

Wearfair

Ethical Fashion Guide

Ein Leitfaden für UnternehmerInnen, und alle die es noch werden wollen.



Liebe Leserin, lieber Leser,



egal ob Sie JungdesignerIn sind oder bereits lange ein eigenes Label haben, egal ob Sie ModeschülerIn sind oder gerade dabei sind, die Gründung eines eigenen Labels zu überlegen, egal ob Sie UnternehmerIn oder selbständig sind oder einfach nur interessiert an fairer und ökologischer Mode sind – dieser Ethical Fashion Guide soll Ihnen spannende Einblicke in die Welt der ethischen Mode und praktische Hilfestellungen für Ihren konkreten Einstieg in diese innovative und florierende Branche geben.

Dieser Guide wurde von Südwind als gemeinsames Produkt der Initiative WearFair für faire und ökologische Mode und der Clean Clothes Kampagne herausgegeben. Wir haben nach bestem Wissen und Gewissen recherchiert, zusammengetragen und geschrieben – sollten wir dennoch etwas nicht ganz richtig dargestellt oder vergessen haben, bitten wir um Ihren Hinweis dazu. Einen Anspruch auf Vollständigkeit kann es in diesem boomenden Bereich ohnehin nicht geben.

Und was die Empfehlungen in diesem Guide betrifft – wir liefern diese nach unserer langjährigen Erfahrung in diesem Bereich. Die konkrete Auswahl, welche Empfehlung für Ihr Label wie am besten umzusetzen ist, können aber letztlich nur Sie treffen.

Wir hoffen, dieser Ethical Fashion Guide und das herausnehmbare Poster in der Mitte werden Ihnen ein guter und glückbringender Begleiter in der Welt der fairen Mode sein!

Das Ethical Fashion Guide Team von Südwind, WearFair und Clean Clothes Kampagne.

PS: Über konkrete Nachfragen ebenso wie über weitere hilfreiche Tipps für die Online-Version des Guides und zukünftige Auflagen, freuen wir uns natürlich jederzeit.

Clean Clothes Kampagne
c/o Südwind
Laudongasse 40, 1080 Wien
Tel. 01/405 55 15 – 306
office@cleanclothes.at

WearFair Initiative von Südwind
c/o Südwind Oberösterreich
Südtirolerstraße 28, 4020 Linz
Tel: 0732 79 56 64
info@wearfair.at
ooe@suedwind.at

06
Was verstehen wir
unter ethischer Mode?

12
Marktchancen –
ethische Mode liegt
voll im Trend.

16
Öko bis fair

22
Schritt für Schritt
zur ethisch-korrekten
Zulieferkette

28
Überprüfungs-
organisationen
und
Gütesiegel

38
Baumwolldominanz
versus
Faservielfalt

46
Bezugsquellen

52
Ethical fashionistas –
get yourselves
connected

56
Messen für
öko-faire Bekleidung

Was verstehen wir unter ethischer Mode?



Photo: Marianne Weiss

„Wenn man hinter die Fassaden der Glitzer-Glamour-Modewelt blickt, realisiert man schnell, welch katastrophale Umstände in den Produktionsstätten in den Ländern des Südens herrschen und wie direkt unsere westliche, auf schnellen und billigen Massenkonsum oder auf Luxusgüter ausgerichtete Gesellschaft verantwortlich für das Elend auf der anderen Seite dieser Welt ist. Wir dulden soziale und ökologische Ausbeutung mit unserem Verständnis von Unternehmertum und unserer Firmenphilosophie „Danke, mir geht’s gut“ nicht.“

DI Lisa Muhr
Göttin des Glücks / Designerin, PR & Marketing
www.goettindesgluecks.com

LEUTE MACHEN KLEIDER – NUR UNTER WELCHEN BEDINGUNGEN?

Bekleidung betrifft uns alle und Mode zählt mehr denn je als Medium der eigenen Identitätskonstruktion. SALE zu spottbilligen Preisen! Ununterbrochen, die ganze Saison bei bis zu 18 wechselnden Kollektionen im Jahr! Diese Kennzeichen des schnelllebigen Konsums der so genannten Überfluss- bzw. Wegwerfgesellschaft kennen wir alle. Die Kehrseite der Medaille, welche das Leben unzähliger ArbeiterInnen der Bekleidungsindustrie betrifft, ist nur teilweise bekannt oder wird gekonnt ignoriert: Arbeitsschichten von durchschnittlich 12



Photo: CCK

Photo: CCK



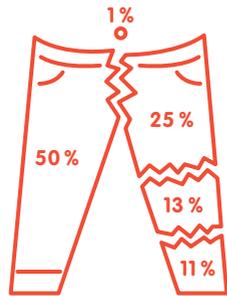
Stunden für einige, wenige Euro pro Tag. Dies reicht den Betroffenen auch in den Produktionsländern des globalen Südens kaum zum Überleben. Menschenunwürdige Arbeitsbedingungen in überfüllten Fabriken, moderne Sklaverei, fehlende oder mangelhafte Sozialsysteme erlauben keine menschenwürdigen Lebensbedingungen. Für viele ArbeiterInnen gibt es keine Kranken- oder Altersversicherung, bezahlte Überstunden oder Mutterschutz. Vor allem viele junge Frauen sind die strukturellen Opfer dieses Systems. Die globalisierte Bekleidungsindustrie rollt das Feld rund um die Frage sozialer Verantwortung im globalen Kontext neu auf.

KENNZEICHEN DER KONVENTIONELLEN BEKLEIDUNGSPRODUKTION

- × Fast 75 % des weltweiten Bekleidungs- exportes wird im globalen Süden hergestellt.
- × 30 Mio. Beschäftigte in der weltweiten Textilindustrie » 80-90 % Frauen
- × menschenunwürdige Arbeitsbedingungen
- × 70-Stunden-Wochen und mehr
- × keine Sozial- und Altersversicherung
- × extrem niedrige Löhne weit unter Living Wages* (siehe Infobox rechts)
- × Verbot bzw. Verhinderung gewerkschaftlicher Organisation
- × 12–18 Stunden-Arbeitstage ohne Pausen

Wer verdient an einer Jeans?

Beispielhaft ergibt sich die Verteilung bei einem Verkaufspreis von 50 Euro in etwa so:



- 1% (50 Cent) ArbeiterIn
- 50% Einzelhandel, Verwaltung und Mehrwertsteuer
- 25% Markenname, Verwaltung und Werbung
- 13% Material und Gewinn der Fabrik im Billiglohnland
- 11% Transport, Steuern, Import

Photo: CCK



Diesen Zuständen können und dürfen wir nicht länger zusehen! Deshalb müssen wir gemäß des bekannten Leitspruchs der GlobalisierungskritikerInnen an dieser Stelle auch speziell für die Modewelt das Provokante und aus heutiger Sicht vermeintlich Utopische fordern:

EINE ANDERE WELT IST NÖTIG – EINE ANDERE WELT IST MÖGLICH!

Ethische Mode oder nicht, das ist hier die Frage.

Das Thema ethische Mode ist im Aufwind und wird viel diskutiert. „Green is the new black“ und ähnliches sind oftmals verwendete Slogans. Ihre Interpretation ist breit gefächert. Es gibt keine eindeutige, standardisierte Definition ethischer Mode, an der es sich zu orientieren gilt. Wichtig ist es aber Balance zu schaffen zwischen ökologischen, sozialen und ökonomischen Aspekten. Der Fokus liegt auf Bewusstseinschaffung für eine ressourcenschonende, sowie faire Produktion unter Einhaltung sozialer Mindeststandards.

So verschwenderisch wie derzeit mit kostbaren Ressourcen umgegangen wird, ist es umso wichtiger, dass es diesbezüglich einen schonenderen Umgang und dafür bereits facettenreiche Ansätze gibt. So setzen manche ModeschöpferInnen auf das Prinzip „aus alt mach neu“: Second Hand, Recycling und Upcycling sind wichtige Themen, wodurch Ressourcen wie Baumwolle, Wasser usw. gespart werden können. Mit viel Witz und Ideenvielfalt ergeben sich neue Kreationen und schnell wird aus einem Stapel alter verschlissener Jeans ein bequemer Sitzhocker, die Herrenhose zum Kleid oder der ehemalige Lieblingspullover zu einem einzigartigen Rock. Neben dem Recycling stützt sich die nachhaltige Modebranche aber auch auf die Verwendung alternativer Ressourcen. Neue Materialien wie Bambus, Pinienäste oder auch PET-Flaschen finden Einzug in die ethische Mode. Ebenso spielt die Wiederbelebung längst vergessener Fasern eine Rolle. Biologisch angebaute Baumwolle erfreut sich steigender Beliebtheit, hat aber mit derzeit rund 0,1% immer noch einen sehr geringen Anteil an der globalen Welternte.

* LIVING WAGES

Aufgrund der geschilderten menschenunwürdigen Arbeitsbedingungen fordern Menschen- und ArbeitsrechtsaktivistInnen wie auch die Clean Clothes Kampagne, dass so genannte Living Wages bezahlt werden. Living Wages sind existenzsichernde Löhne für die ArbeiterInnen und ihre Familien, womit grundlegende Bedürfnisse des täglichen Lebens abgedeckt werden können. Dazu zählt bspw. sich eine angemessene Wohnstätte zu leisten, ausreichend zu essen, einen Arztbesuch bezahlen zu können oder den eigenen Kindern den Schulbesuch zu ermöglichen sowie Ersparnisse für finanzielle Engpässe anlegen zu können. Die untenstehende Grafik stellt die tatsächliche und die eigentlich benötigte Einkommenssituation einiger für den Bekleidungssektor wichtiger Produktionsländer dar.

Monatslohn einer Näherin in Euro und in Prozent der Lebenshaltungskosten

Land	Monatslohn (€)	Prozent der Lebenshaltungskosten	Zum Leben fehlen
Sri Lanka	47 €	24 %	zum Leben fehlen
Kambodscha	48 €	22 %	192 €
Indien	72 €	48 %	215 €
Indonesien	128 €	52 %	148 €
China	158 €	67 %	243 €

Quelle: CCK



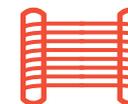
Fairer und ethischer Handel und dessen soziale Relevanz geht über die punktuelle Unterstützung sozialer Projekte weit hinaus, er bedeutet die Umsetzung von sozialen und ökologischen Mindeststandards im gesamten Produktionsprozess. Derzeit weisen diverse Modeunternehmen bereits eine umfangreiche Palette punktueller Aktivitäten vor: Es wird der Bau von Schulen, Kinderbetreuungsstätten, Einrichtungen für lokale Frauenbewegungen oder ähnliches unterstützt. Dies reicht jedoch nicht aus, solange die täglichen Arbeitsrealitäten der ArbeiterInnen immer noch ignoriert werden. Die Gewährleistung sozialer Mindeststandards entlang sämtlicher Schritte des Produktionsprozesses zu berücksichtigen, muss das Ziel sein. Das bedeutet soviel wie die Durchsetzung ökologischen und ethischen Handels und somit die Einhaltung sozialer, arbeitsrechtlicher und ökologischer Mindeststandards entlang der gesamten Wertschöpfungskette: vom Baumwollanbau, über die Garnproduktion, den Färbeprozess, über die diversen Produktionsschritte bis hin zum Verkauf im Einzelhandel.

Eine häufig aufgeworfene Kritik ist, dass es kaum eine gute Kombination sozialer und ökologischer Aspekte und somit keine umfassenden Lösungsansätze gibt. Die Umstellung auf ethische Mode funktioniert nicht von heute auf morgen, jedoch sollten sich alle verantwortungsbewussten Modeschaffenden darüber im Klaren sein, dass faire und nachhaltige Mode auf jeden Fall eines sein sollte: ganzheitlich gedacht! Ethische Mode muss ein Prozess sein, in dem vom Design über die Beschaffung / Sourcing bis zur Fertigung soziale und ökologische Aspekte berücksichtigt werden müssen. Unter dem Motto „Vertrauen ist gut, Kontrolle ist besser!“ schafft die Überprüfung durch eine unabhängige Instanz Transparenz und Nachvollziehbarkeit nicht zuletzt für die KonsumentInnen. Ziel muss es sein, Vorteile für die ArbeiterInnen und deren Umfeld zu maximieren, sowie negative Umwelteinflüsse zu minimieren. Darüber hinaus bedeutet dies ein spezifisches Engagement sowie eine aktive Rolle in der globalen Armutsreduktion zu übernehmen und den Aufbau bzw. den Erhalt nachhaltiger Existenzgrundlagen der Produzierenden zu schaffen.

WERTSCHÖPFUNGSKETTE BEKLEIDUNG – VIELE SCHRITTE BIS ZUM ENDPRODUKT

Unmenschliche Arbeitsbedingungen existieren meist fast entlang der gesamten Lieferkette in sogenannten Billiglohnländern.

Alle (-)-Aspekte belasten die Umwelt: Sie gelangen in das Abwasser und somit in den Boden.



2. Textilproduktion

Garn wird gesponnen, mittels Web- oder Strickverfahren wird der Stoff erzeugt; Mercerisieren (-) Seifen, Öle, Fette, Lauge



1. Rohstoffgewinnung

(-) Pestizide / chemische Düngemittel / gentechnisch modifiziertes Saatgut



3. Textilveredelung

Färbung, Spezial-Imprägnierung, Spezialvorgänge z.B. „stonewashed“ (-) Bleiche, Farbstoffe, Schwermetalle Weichmacher



4. Design

Dieser Arbeitsschritt wird meist in den Industrieländern durchgeführt.



5. Zuschneiden



7. Kurzwaren

Accessoires, Knöpfe, Zipfverschlüsse usw.



6. Nähen



8. Finishen

Bügeln, chemische Reinigung, ... (-) Mottenschutz, Formaldehyd



9. Verpacken und Transport

(-) CO₂-Emissionen v.a. beim Transport per Flugzeug



10. Verkauf



11. Gebrauch und Entsorgung



Photo: Privat

„Vor meinem einjährigen Experiment des Shoppingboykott war ich selbst gute Kundin bei den großen, konventionellen Textilketten. Seit ich mich intensiv informiert habe, ist das für mich Geschichte. Die konventionelle Modeproduktion ist wohl eines der wichtigsten Themen unserer Zeit. ArbeiterInnen werden ausgebeutet, Pestizide werden in unglaublichen Massen eingesetzt und zerstören die Böden, der Einsatz von Chemikalien verpestet die Umwelt noch weiter. Und all das, damit wir uns das Shirt um fünf Euro kaufen können. Europa ist kein Vorzeigekontinent in Sachen Umweltschutz und Sozialsystem: Die Verschmutzungen und Menschenrechtsverletzungen wurden nur einfach ausgelagert in andere Teile der Erde. Es gilt die ökofaire Szene zu stärken – ich möchte nicht, dass für ein für mich produziertes Kleidungsstück irgendjemand leiden musste. Mode soll schließlich Spaß machen – da gehört ein Einkauf mit gutem Gewissen für mich dazu.“

Nunette „Nunu“ Colour
 Bloggerin: ichkaufnix.wordpress.com
 Pressesprecherin von Global2000
 (Mitveranstalter der wearfair)
 Kampagne: www.reduce.org

Marktchancen – ethische Mode liegt voll im Trend.

Der weltweite Bekleidungssektor ist beträchtlich. Global wird er auf einen Gesamtwert von ca. 1,3 Billionen Euro geschätzt und macht sieben Prozent der weltweiten Exporte aus. Laut Statista.com hat sich auch der Handel mit Ökotextilien von 2006 bis 2011 verfünffacht. In den letzten Jahren ist die Tendenz in Richtung öko-fairer Bekleidung im Vergleich zur konventionellen zwar noch gering, jedoch unübersehbar stark im Aufwind. Nach dem sich der Faire Handel im Nahrungsmittelbereich schon stark etabliert hat, legt nun auch der Modesektor zu. Das Angebot an Alternativen steigt stetig und es entsteht ein vielversprechender Markt im Bereich ethischer Mode, der enormes Potential hat über seine Nische hinaus zu wachsen.

