

*Mein Design. Meine Verantwortung.*

# MODE MIT ZUKUNFT

SchülerInnen &  
StudentInnen  
entwerfen für  
eine ethische  
Modebranche

WIE KANNST DU DICH  
ENGAGIEREN?

BRANCHENTIPPS, INFOS,  
PRAXISBEISPIELE  
UND VIELES MEHR

# Inhalt

- 4 **Gestalte die Zukunft ...**  
die Gestaltung einer umwelt- und sozialverträglichen Modebranche
- 6 **Ethisch? Nachhaltig? ...**  
international anerkannte Arbeitsrechte für alle ArbeiterInnen der Zulieferkette
- 8 **Forschungsethik ...**  
die Auswirkungen von „Fast Fashion“ und anderes
- 10 **Praxisbeispiel ...**  
Recherchen zum Trend der nachhaltigen Kleidung
- 12 **Design differently ...**  
Kate Fletcher über Möglichkeiten von „Slow Fashion“  
Zoe Fletcher's inspirierende Designideen
- 14 **Modedesigner\*innen viermal anders ...**  
Praxisbeispiele österreichischer Modeschulen
- 16 **Bio & Fairtrade ...**  
über Bio- und zertifizierte Fairtrade-Baumwolle
- 20 **Organisiere eine ethische Modenschau ...**  
tolle Tipps von Lyla Patel von Recycling-Pionier TRAUDI  
Praxisbeispiel „wear fair“
- 22 **Integriere Ethik in deine Geschäftsideen ...**  
was CSR „Corporate Social Responsibility“ bedeutet
- 26 **Vermittle Ethik ...**  
ethische Fragen in PR- und Vermarktungsstrategien von Labels
- 28 **Schreibe über Ethik ...**  
Tipps für die Medienarbeit
- 30 **Erfahre mehr über Ethik bei einem Praktikum ...**  
und nütze die Chance Insider-Wissen zu erwerben!
- 32 **Konsumiere bewusst ...**  
wie können KonsumentInnen die Modebranche ethischer gestalten?
- 34 **Glossar ...**  
eine Bezeichnung ist unklar? Schau hier nach!
- 36 **Möchtest du noch mehr wissen ...**  
Websites von alternativen Stoffen bis zu ArbeiterInnenrechten
- 38 **Das letzte Wort ...**  
hat die britische Design-Ikone Katharine Hamnett
- 39 **Impressum**

# CLEAN CLOTHES

*Mein Design. Meine Verantwortung.*

**M**ode verbindet uns mit Menschen rund um die Welt. Bekleidung wird oft in einem Teil der Welt entworfen, vermarktet und verkauft, während sie in einem anderen Teil der Welt produziert wird. Schlechte Arbeitsbedingungen und Menschenrechtsverletzungen gehören für ArbeiterInnen in der Bekleidungsindustrie weltweit zum Alltag.

**„Mein Design. Meine Verantwortung.“ ist ein innovatives Bildungsprojekt, das mit ModeschülerInnen und ModestudentInnen – den zukünftigen Modefachleuten – zusammenarbeitet.**

Die SchülerInnen und StudentInnen sollen einerseits die konkreten Auswirkungen des Business (positiv wie auch negativ) auf die weltweiten Arbeitsbedingungen kennen lernen und andererseits dazu inspiriert und ermutigt werden, die zukünftigen Standards in der Modeindustrie anzuheben.

Umgesetzt wird das Kooperationsprojekt in Großbritannien, Polen, den Niederlanden und Österreich.

Dieses Magazin, das vom britischen Kooperationspartner „Fashioning an Ethical Industry“ entwickelt und in Österreich von Südwind adaptiert wurde, ist Teil des Projekts und liefert zahlreiche Hintergrundinformationen sowie Anregungen für Veränderungen in der Praxis, die von StudentInnen und SchülerInnen ergriffen werden können. Der Schwerpunkt vieler Artikel liegt auf der britischen Modeszene, aber: warum nicht mal über den Tellerrand schauen und sich Anregungen und Impulse für innovative Modeprojekte und avantgardistische Designs aus Großbritannien holen?

Viel Spass beim Lesen und Weiterentwickeln einer fairen und ökologischen Modebranche wünschen

Südwind Agentur & Fashioning an Ethical  
Österreich Industry GB

**Bleib dran!**

**Neueste Infos findest Du auf:**

**„Mein Design. Meine Verantwortung.“**

**[www.mode.cleanclothes.at](http://www.mode.cleanclothes.at)**



Foto: © Sunimar

## Projekt

„Mein Design. Meine Verantwortung.“ Neben diesem Magazin gibt es auch ein Teachers manual, eine Web-Site, einen Newsletter, Unterrichtsvorschläge zum Download und Fachsymposien zu aktuellen Fragen von „Ethical Fashion“.

Näheres dazu auf:

**[www.mode.cleanclothes.at](http://www.mode.cleanclothes.at)**

**Mehr zu Südwind Österreich:**

**[www.suedwind.at](http://www.suedwind.at)**



GESTALTE  
DIE ZUKUNFT



**N**ie war es spannender, sich an der Gestaltung der Modebranche zu beteiligen und dabei mehr Wert auf ethische Belange zu legen. KonsumentInnen sind sich der Herkunft ihrer Kleidung immer bewusster und legen Wert auf eine sozial verträgliche Kleidungsproduktion. Ethische Themen finden zunehmend mehr Beachtung in den Medien. Die gesamte Modebranche – von Prêt-à-porter bis zur Haute Couture – will als umwelt- und sozialverträglich wahrgenommen werden und nützt den Trend der Zeit. Und die ArbeiterInnen in den Produktionsländern organisieren sich, um gemeinsam ihre Arbeitsrechte einzufordern.

### „ALTMODISCH?“

Einzelne Initiativen zeigen bereits erfolgreich, wie ethische Mode funktionieren kann. Der Weg in eine sozial- und umweltverträgliche Modebranche aber ist noch weit!

- Niedrige Löhne und mangelnde Arbeitsrechte für die ArbeiterInnen in der Bekleidungsindustrie sind weltweit immer noch die Norm.
- Die Baumwolle, eine der gebräuchlichsten Fasern, wird großteils unter massivem Pesticideinsatz angebaut, mit negativen Auswirkungen auf Mensch und Umwelt.
- Die Durchschnittsfrau kauft „pro Jahr vierzehn Artikel, die sie niemals trägt“<sup>(\*)</sup>
- Und die Auswirkungen der Altkleiderentsorgung in die Länder des Südens werfen zahlreiche ungelöste Fragen auf.

### „ETHICAL FASHION“?

**Was es nun braucht, sind engagierte ModeschülerInnen und ModestudentInnen, die ihre Kreativität und Energie für eine bewusst ethisch agierende Modebranche einsetzen, welche Rücksicht auf die Rechte der ArbeiterInnen und den Schutz der Umwelt nimmt und gleichzeitig schöne Kleidung hervorbringt.**

Ideen dazu gibt es in vorliegendem Handbuch!

- Wo kann ich mehr zu dieser Thematik erfahren?
- Wie kann ich mich für Veränderungen einsetzen?

Zahlreiche Anregungen, in welchen Bereichen du dich engagieren kannst und wie du das am besten anstellst sind ebenso zu finden wie best-practice-Beispiele und weiterführende Links.

**Bleib dran!**

**Neueste Infos findest Du auf:**

**„Mein Design. Meine Verantwortung.“: [www.mode.cleanclothes.at](http://www.mode.cleanclothes.at)**

Dieses Handbuch wurde erstellt von Fashioning an Ethical Industry, Großbritannien. Übersetzt und adaptiert von Südwind Agentur Österreich.

<sup>\*</sup> zit. nach: The Ecologist „Ethical Fashion Special“, Feber 2007

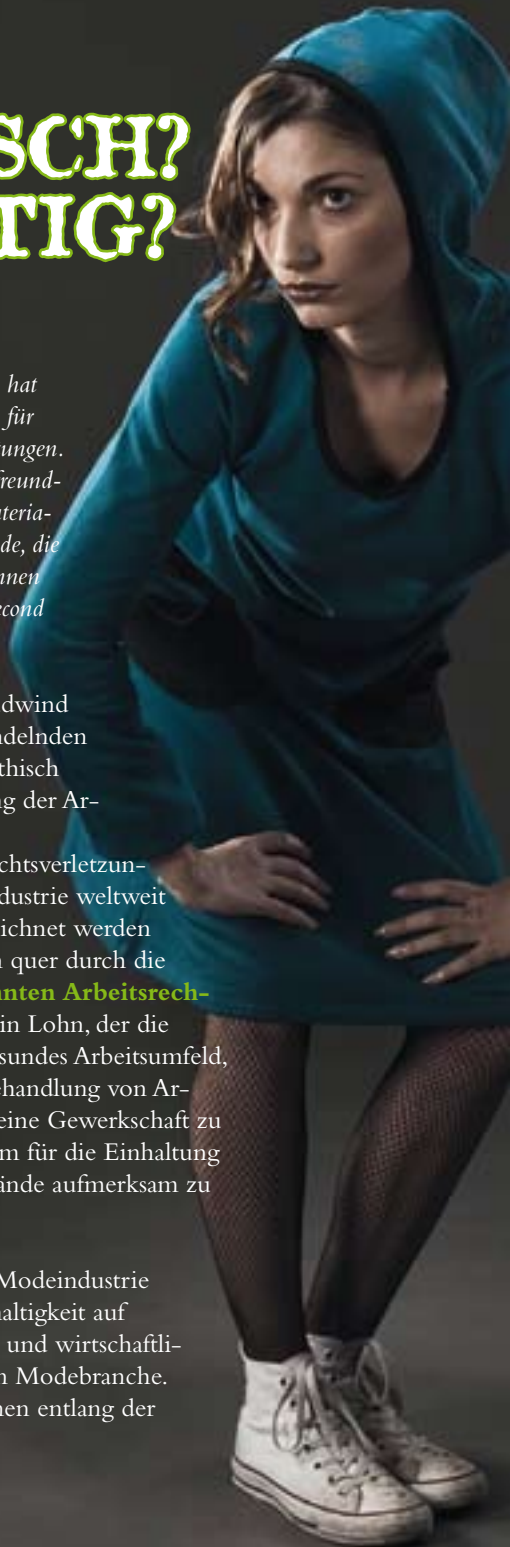
# ETHISCH? NACHHALTIG?

„Ethische Mode“ <sup>hat</sup>  
<sup>für</sup>  
*viele verschiedene Menschen viele verschiedene Bedeutungen. Manche verstehen darunter, dass das Produkt umweltfreundlich oder aus biologischen oder wiederverwertbaren Materialien hergestellt wurde. Andere meinen, es gehe um Mode, die von KunsthandwerkerInnen oder kleinen ProduzentInnen hergestellt wurde. Wieder andere verstehen darunter Second Hand Artikel oder regionale Produkte.*

Auch für Fashioning an Ethical Industry und Südwind sind dies wichtige Bestandteile einer ethisch handelnden Modebranche. Ob ein Kleidungsstück aber als ethisch produziert gelten kann, hängt von der Einhaltung der ArbeiterInnenrechte ab.

