

# „Fair“flixt und zugenäht: Ein weiter Weg zu fairer Mode

*Claudia Brück*



Weshalb nach Fast Fashion Fair Fashion kommen muss

In Indien, das zu den wichtigsten Textilproduzenten der Welt gehört, stehen die Nähmaschinen seit Wochen still. Aufgrund der Corona-Pandemie hat die indische Regierung den Lockdown beschlossen und eine offizielle Ausgangssperre verhängt. Auch in Bangladesch sind die wirtschaftlichen Folgen der Pandemie spürbar: Textilhersteller beklagen Auftragsstornierungen von über 2 Milliarden US-Dollar, über eine Million Beschäftigte sind arbeitslos. Und das ist erst der Anfang: Immer mehr Modeunternehmen stornieren oder verschieben ihre Vorbestellungen für die neue Saison. Während der Lebensmittelhandel von den Hamsterkäufen durch Covid-19 profitiert, steuert die globale Textilindustrie auf eine Krise nie dagewesenen Ausmaßes zu – dabei lebt der Großteil der Beschäftigten schon jetzt am Existenzminimum.

Von Trendy bis extravagant – die Modeindustrie ist vieles, aber nicht fair

Seit dem Jahr 2000 hat sich die weltweite Textilproduktion mehr als verdoppelt. Laut Greenpeace-Recherchen wurden 2014 erstmals über 100 Mil-

liarden Kleidungsstücke neu produziert. Allein in Deutschland kaufen VerbraucherInnen im Schnitt 60 neue Teile pro Jahr. Das Geschäft mit sogenannter Fast-Fashion, mit Kleidung, die nur kurze Zeit in Geschäften und Kleiderschränken hängt, bevor sie von neuer Ware und neuen Trends abgelöst wird, boomt. Obwohl Modehäuser in den letzten Jahren immer größere Gewinne erwirtschaftet haben, hat sich die Arbeits- und Lebenssituation von Baumwollbauern, Näherinnen und anderen Beschäftigten entlang der textilen Lieferkette kaum verbessert. Das zeigen Katastrophen wie der Einsturz der Textilfabrik Rana Plaza 2013 in Bangladesch. Über 1.000 Menschen starben bei dem Unglück, mehr als 2.500 wurden verletzt. Der Einsturz gilt als bisher größter Unfall dieser Art. Er machte Rana Plaza über Nacht zum Symbol für die Ungerechtigkeit der Textilbranche und die Schattenseiten der Fast-Fashion-Industrie. Erstmals wanderte der Blick einer breiten Öffentlichkeit von den Laufstegen der Welt zu den Produktionsstätten in Bangladesch, Indien und China. „Wie billig darf Kleidung sein?“ fragten sich VerbraucherInnen und Unternehmen. Die Politik rief daraufhin das Textilbündnis ins Leben. Gemeinsam mit Nichtregierungsorganisationen, Gewerkschaften, Standardorganisationen und Unternehmen sollte die textile Wertschöpfungskette sozialer und ökologischer gestaltet werden. Hersteller wie Adidas und Hugo Boss sowie Handelsketten wie Aldi, C&A, H&M, KiK, Lidl und Primark verpflichteten sich, für bessere Arbeitsbedingungen bei ihren Zulieferern zu sorgen – und zwar freiwillig.

Doch was hat sich seither getan? War Rana Plaza der Startschuss für dringend notwendige Veränderungen der Textilindustrie? Und wieviel bringt Freiwilligkeit, wenn es um den Schutz von Menschenrechten geht?

