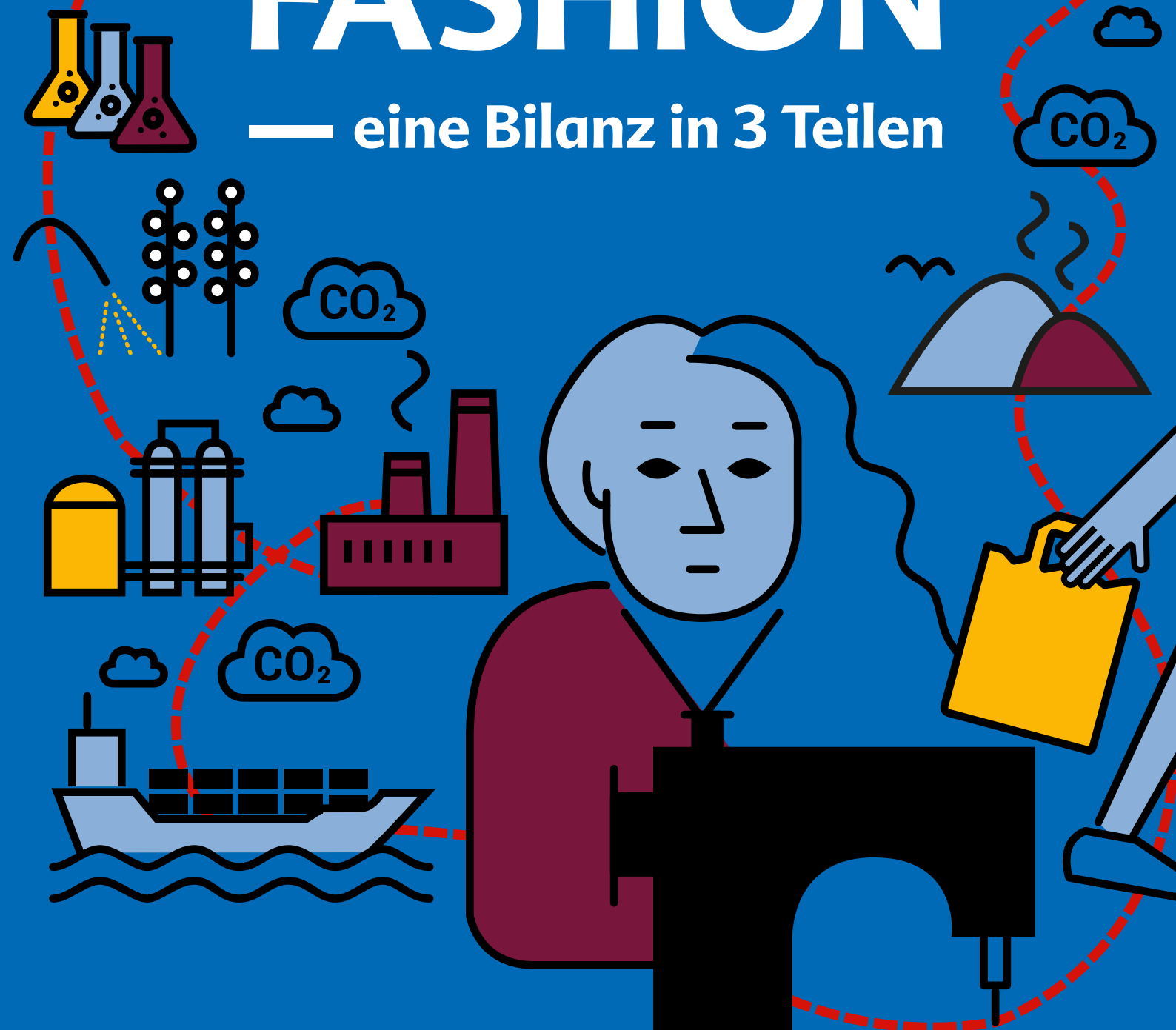


Dossier

FAST FASHION

— eine Bilanz in 3 Teilen



Inhaltsverzeichnis

■ [Teil 1: Arbeitsbedingungen](#)

Einleitung	2
Arbeitsbedingungen in der Lieferkette von Primark und C&A in Sri Lanka	4
Stellungnahmen von C&A und Primark	6
Sri Lankas Bekleidungsindustrie – Grundlegende Informationen	7
Nationaler Rechtsrahmen und internationale Standards	8
Ergebnisse der Befragung	11
Fazit und Empfehlungen	20
<i>Forderungen und Handlungsoptionen der Christlichen Initiative Romero</i>	23
<i>Endnoten Teil 1</i>	25

■ [Teil 2: Einkaufspraktiken](#)

Einleitung	2
Einkaufspraktiken – Unter dem Druck von Preis, Zeit und Qualität	4
Der Einkauf in der Fast-Fashion-Industrie	6
Einkaufspraktiken und ihre Auswirkungen	11
Der Weg nach Vorn	17
<i>Forderungen und Handlungsoptionen der Christlichen Initiative Romero</i>	20
<i>Endnoten Teil 2</i>	22
<i>Literaturverzeichnis Teil 2</i>	25

■ [Teil 3: Die Folgen in Zahlen](#)

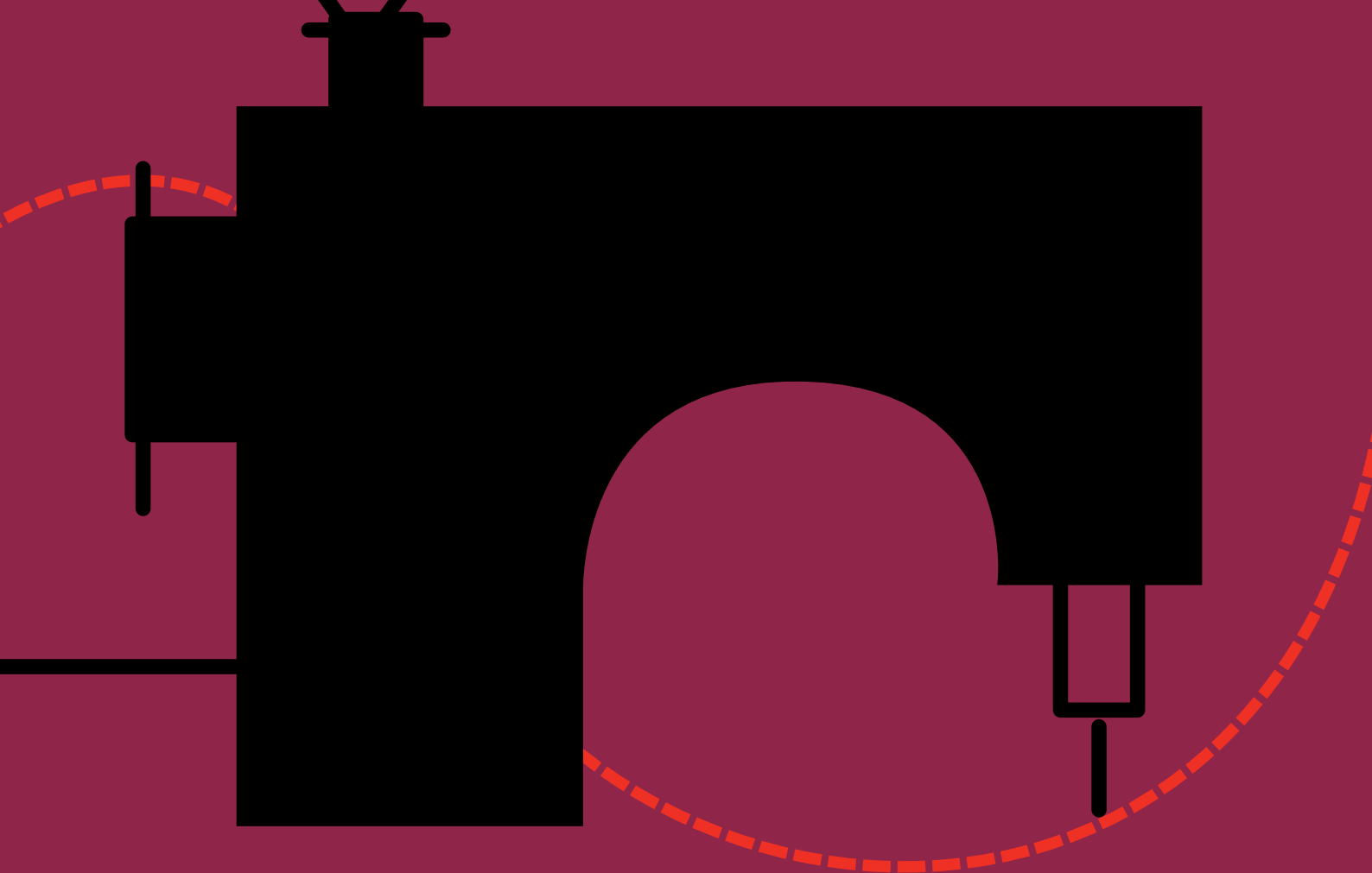
Einleitung	2
------------	---

So entwickeln sich Konsum und Umsatz von Kleidung weltweit	4
So entwickeln sich Konsum und Preise von Kleidung in Deutschland	5
Infografik: Die wahren Kosten der Fast Fashion	6
So viel Wasser kostet uns die Fashion Industrie	7
So viel Erdöl kostet uns die Fashion Industrie	8
So viele Treibhausgase stößt die Fashion Industrie aus	9
So viel Chemikalien verbraucht die Fashion Industrie	10
So viel Land kostet uns die Fashion Industrie	12
So viele Arten kostet uns die Fashion Industrie	13
So viel Müll erzeugt die Fast Fashion	14
So viel Arbeitskraft kostet uns die Fashion Industrie	15
Die Fashion Industrie kostet (viele von) uns unsere Gesundheit	16
So WENIG Lohn zahlt die Fashion Industrie	17
So viel Mikroplastik produziert die Fashion Industrie	19
<i>Forderungen und Handlungsoptionen der Christlichen Initiative Romero</i>	20
<i>Endnoten Teil 3</i>	22
<i>Literaturverzeichnis Teil 3</i>	25
 Impressum	 28



FAST FASHION

Teil 1: Arbeitsbedingungen



Teil 1: Arbeitsbedingungen



Fast-Fashion-Marken reagieren ganz kurzfristig auf neue Trends, bringen fast wöchentlich neue Kollektionen auf den Markt und das zu absoluten Niedrigpreisen. Spätestens seit dem Einsturz des Rana-Plaza-Fabrikgebäudes in Bangladesch 2013 steht dieses Wirtschaftsmodell in der Kritik, weil es den Preis- und Zeitdruck in der Lieferkette weitergibt – bis zu den Arbeiter*innen, die die Mode unter menschenunwürdigen Bedingungen fertigen. Unter dem Druck dieser öffentlichen Aufmerksamkeit haben viele Marken beteuert, in ihren Lieferketten sei alles in Ordnung. Die Arbeiter*innenorganisation Shramabhiani Kendraya hat nun im Auftrag der CIR in zehn sri-lankischen Zulieferfabriken von Primark und C&A überprüft, ob die von den Marken versprochenen Arbeitsrechte und existenzsichernden Löhne eingehalten werden. Fazit: Es gibt massive Verstöße gegen das sri-lankische Arbeitsrecht und die Zulieferkodizes der Marken. Doch das ist, wie in [Teil 2](#) zu lesen ist, keinesfalls nur den Zulieferern anzulasten.