Als besondere Zielgruppe werden die sogenannten LOHAS (Lifestyle of Health and Sustainability) gesehen. Diese KonsumentInnen-Gruppe strebt einen umfassenden nachhaltigen Lebensstil an. Charakterisierende Merkmale sind:

- × gesteigertes kritisches Ethik- und Umweltbewusstsein
- × Bereitschaft und ökonomische Ressourcen, die es erlauben höhere Preise für nachhaltige Produkte zu zahlen
- × erhöhtes Interesse an sozialem Engagement und diesbezüglich auch höhere Ansprüche an Unternehmen

Es ist klar, dass durch Shoppen die Welt von heute auf morgen nicht verändert werden kann, aber LOHAS wollen bewusst ein Zeichen für kritischen Konsum setzen. Laut Website der WKÖ zählen sich bspw. in den USA bereits 30 % der KonsumentInnen zur Gruppe der LOHAS. In Europa wächst der ethische Modemarkt vor allem in Großbritannien am dynamischsten.

Das britische Ethical Fashion Forum brachte eine interessante Studie zu den Entwicklungen am ethischen Markt, den Briefing Report 2011, heraus.

Das sind die wichtigsten Fakten:

- × Die Ausgaben für grünen / ethischen Konsum und Dienstleistungen haben von 2009 bis 2011 um 18 % zugenommen und haben derzeit einen Wert von fast umgerechnet 45 Milliarden Euro am britischen Markt.
- × Ethische persönliche Produkte (inkl. Kosmetika und Bekleidung) waren der am stärksten wachsende Sektor und verzeichneten einen Zuwachs von 29 %.
- × Der Verkauf ethischer Bekleidung stieg mit dem Angebot hochwertiger Labels um 72 %.

- ✗ Laut Befragungen empfinden 82 % es wichtig auf Fairness und Nachhaltigkeit zu achten, wobei davon mehr Frauen als Männer sind.
- ✗ KonsumentInnen, denen ethische Mode ein Anliegen ist, geben bis zu umgerechnet 250 Euro mehr aus.
- ✗ Mehr als die Hälfte der 23 wichtigsten Einzelhandelsunternehmen des Bekleidungssektors haben vereinzelt ethische Aspekte (Bio-Baumwolle, Sozialprojekte,...) aufgenommen.
- ✗ Das Angebot von Online-Stores, die ethische Mode anbieten, ist rasant gestiegen.
- ✗ Trotzdem wünschen sich KonsumentInnen diesbezüglich mehr Angebot und Information.

Die Studie hat auch KonsumentInnen-Profile herauskristallisiert, die im Allgemeinen mit der bereits genannten LOHAS-Beschreibung übereinstimmen. Interessant ist hierbei auch die Berücksichtigung der Kaufkraft und Markenloyalität. Bezüglich des Bewusstseins war das Fazit, dass vor allem die Altersgruppen 35 – 44 sowie 55+ als Zielgruppe interessant sind.

Das zunehmende Potential ethisch korrekter und nachhaltiger Mode ist auch anhand der jährlich steigenden BesucherInnenzahlen und der öffentlichen Bekanntheit einschlä-

giger öko-fairer Modemessen erkennbar: Ob Wearfair in Österreich, Ethical Fashion Shows in Paris und Berlin, thekey.to in Berlin oder die Fair! in Dortmund – alle können sich über ein reges Interesse freuen.

Das renommierte OGM-Meinungsforschungsinstitut hat im Auftrag von Südwind eine Studie über KonsumentInnen in Deutschland und Österreich erstellt, die belegt, dass die Nachfrage nach öko-fairer Bekleidung auch im deutschsprachigen Raum steigt. Diese basierte auf Befragungen, die 2010 und 2012 in Österreich und Deutschland durchgeführt wurden. „Kleidung ist uns wichtig – und teuer“ ist eine der Hauptaussagen, denn ein Drittel der Befragten gab an, monatlich 50 bis 100 Euro dafür auszugeben. Die Bereitschaft, für öko-faire Kleidung auch tiefer in die Tasche greifen zu wollen, ist hoch: Mehr als die Hälfte würde mindestens 15 % mehr zahlen. Als wichtiges Kriterium beim Kleiderkauf nannten zwei Drittel der Befragten faire Arbeitsbedingungen und umweltschonende Herstellung; das sei genauso wichtig wie Marke und Trend. Diese Tendenz scheint unter anderem damit zusammenzuhängen, dass das Wissen und Bewusstsein der KonsumentInnen zu fairer und ökologischer Mode zunimmt.

Kaufkriterien bei Kleidung - Rangreihung nach Wichtigkeit (Skala 1–6) 2012

Qualität: 2
Preis: 2,1
Modetrend: 4
Umweltfreundliche Produktion: 4,2
Produktion unter fairen Arbeitsbedingungen: 4,2
Marke: 4,5

Wichtigkeit faire Arbeitsbedingungen / Umweltschonende Herstellung 2010

Faire Arbeitsbedingungen:



Umweltschonende Herstellung:



■ sehr wichtig ■ eher wichtig
■ weniger wichtig ■ nicht wichtig

in %, Rest auf 100%: weiß nicht; keine Angabe

Preisbereitschaft

Generelle Bereitschaft, mehr zu zahlen:
90 % der Befragten

Preisbereitschaft um xy% mehr zu zahlen:



■ bis 5 % ■ bis 10% ■ bis 15%
■ bis 20% ■ mehr als 20%

Quelle:
OGM Umfrage 2010 + 2012: faire und ökologische Mode

Die Tatsache, dass immer mehr Promis und Stars wie Leonardo DiCaprio, Bono & Co. auf den Zug der Nachhaltigkeit aufspringen, trägt noch zusätzlich zum ethischen Trend bei. Zeichen setzt auch die junge Emma Watson (bekannt durch ihre Rolle als Hermine Granger in den Harry Potter-Filmen), indem sie das britische Ethik-Mode-Label People Tree im Einsatz für faire Arbeitsbedingungen unterstützt. Sie war auch in Bangladesch vor Ort und besichtigte Produktionsstätten. Namhafte DesignerInnen

wie Stella McCarthy oder Vivianne Westwood verschreiben sich schon länger der nachhaltigen Modewelt und finden stetig und hoffentlich immer mehr kreative MitstreiterInnen.

Öko bis fair

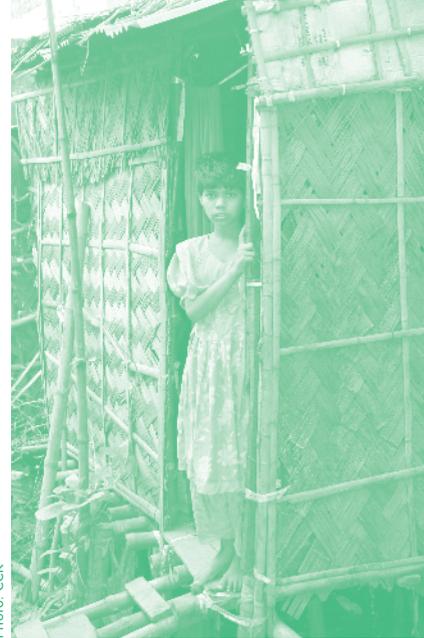


Photo: Armin Sakelscheg

„Faire Mode bedeutet für ZERUM Lifestyle, dass alle Textilien unter gerechten Arbeitsbedingungen und so ökologisch wie möglich produziert werden. Deshalb arbeitet ZERUM Lifestyle ausschließlich mit Bio-Baumwolle. Folgende Grundwerte müssen in „Faire Mode“ einfließen - Solidarität, Fairness und Respekt, nicht „Geiz ist geil.“ Vielmehr sollte es geil sein, einen fairen Preis zu bezahlen! D.h., die Umverteilung muss stimmen.“

Sigmund Benzinger
ZERUM Lifestyle/ Gründer
www.zerum.at

Photo: CCK



Wer ethisch produzieren möchte, muss immer sowohl soziale als auch ökologische Nachhaltigkeitsaspekte bedenken und für beides auch glaubhafte Überprüfungsmechanismen anwenden und Transparenz herstellen.

SOZIALE NACHHALTIGKEIT

x Soziale Verantwortung

bedeutet die Einhaltung sozialer Mindeststandards (nationale Gesetzgebung sowie internationale Abkommen) in der Bekleidungsproduktion, insbesondere in der Konfektion, dem arbeitsintensivsten Abschnitt der textilen Wertschöpfungskette.

Zu den wichtigsten internationalen Abkommen zählen einerseits die ILO Kernarbeitsnormen sowie elementare Punkte der Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte der UN, EMRK – Europäische Menschenrechtskonvention und ESC – Europäische Sozialcharta inkl. Zusatzprotokolle.



„KERNARBEITSNORMEN“ DER INTERNATIONALEN ARBEITSORGANISATION (ILO)

1. Norm

Keine bzw. Abschaffung von Zwangsarbeit
» Übereinkommen Nr. 29 u. 105

2. Norm

Keine Kinderarbeit bzw. Regelung des Mindestalters
» Übereinkommen Nr. 138 u. 182

3. Norm

Vereinigungsfreiheit und Recht auf Kollektiv(vertrags)verhandlungen
» Übereinkommen Nr. 87 u. 98

4. Norm

Gleichheit des Entgelts und Verbot von Diskriminierung
» Übereinkommen Nr. 100 u. 111

ZUSÄTZLICH SIND FOLGENDE ARTIKEL DER „ALLGEMEINEN ERKLÄRUNG DER MENSCHENRECHTE“ DER UN WICHTIG:

Art. 23.1:

Recht auf Arbeit, auf freie Berufswahl, auf gerechte und befriedigende Arbeitsbedingungen sowie auf Schutz vor Arbeitslosigkeit

Art. 23.3:

Recht auf gerechte und befriedigende Entlohnung, die dem Beschäftigten und seiner Familie eine der menschlichen Würde entsprechende Existenz sichert

Art. 24:

Recht auf Freizeit und regelmäßig bezahlten Urlaub

Art. 25.1:

Recht auf Sicherheit im Falle von Arbeitslosigkeit, Krankheit, Invalidität oder Verwitwung

Art. 25.2:

Mütter und Kinder haben Anspruch auf besondere Fürsorge und Unterstützung.

Eine vollständige Aufzählung in Form eines vollständigen Modell-Verhaltenskodex findet sich unter:

www.jo-in.org/pub/docs/Jo-In%20Draft%20Common%20Code%205.05.pdf

Oft werden nationale Gesetzgebung und internationale Mindeststandards gegeneinander ausgespielt, indem z.B. ein Unternehmen behauptet es erfülle die nationale Gesetzgebung oder es halte sich an internationale Abkommen. Grundsätzlich gilt: Sobald nur von ILO-Konventionen oder nur den Menschenrechten oder nur der nationalen Gesetzgebung die Rede ist, handelt es sich nicht um eine umfassende ethische Produktion. Es müssen immer die internationalen Mindeststandards (ILO-Kernarbeitsnormen UND Menschenrechte) UND die nationale Gesetzgebung eingehalten werden, wobei immer die bestmöglichen Bestimmungen für die Betroffenen anzuwenden sind.

x Fairer Handel

Entlang der Zulieferkette werden faire Handelsbeziehungen zwischen ProduzentInnen und ihren AbnehmerInnen umgesetzt. Neben sozialen Mindeststandards wie Gleichstellungsfragen, Verbot von Kinderarbeit und gerechter Entlohnung werden im fairen Handel zusätzlich Mindestabnahmepreise garantiert und eine Fairtrade-Prämie für soziale Projekte ausbezahlt. Dies wird mit dem Fairtrade-Gütesiegel oder einem anderen Gütesiegel des Fairen Handels (z.B. International Fairtrade Association IFAT) zertifiziert.

x Rückverfolgbarkeit

Transparenz und Rückverfolgbarkeit in der Produktionskette sind ausschlaggebend. Informationen über alle Produktionsschritte müssen für KonsumentInnen zugänglich und nachvollziehbar sein.

x Unabhängige Kontrollen

Um die Glaubwürdigkeit zu gewährleisten, sollten regelmäßige Kontrollen von unabhängigen Instanzen durchgeführt werden. Am Besten ist es, wenn dies durch so genannte MSI – Multistakeholder-Initiativen gemacht wird, da dadurch die Einbindung von Gewerkschaften oder /und NGOs gewährleistet wird. Diesbezüglich gibt es eine breite Palette von Aspekten, die zu beachten sind. Näheres zu diesem Thema ist im nächsten Kapitel detailliert nachzulesen.

ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT

x Biologisch / organic

bedeutet die Verwendung von Pflanzenfasern aus kontrolliert biologischem Anbau. Das heißt, Verzicht auf Pestizide, chemische Dünger und gentechnisch manipuliertes Saatgut. Fasern tierischen Ursprungs sind aus kontrolliert biologischer Tierhaltung. Zertifiziert wird von einer unabhängigen Überprüfungsorganisation bspw. akkreditiert bei der „International Federation of Organic Agriculture Movements“ IFOAM (www.ifoam.org) bzw. nach den Richtlinien von ISO 65. Bei der Erzeugung von kBA Baumwolle (aus kontrolliert biologischem Anbau) werden die natürlichen Zyklen des Bodens berücksichtigt und mittels Fruchtfolge eingehalten. Dadurch kann er sich regenerieren und die notwendigen Nährstoffe für die Pflanzen bereitstellen.

x Umweltfreundliche Produktion

Heißt Verwendung von Rohstoffen, die nachweislich die Umwelt weniger belasten als konventionelle Materialien und / oder Nutzung umweltfreundlicher Methoden bei der Weiterverarbeitung von Fasern (Spinnen, Weben, Färben, Bleichen, Ausrüsten, etc.). Abwässer der Färbereien durchlaufen ein geschlossenes Klärsystem. Klärteiche, Filtrierung und Umkehrosmose kommen zum Einsatz, um das Abwasser wiederum zu Trinkwasser aufzubereiten.

Auch die so genannte CO₂-neutrale Produktion zählt zu den Umwelt-Aspekten. Es handelt sich meist um Biobaumwolle, die in Betrieben verarbeitet wird, welche bspw. durch erneuerbare Energien betrieben werden. Zusätzlich wird auf den Transport per Luftfracht verzichtet und Produkte werden ausschließlich in Containern über den Seeweg transportiert. Der Kohlenstoff-Fußabdruck wird dadurch beträchtlich reduziert. Diese Reduktion kann von Carbon Trust (www.carbon-label.com) kontrolliert und zertifiziert werden.

x Recycling

Hier geht es um die Wiederverwendung jeglicher Materialien für die Kreation neuer Produkte, die recycelt oder up-cycelt werden. Einen Schritt weiter geht das Cradle to Cradle-Prinzip (wortwörtlich: von der Wiege zur Wiege). Dieses Konzept geht über den vielseitig bekannten Recycle-Gedanken hinaus und beschreibt einerseits den biologischen und andererseits den technischen Kreislauf von Stoffen. Damit wird die Ökoeffizienz oder Ökobilanz von Produkten beschrieben und schon bei der Herstellung mitbedacht.

DETOX KAMPAGNE – GREENPEACE



Greenpeace sucht österreichische ModeschöpferInnen, DesignerInnen, Modeschulen, ModebloggerInnen, Modeinteressierte, die sich wie bereits viele internationale Größen für die Detox-Kampagne stark machen! Menschen, die Mode lieben, aber einen Wert darauf legen, dass sich keine Chemikalien darin befinden.

Es geht um Gift in Mode. Es ist eine leider unsichtbare Tatsache, dass sich bei der Herstellung von Mode freisetzende, gefährliche Chemikalien einschleichen. Und diese in besorgniserregenden Mengen. Diese gefährden nicht nur die BewohnerInnen in den Produktionsländern, sondern auch uns. Diese Stoffe sind auch noch in der Kleidung zu finden, wenn Sie bei uns in den Geschäften eintreffen. Beim ersten Waschgang spülen wir diese Gifte in unsere Abwässer: langlebige, bioaktive Substanzen, die sich mit der Zeit anreichern. Selbst unsere Kläranlagen sind wirkungslos: die Gifte kommen über Wasser, Feld und Nahrung zu uns zurück.

Genauere Infos mit Firmenbeispielen im Report:

www.greenpeace.org/austria/Global/austria/dokumente/Reports/umweltgifte_Giftige_Garne_2012.pdf

DETOX Fashion Video

www.youtube.com/watch?v=XxFWo4sCzCs

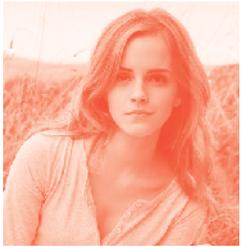


Photo: Emma Watson for people tree / ecouterre

“I went to the slums in Dhaka and saw what the conditions are like for those people who work in these factories and it was just the most horrible thing I have ever seen.