Schlechte Arbeitsbedingungen und Menschenrechtsverletzungen zählen für ArbeiterInnen der Bekleidungsindustrie weltweit zum Alltag. Bevor also Kleidung als ethisch bezeichnet werden kann, muss sichergestellt sein, dass ArbeiterInnen quer durch die Zulieferkette von ihren **international anerkannten Arbeitsrechten** Gebrauch machen können. Dazu gehören ein Lohn, der die Lebenshaltungskosten deckt, ein sicheres und gesundes Arbeitsumfeld, zumutbare Arbeitszeiten ebenso wie die faire Behandlung von ArbeiterInnen. Am wichtigsten aber ist das Recht eine Gewerkschaft zu gründen oder ihr beizutreten, um sich gemeinsam für die Einhaltung der Rechte einsetzen zu können und auf Missstände aufmerksam zu machen.

Auch der Begriff **Nachhaltigkeit** wird in der Modeindustrie immer häufiger verwendet. Vielfach wird Nachhaltigkeit auf ökologische Aspekte reduziert, aber auch soziale und wirtschaftliche Gerechtigkeit gehören zu einer nachhaltigen Modebranche. Dies inkludiert auch die Rechte der ArbeiterInnen entlang der Zulieferkette.



# Linias Geschichte\*

GESCHICHTEN WIE DIE VON LINA SIND IN DER MODEINDUSTRIE NICHT UNGEWÖHNLICH. MODESCHUL-ABSOLVENTINNEN WIE DU KÖNNEN DIE ARBEITSBEDINGUNGEN VON MENSCHEN WIE LINA DURCHAUS VERBESSERN ...

Lina arbeitet in einer Textilfabrik seit sie 13 Jahre alt ist. Sie ist das älteste von acht Kindern und weil ihr Bruder krank wurde, konnten sich Linas Eltern ihre Ausbildung nicht mehr leisten. Sie musste aus ihrem Dorf in die bengalische Hauptstadt Dhaka umziehen, um einen Job zu finden, mit dem sie ihre Familie unterstützen konnte. Heute ist Lina 22 und arbeitet in einer Fabrik, die viele bekannte europäische Marken beliefert. Sie gehört zu den wenigen Glücklichen, die gelernt haben, eine Nähmaschine zu bedienen und erhält daher einen Lohn von monatlich 20 Euro. Für diesen Betrag muss sie zwischen 60 und 90 Stunden pro Woche arbeiten.



Foto: Näherin in Bangladesch  
© Clean Clothes Kampagne/Michaela Königshofer

Linias Lohn deckt ihre Lebenshaltungskosten bei weitem nicht ab, auch nicht nach den konservativsten Schätzungen in Bangladesch, welche die Lebenshaltungskosten mit 26 Euro pro Monat beziffern. Linas Ehemann, den sie in der Fabrik kennen gelernt und vor drei Jahren geheiratet hat, ist jetzt krank und nicht in der Lage zu arbeiten. Neben ihren eigenen Lebenshaltungskosten muss sie nun auch für seine ärztliche Behandlung aufkommen und hat kein Geld mehr übrig, das sie ihrer Familie schicken könnte, die es so dringend braucht.

\* Die Geschichte wurde übernommen aus War on Want – Fashion Victims December 2006



# Forschungs- ETHIK

**U**m ein Problem lösen zu können, musst du es zuerst verstehen.

Beim Schreiben deiner Abschlussarbeit und den dazu gehörigen Recherchen ergibt sich die einmalige Gelegenheit, dich gründlich mit einigen der komplexen ethischen Herausforderungen der Modebranche auseinanderzusetzen. Aufbauend auf diesem Wissen werden konkrete Veränderungen noch leichter realisierbar.



# WAS SIND NUN DIESE GROSSEN FRAGEN DER HEUTIGEN MODEINDUSTRIE?

Eines der signifikantesten Phänomene der letzten Jahre war die Zunahme von „Fast Fashion“. Anstatt der bisher üblichen zwei bzw. vier Kollektionen pro Jahr werden nun bis zu zwölf Kollektionen pro Jahr angeboten. Vom Entwurf bis zur Stange dauert die Umsetzung dieser Kollektionen nur sechs Wochen. Die Designs sind meist billige Imitationen der neuesten Modelle vom Laufsteg. Um schnell auf die Nachfrage nach den neuesten Looks reagieren zu können, verlangt der Einzelhandel von seinen Zulieferern größere Flexibilität.

Ungefähr zur gleichen Zeit hatte eine wachsende Anzahl von EinzelhändlerInnen freiwillig Verhaltenskodizes eingeführt und damit begonnen, ihre Zulieferfirmen zu überprüfen: Die Einhaltung der Kodizes sollte sichergestellt werden und somit die Achtung der ArbeiterInnenrechte garantieren. Dennoch untergraben die Erfordernisse von „Fast Fashion“ in vielerlei Hinsicht die Bemühungen um eine ethischere Modebranche. Die Forderung nach Preisreduktionen, beschleunigter Vermarktung und größerer Flexibilität führt häufig zu niedrigeren Löhnen, längeren Arbeitszeiten und Kurzzeitverträgen für jene am unteren Ende der Zulieferkette: die ArbeiterInnen der Bekleidungsindustrie. Sind also Arbeitsrechte und „Fast

## Aktuelle Fragen ...

- 1. Untergräbt „Fast Fashion“ den Versuch, die Arbeitsbedingungen in der Bekleidungsindustrie zu verbessern?**
- 2. Das Recht einer Gewerkschaft beizutreten, ist ein international anerkanntes Arbeitsrecht. In China ist es illegal, einer unabhängigen Gewerkschaft beizutreten. Bedeutet das, dass auch die Auftragsvergabe an chinesische Firmen als unethisch gelten muss?**
- 3. Betriebsprüfungen haben keine Verbesserung der Arbeitsbedingungen in der Bekleidungsindustrie bewirkt. Welche anderen Möglichkeiten gibt es, die Arbeitsbedingungen in den Zulieferbetrieben zu verbessern?**

Hintergrundinformationen und Publikationen für deine Arbeit findest du

- Auf deutsch unter [www.mode.cleanclothes.at](http://www.mode.cleanclothes.at) unter „Zum Weiterlesen“
- Auf englisch unter [www.fashioninganethicalindustry.org](http://www.fashioninganethicalindustry.org) unter „Ressource“
- In den Infotheken von Südwind (Südwind-Regionalstellen sh. Anhang) und Baobab Wien

Fashion“ ein unauflösbarer Widerspruch? Warum beteiligst du dich nicht an der Debatte und bearbeitest dieses oder ein ähnliches Thema in deiner Diplomarbeit? Weitere Anregungen findest du im Kasten „Aktuelle Fragen“.

Foto: Sophie Barber

# Sophie Barber



hat gerade ihr Studium Mode- und Textilmanagement an der Nottingham Trent University mit einem Bachelor abgeschlossen. Ihre Diplomarbeit behandelte den Verbrauchertrend der nachhaltigen Bekleidung und seine langfristigen Entwicklungschancen für den Einzelhandel.

Warum hast du dich dazu entschlossen, deine Diplomarbeit über ethische Fragen zu schreiben?

Ich habe dieses Thema gewählt, nachdem ich ein einjähriges Praktikum bei Debenhams absolviert hatte. Ethik war ein heißes Thema in den Medien und ich wollte dazu recherchieren und Debenhams Empfehlungen präsentieren, wie sie bewusst ethische Praktiken einführen können. Ich hoffe, dass meine Diplomarbeit ihnen und anderen Einzelhändlern Einsichten bietet, wie sie in Zukunft modische und ethische Kleidung produzieren können, und dass sie mir die Informationen liefert, die ich in der Branche brauchen werde, um diese Probleme selbst anzupacken.

Wie willst du das Wissen, das du dir während des Schreibens deiner Diplomarbeit angeeignet hast, in der Branche anwenden?

Ich gehe in den Einkauf und möchte, dass meine Einkaufspraktiken so ethisch wie möglich sind, genügend Lieferzeit lassen und die kritischen Passagen so effektiv wie möglich kontrolliert werden. Ich glaube allerdings, dass die Initiative von oben ausgehen muss, da von dort aus auch der Spielraum vorgegeben wird, was es für EinkäuferInnen ziemlich schwierig macht.

Welche Tipps würdest du anderen StudentInnen fürs Schreiben ihrer Diplomarbeit geben?

Geht zu themenbezogenen Versammlungen, so oft es euch möglich ist. Dort macht man ausgezeichnete Kontakte und die Vortragenden versorgen euch mit einer Fülle an Wissen und Informationen. Kontaktiert auf eurer Suche nach InterviewpartnerInnen so viele Leute wie möglich. Ich war überrascht, wie viele wirklich gerne geholfen haben.



Holly Dutton studierte an dem Arts Institute Bournemouth und beendete ihr Modestudium im Juni 2008. Für ihre Abschlusskollektion verwendete sie fair gehandelte Stoffe.

Foto: Holly Dutton



# DESIGN DIFFERENTLY ...

**D**esignerInnen sind wichtige AkteurInnen um die Modebranche bewusster ethisch zu gestalten. Ethisches Design hat nicht nur mit der Auswahl der richtigen Materialien zu tun. Die Umsetzung deines Designs übernehmen andere Personen in der Zulieferkette – deine Entscheidungen haben also auch Auswirkungen auf diese, oft räumlich weit entfernten MitarbeiterInnen.

Foto: Kate Fletcher

Würde z.B. genügend Lieferzeit für deine Entwürfe einkalkuliert, sodass keine exzessiven Überstunden in der Produktion nötig werden? Eine andere Möglichkeit ist, mithilfe innovativer Designs unseren maßlosen Verbrauch an Bekleidung zu verändern. Das könnte heißen, dass die Entwürfe für langfristigen Gebrauch gedacht sind, oder vielseitige Kombinations- und Verwendungsmöglichkeiten bieten.

Eine der VorreiterInnen eines alternativen Designs ist Kate Fletcher. Sie versucht, Mode „anders“ zu denken und vertritt das Konzept von „Slow Fashion“. Und sie glaubt daran, dass wir die Möglichkeit haben, die Modeindustrie anders zu gestalten.

## Kate erzählt uns noch mehr ...

‘Slow Fashion bedeutet besser zu entwerfen, besser zu produzieren, anders zu konsumieren und zu leben. Die bestimmende Größe von ‘Slow Fashion’ ist Qualität. Dabei bedeutet „Slow“ in diesem Zusammenhang nicht das Gegenteil von „fast“ – es gibt hier keinen Dualismus. Bei „Slow fashion“ handelt es sich um einen anderen Ansatz, bei dem sich DesignerInnen, EinkäuferInnen, EinzelhändlerInnen und KonsumentInnen der Auswirkungen ihrer Produkte auf ArbeiterInnen, Gesellschaften und Ökosysteme bewusster sind. Das Konzept der ‚Slow Fashion‘ ist stark angelehnt an die ‚Slow Food‘ Bewegung, die Essgenuss mit Bewusstsein und Verantwortung

verbindet. Bei ‘Slow Fashion’ dreht sich alles um Auswahlmöglichkeit, Informationen, kulturelle Diversität und Identität. Am entscheidendsten ist aber vielleicht doch die Ausgewogenheit, die Balance zwischen rascher ideenreicher Veränderung und symbolischem (modischen) Ausdruck sowie Beständigkeit des Materials, höchster Qualität in der Anfertigung und Produkten, die längerfristig bezaubern.

