

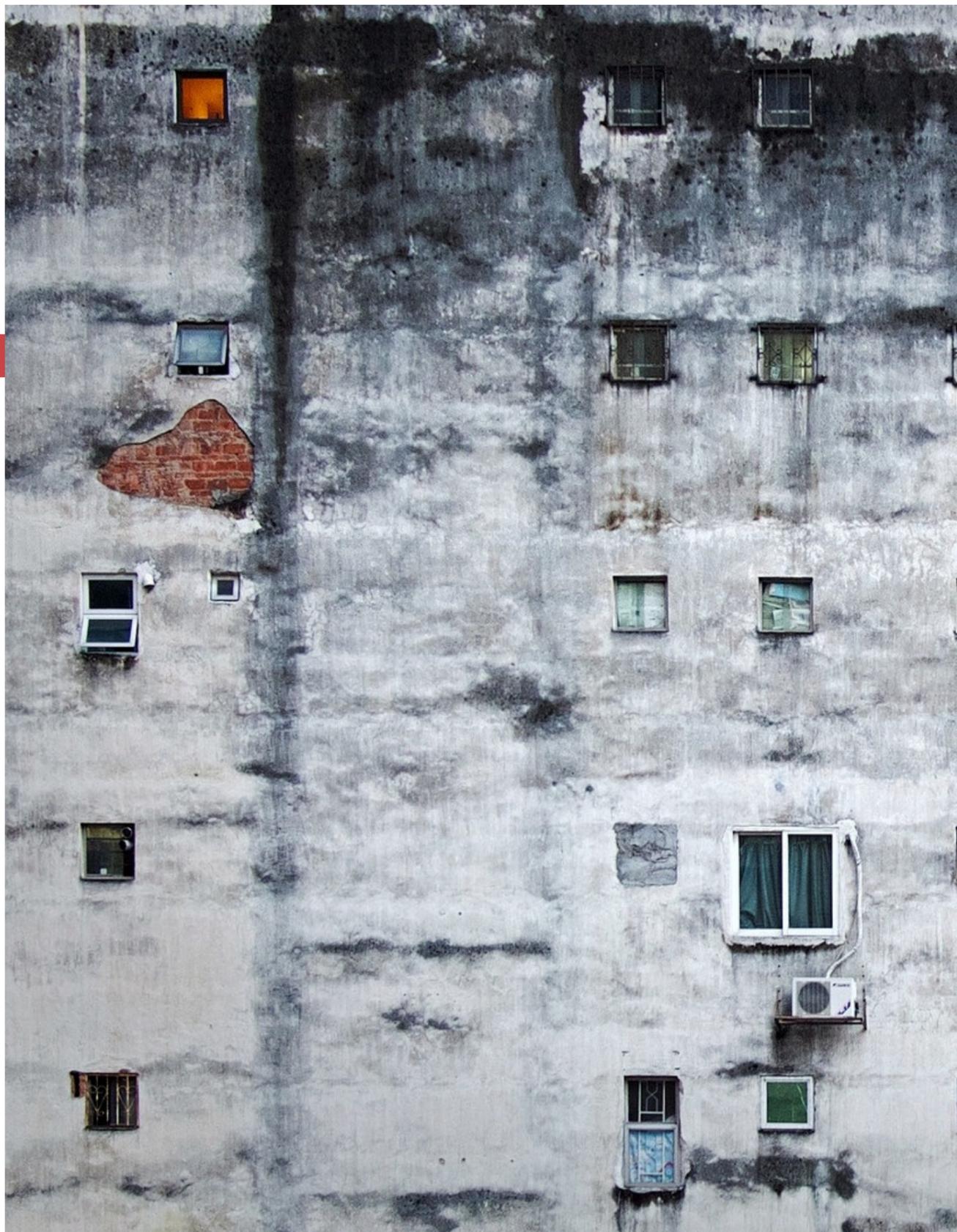
# MAGAZIN

September 2021



**Fast Fashion.** Die dunkle Welt der Billigmode.





# Inhalte

## Vorwort

Das Geschäft mit der schnellen Mode, Fast Fashion Definition

7

## Das Problem von Fast Fashion

Bekannte Retailer, Pro und Contra

8

## Ökonomische Fakten

Wie verdient die Branche

10

## Sozialkritische Faktoren

Moderne Sklaverei, Kampf um bessere Arbeitsbedingungen

14

## Moderne Sklaverei

Welche Unternehmen beuten die Menschen aus?

16

## Umweltzerstörung

Die Folgen dieser Billigmentalität in der Modeindustrie

18

## Wasserverbrauch

Das kostbarste Gut schützen

20

## Greenwashing

Die bewusste Verbrauchertäuschung

26

### Herausgeber



Allpower Lenzburg  
Kaufmännische Praxisfirma  
Der SANTIS TRAINING AG

### Redaktion

Q. Casarano  
S. Wiprächtiger  
T. Popic

### Korrektorat

R. Kohler  
J. Olivet

### Kontakt

Sägestrasse 26  
5600 Lenzburg  
Tel. 056 200 93 39  
Fax. 056 200 93 33  
apw.marketing@allpower.ch  
www.allpower.ch



# Vorwort

## Das Geschäft mit der schnellen Mode

In wenigen Wochen vom Laufsteg in die Filialen der grossen Modehändler. Kaum präsentieren Modeschöpfer neue Kollektionen, arbeiten die Designer der Modeketten eifrig daran diese zu imitieren und so schnell wie möglich der breiten Masse verfügbar zu machen. Und das im Wochentakt. So erscheinen nicht mehr wenige Kollektion jährlich sondern unzählige. Kleidung wird von den Herstellern so gefertigt, dass sie nur wenige Monate übersteht, Wegwerfkleidung im wahrsten Sinne des Wortes.

Fast Fashion ist ein Trend, ein Trend zu Lasten der Umwelt.

## Fast Fashion Definition

Mehr Kollektionen in kürzerer Zeit. Neue Kollektionen prominenter Designer und Stars werden in kürzester Zeit imitiert und in geringerer Qualität und einem günstigeren Preis von den grossen Modeketten angeboten. Wird ein Trend erkannt, dauert es nicht lange bis dieser in den Filialen zum Kauf erhältlich ist, ganz nach dem Quick Response Ansatz. Fast Fashion ermöglicht es dem Durchschnittskunden, Trendklamotten zu einem sehr günstigen Preis zu kaufen.



*Wir Wünschen viel Vergnügen beim Lesen. Ihr Marketing-Team*

# Fast Fashion

## Das Problem von Fast Fashion

8

Günstige Preise und häufig wechselnde Auswahl klingen doch beim ersten Hinhören ganz gut? Wo liegt denn nun der Hase im Pfeffer? Genau hier! Durch diese günstigen Preise und die vielen Kollektionen entwickelt der Konsument eine "Wegwerf Einstellung". Nach dem Motto: "Ach, kostet ja eh fast nichts, das gönne ich mir." so werden Kleidungsstücke oft nur wenige Male getragen und dann entsorgt. Möchte man die Kleidung länger tragen ist das aufgrund mangelnder Qualität häufig nicht möglich.