The garment sector in Bangladesh is referred to the GDP up to 70% what the country earns. Making it in a sustainable way just gives them some kind of a decent life and this is definitely the way forward for me.

People are happy to donate money[...] As wonderful as charity is, it doesn't last forever [...] It is not sustainable. What I really think what people need is to help themselves.”

Emma Watson
Schauspielerin (z.B. Hauptdarstellerin Hermine aus Harry Potter)

Aus ihrem Interview “The importance of Fair Trade fashion” mit Safia Minney über den Bangladesch-Aufenthalt, welchen sie im Frühling/Sommer 2011 im Rahmen der Kooperation mit People Tree gemacht hat.
www.youtube.com/watch?v=4G_W2bSEkRY&feature=related

Schritt für Schritt zur ethisch- korrekten Zulieferkette

Gerade für Jung-DesignerInnen oder ein neues Label ist es am Anfang manchmal schwierig eine Übersicht zu bekommen und Vertrauen zu neuen PartnerInnen der Zulieferkette aufzubauen. Wichtig ist dabei, dass versucht wird, ethische Grundüberlegungen in die gesamte Geschäftsidee zu integrieren. Prinzipielle Eckpunkte, die dabei zu bedenken sind:

x **Langfristige Geschäftsbeziehungen aufbauen**

x **Nicht vergessen**, dass alle Kaufentscheidungen soziale und ökologische Auswirkungen auf Arbeitsbedingungen und Umwelt haben.

x **Überlegen**, welche Stoffe und Fasern verwendet werden sollen

x **Zertifizierte Stoffe verwenden** (siehe vorvorletztes Kapitel)

x **Überlegen** welches Gütesiegel und Überprüfungsmechanismen mit welcher Priorität realisiert werden sollen (siehe nächstes Kapitel)

x **An speziellen Initiativen** für ethische JungdesignerInnen wie der Young Designers Initiative der FairWear Foundation teilnehmen.

x **Zulieferbetriebe** in die Planung von Bestellungen einbeziehen und so sicherstellen, dass die Auftragsvolumina und Lieferzeiten den Kapazitäten des Zulieferbetriebs angepasst sind

x **Über internationale und nationale** arbeitsrechtliche Gesetzgebungen bspw. auch über NGOs oder Gewerkschaften informieren

x **Kritisch** nach Produktionsbedingungen bei den Zulieferbetrieben fragen

x **Klare und transparente Kommunikation der sozialen Unternehmenspolitik**

x **Nutzung** bestehender Netzwerke, um sich zu informieren und Erfahrungen auszutauschen.

DIE WICHTIGSTEN FRAGEN ZU ETHISCH - KORREKTEM SOURCING

1. Ist es möglich in einer Kooperative oder einem ethischen Betrieb produzieren zu lassen?

„No chains“ ist, zum Beispiel, ein Zusammenschluss von Unternehmenskooperativen im Eigentum von ArbeiterInnen in Argentinien und Thailand.

www.nochains.org

Zulieferbetriebe der World Fair Trade Organisation (WFTO): Auf dem Online-Marktplatz kann eine Liste der Betriebe angezeigt werden.

www.wftomarket.com

2. Passiert die Produktion in einem sogenannten Low-Risk-Country?

Die unabhängige Prüfungsorganisation Fair Wear Foundation (FWF) definiert als Low Risk Countries jene Länder, die über funktionierende Institutionen wie Gewerkschaften, Betriebsräte und Arbeitsinspektorate sowie über eine Arbeitsrechtsgesetzgebung verfügen, die Übereinstimmung mit grundlegenden Arbeitsstandards garantieren. Als Low Risk Countries sind alle Mitgliedsländer der EU außer Rumänien und Bulgarien und die Mitgliedsländer der EFTA (European Free Trade Association) Island, Liechtenstein, Norwegen und Schweiz definiert.

3. Verfügt der Zulieferbetrieb über einen Betriebsrat (workers council) oder eine (Betriebs-) Gewerkschaft (trade union)? Betriebsräte oder Betriebsgewerkschaften stellen sicher, dass die ArbeiterInnen ihre Interessen gemeinsam vertreten und ggf. durchsetzen können. Um festzustellen, ob es sich beim Betriebsrat bzw. der (Betriebs-) Gewerkschaft um eine legitime Vertretung der ArbeiterInnen handelt, kann die Mitgliedschaft in einem Gewerkschaftsbund, der Mitglied des IGB, oder des Weltgewerkschaftsbunds oder von industriall ist, ein guter Hinweis sein. Listen der Gewerkschaftsbünde:

Internationaler Gewerkschaftsbund (IGB):

www.ituc-csi.org/IMG/pdf/no_08_-_list_affiliates_09gc_-_201211-2.pdf

Weltgewerkschaftsbund:

www.wftucentral.org/?page_id=6&language=en

Industriegewerkschaftsbund (industriall):

<http://www.industriall-union.org/affiliates>

4. Wurde das Zulieferunternehmen bereits von einem namhaften Einzelhändler empfohlen? Produziert das Unternehmen für andere zertifizierte Marken oder wurde es bereits von z.B. der Fair Wear Foundation überprüft?

Selten gibt es von Einzelhändlern schriftliche Empfehlungen für Zulieferunternehmen; manchmal wird auf Code of Conduct verwiesen. Auf jeden Fall sollten vertiefende Fragen gestellt und Recherchen bei vertrauenswürdigen Quellen getätigt werden.

5. Kann ein unabhängiger Audit-Report zu Sozialstandards vorgewiesen werden? Die Clean Clothes Kampagne und die Initiative WearFair sehen kommerzielle Audits – also Betriebsüberprüfungen – kritisch. Ein Audit bedeutet noch lange nicht, dass alles perfekt ist. Aber ein Audit zu Sozialstandards gibt Hinweise, was man beachten sollte und wonach man fragen kann. Die Existenz eines Audits bedeutet, dass sich der Betrieb zumindest schon einmal mit diesbezüglichen Fragen auseinandergesetzt hat. Ein Audit-Report einer unabhängigen Prüfungsorganisation ist ein essentieller Schritt, um eine glaubwürdige Vertrauensbasis aufzubauen. Fragen Sie nach einer Kopie des Audit-Reports und überprüfen Sie die Authentizität anhand dieser Checkliste.



Der Audit-Report sollte:

- x im pdf.-Format sein, damit keine Felder verändert werden können.
- x von einer unabhängigen Instanz anerkannt sein.
- x nicht älter als 12 Monate sein.
Die meisten Einzelhändler verlangen von Zulieferunternehmen – vor allem wenn sie außerhalb der EU sind – jährliche Audits und Berichte darüber.

5.1. Was sind kritische Punkte in einem Audit-Report?

Vor allem die „non-compliances“, also Verstöße gegen nationale oder internationale Gesetze oder Standards, welche durch Audits festgestellt werden, sind interessant und aufschlussreich. Verlangen Sie vom Zulieferunternehmen den so genannten „corrective action plan“ (CAP), also einen Plan, wie Verbesserungen herbeigeführt werden sollen, sowie wiederum dessen Überprüfung. Der CAP sollte Auskunft darüber geben, inwiefern beanstandete „non-compliances“ behoben wurden.

5.2. Was bedeutet „verified“ im Kontext eines Audit-Reports?

Verifizierung bedeutet eine Weiterarbeit, „follow up“, nach einem Audit, in der überprüft wird, ob die beanstandeten Punkte korrigiert worden sind oder andere zu beanstandende Punkte festgestellt werden. Dabei gibt es zwei gängige Varianten: entweder als „follow up - Audit“ oder die so genannte „desktop verification“ wo lediglich Fotos oder Dokumente nachgereicht werden.

5.3. Wie stellt sich das Ausmaß der „non-compliances“ dar?

Als „non-compliances“ werden vor allem Verstöße gegen nationale oder internationale Gesetze oder Standards bezeichnet. Die eigenen Wert- und Risikovorstellungen bezüglich „non-compliances“ spielen eine wichtige Rolle bei der richtigen Wahl der Zulieferbetriebe.

Das Ziel ist es insgesamt gemeinsam mit den ProduzentInnen ein nachhaltiges Business-Modell zu etablieren und langfristige Vertrauenskontakte aufzubauen.

VIER SCHRITTE ZU EINER FAIREN ZULIEFERKETTE

Schritt 1: Verhaltenskodex

- a Ein vollständiger Kodex
- b Ein glaubwürdiger Kodex
- c Ein transparenter Kodex

Schritt 2: Die Umsetzung des Kodex

- a Die Umsetzung und Überprüfung des Verhaltenskodex
- b Überprüfung des Unternehmenskodex
- c Lösungen im Fall von Arbeitsrechtsverletzungen
- d Die Auswirkung der Einkaufspraktiken auf ethische Standards
- e Branchenweite Verbesserungen und Zusammenarbeit fördern
- f Existenzsichernde Löhne (living wages) festlegen und umsetzen
- g Spezifische Maßnahmen zur Gender-Thematik ergreifen

Schritt 3: Einbeziehung der Zivilgesellschaft

- a Beitritt zu einer Multi-Stakeholder-Initiative
- b Zusammenarbeit mit Initiativen zur Arbeitsrechtsausbildung
- c Interessensvertretungen und andere Stakeholder informieren
- d ArbeiterInnen, lokale Gewerkschaften und Menschenrechtsgruppen in die Umsetzung des Kodex einbeziehen
- e Ein vertrauliches Beschwerdeverfahren implementieren

Schritt 4 :Organisationsfreiheit und Kollektivvertragsverhandlungen

- a Einen positiven Ansatz zur Organisationsfreiheit anwenden
- b Sicherstellen ehrlicher Kollektivvertragsverhandlungen
- c Förderung von Organisationsfreiheit und Kollektivvertragsverhandlungen in Staaten, wo es für diese Rechte Beschränkungen gibt

Langversion der Vier Schritte zu einer fairen Zulieferkette unter:

www.cleanclothes.at/media/common/uploads/download/vier-schritte-zu-einer-fairen-zulieferkette/4_schritte.pdf

Überprüfungsorganisationen und Gütesiegel



Photo: Katharina Reiboth

„Mode anders denken, produzieren und tragen, damit sie echten Wert bekommt. Unsere Bio-Baumwoll-Textilien sind mit den international anerkannten Gütesiegeln „FAIRTRADE Certified Cotton“ und „G.O.T.S. Global Organic Textile Standard“ zertifiziert, die eine transparente Produktionskette vom Baumwollfeld bis zum fertigen Kleidungsstück sowie hohe soziale und ökologische Standards garantieren. Nicht nur das Kleidungsstück muss passen, sondern auch das Umfeld, in dem es entsteht. Design und Herstellungsbedingungen haben gleichermaßen Gewicht. Es geht ums Ganze!“

Karin Lebelhuber
Anukoo/ Shop-Leiterin
www.anukoo.com



ÜBERPRÜFUNGSORGANISATIONEN - WORAUF KOMMT ES AN ODER WER PRÜFT DIE ÜBERPRÜFENDEN?

Ein umfassender, so genannter Verhaltenskodex (Code of Conduct) ist der essentielle Bestandteil vertrauenswürdiger, ethischer Geschäftsbeziehungen. Ein Verhaltenskodex ist dann sinnvoll, wenn er einerseits alle nationalen Gesetze und internationale Mindeststandards berücksichtigt sowie zusätzliche soziale und ökologische Kriterien umfasst und andererseits auch tatsächlich in der Praxis umgesetzt wird. Für die Meisten ist es nur schwer möglich, die Produktionsstätten selbst zu besuchen, um sich von den vorherrschenden Arbeitsbedingungen ein Bild zu machen. Dies auch noch in regelmäßigen Abständen ist oftmals für viele aus zeitlicher und finanzieller Ressourcenknappheit nicht zu bewerkstelligen und wäre auch aufgrund der mangelnden Landes- und Sprachkenntnisse nur begrenzt aussagekräftig. Die Kontrolle kann bzw. muss deshalb über andere Instanzen erfolgen: im optimalen Fall über unabhängige Überprüfungsorganisationen mit Einbeziehung von lokalen Gewerkschaften und NGOs (Nichtregierungsorganisationen). Trotzdem empfiehlt sich aber zusätzlich der direkte und persönliche Kontakt zu den Zulieferbetrieben und ihren ArbeiterInnen durch Besuche und Lokalaugenschein vor Ort.

Das ist eine berechtigte Frage, vor allem, wenn mitbedacht wird, welch aufstrebender und lukrativer Markt sich für ethische Mode gerade eröffnet. Vor allem angesichts aktueller Entwicklungen, wo KonsumentInnen aber auch ProduzentInnen sich eines immer dichterem Angebots an Gütesiegeln und Standards gegenüber sehen. Es wird immer wichtiger, zwischen den Zeilen von Sein und Schein bzw. halbherzig gemeinter Schönfärberei und green-washing einerseits und ernstgemeinter sozialer und ökologischer Verantwortung und Praxis andererseits unterscheiden zu können. In der sehr zu empfehlenden Studie „Werbegag oder Hebel für Beschäftigte“ für das Südwind Institut Deutschland widmet sich Ingeborg Wick dieser Thematik sehr ausführlich und liefert aufschlussreiche Hintergrundinformation.



KURZ ZUSAMMENGEFASST, DIE WICHTIGSTEN UNTERSCHIEDUNGS- BZW. QUALITÄTSMERKMALE:

Grundlage

- x Beinhaltet der Code of Conduct zumindest die acht Kernarbeitsnormen der ILO?
- x Wird über die Einhaltung nationaler Gesetzgebungen hinaus ein „living wage“ gefordert?

Transparenz

- x Inwiefern sind die Berichte öffentlich bspw. auf der Website?
- x Wie werden Fortschritte bzw. nicht erreichte Verbesserungen kommuniziert?

Zusammensetzung

- x Handelt es sich um eine Multistakeholder-Initiative (MSI) und werden somit ArbeiterInnen und lokale Gewerkschaften oder NGOs in den Evaluationsprozess eingebunden?

Kostenaufteilung

- x Wer kommt für die Kosten der Überprüfung auf?

Um einen besseren Überblick zu bekommen, präsentieren wir hier die relevantesten AkteurInnen im Bereich der Verifizierung internationaler Arbeitsstandards.

FAIR WEAR FOUNDATION (FWF)



Die FWF wurde im Jahr 1999 in den Niederlanden von unterschiedlichen Verbänden wie den beiden Gewerkschaften FNV und FNV Bondgenoten, den Unternehmensverbänden Modint und Mitex gemeinsam mit Oxfam Novib, der Max Havelaar Foundation und der internationalen Clean Clothes Campaign als so genannte Multi-stakeholder-Initiative (MSI) gegründet. Sie ist die empfehlenswerteste unabhängige, internationale Prüfungsorganisation von Produktionsbedingungen im Bekleidungssektor. Die beitretenden Unternehmen müssen einen Verhaltenskodex (Code of Conduct) unterzeichnen und erfüllen, der sich u. a. auf die ILO-Kernarbeitsstandards bezieht. Oberstes Ziel ist die gemeinsame Erarbeitung einer schrittweise nachhaltigen Verbesserung der gesamten Wertschöpfungskette. Die Kontrollen erfolgen in Zusammenarbeit mit lokalen Gewerkschaften und NGOs und die ArbeiterInnen werden auch abseits des Fabrikgeländes und in ihrer Muttersprache befragt.
www.fairwear.org

Ebenfalls nennenswerte Multistakeholder-Organisationen sind:



Ethical Trading Initiative (ETI)

www.ethicaltrade.org



Fair Labour Association (FLA)

www.fairlabor.org

SA 8000



SA 8000 ist aus Sicht von Südwind und der Clean Clothes Kampagne nicht empfehlenswert. Wenn man sich aber einen Zulieferbetrieb am freien Markt sucht, ist es wohl immer noch besser, einen SA 8000 zertifizierten Betrieb auszuwählen als einen ohne Zertifizierung – allerdings garantiert das dann noch lange keine ethische Produktion.