Arbeitsbedingungen in der Lieferkette von Primark und C&A in Sri Lanka

Rajitha Anuradha Somarathna und Lakmali Hemachandra (beide von Shramabhimani Kendraya); aus dem Englischen von Martin Schu

Shramabhimani Kendraya (Würde der Arbeit) ist eine Arbeiter*innenorganisation, die einen auf juristischer Grundlage basierenden Ansatz zur Stärkung armer Bevölkerungsgruppen und zur Bekämpfung von Armut verfolgt. Wir sind hauptsächlich in Textilfabriken, aber auch in anderen Betrieben in Sri Lanka aktiv. Diese Befragung führten wir für die Christliche Initiative Romero in 10 Fabriken in Sri Lanka durch, die für Primark und/oder C&A produzieren. 76 Arbeiter*innen wurden dabei Fragen zu folgenden Themen gestellt: Lohn, Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz, Vereinigungsfreiheit und Recht auf Tarifverhandlungen. Die Befragung wurde in folgenden Fabriken durchgeführt:¹



Produzenten für C&A:

- Eskimo Pvt Ltd - Negombo (3500 Beschäftigte)
- Timex Garment - Wattala (350 Beschäftigte)
- Timex Garment - Kadawatha (500 Beschäftigte)
- EAM Maliban Textile - Wattala (500 Beschäftigte)
- Lanka Washing Unit - Seeduwa (200-300 Beschäftigte)
- Regal Calibre - Kiriella (400 Beschäftigte)
- Paradise Toys Private Limited - Mabola (1300-1500 Beschäftigte)

PRIMARK®

Produzenten für Primark:

- Norwood Fashion - Hatton (700 Beschäftigte)
- Rich Light Apparel - Rathanapura (400 Beschäftigte)
- Triple Safety Private Ltd - Narammala (1250 Beschäftigte)
- Lanka Washing Unit - Seeduwa (200-300 Beschäftigte)
- Regal Calibre - Kiriella (400 Beschäftigte)
- Paradise Toys Private Limited - Mabola (1300-1500 Beschäftigte)

Die Ergebnisse des Berichts basieren ausschließlich auf den Aussagen der befragten Arbeiter*innen. Aufgrund der Zurückhaltung vonseiten der Arbeiter*innen (vor allem aus Angst vor negativen Konsequenzen), sich zu ihren Arbeitsbedingungen zu äußern, können die Informationen jedoch lückenhaft sein. Beim Befragen von Arbeiter*innen von Regal Calibre in Gampaha versuchte eine Personengruppe, die sich selbst als Dorfbewohner*innen ausgab, die Rechercheure einzuschüchtern. Deshalb können die Informationen dieser Befragung nicht als vollständig angesehen werden, da sie nur ein unzureichendes Bild der differenzierteren Aspekte der Arbeitsbedingungen in der Bekleidungsindustrie darstellen. Da es in den Betrieben keine Gewerkschaften gibt, sind die Arbeiter*innen besonders anfällig für eine ungerechte Behandlung vonseiten des Managements und viele Arbeiter*innen trauen sich nicht, Informationen preiszugeben.

Sechs der untersuchten Fabriken liegen in den städtischen Gebieten der Westprovinz und näher an der Handelshauptstadt des Landes, Colombo. Vier liegen in ländlichen Gemeinden außerhalb der Westprovinz. Die Befragung zeigt, dass die Entfernung zwischen Arbeits- und Herkunftsort Folgen für die vielen Arbeitsmigrant*innen aus den ländlichen Gebieten hat, im Hinblick auf die Fahrtkosten und die Zeit, die sie mit ihren Familien verbringen können. Die Löhne an den städtischen Standorten sind etwas höher als in den ländlichen Bereichen.

Ländliche Standorte

- Rich Light Apparel - Rathanapura
- Regal Calibre - Kiriella
- Norwood Fashion - Hatton
- Triple Safety Private Ltd - Narammala

Städtische Standorte - Westprovinz

- Timex Garment - Wattala
- Eskimo Pvt Ltd - Negombo (Sonderwirtschaftszone)
- Paradise Toys Private Limited - Mabola
- Lanka Washing Unit - Seeduwa (Sonderwirtschaftszone)
- EAM Melbnd Textile - Wattala
- Timex Garment - Kadawatha

Die Befragungsdaten geben die Grundlöhne und Überstunden der Arbeiter*innen wieder. Daten zu den Löhnen für Überstunden und Arbeitszeiten zeigen, dass die Löhne der Arbeiter*innen inklusive Überstunden über dem gesetzlichen Mindestlohn liegen, der jedoch für die Standard-Arbeitswoche ohne Überstunden zu bezahlen ist. Es besteht jedoch eine erhebliche Diskrepanz zwischen dem Lohn, den die Arbeiter*innen mit nach Hause nehmen, und einem existenzsichernden Lohn. In keiner der Fabriken ist eine Gewerkschaft aktiv. Aussagen der Arbeiter*innen zeigen auch, dass viele sich des Vorhandenseins von Gewerkschaften im Allgemeinen nicht bewusst sind. In einigen Fabriken trafen Versuche, eine gewerkschaftliche Präsenz aufzubauen, auf Widerstand, und zwar bei Regal Calibre, Norwood Fashion und Timex Garment in Wattala. Es herrscht stillschweigende Übereinkunft unter den Beschäftigten, dass der Versuch zur Organisation einer Betriebsgewerkschaft mit Entlassung geahndet wird.

Alle Fabriken werden regelmäßig von einem Betriebsarzt besucht. Zudem gibt es medizinische Pflegekräfte. Obwohl die Antworten der Arbeiter*innen auf deren Zufriedenheit mit der medizinischen Versorgung hindeuten, klagen doch die meisten von ihnen über körperliche Schmerzen beziehungsweise Rückenschmerzen aufgrund ihrer stehenden Tätigkeit. In einer Fabrik wurde eine Hauterkrankung festgestellt, die durch den Einsatz von Chemikalien verursacht wird.

Arbeiter*innen reagieren positiv auf Sozialaudits von Auftraggebern in den Fabriken. Dies liegt vor allem daran, dass sie während des Audits weniger arbeiten müssen und besser behandelt werden. Arbeiter*innen assoziieren die weniger strengen Arbeitsbedingungen mit dem Sozialaudit. Sie waren jedoch nicht davon überzeugt, dass sich ihre Arbeitsbedingungen dadurch dauerhaft positiv verändern würden.

Dieser Bericht bietet eine rechtliche und soziologische Analyse der Lieferkette und zeigt die Folgen illegaler Arbeitsbedingungen für die Arbeiter*innen.

Stellungnahmen von C&A und Primark

Die CIR hat C&A und Primark vorab über die Rechercheergebnisse informiert und um Stellungnahme gebeten.

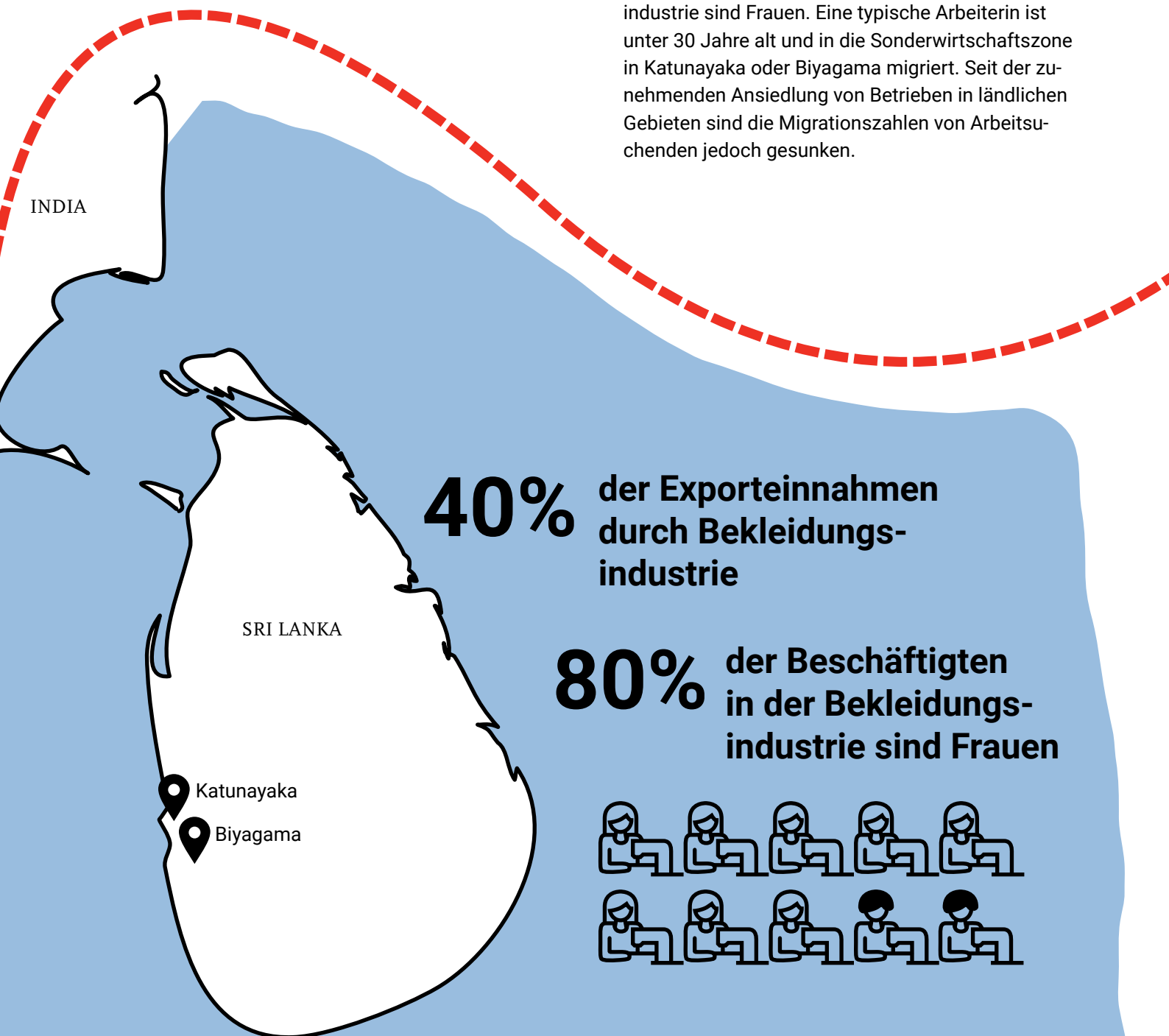
C&A bestätigte die Produktion in fünf der genannten Fabriken, bestritt jedoch die Produktion in den Fabriken von Timex in Wattala und Kadawatha und verweist auf die veröffentlichte Zulieferer-Liste, in der die beiden Produktionsstätten nicht aufgeführt sind. Diese Liste deckt aber nur die Fertigungsstufen 1 und 2 ab. Unsere mehrmalige Nachfrage, ob es sich um eine niedrigere Produktionsstufe oder eine Unterauftragsvergabe handeln könnte, beantwortete C&A nicht. Sowohl die Arbeiter*innen der Timex-Fabriken und die Unternehmenswebseite von Timex nennen C&A als Auftraggeber. Deshalb werden die zwei Timex-Fabriken hier aufgeführt.

Primark bestätigte einige der von der CIR dokumentierten Missstände in den Fabriken Rich Light Apparel, Triple Safety Private Ltd und Regal Calibre. Bezüglich zu ergreifender Maßnahmen beteuerte Primark, schon eng mit den Lieferanten zusammenzuarbeiten und dass sie die Entwicklung weiter beobachteten. Primark teilte zudem mit, die Geschäftsbeziehungen zu Norwood Fashion 2018 eingestellt zu haben. Lanka Washing Unit und Paradise Toys Private Ltd seien keine von Primark autorisierten Zuliefer-Fabriken. Die befragten Arbeiter*innen hatten die Produktion von Primark-Produkten jedoch klar bestätigt. Eine Erklärung hierfür könnte sein, dass es sich um eine Unterauftragsvergabe handelt. Aus diesen Gründen werden die drei Fabriken hier aufgeführt.

Sri Lankas Bekleidungs- industrie Grundlegende Informationen

Sri Lankas Bekleidungsindustrie gehört zu den drei bedeutendsten Exportwirtschaftssektoren des Landes und ist für 40 % der gesamten Exporteinnahmen Sri Lankas verantwortlich. Zudem zählt sie auch zu den drei größten Devisenbringern des Landes. An der weltweiten Bekleidungsindustrie hat Sri Lanka jedoch nur einen Anteil von weniger als 5 % und ist daher auf globaler Ebene kein wichtiger Akteur. In Sri Lanka hergestellte Kleidung wird von den lokalen Herstellern gerne als „fair gehandelt“ angepriesen und viele von ihnen sind Mitglied einer Unternehmensinitiative namens „Garments without Guilt“.

Mehr als 80 % der Beschäftigten in der Bekleidungsindustrie sind Frauen. Eine typische Arbeiterin ist unter 30 Jahre alt und in die Sonderwirtschaftszone in Katunayaka oder Biyagama migriert. Seit der zunehmenden Ansiedlung von Betrieben in ländlichen Gebieten sind die Migrationszahlen von Arbeitssuchenden jedoch gesunken.