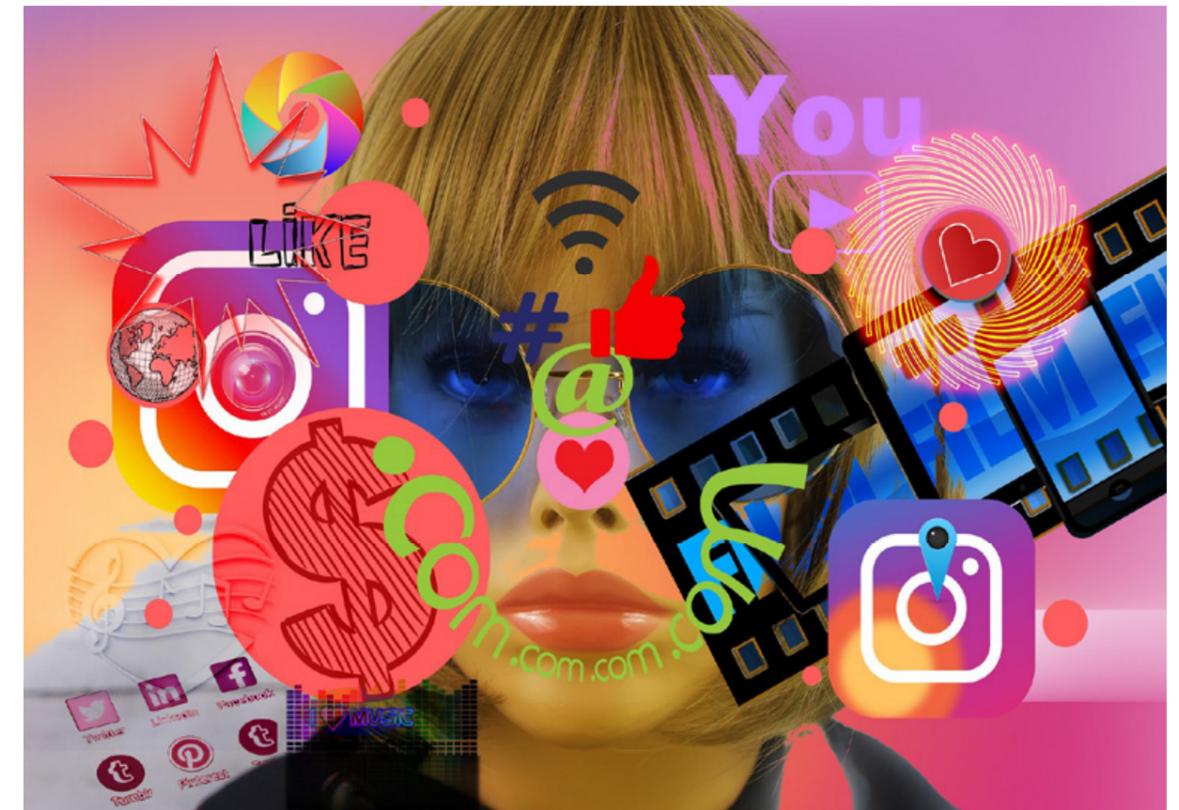
Ständig wechselnde Trends und günstige Preise machen es den Retailern leicht, Konsumenten in ihre Läden zu locken, um die neuesten Designs und Styles zu verkaufen. Durch dessen immer schneller werden Zyklus des Kaufens und Wegwerfens trägt Fast Fashion massgeblich zu Umweltverschmutzung und schlechten Arbeitsbedingungen in Entwicklungsländern bei. In Europa werden jährlich 5,8 Millionen Tonnen Kleidung entsorgt; 75% davon landen auf einer Mülldeponie oder werden verbrannt. Da nahezu alle Fast Fashion Brands im asiatischen Raum produzieren führt dieser Trend auch zur Abwanderung von Arbeitsplätzen aus der EU.

Ein weiteres Problem, ist der Schutz von intellektuellem Eigentum. Dreiste Kopien stehen dabei an der Tagesordnung. Nicht wenige Designer haben aus diesem Grund rechtliche Schritte gegen grosse Modeketten eingeleitet.

Im Gegensatz dazu steht Fair Fashion. Ein Modetrend, der sich genau dieser negativen Aspekte annimmt und versucht, es besser zu machen, Faire Arbeitsbedingungen zu bieten und Kleidung nachhaltig herzustellen.

### Bekannte Fast Fashion Brands

Fast jeder von uns hat bereits von einer solchen Marke gekauft, vielleicht ohne es zu wissen. Wenn man es genau nimmt, gibt es nur wenige dedizierte Fast Fashion Brands. Meistens sind es die Eigenmarken der Retailer selbst, die sich so als eigenständige Marke positionieren wollen.



9

### Fast Fashion Retailer

Einige Retailer haben wir hier aufgelistet. Diese Liste stellt keinen Anspruch auf Vollständigkeit dar.

H&M, Primark, Zara, Bershka, C&A, Esprit, Forever 21, Guess, Mango, New Yorker, s.Oliver, Urban Outfitters, Massimo

### PRO UND CONTRA

#### Vorteile:

Günstig für den Endverbraucher. Grosse Auswahl. Monatlich wechselndes Angebot.  
Influencer Job wurde erschaffen.

#### Nachteile:

Umweltschädlich. Geringe Qualität. Schlechte Arbeitsbedingungen bei der Herstellung.  
Fördert Verschwendung.

Die Fast Fashion Branche wird in den nachfolgenden Seiten genauer erläutert.

### Links

<https://bean-spectacles.com/blog/2019/07/11/was-ist-fast-fashion/>

# Ökonomische Faktoren

10

Der Hauptgrund wieso viele Unternehmungen auf Fast Fashion setzen, ist die Umsatzsteigerung. Hinzu kommt der stetig wachsende Preisdruck durch die Konkurrenz auf unserem Markt und es muss möglichst schnell produziert werden, um uns mit einer kurzen Lieferfrist ködern zu können. Eine neue Kollektion pro Monat ist beispielsweise bei Zara schon längst keine Seltenheit mehr.

Wir kaufen die Billigmode günstig ein und sind dafür bereit, eine schlechte Qualität in Kauf zu nehmen: «Hat ja nicht viel gekostet.» Wir werfen das Kleidungsstück weg und kaufen uns wieder ein Neues. Unter anderem dadurch ist der Umsatz von Intidex (dazu gehört neben anderen Marken auch Zara) von 10.41 (2008) auf 20.4 Milliarden Euro (2020) gestiegen. Dieses Kaufverhalten kommt den Unternehmen aber nicht nur in Bezug auf den Umsatz entgegen, sondern es stärkt auch die Bindung zu deren Kund/innen.

Fast Fashion hat aber nicht nur gute Seiten. Die Leidtragenden von Fast Fashion sind schlussendlich vor allem die Arbeiter/Innen in den Entwicklungsländern, welche unter prekären Arbeitsbedingungen zu einem sehr niedrigen Lohn ihre Arbeit verrichten müssen.

Am Beispiel einer Jeans lässt sich verdeutlichen, warum die Produktion in Schwellenländern für westliche Unternehmen so attraktiv ist. Hergestellt wird die Jeans in Bangladesch für weniger als einen Euro. 80 Cent davon decken die Fabrikkosten (Löhne und Sicherheitsmaßnahmen), 20 Cent macht den Gewinn aus. Bis die Jeans im Laden hängt, kommen noch Kosten für Material (ca. 18 %), Transport (20%), Vertrieb und Ladenmiete (47%) hinzu. Die Gewinnmargen für die Labels sind enorm, der Lohn für die meist jungen Arbeiterinnen gering. Frauen zwischen 18 und 25 Jahren arbeiten täglich bis zu 16

Stunden, teilweise auch mehr. Sie erhalten, wie die Clean Cloth Campaign berichtet, um die 35 Euro pro Monat.

Der Export an Kleidung im Wert von etwa 15 Milliarden Euro gehen vor allem auf das Konto der westliche Ketten. Damit ist die Textilindustrie die wichtigste (Export-) Branche Bangladeschs mit einem Anteil von 80 Prozent an den gesamten Ausfuhren und ca. 20 Millionen Menschen (etwa ein Achtel der Bevölkerung), die direkt oder indirekt von der Textilindustrie abhängig sind. Diesbezüglich lässt sich eine enge Verbindung herstellen zwischen der Entwicklung der Textilwirtschaft und der Wirtschaft Bangladeschs insgesamt. Im Zeitraum seit 1990 halbierte sich die Armut (gemessen am Einkommen unter 1,25 USD pro Tag nach den UN Millenniums Zielen) von einer Quote von über 70 Prozent auf unter 40 Prozent 2013. Die Lebenserwartung stieg von 60 auf 70 Jahre, die Alphabetisierung der 15 bis 24-Jährigen stieg von 40 auf 80 Prozent, die Zahl der Kinder mit einem Grundschulabschluss stieg von 45 auf 75 Prozent. 85 Prozent der Haushalte haben heute einen Zugang zu sauberem Trinkwasser, gegenüber 68 Prozent im 1990. Und die Kindersterblichkeit sank von 15 auf unter 4 Prozent.