„Bewusste Mode“: es fehlt an Transparenz und Kontrollen

Tatsächlich rücken Modemarken ihre Unternehmensverantwortung heute viel stärker in den Mittelpunkt ihrer Kommunikation als noch vor wenigen Jahren. Auf beinahe jeder Herstellerwebsite finden sich Informationen über Corporate Social Responsibility. Einige Unternehmen nutzen ihr Engagement sogar gezielt als Marketingstrategie: Mit sogenannten bewussten Kollektionen sprechen sie neue Zielgruppen an. Geworben wird mit Sätzen wie „garantiert nachhaltig“ oder „fair produziert“. Aber was ist ein fairer Lohn? Woher kommen die in den Produkten enthaltenen Rohstoffe? Nur wenige Unternehmen können diese Fragen konkret beantworten. Wie fair und nachhaltig solche Kollektionen tatsächlich sind, lässt sich daher nur schwer beurteilen. Da es sich um reine Selbstverpflichtungen von Unternehmen handelt, mangelt es an Transparenz und unabhängigen Kontrollen. Wer ge-

nau wissen möchte, unter welchen Bedingungen Kleidungsstücke hergestellt werden, sollte sich nicht auf grüne Werbeslogans verlassen, sondern auf etablierte Nachhaltigkeitssiegel achten. Eines der bekanntesten ist das Fairtrade-Siegel. Über 84 Prozent der Verbraucher kennen das grün-blau-schwarze Siegel.

Speziell für Textilien gibt es das Fairtrade-Baumwollsiegel. Seit 2007 erkennen VerbraucherInnen daran Kleidungsstücke, bei denen Baumwoll-



**FAIRTRADE**  
**TEXTILE**  
**PRODUCTION**

bäuerInnen von einem festen Mindestpreis und einer zusätzlichen Prämie für Gemeinschaftsprojekte wie Schulen, Gesundheitszentren oder Wasserversorgung profitieren. Das ermöglicht Kleinbauern Planungssicherheit – auch in schwierigen Zeiten. Da Baumwolle an der Börse gehandelt wird, kommt es immer wieder zu extremen Preisschwankungen. Fällt der Marktpreis unter den Fairtrade-Mindestpreis, fängt dieser ProduzentInnen auf. Entwickelt sich der Markt gut, erhalten die BäuerInnen den höheren Preis. Neben schwankenden Marktpreisen leiden viele BaumwollproduzentInnen unter dem ständigen Konkurrenzdruck durch große Baumwollplantagen in Industrieländern. Da sie größere Mengen anbieten, können PlantagenbesitzerInnen die Baumwolle deutlich günstiger verkaufen. Bei dem Versuch, dem Preisdruck Stand zu halten, verschulden sich viele KleinbäuerInnen – in Zentralindien ist die Selbstmordrate unter BaumwollbäuerInnen daher besonders hoch. Um die BäuerInnen vor Schulden und Abhängigkeiten großer Saatguthersteller zu schützen und die Böden zu schonen, verbieten die Fairtrade-Standards gentechnikverändertes Saatgut sowie den Einsatz gefährlicher Chemikalien. Bio-BäuerInnen erhalten einen zusätzlichen Preisaufschlag. Das ist dringend notwendig: Aufgrund der Übermacht der EinkäuferInnen müssen viele Bio-BäuerInnen ihre Baumwolle für kaum mehr als konventionelle Baumwolle verkaufen – obwohl der Anbau mit mehr Arbeit und einem geringeren Ertrag verbunden ist. Darüber hinaus sorgt Fairtrade dafür, dass sich die BäuerInnen in Kooperativen zusammenschließen. Damit stärken sie ihre Verhandlungsposition gegenüber Handelspartnern. Die Einhaltung der Standards kontrolliert die unabhängige Zertifizierungsgesellschaft Flocert.