Nationaler Rechtsrahmen und internationale Standards

Nationaler Rechtsrahmen

Sri Lankas Bekleidungsindustrie hat im Zuge der Liberalisierung der Wirtschaft in den späten 1970er Jahren ein deutliches Wachstum erfahren. Dem neu eingerichteten Board of Investment, das sich damit befasst, ausländische Direktinvestitionen ins Land zu bringen, wurden weitreichende Befugnisse verliehen, sogenannte „Export Processing Zones“ (Sonderwirtschaftszonen) einzurichten. Zwei der ersten Zonen dieser Art, die durch den Board of Investment Act eingerichtet wurden, waren Katunayaka und Biyagama.

Der Board of Investments Act verfolgte anfangs das Ziel, Exportzonen von der Zuständigkeit des nationalen Arbeitsrechts auszunehmen, welches von den Investoren wie auch vom privaten Sektor als zu streng angesehen wurde. Jedoch wurde einer Klage beim Obersten Gerichtshof gegen diese Ausnahmestellung stattgegeben, sodass die Sonderwirtschaftszonen weiterhin in den Zuständigkeitsbereich der nationalen Arbeitsgesetzgebungen fallen.

Sri Lankas Arbeitsrecht stammt noch aus der Zeit vor der Liberalisierung der Wirtschaft des Landes und basiert auf einem starken dreigliedrigen Mechanismus der industriellen Arbeitsbeziehungen gemäß den Forderungen der Internationalen Arbeitsorganisation (IAO). Die wichtigsten Rechtsvorschriften der Bekleidungsindustrie sind:

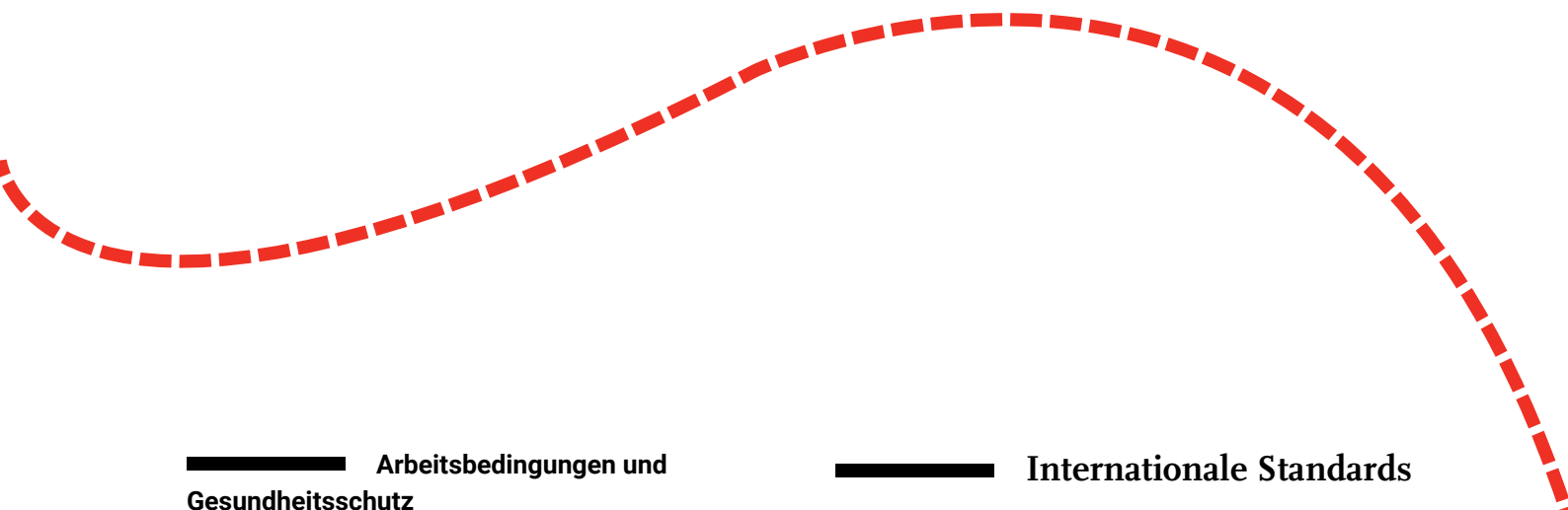
- Industrial Disputes Act No. 43, 1950
- Termination of Employment of Workmen's Act No. 45, 1971 (TEWA)
- Factories Ordinance No. 45, 1942
- Wages Boards Ordinance No. 43, 1941
- Trade Union Ordinance No. 14, 1935
- Workmen's Compensation Ordinance No. 19, 1934

Der Industrial Disputes Act und die Trade Union Ordinance befassen sich vor allem mit der Einrichtung eines Systems der industriellen Arbeitsbeziehungen unter Einbeziehung von Arbeitgebern, Gewerkschaften und Regierung. Gemäß dem Industrial Disputes Act ist ein ausgeklügeltes System zur Streitschlichtung vorgesehen, das auch Tarifverhandlungen, Vermittlung, Schiedsverfahren und Rechtsstreitigkeiten umfasst.

Die wichtigsten Rechtsvorschriften zur Regelung von Löhnen und Arbeitsbedingungen in der Bekleidungsindustrie sind: Termination of Employment of Workmen's Act (TEWA), Factories Ordinance, Wages Boards und Workmen's Compensation Ordinance. Abgesehen von TEWA stammen alle anderen Gesetze in Bezug auf die Arbeitsbedingungen in der Bekleidungsindustrie noch aus der Kolonialzeit beziehungsweise aus der Zeit vor der Liberalisierung der Wirtschaft. Entwicklungen in der Bekleidungsindustrie wurden somit nicht berücksichtigt und insbesondere Mechanismen zum Schutz der Arbeitnehmer*innenrechte nicht aktualisiert, um gegenwärtige Formen des Missbrauchs und der Ausbeutung von Arbeitnehmer*innen zu erfassen.

Löhne

Im Jahr 2016 verabschiedete die Regierung von Sri Lanka den National Minimum Wages of Workers Act No. 3, 2016, der 10.000 LKR (Sri-Lanka-Rupien, 51 Euro¹⁾) als Mindestlohn vorsieht. In der Bekleidungsindustrie gilt aufgrund des Systems der Wages Boards jedoch ein etwas höherer Mindestlohn. Der aktuelle Mindestgrundlohn in der Bekleidungsindustrie beträgt 15.500 LKR (79 Euro).



Arbeitsbedingungen und Gesundheitsschutz

Wages Boards und Factories Ordinances geben auch Rahmenvorgaben hinsichtlich Arbeitsbedingungen und Gesundheit am Arbeitsplatz vor. Deshalb sind für Belange im Zusammenhang mit Arbeitszeit, Überstunden, Nacharbeit und Arbeitssicherheit diese beiden Regelwerke maßgeblich.

Gemäß dem für die Textilindustrie relevanten Wages Board darf eine normale Arbeitswoche maximal 45 Stunden und ein Arbeitstag maximal 9 Stunden inklusive einer Stunde Pause betragen. Abschnitt 67 der Factories Ordinance räumt maximal 12 Überstunden pro Woche für weibliche Beschäftigte ein. Somit beträgt die maximale Wochenarbeitszeit einschließlich Überstunden für weibliche Beschäftigte 57 Stunden. Für Männer dagegen ist die Zahl der wöchentlichen Überstunden nicht beschränkt.

Bei Unfällen oder Arbeitsrisiken sieht die Workmen's Compensation Ordinance Entschädigungszahlungen vor.

Der Termination of Employment of Workmen's Act (TEWA) regelt die Beendigung des Arbeitsverhältnisses für alle Arbeiter*innen und sieht eine Entschädigungsregelung für den Fall einer Kündigung vor.

Gewerkschaftliche Organisation

Die Trade Union Ordinance und der Industrial Disputes Act sind die wichtigsten Rechtsvorschriften in Bezug auf Arbeitsbeziehungen. Der Industrial Disputes Act schützt zudem auch das Recht auf Tarifverhandlungen sowie das Vereinigungsrecht. Darüber hinaus erkennt auch die Verfassung von Sri Lanka die Vereinigungsfreiheit als Grundrecht an.

Internationale Standards

Die Internationale Arbeitsorganisation (IAO) hat 8 Übereinkommen als Kernarbeitsnormen zur Gewährleistung grundlegender Arbeitsrechte identifiziert. Diese Normen sind auch in der IAO-Erklärung über die grundlegenden Prinzipien und Rechte bei der Arbeit (1998) enthalten.

Die Kernarbeitsnormen sind:

- Übereinkommen über die Vereinigungsfreiheit und den Schutz des Vereinigungsrechtes, 1948 (Nr. 87)
- Übereinkommen über das Vereinigungsrecht und das Recht zu Kollektivverhandlungen, 1949 (Nr. 98)
- Übereinkommen über Zwangsarbeit, 1930 (Nr. 29)
- Übereinkommen über die Abschaffung der Zwangsarbeit, 1957 (Nr. 105)
- Übereinkommen über das Mindestalter für die Zulassung zur Beschäftigung, 1973 (Nr. 138)
- Übereinkommen über das Verbot und unverzügliche Maßnahmen zur Beseitigung der schlimmsten Formen der Kinderarbeit, 1999 (Nr. 182)
- Übereinkommen über die Gleichheit des Entgelts männlicher und weiblicher Arbeitskräfte für gleichwertige Arbeit, 1951 (Nr. 100)
- Übereinkommen über die Diskriminierung in Beschäftigung und Beruf, 1958 (Nr. 111)

Zusätzlich zu den Kernarbeitsnormen gibt es zahlreiche andere Übereinkommen in Bezug auf Arbeitsbedingungen, Löhne sowie Arbeitsbeziehungen. Die wichtigsten Übereinkommen sind jedoch Nr. 87 und 98, welche das Recht auf Vereinigungsfreiheit sowie das Recht auf Tarifverhandlungen schützen. Sie bilden zusammen einen verbindlichen internationalen Rechtsrahmen zum Schutz des Rechts von Arbeiter*innen, Gewerkschaften zu gründen und Tarifverhandlungen zu führen.



Übereinkommen über die Vereinigungsfreiheit und den Schutz des Vereinigungsrechtes, 1948 (C87)

Artikel 2 des Übereinkommens über die Vereinigungsfreiheit und den Schutz des Vereinigungsrechtes beschreibt das Recht von Arbeiter*innen, eine Organisation ihrer Wahl zu gründen und einer solchen Organisation beizutreten. Dies bedeutet, dass Arbeiter*innen das Recht haben, Gewerkschaften zu gründen und diesen beizutreten, ohne Einmischung oder Einflussnahme durch den Arbeitgeber oder die Regierung. Gewerkschaften sind autonome und unabhängige Körperschaften, die den Regeln unterliegen, welche ihre Mitglieder ihnen vorgeben.

Übereinkommen über das Vereinigungsrecht und das Recht zu Kollektivverhandlungen, 1949 (C98)

C87 (Vereinigungsfreiheit) und C98 (Vereinigungsrecht und Recht auf Kollektivverhandlungen) gewährleisten den Schutz von Arbeiter*innen vor gewerkschaftsfeindlicher Diskriminierung. Artikel 1(2) des Übereinkommens beschreibt spezifische Handlungen, durch die Arbeiter*innen daran gehindert werden sollen, einer Gewerkschaft beizutreten. Die Beschäftigung von Arbeiter*innen nur unter der Voraussetzung, dass sie keiner Gewerkschaft beitreten beziehungsweise ihre Gewerkschaftsmitgliedschaft aufgeben sowie die Entlassung von Arbeiter*innen oder jegliche andersgeartete Benachteiligung von Arbeiter*innen aufgrund ihrer Mitgliedschaft oder Tätigkeit in einer Gewerkschaft sind als gewerkschaftsfeindliche Diskriminierung definiert.

Nationaler und internationaler Rechtsrahmen zur Beurteilung der Lieferkette von Primark und C&A

Die von den Arbeiter*innen bereitgestellten Informationen werden in erster Linie anhand der Aspekte Löhne, Arbeitssicherheit und gewerkschaftliche Organisation betrachtet, um zu sehen, ob inländische Rechtsvorschriften in Bezug auf Löhne und Arbeitsbedingungen sowie internationale Vorgaben (insbesondere C87 und C98) in der Lieferkette von Primark und C&A in Sri Lanka eingehalten werden.