‚Slow Fashion‘ verlagert den Schwerpunkt von Quantität auf Qualität. Durch längerfristige Aufträge gibt sie Zulieferbetrieben die Möglichkeit, Produktionsabläufe besser zu planen, die Zahl an benötigten Arbeitskräften vorzuberechnen und auf längere Sicht zu investieren. Sie gibt allen am Produktionsprozess Beteiligten Zeit, allseitig zuträgliche Beziehungen aufzubauen. Qualität ist natürlich teurer. Dafür werden wir weniger, dafür aber hochwertige, ‚langsam-zu-konsumierende‘ Produkte entwerfen. Ein wesentlicher Bestandteil dieser qualitätsgesteuerten Agenda ist eine gerechtere Verteilung des Preises durch die gesamte Zulieferkette. ‚Slow Design‘ bedeutet auch eine ergiebige Wechselwirkung zwischen DesignerIn und ErzeugerIn; ErzeugerIn und Kleidungsstück; Kleidungsstück und VerbraucherIn. ‚Slow Fashion‘ ist ein Ausblick auf eine andere – nachhaltigere – Zukunft für die Textil- und Modebranche und eine Möglichkeit, Geschäfte auf eine Weise zu machen, die ArbeiterInnen, Umwelt und KonsumentInnen gleichermaßen respektiert.’

# Entwurf inspirierend

Foto: Zoe Fletcher RE:Knit:Able

**Die Studentinnen Anna und Zoe haben die Idee von „Slow Fashion“ in ihre Abschlusskollektionen einfließen lassen... wäre das auch etwas für dich?**

Zoe Fletcher entwickelte als Teil ihrer Abschlussarbeit an der Manchester Metropolitan University ein Projekt mit dem Namen: „RE:Knit:Able – How will you wear yours?...How will I wear mine? (Wiederverstrickbar – Wie wirst du deins tragen? – Wie werde ich meins tragen?) Zoes Absicht war ein völlig neues Bekleidungs Erlebnis zu schaffen, das die Käuferin/ den Käufer dazu verlocken sollte, ein Kleidungsstück lange Zeit zu behalten. Sie strickte ein „wandelbares“ Kleidungsstück, welches durch unterschiedliches zusammen- und aufknöpfen eine Vielzahl an verschiedenen Tragemöglichkeiten bietet, sei es nun eine Strickjacke, eine Weste oder eine Handtasche. Zusätzlich entwarf sie auch eine Reihe unterschiedliche Ärmel-Kombinationen und Verzierungen, die auf verschiedene Weise verwendet werden können und wodurch ein völlig einzigartiges Outfit entsteht.



© Fair Trade Österreich Foto: Peter Tuma

**„Fairtrade in Afrika by Hetzendorf“**  
 Ausschließlich aus Fairtrade Stoffen wurden Bühnenwirksame und phantasievolle Outfits kreiert, die spartenübergreifend im 2. und 3. Schuljahr und in allen fünf Ausbildungsschwerpunkten umgesetzt wurden. Vom Hut bis zum Schuh ist alles Marke „Fairtrade in Afrika by Hetzendorf“. Die Modelle wurden anlässlich der Fairtrade Fiesta Afrika im Odeon am 11. Februar 2009 gezeigt.

# Modenkollektionen – viermal anders:

## „Back to the roots“

Ökovicisionen mit einem Touch authentischen Handwerks  
 Die Modenkollektion der **Mode-  
 schule Hallein** interpretiert mit Charme und Feingefühl bäuerliche und bürgerliche Kulturen unterschiedlicher Epochen: eigenwillige Kreationen aus naturbelassenen Materialien und mit alten Techniken.



Foto: © Florian Bauersteind

All diese Kollektionen wurden vorgestellt im Rahmen des Fachsymposiums für Modeschulen „Mein Design. Meine Verantwortung.“, 19. – 20. März 2009, Salzburg  
 Nähere Informationen findest du unter: [www.mode.cleanclothes.at/start.asp?ID=227368](http://www.mode.cleanclothes.at/start.asp?ID=227368)





PRAXIS  
BEISPIELE

## „Natur – Wear Fair – CCK“

Drei Kollektionen aus fair gehandelten Stoffen zum Thema „Natur – Wear Fair – Clean Clothes Kampagne“ entstanden seit Dezember 2008 an der **Modeschule Annahof, Salzburg**. Die SchülerInnen der ersten Klasse setzten sich intensiv und vielfältigst mit der Thematik der fairen Arbeitsbedingungen und fairen Entlohnung der ArbeiterInnen in der Bekleidungsindustrie auseinander.

Foto: © Florian Bauernfeind

„Überlegt euch gut: Für wen arbeitet ihr? Für welches Label arbeitet ihr, wenn ihr euch selbständig macht? Was ist euch wichtig? Denn es geht nicht so sehr um die Marke, sondern um Werte. Die ganze Welt ist miteinander verbunden und es gibt nur eine einzige Welt.“

Lisa Muhr, DesignerInnen des fairen Labels Göttin des Glücks während eines Vortrags beim Fachsymposium „Mein Design. Meine Verantwortung.“, Salzburg, 19. – 20. März 2009

## „Fair Fashion“

hieß das Maturaprojekt von acht SchülerInnen der **Modeschule Michelbeuern HLMW9 in Wien**: ein Jahr lang intensive Beschäftigung mit den Arbeitsbedingungen der Bekleidungsindustrie in den Billiglohnländern, Design von fairer Mode inkl. entsprechendem Marketing.



Foto: © CCK



Ingrid Hass studierte Modedesign am Central St Martins und gewann das Pesticide Action Network – UK StudentInnen Stipendium und verwendete Bio-Baumwolle in ihrer Kollektion.

Foto: Ingrid Hass



# Verwende Bio- oder zertifizierte Fairtrade-Baumwolle

**D**ie Mode folgt dem Beispiel der Lebensmittel: in den letzten Jahren wurde eine Reihe an Zertifikaten in die Modebranche eingeführt, mit deren Hilfe die KonsumentInnen über die sozialen oder ökologischen Standards der Stoffe informiert werden. Die zwei größten sind das Bio-Baumwoll-Siegel und das zertifizierte Fairtrade-Baumwoll-Siegel. Auch die anderen Siegel richten ihren Fokus meist entweder auf die Anbaubedingungen („Bio“) oder auf die Handelsbeziehungen (Soziale Aspekte). Leider führt die Besiegelung von Produkten manchmal nicht zu mehr Information und Transparenz für die KonsumentInnen sondern dient der Verschleierung von negativen Aspekten des Baumwollanbaus und der Bekleidungsindustrie im allgemeinen.

Eine übersichtliche, aufschlussreiche und kritische Bestandsaufnahme der auf dem Markt befindlichen Siegel findest du im „Leitfaden Öko-Textillabel“ unter [www.itfits.de/publications\\_de,166.html](http://www.itfits.de/publications_de,166.html)

**Generell gilt:**

Halte die Augen und Ohren offen, wenn du wissen willst, was wirklich läuft! Bleib skeptisch, aber lass dich nicht davon abhalten, mit deiner Mode neue und nachhaltige Wege zu gehen!



### Beispiele für AnbieterInnen aus Österreich

ALOM Manufaktur Haslach: Tweed, Filze; [www.alom.at/twh](http://www.alom.at/twh)

Biotextil: Biobaumwolle, Hanf und Brennnessel; [www.biotextil.at](http://www.biotextil.at)

Leinenweberei Klosterhof: Leinen; [www.klosterhof.cc](http://www.klosterhof.cc)

Leinenweberei Vieböck: Bioleinen; [www.vieboeck.at](http://www.vieboeck.at)

Gottstein GesmbH & Co KG: Loden, Filze; [www.gottstein.at](http://www.gottstein.at)

Grüne Erde: Bio- und farbig gewachsene Baumwolle, Leinen, Schurwolle; [www.grueneerde.at](http://www.grueneerde.at)

PoPoLiNi: Jersey, Baumwollstoffe; [www.popolini.at](http://www.popolini.at)

Waldland Naturstoffe: Leinen; [www.waldland.at](http://www.waldland.at)

Wollwerkstatt: Wolle, Flies, Filz; [www.wollwerkstatt.at](http://www.wollwerkstatt.at)

### Internationale AnbieterInnen

Astarte Naturtextilien: bedruckte Stoffe ausschließlich aus kontrolliert biologischem Anbau; [www.astarte-textil.de](http://www.astarte-textil.de)

Anita Pavani Stoffe: Biobaumwolle, Jute, Hanf, Wolle, Seide, Brennnessel und Leinen; [www.naturstoff.de](http://www.naturstoff.de)

Bo Weevil B.V. - organic cotton: Biobaumwolle; [www.boweevil.nl](http://www.boweevil.nl)

Hanfhaus: Hanfstoffe und Infos; [www.hanfhaus.de](http://www.hanfhaus.de)

Lichtschatz Projekte GmbH - Internationale Textilfaser- und Agrarprojekte: aus kontrolliert biologischem Anbau: Leinen, Baumwolle, Jersey, Plüsch, Frottee, Demeter-Schurwolle, farbig gewachsene Bio-Baumwolle; [www.lichtschatz.com](http://www.lichtschatz.com)

Stoffkontor Kranz AG: Biobaumwolle, Bioleinen und Brennnessel; [www.nettle-world.com/shop.php?shop=1&cat=2](http://www.nettle-world.com/shop.php?shop=1&cat=2)

Westfalenstoffe AG: Biobaumwolle und Plüsch aus kontrolliert biologischem Anbau; [www.westfalenstoffe.de](http://www.westfalenstoffe.de)

(Reihenfolge alphabetisch)

„DIESE ZERTIFIKATE BEANTWORTEN ABER NICHT ALLE ETHISCHEN FRAGEN IN DER ZULIEFERKETTE DER BETRIEBE“

Viele Handelsketten verkaufen mittlerweile Kleidungsstücke aus Bio- und/oder zertifizierter Fairtrade-Baumwolle. Der sich immer mehr ausbreitende Markt für fair gehandelte und biologisch angebaute Baumwolle ist einerseits äußerst nutzbringend für die beteiligten Bäuerinnen und Bauern und auf der Seite der KonsumentInnen bietet sich die Möglichkeit zu entscheiden, welche Baumwolle sie kaufen wollen. Diese Zertifikate beantworten aber nicht alle ethischen Fragen in der Zulieferkette der Betriebe: in vielen Unternehmen, welche Bio- oder Fairtrade-Baumwolle verwenden, können Verstöße gegen das Arbeitsrecht vorkommen, sowohl innerhalb der „normalen“ als auch der zertifizierten Zulieferketten. Durch den Gebrauch von biologischen oder fair gehandelten Stoffen in deiner Kollektion kannst du die Probleme, die durch die Zertifizierung angesprochen werden, untersuchen und dich besser informieren, was diese Standards bedeuten und woher du diese Stoffe beziehen kannst.



## Wo bekomme ich Bio- und Fairtrade Baumwolle für meine Modekollektion?

Vorab: die Nachfrage nach Bio-Fairtrade-Baumwolle steigt, die Beschaffung gestaltet sich oft schwierig.

Bei folgenden Bezugsquellen handelt es sich um Unternehmen, die von sich behaupten, Bio- oder zertifizierte Fairtrade-Baumwolle oder andere „Öko-Stoffe“ zu vertreiben – eine Überprüfung dieser Betriebe durch Südwind hat nicht stattgefunden! Außerdem unterstützt Südwind diese Betriebe in keiner Weise, sondern will lediglich Anknüpfungspunkte schaffen. Es liegt also an dir, dich über die Firmen zu informieren und dir jenseits ihrer Marketingaussagen eine eigene Meinung über ihre ethische und ökologische Glaubwürdigkeit zu bilden.