11

“Made in Europe“ alleine ist aber längst keine Garantie für faire Arbeitsbedingungen – im Gegenteil: Der Lohn der Näher/innen liegt laut einer Studie bei 14 bis 36 % eines geschätzten Basis-Existenzlohnes.

Manche Unternehmen prüfen Ware, welche ihnen zurückgeschickt wird, gar nicht erst auf Wiederverwendbarkeit, stattdessen vernichten sie diese einfach. Weshalb? Weil das für die Firmen in vielen Fällen die günstigere Option ist.

Sie denken eine kluge Alternative wären die Secondhandläden? Leider nein: Dort können die gebrauchten Kleider oft auch nicht mehr weiterverkauft werden, weil die Verarbeitung der Fast Fashion-Kleider derart schlecht ist.

Laut Fair-Wertung müssen 10 % der Altkleider aus den Altkleidersammlungen kostenpflichtig entsorgt werden, weitere 40 % werden zu Putzlappen für die Industrie, Malervlies und Dämmstoffe weiterverarbeitet.

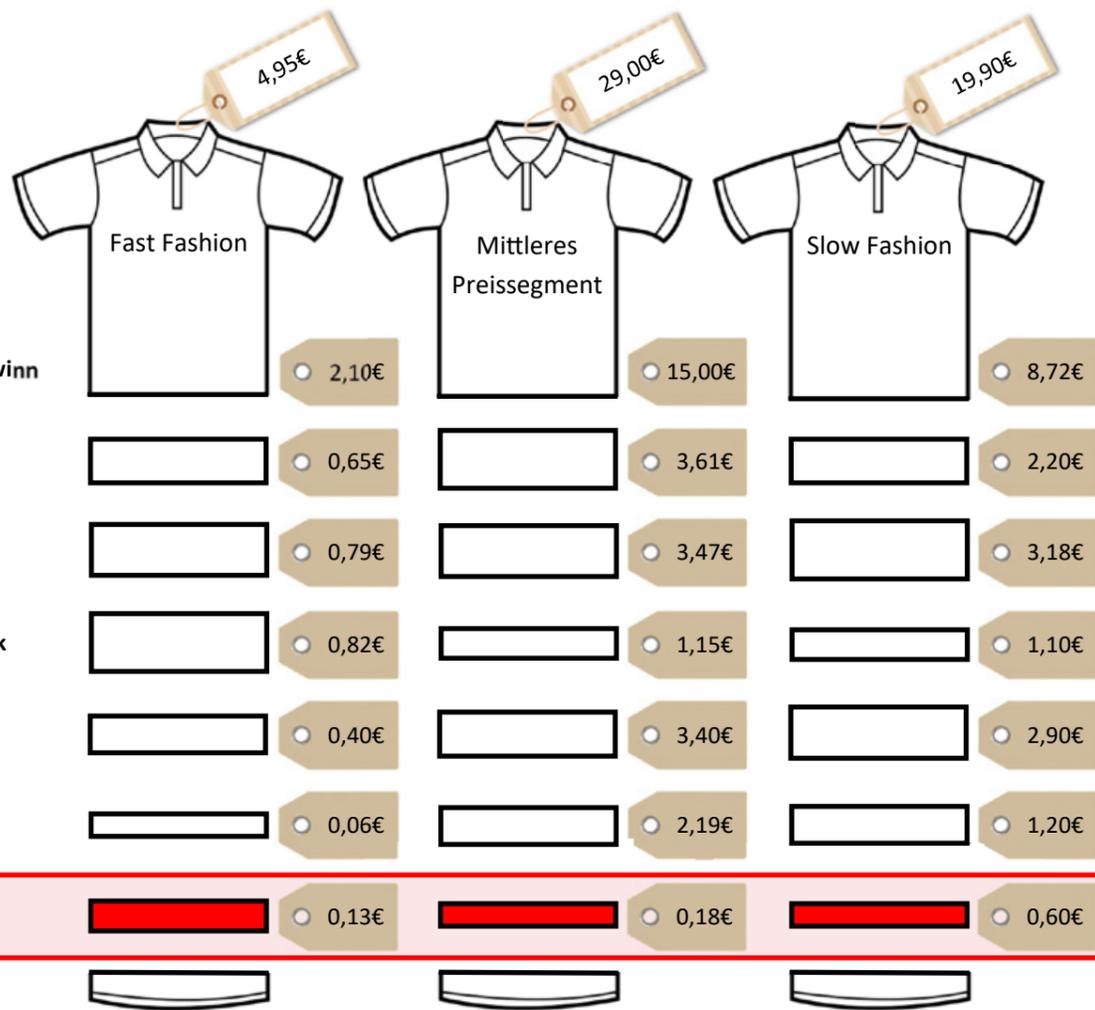
Mittlerweile haben sich die Verbraucher/Innen an extrem günstige Fast Fashion gewöhnt. Nun ist es an der Zeit, dass ein Umdenken stattfindet, welches die Leute dazu bringt, einen kleinen Aufpreis für fair produzierte Kleidung zu bezahlen. Denn wenn wir ehrlich sind, lässt sich nur der Kauf von fair produzierter Kleidung mit unserem Gewissen vereinbaren. Wer von uns würde schon gerne in einer Fabrik für einen solchen geringen Lohn arbeiten?

## Links

<https://www.dbu.de/OPAC/ab/DBU-Abschlussbericht-AZ-32106-Ausstellungskatalog.pdf>

<https://www.fastfashion-dieausstellung.de/de/oekonomie>





FAST FASHION



SLOW FASHION

**Definition**

Geschäftsmodell der Modeindustrie bei dem möglichst viele Kollektionen in einer möglichst kurzen Zeit auf den Markt gebracht werden.

**Konsum**

Besonders viel Bekleidung wird in geringer Zeit gekauft. Die gekauften Teile werden aber nicht lange getragen, da sie schnell aus der Mode kommen.

**Materialien**

Fast Fashion wird meist aus synthetischen Fasern (Polyester, Elasthan etc.) hergestellt.

**Produktion**

Oft wird in Entwicklungsländern produziert, in denen nicht auf die Standards geachtet wird. Ausserdem erhalten Arbeiter/innen keine fairen Löhne.

**Wasser**

Fast Fashion ist durch den Einsatz von Chemikalien und Mikroplastik für einen grossen Teil der Wasserverschmutzung verantwortlich.

**CO2**

Ein Baumwoll-T-Shirt verursacht in der Produktion 9kg CO2.

**Müll**

80% aller Kleidung wird weggeworfen und nur 1% recycelt.

Slow Fashion ist eine Gegenbewegung bei der auf einen nachhaltigen und bewussten Umgang mit Mode geachtet wird.

Es wird auf einen nachhaltigen Konsum geachtet, bei dem nur das gekauft wird, was wirklich nötig ist. Dabei wird auf umweltfreundliche Materialien und eine qualitativ gute Produktion Wert gelegt. Auch Second-Hand Kleidung gehört zu Slow Fashion.

Slow Fashion wird aus natürlichen Fasern wie Baumwolle oder aus recycelten Stoffen hergestellt.

Entweder wird in westlichen Ländern oder in Entwicklungsländern produziert, in denen auf die Menschenrechte, Standards und auf faire Löhne geachtet wird.

Wasser wird oft recycelt und gefiltert, so dass keine Schadstoffe in das Abwasser gelangen. Ausserdem gelangt durch die natürlichen Fasern, kaum Mikroplastik in die Gewässer.

Ein Baumwoll-T-Shirt verursacht nur 2 kg CO2 in der Produktion.

Kleidung wird repariert, verkauft, getauscht oder gespendet, damit eine Kreislaufwirtschaft entsteht. So soll Müll weitgehend reduziert werden.

