Marieke van der Velden
Illustration — Monja Gentschow

Projektmanagement — Anne Neumann, Tina Gordon
Übersetzung — Christopher Mühlenberg
Lektorat — Andrea Lindner

Danke an — Mark Starmanns von Get Changed, an Greenshowroom und Studio Berlin

Druckerei — DBM Druckhaus Berlin-Mitte GmbH

RECYCLED
Papier aus Recyclingmaterial
FSC® C013894

Dieses Druckerzeugnis wurde mit dem Blauen Engel ausgezeichnet.

ClimatePartner° klimaneutral
Druck | ID 53160-1703-1006

Für den Inhalt dieser Publikation ist allein FEMNET – feministische Perspektiven auf Politik, Wirtschaft und Gesellschaft e.V. verantwortlich; die hier dargestellten Positionen geben nicht den Standpunkt von Engagement Global gGmbH und dem Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung wieder.

Gefördert von ENGAGEMENT Global im Auftrag des

Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung

Diakonie Bezirksstelle Biberach

KLEIDERTREFF

VON MENSCH ZU MENSCH – gefördert durch den KleiderTreff Ochsenhausen, die soziale Secondhand-Boutique des ökumenischen Arbeitskreises Asyl Ochsenhausen und der Diakonischen Bezirksstelle Biberach.
Weitere Informationen unter www.asyl-bc.de/kleidertreff.

BENEFICIAL DESIGN INSTITUTE

www.fairfashionguide.de

FEMNET e.V.

Feministische Perspektiven auf Politik, Wirtschaft & Gesellschaft

WWW.FEMNET-EV.DE

VISION
Frauen arbeiten und leben in Würde – weltweit.

MISSION — FAIRE ARBEIT, STARKE FRAUEN!
FEMNET setzt sich mit politischem Engagement, Bildungs- und Beratungsarbeit sowie einem Solidaritätsfonds für die Rechte von Frauen in der globalen Bekleidungsindustrie ein. Wir fordern, dass Unternehmen Verantwortung für ihr Handeln übernehmen und die Politik verbindliche Regeln schafft.

FAIR FASHION GUIDE

ACT FOR GOOD

www.fairfashionguide.de