### Beispiel: Zertifizierte Fairtrade-Baumwolle

Es handelt sich hierbei um ein unabhängiges Produkt-Zertifikat, welches den Bäuerinnen/den Bauern eine bessere vertragliche Absicherung garantiert: Sie erhalten einen gerechten und stabilen Preis für ihr Produkt sowie einen finanziellen Bonus und profitieren von langfristigen und direkteren Handelsbeziehungen – wenn Bedarf besteht, bekommen sie Vorfinanzierungen. Das Fairtrade-Baumwolle-Zertifikat bezieht sich in der Modeindustrie nur auf die Baumwollproduktion und nicht zwingend auf andere Phasen der Textil- und Bekleidungsherstellung.



### Beispiel: Bio-Baumwolle – zertifiziert durch die Soil Association

Dieses Zertifikat wird an Baumwoll- und andere Produkte vergeben, bei deren Herstellung Methoden verwendet werden, durch welche die Bodenfruchtbarkeit regeneriert wird und erhalten bleibt, welche den Einsatz von giftigen und schwer abbaubaren Pestiziden verringern und eine biologisch vielfältige Landwirtschaft hervorbringen. Die biologischen Richtlinien der Soil Association verbieten den Gebrauch von bestimmten Chemikalien und verlangen die Anwendung von Methoden, die den geringsten Schaden an Mensch und Umwelt anrichten.

# ORGANISIERE EINE ETHISCHE MODENSCHAU

**D**ie Veranstaltung von Modenschauen bietet eine ausgezeichnete Gelegenheit um deine MitstudentInnen auf ethische Fragen in der Modebranche aufmerksam zu machen und gleichzeitig „ethische“ Kleidung von ihrem Kartoffelsack-Image zu befreien. Wenn du eine Show planst, könntest du auch Arbeiten anderer StudentInnen präsentieren, die sich mit ethischen Problemen beschäftigen. Oder du beziehst einige der „alternativen“ Modebetriebe mit ein, welche sich selbst unter der Marke „ethisch“ verkaufen, und versuchst ein paar problembehaftete Themen anzusprechen, wie Löhne oder Recycling von Textilien etc.

„Ethisch“ in Bezug auf ethische Mode umspannt einen weiten Bereich von Interessen, das heißt, Produkte können einen spezifischen Anspruch erfüllen, dabei andere wichtige Fragen jedoch völlig außer Acht lassen. Indem du alternative Betriebe in deine Show mit einbeziehst, bietet sich dir die Möglichkeit den Begriff „ethisch“ für andere verständlich zu machen und aufzuzeigen, welche ethischen Fragen von bestimmten Unternehmen angesprochen werden und welche nicht. Wer hat diesen recycelten Turnschuh hergestellt und hat er dafür einen gerechten Lohn erhalten? Dieses T-Shirt wurde zwar nach biologischen Standards hergestellt, passierte dies aber auch in einer Fabrik in der sich die MitarbeiterInnen gewerkschaftlich organisieren können?

Steph Steele studiert Mode an der Central Lancashire University und organisierte eine Modenschau unter dem Motto „Wiedergutmachung“ um das Bewusstsein über aktuelle Fragen in der Mode zu schärfen. In der Modenschau wurde die Idee der vier Elemente aufgegriffen – Erde, Wind, Wasser und Feuer; die Outfits wurden nach diesem Thema entworfen und aus gespendeter und selbstgeschneiderter Kleidung hergestellt.

Foto: Steph Steele





**L**yla Patel arbeitet für Traid, welches für die preisgekrönte Kollektion TRAIIDremade verantwortlich zeichnet. Das Label verwandelt beschädigte Kleidung durch zerlegen, reißen, schneiden, umnähen und bedrucken zu neuer Mode. So werden aus alten Shorts und Vorhängen wundervolle Hüfthosen, oder aus einem langweiligen Rock wird mit Hilfe raffinierter Applikationen ein besonderes Kleidungsstück. Lyla verrät dir ihre besten Tipps für die Inszenierung einer Modenschau...

**PRAXIS  
BEISPIEL**



Foto: © Reinhard Winkler

**Wear fair!**

**M**ehr als 3000 BesucherInnen zeigten, dass faire Mode längst mehr als nur eine Nische ist: Die erste oberösterreichische Messe für faire ökologische Mode fand vom 10. bis 12. Oktober 2008 an der Kunstuniversität Linz statt. Veranstaltet von Südwind Oberösterreich und Klimabündnis Oberösterreich präsentierte die Messe Mode aus sozial und ökologisch ver-

#### **KEEP IT LOCAL:**

Wenn du ethische Marken verwendest, besorge sie dir von Geschäften aus deiner Stadt. Dadurch ist es wahrscheinlicher, dass die StudentInnen dort auch einkaufen gehen und ihr Kaufverhalten ändern.

#### **FREIWILLIGE:**

Stelle ein kleines, aber enthusiastisches Team zusammen und gib klare Anweisungen. Delegiere die Aufgaben und benenne diese, damit jedeR weiß, wofür sie/ er verantwortlich ist.

#### **TIMING:**

Stelle durch Proben sicher, dass die Models genügend Zeit für den Wechsel ihrer Outfits haben und dass sie den Laufsteg nicht zu schnell hinablaufen – das Publikum braucht ausreichend Zeit um die Outfits betrachten zu können.

#### **UNTERHALTE:**

Plane nicht nur die Show, welche ziemlich schnell vorbei sein kann, sondern das gesamte Event. Mach dir Gedanken über den Ort, die Musik. Vielleicht kannst du eine Live Performance oder eine Diskussion organisieren.

#### **EXTRAS:**

Eine Versteigerung der Kleidung, eine Tombola, Verkauf von Tickets und Goodie Bags – das sind alles gute Möglichkeiten um Bewusstsein zu wecken und Geld für gute Zwecke zu sammeln.

verantwortlicher Produktion und informierte über das Angebot an regionalen und überregionalen Unternehmen und Marken.

Wear fair 2009: Linz 11. – 13. September!

**Nähere Informationen:** [www.wearfair.at](http://www.wearfair.at)

A fashion show runway with models wearing white and brown patterned clothing. The models are arranged in a line, showcasing various outfits. The background is dark, and the runway is lit. The text is overlaid on the center of the image.

# Integriere ETHIK in deine Geschäftsideen

**D**en Unternehmen geht es vorrangig um ein Ziel: Gewinn zu machen. Um diesen zu vergrößern steht den Unternehmen eine große Palette an Möglichkeiten offen: durch das Erhöhen des Verkaufspreises, durch das Verwenden von innovativem Design, durch Werbung oder aber durch Kostenreduktion in der Zulieferkette, um somit die Gewinnspanne zu vergrößern.

**Der Hauptgrund für viele der unethischen und unnachhaltigen Praktiken in der Modeindustrie ist die Senkung der Kosten und die Vergrößerung der Gewinnspanne. Dies geschieht um das eigene wirtschaftliche Wachstum auf dem konkurrenzstarken Markt abzusichern. In diesem System haben die Zulieferbetriebe wenig Einfluss, denn in ihrem Bestreben nach Kostensenkung schließen die Betriebe Verträge mit weniger seriösen Zulieferern ab oder setzen Zulieferer so sehr unter Druck, dass es diesen unmöglich ist auf ArbeiterInnenrechte oder die Umwelt Rücksicht zu nehmen.**

Manche Betriebe beginnen hinsichtlich ihrer geschäftlichen Herangehensweise umzudenken, und werden sich ihres ökologischen und sozialen, aber auch ihres finanziellen Einflusses bewusst. Bei der Unternehmerischen Sozialverantwortung (CSR – Corporate social responsibility) handelt es sich um einen Prozess, dem sich gewisse Betriebe freiwillig verpflichten. In dessen Verlauf sollen die Betriebe Verantwortung für die gesamte Zulieferkette übernehmen, und zwar für die sozialen, ökologischen und ökonomischen Konsequenzen der betrieblichen Tätigkeiten, über diese Konsequenzen Bericht erstatten und sich in konstruktiver Weise mit Interessensgruppen auseinandersetzen .

CSR Initiativen sind mittlerweile unter den großen Mode- und Schuhherstellern gebräuchlich geworden. Diese Initiativen erfolgen in unterschiedlichen Formen, von finanzieller Unterstützung für lokale Wohltätigkeitsorganisationen bis zum Verteilen von Recycling-Tragetaschen für KundInnen. Der wirklich wichtige Bereich in dem die meisten Modefirmen jedoch Nachholbedarf haben, liegt in der Sicherstellung, dass die Zulieferbetriebe den Verhaltenskodex des Unterneh-

mens, welcher die Arbeitsbedingungen für die Bekleidungsproduktion festlegt, einhalten. Diese Sicherstellung erfolgt gewöhnlich durch Betriebsprüfungen. Die wahre Herausforderung für die Branche ist, dass sich die CSR Initiativen auf die Hauptgründe von sozialen und ökologischen Problemen innerhalb der Zulieferkette beziehen, und nicht durch Verschleierung der Beziehungen zwischen Unternehmer und Zulieferer die Situation weiter verschlechtern.

Ethische Beschaffung heißt nicht eine Liste „guter“ Fabriken zu finden, sondern es geht vielmehr um das Bewusstsein wie du mit deinen Geschäftspraktiken Einfluss auf Arbeitsbedingungen nehmen, dafür die Verantwortung übernehmen und zusammen mit den Zulieferern für die Verbesserung von Arbeitsbedingungen arbeiten kannst. Das ist ein schwieriger Prozess – sich jedoch schon in der Schule und auf der Universität darüber Gedanken zu machen, kann der erste Schritt sein, dein Handeln bewusst ethisch zu gestalten, wenn du in der Branche zu arbeiten beginnst oder dein eigenes Geschäft eröffnen wirst. Willst du dich mit ethischer Beschaffung befassen, könntest du dich mit den folgenden Punkten auseinandersetzen um sicherzustellen, dass ArbeitnehmerInnenrechte respektiert werden:

- **Nimm dir vor**, mit den Zulieferern langfristige und stabile Beziehungen aufzubauen. Dadurch befindest du dich in einer optimalen Position um gemeinsam mit ihnen bessere Arbeitsbedingungen bewirken zu können. Sollten Probleme auftauchen, versuche sie zu lösen anstelle einfach einen neuen Zulieferer zu engagieren.
- **Vergiss nicht**, dass sich deine Entscheidungen beim Einkauf auf die Arbeitsbedingungen auswirken. Verlangst du einen niedrigeren Preis, kann das zur Folge haben, dass der Lohn der ArbeiterInnen gesenkt wird. Wenn du deine Bestellung kurz vor dem Lieferdatum aufgibst oder spät noch Änderungen am Design verlangst, bedeutet das für die



ArbeiterInnen wahrscheinlich exzessive Überstunden, damit der Auftrag noch eingehalten werden kann.

- **Beziehe** deine Zulieferer in die Planung von Bestellungen mit ein. Finde heraus, wie lange sie brauchen um einen Auftrag zu erfüllen, wann ihre Stoßzeiten sind, welchen Preis du bezahlen musst, damit die ArbeiterInnen einen existenzsichernden Lohn erhalten. Zudem solltest du sichergehen, dass deine Zulieferer die Kapazitäten haben um deine Bestellungen erfüllen zu können.