**Links**

<http://www.fastfashion-dieausstellung.de/de/oekonomie>

<https://sanvt.com/de/journal/fast-fashion-vs-slow-fashion-was-ist-das-wo-sind-die-unterschiede>

# Sozialkritische Faktoren

14

## Moderne Sklaverei der Industrie

Bekannte Modelabels lassen Kleidung in Drittweltländern herstellen, in denen Menschen kaum Rechte haben und Umweltauflagen nicht existieren oder nicht eingehalten werden. Ausgebeutete Arbeiter/Innen, eingestürzte Textilfabriken sind das Ergebnis der Fast-Fashion-Industrie. Wie es mit den Arbeitsbedingungen in der Textilindustrie heute aussieht und was Sie als Verbraucher tun können um fair produzierte Kleidung zu unterstützen, erfahren Sie hier:

Immer mehr – immer schneller – immer billiger: Das ist das Kredo unseres kapitalistischen Systems. Schier endloser Wachstum und starker Konkurrenzdruck haben längst globale Auswirkungen angenommen und werden auf dem Rücken der Armen ausgetragen. Die Erde dient als Rohstofflieferant und Endlager für Industriemüll, der Mensch als Produktionsmaschine. Wie alle Industrien, folgt auch die Textilindustrie den Gesetzen des grenzenlosen Wettbewerbs und lässt immer mehr Kleidung zu immer günstigeren Preisen herstellen. Da der einzige Wettbewerbsvorteil vieler Modelabels in den niedrigen Arbeits- und Produktionskosten liegt, wanderte die Textilbranche seit den 50er-Jahren von den nördlichen Industrieländern zunächst in südliche europäische Standorte wie Portugal und von dort aus weiter nach China, Vietnam, Bangladesch und Kambodscha.

In den Drittweltländern werden mehr und mehr Fabriken gebaut, in denen Menschen für Dumpinglöhne bei fehlenden Sicherheits- und Umweltauflagen arbeiten. Diese Arbeiter sind oft Frauen, die unter Vortäuschung falscher Tatsachen in die Fabriken gelockt werden, wo sie dann körperliche Schwerstarbeit für ein oder zwei CHF am Tag leisten und in langanhaltender Isolation leben müssen.

## Feuer in pakistanischer Textilfabrik

Viele der Textilfabriken in Bangladesch, Pakistan, Sri Lanka, Indonesien, Kambodscha, Indien und China sind marode und baufällig. Häufig interessiert das jedoch weder die jeweilige Regierung, noch die Auftraggeber, die dort ihre Kleidung produzieren lassen. Aus diesem Grund kam es in den vergangenen Jahren schon mehrfach zu Katastrophen, über die in den Medien kaum berichtet wurden.

So kamen 2012 beim Brand der Textilfabrik Ali Enterprises in Karachi, Pakistan 254 Menschen ums Leben und 55 wurden verletzt. Als das Feuer ausbrach, wurden die Arbeiter im Inneren des Gebäudes eingeschlossen. Ausgänge waren verriegelt und Fenster mit Gittern versperrt, so dass sie den Flammen nicht entkommen konnten. In der Fabrik wurde hauptsächlich Kleidung für den Textildiscounter KiK gefertigt. Nach der Katastrophe zahlte KiK 1 Mio. US-Dollar Soforthilfe an die Opfer und ihre Familien. Weitere Schadensersatzzahlungen und Schmerzensgelder, sowie die Verpflichtung 250'000 US-Dollar für eine bessere Umsetzung der Arbeitsnormen zu zahlen, stehen bis heute noch aus.

## Katastrophen in Bangladesch

Ebenfalls 2012 brach ein Feuer in der Fabrik Tazreen in Bangladesch aus. Mehr als hundert Arbeiter mussten aus den Fenstern der dritten und vierten Etage springen und kamen dabei ums Leben oder wurden schwer verletzt. Hinterbliebene der Toten und Überlebende kämpfen seitdem um Entschädigung. Modelabels, die in Tazreen produzieren liessen, waren unter anderem Walmart, El Corte Ingles, KiK, sowie C&A, Sean Johns Enyce brand, Karl Rieker, Plaza Italia, Teddy Smith, Disney, Sears, Dickies und Delta Apparel. Insgesamt waren somit 12 Markenhersteller involviert.

Das mediale Interesse an den Unglücken in den Textilfabriken nahm erst zu, als im Jahr 2013 die Fabrik Rana Plaza in Bangladesch einstürzte und mehr als 3'500 Menschen unter sich begrub. 1'134 Arbeiter und Arbeiterinnen kamen dabei ums Leben, über 2'500 wurden verletzt. Die Wände des Gebäudes zeigten seit Tagen tiefe Risse, die jedoch niemanden interessierten. 29 Unternehmen konnten als Auftraggeber von Rana Plaza ausfindig gemacht werden. Darunter Benetton, Primark, KiK, C&A, Adler, das Zara- und Mango-Mutterunternehmen Inditex, NKD, El Corte Ingles, Bon Marché und Walmart.

## Kampf um bessere Arbeitsbedingungen

Das europaweite Netzwerk Clean Cloth Campaign (CCC) kämpft seit Jahren für bessere Arbeitsbedingungen in der Bekleidungsindustrie. Erst nach der Katastrophe mit Rana Plaza ist es der CCC gelungen, die Industrien zur Unterzeichnung des Bangladesch ACCORDs zu drängen, welches bislang von insgesamt 89 Modemarken unterschrieben wurde. Das Bangladesch ACCORD beinhaltet ein Brand- und Gebäudeschutzabkommen, sowie die Aufdeckung und Sanierung von maroden Gebäuden durch unabhängige Sicherheitsinspektoren.

Seit drei Jahren kämpft die CCC zudem gemeinsam mit Überlebenden und Angehörigen der Todesopfer um Entschädigungen und setzt sich für das Recht der Mitarbeiter auf Versammlungsfreiheit ein. Im Jahre 2016 konnte den Überlebenden und Hinterbliebenen des Unglücks 18,5 Millionen US-Dollar ausgezahlt werden. 1,5 Millionen US-Dollar sind in neue medizinische Versorgungssysteme geflossen. Weitere 12,4 Millionen US-Dollar hat der irische Textil-Discounter Primark den Mitarbeitern der New Wave Bottoms Factory gezahlt. Angehörige der Opfer kämpfen jedoch noch immer für ausstehende Entschädigungen.

## Wie sehen die Fabriken heute aus?

Laut den Ergebnissen der Arbeit des ACCORDs und der Clean Cloth Campaign wurden inzwischen 1'589 Fabriken untersucht und über hunderttausend Gefahrenquellen ausgemacht. Fast alle Fabriken kümmern sich nicht um erforderliche Reparaturen und hinken den vereinbarten Sanierungen immer noch hinterher. Lediglich sieben haben bemängelte

Sicherheitslücken behoben – Notausgänge und Brandschutzmassnahmen fehlen zum grossen Teil immer noch. Ob die jeweiligen Regierungen und die zahlreichen Auftraggeber jemals etwas Grundlegendes an den Arbeitsbedingungen ändern werden, bleibt fraglich. Nachhaltigkeitsvorschriften stehen bei vielen Modelabels bislang nur auf dem Papier. Insgesamt ist die Textilindustrie ein sehr undurchsichtiges System, an dem zahlreiche Zulieferer und Subunternehmen beteiligt sind, sodass eine wirksame Kontrolle sehr schwierig ist. Deshalb ist es umso wichtiger, dass die Arbeiter vor Ort ihre Rechte kennen. Die Europäische Union sowie einige Nichtregierungsorganisationen sorgen dafür, dass Manager und Vorarbeiter von Fabriken geschult werden. Die grösste Macht im Kampf gegen Ausbeutung hat neben den Konsumenten die Politik.