Social Accountability International (SAI) ist eine freiwillige Zertifizierung sozialer Standards basierend auf den Prinzipien der ILO-Kernarbeitsnormen. Ökologische Aspekte werden nicht priorisiert. Das ISO-Style-Management-System wurde für praktisch alle Industriesektoren gegründet. Fabriken führen eine Selbst-Evaluierung durch und erhalten dann für maximal zwei Jahre den Anwärter-Status auf das SA8000-Zertifikat. Nach erfolgreicher Verifizierung durch SAI akkreditierte Prüfinstitute wird das SA8000-Zertifikat für drei

Jahre ausgestellt. Alle sechs bis zwölf Monate wird die Einhaltung der Standards überprüft. Die Kosten für die Audits werden von den Fabriken selbst getragen. Es gibt ein Beschwerdesystem für ArbeiterInnen und ihre VertreterInnen. Die Glaubwürdigkeit und Beteiligung der Stakeholder ist jedoch aufgrund fehlender Transparenz kritisch zu hinterfragen. Die Verantwortung für die Umsetzung der Standards liegt bei den Zulieferbetrieben, die Auftraggeber werden nicht in die Pflicht genommen.

In den letzten Monaten vor Herauskommen dieses Guides haben sich weitere Hinweise ergeben, die eine Zertifizierung mit SA8000 nicht empfehlen. So war z.B. die Fabrik Ali Enterprises in Karachi (Pakistan), bei deren Brand fast 300 ArbeiterInnen wegen mangelnder Sicherheitsvorkehrungen ihr Leben verloren, SA 8000 zertifiziert. Dieses krasse Beispiel zeigt, dass solche kommerziellen Audits oft wirkungslos sind.
www.sa-intl.org/sa8000

BSCI

Die Foreign Trade Association (FTA) vertritt die außenwirtschaftlichen Interessen des gesamten europäischen Handels und gründete 2003 die Business Social Compliance Initiative (BSCI). Heute zählt die BSCI über 600 Mitglieder, darunter Lidl, Hofer und Metro. Es werden ILO-Kernarbeitsnormen und gesetzlich vorgeschriebene Mindestlöhne direkter Zulieferbetriebe eines Mitgliedsunternehmens – nicht jene der gesamten Wertschöpfungskette – überprüft. Es gibt keine Verpflichtung für Mitgliedsunternehmen, eine Einkaufspolitik zu definieren, die die Umsetzung fairer Arbeitsbedingungen in Zulieferbetrieben ermöglicht (z.B. ausreichend lange Lieferfristen, um erzwungene Überstunden zu vermeiden oder angemessene Preise, um faire Löhne zu ermöglichen). Die Ergebnisse der Vor-Ort-Kontrollen sind wenig glaubwürdig, da Gewerkschaften, NGOs und lokale Organisationen unzureichend eingebunden sind und AuditorInnen von denselben Zulieferbetrieben bezahlt werden, die sie überprüfen. Zusammenfassend trägt die mangelnde Transparenz dazu bei, dass diese Initiative die Grundprinzipien sozialer und ökologischer Standards verwässert und sehr kritisch zu betrachten ist. www.bsci-intl.org



Gütesiegel – Wegweiser für DesignerInnen und KonsumentInnen durch den Zertifikatendschungel

GOTS

Der Global Organic Textile Standard (GOTS) ist derzeit das umfassendste Gütesiegel in der Bekleidungsindustrie. Es steht für Mode aus Naturfasern (mindestens 90 %) und davon mindestens 70 % aus kontrolliert biologischer Landwirtschaft (kontrolliert biologischer Anbau - kbA oder kontrolliert biologische Tierhaltung - kbT) stammen. Es gibt strenge Richtlinien bezüglich der Färbung und Endverarbeitung und ein effektives Umweltmanagementsystem, sowie konkrete Bestimmungen der Abwasseraufbereitung sind einzuhalten. Die Auflagen gelten auch für Zubehör. Zusätzlich zu den Kriterien der ILO-Kernarbeitsnormen wird entlang der gesamten Textilverarbeitungskette auch die Bezahlung von existenzsichernden Löhnen gefordert. Alles vom Anbau über die Verarbeitung, Konfektion bis hin zur Verpackung wird unter Berücksichtigung ökologischer und sozialer Kriterien erzeugt. Alle Mitglieder werden jährlich – auch unangekündigt – überprüft.

Der Entstehungshintergrund dieses Siegels ist ziemlich interessant und deshalb wichtig hervorzuheben. Das Textilsiegel wurde aus einem Zusammenschluss folgender Organisationen entwickelt:



- x Internationaler Verband der Naturtextilwirtschaft (Deutschland)
- x Soil Association (England),
- x Organic Trade Association (USA)
- x Japan Organic Cotton Association (Japan)

Ziel dieses Zusammenschlusses war es mehr Übersicht und Vereinheitlichung auf dem Sektor der Gütesiegel zu schaffen. Dies ist für KundInnen aber auch ProduzentInnen ein wichtiger Aspekt. www.global-standard.org

Fairtrade Certified Cotton

Die Kriterien für das Gütesiegel wurden 2005 von Fairtrade International ausgearbeitet.

Es steht für die Zertifizierung des Rohstoffs, fair gehandelte Baumwolle. Dabei kann es sich - muss es sich aber nicht - um Bio-Baumwolle handeln. Es wird jedenfalls gewährleistet, dass nur gentechnikfreies Saatgut verwendet wird. Biologische Pflanzenschutzmaßnahmen und Reduktion bzw. Verzicht auf Pestizide und Mineraldünger werden angestrebt. Kinderarbeit wird ausgeschlossen.

Die Bezahlung eines Mindestpreises, der meist über dem aktuellen Marktpreis liegt sowie eine Sozialprämie werden garantiert. Bei Bio-Baumwolle liegt dieser Preis nochmals höher. Unterstützt werden Sozialprojekte und der Aufbau langfristiger Geschäftsbeziehungen. Transparenz wird groß geschrieben und es gilt die Einhaltung sozialer Mindeststandards der ILO. Kontrolliert wird durch die unabhängige Zertifizierungsorganisation FLO-Cert (Fairtrade Labelling Organization Certification). Mittels Fairtrade-Code-System können auch vertiefende Informationen über ProduzentInnen eingeholt werden. Weiters muss sich die gesamte Verarbeitungskette an die Kriterien der ILO-Mindeststandards halten und muss überprüft werden (Die Optionen zur Überprüfung sind sehr breit definiert, von der Fair Wear Foundation über SA 8000 bis hin zu eigenen Kontrollen).

Derzeit ist also die Verwendung von Fairtrade Certified Cotton sehr zu empfehlen, muss aber durch eine glaubwürdige Überprüfung der restlichen Wertschöpfungskette (Fair Wear Foundation oder/und GOTS) ergänzt werden. www.fairtrade.at

IVN Naturtextil - "Best"



Dieses Siegel ist vor allem im europäischen Raum bekannt und stellt derzeit den Standard mit den höchsten ökologischen und sozialverantwortlichen Ansprüchen innerhalb der gesamten Produktionskette dar. Nachdem IVN Mitbegründer des GOTS-Siegels ist, ist es diesem ähnlich. Strengeres Kriterium ist, dass Textilien aus 100% zertifiziert ökologischen Fasern bestehen müssen. Es herrschen strengste Bestimmungen bezüglich schadstoffreduzierter Produktion. Auflagen gelten auch für Zubehör. ILO-Kernarbeitsnormen gelten entlang der gesamten Textilverarbeitungskette. Es gibt sogar noch ein spezifisches Gütesiegel für IVN - „Naturleder“. Überprüft wird durch unabhängige Prüfstellen, jährlich – auch unangekündigt.
www.naturtextil.de

Soil Association's textile standards ORGANIC



„SOIL organic“ ist das in Großbritannien bekannteste Siegel und bezieht sich in erster Linie auf Umweltauswirkungen der Textilherstellung und kennzeichnet biologische Produkte, die nach strengen ökologischen Vorgaben produziert wurden. Es gelten strikte Vorgaben für Herstellung, Verpackung, Kennzeichnung, Import, Versand und Recycling der Naturtextilien. ILO-Kriterien gelten entlang der gesamten Textilverarbeitungskette. Als Kennzeichen dafür, dass die SOIL Association eine der

vier Gründungsorganisationen ist, entsprechen alle Soil zertifizierten Produkte auch den strengen GOTS Kriterien.
www.soilassociation.org

Organic Exchange



Textile Exchange, früher Organic Exchange, wurde 2002 als gemeinnützige Organisation in den Niederlanden gegründet, der Hauptsitz befindet sich in den USA. Ziel ist es, die Produktion biologisch angebaute Baumwolle zu steigern. „OE Blended“-zertifizierte Produkte müssen mindestens 5% Biobaumwolle (basierend auf der EU Bio-Verordnung) enthalten. Für die restlichen max. 95 % gibt es keine Auflagen, sie können auch aus konventioneller Baumwolle oder synthetischen Fasern bestehen. Textile Exchange übernimmt eine Vermittlungsrolle zwischen BaumwollproduzentInnen und Bekleidungsunternehmen. Bekleidungsunternehmen haben die Möglichkeit, Mitglied bei der Organisation Textile Exchange zu werden, große Markenfirmen wie H&M, C&A, Puma und Nike sind bereits Mitglied.
www.textileexchange.org

EarthPositive



EarthPositive ist die eigene ethische Marke von Continental Clothing. Produkte sind GOTS und Ökotex100 zertifiziert und werden ausschließlich in umweltfreundlichen Fabriken mit geringer CO₂-Emission in Indien aus „einflussarmer“ Biobaumwolle

hergestellt. Die Aufbereitung des Abwassers der Färberei findet in einem geschlossenen Klärsystem statt. Die Lagerhäuser und Büros in London und Berlin, nutzen ebenfalls erneuerbare Energie. Continental Clothing ist Mitglied der Fair Wear Foundation, womit die unabhängige Überprüfung der Produktionskette gewährleistet ist.
www.continentalclothing.com/page/earthpositive

Bluesign®



Der Bluesign Standard wurde vom Schweizer Stoffproduzenten Schoeller Textil AG initiiert und verfügt über ein interdisziplinäres Beratungsgremium mit VertreterInnen aus Wissenschaft, Politik, Industrie, Handel sowie KonsumentInnen- und Umweltschutzorganisationen. bluesign® ist eher als Umweltlabel zu sehen. Bei der Verwendung von Chemikalien lehnt sich bluesign® an Vorgaben der UNEP (Umweltprogramm der Vereinten Nationen) und orientiert sich an der Listenkategorisierung der „Stockholmer Konvention“. Dabei handelt es sich um langlebige organische Schadstoffe oder POPs (persistent organic pollutants), die als extrem umweltschädlich eingestuft werden. Der Gebrauch von Chemikalien ist somit eingeschränkt erlaubt: Jene auf der schwarzen Liste sind verboten, Chemikalien der grauen Liste sind, solange es keine Alternative gibt, erlaubt. Die Produktion soll möglichst ressourcenschonend erfolgen. Für soziale Standards gibt es Schulungen, jedoch keine Überprüfungen.
www.bluesign.com

Better Cotton Initiative (BCI)



Im Jahr 2009 von großen Markenfirmen wie Adidas, Gap, H&M, Ikea, u.a. gemeinsam mit NGOs wie World Wildlife Fund (WWF) und Pesticide Action Network (PAN) gegründet. Mitglieder sind neben internationalen Bekleidungsfirmen auch BaumwollproduzentInnen und baumwollverarbeitende Betriebe. Ökologische Kriterien sind, dass Pestizide in der Landessprache beschriftet sein müssen und keine Pestizide eingesetzt werden dürfen, die laut Stockholmer Konvention verboten sind. Weiters wird nachhaltiger Umgang mit Wasser und Böden gefordert. Es gibt keine Kriterien bezüglich organischen Baumwollanbaus und genmanipuliertes Saatgut ist erlaubt. Es gilt Vereinigungsfreiheit und das Verbot ausbeuterischer Kinder- oder Zwangsarbeit. Bezüglich sozialer Kriterien gelten ILO-Kernarbeitsnormen und gesetzlich vorgeschriebene Mindestlöhne, jedoch wird kein existenzsichernder Lohn gefordert. Kritisch zu betrachten ist, dass die Kriterien nur für direkte Zulieferbetriebe eines Mitgliedsunternehmens gelten und nicht für die gesamte Wertschöpfungskette.
www.bettercotton.org

Cotton Made in Africa



Wurde 2005 von der Aid by Trade Foundation initiiert, mit dem Ziel, die Quantität und Qualität in der Baumwollproduktion zu

erhöhen sowie die Vermarktungsmöglichkeiten afrikanischer BaumwollproduzentInnen durch ein Netzwerk aus ProduzentInnen und AbnehmerInnen zu verbessern. Neben deutschen öffentlichen Institutionen wie der Deutschen Investitions- und Entwicklungsgesellschaft (DEG) und der Gesellschaft für internationale Zusammenarbeit (GIZ) trafen der Initiative auch Nicht-regierungsorganisationen wie der WWF Deutschland und die Welthungerhilfe bei. Firmen-Mitglieder sind u.a. Otto Group, Puma, Rewe Group, S.Oliver und Tchibo. Ausgeschlossen ist die Nutzung von geschützten Gebieten für den Baumwollanbau. Der Fokus ist auf konventionellem Baumwollanbau. Sie ist keine Bio-Zertifizierung, fördert jedoch den umweltschonenden Landbau (Bodenschutz, Fruchtwechsel, etc.). Es gelten Einschränkungen bezüglich der Verwendung von Pestiziden und für ProduzentInnen gibt es Schulungsangebote zu bewusstem Umgang mit Pestiziden. Es gilt das Verbot von ausbeuterischer Kinderarbeit und gesundheitsschädlicher Arbeit. Allgemein sind die ökologischen und sozialen Auflagen relativ niedrig, es ist weder der Umstieg auf biologischen Anbau gefordert, noch werden Mindestpreise für die ProduzentInnen garantiert.

www.cotton-made-in-africa.com

Öko-Tex-Standard 100/1000 + Ökotex-100plus



Das Zertifikat bezieht sich primär auf die chemischen Restrückstände in Endprodukten. Diese sind frei von allergieauslösenden Farbstoffen. Grenzwerte für Pestizide, die auch für Obst und Gemüse gelten, werden eingehalten. Unter Schweißeinwirkung dürfen nur höchstens so viele Schwermetalle freigesetzt werden, wie sie auch im Trinkwasser zugelassen sind. Farbstoffe, die als krebserregend gelten oder als krebserregend verdächtig werden, sind nicht enthalten. Textilien werden je nach Hautkontakt in vier Produktklassen unterteilt, wo jeweils unterschiedliche Grenzwerte gelten. Ökologische und soziale Bestimmungen bei Anbau und Verarbeitung werden beim am weitesten verbreiteten Öko-Tex 100 Standard leider nicht berücksichtigt. Ökotex 1000 ist eine umweltfreundliche Produktionsstättenkennzeichnung einzelner Produktionsschritte, wo auch einzelne soziale (Verbot von Kinderarbeit) und ökologische Kriterien inkludiert sind. Ökotex 100plus ist das kombinierte Gütezeichen (Ökotex 100 + Ökotex 1000). Der biologische Anbau der Rohstoffe spielt hier keine Rolle. Überprüft werden eingesandte Muster und unangekündigte Stichproben werden durchgeführt.

www.oeko-tex.com

GÜTESIEGEL CHECKLISTE

	Abgedeckte Produktionsschritte			Kriterien	
	ROHSTOFF	STOFF	KONFEKTION	ÖKO	SOZIAL
	✓			✓	✓
Better Cotton Initiative	✓			✓	✓
bluesign®	✓	✓	✓	✓	
bluesign®	✓	✓	✓	✓	
BSCI			✓		✓
BSCI			✓		✓
Cotton made in Africa	✓			✓	✓
Cotton made in Africa	✓			✓	✓
Ethical Trading Initiative			✓		✓
Ethical Trading Initiative			✓		✓
Fair Labor Association			✓		✓
Fair Labor Association			✓		✓
Fair Wear Foundation			✓		✓
Fair Wear Foundation			✓		✓
FAIRTRADE certified cotton	✓			✓	✓
FAIRTRADE certified cotton	✓			✓	✓
GOTS	✓	✓	✓	✓	✓
GOTS	✓	✓	✓	✓	✓
IVN Best	✓	✓	✓	✓	✓
IVN Best	✓	✓	✓	✓	✓
Öko-Tex-Standard 100				✓	
Öko-Tex-Standard 100				✓	
Öko-Tex-Standard 100plus		✓	✓	✓	✓
Öko-Tex-Standard 100plus		✓	✓	✓	✓
Öko-Tex-Standard 1000		✓	✓	✓	✓
Öko-Tex-Standard 1000		✓	✓	✓	✓
Organic Exchange 100	✓			✓	
Organic Exchange 100	✓			✓	
Organic Exchange Blended	✓			✓	
Organic Exchange Blended	✓			✓	
SA8000		✓	✓		✓
SA8000		✓	✓		✓
Soil Association	✓	✓	✓	✓	✓
Soil Association	✓	✓	✓	✓	✓

Baumwoll- dominanz versus Faser- Vielfalt



Photo: lebenskleidung

„Eco-Fashion macht uns aufmerksam auf die Bedingungen, unter denen Menschen auf diesem Planeten arbeiten und leben. Damit ich coole Klamotten tragen kann, arbeiten Menschen in anderen Teilen der Erde unter fatalen Bedingungen. Eco-Fashion zu unterstützen, bedeutet für mich, Verantwortung für gesellschaftliche Zusammenhänge zu übernehmen und bewusster zu konsumieren. Ich wünsche mir, dass Bio-Kleidung genau so eine Erfolgsgeschichte wird, wie Bio-Lebensmittel. Dafür arbeite ich in meiner Firma Lebenskleidung. Damit sich der Druck auf die konventionelle und unmenschliche Textilindustrie erhöht und es gute Alternativen dazu gibt.“

Jan Holzhauer
Lebenskleidung/ Geschäftsführer
www.lebenskleidung.com

Baumwolle ist heutzutage der weltweit häufigst verwendete Rohstoff in der Bekleidungsindustrie. Das hat historische aber auch viele pragmatische Gründe des Tragekomforts. Vergessen werden dabei jedoch oft die enorme Ressourcenintensität und die Umweltbelastung beim Anbau und der Weiterverarbeitung. Um darüber einen fokussierten Einblick zu bieten, aber auch die Faser-Vielfalt zu präsentieren, hier eine kleine Fibel über Fasern der Modewelt und deren Kategorisierung.