Ergebnisse der Befragung

Löhne und Überstunden

Laut den gesetzlichen Bestimmungen in Sri Lanka darf eine normale Arbeitswoche maximal 45 Stunden betragen. In dieser Regelzeit müssen die Arbeiter*innen im Bekleidungssektor einen Lohn von mindestens 15.500 LKR (79 Euro) bekommen. Außerdem gilt ein gesetzliches Maximum von 12 Überstunden pro Woche für weibliche Beschäftigte. Somit beträgt die maximale Wochenarbeitszeit einschließlich Überstunden für weibliche Beschäftigte 57 Stunden. Die Realität weicht davon teils gravierend ab.

14.500 LKR 73 €	Geringster Lohn unter den Befragten
15.500 LKR 79 €	gesetzlicher Mindestlohn
15.912 LKR 81 €	Durchschnittlicher Lohn der Befragten in der regulären Arbeitszeit
22.965 LKR 117 €	Durchschnittlicher realer Lohn der Befragten inkl. Überstunden
30.000 LKR 153 €	Geschätzter Basis-Existenzlohn laut den Befragten
58.093 LKR 296 €	Existenzsichernder Lohn nach Berechnung der Asia Floor Wage Alliance ²



Grafik 1: Vergleich zwischen Gesetz und Wirklichkeit: Löhne (pro Monat) und Arbeitsstunden (pro Woche)

Über 50 % der befragten weiblichen Beschäftigten machen mehr Überstunden als gesetzlich erlaubt.

35 von 76 (46 %) verdienen in der regulären Arbeitszeit weniger als den Mindestlohn.

28 von 76 Arbeiter*innen (37 %) stempeln nach der maximal erlaubten Anzahl von 45 Wochenstunden aus, arbeiten dann aber trotzdem ohne Überstundenzuschlag weiter.

Die Übersicht der Löhne und Überstunden zeigt jeweils im Durchschnitt die monatlichen Löhne der Befragten, die tatsächlichen Arbeitsstunden pro Woche und wie viele davon als Überstunden vergütet wurden. Die befragten Arbeiter*innen waren im Mittel 21 Jahre jung.



Eskimo Fashion

Lohn: 117 Euro
Arbeitsstunden: 60
Überstunden: 14

Timex

Monatslohn: 141 Euro
Arbeitsstunden: 67
Überstunden : 16

EAM Maliban

Lohn: 133 Euro
Arbeitsstunden: 60
Überstunden: 13



PRIMARK®

Lanka Washing

Lohn: 119 Euro
Arbeitsstunden: 55
Überstunden: 12

Regal Calibre

Lohn: 109 Euro
Arbeitsstunden: 58
Überstunden: 11

In der C&A-Zulieferfabrik Timex gab eine 18-jährige Arbeiterin an, trotz 15 Überstunden pro Woche nur 18.500 LKR (94 Euro) im Monat zu verdienen. In der regulären Arbeitszeit (also abzüglich Überstunden und Zuschlägen) verdient sie mit 11.807 LKR (61 Euro) weniger als der gesetzlich dafür vorgesehene Mindestlohn von 15.500 LKR (79 Euro).

Bei Puppenhersteller Paradise Toys verdient ein 18-Jähriger nach eigenen Angaben trotz regelmäßigen Überstunden weniger als den gesetzlichen Mindestlohn. Um annähernd genug zu verdienen, um die Familie zu ernähren, machen hier alle Befragten Überstunden. Ein Mann und eine Frau gaben an, wöchentlich 80 Stunden zu arbeiten – weit über die gesetzliche Höchstarbeitsdauer für Frauen in Sri Lanka.



PRIMARK®

Paradise Toys Pvt Ltd

Lohn: 112 Euro

Arbeitsstunden: 64

Überstunden: 19

Eine der Befragten bei Eskimo Fashion gab an, 72 Stunden pro Woche zu arbeiten, was die gesetzliche Höchstzahl an Überstunden um mehr als 100 % überschreitet.

PRIMARK®

Norwood Fashion

Lohn: 112 Euro

Arbeitsstunden: 55

Überstunden: 12

Eine der Befragten bei EAM Maliban gab an, 69 Stunden pro Woche zu arbeiten, was die gesetzliche Höchstzahl an Überstunden um 100 % überschreitet.

Rich Light

Lohn: 113 Euro

Arbeitsstunden: 56

Überstunden: 9

Regal Calibre beliefert sowohl Primark als auch C&A. Hier arbeiten drei der befragten Arbeiterinnen mehr als die gesetzlich erlaubten 57 Stunden pro Woche.

Triple Safety

Lohn: 100 Euro

Arbeitsstunden: 55

Überstunden: 8

Bei Primark-Zulieferer Triple Safety kommt ein Drittel der Befragten nur mit 5 Überstunden pro Woche auf den staatlichen Mindestlohn, was gesetzeswidrig ist. Bei zwei Arbeiterinnen wird die gesetzliche Grenze von 57 Arbeitsstunden pro Woche überschritten.

■ Laut der Internationalen Arbeitsorganisation ist Sri Lanka eines der Exportländer für Bekleidung, in dem ungelernten Arbeiter*innen die niedrigsten Mindestlöhne gezahlt werden.

Unter den 76 befragten Arbeiter*innen mussten 82 % mehr als 10 Überstunden leisten, um ihren momentanen Monatslohn zu verdienen. 88 % der Arbeiter*innen verdienen einen Monatslohn zwischen 20.000 LKR und 30.000 LKR (102-153 Euro). Der durchschnittliche Monatslohn beträgt 23.090 LKR (118 Euro) bei durchschnittlich 12 Überstunden pro Woche. Dies bedeutet, dass jede Arbeiter*in täglich etwa 2 zusätzliche Stunden in Form von Überstunden arbeitet. Lediglich für die Buchführung wird nach acht Stunden ausgestempelt und danach weitergearbeitet. Oft werden diese regelmäßigen Überstunden ohne Überstundenzuschlag vergütet.

In 8 Fällen wurde die gesetzliche Obergrenze für Überstunden (12 Stunden pro Woche für Frauen³) überschritten, in 2 Fällen sogar um das Doppelte. Beide Fälle ereigneten sich bei Paradise Toys (Pvt) Ltd. Die Daten zeigen auch, dass die Arbeiter*innen, die keine Überstunden leisteten, meist deutlich weniger als 25.000 LKR (127,50 Euro) erhielten, und zwar eher den Mindestgrundlohn von 15.500 LKR (79 Euro). Überstunden dienen also inzwischen zum Aufstocken des Grundlohns, um Grundbedürfnisse erfüllen zu können.

Dies wird auch bestätigt durch die Aussagen der Arbeiter*innen. Die meisten von ihnen gaben an, dass sie Überstunden machen, um genügend Geld zu verdienen, um für Grundbedürfnisse wie Lebensmittel und Bildung für sich und ihre Familie aufkommen zu können.

In Ermangelung eines angemessenen Mindestlohns in der Lieferkette sind die Arbeiter*innen gezwungen,

Überstunden zu leisten, um einen existenzsichernden Lohn zu verdienen. Überstunden sind sozusagen fester Bestandteil der Arbeitszeit der Arbeiter*innen, was einen Verstoß gegen die Vorgabe von 8 Stunden pro Arbeitstag bedeutet (Übereinkommen Nr. 1 der IAO über die Arbeitszeit in gewerblichen Betrieben, 1919).

Übermäßige und verpflichtende Überstunden führen auch zu erhöhten Gesundheitsrisiken und beschneiden die Freizeit, welche die Arbeiter*innen mit ihren Familien verbringen können. Mehrere weibliche Beschäftigte mit Kindern gaben an, dass sie, seit sie Kinder bekommen haben, keine Überstunden mehr leisten, um mehr Zeit für ihre Kinder zu haben. Doch ohne das zusätzliche Geld, das sie zuvor mit den Überstunden verdienten, ist ihr Lohn nun erheblich geringer. Dadurch vergrößert sich auch das Lohngefälle zwischen weiblichen und männlichen Beschäftigten.

Verheiratete Arbeiterinnen sind besonders benachteiligt, weil es in erster Linie an ihnen liegt, der elterlichen Sorgepflicht nachzukommen und sie dadurch in ihrer Erwerbsfähigkeit eingeschränkt sind. So berichtete zum Beispiel eine Arbeiterin von Paradise Toys (Pvt) Ltd, eine alleinerziehende Mutter, dass ihr ein Grundlohn von 20.000 LKR (102 Euro) erlauben würde, weniger Überstunden zu leisten und so mehr Zeit mit ihren Kindern zu verbringen. Im Augenblick arbeitet sie 35 Überstunden pro Woche, das heißt 23 Stunden über dem gesetzlichen Höchstwert.

Da die Arbeitskräfte in der sri-lankischen Bekleidungsindustrie in erster Linie Frauen sind, würden

höhere Mindestlöhne dazu beitragen, die Armut unter weiblichen Beschäftigten zu reduzieren.

In Sri Lanka sind mehr als 80 % der Beschäftigten in der Bekleidungsindustrie weiblich und nur 20 % männlich. Von den Befragten waren 65 % Frauen und 35 % Männer. Wenn sowohl weibliche als auch männliche Beschäftigte höhere Mindestlöhne verdienen würden, wären viele nicht mehr gezwungen, so viele Überstunden zu leisten, womit eine durchschnittliche tägliche Arbeitszeit von 8 Stunden problemlos möglich wäre. Laut der Internationalen Arbeitsorganisation ist Sri Lanka eines der Exportländer für Bekleidung, in dem ungelernten Arbeiter*innen die niedrigsten Mindestlöhne gezahlt werden⁴.

Die Mehrheit der Arbeiter*innen gab an, dass sie nur sonntags Zeit mit ihrer Familie und ihren Lieben verbringen können. Arbeiter*innen, die infolge von Arbeitsmigration in die Fabriken gekommen sind, sagten aus, dass sie aufgrund der langen beziehungsweise übermäßig langen Arbeitszeiten kaum Zeit fänden, in ihre Dörfer zurückzureisen und ihre Eltern und Familie zu besuchen. Eine weitere Sorge, die sie von regelmäßigen Besuchen zu Hause abhält, sind die Reisekosten. 68 % der Befragten sind der Meinung, dass ihre übermäßig langen Arbeitszeiten ihre Beziehung zu ihrer Familie beeinträchtigen.

95 % der Arbeiter*innen in ländlichen Betrieben pendeln zwischen ihrem Zuhause und ihrem Arbeitsplatz. 80 % der Arbeiter*innen in städtischen Betrieben wohnen dagegen in Wohnheimen. Sie kommen aus ländlichen Gebieten und glauben, dass das Gehaltsniveau höher ist als in ländlichen Textilfabriken der Westprovinz. Sie reisen nicht regelmäßig nach Hause. In der Regel tun sie dies nur einmal im Monat für einen oder zwei Tage. An Vesakh, hinduistischen Feiertagen und Weihnachten erhalten sie Urlaub, jedoch meist nur ein oder zwei Tage. Im Rahmen unserer Befragungen sprachen wir mit drei tamilischen Arbeiter*innen von Timex, die sogar an Weihnachten arbeiten mussten.

Die meisten Arbeiter*innen gaben an, dass ihre aktuellen Löhne gerade dafür reichten, Lebensmittel zu kaufen und andere Grundbedürfnisse für sich und ihre Familie zu erfüllen. 65 % der Befragten antworteten, dass sie ihre Familie versorgen müssten. Sie seien zwar nicht die einzigen Brotverdiener in ihrer Familie, jedoch sei ihr Beitrag unerlässlich, damit ihre Familie überleben könne. Arbeiter*innen mit Kindern

müssen ihre Kinder, unverheiratete Arbeiter*innen ihre Eltern versorgen. Viele unverheiratete Arbeiter*innen schicken ihren Eltern regelmäßig einen festen Geldbetrag.

Viele Arbeiter*innen sagten aus, dass ihre Löhne nicht ausreichten, um ihre Familie mit nahrhaften Lebensmitteln zu versorgen. Eine weibliche Beschäftigte mit Kleinkind gab an, dass sie die Bedürfnisse ihres Kindes über ihre eigenen Bedürfnisse bezüglich Lebensmittel und Kleidung stelle.