Die EU hat 2001 mit Bangladesch ein Abkommen geschaffen, bei dem Bangladesch Waren in die EU/CH importieren darf ohne Zölle zahlen zu müssen. Wenn Brüssel wollte, könnte das Abkommen jederzeit gekündigt werden. Die Regierung in Bangladesch muss dafür sorgen, dass die Textilfabriken regelmässig kontrolliert werden und mittelfristig internationale Sicherheitsstandards einhalten werden, sagte der ehemalige EU-Handelskommissar Karel de Gucht im Jahr 2013. Tatsächlich klaffen Wunsch und Realität jedoch noch weit auseinander und auch die EU/CH hat von der Möglichkeit, die Zollfreiheit zu entziehen, bisher noch keinen Gebrauch gemacht.

15



# Moderne Sklaverei

## Welche Unternehmen beuten die Menschen aus?

Die Clean Clothes Campaign und Public Eye haben 45 internationale Modeunternehmen unter die Lupe genommen. Das Resultat ist ernüchternd: Kein einziges Unternehmen stellt sicher, dass alle Arbeiter in der Lieferkette einen Lohn erhalten, der zum Leben reicht. Nur zwei der befragten Unternehmen (Nile und Gucci) zahlen wenigstens einem Teil der Beschäftigten in der Produktion einen existenzsichernden Lohn (siehe Kasten).

## Anteil der Arbeitnehmer/innen in der Lieferkette, die einen existenzsichernden Lohn erhalten:

**0 Prozent:** Adidas, Albiro, Aldi, Amazon, C&A, Calida Group, Chicorée, Coop, Decathlon, Esprit, Fruit of the Loom, Gap, G-Star RAW, H&M, Holy Fashion Group, Hugo Boss, Inditex, Intersport, KiK, Levi's, Lidl, Mammut, Manor, Maus Frères, Migros, Nike, Odlo, Otto Group, Peek & Cloppenburg, PKZ, Primark, Puma, PVH, Remei AG, Sherpa Outdoor, Tally Weijl, Tchibo, Triumph, Under Armour, Uniqlo, Workfashion, Zalando, Zebra Fashion AG

Mindestens 25 %

Gucci (für einige italienische Produktionen)

Mindestens 50 %

Nile

Laut Definition der Clean Clothes Campaign muss der Existenzlohn die Grundbedürfnisse einer Familie mit zwei Kindern abdecken. Und es sollte noch etwas Geld übrigbleiben für unvorhergesehene Ausgaben. Doch die meisten Beschäftigten in der globalen Modeindustrie erhalten gerade mal den lokal geltenden Mindestlohn. Der ist jedoch in den meisten Produktionsländern so niedrig, dass er kaum zum Leben reicht.



## Freiwilligkeit reicht nicht

Neun Unternehmen, darunter C&A, H&M, Inditex, Mammut, Nile und Tchibo haben sich – zumindest auf dem Papier – verpflichtet, Existenzlöhne zu zahlen. Allerdings konnte "keine Firma eine messbare, transparente und glaubwürdige Strategie mit einem Aktionsplan vorweisen, um einen existenzsichernden Lohn zu erreichen", stellt der Bericht fest.

Einige Unternehmen (C&A, Esprit, H&M, Inditex, Tchibo, Primark, PVH, Zalando) beteiligen sich am freiwilligen Programm ACT, das die Löhne in der Textilindustrie durch nationale Branchen-Tarifverträge erhöhen will. Allerdings blieben die Verhandlungen zwischen Gewerkschaften und Lieferanten bisher ergebnislos.

Coop, Migros, Manor, Calida Group, PKZ, Aldi, Lidl, Chicorée, Tally Weijl und zahlreiche andere Modeanbieter haben sich der freiwilligen Unternehmensinitiative amfori BSCI (Business Social Compliance Initiative) angeschlossen. Bei amfori BSCI wird der Existenzlohn als "erstrebenswertes Ziel" angesehen und nicht als unmittelbar umzusetzende Verpflichtung.

Die ernüchternde Schlussfolgerung des Firmenchecks 2019: Trotz vieler freiwilliger Einzel- und Brancheninitiativen hat sich in den letzten Jahren die Lohnsituation in den Kleiderfabriken der Billigproduktionsländer kaum verbessert. Dabei seien die Firmen oft eher Teil des Problems als der Lösung, stellen die Verfasser fest – "indem sie im Standortwettbewerb Fabriken und Produktionsländer gegeneinander ausspielen, sich nicht klar und öffentlich für höhere Löhne einsetzen und keine Garantien für faire Einkaufspreise abgeben". "Die Modekonzerne müssen endlich verbindliche Massnahmen hin zu Existenzlöhnen ergreifen", fordern Public Eye und Clean Clothes Campaign. "Ein Aktionsplan mit konkreten Zielsetzungen, rechtsverbindlichen Vereinbarungen und einem ambitionierten Zeitplan ist absolut überfällig."

## Links

<https://www.ecowoman.de/nachhaltige-nachrichten/blog/wie-schlecht-sind-die-arbeitsbedingungen-in-der-textilindustrie-4845>

<https://www.fairunterwegs.org/magazin/news/detail/textilindustrie-ausbeutung-bleibt-in-mode>





# Umweltzerstörung

Die ganze Welt trägt Plastik.  
das sind die Folgen dieser Billigmentalität in der Modeindustrie

Neue Modekollektionen erscheinen fast im Wochentakt und werden immer billiger. Sei es das Jeanshemd oder der bunte Rock, der Look verfliegt so schnell wie er gekommen ist.

## Was bleibt?

Kleidungsstücke, die ungenutzt im Schrank hängen, bzw. liegen.

Hierzulande ist das ja auch kein Problem, schließlich findet man preiswerte Kleidung an jeder Strassenecke. In den letzten 5 Jahren hat sich der «Kleider-Jahreskonsum» von 5 auf 25 Kilo pro Kopf verfünffacht.

Schweizerinnen und Schweizer haben im Schnitt 118 Kleidungsstücke im Schrank, kaufen jedes Jahr 60 neue Stücke dazu. 40% ihrer Kleider tragen sie nie oder nur 2-4 Mal. Jedes Jahr werden 6.3 kg Altkleider pro Person weggegeben.

Der Preis für Fast-Fashion-Kleidung ist tief – zumindest in Läden und Online-Shops.

Die Umwelt hingegen zahlt einen gigantischen Preis. Denn die Modebranche ist einer der grössten CO2-Schleudern weltweit.

## Fast Fashion - Gefahr aus dem Kleiderschrank

Die Textilindustrie ist eine der Branchen, die die Umwelt am stärksten belasten. Schon bei der Produktion fangen die Umweltschäden an, welche durch die Textilindustrie verursacht werden.

Um ein Kilogramm spinnfähige Baumwollfasern zu produzieren, müssen 25'000 Liter Wasser eingesetzt werden. Infolge der ständigen Bewässerung versalzen die Böden in den Anbaugeländen. Bevor das fertige Kleidungsstück ins Modegeschäft kommt, wird es mit verschiedenen Chemikalien behandelt; 90% davon landen im Abwasser und verschmutzen die umliegenden Gewässer. In China heisst es, dass man **die Modefarben der Saison an den Farben der Flüsse erkennen kann**.

7.000 Liter Wasser werden für die Produktion einer einzigen Jeans verbraucht. Mit dieser Menge Wasser könnten wir über ein halbes Jahr lang tagtäglich die Klospülung benutzen! Über 20.000 verschiedene Chemikalien werden in der Textil- und Modeindustrie eingesetzt, etwa 30% des Chemikalieneinsatzes weltweit.

## 3 Aspekte der Umweltbelastung

### Hoher CO2-Ausstoss

Unsere Kleidungsstücke haben zum Teil eine echte Weltreise hinter sich, bevor sie in unserem Kleiderschrank landen. Zum Teil werden sie für jeden einzelnen Produktionsschritt in ein anderes Land exportiert, wie dieses Beispiel eines T-Shirts zeigt. Bei einer Jeans sind sogar noch mehr Länder involviert, da bei der Näharbeit und Fertigstellung mehrere Schritte notwendig sind, die wieder in verschiedenen Ländern vorgenommen werden.