NATURFASERN

1. Pflanzenfasern (Zellulose)

SAMENFASERN

x **Baumwolle**

Wird aus den Samenhaaren der Baumwollpflanze gewonnen. Ist sehr saugfähig, kann bis zu 65 % ihres Gewichtes an Wasser aufnehmen, trocknet langsam. Hat einen angenehmen Tragekomfort.

x **Kapok**

Wird aus dem Inneren der Kapselfrucht (Schote) des Kapokbaumes gewonnen. Material ist atmungsaktiv und isoliert Wärme sehr gut.



Baumwolle wird in mehr als 70 Ländern in Monokultur angebaut > China (32 %), Indien (23 %), USA (12 %). Fast 75 % des weltweiten Baumwollexportes kommt aus dem globalen Süden, wo ProduzentInnen aufgrund der Subventionspolitik in Industrieländern mit enormen Preiskämpfen ringen. Baumwolle beansprucht ca. 2,5 % globaler agrarischer Anbauflächen. Der Baumwollanbau verbraucht aber 25 % aller weltweit eingesetzten Pestizide und Insektizide, 8–10 % des global verwendeten chemischen Düngers geht in den Baumwollanbau, Pestizid-Tote: Die Weltgesundheitsorganisation (WHO) schätzt, dass 20.000 Menschen / Jahr an den Folgen des Pestizideinsatzes, bspw. Endosulfan sterben.

CO₂ – Bilanz belastet ökologischen

Fußabdruck

Ein Kleidungsstück, dessen Rohbaumwolle aus den USA und dessen Polyesterfaseranteil aus Fernost kommt, in Deutschland gewebt, in Tunesien geschneidert und bei uns verkauft wird, hat bereits rund 19.000 Kilometer (= drei Erdumrundungen!) zurückgelegt!
Aufgrund immer häufiger wechselnder Kollektionen wird auf umweltschonende Transportmittel (Schiff und Bahn bzw. emissionsarme LKWs) verzichtet und – wie für verderbliche Ware – das Flugzeug als Transportmittel gewählt. Durch den Flugtransport wird ca. die 12-fache CO₂-Menge des Schifftransportes freigesetzt.

Enormer Wasserverbrauch

1 kg Baumwolle: 7.000 – 29.000 Liter
 1 T-Shirt aus konventioneller Baumwolle hat einen Wasser-Verbrauch von ca. 2.700 Liter!

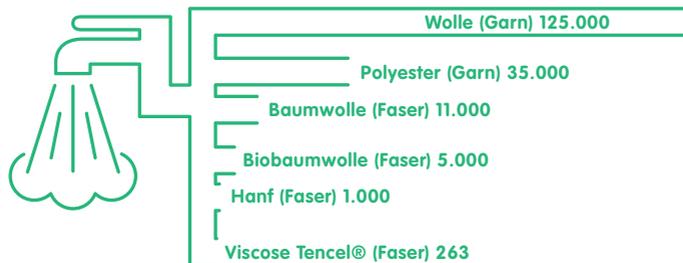
Extensive Bewässerung führt vielerorts zu Austrocknung und Dürre. Abwässer aus Fabriken werden oft ungefiltert entsorgt und einfach in die Kanalisation oder in lokale Gewässer geleitet!

Durch die globale Textilindustrie gelangen auf diese Weise jährlich 40.000 – 50.000 Tonnen Färbemittel in Wassersysteme der Produktionsländer.



Aralsee 1973 l. / 2004 r.

Photo: UNEP/GRID-Sioux Falls

WASSERVERBRAUCH**Durchschnittswerte Wasser l/kg****Fairtrade Baumwolle**

Seit 2005 gibt es in Europa Bekleidung und Heimtextilien aus FAIRTRADE zertifizierter Baumwolle. Sie garantiert BaumwollbäuerInnen einen Mindestpreis sowie eine FAIRTRADE-Prämie. Darüber hinaus werden für Baumwolle in Bio-Qualität zusätzliche Prämien bezahlt.

- × Globale FAIRTRADE-Baumwollproduktion: 23.346 t (2009)
- × Verkauf 2010: 10 Millionen Stück (z.B. Bekleidung, Heimtextilien)
- × Anteil am globalen Weltmarkt: ca. 0,12 %
- × Die globale Produktion von FAIRTRADE-Baumwolle ist zu 37 % auch bio
- × Geschätzter Umsatz von Bekleidung aus FAIRTRADE-Baumwolle in Österreich 2,5 Mio. Euro

Quelle: WearFair_DatenFakten_Update_2012

BASTFASERN**x Brennessel**

Stiel der Brennessel, wird in geringen Mengen in Europa angebaut und hat eine hohe Feuchtigkeitsaufnahme und Reißfestigkeit, ist pflegeleicht und hautfreundlich.

x Flachs - Leinen

wird aus den Stängeln der Flachspflanze gewonnen, ist schmutzunempfindlich, atmungsaktiv, kühlend und langlebig.

x Hanf

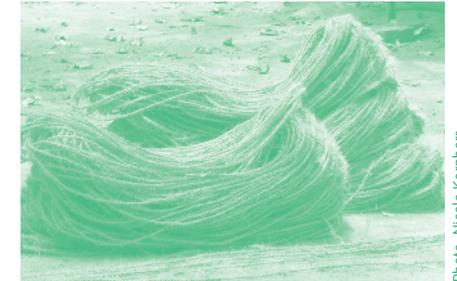
wächst in Europa und Asien als sehr schnell nachwachsender Rohstoff. Hanf wächst auch ohne den Einsatz von Herbiziden und Pestiziden. Es ist eine anspruchslose, vielseitig verwendbare Faser. Kleidung aus Hanf ist kühl, robust und strapazierfähig.

x Ramie

Nesselartige, mehrjährige Pflanzenfaser, die in den tropischen Regionen Asiens angebaut wird. Sie benötigt durch ihre natürliche Resistenz keine Pestizide. Ramie ist sehr haltbar, fusselt nicht und nimmt Feuchtigkeit auf. Sie ist dem Leinen sehr ähnlich.

HARTFASERN**x Kokos**

Wird aus der Fruchthülle der Kokospalmenfrucht gewonnen. Kokosfaser wird vorwiegend als Füllfaser für Matratzen verwendet.



Kokosfaser

Photo: Nicole Kornherr

2. Tierische Fasern (Eiweiß)**WOLLE UND HAARE****x Schafwolle**

Wird durch das Scheren lebender Schafe gewonnen. Schurwolle nimmt bis zu einem Drittel des Eigengewichtes an Feuchtigkeit auf, ohne sich nass anzufühlen. Wirkt atmungsaktiv und Temperatur ausgleichend.

Als „Lambswool“ wird die erste, besonders weiche Wolle von Lämmern, die jünger als 6 Monate sind, bezeichnet.

Bio Baumwolle

- × Biobaumwolle wird in abwechselnder Mischkultur mit Fruchtwechsel angebaut.
- × Verzicht auf chemischen Dünger und Pestizide.
- × Gedüngt wird mit dem Mist von Nutztieren.
- × Gentechnisch verändertes Saatgut ist streng verboten.
- × Der Anteil am globalen Weltmarkt beträgt rund 1,1 %.
- × Weltweiter Einzelhandelsumsatz 2010: 5,16 Mrd. US-Dollar (+20 % gegenüber 2009), Schätzung für 2011: 6,2 Mrd. US-Dollar, 2012: 7,4 Mrd. US-Dollar)
- × Seit 2001 steigen die Umsätze bei Biobaumwolle; u. a. wegen Initiativen großer Handelsketten
- × 2011 verarbeitete H&M 15.000 t Biobaumwolle. C&A verkaufte 2010 26 Millionen Textilien aus 100 % zertifizierter Biobaumwolle.
- × 275.300 BäuerInnen bauen in 23 Ländern Bio-Baumwolle an.
- × Weltweite Anbaufläche für Biobaumwolle: 461.000 ha.
- × 81 % der globalen Biobaumwollernte kommt aus Indien.

Quelle: „WearFair_DatenFakten_Update_2012“
www.cottonedon.org
www.organiccotton.org

Alpaca



Photo: Nicole Kornherr

x Alpaka

Haare von gleichnamigen Kamel- (Lama) arten. Wolle wird wie bei den Schafen durch die Schur gewonnen und meistens mit anderen Wollarten vermischt. Wolle gleicht Extremtemperaturen aus und ist besonders warm.

x Kamelhaare

Haare des in Asien und Afrika beheimateten Kamels. Faser ist besonders edel, wärmt, ist strapazierfähig und wasserabweisend.

x Kaschmir

Ist die teuerste Naturfaser! Beim Auskämmen des Unterbauchs werden pro Kaschmirziege im Jahr nur ca. 100 g Wolle gewonnen. Wird häufig für Schals oder Tücher verwendet, meistens als Mischung mit anderen Faserarten im Handel erhältlich.

SEIDEN

Es gibt mehrere Varianten wie Maulbeerseide (Zuchtseide), Muschelseide und Tussahseide (Wildseide). Wird aus den Seidenfäden des

Maulbeerseide



Photo: www.bio-seide.at

Maulbeerspinners (Seidenraupe), den Byssusfäden kleiner Muscheln oder wild lebender Schmetterlingsarten (Einblattspinner) gewonnen. Seide hat einen angenehmen Tragekomfort, ist im Sommer kühlend, im Winter wärmend.

CHEMIEFASERN

1. aus natürlichen Polymeren

ZELLULOSE

x Viskose

Früher auch Kunstseide oder Rayon genannt wird Viskose aus unterschiedlichen Zellstoffen (Fichte, Buche, Bambus, Eukalyptos, Pinien usw.) hergestellt. Besitzt ähnliche Merkmale wie jene der Baumwolle, nämlich gute Feuchtigkeitsaufnahme und Färbbarkeit. Sie ist stark säureempfindlich und weist eine energieaufwändige und chemikalienintensive Produktion auf.

x Modal

Viskosefaser mit höherer Faserfestigkeit mit weich, angenehmen Tragekomfort; wird oft mit Baumwolle gemischt.

x Lyocell

Lyocell® und TENCEL® sind Viskosefasern und werden unter strengen Umweltauflagen produziert. Die Faser ist atmungsaktiv, angenehm zu tragen, gute Feuchtigkeits- und Wärmetransporteigenschaften. Lyocell ist strapazfähiger als Baumwolle und laut Ökobilanz eine Alternative zu konventioneller Baumwolle.

x Acetat

Ist seiden-ähnlich, knittert weniger, trocknet schneller als Viskose und ist (hitze)empfindlich.

x Triacetat

Wird v. a. für Futterstoffe verwendet und hat eine geringe Saugfähigkeit, ist hitzebeständiger als Acetat. Lädt sich jedoch sehr leicht elektrostatisch auf.

2. aus synthetischen Polymeren

POLYOLEFIN

x Polypropylen (PP)

(Handelsnamen: Berclon, Meraklon, Vestolan). Wird aus Polymeren auf synthetischer Basis hergestellt. Kann kaum Feuchtigkeit aufnehmen, ist schwer färbbar, aber sehr hautverträglich. Wird deshalb oft als Sportunterwäsche oder auch oft für Teppichböden verwendet.

POLYVINYL

x Polyacryl

(Handelsnamen: Acrilan, Crylor, Dolan, Dralon, Leacril, Orlon) hat einen wollähnlichen Charakter, Mischung mit Wolle ist daher häufig. Ist sehr knitterarm; lichtbeständig, formbeständig, haltbar, pflegeleicht und trocknet schnell, weist geringe Schweißaufnahme vor, besitzt elektrostatische Aufladung und zieht dadurch leicht Schmutz an.

POLYKONDENSAT

x Polyester

(Handelsnamen: Avitron, Crimplene, Darcron, Diolen, Grilene, Tergal, Terital, Tersuisse, Treviram) Ist die häufigste Chemiefaser, knitterarm, scheuerfest und kommt häufig in Mischgeweben vor. Hat eine sehr geringe Saugfähigkeit, verschmutzt leicht und lädt sich elektrostatisch auf.

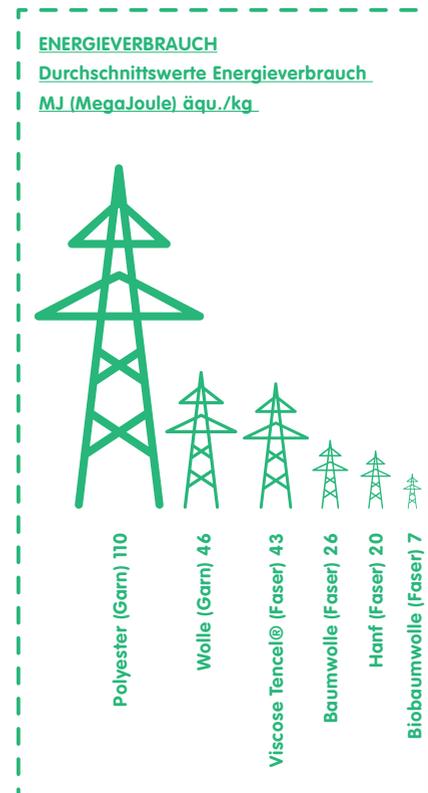
x Polyamid

(Handelsnamen: Antron, Diorix, Enkalon, Grilon, Helanca, Nylon, Perlon, Rhohatex, Tactel, Vivalon) ist sehr knitterarm und nimmt kaum Schweiß auf. Wird als Verstärkung für andere Fasern verwendet. Faser vergraut und vergilbt schnell, trocknet schnell und ist empfindlich gegen Hitze.

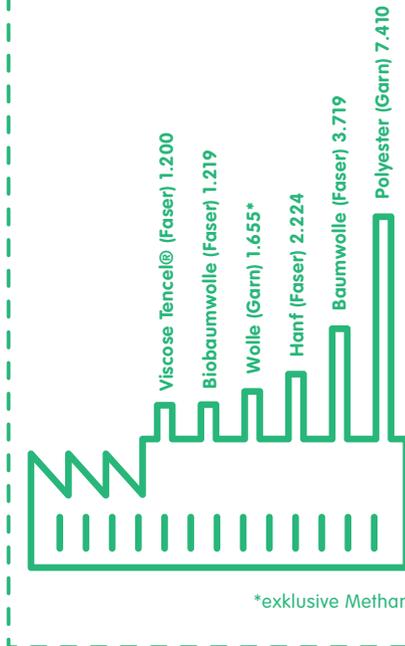
POLYADDITION

x Elasthan

(Handelsnamen: Lycra, Spandex) Elasthan kommt alleine nicht zum Einsatz. Der Elasthankern wird mit einer anderen Faser umwickelt. Elasthanfaden kann sich auf das 8-Fache dehnen und zieht sich wieder auf die Ausgangslänge zusammen.