Andere sagten, dass ihr Lohn gerade für Lebensmittel und Kleidung reiche, jedoch nicht für das Finanzieren der Bildung ihrer Kinder, um ein Haus zu bauen und gar um etwas beiseitezulegen. Eine Arbeiter*in von Triple Safety in Narammala erzählt:

„Ich arbeite nun seit 8 Jahren, aber nichts hat sich geändert. Ich würde diese Arbeit keinem empfehlen. Unsere Löhne sind sehr niedrig. Sogar zum Kaufen der Grundausstattung für unsere Häuser mussten wir einen Kredit aufnehmen. Unsere Gehälter reichen aber nicht aus, um die anfallenden Raten zu zahlen. Wir können nicht einmal die Lebensmittel kaufen, die wir brauchen. Wir wollen doch nur einen existenzsichernden Lohn.“

Selbst mit übermäßig vielen Überstunden (manchmal unter Verletzung der nationalen gesetzlichen Obergrenzen) haben Arbeiter*innen zu kämpfen, genügend zu verdienen, um den Lebensunterhalt für ihre Familie zu bestreiten. Wohnraum, Bildung und Gesundheit treten dabei in den Hintergrund oder die Arbeiter*innen sind gezwungen, zur Erfüllung von Grundbedürfnissen Kredite (gegebenenfalls auch „informeller“ Art) aufzunehmen. Mehrere Arbeiter*innen sagten, dass sie mit ihrem Lohn auch Ratenrückzahlungen für Schulden beglichen. Eine Arbeiterin gab an, dass sie die Leasingrate für das motorisierte Dreirad ihres Bruders bezahlen müsse, mit dem dieser seinen eigenen Lebensunterhalt verdient. 42

der 76 Befragten sind die primären Verdienere in ihrer Familie. Weibliche Beschäftigte teilen die wirtschaftliche Belastung in ihren Familien gleichberechtigt mit ihrem Partner.

Ein weiterer Grund, warum Arbeiter*innen Überstunden leisten, besteht darin, Zielvorgaben des Arbeitgebers zu erfüllen. Bei Timex gaben Arbeiter*innen an, dass übermäßig viele Überstunden nach Sozialaudits reduziert wurden. Dies zeigte allerdings nur geringe Auswirkungen, da anschließend ihre Zielvorgaben erhöht wurden. So wird auch innerhalb der zulässigen Arbeitszeit ein unmenschliches Arbeitspensum verlangt. Eine Arbeiter*in von Timex sagte, dass die Arbeiter*innen in ihrem Betrieb keine Pause einlegen dürfen, um zu trinken.

Eine alleinerziehende Beschäftigte von Eskimo Pvt Ltd berichtete:

„Es ist nun 9 Jahre her, dass mich mein Mann verlassen hat. Ich habe für meine zwei Kinder zu sorgen und wohne bei meinen Eltern. Mein Gehalt reicht nicht aus, um sie zu versorgen. Doch wegen der Kinder kann ich nicht weiter weg arbeiten und muss deshalb in diesem Job bleiben.“

Eine Übersicht über das Lohnniveau in der Lieferkette zeigt, dass die meisten Arbeiter*innen den Mindestlohn von 15.500 LKR (79 Euro) erhalten. (Eine Ausnahme stellt Paradise Toys dar. Dort werden „Puppen“ produziert. Deshalb wird das Werk von den Menschen dort auch als „Doll Factory“ bezeichnet. Die Fabrik produziert keine Textilien, sondern nur Spielzeug für Primark und C&A.) Doch die Lücke zwischen Mindestlohn und Existenzminimum zwingt die Arbeiter*innen dazu, obligatorisch Überstunden zu leisten, wodurch sich ihr regulärer Arbeitstag um mindestens 2 Stunden verlängert. Es gibt auch Fälle, in denen die Überstundenzahl über der gesetzlich zulässigen Obergrenze liegt. Die Arbeiter*innen sind der Meinung, dass durch eine Erhöhung des Mindestlohns die Anzahl an Überstunden sinken würde und sich so ein 8 Stunden-tag nach internationalen Standards einhalten ließe.

Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz

Alle der 76 Befragten berichteten, dass ihre Fabrik eine medizinische Pflegekraft beschäftige und ein Betriebsarzt regelmäßig das Werk besuche, um sich der gesundheitlichen Anliegen der Arbeiter*innen anzunehmen. Die Arbeiter*innen sind mit den medizinischen Leistungen ihres Betriebs weitgehend zufrieden.

Keine der Arbeiter*innen hatte einen Arbeitsunfall erlitten. Eine Arbeiter*in berichtete jedoch von einer Freund*in, die sich bei einem Arbeitsunfall die Hände verletzt hatte.

Dies soll jedoch nicht heißen, dass in den untersuchten Fabriken keine Arbeitsrisiken bestehen. Bei Timex dürfen Arbeiter*innen während der Arbeit nicht trinken. Eine Arbeiter*in sagte, dass zwar ein Arzt regelmäßig die Fabrik besuche, für jegliche Art von Beschwerden jedoch nichts anderes als Paracetamol verabreiche. Eine sorgfältige Betreuung der Arbeiter*innen scheint es somit nicht zu geben.

Arbeiter*innen klagen häufig über Rückenschmerzen beziehungsweise körperliche Schmerzen. Diese werden durch ihre über Stunden hinweg gleichbleibende Arbeitshaltung in stehender Position verursacht. Nur zum Mittagessen dürfen sie sich setzen. Dies ist vor allem abhängig von der jeweiligen Rolle einer Arbeiter*in in der Textilfabrik.

Eine weibliche Beschäftigte steht gegen 5 Uhr morgens auf und kümmert sich um den Haushalt. Um 07.30 Uhr geht sie in die Fabrik, wo sie manchmal bis 22.00 Uhr arbeitet. Durch Arbeit und Haushalt ist sie somit überlastet und bekommt zudem nur wenige Stunden Schlaf. Zwei der Befragten waren alleinerziehende Mütter, die beide zu kämpfen haben, um über die Runden kommen, da sie auch für ihre betagten Eltern und ihre Kinder aufkommen müssen.

Bei Primark-Zulieferer Lanka Washing Unit erwähnten 4 von 8 Arbeiter*innen eine Hauterkrankung, die durch den Einsatz von Chemikalien verursacht wird. Detaillierte Informationen stehen diesbezüglich jedoch nicht zur Verfügung.

Bei Krankheit können sich die Arbeiter*innen in allen Fabriken zwar in einem Raum mit einem Tisch und einem Stuhl ausruhen und bei schlimmeren Erkrankungen einen Arzt konsultieren, die Fehlzeit wird

ihnen jedoch vom Lohn abgezogen.

Wegen niedriger Löhne können sich Arbeiter*innen keine nahrhaften Lebensmittel leisten, was sich wiederum nachteilig auf ihre Gesundheit auswirkt. Viele wohnen in Wohnheimen mit unzulänglichen Lebensbedingungen und die von den Fabriken bereitgestellten Lebensmittel sind nicht ausreichend nahrhaft. Im Jahr 2014 hatte eine Lebensmittelvergiftung im NEXT-Werk in Katunayake den Tod einer Arbeiter*in zur Folge.

Sicherheit und Gesundheit in der Bekleidungsindustrie kommt vonseiten der politischen Entscheidungsträger und Arbeitgeber jedoch keine angemessene Aufmerksamkeit zu. Die betrieblichen Gesundheitsbedingungen in der Bekleidungsindustrie werden durch die Factories Ordinance von 1942 geregelt.

Diese Verordnung wurde allerdings 40 Jahre vor der

Entwicklung der Bekleidungsindustrie eingeführt und seitdem nicht aktualisiert, um die spezifischen gesundheitlichen Anliegen in der Bekleidungsindustrie zu berücksichtigen. Da die Mehrheit der Beschäftigten in der Bekleidungsindustrie Frauen sind, besteht Bedarf, die Factories Ordinance um Schutzmaßnahmen zu ergänzen, die speziell auf die gesundheitlichen Anliegen von Frauen eingehen.

Gewerkschaftliche Organisierung und deren Diskriminierung

In 2 der 10 untersuchten Fabriken (EAM Maliban, Rich Light) gibt es einen Beschäftigtenbeirat (Employees' Council). In keiner der Fabriken ist eine Gewerkschaft aktiv. Im Gegensatz zu Gewerkschaften, bei denen es sich um freiwillige Arbeiter*innenorganisationen handelt, wird die Wahl der Mitglieder des „Beschäftigtenbeirats“ stark beeinflusst durch die Werksleitung und das Board of Investment, der Behörde, welche die Sonderwirtschaftszonen kontrolliert.

Im Jahr 2003 legte die Gewerkschaft Ceylon Mercantile, Industrial and General Workers Union beim Committee of Experts on Freedom of Association Beschwerde ein, da man der Meinung war, dass die Schaffung von „Beschäftigtenbeiräten“ die Gewerkschaftsrechte beschneide und gegen die Vereinigungs-

ungsfreiheit, das Vereinigungsrecht und das Recht auf Kollektivverhandlungen verstoße (Freedom of Association Cases, Case No. 2255, Sri Lanka).

Das Committee of Experts on Freedom of Association empfahl daraufhin, die Richtlinien des Board of Investment bezüglich Beschäftigtenbeiräten zu ändern und stellte fest, dass für den Fall, dass in einem Betrieb sowohl ein Beschäftigtenbeirat als auch eine Gewerkschaft gebildet würden, der Tarifvertrag mit der Gewerkschaft zu unterzeichnen sei.

Das Committee stellte ferner fest, dass, obwohl 149 von 287 Unternehmen (zum Zeitpunkt der Empfehlung) einen Beschäftigtenbeirat hatten, in keinem der Unternehmen ein Tarifvertrag abgeschlossen worden war.

Die Ergebnisse dieser Studie bestätigen auch, dass bei EAM Maliban und Rich Light trotz Beschäftigtenbeirat kein Tarifvertrag zwischen dem Arbeitgeber und dem Beirat unterzeichnet worden war. Das Vorhandensein eines Beschäftigtenbeirats in einer Fabrik gewährleistet somit nicht die Einhaltung der Übereinkommen 87 und 98 über die Vereinigungsfreiheit, das Vereinigungsrecht und das Recht zu Tarifverhandlungen.

Artikel 14 (c) und 14 (d) der Verfassung von Sri Lanka garantieren jedem Bürger die Vereinigungsfreiheit sowie die Freiheit, eine Gewerkschaft zu gründen beziehungsweise einer Gewerkschaft beizutreten. Abschnitt 32(A) des Industrial Disputes Act No. 43, 1950, untersagt Arbeitgebern unfaire Arbeitspraktiken. Das Recht, eine Gewerkschaft zu gründen beziehungsweise einer Gewerkschaft beizutreten sowie Tarifverhandlungen sind somit fest im sri-lankischen Recht verankert. Unfaire Arbeitspraktiken und Diskriminierung gegenüber Arbeiter*innen, die versuchen, Gewerkschaften zu bilden, ist jedoch nach wie vor weit verbreitet, vor allem in den Sonderwirtschaftszonen, wo sich die Bekleidungsindustrie konzentriert.

Der Status dieser Rechte bei den untersuchten Fabriken lässt sich wie folgt zusammenfassen:

Lanka Washing Unit:

Alle acht befragten Arbeiter*innen gaben an, dass Lanka Washing Unit das Bilden von Gewerkschaften nicht erlaube. Beschwerden über die Arbeitsbedingungen werden gewöhnlich der Personalleitung oder der direkten Führungskraft gegenüber vorgebracht.

Eskimo Fashion (Pvt) Ltd:

Acht Arbeiter*innen berichteten, dass Gewerkschaften in der Fabrik nicht erlaubt seien. Eine der Arbeiter*innen meinte sogar, dass die Arbeiter*innen überhaupt nicht wüssten, was eine Gewerkschaft ist.

Paradise Toys (Pvt) Ltd:

In dem Betrieb ist keine Gewerkschaft aktiv und Beschwerden werden in der Regel an die Personalleitung gerichtet.