1. Burkina Faso  
Baumwollproduktion

2. Türkei  
Spinnen zu Garn

3. China  
Färbung

4. Bangladesch  
Näharbeit

5. Deutschland  
Verkauf

1,2 Billionen Tonnen CO<sub>2</sub> jährlich stösst die Textilindustrie ab. Ein T-Shirt verursacht bei der Herstellung durchschnittlich 3.7 Kilogramm CO<sub>2</sub>, das ist etwa so viel wie 40 km Autofahrt. Wenn man genauer sein soll, entsteht bei Baumwollshirt ca. 2 kg und bei Polyester T-Shirt ca. 5.5 kg CO<sub>2</sub>-Emissionen. Fazit ist beim T-Shirt, im Vergleich zum Eigengewicht ist der CO<sub>2</sub>-Fussabdruck 50-Fach grösser.



# Wasserverbrauch



## Wasserfußabdruck

Ein weiterer ökologischer Fußabdruck als Nachhaltigkeitsindikator ist der **Wasserfußabdruck**. Die gesamte virtuelle Wassermenge wird erfasst, die durch Produkt- und Dienstleistungskonsum zustande kommt.

- Pro Kilogramm Baumwoll-T-Shirt werden durchschnittlich 2500 Liter Wasser verbraucht. Mit 6000 Liter Wasser
- pro Kilogramm Baumwolle T-Shirt verbraucht China am wenigsten. In Indien verbrauchen sie 22500 Liter Wasser
- pro Kilogramm Baumwolle T-Shirt. Diese Wassermengen werden von der Anpflanzung bis zum Verkauf benötigt.

Nach dem Verkauf endet der Wasserverbrauch nicht, denn danach wird es ja auch noch gewaschen. Da können wir als Konsumenten den Wasserverbrauch mindern, indem wir öfters die Kleider auslüften, anstatt sie zu waschen.

## Chemikalien

Bei der Produktion braucht es auch sehr viel Chemikalien. Auf 1 Kilogramm Kleidung kommen 1 Kilogramm Chemikalien. Baumwollpflanzen sind sehr anfällig für Schädlinge, weshalb eine Menge Pestizide gesprüht werden (knapp 16% Weltweit). Diese Pestizide sind schwer herauszufiltern. Die Standards von Kläranlagen werden oft nicht eingehalten, so dass die Umweltbelastung noch schlimmer wird. Es braucht bis zu 6500 verschiedene Chemikalien um die Kleidung zu veredeln.

## Was können wir tun?

Die Kleider sollten nicht mehr als Wegwerfprodukte angeschaut werden – sondern als etwas, das einem lange begleitet. Ein anderer Umgang mit Textilien jedes Einzelnen kann viel für die Umwelt bewirken. Das beginnt beim Kauf der Kleidung und endet bei der Entsorgung. Wir haben einige Tipps für Sie zusammengefasst:

### Zeitlos Shoppen

Es muss nicht immer der aktuellste Trend sein, denn auch mit zeitlosen Stücken lässt sich ein individueller, schöner Stil kreieren.

### Färben statt ersetzen

Wenn Ihnen ein Teil überhaupt nicht mehr gefällt, ist das kein Grund es gleich wegzuschmeißen. Liegt es zum Beispiel nur an der Farbe, können Sie es zuhause ganz einfach mit Textilfarbe einfärben.

### Reparieren statt wegwerfen

Löchrige Kleidung muss nicht immer weggeschmissen werden. Selbst wenn Sie nicht nähen können, kann man es in einer Änderungs-schneiderei für kleines Geld nähen lassen.

### Spenden oder verkaufen

Möchten Sie sich in jedem Fall von einem Kleidungsstück trennen, schmeißen Sie es nicht einfach weg! Sie können es in Second-Hand-Geschäften oder Altkleidercontainern abgeben oder auf Flohmärkten bzw. im Internet verkaufen.

## Links

[www.fashionchangers.de](http://www.fashionchangers.de)

## Checkliste für Ihren Einkauf

Als Entscheidungshilfe vor dem Kauf eines Kleidungsstückes solle man sich folgende Fragen stellen:

- Brauche ich es wirklich?
- Werde ich es oft anziehen?
- Ist die Qualität gut genug, um zu flicken?
- Muss es neu sein? Kann ich es mieten oder ausleihen?
- Gibt es lokale, faire Alternativen?

## 22 Wie klimaschädlich sind Retouren?

Nur 70 Prozent der retournierten Ware können die Onlinehändler als A-Ware wiederverkaufen. Da viele Artikel qualitativ sehr beeinträchtigt sind, ist eine Aufbereitung nicht möglich oder zu aufwändig.

Vor allem Fast-Fashion-Kleidung lässt sich jedoch nur schwer recyceln. Viele Stücke haben einen hohen Plastikanteil im Stoff, sowie aufgenähte Applikationen wie zum Beispiel Pailletten, welche nicht recyclingfähig sind. So landet das Stück dann ungetragen im Müll, wird verbrannt und belastet die Umwelt enorm.

Viele Kundinnen wissen nicht, dass die meiste Ware im Müll landet. Eventuell würden Kundinnen mit diesem Wissen rücksichtsvoller bestellen.

## Retouren als CO<sub>2</sub>-Emittent

Wer viel bestellt, bekommt oft Post. Das bedeutet vor allem viele Fahrtwege und Verpackungen. Laut einer Umfrage von Greenpeace anlässlich der Online-Rabattschlachten am jährlichen „Black Friday“, gehen viele Bestellungen wieder zum Unternehmen zurück. Dies bedeutet erneute Verpackungen und Transportwege. Und das belastet das Klima, im Vergleich genauso viel, wie täglich 2200 Autofahrten von Hamburg nach Moskau. Das sind 238 000 Tonnen CO<sub>2</sub> im Jahr.

## Eine Retouren-Checkliste für euch

- Damit auseinandersetzen, wie das Unternehmen mit Retouren umgeht
- Überlegen, ob du das Teil wirklich brauchst
- Genau die Größenangaben und die Konfektionierung des jeweiligen Labels anschauen und lieber noch einmal nachmessen
- Kundenbewertungen zu dem Kleidungsstück lesen
- Sammelbestellungen mit Freund/innen & Familie vornehmen





# Greenwashing

## Im Gegensatz zur sozialen und ökologischen Unternehmensverantwortung ist Greenwashing die bewusste Verbrauchertäuschung

26

Grünfärberei ist ein beliebtes Mittel vieler Unternehmen in der Modebranche.

Da werden Textilien grün gerechnet, Anzeigen und Werbekampagnen appellieren an das grüne Bewusstsein, präsentieren die Mode im Sonnenschein, in intakter Umgebung. Da schmiegt sich der Klimasünder auf vier Rädern in gekonnt inszenierter Manier an die Hügel der pittoresken Landschaft.

Greenwashing nennt sich diese weit verbreitete Praktik, mit dem guten Gewissen der Verbraucher viel Geld zu verdienen.

### Was ist Greenwashing?

Als Greenwashing werden Kampagnen und PR-Aktionen bezeichnet, die einzelne Produkte, ganze Unternehmen oder politische Strategien in ein „grünes“ Licht stellen, sodass der Eindruck entsteht, die Akteure würden besonders umweltfreundlich, ethisch korrekt und fair handeln.

Unternehmen, die Greenwashing betreiben, treten in den Augen der Käufer und der Öffentlichkeit mit einem grünen Image auf und verkaufen dem Konsumenten die Kleider „ökologisch wertvoll und recyclebar“. Bei den grüngewaschenen Kleidern entspricht dieser äussere Schein allerdings nicht den ökologischen Tatsachen.

Um bessere Öffentlichkeitsarbeit betreiben zu können, sowie den Marken- und Unternehmenswert zu steigern, missbrauchen die Unternehmen dabei die Grundideen der Corporate Social Responsibility (CSR), die unter dem Motto „Tue Gutes und sprich darüber“ stehen und nachhaltiges Wirtschaften in den Vordergrund stellen.

### Warum Greenwashing betreiben?

Im Vordergrund stehen ganz klar ökonomische Interessen:

Statt tatsächlich nachhaltig zu handeln, erhoffen sich Unternehmen durch Greenwashing einen grösseren Gewinn. Es gibt zahlreiche Strategien des Greenwashings, mit denen sich die Unternehmen einen Vorteil verschaffen wollen.