### Von der Baumwollfaser bis zum fertigen T-Shirt

Über 100 Arbeitsschritte sind für die Produktion eines einzigen Baumwoll-T-Shirts nötig: Von der Entkörnung, die aus den Fasern Rohbaumwolle

macht, zur Spinnerei, wo die Baumwolle weiter zu Garn verarbeitet wird und anschließend verwebt, verstrickt oder gefärbt werden kann, bis hin zur Nassveredelung und Konfektionierung. Um auch diese Produktionsschritte abdecken zu können, hat Fairtrade einen Standard erarbeitet, der alle Stufen der Textillieferkette ab-



deckt. Als erster Standard überhaupt definiert er einen festen Rahmen von sechs Jahren, in dem zertifizierte Unternehmen allen Beschäftigten einen existenzsichernden Lohn zahlen müssen. Anfang des Jahres wurde die erste Näherei, die Biobaumwollstofffabrik Purecotz, nach dem Standard zertifiziert. Die ersten Lizenzpartner auf Handelsseite sind die Modeunternehmen Melawear und Brands Fashion. Bevor die ersten Kleidungsstücke mit Fairtrade-Textilsiegel im Handel erhältlich sind, dauert es aber noch: Weitere Zertifizierungen müssen folgen. Erst wenn alle Schritte der Textilherstellung abgedeckt sind, dürfen Unternehmen das Fairtrade Textil-Siegel für ihre Produkte verwenden. Mit Hilfe eines erklärenden Textes am Etikett werden VerbraucherInnen beim Kauf aufgeklärt, ob das Unternehmen seinen Beschäftigten bereits existenzsichernde Löhne bezahlt oder wie weit es auf dem Weg dorthin ist. Außerdem erhalten sie Informationen darüber, ob das Kleidungsstück Fairtrade-Baumwolle oder andere verantwortungsvoll produzierte Fasern enthält.

## Grün, das neue Schwarz der Mode

Obwohl nachhaltige Mode ihr Öko-Image längst abgelegt hat, Models und InfluencerInnen wie Marie Nasemann auf Fair Fashion setzen und prominente Modeschöpferinnen wie Stella McCartney zeigen, dass Grün das neue Schwarz der Mode ist, gibt es bisher nur wenige Unternehmen, die bereit sind, Kosten und Mühen zu investieren, um Lieferketten fair zu gestalten. Viele Hersteller kennen die Risiken innerhalb ihrer Produktion, scheuen aber die Umsetzung. Tatsächlich ist textile Nachhaltigkeit eine Mammutaufgabe, vor der viele Unternehmen zurückschrecken. Um die Unternehmen bei der Einführung besserer Arbeits- und Produktionsbedingungen zu unterstützen, gibt es das Fairtrade-Textilprogramm. Ziel des Programmes ist es, die textile Lieferkette unter die Lupe zu nehmen, bestehende Risiken zu erkennen und entsprechende Sicherheitskonzepte sowie Be-

schwerdemechanismen zu erarbeiten. „Die Textilindustrie ist der zweitgrößte Arbeitgeber in Indien, besonders für Frauen“, erklärt Sethulakshmy Chakkenchath, Fairtrade-Trainerin für Arbeitsrechte in Indien. „Diskriminierung, sexuelle Belästigung und ungleiche Bezahlung gehören in vielen Fabriken zum Alltag. Oft haben die Arbeiterinnen niemanden, zu dem sie gehen können, wenn es Probleme gibt. Daher ist es wichtig, ihnen ein besseres und sicheres Arbeitsumfeld zu schaffen. Wann immer Risiken falsch eingeschätzt werden oder Probleme auftauchen, müssen Beschäftigte die Möglichkeit haben, diese zu melden.“ Das Fairtrade-Textilprogramm umfasst Schulungen zu Arbeitsschutz, Arbeiterrechten, existenzsichernden Löhnen und Umweltmanagement.