Rich Light Apparel:

Bei Rich Light gibt es zwar keine Gewerkschaft, jedoch einen Beschäftigtenbeirat. Die Arbeiter*innen gaben an, dass das Management einen Beschäftigtenbeirat vorziehe. Drei der acht befragten Arbeiter*innen bezeichneten den Beschäftigtenbeirat auch als Gewerkschaft, was bestätigt, dass die Arbeiter*innen nicht wissen, was eine Gewerkschaft ist.

Timex (Pvt) Ltd:

Gewerkschaften sind in der Fabrik nicht erlaubt und Arbeiter*innen werden davor gewarnt, keinen „sabotierenden Tätigkeiten“ nachzugehen, wie zum Beispiel eine Gewerkschaft zu bilden. Eine Arbeiter*in identifizierte die Notwendigkeit einer Gewerkschaft als Mittel, um gegen zu hoch angesetzte Produktionsziele vorzugehen.

EAM Maliban:

Es gibt einen Beschäftigtenbeirat, jedoch keine Gewerkschaft.

Norwood Fashion:

Es gibt keine Gewerkschaft und die Arbeiter*innen glauben, dass das Management keine Gewerkschaft will, da der Versuch, eine Gewerkschaft zu bilden, vom Management vereitelt wurde.

Regal Calibre:

Es gibt keine Gewerkschaft und die befragten Arbeiter*innen glauben, dass das Management keine Gewerkschaft will.

Triple Safety:

Es gibt keine Gewerkschaft in der Fabrik und die Arbeiter*innen sind sich ihres Rechts zur Gründung einer Gewerkschaft nicht bewusst. Im Gegensatz zu vielen anderen Betrieben ist in diesem Werk kein Mechanismus für anonyme Beschwerden vorhanden.

Alle untersuchten Fabriken zeigten eine ablehnende Haltung gegenüber Gewerkschaften und hatten verschiedene Maßnahmen ergriffen, um die Arbeiter*innen an der Bildung von Gewerkschaften zu hindern. Dabei kam es zu präventiven Maßnahmen gegen die Bildung eines Beschäftigtenbeirats, Abmahnungen in Bezug auf die Bildung von Gewerkschaften bis hin zu Gegenmaßnahmen gegen Bemühungen zur Bildung von Gewerkschaften. Es herrscht stillschweigende Übereinkunft unter den Arbeiter*innen, dass der Versuch zur Bildung einer Gewerkschaft unweigerlich mit Entlassung geahndet wird. Viele Arbeiter*innen sind sich nicht bewusst, dass sie ein Grundrecht haben, Gewerkschaften zu bilden beziehungsweise einer Gewerkschaft beizutreten.

Da es keine Gewerkschaften gibt, müssen sich die Arbeiter*innen mit ihren Beschwerden an die Personalleitung, ihre Vorarbeiter*in oder ihre Führungskraft wenden. Alle untersuchten Fabriken haben einen Mechanismus für anonyme Beschwerden in Form eines „Kummerkastens“.

Niedriglöhne, Verletzungen von Arbeitsnormen und fehlende Arbeitssicherheit deuten jedoch darauf hin, dass eventuell vorhandene Mechanismen keine Wirkung zeigen.

Keine der Fabriken hat einen Tarifvertrag mit ihren Beschäftigten unterzeichnet. Dies deutet darauf hin, dass die Arbeits- und Beschäftigungsbedingungen gänzlich von den Werksleitungen diktiert werden. Die Arbeiter*innen haben somit keine Möglichkeit zur Beeinflussung ihrer Arbeitsbedingungen durch Tarifverhandlungen, um bereits identifizierte Probleme in Bezug auf Löhne, Arbeitssicherheit und Produktionsziele zu beheben.

Der Schutz von Vereinigungsfreiheit, Vereinigungsrecht und Tarifverhandlungen gemäß nationalen und internationalen Rechtsvorschriften ist von entscheidender Bedeutung, um den Schutz der Beschäftigtenrechte zu gewährleisten und die Position von Arbeiter*innen bei Verhandlungen mit dem Arbeit-

geber zu stärken. Daher ist es sehr wichtig, sicherzustellen, dass diese Fabriken einen demokratischen Raum schaffen, der frei von unfairen Arbeitspraktiken und Diskriminierung ist, um die Bildung von Gewerkschaften zu fördern.

Entsprechen die Ergebnisse dem Zuliefererkodex von Primark und C&A?

Verhaltensrichtlinien für Lieferanten von Primark und C&A beschreiben die von Lieferanten einzuhaltenden Standards des jeweiligen Unternehmens.

Die Verhaltensrichtlinien beider Unternehmen enthalten folgende Vorgaben:

- a. Die Ausübung des Rechts auf Vereinigungsfreiheit sowie das Recht auf Tarifverhandlungen sind zu respektieren,
- b. Arbeitsbedingungen müssen sicher und hygienisch sein,
- c. Löhne sollen ausreichen, um Grundbedürfnisse zu erfüllen und ein bescheidenes frei verfügbares Einkommen zur Verfügung zu stellen,
- d. Überstunden dürfen nicht regelmäßig verlangt werden,
- e. Übermäßig lange Arbeitsstunden sind nicht zulässig.

Allerdings zeigt die Befragung von sri-lankischen Arbeiter*innen in der Lieferkette von Primark und C&A, dass die lokalen Lieferanten die von ihnen verlangten Vorgaben nicht erfüllen. Wie vorstehend dargelegt, gibt es eklatante Verstöße in Bezug auf die Vereinigungsfreiheit und das Recht auf Tarifverhandlungen sowie bei Löhnen und Arbeitszeiten.

Alle befragten Arbeiter*innen gaben an, dass Auditoren, die sie als Vertreter der Marken, für die sie produzieren, identifizierten, die Fabriken besuchen. Sie berichteten auch, dass sie während der Besuche der Auditoren weniger zu arbeiten hatten und besser behandelt wurden. Daher sehen die Arbeiter*innen Audits als etwas Positives. Doch abgesehen von einer vorübergehenden Besserung wurden durch Audits keine nachhaltigen Veränderungen bewirkt. So wurden zum Beispiel (wie bereits beschrieben) im Zuge eines Audits die übermäßig vielen Überstunden reduziert, dafür jedoch anschließend die Zielvorgaben erhöht.

Einige der Befragten beklagten, dass die Auditoren nicht mit allen Beschäftigten, sondern nur mit den Mitgliedern des Unternehmens- und Behörden-nahen Beschäftigtenbeirats sprechen.

Fazit und Empfehlungen

Die Ergebnisse der Befragung zeigen, dass schwerwiegende Arbeitsrechtsverletzungen bei sri-lankischen Lieferanten in der Lieferkette von Primark und C&A weit verbreitet sind. Verstöße gegen Rechtsvorschriften über die Beschränkung von Überstunden, obligatorische Überstunden, gewerkschaftsfeindliche Diskriminierung und mangelnde Arbeitssicherheit sind nur einige der deutlich ins Auge fallenden Verstöße, die in der Lieferkette vorliegen.

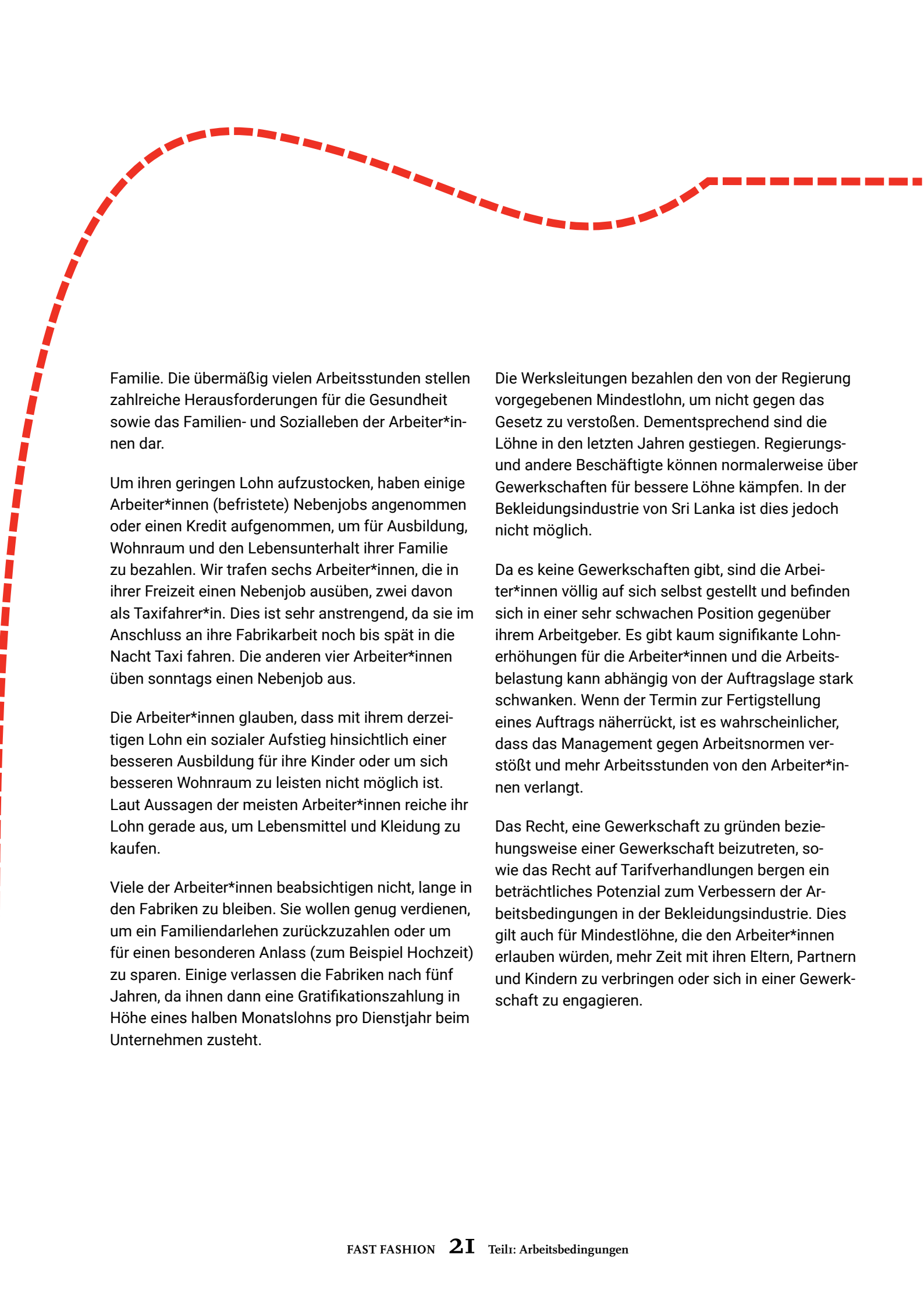
Die Arbeiter*innen erhalten bestenfalls Minimallöhne, die nicht ausreichen, um Grundbedürfnisse für ihre Kinder und Familie zu erfüllen. Der Mangel an nahrhaften Lebensmitteln, monotone Arbeit und fehlende Pausen während der Arbeitszeit haben zur Folge, dass Arbeiter*innen unter verschiedenen Krankheiten leiden. Rückenschmerzen beziehungsweise körperliche Schmerzen sind unter den Arbeiter*innen weit verbreitet. Die Arbeiter*innen erhalten zwar medizinische Leistungen, die jedoch meist nur in der Verabreichung von Panadol (eine Art von Paracetamol) bestehen. Arbeiter*innen schätzen, dass ein Monatslohn von 30.000 LKR (153 Euro) für die reguläre Arbeitszeit, also ohne Überstunden, ausreichen würde, ihrer Familie und sich selbst angemessene Lebensbedingungen zu ermöglichen. Diesen Betrag würden sie in etwa erwarten. Er entspricht auch dem Wert des für den Lebensunterhalt notwendigen Grundwarenkorbs in Sri Lanka, der derzeit 29.000 LKR (148 Euro) beträgt. Dieser Betrag richtet sich nach der Erhebung über Verbrauchsausgaben der Haushalte des Census and Statistics Department.