- **Versichere dich**, dass du die Gesetze der Länder deiner Zulieferer kennst und weißt, welche internationalen Arbeitsnormen existieren und ob diese von deinen Zulieferpartnern auch eingehalten werden. Das ist wichtig, um zumindest die grundlegendsten Arbeitsrechte gewähren zu können.

- **Sprich** mit lokalen Organisationen wie Gewerkschaften und NGO's, die sich mit Arbeitsrechtfragen beschäftigen. Dadurch erfährst du, mit welchen Problemen die ArbeiterInnen in der Region oder in deiner Zulieferfabrik zu kämpfen haben oder was ArbeiterInnen verdienen müssen um sich selbst und ihre Familien versorgen zu können.

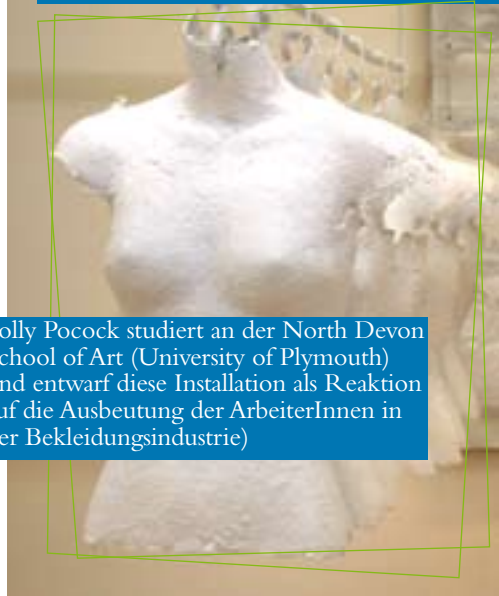
- **Versuche** die Fabriken zu besuchen, sowohl angekündigt als auch überraschend. Erkundige dich nach Gesundheits- und Sicherheitsvorkehrungen, Gehältern, Überstunden und ob eine Gewerkschaft existiert. Betone den Vorteil einer aktiven Gewerkschaft, wenn du einen Zulieferbetrieb auswählst. Rechne damit, dass deine Zulieferer nicht völlig offen sind, aus Angst den Vertrag mit dir zu verlieren, werden sie möglicherweise bestimmte Informationen nicht weitergeben.

- **Finde heraus**, ob deine Zulieferer irgendwelche Zertifikate besitzen, wie zum Beispiel das SA8000. Dies ist zwar keine Garantie für faire Arbeitsbedingungen, zeigt dir aber zumindest, dass den Zulieferern bewusst ist, dass soziale Fragen im Interesse seiner KäuferInnen liegen können.

- **Kontaktiere** die anderen EinkäuferInnen deiner Zulieferfirmen, um zu sehen, ob ihr gemeinsam für die Verbesserung bzw. Beibehaltung der Arbeitsbedingungen aktiv werden könnt. Falls du nur kleine Bestellungen aufgibst, wird es schwieriger sein den Zulieferer zu beeinflussen. In Zusammenarbeit mit anderen habt ihr eine wesentlich stärkere Position um bessere Arbeitsbedingungen zu bewirken.



Laura Ellis beendete ihr Studium des Produkt Design und der Entwicklung in der Modeindustrie und Bekleidung am London College of Fashion im Juni 2008 und entwarf aus recyceltem Leder dieses Kleid für ihre Abschlusskollektion



Polly Pocock studiert an der North Devon School of Art (University of Plymouth) und entwarf diese Installation als Reaktion auf die Ausbeutung der ArbeiterInnen in der Bekleidungsindustrie)

Karl Lewis studierte an der Nottingham Trent University. Für seine Abschlusskollektion mit dem Namen „Dressed not to Kill“ verwendete er Bio-Baumwolle.



# Vermittle ETHIK



StudentInnen vom Central St Martins (Alex Babboni, Egle Cheknavicute, Irene Cheong, Koko Kasugai, Laura Setzer, Liz Black und Vicki Cheng Wang Ying) entwarfen gemeinsam „Dream a Little Dream“, ein Kleidungsstück, das die Aufmerksamkeit auf die Problematik von Kinderarbeit lenkt.)

Foto: Dream a Little Dream – Arak und John Lamb



**D**rei Viertel der von IPOS befragten KonsumentInnen geben an, dass es ihr Kaufverhalten beeinflussen würde, wenn sie mehr über das soziale, ökologische und ethische Verhalten von Betrieben wüssten. Somit ist es für Betriebe, die mittels ethischer Geschäftspraktiken ihr Geld verdienen wollen unbedingt notwendig, diese Geschäftsphilosophie der/dem kritischen KundIn auch vermitteln zu können. Die Ethik deiner Unternehmensführung kann dir auch neue Möglichkeiten für Öffentlichkeits- und Werbeprojekte bringen.

## BRANCHENTIPPS

Laurence MacSween, Leiterin der Kreativabteilung bei Clownfish Marketing (ein Beratungsunternehmen für Kreativstrategie und Kommunikation), hielt auf einer FEI Konferenz einen Vortrag über Chancen aber auch Fallen bei der Vermittlung von ethischen Standpunkten. Sie zeigte unterschiedliche Möglichkeiten auf, wie Betriebe ihre ethischen Beweggründe kommunizieren können: Zum Beispiel mit Hilfe eines werbebezogenen Slogans auf dem Produkt wird den KonsumentInnen ermöglicht, sich öffentlich mit diesen Werten zu identifizieren. Oder die Betriebe verwenden vertrauenswürdige Zertifikate, wie z.B. Fairtrade-Baumwolle. Eine andere Möglichkeit bietet die Konzentration auf bestimmte Lifestyle-Fragen um somit einen Gemeinschaftssinn zu wecken. Dadurch kann eine engere Beziehung zwischen Marke und KäuferIn hergestellt werden.

Wenn du deine ethischen Standpunkte in deine Werbung integrieren möchtest, berücksichtige Laurences Ratschläge:

- Sei dir deiner Marke und deiner ethischen Motivation bewusst, damit du die Firma oder die Kollektion von Beginn an richtig präsentieren kannst.
- Die wenigsten KonsumentInnen kaufen allein aus ethischen Beweggründen ein – Betriebe müssen „ethische“ Produkte herstellen gleichzeitig aber auch ein Augenmerk auf Kosten, Qualität und Design haben. Das hat zur Folge, dass der Betrieb möglicherweise zusätzliche Kosten auf sich nehmen muss, dafür jedoch keine negativen Auswirkungen für ArbeiterInnen und Umwelt entstehen.
- Stelle sicher, dass die von deinem Unternehmen gestellten ethischen Ansprüche auch wirklich er-

füllt werden, damit deine Glaubwürdigkeit keinen Schaden nimmt. Viele Unternehmen vermeiden es sich selbst als „ethisch“ zu bewerben, da sie wissen, dass sie niemals glaubhaft machen können, dass die gesamte Zulieferkette ethisch ist.

- Vermeide Greenwashing sowie die falsche Verwendung von Trendwörtern und passe auf, dass du wichtige Themen nicht verpasst. Ethik und Nachhaltigkeit sind weit gefasste Begriffe – es ist besser, offen und transparent zu handeln anstatt übertriebene Aussagen zu tätigen.
- Sei konsequent und schaffe Vertrauen und Zuversicht bei den KundInnen. Inkonsequenz in ethischen Belangen hat Zynismus zur Folge.

**Wie Greenwashing funktioniert und wie Du die „grünen Mäntelchen“ von Unternehmen kritisch hinterfragen kannst, erfährst du unter [www.lobbycontrol.de/download/greenwash-studie.pdf](http://www.lobbycontrol.de/download/greenwash-studie.pdf)**

### PRAXISBEISPIEL:

#### **Ethikgütesiegel Hallein „Mode, Konsum, Nachhaltigkeit“**

Drei Klassen, neun LehrerInnen und sieben Unterrichtsfächer beteiligen sich seit vier Jahren an diesem Projekt. Das eigens entworfene Ethikgütesiegel wird jährlich an Halleiner Betriebe vergeben, die der strengen Prüfung durch die SchülerInnen standhalten: es gilt eine breite Palette von ökologischen und sozialen Kriterien zu



erfüllen. Durch die Zusammenarbeit mit der Gemeinde und großes Medienecho ist die Öffentlichkeitswirksamkeit ebenfalls garantiert.

**Nähere Infos: [www.modeschule-hallein.at](http://www.modeschule-hallein.at)**

# Schreibe über ETHIK

**D**ie meisten Informationen über unethisches Verhalten in der Modeindustrie erhalten wir aus den Medien. Mediale Skandale waren immer enorm wichtig, um Modebetriebe unter Druck zu setzen, Arbeitsrechtsverletzungen in ihren Zulieferunternehmen ernst zu nehmen, um ihren guten Ruf nicht zu schaden. Du kannst helfen deine MitstudentInnen aufzuklären, indem du Artikel für deine Schul – oder Unizeitung schreibst. Das hat den weiteren Vorteil, dass du deine Schreibkünste verbessern kannst und Erfahrungen in der gründlichen Recherche sammelst.

Du kannst dich mit allen möglichen Themen auseinandersetzen...wieso recherchierst und schreibst du nicht einen Beitrag zum ethischen Konsum in der Modeindustrie? Ist die Nachfrage nach ethisch produzierter Kleidung wichtig und groß genug um die gesamte Modeindustrie zum Handeln für die Einhaltung von ArbeiterInnenrechten zu bewegen? Für weitere Informationen zu diesem Thema besuche unsere Internetseite [www.mode.cleanclothes.at](http://www.mode.cleanclothes.at)

## INSPIRATION

Louise Boulter studiert Fashion Promotion am University College of the Creative Arts Eposom. Im Rahmen eines ihrer Projekte entwickelte sie das 22-Magazin. Die Zahl 22 – was bedeutet sie für dich? In Bezug auf Mode hat sie viele Bedeutungen: eine 22 inches Taille entspricht der Größe 0 in den USA. 2007 berichtete die Sunday Times, dass die ArbeiterInnen, welche die Topshop Kollektion von Kate Moss produziert hatten, nur 22 Pence in der Stunde verdienen.

Louises 22-Magazin ist ein humoristischer Seitenhieb auf die Modebranche und unterstützt dabei ethische Werte und „Slow Fashion“. Die

Leserschaft des Magazins sind kritische Modeinteressierte, die wissen, dass Mode einen Wandel zum Besseren benötigt. Das 22-Magazin bietet keine Antworten – aber es wirft Fragen auf. Das Magazin hat die Größe von 22cm x 22cm, es bietet 22 Artikel auf 22 Doppelseiten mit jeweils 22 Zeilen, es hat einen Seitenrand von 22mm, es benutzt 22 verschiedene Schriftsätze und auf jeder Seite steht die Zahl 22.