Hier davon einige im Überblick:

- Besseres Image**  
Ein grünes Produkt hat an sich schon ein besseres Image, da das gute Gewissen mitverkauft wird.
- Höherer Preis**  
Ein ökologisch hergestelltes Produkt rechtfertigt einen höheren Preis.
- Schwächere Regulierungen**  
Wenn glaubhaft gemacht wird, dass gewisse Standards freiwillig von der Wirtschaft eingehalten werden, dann ist die Politik unter anderem „grosszügiger“ bezüglich der Regulierungen von Umweltgesetzen.
- Stärkere Lobby**  
Unter dem Anschein nachhaltigen Wirtschaftens bekommen Unternehmen grösseren politischen Rückhalt – obwohl dieselben Unternehmen im Hintergrund inoffiziell aktiv gegen Klimaschutz-Verordnungen vorgehen.

### Formen von Greenwashing

Folgende Methoden kommen dabei unter anderem zum Einsatz:

- Fehlende Bedeutung:** Eine irrelevante, dennoch richtige Eigenschaft wird betont. Obwohl diese Chemikalie schon lange in der Schweiz verboten ist.
- Verschleierung:** Positive Eigenschaften werden in einem insgesamt negativen Zusammenhang betont. Ein gutes Beispiel ist die als „grün“ beworbene Produktion: Kein Ökostrom kommt zum Einsatz sondern Kohlestrom.
- Beschönigung:** Umwelt- oder gesundheitsschädliche Produkte werden beschönigt. Chemiefasern trotz „Bio“-Label sind nicht besonders gesund und umweltfreundlich.
- Falschaussagen:** Es werden falsche Angaben gemacht. Ein gutes Beispiel ist der Aufdruck „Biologisch Zertifiziert“, obwohl dieses Label offiziell überhaupt nicht existiert.
- Unklare Begriffe:** Begriffe wie „natürlich“, „ökologisch“ oder „recyclebar“ werden als Umschreibungen verwendet, obwohl keine nachweisbare Zertifizierung dahintersteht.

#### Anbei einige Probleme in der Nachhaltigkeit:

Sobald wir uns dazu entscheiden, die Kleidung nicht mehr tragen zu wollen, ist es Müll. Nur weil wir die Kleidung in einen Sammelcontainer werfen, tun wir damit noch lange nichts Gutes. Aber: Wir geben der Kleidung eine zweite Chance. Denn was kann besser sein als den Lebenszyklus der Kleidung, die eigentlich Müll war und kaum zu recyceln ist, zu verlängern. Es herrscht eine gewisse Intransparenz in Bezug auf die Sammelcontainer. Viele Spender wissen nicht was mit der eingeworfenen Kleidung passiert. Und (wie in anderen Bereichen auch) gibt es auch hier schwarze Schafe, d.h. illegal aufgestellte Container.

Das spricht aber nicht gegen das Prinzip der Sammelcontainer. Hier ist aber Vorsicht geboten und man sollte auf die Logos des Roten Kreuzes, von Fairwertung oder der Johanniter achten. Unter Fairwertung gibt es eine Übersicht der seriösen Sammler. Dennoch: Wir werfen zu viel Kleidung weg! 30-40% der in die Sammelcontainer geworfenen Kleidung ist noch tragbar. Würde man sie auf eine Wäscheleine hängen, ginge diese von

der Erde bis zum Mond (ca.400.000km). Nachhaltig ist das nicht. Es ist utopisch zu glauben, dass all die

„gespendeten“ Tonnen von Caritativen Einrichtungen sortiert (z.B. Daunenjacken werden in Afrika nicht gebraucht), über Spendengelder finanziert in die jeweiligen Regionen/Länder transportiert und dort an die Armen verteilt werden können. Deswegen ist es auch effektiv, dass die Caritativen Einrichtungen die Kleidung verkaufen, um mit dem Geld in anderen Bereichen Gutes zu tun. Recycling von Kleidung, insbesondere von Schuhen, ist extrem schwierig.

Was nicht in Secondhandfähig ist, wird zu Fasern für Putzlumpen und Dämmplatten recycelt bzw. verarbeitet oder landet in der Müllverbrennung. Aus alter Kleidung neue Kleidung herzustellen („echtes“ Recycling), findet nur zu geringem Masse statt. Denn mehr als 50% unserer Kleidung besteht aus Chemiefasern. Zu deren Verwertung ist eine grosse Menge Energie notwendig. Kleidung aus Primärrohstoffen wäre deutlich umweltschonender wiederverwertbar.

Aus 40-50% der Kleidung werden Dämmmaterialien und Putzlappen hergestellt und vom Sortierer an entsprechende Verwerter verkauft. Der Rest von ca. 20% der Kleidung muss gegen Geld entsorgt werden (Müllverbrennung). Aufgrund der niedrigen Preise ist ein kostendeckendes Arbeiten der Sortierer nur durch den Verkauf der tragbaren Kleidung möglich. 97% unserer Textilien sind Schweizer Importe. Die Textilindustrie in der Schweiz ist damit produktionsseitig kaum existent.

Dies hat viele Gründe. Einer der Hauptgründe ist die Billig-Produktion in China, Bangladesch etc. Sie sind die direkten Konkurrenten vom Produktionsstandort Afrika. Hinzu kommen dort die mangelnde Wettbewerbsfähigkeit und die schwindende Kaufkraft der Bevölkerung. Aber: Europäische Secondhand Kleidung ermöglicht der afrikanischen Bevölkerung, qualitativ gute Kleidung zu günstigem Preis zu erhalten.

In Afrika und anderen Dritte Welt Ländern herrschen im Handel mit Gebraucht Kleidern durchaus Korruption, illegale Einfuhren, nicht gezahlte Zölle und die Marktmacht von Grossimporteuren. Das sind aber grundsätzliche Probleme unabhängig

27

der gehandelten Ware und damit kein Argument gegen Altkleiderhandel.

Das Problem liegt bei den jeweiligen Regierungen. Günstige Kleidung überschwemmt in Europa den Markt. Aber günstig bekommt man nicht geschenkt. Da eine Wiederverwertung der Altkleider für die Produktion neuer Kleidung nahezu nicht möglich ist, werden mit jedem gekauften Kleidungsstück Rohstoffe verbraucht. Unsere Rohstoffe sind allerdings endlich. So war am 22.08.2012 der Welterschöpfungstag. Wir leben somit seit diesem Tag im Jahre 2012 auf Kredit, der aber nicht rückzahlbar ist. Jeder Bürger dieser Erde, ist in seinem Interesse und im Interesse seiner Kinder gefragt umzudenken.

### Inwiefern schadet Greenwashing dem Verbraucher?

Für Verbraucher ist häufig nicht auf den ersten Blick zu erkennen, ob das Kleidungsstück tatsächlich ökologisch wertvoll ist.

Denn bei all den bestehenden Öko-Siegeln sind selbst informierte Kunden überfordert und die wenigsten Konsumenten verstehen, was sich hinter E-Nummern in Lebensmitteln, Weichmacherzusätzen in Plastikflaschen und Ähnlichem verbirgt. Umso leichter ist es für Unternehmen, mit ähnlich lautenden aber nicht geschützten Versprechungen grüne Werbung zu machen. Auf diese Weise kann es also zur Vorspiegelung falscher Tatsachen und zum (beabsichtigten) Wecken falscher Assoziationen kommen.

Ausserdem können Unternehmen mit dem öffentlichkeitswirksamen Weglassen einer in der Öffentlichkeit stigmatisierten Zutat Werbung für ein angeblich gesundheitsbewusstes umweltfreundliches Produkt („Voll biologisch abbaubar!“) machen, ohne dass die Gegenfrage gestellt wird: Ja, und was ist stattdessen drin?

Bei der Fülle an Kleiderarten ist es für den Konsumenten also sehr schwierig, zu beurteilen, wie grün oder nachhaltig diese tatsächlich sind. Es gibt aber einiges, worauf man besonders achten kann.