Nationale Rechtsvorschriften sehen keine ausreichenden Schutzmechanismen für die Arbeiter*innen vor und befassen sich nur unzulänglich mit Aspekten wie Lebensmittel, Wasser, Wohnraum, Sicherheit und Gesundheit. Das Fehlen von Gewerkschaften in den Fabriken verhindert, dass die Arbeiter*innen ihre Arbeitsbedingungen und Löhne auch jenseits der Unterstützung durch die nationalen Rechtsvorschriften verbessern können, da keine Tarifverhandlung stattfinden.

Gewerkschaftsfeindliche Diskriminierung ist in der Lieferkette weit verbreitet. Werksleitungen zeigen eine stark ablehnende Haltung gegenüber Gewerkschaften und halten Arbeiter*innen durch Versprechen beziehungsweise Einschüchterung davon ab, Gewerkschaften zu bilden.

Primark und C&A verpflichten zwar ihre Lieferanten zur Einhaltung ihrer Verhaltensrichtlinien, ohne wirksame Sanktionsmechanismen im internationalen oder nationalen Recht können die Marken jedoch nicht zur Verantwortung gezogen werden. Und auch die Lieferanten selbst werden selten vom sri-lankischen Staat zur Rechenschaft gezogen, wenn sie geltende Vorschriften verletzen oder umgehen.

Arbeiter*innen in der Lieferkette von C&A und Primark haben nicht genügend freie Zeit für ihre



Familie. Die übermäßig vielen Arbeitsstunden stellen zahlreiche Herausforderungen für die Gesundheit sowie das Familien- und Sozialleben der Arbeiter*innen dar.

Um ihren geringen Lohn aufzustocken, haben einige Arbeiter*innen (befristete) Nebenjobs angenommen oder einen Kredit aufgenommen, um für Ausbildung, Wohnraum und den Lebensunterhalt ihrer Familie zu bezahlen. Wir trafen sechs Arbeiter*innen, die in ihrer Freizeit einen Nebenjob ausüben, zwei davon als Taxifahrer*in. Dies ist sehr anstrengend, da sie im Anschluss an ihre Fabrikarbeit noch bis spät in die Nacht Taxi fahren. Die anderen vier Arbeiter*innen üben sonntags einen Nebenjob aus.

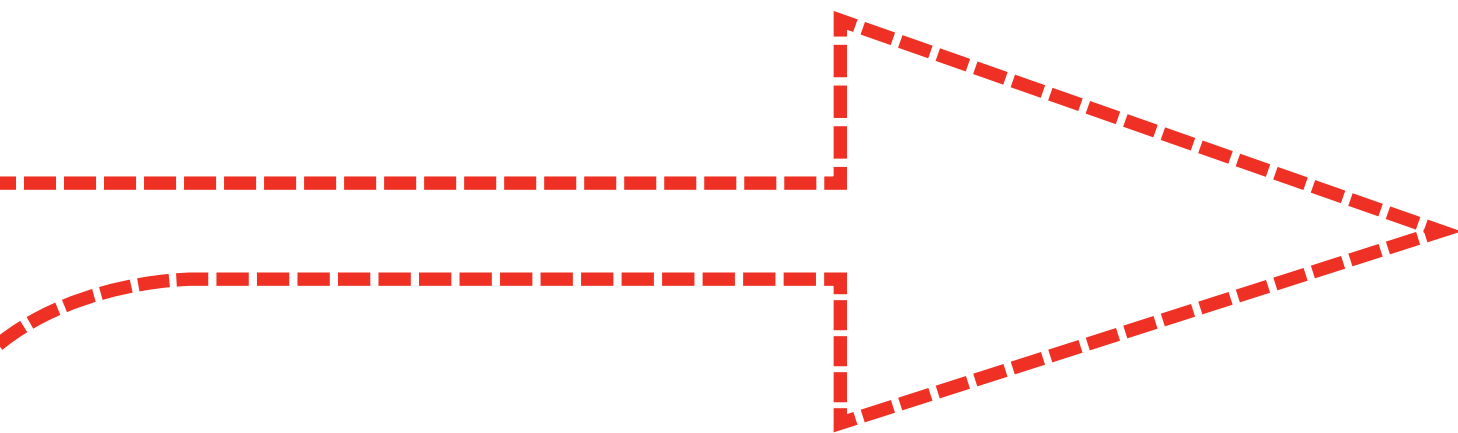
Die Arbeiter*innen glauben, dass mit ihrem derzeitigen Lohn ein sozialer Aufstieg hinsichtlich einer besseren Ausbildung für ihre Kinder oder um sich besseren Wohnraum zu leisten nicht möglich ist. Laut Aussagen der meisten Arbeiter*innen reiche ihr Lohn gerade aus, um Lebensmittel und Kleidung zu kaufen.

Viele der Arbeiter*innen beabsichtigen nicht, lange in den Fabriken zu bleiben. Sie wollen genug verdienen, um ein Familiendarlehen zurückzuzahlen oder um für einen besonderen Anlass (zum Beispiel Hochzeit) zu sparen. Einige verlassen die Fabriken nach fünf Jahren, da ihnen dann eine Gratifikationszahlung in Höhe eines halben Monatslohns pro Dienstjahr beim Unternehmen zusteht.

Die Werksleitungen bezahlen den von der Regierung vorgegebenen Mindestlohn, um nicht gegen das Gesetz zu verstoßen. Dementsprechend sind die Löhne in den letzten Jahren gestiegen. Regierungs- und andere Beschäftigte können normalerweise über Gewerkschaften für bessere Löhne kämpfen. In der Bekleidungsindustrie von Sri Lanka ist dies jedoch nicht möglich.

Da es keine Gewerkschaften gibt, sind die Arbeiter*innen völlig auf sich selbst gestellt und befinden sich in einer sehr schwachen Position gegenüber ihrem Arbeitgeber. Es gibt kaum signifikante Lohn-erhöhungen für die Arbeiter*innen und die Arbeitsbelastung kann abhängig von der Auftragslage stark schwanken. Wenn der Termin zur Fertigstellung eines Auftrags näherrückt, ist es wahrscheinlicher, dass das Management gegen Arbeitsnormen verstößt und mehr Arbeitsstunden von den Arbeiter*innen verlangt.

Das Recht, eine Gewerkschaft zu gründen beziehungsweise einer Gewerkschaft beizutreten, sowie das Recht auf Tarifverhandlungen bergen ein beträchtliches Potenzial zum Verbessern der Arbeitsbedingungen in der Bekleidungsindustrie. Dies gilt auch für Mindestlöhne, die den Arbeiter*innen erlauben würden, mehr Zeit mit ihren Eltern, Partnern und Kindern zu verbringen oder sich in einer Gewerkschaft zu engagieren.



■ Empfehlungen

Basierend auf den Erkenntnissen der Befragung möchten wir, Shramabhimani Kendraya, als Autor*innen der Studie hier einige Empfehlungen aussprechen.

■ Ein höherer Mindestlohn – als aktuell 15.500 LKR (79 Euro) – würde sicherstellen, dass Arbeiter*innen nicht zwangsweise Überstunden leisten müssen. Der für den Lebensunterhalt notwendige Mindestlohn für Arbeiter*innen in Sri Lanka beträgt 29.000 LKR (148 Euro). Ein Mindestlohn zwischen 20.000 LKR und 30.000 LKR (102-153 Euro) würde es den Arbeiter*innen erlauben, zumindest bis zu einem gewissen Grad nicht mehr von obligatorischen Überstunden abhängig zu sein. Der Asia Floor Wage für eine Familie, schon 2017 berechnet von der Asia Floor Wage Alliance, liegt sogar bei 58.093 LKR (296 Euro)².

■ Das Ermutigen der Arbeiter*innen zur Gründung von Gewerkschaften sowie Tarifverhandlungen sind wichtig, um bessere Arbeitsbedingungen und Löhne durchzusetzen, zumal die nationalen Rechtsvorschriften keine ausreichenden Schutzmechanismen gegen Ausbeutung darstellen. Die Arbeiter*innen sollten über ihr Recht zur Bildung von Gewerkschaften informiert werden und alle Versuche vonseiten der Arbeitgeber und Werksleitungen in Bezug auf gewerkschaftsfeindliche Diskriminierung sollten hart bestraft werden. Darüber hinaus sollte den Arbeiter*innen vermittelt werden, dass Gewerkschaften ihnen zum Durchsetzen ihrer Rechte und zu besseren Arbeitsbedingungen verhelfen können.

■ Sozialaudits sollten häufiger stattfinden und die Auditoren dazu angehalten werden, mit den Arbeiter*innen außerhalb des Werksgeländes zu sprechen. Wenn die Audits in den Fabriken durchgeführt werden, halten die Arbeiter*innen mit Informationen zurück. Zudem verliert das Sozialaudit in den Augen der Arbeiter*innen dann an Glaubwürdigkeit.

Forderungen und Handlungsoptionen der Christlichen Initiative Romero

Forderungen an Primark, C&A und weitere Auftraggeber der untersuchten Fabriken

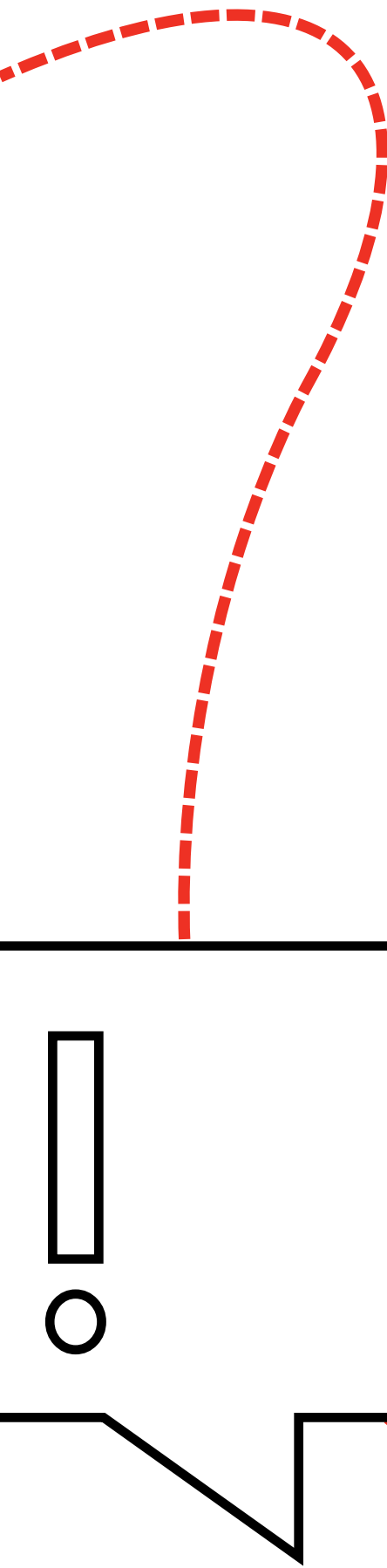
Wir fordern von Primark, C&A und allen anderen Auftraggebern der untersuchten Fabriken umgehende und glaubwürdige Maßnahmen, um die Missstände abzustellen und die Arbeitsbedingungen in den Produktionsstätten zu verbessern. Vor allem müssen die Marken dafür sorgen, dass:

- existenzsichernde und transparente Löhne gezahlt werden und Primark und C&A ihre Abnahmepreise dementsprechend anpassen, um dies überhaupt möglich zu machen.
- die Regelarbeitszeit von 45 Stunden pro Woche eingehalten wird. Überstunden müssen die Ausnahme bleiben, dürfen die gesetzliche Grenze von 12 Stunden pro Woche nicht überschreiten und müssen höher vergütet werden.
- Gewerkschaften Zugang zu den Beschäftigten haben und diese ungehindert unabhängige Betriebsräte oder Fabrikgewerkschaften gründen können.
- Gesundheits- und Sicherheitsstandards am Arbeitsplatz eingehalten werden.
- Verstöße gegen die geltenden Landesgesetze, gegen die IAO Kernarbeitsnormen, die Menschenrechte und/oder die eigenen Lieferkodizes erfasst, aufgearbeitet und in Zukunft verhindert werden.
- ein Beschwerdemechanismus eingerichtet ist, an den Arbeiter*innen sich anonym wenden können.
- alle Zulieferer sowie Auditberichte öffentlich einsehbar sind.
- Zulieferer sowohl technisch und finanziell als auch durch Trainings unterstützt werden.
- Insbesondere das Management und die Arbeiterschaft über die nationale Arbeitsgesetzgebung, international geltende Arbeitsstandards und den Verhaltenskodex des Auftraggebers geschult werden.