## BRANCHENTIPPS

Melanie Plank ist Mitherausgeberin für den Bereich Damenmode bei WSGN(). Ursprünglich ist sie Designerin für Damenmode (high street), wollte jedoch schon immer in der Trendprognose arbeiten. Als sich ihr die Möglichkeit bot für die Trendzeitschrift International Textiles Magazin zu schreiben, zögerte sie nicht lange. Sie hatte den Fuß in der Tür und die Möglichkeit ein Portfolio zu erstellen, auf Grund dessen sie ihren aktuellen Job bei WSGN erhielt. WSGN beschäftigt sich mit Ethik in der Modeindustrie, da es sich dabei um einen schnell wachsenden Gesellschaftstrend handelt, der zukünftig einen enormen Einfluss auf das Verhalten der Unternehmen



Foto: Louise Boulter

„es ist wichtig, ethische Fragen in den Medien zu behandeln, um einerseits die Öffentlichkeit über die Konsequenzen ihrer Kaufentscheidung aufzuklären und andererseits ethische Produkte zu bewerben“

und der KonsumentInnen haben wird. Melanie ist davon überzeugt, dass es wichtig ist, ethische Fragen in den Medien zu behandeln, um einerseits die Öffentlichkeit über die Konsequenzen ihrer Kaufentscheidung aufzuklären und andererseits ethische Produkte zu bewerben.

Melanie glaubt, wenn man Artikel über Ethik in der Modeindustrie schreibt, muss man eine gewisse Balance halten: auf der einen Seite sollte man sich bewusst sein, dass die LeserInnen in Bezug auf ethische Fragen schon einiges

wissen, auf der anderen Seite sollte man nicht davon ausgehen, dass sie alle Fachtermini kennen, die in diesem Bereich verwendet werden. Wenn du bestimmte Marken oder Firmen benennst, rät sie dir die Fakten doppelt und dreifach zu prüfen. Ethik in der Modebranche ist momentan ein heiß diskutiertes Thema und viele Artikel setzen sich genau damit auseinander. Umso wichtiger ist es, dass dieses Thema von immer neuen Standpunkten aus betrachtet wird, um das Interesse der LeserInnen aufrecht zu erhalten.



A woman with brown hair, wearing a blue, long-sleeved, knee-length dress and red high-heeled shoes, stands in a rustic, industrial-style setting. She is holding up a long, grey fabric with her right arm, looking at it with a slight smile. The background features a rough, textured wall and a wooden ceiling. To the left, there is a yellow armchair. The overall atmosphere is artistic and creative.

# Erfahre mehr über **Ethik** bei einem Praktikum

Sylvia Zidek studierte Mode und Textil Design an der University of West of England, dort entwarf sie dieses wandelbares Kleid aus Seide, in dem sie Stoffe aus dem Kleiderschrank ihrer Großmutter und alte T-Shirts verwendete.

Foto: Sylvia Zidek

**P**raktika geben dir die Möglichkeit die Branche aus nächster Nähe kennen zu lernen, Gelerntes in der Praxis zu erproben und Fragen zu stellen (auf die du hoffentlich auch ein paar Antworten erhalten wirst). Die Art und Weise wie Modeunternehmen agieren, bestimmt den Einfluss den sie auf Menschen und Umwelt haben. Ganz egal wo du dein Praktikum absolvierst, ob bei einer Modekette oder bei einem kleinen ethisch agierenden Betrieb, wirst du die Chance haben, die ethischen Verhaltensweisen in der Branche zu beobachten.



„Ich habe bei FEI Veranstaltungen geholfen und hatte die Chance fantastische RednerInnen aus der Modeindustrie kennen zu lernen“

Foto: Liah Macallam

# KONSUMIERE BEWUSST

**A**ls ethische(r) KonsumentIn triffst du mit deiner Geldtasche eine Wahl – eine negative, wenn du etwas kaufst, das deinen Prinzipien widerspricht, eine positive, wenn du diesen entsprechende Produkte kaufst. In der Bekleidungsindustrie ist bewusstes Konsumieren eher schwierig. Es gibt keine allgemeine Definition was „ethisch“ bedeutet: Bewusste KonsumentInnen müssen für sich entscheiden, welche Themen ihnen wichtig sind und dabei akzeptieren, dass sie dafür in anderen Bereichen gewisse Abstriche machen müssen. So werden aus recyceltem Leder Schuhe hergestellt, aber eventuell wird in China produziert, wo Gewerkschaften verboten sind.

Es existiert keine Liste „guter“ und „schlechter“ Firmen. Manche Firmen haben zwar schon ein paar Schritte in die richtige Richtung gemacht, aber das durchschnittliche Unternehmen bezieht von hunderten verschiedenen Fabriken rund um den Globus und verletzt mit Sicherheit Arbeitsrechte irgendwo innerhalb seiner Zulieferketten. Immer mehr alternative Betriebe behaupten, ethisch zu produzieren. Einige von ihnen unternehmen einen aufrichtigen Versuch den derzeitigen Geschäftspraktiken zu trotzen, während andere mehr Schein denn Sein sind. KonsumentInnen müssen Werbungen hinterfragen und sich ihre eigene Meinung über die Betriebe bilden, bei denen sie ihre Waren kaufen. Es existieren einige Möglichkeiten bewusst zu konsumieren: kaufe Marken, über deren ethische Standards du dich informiert hast und denen du auch traust, wähle Kleidung aus Bio- oder Fairtrade-Baumwolle, geh in Secondhand-Geschäfte, näh dir deine eigene Kleidung oder kauf einfach weniger ein.

## Check your brand!

Finde heraus, welche Anstrengungen deine Lieblingsmarke unternimmt, um die Arbeitsbedingungen in der Bekleidungsindustrie zu verbessern und deponiere deine diesbezüglichen Forderungen!

[www.cleanclothes.at](http://www.cleanclothes.at) ‡ Firmenprofile

[www.fashioncheck.net](http://www.fashioncheck.net)

Als bewusste(r) KonsumentIn ist es zudem sehr wichtig sich nicht nur mit den Betrieben kritisch auseinander zu setzen, sondern auch Druck auf diese auszuüben. Das erfordert keinen großen Aufwand, es reicht schon in den Geschäften nachzufragen, was getan wird um sicherzustellen, dass die Rechte der ArbeiterInnen in den Zulieferfirmen respektiert werden. Man kann auch Briefe an die Verantwortlichen schreiben, sich an Aktionen beteiligen oder sich Kampagnen wie der Clean Clothes Kampagne anschließen.

**Willst du mehr über weitere Aktionen wissen, besuche [www.cleanclothes.at](http://www.cleanclothes.at)**



Catt Mazza gründete MICROREVOLT, um auf kreative Art und Weise auf Arbeitsrechtsverstöße aufmerksam zu machen. Unter anderem koordinierte sie eine internationale Gruppe von HobbystrickerInnen und -häklerinInnen, die ein über vier Meter langes Nike Logo herstellten. Jede Masche repräsentierte eine(n) UnterstützerIn der Petition für faire Arbeitsbedingungen für TextilarbeiterInnen von Nike. Sie hat via Internet Unterschriften gesammelt und aus über 40 Ländern selbst gestrickte bzw. gehäkelte Teile erhalten. Die Unterschriftenliste wird an Phil Knight, den Vorstandsvorsitzenden von Nike, ausgehändigt werden. Du kannst dir einen Film über dieses Projekt unter [www.microrevolt.org](http://www.microrevolt.org) anschauen.



„KonsumentInnen müssen Werbungen hinterfragen und sich ihre eigene Meinung über die Betriebe bilden, bei denen sie ihre Waren kaufen“



Foto: © Florian Bauernfeind

## Unterschriftenaktion gegen Ausbeutung von ArbeiterInnen in der Bekleidungsindustrie von der Modeschule Annahof Salzburg

Die SchülerInnen der Modeschule Annahof formulierten eine Petition an Hofer/ Aldi gegen die Ausbeutung von ArbeiterInnen in der Bekleidungsindustrie und sammelten mehr als 1.000 Unterschriften in den Einkaufstraßen Salzburgs. Am 19. März 2009 wurde die Petition an die Clean Clothes Kampagne und die Arbeitsrechtsaktivistin und ehemalige Näherin Kalpona Akter aus Bangladesch übergeben.

# Glossar

**Akkordlohn:** Die ArbeiterInnen werden anhand der von ihnen produzierten Stückzahl bezahlt und nicht nach den Stunden, die sie gearbeitet haben.

**Beschaffungspraktiken:** Die Art und Weise wie ein Unternehmen mit seinen Zulieferbetrieben Handel betreibt, einschließlich der Preise, Lieferzeiten, Größe und Häufigkeit von Bestellungen, Stabilität und Sicherheit der Einkaufsbeziehungen, etc.

**Compliance (Befolgung):** Ein in der Modeindustrie häufig verwendeter Begriff, der sich auf die Umsetzung, Beobachtung und Überprüfung von Verhaltenskodices richtet.

Durch die Verwendung dieses Begriffes wird vermittelt, dass die alleinige Verantwortung für schlechte Arbeitsbedingungen beim Zulieferer liegt, der schließlich die vom/ von der EinkäuferIn vorgegebenen Bedingungen zu befolgen hat.

**EinkäuferIn:** Das Personal eines Einzelhändlers oder einer Marke, das verantwortlich ist für die Auswahl und den Kontakt mit den Zulieferbetrieben. Der Begriff bezieht sich manchmal auch direkt auf den Einzelhändler oder die Marke.

**Ethical Trade / Ethischer Handel:** Eine Form von Handel, bei der das Handelshaus, die Markenfirma bzw. die große Herstellerfirma (also das beschaffende, einkaufende Unternehmen) ein bestimmtes Maß an Verantwortung für die Arbeitsbedingungen und Menschenrechte sowie die Umweltbelange in jedem Glied der Lieferkette übernimmt. Das schließt die Verantwortung für die Auswirkungen ihrer Geschäftspolitik und –praktiken auf die Arbeitsbedingungen entlang der gesamten Lieferkette ein. Auch bezeichnet als ethische Beschaffung oder ethischer Einkauf.

**Existenzsichernder Lohn:** Der existenzsichernde Lohn deckt nicht nur die Grundbedürfnisse, wie Miete, Essen, Sozialversicherung etc, ab, sondern bietet darüber hinaus ein Zusatzeinkommen für den Unterhalt von

Familienmitgliedern. Dieser Lohn liegt meist erheblich über dem gesetzlich festgelegten Mindestlohn.

**Fairtrade / Fairer Handel:** Häufig im weiteren Sinn für Organisationen gebraucht, die sich bemühen ordentliche Einkommen und Arbeitsbedingungen für ArbeiterInnen und Bäuerinnen/Bauern zu garantieren. Fairtrade hat zum Ziel, benachteiligte ProduzentInnen oder ArbeiterInnen in Entwicklungsländern durch Hilfestellung, Aufbau von nachhaltigen Beziehungen mit ausländischen EinkäuferInnen, und angemessenen Preisen (gegebenenfalls auch über dem Weltmarktpreis) zu fördern.

**Freihandelszone:** Ein Gebiet eines Landes, das auf Grund seiner Sonderbedingungen ausländische Investitionen in Fabriken, die Exportgüter produzieren, anlocken sollen. Diese Sonderbedingungen umfassen Steuervergünstigungen für InvestorInnen, Subventionen und weniger strikte rechtliche Vorgaben bezüglich ArbeitnehmerInnenrechte und Umweltauflagen (z.B. niedriger Mindestlohn oder Verbot der Organisationsfreiheit)

**Gewerkschaft:** In einer Gewerkschaft organisieren sich ArbeiterInnen um gegenseitige Unterstützung und Vertretung nach außen zu leisten. Im speziellen verhandeln Gewerkschaften mit der Betriebsführung über Arbeitsbedingungen. Weltweit sind weniger als 5% der TextilarbeiterInnen gewerkschaftlich organisiert.