### Der grüne Knopf – ein Wegweiser für nachhaltige Kleidung

Unternehmen, die sozial und ökologisch produzieren, können ihr Engagement sogar mit einem staatlichen Siegel sichtbar machen: Im September 2019 hat das Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) den Grünen Knopf eingeführt, ein Meta-Siegel für nachhaltige Textilien. Firmen deren Produkte das neue Textilsiegel tragen, versichern damit, dass sie 26 ökologische und soziale Mindeststandards einhalten, darunter ArbeitnehmerInnenrechte, Mindestlöhne, Überstundenbezahlung und das Verbot von Kinderarbeit. Allerdings gelten diese nur für die Arbeit in der Näherei und der Färberei. Die Einhaltung der Kriterien weisen die Unternehmen durch unabhängige Umwelt- und Sozialsiegel nach. Unternehmen, die nach dem Fairtrade-Textilstandard zertifiziert sind, erfüllen beispielsweise alle ökologischen und sozialen Kriterien des Grünen Knopfes und können diesen ohne Probleme beantragen. Der Textilstandard geht in den sozialen Kriterien sogar weit über die staatlichen Mindestkriterien hinaus. Die Fasergewinnung, etwa der Baumwollanbau, wird beim grünen Knopf gar nicht bewertet. Auch existenzsichernde Löhne, die eine wirkliche Verbesserung in der Textilindustrie darstellen, sind lediglich als Ziel beschrieben, werden aber nicht eingefordert. Unternehmen, die freiwillig Pionierarbeit leisten und einen Schritt weitergehen, werden somit erneut benachteiligt. Damit sich das Siegel langfristig als glaubwürdiger Wegweiser für VerbraucherInnen etablieren kann, müsste hier nachgebessert werden.

## Mehr Fairness per Gesetz

Während einige Unternehmen ganz bewusst auf faire Textilien setzen, ändern andere nur langsam ihren Kurs: zu gering sind die wirtschaftlichen Anreize für einen Wandel. Unternehmen, die sich engagieren und ihre Lieferkette nachhaltiger gestalten, konkurrieren mit Herstellern, die ihre Kleidung zu Billigpreisen anbieten. Am Ende liegt es an den VerbraucherInnen, für welches Produkt sie sich entscheiden – für die Jeans mit dem guten Gewissen oder die mit dem kleinen Preis. Um nachhaltigen Unternehmen eine faire Chance auf dem Markt zu geben und Menschenrechte über die eigenen Landesgrenzen hinaus zu schützen, bräuchte es gleiche Rechte und Verpflichtungen für alle. Nachbarländer wie Großbritannien oder Frankreich haben bereits Gesetze, die Unternehmen bei Menschenrechts- und Umweltverletzungen im Ausland zur Rechenschaft ziehen. Die deutsche Regierung will bis Ende des Jahres überprüfen, ob ein Lieferkettengesetz notwendig ist. Im Falle eines Unglücks wie Rana Plaza könnten Angehörige und Geschädigte dann vor einem deutschen Gericht auf Schadensersatz klagen.

### Materialempfehlungen:

- Fairtrade – der Podcast: Textilien: Fair Fashion statt Fast Fashion  
Was hat fairer Handel mit Textilien zu tun?  
Wir haben nachgeschaut, nachgefragt und Lösungen gefunden.  
Nachzuhören im 1. Podcast von Transfair.  
<https://www.fairtrade-deutschland.de/service/newsroom/podcasts.html#c26953>
- Fashion-Magazin 2020: Fair Fashion liegt im Trend - wir erklären die Hintergründe, stellen interessante Projekte vor und informieren über die Arbeit von Fairtrade in der Modebranche.  
Dazu finden Sie die aktuell faire Modestrecke.  
[https://www.fairtrade-deutschland.de/service/mediathek.html?tx\\_igxmediathek\\_mediathek%5Baction%5D=list&tx\\_igxmediathek\\_mediathek%5Bcontroller%5D=Medium&cHash=62c47c9311da8946f76868666e0556da](https://www.fairtrade-deutschland.de/service/mediathek.html?tx_igxmediathek_mediathek%5Baction%5D=list&tx_igxmediathek_mediathek%5Bcontroller%5D=Medium&cHash=62c47c9311da8946f76868666e0556da)