EMISSIONEN IN G
Durchschnittswerte –
CO₂ Äquivalenten / kg



Bezugs- quellen

46

Viele Jung-DesignerInnen hätten zwar das Bewusstsein und den Willen nachhaltige Mode zu produzieren, scheitern aber oft an grundlegenden Dingen wie Bezugsquellen für faire und biologische Stoffe oder Zubehör.

Diese selektive Auflistung soll dabei Unterstützung bieten nationale oder internationale Bezugsquellen zu finden!

Die Listen stehen auch online unter www.wearfair.at und werden laufend aktualisiert.

47

Lebenskleidung

Als einen besonderen Lichtblick am Horizont der fairen und nachhaltigen Beschaffung ökologischer Stoffe soll an dieser Stelle Lebenskleidung hervorgehoben werden. Trotz wachsendem Angebot haben gerade kleine Labels oder Jung-DesignerInnen oftmals Schwierigkeiten, weil Stoffe meist in nur großen Mengen abgegeben werden. Mit dem kollektiven, genossenschaftsähnlichen Prinzip der Berliner Textilverbraucheragentur Lebenskleidung ist damit nun Schluss. Das besondere Service ist die Organisation von Sammelbestellungen. Mittels einem innovativem Online-Tool wird abgestimmt und somit können mit der solidarischen Einkaufsgemeinschaft die Mindestbestellmengen erreicht werden. Ab 10 Laufmetern werden die GOTS zertifizierten Stoffe ausschließlich an Gewerbetreibende – aber auch an Mode-Studierende – verkauft.

www.lebenskleidung.com



Lebenskleidung

BEZUGSQUELLEN VON ÖKOSTOFFEN UND -GARNEN SOWIE ZUBEHÖR

ÖSTERREICH



ALOM Manufaktur Haslach

www.alom.at

Tweed, Filze von Merinoschafen

Shop: Manufaktur Haslach,
Stahlmühle 3, 4170 Haslach an der Mühl



Biostoffe

www.biostoffe.at

Strick- und Webstoffe aus zertifizierter
Bio-Baumwolle, Wollstoffe aus kontrolliert
biologischer Tierhaltung (GOTS)

Shop: Gschwandnergasse 37/GL, 1170 Wien

Faire Stoffe

www.fairestoffe.at

Zertifizierte Wollstoffe aus kontrolliert biol-
ogischer Tierhaltung, öko-faire Strick- und
Webstoffe (GOTS, kbA, Fairtrade)

Frau Wolle

www.frauwolle.com

Pflanzengefärbte Wolle

Gottstein Gmbh & Co KG

www.gottstein.at

Loden, Filze, Walkstoffe



Giraffenland

www.giraffenland.at

Biobaumwolle, Jersey, Cord

Shop: Giraffenland,
Währinger Straße 144, 1180 Wien



Leinenweberei Klosterhof

Waldviertler Bio-Leinenweberei webt
Stoffe aus Flachs und Hanf

Shop: Waldviertler Leinenweberei,
Verkauf im Nah&Frisch,
3532 Rastendorf 53



Leinenweberei Vieböck

www.vieboeck.at / www.textilshop.at
Baumwollstoffe

Shop: Leinenweberei Vieböck,
Leonfeldnerstraße 26, 4184 Helfenberg



Naturfaser Fölser

www.naturfaser-foelser.at

Flachs, Garne, Denim aus Hanf

Shop: Naturfaser Fölser, Piberstein 23,
4184 Helfenberg



PoPoLiNi

www.popolini.at

Jersey, Baumwollstoffe in Meterware

Shops: Wien: Otto Bauer Gasse 17, 1060
Graz: Annenstraße 32, 8020
Salzburg: Minnesheimstraße 30, 5020



Stoffsalon

www.stoffsalon.at

Bio Baumwolle, Bio Jersey

Shop: Stoffsalon, Westbahnstraße 38,
1070 Wien



Waldland Naturstoffe

shop.waldland.at

Waldviertler Bioleinen

Shop: Waldland Naturstoffe,
Oberwaltenreith 10, 3533 Friedersbach

Wollerei

www.wollerei.at

Teilweise Garne zum Stricken und Häkeln -
aus Biobaumwolle und Recyclinggarn

Wollhandwerk

www.wollhandwerk.at

Vegetarierwolle, Kurse

Wollwerkstatt

www.wollwerkstatt.at

Wolle, Vlies, Filz und fertige Wollprodukte
Büro + Kurse: Johann Strauss Gasse 43/8,
1040 Wien, Wollatelier: Schauraum:
Altenheimstraße 21, 2831 Gleibitzfeld

UMWELTBERATUNG

www.umweltberatung.at

Unter der Rubrik »Nachhaltiger Konsum«
findet ihr AnbieterInnen von Ökotextilien
sowie Bezugsquellen von Ökostoffen in
Österreich und auch international.

SLOW FASHION

www.slowfashion.at

Agency for sustainable fashion, consulting
+ coaching

GET CHANGED!

The Fair Fashion Network vernetzt Inter-
essengruppen und informiert mode-
bewusste und kritische KonsumentInnen
über Mode und News rund um das
Thema Fair Fashion. Basis des Netzwerks
ist die Internet-Plattform, die in ein
Business- und ein KonsumentInnen-
Portal unterteilt ist.
www.getchanged.net

INTERNATIONAL**Anita Pavani Stoffe**

www.naturstoff.de
 Biobaumwolle, Jute, Hanf, Wolle, Seide,
 Brennnessel und Leinen; Borten, Bänder, Nähgarn

Bett und Tuch

www.bett-und-tuch.de
 teilweise biologische Bettwäsche, Frotteewaren,
 Vorhänge, Meterware, Baumwolldecken

BioRei Garne - Remei AG

www.remei.ch/produkte/fasern-garne
 Garne und Fasern aus kontrolliert biologischer
 Biobaumwolle und Wolle

BioSeidentraum

www.bio-seide.de
 Bioseide und Bionähgarne

BioTissues

www.biotissues.com
 Jersey, Nicky, Batist, Satin oder Samt.

Bishopston Trading Company

www.wholesale-bishopstontrading.co.uk
 Handgewebte Stoffe, Babycord, Denim, Kaliko,
 Samt

Bo Weevil B.V. - organic cotton

www.boweevil.nl
 T-shirts, Shirts, Sweaters, Hoodies, Bademäntel
 und Handtücher aus Biobaumwolle

clothhouse

www.clothhouse.com
 Baumwolle, Leinen, Latex, Hanf, Denim, Seide,
 Khadi

eleather

www.eleathergroup.com
 ökologisches Leder recycelt aus Leder-Verschnitten

Florence - Naturstoffe

www.florence.de
 Stoffe aus Naturfasern wie Leinen, Seide,
 Schurwolle, Baumwolle und Hanf; Jersey, Strick,
 Zubehör und Knöpfe

Frau Tulpe

www.frautulpe.de
 bedruckte Biobaumwollstoffe, Borten, Bänder ...

Gossypium

www.gossypium.co.uk
 Biobaumwolle aus fairem Handel

greenfibres

www.greenfibres.com
 Ökologischer Stoffanbieter, Meterware, Roh-
 material, Strickgarnwolle, Knöpfe, Schleifbänder,
 Faden

Hanfhaus

www.hanfhaus.de
 Hanfstoffe

Hema-Wollversand

www.hema-wollversand.de
 Handstrickgarne aus Biobaumwolle

Hempfabric

www.hempfabric.co.uk
 Hanf, Biobaumwolle, Bambus – ungefärbt

Ideen

www.ideen.com/de/Stoffe/bioBaumwolle
 bunte Bio-Baumwollstoffe

Immertreu

www.immertreu-stoffe.de
 Ökostoffe aus Biobaumwolle

kbA Stoffe/ Bio Stoffe

www.kbastoff.com
 große Auswahl an Biostoffen, Web-, Strickstoffe,
 Velours, Watte und Vlies

Lebenskleidung

- GOTS zertifizierte Textilagentur
 www.lebenskleidung.com/bio-stoffe
 Web- und Strickstoffe aus Bio-Baumwolle,
 pflanzlich gefärbte Wildseiden, Einkaufsgemein-
 schaften und Auftragsproduktionen für
 gewerbliche KundInnen

**Lichtschatz - Internationale
Textilfaser- und Agrarprojekte**

www.lichtschatz.com
 Leinen, Baumwolle, Jersey, Plüsch, Frottee,
 Demeter-Schurwolle, farbig gewachsene
 Bio-Baumwolle

Lillestoff

www.lillestoff.de
 Stoffe in skandinavischem Design

Mathias Versand

www.mathias-versand.ch
 Stoffe am Laufmeter

Meterweise

www.meterweise-stoffe.de
 Stoffe aus Naturfasern, teilweise biologisch

Meterwerk

www.meterwerk.de
 Hanf, Leinen, Baumwolle, Seide

natureally organic leather

www.natureally.co.uk
 luxuriöses Bio-Leder von britischen Rindern

nearseanaturals

www.nearseanaturals.com
 ökologische Stoffe aus Baumwolle (hauptsäch-
 lich aus den USA), Seide, Hanf, Flachs, Knöpfe,
 Schleifbänder, Garn

Nelly-Morelly -

ökologische Textilwerkstatt Leipzig
 www.nelly-morelly.de/DaWanda_Shop
 Stoffe und Spitzen ökologisch zertifiziert und fair
 produziert

offset warehouse

www.offsetwarehouse.com
 Stoffe, Spitze, Knöpfe, Fäden

Orimpex

www.orimpex.com.tr/en/
 manufacturer of organic and bamboo clothing.

Sew Natural

www.sewnatural.eu
 Bio-Nähgarne, Biobaumwollstoffe, Hanfstoffe aus
 den Niederlanden

shared talent india

www.sharedtalentindia.com
 Online Sourcing Toolkit

Siebenblau

www.siebenblau.de
 Bio-Nähgarne und öko-faire Stoffe aus
 Bio-Baumwolle, Bio-Leinen, Bio-Hanf, Bio-Wolle

Soko-kenya

www.soko-kenya.com
 Stoffe + full CMT process!

Stoffe-Zanderino

www.stoffe-zanderino.de
 Bio-Stoffe

Volksfaden

www.volksfaden.de
 Garne, Borten, bunt und ausgefallen designte
 Bio-Patchworkstoffe, Knöpfe, Zubehör

Westfalenstoffe AG

www.westfalenstoffe.de
 Biobaumwolle und Plüsch

ECO TEXTILE

www.ecotextile.com
 Online Umwelt-Magazin für umfassende
 Informationen zu organic + Fairtrade der
 globalen Textil- & Bekleidungslieferkette;
 eco-metrics: online Rechner für Öko-Impact

ETHICAL DIRECTORY

www.ethicaldirectory.org
 Verzeichnis für diverse ökologische
 Suchabfragen

ETHICAL FASHION FORUM

www.ethicalfashionforum.com/source
 B2B Plattform for sustainable fashion

TEXTILE EXCHANGE

farmhub.textileexchange.org/find-a-
 producer

FIBRE2FASHION

www.fibre2fashion.com/ethical-sourcing
 Ethical Sourcing Plattform

Ethical fashionist@s – get yourselves connected

Oft fühlt man/frau sich einsam auf weiter Flur. Viele Probleme können besser kollektiv als alleine gelöst werden – so auch der Aufbau einer ethischen Zulieferkette. Die folgenden Plattformen und Netzwerke sind hilfreich, um gemeinsam daran zu arbeiten.

FWF YOUNG DESIGNER PROGRAMME



Die Fair Wear Foundation (FWF) startete 2012 das Pilotprojekt als Plattform und Lernprogramm für all jene, die sich der öko-sozialen Mode verschreiben und einen geringeren Jahresumsatz als 250.000 Euro haben.

Warum Mitglied werden?

- x Überprüfung und Monitoring sozialer Kriterien sind durch die FWF abgedeckt.
- x Prozess-Ansatz (niemand ist von Anfang an perfekt): Verbesserungen, die Schritt für Schritt Unabhängigkeit und Glaubwürdigkeit garantieren.
- x FWF ist eine Multistakeholderinitiative (MSI) und wird von Unternehmensverbänden, Gewerkschaften und NGOs gemeinsam gelenkt
- x FWF kooperiert mit anderen Initiativen, um doppelte Überprüfungen zu verhindern und um Codes of Conduct zu harmonisieren.
- x FWF ist eine Non-Profit-Organisation. Die Mitgliedschaft ist mit 500 Euro pro Jahr für viele leistbar.

Was sind weitere konkrete Vorteile?

- x Zugriff auf umfassende Informationen, sowie Länderstudien und Stakeholder-Netzwerke in rund 15 Produktionsländern.
- x Teilnahme an der jährlichen FWF Konferenz
- x Vergünstigte Teilnahme an Seminaren und Schulungen
- x Mentoring-Programm und Support von ExpertInnen
- x Kooperationen und Wissensaustausch mit anderen Organisationen (GOTS, Fairtrade,...)
- x Gemeinsames Auftreten mittels FWF Young Designer Stand auf Messen
- x Verwendung des FWF-Logos auf Hangtags, Labels, Webpages, Visitenkarten usw.

Was ist zu tun?

- x Beitreten und einen Businessplan erarbeiten, der nachhaltige Zielsetzungen beinhaltet
- x Unterzeichnung des Verhaltenskodex Code of Labour Practices und die Einrichtung eines kohärenten Monitoring-Systems
- x Mit der Produktionsleitung kontinuierlich konkrete Verbesserungen in der Fabrik erarbeiten
- x Durchführen von Social Audits für Fortschrittsberichte

Nähere Infos findest du unter:
www.fairwear.org/528/company/young_designer_programme/?companyId=225

ETHICAL FASHION FORUM – SOURCE

SOURCE ist das weltweit größte Portal der nachhaltigen Modewelt. Es wurde 2011 vom Ethical Fashion Forum (EFF) in London gegründet. Das EFF ist das Gremium der Industrie für nachhaltige Mode, das mehr als 6000 Mitglieder in mehr als 100 Ländern hat. Source versteht sich als vielfältige Plattform wo Erfahrungen, Wissen und Dienstleistungen von und für die Mode- und Textilindustrie, vom Rohstoffanbau bis zum fertigen Produkt geboten werden. Viele Services und Informationen können gratis bezogen werden und die Vollmitgliedschaft kostet ca. 20 Euro pro Monat.

Die SOURCE Online-Plattform unterteilt sich in drei wichtige Bereiche:

SOURCE INTELLIGENCE

liefert profunde Quelle von Daten und Fakten für systematische Analysen und Business Intelligence, von Insider-Informationen über Markenführer, zukunftsweisende Lieferanten, Market&Sales Beobachtungen und Berichte zu Supply Chain Innovationen. Die Medienbeobachtung bezüglich Trends und Entwicklungen wird monatlich im Press Round up zusammenfassend präsentiert.

SOURCE DATABASE

ist die Beschaffungs- und Business-Datenbank für die öko-soziale Modebranche. Sie beinhaltet Unterverzeichnisse mit vertiefenden Informationen bezüglich führender nachhaltiger DesignerInnen und Marken, Shops und KonsumentInnen von ethischen Produkten, NGOs und Zertifizierungs- und Prüfungsorganisationen sowie Weiterbildungs- und Trainings-Möglichkeiten von ExpertInnen. Spannend ist für Modeschaffende vor allem das Sourcing Directory, dem umfassendsten LieferantInnen und HerstellerInnen-Verzeichnis des ethischen Handels. Alle registrierten Mitglieder müssen sich dem EFF ethical mandate verpflichten, das als Prozess-Ansatz angelegt ist.

SOURCE NETZWERK

ist die Online-Community für ethical fashion, wo sich tausende Einzelpersonen und Unternehmen der gesamten Lieferkette aus über 100 Ländern treffen, präsentieren, vernetzen und Erfahrungen austauschen. Hier werden die News und Updates diskutiert, Veranstaltungen angekündigt und es gibt viele Spezialforen, Blogs, Informationen zu Jobs und Finanzierung und auch ein Video-Archiv.