**Greenwashing:** In Anlehnung an den Begriff „sich weiß waschen“ ist Greenwashing der kritische Vorwurf an Unternehmen sich mittels Werbung mit einem umweltbewussten und verantwortungsvollen Image zu schmücken.

**Kernübereinkommen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO):** Eine Reihe von international anerkannten Normen für geregelte Arbeitsbedingungen, an welche die Mitgliedsländer der ILO gebunden sind und welche sie mittels nationaler Gesetze umzusetzen haben.

**Kollektivverhandlungen:** Diese regeln Arbeitsbedingungen und Löhne und werden in Verhandlungen zwischen ArbeitnehmerInnenvertreterInnen (z.B. Gewerkschaften) und den Arbeitgeberverbänden festgelegt.

**Kontrolle (der Einhaltung):** Der interne Vorgang, durch den der Betrieb die tatsächlichen Arbeitsbedingungen in seinen Zulieferbetrieben anhand des Verhaltenskodex misst.

**Mindestlohn:** die gesetzlich festgelegte Untergrenze dessen, was ein(e) ArbeiterIn zumindest verdienen muss. In manchen Ländern unterscheidet sich der Mindestlohn je nach Region und Berufsstand. Er ist meistens das Produkt von Verhandlungen zwischen Betrieben, Gewerkschaften und der Regierung. Der Konkurrenzdruck in der globalisierten Welt hat aber zur Folge, dass der Mindestlohn kaum jemals ausreichend ist.

**Multi-stakeholder Initiative (MSI):** Eine Organisation, die Betriebe, NGOs und Gewerkschaften zusammenbringt, um die Beobachtung und die Verifizierung der Einhaltung von Verhaltenskodizes voranzutreiben. Manche, wie die niederländische Fair Wear Foundation, fungieren als unabhängige PrüferInnen von Arbeitsbedingungen; andere, wie die britische Ethical Trading Initiative, fungieren als Foren für den Austausch über bewährte Methoden.

**Non-Governmental Organisation / Nichtregierungsorganisationen (NGO / NRO):** Im weitesten Sinn jede von politischen Institutionen unabhängige Organisation. Im Bereich der Arbeitsrechte ist eine NGO üblicherweise - mit Ausnahme von Gewerkschaften und Regierungsbehörden - eine Organisation, die versucht Armut zu mindern, ArbeiterInnen zu verteidigen und Arbeitsbedingungen zu verbessern.

**Organisationsfreiheit:** Das Recht von ArbeiterInnen unabhängige Gewerkschaften oder andere stellvertretende Organisationen ihrer Wahl zu gründen und diesen beizutreten.

**SA8000:** Ein Verifikationsstandard, der durch die Social Accountability International

verwaltet wird und auf den Methoden der Compliance/ des Sozialaudits beruht. Viele NGOs halten SA8000 für unzureichend, weil Mängel in seinen Betriebsprüfungen entdeckt wurden und es auf dem Modell der Compliance (Befolgung) beruht, welches die gesamte Verantwortung für die Arbeitsbedingungen dem Zulieferer überlässt.

**Sozialaudit:** Überprüfung der Arbeitsbedingungen in einer Fabrik, normalerweise auf die Kriterien des Verhaltenskodex.

**Subunternehmen:** Ein Betrieb, der vom Hersteller oder Zulieferer beauftragt wird, einen Teil des Herstellungsprozesses durchzuführen. Subunternehmen erhalten üblicherweise das nötige Material von der Firma, die den Auftrag erteilt.

**Umsetzung (eines Verhaltenskodex):** Darunter versteht man die Maßnahmen, welche die Unternehmen setzen, damit die Zulieferer die Bedingungen des Verhaltenskodex umsetzen und die dazugehörigen Kontrollen.

**Unternehmerische Sozialverantwortung (Corporate Social Responsibility – CSR):** Die freiwillige Übernahme von sozialer und ökologischer Verantwortung durch Unternehmen in allen Bereichen der Unternehmenstätigkeit: von der eigentlichen Geschäftstätigkeit bis hin zu den Austauschbeziehungen mit MitarbeiterInnen, Zulieferern und Anspruchsgruppen im Gemeinwesen.

**Verhaltenskodex:** Eine offizielle Richtlinie des Einzelhändlers oder der Marke welche Bedingungen die Zulieferer zu erfüllen haben, speziell in Bezug auf ArbeiterInnenrechte.

**Verifizierung:** Bei der Verifizierung geht es um die Feststellung der Glaubwürdigkeit von Aussagen hinsichtlich der tatsächlichen Arbeitsbedingungen, der Beachtung von Kodex-Vorschriften oder der praktischen Umsetzung eines Kodexes. Da bei einer Verifizierung die Glaubwürdigkeit im Vordergrund steht, muss sie von unabhängigen Personen oder Organisationen durchgeführt werden.



# Möchtest Du noch mehr wissen?

**Hier einige ausgewählte deutsche und englische Links zum Weiterlesen und sich inspirieren lassen! Bei einer Internet-Recherche findest du bestimmt noch mehr Interessantes!**

## ALLGEMEINE ONLINE-QUELLEN

**Marktcheck** ...www.marktcheck.at... ist ein KonsumentInneninformationsservice von Greenpeace gemeinsam mit Die Umweltberatung, Clean Clothes Kampagne, FAIRTRADE, Global 2000, Label Step, Südwind, Respect, VCO, Vier Pfoten, WWF und The Whale and Dolphin Conservation Society.

**Oneworld** ...www.oneworld.at... größtes österreichisches Internetportal zu entwicklungspolitischen Themen.

## ALTERNATIVE STOFFE

**5 Ways** ...www.5ways.info/docs/intro/intro.htm... Ein faszinierendes englisches Design-Projekt, das Stoff zum Nachdenken über Lebensdauer und Sinn von Kleidung liefert.

**Ecotextile News** ...www.ecotextile.com... englisches Magazin zu nachhaltigen Textilien (für unbegrenzten Zugang zu dieser Seite gibt es eine saftige Abogebühr, aber die Musterartikel sind auch einen Besuch wert...).

**Einfach bio** ...www.einfachbio.at... das Bio-Portal bietet konkrete Angebote für den Bio - Alltag, u.a. Informationen zu Naturtextilien.

**Naturtextil** ...www.naturtextil.com... der Internationale Verband der Naturtextilwirtschaft möchte Naturtextilien bei Verbrauchern, Presse und Handel bekannter machen.

**Pesticide Action Network Deutschland** ...www.pan-germany.net/baumwolle/... Interessantes vom internationalen Netzwerk zu Baumwolle, Pestiziden und Alternativen, inkl. Bio-Baumwoll-Wegweiser.

**Umweltberatung Österreich** ...www.umweltberatung.at... u.a. Infos zu Ökotextilien und aktuellen Angeboten in Österreich.

Eine Liste von österreichischen und internationalen **Anbietern von alternativen Stoffen** wie Bio-Baumwolle, Hanf, Brennessel, Leinen etc. findet Ihr auf Seite 18 dieses Manuals.

## ARBEITER/INNENRECHTE

**Clean Clothes Kampagne (CCK)** ...www.cleanclothes.at... die internationale Kampagne zur Verbesserung der Arbeitsbedingungen in der Bekleidungs- und Sportartikelindustrie; mit Shopping Guide und Firmenprofilen.

**Frauensolidarität** ...www.frauensolidaritaet.org... Frauenrechte weltweit – hier findet ihr Publikationen aus feministischer Sicht und globale Vernetzungen von Frauenorganisationen.

**Homeworkers Worldwide** ...www.homeworkers.org.uk... eine Organisation, die sich darum bemüht, die Sichtbarkeit und Anerkennung von HeimarbeiterInnen in der Zulieferkette zu erhöhen – mit Hilfsmitteln und Kampagnen.

**International Labour Organisation (ILO)** ...www.ilo.org... die ILO ist die internationale Institution, die für die Formulierung und Durchsetzung internationaler Arbeits- und Sozialnormen verantwortlich ist. Informiere dich über ihre Übereinkommen, die als Richtwert für internationale Standards gelten.

**Internationale Textil-, Bekleidungs- und Lederarbeiter-Vereinigung ITGWf** ...www.itglwf.org... besteht aus 217 Mitgliedsgewerkschaften in 110 Ländern mit einer vereinigten Mitgliedschaft von über 10 Millionen ArbeiterInnen! Viele interessante Hintergrundinformationen und Bildungsmaterialien.

## BIO-BAUMWOLLE

**Future on wings** ...www.future-on-wings.net/konsum/baumwolle... Länderbeispiele und Öko-Stichworte zu Baumwolle ("Baumwoll-Katastrophen").

**Helvetas Schweiz** ...www.helvetas.org... unter Schwerpunktthemen findet ihr alles Wissenswerte über Bio-Baumwolle und aktuelle Entwicklungen auf diesem Sektor.

**Organic Cotton** ...www.organiccotton.org... die brandneue web-plattform für die Bio-Baumwoll-Community weltweit!

**The Environmental Justice Foundation** ...www.ejfoundation.org... Verpasse nicht die preisgekrönte Dokumentation 'White Gold' von Katharine Hammet & Betty Jackson, die die korrupte Baumwollindustrie in Usbekistan bloßstellt.

## FAIRTRADE

**Fairtrade Österreich** ...www.fairtrade.at... Alles, was du über Fairtrade wissen musst – mit Fakten, Zahlen, AnbieterInnen, Aktionsmöglichkeiten etc.

**Fairtrade Labelling Organisation (FLO)** ...www.fairtrade.net... die führende Standardisierungs- und Zertifizierungs-Organisation für gekennzeichneten Fairen Handel.

## KLEIDERTAUSCH

**Clothes Swap „Meetup“ Groups** ...www.clotheswap.meetup.com... finde Kleidertausch-Parties in ganz Europa! Tolle Anregung zum Gründen und Finden einer Kleidertauschgruppe!

**Swishing** ...www.swishing.org... eine stylische Interpretation der Kunst des Kleidertauschens, inkl. Vorlagen für Einladungen und Spielregeln. Eine britische Idee zum Kopieren!

## ÖKO-MAGAZINE

**LOHAS** ...www.lohas.de... Lifestyle – Seiten unter dem Motto „Lifestyle of Health and Sustainability“ mit Artikeln, Infos, Kontakten.

**modekultur.info – Magazin für Berlin** ...www.modekultur.info/index\_de/oekomode... Artikel zu Ökomode im Berliner Modemagazin mit vielen nützlichen Links.

**The Ecologist** ...www.theecologist.org... ein englisches Magazin zu ökologischen Themen mit aufschlussreichen Artikeln und Videodokumentationen. Besonders interessant: ‚A-Z of Eco Fashion‘.

**Thread: Fashion Without Victim** ...www.bbc.co.uk/thread... ein hipbes online Modemagazin der BBC zeigt die neuesten Trends mit einem ethischen Twist. Highlights sind Promi-Videos, Fotogalerien und Sonderbeiträge, die zum Denken anregen.

## RECYCLING

**TRAID** ...www.traid.org.uk... Eine unkonventionelle Idee zum Recycling von gespendeten Bekleidungsstücke, deren Weiterverkauf (manchmal neu entworfen!) mit dem Anspruch, Umweltbewusstsein & Entwicklungsprojekte im Ausland zu fördern.

