

„Schnelle Kleidung“ zu Minipreisen: Ist ein fairer und nachhaltiger Konsum überhaupt möglich?

Billig und modern soll sie sein, die Kleidung von H&M, ZARA oder Primark. „Fast Fashion“, so heißt die Mode dieser Bekleidungs-Ketten heute auch: schnelles Kopieren von Modellen bekannter Designer und häufige Auslieferungstermine von Kollektionen; meistens gibt es sechs bis acht Kollektionen pro Jahr. Die Folge: Überfüllte Kleiderschränke und Mode als Wegwerf-Produkt. Kann der Konsum von billiger Mode dennoch sozial und ökologisch nachhaltig sein, wie die Hersteller zum Teil betonen?

M1: Jede Woche neue Trends

Die Modeindustrie ist so konzipiert, dass Sie sich schon nach einer Woche „out“ fühlen sollen. Jede Woche gibt es neue Trends, das Ziel der Fast-Fashion ist es, den Kunden so viele Kleidungsstücke wie möglich zu verkaufen - und zwar so schnell wie möglich. (...)Fast-Fashion-Riesen wie H&M, Zara und Forever 21 befassen sich mit ihrem Gewinn – und zwar nur mit ihrem Gewinn. Ihr Geschäftsmodell ist abhängig von dem Verlangen der Kunden nach neuer Kleidung - das ist sehr instinktiv, wenn die Klamotten nach einem Mal Waschen auseinanderfallen.

(Quelle: http://www.huffingtonpost.de/shannon-whitehead/wahrheiten-fast-fashion-kleidungsindustrie_b_5699004.html, 2014)

M2: Fast Fashion und ihre Schattenseite

Heutzutage haben deutsche Verbraucher laut Greenpeace vier Mal so viel Kleidung im Kleiderschrank wie noch im Jahre 1980. Darunter befinden sich jedoch im Schnitt 20 Teile, die nie getragen werden. Auch die Kombination aus schlechter Qualität und niedrigen Preisen führt zu einer kürzeren Nutzungsdauer der Kleider und fördert die Wegwerfmentalität. Doch was vielen Verbrauchern nicht bewusst ist: Die Massenproduktion – in Deutschland werden pro Jahr über 800.000 Tonnen Textilien importiert – erfordert einen hohen Chemikalieneinsatz in den meist asiatischen Herstellungsländern. (...) Nachteile der Modeerscheinung Fast Fashion sind zahlreich. Pro Jahr werden weltweit rund 80 Milliarden Kleidungsstücke produziert. Durch den Produktionsdruck werden Lieferanten zur Einhaltung immer knapperer Liefertermine gedrängt. Diese Maßnahmen fördern Lohnkürzungen und ökologisch unverantwortliche Praktiken. Das führt dazu, dass Massenproduktionen, meist in asiatischen Herstellungsländern, einen erhöhten Chemikalieneinsatz fordern. Doch



selbst geringe Chemikalienrückstände in einzelnen Textilien führen bei der Masse von Kleidung zur großflächigen Verbreitung schädlicher Substanzen auf der ganzen Welt.

(Quelle: www.nachhaltigkeit.info/artikel/fast_fashion_1770.htm?sid=922c938806a7cf1a54c56a833ceb8cb4, 2014)

M3: Ethische Prinzipien von H&M, Primark und Co

Anbieter von preiswerter Mode müssen um das Vertrauen der Verbraucher werben, denn in der Öffentlichkeit werden sie kritisch wahrgenommen. Immer wieder prangern Medien und NGOs die verantwortungslosen Arbeits- und Produktionsbedingungen an und bezweifeln, dass es möglich ist, ein T-Shirt für fünf Euro ökologisch und fair herzustellen. Dennoch bemühen sich H&M oder Primark um verantwortungsvolles und nachhaltiges Wirtschaften. So heißt es auf der Internetseite von Primark: „Unser Verhaltenskodex definiert die Grundsätze, die Lieferanten und Fabriken einhalten müssen, um eine Produktion unter guten Arbeitsbedingungen sowie eine gerechte Behandlung und Bezahlung der Arbeitskräfte zu gewährleisten.“ Bei H&M kann der Verbraucher wiederum nachlesen: „Wir arbeiten daran, langfristige Verbesserungen für Menschen und Umwelt herbeizuführen – in der Produktionskette, dem Lebenszyklus eines Kleidungsstücks und in den Gesellschaften, in denen wir tätig sind.“

(Autorentext; Quelle Primark: www.primark.com/de/unsere-ethik; Quelle H&M: <http://about.hm.com/de/About/facts-about-hm/about-hm/business-concept.html>)

M4: Ist hochpreisige Mode nachhaltiger und fairer?