Sich selbst als Teil eines großen Netzwerks verstehend, arbeitet das EFF weltweit mit renommierten Partnern wie der Fairtrade Foundation, WFTO, Textile Exchange, Made-by uvm. zusammen. Um das Fachwissen zu vertiefen, findet regelmäßig der Source

Summit, die ExpertInnen-Konferenz statt. Zu den weiteren ganz speziellen Highlights zählt einerseits die Source Expo, die Fachmesse für ethische Mode und Beschaffung. Andererseits bietet der Source Award eine spezielle Motivation, wo besondere Leistungen hervorgehoben und prämiert werden.

Je nach Interesse und Anliegen bietet SOURCE unterschiedliche Services und Anreize:

x VerbraucherInnen

können die Datenbank nutzen, welche die einfachste Online-Lösung bietet, um nach ethischen Mode-Produkten aller Art zu suchen.

x DesignerInnen / Multibrand Shops / High Street Retailer

werden als Mitglieder im Sourcing Directory, dem Branchenverzeichnis des Ethical Fashion Forum registriert. Um ModedesignerInnen und Marken noch wirksamer zu fördern, gibt es eine wöchentliche Profil-Vorstellung der registrierten Mitglieder. Monatlich erscheint ein Business Bulletin mit wichtigen ExpertInnen-Tipps. Vertiefend gibt es mittels Source Consultancy auch die Möglichkeit für professionelle Beratung und Coachings.

x LieferantInnen

sind im Sourcing Directory mit detaillierter Suchfunktion registriert. Damit ist eine Plattform für Zuliefer- und Herstellungsbetriebe aus der ganzen Welt geschaffen – sowohl große Betriebe mit ethischen Praktiken, als auch kleine Fair-Trade-Kooperativen sind erfasst.

x Forschung, Studierende, NGOs, Zertifizierungsinstitutionen

erhalten mit fundierten Daten und Fakten Einblick in die Branche.

Auf akademischen Sektor sind vor allem diese Hotspots zu erwähnen:

Es gibt noch nicht viele Modeschulen / Fashion Institutionen, die sich dem Thema Nachhaltigkeit intensiver widmen. Umso erfreulicher ist diese Aufzählung von:

x World of Eco Fashion

sowie die weiters genannten Institutionen, die hier für Recherchen im Bildungsbereich empfohlen werden.

x Centre for Sustainable Fashion

at the London College of Fashion
www.sustainable-fashion.com

x ESMOD „École Supérieure des Arts et Techniques de la Mode“

Die ESMOD Bildungseinrichtungen verfügen über ein ausgedehntes, weltweites Netzwerk.

Nähere Infos findest du auf:
www.ethicalfashionforum.com/source
www.world-of-eco-fashion.de/index.php/universitaeten-schulen.html

Messen für öko-faire Bekleidung

EINE SELEKTIVE AUFLISTUNG RELEVANTER MESSEN FÜR ÖKO-FAIRE BEKLEIDUNG

Die Präsentation des eigenen Labels auf Messen ist ein idealer Schritt, um sich einer breiteren Öffentlichkeit zu präsentieren und KundInnen, Medien und KollegInnen bzw. MitbewerberInnen zu erreichen. Neben dem Verkaufsaspekt spielt dabei vor allem die Sichtbarkeit und die Vernetzung untereinander eine enorm wichtige Rolle.



WearFair Messe – Linz

WearFair – die auch Herausgeberin dieses Guides ist – ist Österreichs größte Konsumentenmesse für ökologisch, faire und nachhaltige Bekleidung. Sie findet seit 2008 in Linz statt und erzielte 2012 einen Besucherrekord von über 5000 Gästen und mehr als 60 Ausstellern. Sie bietet neben der Präsentation öko-fairer Mode eine Plattform für den Austausch innovativer Ansätze und die Vernetzung von ExpertInnen und Interessierten. 2013 wird die WearFair zur WearFair & mehr, da sie nun auch die Bereiche Bio-Ernährung, Mobilität, ökofairen Tourismus und ethisch, ökologische Geldanlagen miteinbindet. www.wearfair.at



Ethical Fashion Forum (EFF) – London

Das EFF ist die größte Fachmesse mit umfassendem Rahmenprogramm für nachhaltige Mode, bei der seit 2005 ProduzentInnen, DesignerInnen, GroßeinkäuferInnen und ExpertInnen aufeinander treffen.
www.ethicalfashionforum.com

Ethical Fashion Show – Paris/ Berlin

Der Startschuss fiel 2005 in Paris, wo seither jährlich zwei Messen abgehalten wurden, zuletzt im September 2012 im Louvre. Seit der Übernahme durch eine der größten Messebetreiberfirmen, der „Messe Frankfurt“ gibt es die Ethical Fashion Show nun auch in Berlin. Verfolgt wird ein visionäres Konzept, zugeschnitten auf innovative Brands, die Ökologie und Ethik als Selbstverständlichkeit ansehen und sich mit moderner Streetfashion und Casualwear positionieren: Definitiv ein Muss für alle Begeisterten der nachhaltigen Modebranche.
www.ethicalfashionshow.com

goldgreen – München

Messe für grünen Lebensstil unter dem Motto „Nachhaltiger Konsum muss alltäglich werden“.
www.modeaffaire.de/magazin/neues-von-den-messen/goldgreen-gruen-leben-leicht-gemacht/

GREENshowroom – Berlin

ist ein unkonventioneller Messe-Showroom, der mit neuen Konzepten für die Modewelt aufwartet. Credo ist die Verbindung von Luxus mit Nachhaltigkeit als einzige Initiative im gehobenen Lifestylesegment.
green-showroom.net

Heldenmarkt – Berlin, München, Bochum, Stuttgart

Die Messe bietet Alternativen aus allen Lebensbereichen: von Lebensmitteln, über Wohnen bis hin zur Mode.
www.heldenmarkt.de

INNATEX – Wallau

wird bereits seit 1997 veranstaltet und gilt als eine der wichtigsten Fachmessen für nachhaltige Textilien im deutschsprachigen Raum mit einem vielfältigen Rahmenprogramm.
www.innatex.muveo.de

FA!R – Dortmund

Die FA!R konnte als Messe zum Fairen Handel Aufklärung schaffen und zusätzlich den Dialog fördern.
westfalenhallen.de/messen/fair

fairena – München

Messe für ökologische Nachhaltigkeit in mehreren Bereichen mit großem Rahmenprogramm.
www.fairena-messe.org

fairfair – Wien

Im Rahmen des SUMMER OF FASHION im Museumsquartier (MQ), ist sie von Biorama – dem Magazin für nachhaltigen Lebensstil – 2012 ins Leben gerufen worden. Geboten wird vieles: von Mode bis hin zu einem Marktplatz mit biologischen Lebensmitteln.
www.fairfair.at

Edelstoff – Wien

ist ein Verein zur Förderung von (inter-)nationalen (Jung-) DesignerInnen mit dem Ziel eine Vernetzungs- und Präsentationsplattform zu bieten, die nicht ausschließlich auf Nachhaltigkeit ausgerichtet ist. Bei den Edelstoff-Veranstaltungen, die mehrmals im Jahr stattfinden, lassen sich aber viele kreative up- und recycelte Highlights finden.
www.edelstoff.or.at

FESCH'MARKT – Wien

Dabei handelt es sich ebenfalls um eine Initiative, um junge Kreative und independent Labels zu vernetzen. Zweimal pro Jahr präsentieren sie sich dann direkt auf dem urbanen Marktplatz zuletzt in der Ottakringer Brauerei.
www.feschmarkt.at

**...NETWORKING VIA DIY
(DO IT YOURSELF) INITIATIVEN**

Abschließend möchten wir dazu motivieren, eigene Initiativen zu starten! Grenzenlos Kreativsein bietet sich an im Bereich der öko-fairen Mode: Seien es Modeschauen, Diskussionsveranstaltungen, Wettbewerbe oder sonstiges, was sich auf dem facettenreichen Parkett der nachhaltigen Modeszene anbietet! Wichtig ist, Gleichgesinnte zu suchen und gemeinsam etwas zu bewegen!

Das zeigt, beispielsweise auch dieses Diplomprojekt ambitionierter junger Frauen:

**DIE SICHERHEITSNADEL –
YOUR SUSTAINABLE FASHION GUIDE**

Mit dem Bewusstsein über die konventionelle Modewelt wollten sie sich auf die Suche nach Alternativen machen. Da es noch keinen umfassenden Guide für Wien gab, machte sich das Team bestehend aus sechs jungen Frauen, selbst an die Arbeit. Im Rahmen der ehrenamtlichen Initiative entstand ein gedruckter Guide, inklusive übersichtlichem Stadtplan mit allen Shops, eine informative Webpage und ein kleiner Werbefilm. Nachhaltiger Konsum ist möglich, was das Team angefangen hat konkret für Wien zu beweisen. Ziel ist es eine lokale Plattform der nachhaltigen Mode aufzubauen.
www.die-sicherheitsnadel.at

QUELLENVERZEICHNIS – WEITERFÜHRENDE LITERATUR

Brodde, Kirsten (2009) Saubere Sachen: Wie man grüne Mode findet und sich vor Öko-Etikettenschwindel schützt. Kiel.

Brown, Sass (2010): Eco Fashion. London.

Bundesinstitut für Risikobewertung (2007): Einführung in die Problematik der Bekleidungs-textilien
www.bfr.bund.de/cm/343/einfuehrung_in_die_problematik_der_bekleidungstextilien.pdf

Clean Clothes Campaign (2009): Cashing in Giant retailers, purchasing practices, and working conditions in the garment industry. Amsterdam.
www.cleanclothes.org/resources/ccf/working-conditions/cashing-in

Clean Clothes Campaign (2006): workers voices the situation of women in the eastern european and turkish garment industries
www.cleanclothes.org/resources/ccf/working-conditions/workers-voices

Clean Clothes Kampagne (2008): Die Hürden überwinden: Schritte zur Verbesserung von Löhnen und Arbeitsbedingungen in der globalen Sportbekleidungsindustrie. Play Fair Kampagne 2008. Wien.
www.playfair2008.org/docs/Die_Hurden_uberwinden.pdf

Clean Clothes Kampagne (2009): Mein Design. Meine Verantwortung. Nachhaltige Mode: Handbuch für LehrerInnen.
<http://mode.cleanclothes.at/start.asp?ID=231654>

Clean Clothes Kampagne (2009): Mein Design. Meine Verantwortung. Projekthandbuch für Mode-SchülerInnen
http://doku.cac.at/studentsmanual_web_klein.pdf

Christliche Initiative Romero e.V. (2008): Todschicke Kleidung - zu welchem Preis? Weltweite Kleiderproduktion und unser Kleiderkonsum. Münster.

Engelhardt, Andreas (2012): Schwarzbuch Baumwolle. Was wir wirklich auf der Haut tragen. Wien.

Greenpeace Magazin (2011) Textil-Fibel 4. Lesestoff zum Stoff.

Gauker, Codi (2009) Impacts of Sustainable and Industrial Agriculture on Human Health
www.sustainlv.org/focus_on/you-are-what-you-eat/

GLOBAL 2000 (2011): Wie gewonnen, so zerronnen – Vom steigenden Ressourcenverbrauch und den Auswirkungen auf Wasser, Seite 19.
www.waterfootprint.org/?page=files/productgallery&product=cotton

Global Unions at work (2006): Making a world of difference. Brussels.
www.nord-sued-netz.de/system/files/gute-arbeit/material/makingworlddifference.pdf

ICLEI Europasekretariat GmbH (2007): Der RESPIRO Leitfaden zur sozial-verantwortlichen Beschaffung
www.respiro-project.eu/fileadmin/template/projects/respiro/files/RESPIRO_Guides/RESPIRO_Textiles_final_www_de.pdf

Ingeborg Wick (2006): Werbegag oder Hebel für Beschäftigte? Globale Gewerkschaftspolitik. Ein Leitfaden für internationale Kodizes der Arbeitspraxis.
<http://library.fes.de/pdf-files/iez/04337.pdf>

Kampagne für Saubere Kleidung (2008): Wer bezahlt unsere Kleidung bei Lidl und Kik?
www.saubere-kleidung.de/downloads/publikationen/2008-01_Brosch-Lidl-Kik_de.pdf

Karst Kooistra and Aad Termorshuizen (2006): "The sustainability of cotton Consequences for man and environment" In: Biological Farming Systems, Wageningen University
<http://edepot.wur.nl/17214>

Knowledge Cotton Apparel (2011): Academy
www.knowledgecottonapparel.com/sites/default/files/media/catalogs/KCA_Academy_design_02-WEB.pdf

Kornherr, Nicole (2010): Theoretische Erfassung sozialer Bewegungen im Bekleidungssektor. eine transdisziplinäre Akteursanalyse sozialer Kräfteverhältnisse am Fallbeispiel der Clean Clothes Kampagne Österreich. Universität Wien.

Kyvik Nordås, Hildegunn (2004): The Global Textile and Clothing Industry post the Agreement on Textiles and Clothing. Discussion Paper No 5. World Trade Organization. Geneva.

Lenzing (2008): Lebenszyklusanalyse. Fokus Nachhaltigkeit – Nachhaltigkeit in der Lenzing-gruppe.
www.lenzing.com/sites/nh08/images/pdf/Nachhaltigkeit_2008.pdf

Mowbray Communications Ltd/MCL Global (2012): Eco Textile Labelling Guide 2012

Missio Österreich (2001) Werkmappe Weltkirche: Mode, Märkte, Menschen. Hintergrundinformation zur Produktion von Textilien.
www.missio.at/fileadmin/media_data/downloads/werkmappe/werkmappe120.pdf

Micheletti, Michelle (2004): Just Clothes? Discursive Political Consumerism and Political Participation. University of Stockholm.

Rita Pant, Katharina Sammer (2002): Bewertung der Erfolgchancen eines Max Havelaar Nachhaltigkeitslabels als Marketinginstrument im Schweizer Textil-/Bekleidungsmarkt. IWÖ-Diskussionsbeitrag Nr.115. Universität St. Gallen.

Piegsa, Edith (2010): Green Fashion: Ökologische Nachhaltigkeit in der Bekleidungsindustrie. Hamburg.

Rivoli, Pietra (2006): Reisebericht eines T-Shirts. Ein Alltagsprodukt erklärt die Weltwirtschaft. Berlin.

Sluiter, Liesbeth (2009): Clean Clothes: A Movement to End Sweatshops. London.

Schwepe, Helmut (1993): Handbuch der Naturfarbstoffe: Vorkommen, Verwendung, Nachweis. Hamburg

University of Cambridge Institute of Manufacturing (2006): Well dressed? The present and future sustainability of clothing and textiles in the United Kingdom.
www.ifm.eng.cam.ac.uk/resources/sustainability/well-dressed/

Umweltberatung (2011): Handbuch „ecofashion - Mode mit Zukunft“
http://images.umweltberatung.at/html/final_handbuch_ecofashion_mode_mit_zukunft_web.pdf

Umweltberatung (2009): Ökotextillabels in Österreich
http://images.umweltberatung.at/html/oekotextillabels_in_oesterreich.pdf

Umweltberatung und AK NÖ (2009): FAIRdammt gut gekleidet
<http://images.umweltberatung.at/html/fairdammt-gut-gekleidet-broschuere-reinigung.pdf>

Wick, Ingeborg (2006): Werbegag oder Hebel für Beschäftigte – Ein Leitfaden für internationale Kodizes der Arbeitspraxis. Südwind Institut für Ökonomie und Ökumene. Siegburg.

Wiegmann Kerstin (2002): Anbau und Verarbeitung von Baumwolle - Dokumentation der GEMIS Daten. Öko-Institut e.V. Darmstadt.