## STAKEHOLDER-INITIATIVEN

**Fair Wear Foundation** ...http://en.fairwear.nl... ist eine Organisation, die aus Unternehmen der Bekleidungsindustrie, Gewerkschaften und NGOs besteht. Gemeinsam treten sie für die Umsetzung eines Verhaltenskodex ein, der die Arbeitsbedingungen von ArbeiterInnen der Bekleidungsindustrie verbessern soll.

**Jo-In** ...www.jo-in.org... ist eine Vernetzungsinitiative von sechs Organisationen, die sich für die effizientere und transparentere Einführung und Durchsetzung von Verhaltenskodizes in der weltweiten Zulieferkette einsetzen.

## UNTERNEHMERISCHE SOZIALVERANTWORTUNG (CSR)

**European Coalition for Corporate Justice** ...www.corporatejustice.org... besteht aus nationalen

Plattformen (NGOs, Gewerkschaften, Wissenschaft) und glaubt, dass CSR auf internationalen Rechtsstrukturen und Richtlinien basieren sollte.

**respect** ...www.respect.at... die Unternehmensplattform für Corporate Social Responsibility (CSR) und Nachhaltige Entwicklung in Österreich stellt auf ihrer Homepage ihre Aktivitäten vor.

## Bibliotheken mit Materialien zu obigen Themen im Verleih

**Südwind – Infotheken & Regionalstellen** (www.suedwind-agentur.at) mit Materialien und Beratung zu entwicklungspolitischen Themen. Südwind ist Koordinatorin der Clean Clothes Kampagne in Österreich und führt das Projekt mit Modeschulen „Mein Design. Meine Verantwortung.“ durch.

**Südwind Infothek Vorarlberg**  
Radetzkystrasse 3, 6850 Dornbirn  
Tel.: 05572 297 52, suedwind.vbg@suedwind.at

**Südwind Infothek Tirol**  
Leopoldstrasse 2, 1. Stock, 6020 Innsbruck  
Tel.: 0512 58 24 18, suedwind.tirol@suedwind.at

**Südwind Infothek Oberösterreich**  
Südtirolerstrasse 28, 2. Stock, 4020 Linz  
Tel.: 0732 79 56 64, suedwind.ooe@suedwind.at

**Südwind Infothek Steiermark**  
Schuhmannngasse 3, 8010 Graz  
Tel.: 0316 22 51 77, suedwind.stmk@suedwind.at

**Südwind Infothek Niederösterreich**  
Schreinergergasse 1/1/1, 3100 St.Pölten  
Tel.: 02742 35 20 45, suedwind.noewest@suedwind.at

**Südwind Infothek Burgenland**  
Studentenwohnheim Haus Eisenstadt,  
Campus 2, 7000 Eisenstadt  
Tel.: 02682 704 59 33, europahaus@bibliotheken.at

**Südwind Entwicklungspolitik Salzburg**  
Josef-Preis-Allee 16/ 2. Stock (ARGEkultur),  
5020 Salzburg  
Tel.: 0662 82 78 13, office@suedwindsalzburg.at  
www.suedwindsalzburg.at

**ÖIE Kärnten/ Bündnis für Eine Welt**  
Nikolaigasse 27/1, 9500 Villach  
Tel.: 04242 24617, buendnis.oemie@aon.at  
www.kaerndl.at/oemie/

**BAOBAB**  
Entwicklungspolitische Bildungs- und Schulstelle in Wien, Materialien und Medien für Unterricht und entwicklungspolitische Bildungsarbeit;  
Sensengasse 3b, 1090 Wien  
Tel.: 01 319 39 73, service@baobab.at  
www.baobab.at

# Das letzte Wort ... mit Katharine Hamnett

**W**ir hatten bei der letzten Fashioning an Ethical Industry Konferenz die Gelegenheit mit der Design-Ikone Katharine Hamnett zu sprechen. Dabei verriet sie uns ihre Meinung über Ethik in der Modebranche und welchen Beitrag SchülerInnen und StudentInnen zur Veränderung dieser leisten können.

**FEI:** Hat es bezüglich Ethik in der Modeindustrie einige wirkliche Veränderungen gegeben?

**K.H.:** Die Haltung der KonsumentInnen hat sich enorm gewandelt. Die KundInnen von heute machen sich Gedanken unter welchen Umständen die Waren produziert werden, die sie kaufen. Laut einem aktuellen Bericht von WWF () stellt dieses Umdenken die größte unabhängige kulturelle Veränderung des 20. Jahrhunderts dar. Dieser Umstand jedoch hat nur zu kleinen Verbesserungen für die ArbeiterInnen in den Zulieferbetrieben geführt. Jedes Jahr sterben 20 000 Bauern und Bäuerinnen durch die giftigen Pestizide, die in der Baumwollproduktion eingesetzt werden und Tausende von Frauen, welche in Fabriken in Freihandelszonen arbeiten, verdienen ganze zwei Dollar am Tag – und das auch nur, wenn sie Glück haben. Die enorm gestiegene Nachfrage nach ethisch produzierter Kleidung hat bislang noch nicht dazu geführt, dass sich die Industrie ernsthaft damit zu beschäftigen beginnt, obwohl sie quasi mit heruntergelassenen Hosen erwischt wurde.

**FEI:** Was können SchülerInnen und StudentInnen unternehmen um eine Veränderung in der Branche herbeizuführen?

**K.H.:** Es ist sehr wichtig Bildungsarbeit zu leisten. Denn wenn Studentinnen über die Probleme in der Industrie und über die Bedeutungen und Auswirkungen von Zertifikaten und anderen Initiativen informiert sind, können sie dieses Wissen später positiv in der Praxis umsetzen.



Das Angebot ist noch weit davon entfernt der Nachfrage an ethisch produzierter Kleidung zu entsprechen. Die Leute wollen Mode, die ihnen gefällt und die sie sich leisten können und es ist die Pflicht der Branche diese Bedürfnisse zukünftig zu erfüllen. Wir müssen ein wachsameres Auge auf Marken und HändlerInnen werfen, die unverschämte Gewinnmaximierung und Greenwashing betreiben – AbsolventInnen sollten sich um den Aufbau einer integren und transparenten Branche bemühen.

Der enorm gewachsene „Fast Fashion“ Markt führt zwangsläufig zu unethischen Praktiken in der Zulieferindustrie, schlussendlich gibt es aber so etwas wie „billige“ Kleidung nicht: KonsumentInnen müssen sich bewusst werden, dass irgendwer, irgendwo den Preis für billige Kleidung zu zahlen hat und auf Grund dieser Erkenntnis sollten sie sich weigern, Teil dieses Systems zu sein. Doch die Verantwortung liegt nicht allein bei den KundInnen, insbesondere die Industrie muss aktiv werden. Die Lohnkosten machen nur einen geringen Teil der Gesamtkosten eines Bekleidungsstücks aus, und eine Verdoppelung der Gehälter würde zu keiner großen Auswirkung auf den Endpreis führen. Auch die Regierungen müssen sich ihrer Verantwortung bewusst werden, indem sie z.B. Gesetze erlassen, welche die Einhaltung eines Kodex, ähnlich dem der Ethical Trading Initiative, verlangen. Würden alle AkteurInnen ihr Handeln zum Besseren hin verändern, könnte schon in fünf Jahren eine positive Veränderung sichtbar werden.



Dieses Handbuch wurde erstellt von „Fashioning an Ethical Industry“, Großbritannien.  
Ergänzt durch Beiträge der Südwind Agentur Österreich zu österreichischen Beispielen.  
Deutsche Fassung: Südwind Agentur Österreich  
Übersetzung: Marlies Panciera, Sarah Scheil  
Redaktion Großbritannien: Hannah Higginson mit Unterstützung von Liz Parker, Bee Hayes, Martin Hearson, Chantal Finney, Laura Russell und Sarah Wilson.  
Redaktion Österreich: Ruth Buchauer

„Mein Design. Meine Verantwortung.“ (Fashioning an Ethical Industry) ist ein Bildungsprojekt der Südwind Agentur Österreich. In Zusammenarbeit mit LehrerInnen und SchülerInnen der Modeschulen und den Studiengängen zu Modedesign gibt das Projekt einen Überblick über positive wie negative Auswirkungen der Modeindustrie auf die Arbeitsbedingungen in der Bekleidungsproduktion. Das Projekt will SchülerInnen und StudentInnen inspirieren, damit sie – die kommende Generation in der Branche – sich für die Verbesserung der Lebens- und Arbeitsbedingungen der ArbeiterInnen in der Modeindustrie einsetzen.

„Mein Design. Meine Verantwortung.“ ist Teil des europäischen Projekts „Fashioning an Ethical Industry“, das in Großbritannien, Polen, den Niederlanden und Österreich durchgeführt und von der Europäischen Union kofinanziert wird.

Südwind setzt sich als entwicklungspolitische Nichtregierungsorganisation seit über 30 Jahren für eine nachhaltige globale Entwicklung, Menschenrechte und faire Arbeitsbedingungen weltweit ein. Durch schulische und außerschulische Bildungsarbeit, die Herausgabe des Südwind Magazins und anderer Publikationen thematisiert Südwind in Österreich globale Zusammenhänge und ihre Auswirkungen. Mit öffentlichkeitswirksamen Aktionen, Kampagnen- und Informationsarbeit, engagiert sich Südwind für eine gerechtere Welt.



Diese Publikation wurde mit finanzieller Unterstützung der Europäischen Union erstellt. Die darin vertretenen Standpunkte geben die Ansicht der Südwind Agentur wieder und stellen somit in keiner Weise die offizielle Meinung der Europäischen Union dar.

**CLEAN CLOTHES**  
*kein Jargon. keine Verantwortung.*

**SÜDWIND**


Das Copyright aller studentischen Arbeiten liegt bei den StudentInnen und den SchülerInnen oder gegebenenfalls den studentischen sowie schulischen Institutionen.

Die Fotos auf den Seiten: 1 (Cover), 4, 10-13, 16, 18, 20, 22, 24, 25, 26, 29, 30-33, 38 wurden uns dankenswerter Weise von FEI (Fashioning an Ethical Industry), GB zur Verfügung gestellt.

Layout (Adaption nach der britischen Ausgabe): Augustin medien&design, Innsbruck

Um weitere Exemplare dieses Magazins zu bestellen, kontaktieren Sie bitte:  
Clean Clothes Kampagne, Mein Design. Meine Verantwortung.  
Tel.: 01/ 405 55 15 – 300 · Fax: 01/ 405 55 19 · [doris.berghammer@suedwind.at](mailto:doris.berghammer@suedwind.at)  
[www.mode.cleanclothes.at](http://www.mode.cleanclothes.at)

gefördert durch

 Österreichische  
Entwicklungszusammenarbeit

## WAS DU WISSEN SOLLTEST ...

Die Modebranche braucht dringend SchülerInnen und StudentInnen, die ihre Kreativität und Energie dafür aufwenden, eine ethisch agierende Branche zu schaffen, die ArbeiterInnenrechte und die Umwelt respektiert und zugleich schöne Kleidung produziert. Dieses Magazin ist voller Ideen, wie du während Schulzeit und Studium mehr erfahren und dich – gemeinsam mit anderen – engagieren kannst.

**Bleib dran!**

**Neueste Infos findest Du auf:**

**„Mein Design. Meine Verantwortung.“**

**[www.mode.cleanclothes.at](http://www.mode.cleanclothes.at)**