„Der Preis eines T-Shirts sagt rein gar nichts über die Produktionsbedingungen aus“, sagt Mario Dziamski von Rank a

brand. Einmal im Jahr untersuchen er und seine Kollegen, wie stark sich Textilfirmen für Nachhaltigkeit und menschenwürdige Arbeitsbedingungen einsetzen. Sie überprüfen, ob die Konzerne Kinder- und Zwangsarbeit verbieten. Ob sie einen Existenzlohn zahlen, der zum Leben reicht. Oder ob die Arbeiter sich in Gewerkschaften organisieren können. Luxuskonzerne schnitten bei der letzten Untersuchung besonders schlecht ab. Prada, Escada, Versace, Armani, Hermès, Marc Jacobs und Louis Vuitton: Sie alle stuft Rank a brand als „nicht empfehlenswert“ ein. Billigketten wie Primark, Takko oder Orsay hält die Kampagne dagegen immerhin für „bedingt empfehlenswert“. Der Grund: Sie informierten besser über ihr Engagement und seien – anders als viele Luxuskonzerne – Mitglied von Initiativen wie der Ethical Trading Organisation oder der Fair Wear Foundation. Das heißt, sie arbeiten mit Gewerkschaften und Nichtregierungsorganisationen zusammen und lassen die Arbeitsbedingungen von Dritten überprüfen.

(Quelle: www.tagesspiegel.de/wirtschaft/prekaere-arbeitsbedingungen-luxusmarken-sind-nicht-fairer-als-primark/10157306.html, 2014)

M5: Primark: Engagement mehr als PR

Das Unternehmen führt nach eigenen Angaben jährlich etwa 2.000 Kontrollen in den ausländischen Fabriken durch, kündigt sich seit dem Unglück von Dhaka auch um die Statik der Gebäude und achtet darauf, dass den Arbeitern der gesetzliche Mindestlohn gezahlt wird. Seit 2006 gehört das Unternehmen der Initiative für ethischen Handel in Großbritannien an, an der auch die Gewerkschaften beteiligt sind. Sie fordern, Primark solle sich für höhere Löhne in Ländern wie Bangladesch einsetzen, erkennen aber an, dass das Engagement mehr als PR sei. Bei einer Untersuchung der Produktionsbedingungen durch die Menschenrechtsorganisation War on Want schnitt Primark relativ gut ab, die Iren landeten im oberen Drittel von 29 untersuchten Unternehmen.

(Quelle: <http://www.wdr5.de/sendungen/morgenecho/serien/serienmanuskript/fastfashionfuenf100.html>, 2014)

M6: Faire und nachhaltige Mode-Firmen herausfinden

Die Liste der Missstände in der Textilproduktion ist lang, egal ob in der Türkei, in Bangladesch, China oder Vietnam. Im Internet können Konsumenten sich darüber informieren, welche Anbieter fair produzieren. Der Preis eines Kleidungsstücks ist kein Hinweis auf die Herstellungsweise. (...) „Auf der Fair-Wear-Foundation-Seite kann jeder Interessierte auf die Shopping List gehen und dann erfahren, welches Unternehmen was anbietet und wo man das kaufen kann. Diese Unternehmen verpflichten sich, transparent zu sein und vor allem die Produktionsbetriebe vor Ort zu kennen und Lösungen mit den Fabriken zu finden, wenn Probleme auftauchen.“ Auch die Internetseite www.korrekte-klamotten.de lotst Kunden zu Anbietern, die fair produzieren wollen.

(Quelle: http://www.deutschlandfunk.de/boykott-ist-keine-loesung.697.de.html?dram:article_id=246205, 2013)

M7: Bewusst einkaufen

Als Verbraucher hat man es schwer zu erkennen, wo und wie das Kleidungsstück hergestellt wurde. Denn selbst bei teuren Kleidungsstücken lässt sich nicht ausschließen, dass sie womöglich unter menschenunwürdigen Bedingungen produziert wurden. Wenn man beispielsweise eine Jeans kauft, kann man zumindest darauf achten, dass sie möglichst dunkel und unbearbeitet ist – denn gerade die Bearbeitung mit Chemikalien stellt eine gesundheitliche Gefahr für die Arbeiter dar. In der Tat ist fair und ökologisch produzierte Kleidung teurer als beim Discounter oder einer großen Kette. Doch möchte man diese Ausbeutung und die Gesundheitsgefahren für die Arbeiter in den Produktionsländern wirklich in Kauf nehmen? Christiane Schnura regt auch allgemein zum Nachdenken an: „Brauchen wir tatsächlich so viel Kleidung, wie wir haben?“

(Quelle: <http://www.zdf.de/volle-kanne/ausbeutung-fuer-billige-mode-textilarbeiter-zahlen-mit-ihrer-gesundheit-25467732.html>, 28.1.2014)