KOMMENTIERTES LINKVERZEICHNIS

Für vertiefende Recherchen empfehlen wir folgende Websites, die hier übersichtlich thematisch unterteilt sind:

Clean Clothes Kampagne

setzt sich global für bessere Arbeitsbedingungen in der Bekleidungsindustrie und Sportartikelindustrie ein. Sie informiert über aktuelle Geschehnisse und bietet einen Shopping Guide und Firmenprofile. Die Clean Clothes Kampagne (CCK) ist auf nationaler Ebene als Plattform organisiert, dies ist die politische Basis. Die österreichische Kampagne wird derzeit von der Südwind Agentur koordiniert und von 14 Organisationen getragen:

- x Arge Weltläden: www.weltlaeden.at
- x Enchada - Katholische Jugend Österreich: <http://katholische-jugend.at/entwicklungspolitik>
- x EZA Fairer Handel: www.eza.cc
- x Frauensolidarität: www.frauensolidaritaet.org
- x Gewerkschaft PRO-GE: www.proge.at
- x Global 2000: www.global2000.at
- x HORIZONT3000: www.horizont3000.at
- x Informationsgruppe Lateinamerika (IGLA) www.lateinamerika-anders.org
- x Jugend Eine Welt: www.jugendeinewelt.at
- x Katholische Frauenbewegung: www.kfb.at
- x SOL - Menschen für Solidarität, Ökologie und Lebensstil: www.nachhaltig.at
- x Südwind Agentur: www.suedwind-agentur.at
- x weltumspannend arbeiten: www.weltumspannend-arbeiten.at
- x Wiener Institut für internationalen Dialog und Zusammenarbeit (VIDC): www.vicd.org

Internationale Homepage

www.cleanclothes.org

Österreichische Kampagne

www.cleanclothes.at

Britische Kampagne

www.labourbehindthelabel.org

Ein spannendes Projekt speziell für JungdesignerInnen

www.fashioninganethicalindustry.org

WearFair

Die Initiative berät KonsumentInnen und Klein- und Mittelbetriebe (KMUs) zum Thema faire und ökologische Mode. WearFair veranstaltet seit 2008 jährlich auch eine Messe für faire und ökologische Mode in Österreich und versteht sich als Plattform für den Austausch innovativer Ansätze und die Vernetzung von ExpertInnen und allen Interessierten. www.wearfair.at

Umweltberatung Österreich

ist eine gemeinnützige Umweltorganisation mit firmenunabhängiger Beratung, Seminaren, Vorträgen und umfangreichem Bildungsprogramm. Infos u.a. zu Ökotextilien und aktuellen Angeboten in Österreich. www.umweltberatung.at

Ethical Fashion Forum (EFF)

ist das Gremium der Industrie für nachhaltige Mode, das mehr als 6000 Mitglieder in mehr als 100 Ländern hat und InitiatorInnen der Source-Plattform sind. www.ethicalfashionforum.com

ORGANISATIONEN FÜR ARBEITERINNEN-RECHTE

Central American Women Network

setzt sich für die Arbeitsrechtsverbesserung von ArbeiterInnen in Zentralamerika ein. www.cawn.org

Corpwatch

informiert über Verletzungen der Menschen- und Umweltrechte sowie Korruption. www.corpwatch.org

Homeworkers Worldwide

setzen sich mittels Kampagnen für die Sichtbarkeit und Anerkennung von HeimarbeiterInnen in der Zulieferkette ein. www.homeworkerswww.org.uk

IndustriALL Global Union

ist die neue internationale Gewerkschaft der Industrie. Der Teilbereich der Textil-, Bekleidungs- und Lederwarenindustrie besteht aus 217 Mitglieds-gewerkschaften in 110 Ländern mit einer

vereinigten Mitgliedschaft von über 10 Millionen ArbeiterInnen! Viele interessante Hintergrundinformationen und Bildungsmaterialien finden sich auf der Website.

www.industrial-union.org
<http://www.industrial-union.org/sectors/garment>
<http://www.industrial-union.org/issues/social-justice-and-globalization/living-wage>

ILO - Kernarbeitsnormen

Homepage der Internationalen Arbeitsorganisation. Informationen über Übereinkommen (z.B. Kernarbeitsnormen), die Richtwerte für internationale Standards sind.

www.ilo.org/berlin/arbeits-und-standards/kernarbeitsnormen/lang--de/index.htm

kotiscileri

Solidaritätskomitee der Sandstrahl-ArbeiterInnen in der Türkei. Mit ihren Protesten erreichte es 2009 ein Verbot der gesundheitsgefährdenden Methode des Sandstrahlens.

www.kotiscileri.org

Maquila Solidarity Network

ist eine seit 1994 bestehende Arbeitsrechts- und Frauenorganisation mit Sitz im kanadischen Toronto, welche die Lebensbedingungen der ArbeiterInnen der globalen Produktionskette verbessern möchte.

<http://en.maquilasolidarity.org>

United Students Against Sweatshops (USAS)

Ein nationaler Zusammenschluss von US-StudentInnen, die sich gegen Sweatshops einsetzen. Konkret kämpfen sie z.B dafür, dass College-Uniformen unter „fairen“ Bedingungen hergestellt werden.

www.usas.org

Workers Rights Consortium

wurde im Jahr 2000 gegründet und setzt sich für die Einhaltung von Arbeitsrechten ein. Sie gehen aus dem studentischem Einsatz für „sweatshop-freie“ College-Kleidung hervor.

www.workersrights.org

FAIR FASHION INFOPORTALE + NETZWERKE

bewusstkaufen.at

ist eine Initiative des Lebensministeriums in Zusammenarbeit mit dem Bundesministerium für Wirtschaft, Familie und Jugend (BMWFJ) und dem Bundesministerium für europäische und internationale Angelegenheiten (BmeiA). Das Webportal informiert über nachhaltigen Konsum in Österreich sowie nachhaltige Projekte und Veranstaltungen.

www.bewusstkaufen.at

Die Sicherheitsnadel

Guide zu nachhaltiger Mode. Aus einem Diplomprojekt wurde Wiens erster Print- und Online-Guide. Die Sicherheitsnadel ist auch eine Vernetzungs- und Informations-Plattform für Eco-Fashionistas.

www.die-sicherheitsnadel.at

Eco Fashion World

Eco Fashion World ist eine wesentliche Ressource für nachhaltige Designer-Marken und Online-Eco-Modemärkte mit umfangreicher Suche.

www.ecofashionworld.com

Slow Fashion Forward und Slow fashioned

Zwei Portale, die sich mit dem Thema slow fashion beschäftigen. Im Unterschied zur schnelllebigen und nicht-nachhaltigen Fast-Fashion hat sich Slow Fashion als nachhaltiges Gegenmodell mit alternativen Lifestyle etabliert.

<http://slowfashionforward.org>
<http://www.slowfashioned.com>

Ecouterre.com

Webportal das junge DesignerInnen unterstützt, die sich der nachhaltigen Modeproduktion verschrieben haben.

www.ecouterre.com

Ethical Fashion Directory

Kolumnen von JournalistInnen des „Guardian“ zum Thema ethische Mode plus Einkaufsführer für Großbritannien.

www.guardian.co.uk/lifeandstyle/page/ethicalfashiondirectory

Ethical Fashion Forum (EFF)

ist das Gremium der Industrie für nachhaltige Mode, das mehr als 6000 Mitglieder in mehr als 100 Ländern hat und das Initiatorin der Source-Plattform ist.

www.ethicalfashionforum.com

Grüne Mode

Wahrscheinlich der bekannteste und etablierteste Blog für faire und nachhaltige Mode. Initiiert und geführt von der aktivistischen Journalistin Kirsten Brodde und ihrem Team. Besonders empfehlenswert sind die „Grünen Listen“ und die Vernetzungen zu vielen anderen spannenden Blogs bzw. Internetportalen.

www.kirstenbrodde.de

ich kauf nix

Nunu Kaller, selbstbekenkende Shopaholic und Pressesprecherin von Global2000 hat sich einem spannenden Selbstexperiment verschrieben und kaufte ein Jahr lang keine Bekleidung. In ihrem Blog beschreibt sie ihre Erfahrungen.

<http://ichkaufnix.wordpress.com>

Label online.de

Suchmaschine, die Informationen zu über 400 Labels und Standards bietet.

www.label-online.de

LOHAS

Lifestyle – Seiten unter dem Motto „Lifestyle of Health and Sustainability“ mit Artikeln, Infos und Kontakten.

www.lohas.de

Marktcheck

ist ein KonsumentInneninformationsservice von Greenpeace, das in Zusammenarbeit mit Umweltberatung, Clean Clothes Kampagne, FAIRTRADE, Global 2000, Label Step, Südwind, Respect, VCÖ, Vier Pfoten, WWF und The Whale and Dolphin Conservation Society durchgeführt wird.

www.marktcheck.at

Modeaffaire.de

ist ein umfassendes Onlineportal für faire und nachhaltige Mode mit vielen Hintergrundinformationen.

www.modeaffaire.de

modekultur.info – Magazin für Berlin

Artikel zu Ökomode im Berliner Modemagazin mit vielen nützlichen Links.

www.modekultur.info/index_de/oekomode

Get Changed! The fair fashion network

ehemals: Netzwerk Faire Mode. Beratungsunternehmen für Nachhaltigkeit und Onlineportal für kritische KonsumentInnen und HändlerInnen mit vielen spannenden Infos.

www.getchanged.net

NICE

Nordic Initiative Clean & Ethical wurde 2008 vom Danish Fashion Institute, Oslo Fashion Week, The Swedish Fashion Council, Helsinki Design Week sowie Iceland's Fashion Council gegründet.

Ein Web-Tool für interessierte KonsumentInnen und DesignerInnen sowie ein Forum zum Austausch von Erfahrung und Informationen.

www.nicefashion.org

Made-by.org

ist eine europäische Non-Profit-Organisation mit der Mission nachhaltige Mode zur gängigen Praxis zu machen. Speziell ist das „Track&Trace“ Tool, mit dem Produktionsprozesse nachverfolgt werden können.

www.made-by.org

The Ecologist

ein englisches Magazin zu ökologischen Themen mit aufschlussreichen Artikeln und Videodokumentationen.

www.theecologist.org

5ways

Ein faszinierendes englisches Design-Projekt, das Stoff zum Nachdenken über Lebensdauer und Sinn von Kleidung liefert.

www.5ways.info

BIO- UND FAIRTRADE-BAUMWOLLE**Ecotextile News**

englisches Magazin zu nachhaltigen Textilien

www.ecotextile.com

Einfach bio

Das Bio-Portal bietet konkrete Angebote für den Bio - Alltag, u.a. Informationen zu Naturtextilien.

www.einfachbio.at

Environmental Justice Foundation

Hier finden sich wichtige Umweltinfos und die preisgekrönte Dokumentation ‚White Gold‘ von Katharine Hammet und Betty Jackson über die korrupte Baumwollindustrie in Usbekistan.

www.ejfoundation.org

Fairtrade Österreich

Alles, was es es über Fairtrade zu wissen gibt: Fakten, Zahlen, AnbieterInnen, Aktionsmöglichkeiten etc.

www.fairtrade.at

Helvetas Schweiz

Unter „Schwerpunkthemen“ findet sich alles Wissenswerte über Bio-Baumwolle und aktuelle Entwicklungen.

www.helvetas.org

Organic Cotton

die brandneue Web-Plattform für die Bio-Baumwoll-Community weltweit!

www.organiccotton.org

Pesticide Action Network Deutschland

Interessantes vom internationalen Netzwerk zu Baumwolle, Pestiziden und Alternativen, inkl. Bio-Baumwoll-Wegweiser.

www.pan-germany.org/deu/projekte/cotton_connection.html

KLEIDERTAUSCH, RECYCLE, UPCYCLE & CO**Clothes Swap „Meetup“ Groups**

Hier finden sich Infos zu Kleidertausch-Parties in ganz Europa.

www.clotheswap.meetup.com

RedUSE

ist ein Projekt von GLOBAL 2000 mit dem Ziel über Europas Ressourcenkonsum und dessen negative Auswirkungen auf Umwelt und Gesellschaft im globalen Süden Bewusstsein zu schaffen.

www.reduse.org

Swishing

eine Interpretation der Kunst des Kleider-tauschens, inkl. Vorlagen für Einladungen und Spielregeln. Idee zum Kopieren!

www.swishing.org

TRAID - Textile Recycling for Aid and International Development

eine unkonventionelle Idee zum Recycling von gespendeten Bekleidungsstücken und deren Weiterverkauf (manchmal neu entworfen!) mit dem Anspruch Umweltbewusstsein & Entwicklungsprojekte im Ausland zu fördern.

www.traid.org.uk

UNTERNEHMENSVERANTWORTUNG CSR**European Coalition for Corporate Justice**

besteht aus nationalen Plattformen (NGOs, Gewerkschaften, Wissenschaft) und arbeitet zur Verankerung von Corporate Social Responsibility (CSR) in internationalen Rechtsstrukturen und Richtlinien.

www.corporatejustice.org

Jo-In

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

www.jo-in.org

Netzwerk Soziale Verantwortung (NeSoVe)

Das Netzwerk Soziale Verantwortung (NeSoVe) ist das zivilgesellschaftliche Netzwerk zu Corporate Social Responsibility (CSR) in Österreich.

Es wurde 2006 von NGOs, Gewerkschaften und Betriebsratskörperschaften gegründet.

www.netzwerksozialverantwortung.at/

respACT

die Unternehmensplattform für Corporate Social Responsibility (CSR) und Nachhaltige Entwicklung in Österreich.

www.respact.at

Quellen zu Kapitel „Markchancen – ethische Mode liegt voll im Trend.“

www.ethicalfashionforum.com/assets-uploaded/documents/Market_for_sustainable_fashion_Briefing_2011.pdf
http://portal.wko.at/wk/format_detail.wk?An-gID=1&StilID=356534&DstID=0&BrID=43
<http://de.statista.com/statistik/daten/studie/75830/umfrage/weltweiter-umsatz-mit-biotextilien-seit-2006>
<http://source.ethicalfashionforum.com/article/future-trends-presentation-berlin-october-2011>
<http://www.suedwind-agentur.at/start.asp?ID=250311>
OGM Umfrage 2010 + 2012: faire und ökologische Mode

Quellen zu Kapitel „Öko bis fair“

<http://www.ilo.org/public/german/region/eurpro/berlin/kernarbeitsnormen/index.htm>
<http://www.un.org/depts/german/grunddok/ar217a3.html>

Quellen zu Kapitel „Schritt für Schritt zur ethisch-korrekten Zulieferkette“

www.cleanclothes.org
www.fairwear.org
www.ituc-csi.org
www.wftucentral.org
<http://source.ethicalfashionforum.com/article/how-to-ensure-that-a-supplier-is-ethically-compliant->

Quellen zu Kapitel „Überprüfungsorganisationen und Gütesiegel“

www.wearfair.at/shoppingguide
www.die-sicherheitsnadel.at
www.bewusstkaufen.at/label-uebersicht.php?og=5&ug=30
<http://www.getchanged.net/de/kriterien/fairness-kriterien/>
www.umweltberatung.at/oekotextilien
www.label-online.de
www.ethicalfashionforum.com/assets-uploaded/documents/KEY_Ethical_Certification_and_Memberships.pdf

Quellen zu Kapitel „Baumwoll Dominanz versus Faservielfalt“

Andreas Engelhardt (2012): Schwarzbuch Baumwolle. Was wir wirklich auf der Haut tragen, S. 13
Infografiken: Umweltberatung
<http://images.umweltberatung.at/hm/fairdammt-gut-gekleidet-broschuere-reinigung.pdf>
http://images.umweltberatung.at/hm/final_handbuch_ecofashion_mode_mit_zukunft_web.pdf
www.knowledgecottonapparel.com/stories/academy
www.ivc-ev.de
www.seide.info

Quellen zu Kapitel „Bezugsquellen“

www.umweltberatung.at/start.asp?ID=13183&b=3540
www.animalfair.at/tag/stoffe
<http://marktcheck.greenpeace.at/oeko-textilien>
<http://mode.cleanclothes.at/start.asp?ID=230320>
+ eigene Recherche

Impressum

Wien/Linz Dezember 2012, 1. Auflage
HerausgeberIn: Südwind Agentur,
Laudongasse 40, 1080 Wien
Redaktion: Nicole Kornherr, Stefan Kerl,
Michaela Königshofer, Christina Schröder
Grafische Gestaltung: Lukas Flisar,
Maximilian Huber // 100und1
Druck: agensketterl



Österreichische
Entwicklungszusammenarbeit

Das Projekt WearFair wird von der Südwind Agentur durchgeführt und von der Europäischen Union und der Österreichischen Entwicklungszusammenarbeit (OEZA) gefördert. Die darin vertretenen Standpunkte geben die Ansicht der durchführenden Organisationen wieder und stellen somit in keiner Weise die offizielle Meinung der Europäischen Union dar.



**WEARFAIR ÖSTERREICHS MESSE FÜR
FAIRE UND ÖKOLOGISCHE MODE & DESIGN**
WWW.WEARFAIR.AT/MESSE