### Worauf kann man achten? Tipps!

Grundsätzlich ist ein kritischer Umgang mit den (Werbe-)Aussagen von Unternehmen wichtig. Wirtschaftet dieses Unternehmen wirklich nachhaltig oder sind die Zahlen zur Umweltbilanz nur grüner Schein? Ist das Beteuern des Anbieters, die Rohstoffe aus rein ökologischem Anbau herzustellen, wirklich glaubhaft? Angaben der Anbieter sollten deshalb immer kritisch hinterfragt werden. Noch besser ist es, sich unabhängige Informationen einzuholen, selbst zu recherchieren und im Zweifelsfall nachzuhaken! Vielleicht hast du schon einmal die folgenden Siegel auf Kleidung gefunden? Die Siegel machen keine oder kaum Aussagen zu Chemikalien, sondern beziehen sich auf Sozialstandards. Wir stellen sie dennoch kurz vor:

### Fairtrade Certified Cotton & Fairtrade Textile Production Siegel

**Fairtrade Cotton** ist seit 2005 auf Baumwoll-Produkten zu finden. Das Label garantiert faire Arbeitsbedingungen, die Baumwollbauern erhalten Mindestpreise für ihre Baumwolle. Für Bio-Anbau zahlt Fairtrade Zuschläge und fördert die Umstellung. Der Einsatz von synthetischen Pestiziden und Düngern ist eingeschränkt, Gentechnik verboten. Mit diesem Siegel versehene Textilien müssen zu 100 % aus Fairtrade-zertifizierter Baumwolle bestehen. Für die Weiterverarbeitung der Baumwolle verlangt Fairtrade einen „Nachweis über die Einhaltung der ILO-Kernarbeitsnormen“, überprüft selbst aber nur die Arbeitsbedingungen im Baumwollanbau. 2016 hat Fairtrade einen **neuen Textilstandard** veröffentlicht, der die ganze Lieferkette umfasst **Fairtrade Textile Production**. Die Kriterien umfassen faire Arbeitsbedingungen und Arbeitsrechte und der Standard definiert einen festen Zeitrahmen, innerhalb dessen existenzsichernde Löhne erreicht werden sollen. Laut Greenpeace gibt es allerdings Kritik daran, dass nicht die Marken, sondern die Fabriken zu höheren Löhnen verpflichtet würden.

Die **Fair Wear Foundation** setzt sich sehr glaubwürdig für eine Verbesserung der sozialen Bedingungen in der Textilindustrie und existenzsichernde Löhne ein. Sie formuliert Richtlinien, führt Kontrollen durch und berichtet transparent und regelmässig über die Fortschritte ihrer Mitgliedsunternehmen. Rund 80 Unternehmen mit insgesamt etwa 120 Marken sind Mitglieder in der Fair Wear Foundation (FWF), darunter öko-faire Marken wie Hess Natur, Grüne Erde oder Nudie Jeans, aber auch konventionelle Hersteller wie zum Beispiel Takko und Jack Wolfskin. Das Label allerdings ist nur unter bestimmten Bedingungen an Kleidung zu finden. Das Unternehmen muss länger als ein Jahr Mitglied und in die höchste Kategorie eingestuft sein, d. h. alle Anforderungen an faire Arbeitsbedingungen weitestgehend erfüllen.

### Links

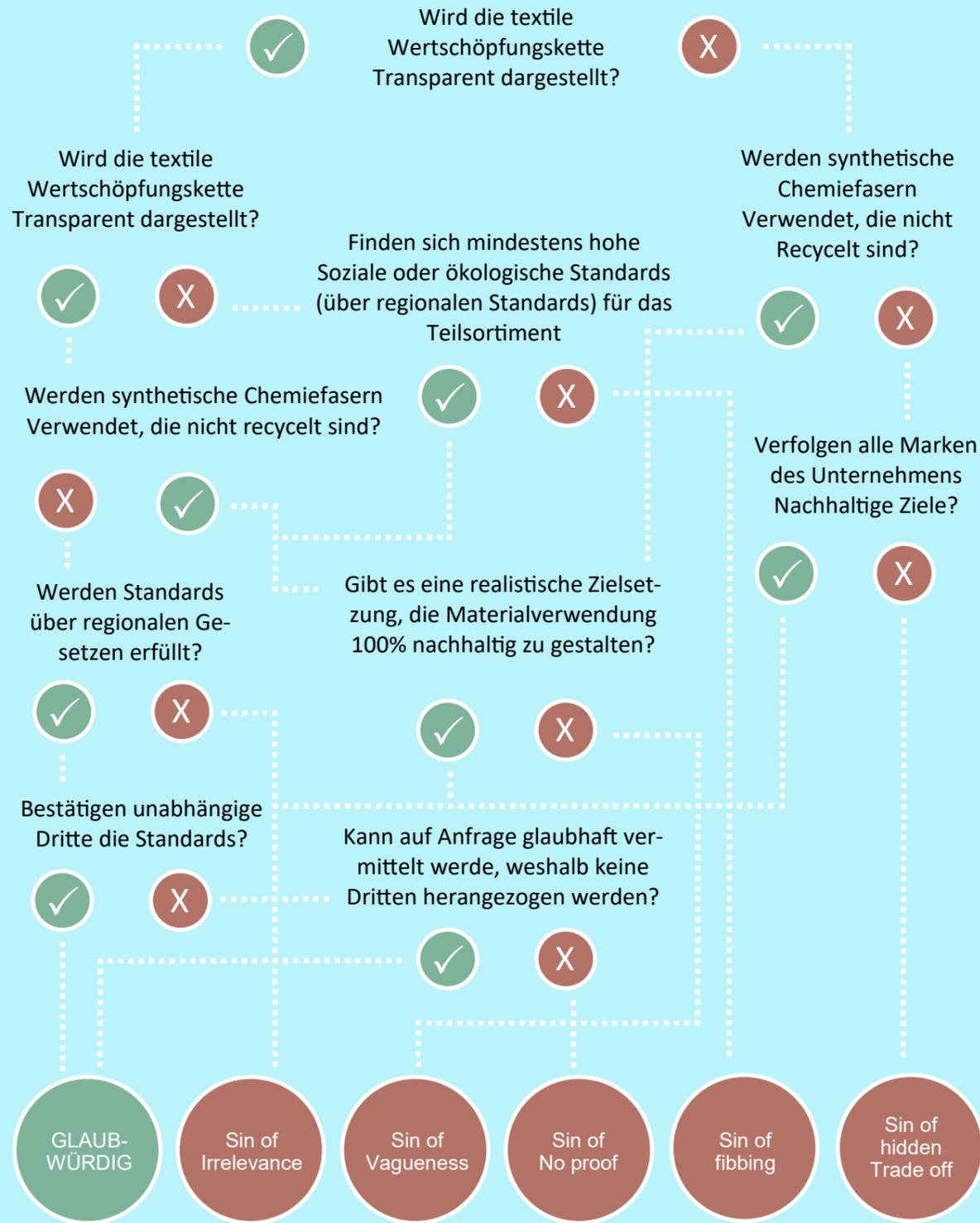
<https://reset.org/knowledge/greenwashing-%E2%80%93-die-dunkle-seite-der-csr>

<https://nachhaltig-sein.info/privatpersonen-nachhaltigkeit/die-andere-wahrheit-uber-altkleider-in-10-thesen>

<https://utopia.de/ratgeber/siegel-kleidung-textilien-ohne-gift-textilratgeber-greenpeace/>



# WIE FINDE ICH INDIZIEN FÜR GREENWASHING BEI EINEM MODEUNTERNEHMEN?



Quelle:  
<https://www.ul.com/insights/sins-greenwashing>





Monika  
Dobler  
2014



**ALLPOWER**

Kaufm. Praxisfirma der SANTIS Training AG

Telefon +41 56 200 93 39

Fax +41 56 200 93 33

Sagestrasse 26

CH-5600 Lenzburg

[www.allpower.ch](http://www.allpower.ch)