Forderungen an die Politik

Um Verstöße gegen Umweltauflagen und Arbeitsrechte in den Lieferketten von Produkten auf dem deutschen Markt nicht nur in diesem Fall sondern generell einzudämmen, fordern wir von der Bundesregierung:

- Einführung eines Sorgfaltspflichtengesetzes in Deutschland, das Unternehmen zur Einhaltung der Menschenrechte in ihren Lieferketten verpflichtet und für Verstöße haftbar macht.
- UN Treaty Prozess (für eine verbindliche Verankerung der Menschenrechte in der Wirtschaft auf UN Ebene) finanziell und öffentlich zu unterstützen und voranzutreiben.



Handlungsoptionen für Bürger*innen

Auch für Bürger*innen und Verbraucher*innen gibt es viele Möglichkeiten, sich für bessere Arbeitsbedingungen in der Bekleidungsproduktion einzusetzen:

Konsum kritisch überdenken:

- Kaufen Sie nur Kleidung, wenn Sie wirklich etwas Neues brauchen und dann bei Marken, die glaubhaft fair und ökologisch – am besten aus Naturfasern – produzieren. Hier sind Siegel eine Hilfestellung (mehr unter: www.ci-romero.de/siegel).
- Andere Alternativen sind Secondhandläden und -Portale sowie Flohmärkte, Kleidertausch-Partys – oder greifen Sie selbst zur Nähmaschine.

Wertschätzen Sie Ihre Kleidungsstücke:

- Tragen Sie sie lange und waschen Sie sie nicht zu oft oder zu heiß. Verzichteten Sie auf den Trockner, das schont Kleidung und Umwelt.

Informationen weitergeben:

- Erzählen Sie Ihren Freund*innen, Ihrer Familie und am Arbeitsplatz von den Ergebnissen dieser Studie.
- Bringen Sie das Thema in Schulen, Kinos (Film: The True Cost) und Bildungsveranstaltungen ein. Laden Sie dazu unsere Referent*innen ein, oder nutzen Sie unsere Bildungsmaterialien zum Thema Kleidung (www.ci-romero.de/publikationen).
- Teilen Sie unsere Posts in den sozialen Medien.

Werden Sie aktiv:

- Nehmen Sie an Petitionen und Aktionen der Kampagne für Saubere Kleidung teil (www.ci-romero.de/tag/aktion oder www.saubere-kleidung.de). Wenn Sie nicht alleine starten möchten, schließen Sie sich einer der zahlreichen Regionalgruppen der Kampagne an (www.saubere-kleidung.de/regionalgruppen).
- Fordern Sie Politik und Kirche auf, nach sozialen und umweltverträglichen Standards einzukaufen – auf Bundes-, Landes- oder ganz konkret auf kommunaler Ebene.
- Nutzen Sie Ihre Macht als Verbraucher*in und fragen Sie in den Geschäften oder bei den Marken nach, wie viel die Arbeiter*innen verdient haben und unter welchen Bedingungen produziert wird. (Hilfestellung bietet die Postkarte „Ich möchte die ganze Rechnung sehen“, bestellbar unter www.ci-romero.de/publikationen). Zeigen Sie, dass Ihnen soziale und ökologische Aspekte bei Ihrem Einkauf wichtig sind.
- Unterstützen Sie Arbeitsrechts-Organisationen mit einer Spende, zum Beispiel an den Maquila-Solidaritätsfonds der Christlichen Initiative Romero unter www.ci-romero.de/spenden. So unterstützen Sie Arbeiter*innen zum Beispiel bei der Überbrückung des Lohnausfalls bei Streiks, bei Entlassungen oder für Anwalts- und Gerichtskosten.

Endnoten

1 - In der gesamten Publikation wird der Wechselkurs vom 12. April 2019 verwendet: 1 Sri-Lanka-Rupie (LKR) = 0,0051 Euro und Centbeträge auf-/abgerundet

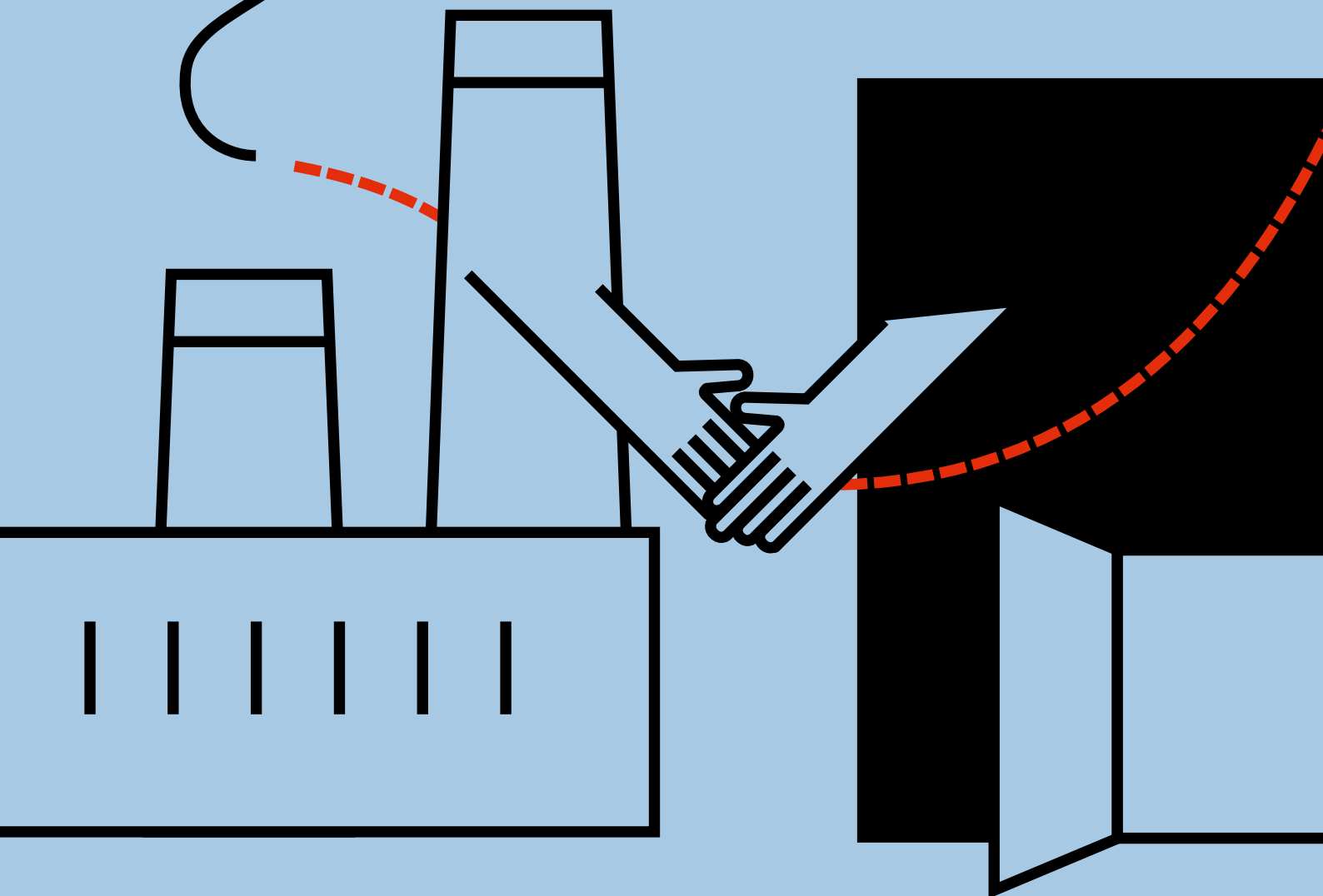
2 - Asia Floor Wage Alliance. Berechnung von 2017. Zugriff am 15.05.2019. Quelle: <https://asia.floorwage.org/what>

3 - Das sri-lankische Recht sieht nur für Frauen eine Obergrenze für Überstunden vor

4 - ILO: Minimum Wages in the global garment industry, 2014. Zugriff am 12.04.2019. Quelle: https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---asia/---ro-bangkok/documents/publication/wcms_317002.pdf

FAST FASHION

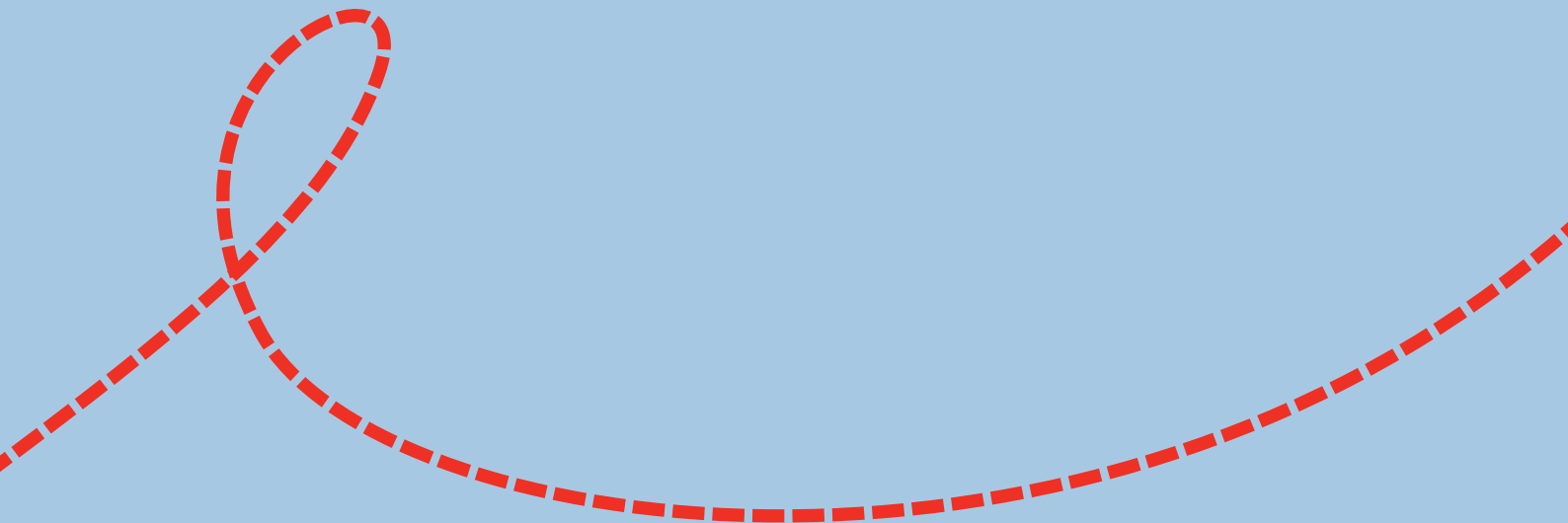
Teil 2: Einkaufspraktiken



Teil 2: Einkaufspraktiken

Unter dem Druck von Preis, Zeit und Qualität

- Besonders der hohe Zeit- und Preisdruck in der Fast-Fashion-Industrie verursacht unwürdige Arbeitsbedingungen wie in Teil 1 beschrieben. Die Marken stehen auf einem gesättigten Markt untereinander in starkem Wettbewerb und geben diesen Druck an die Zulieferer weiter. Mit diesem Geschäft machen sie hohe Millionen-Gewinne. Die Fast-Fashion-Konzerne sind verantwortlich und können und müssen ihr Einkaufsverhalten ändern, wie diese Analyse zeigt.



Fast-Fashion-Einkaufspraktiken – unter dem Druck von Zeit, Preis und Qualität

Sarah Maria Schmidt, M.A. / Prof. Friederike von Wedel-Parlow (beide
Beneficial Design e.V.) / unterstützt durch Magdalena Schaffrin

„Für mich bedeutet Fast Fashion einfach nur
Verschwendung; Verschwendung an Menschen,
Materialien und Produkten, die so schnell auf Deponien
landen.“

– Prof. Marsha Dickson¹

Der globale Modekonsum schafft Jobs und Wachstum in Entwicklungsländern, aber hinterlässt dort auch den Großteil an ökologischen und sozialen Kosten.² Aktuell sind 60 Millionen Textilarbeiter*innen weltweit in der Modeindustrie beschäftigt, wobei 75 % davon Frauen sind.^{3,4} Die Modeindustrie ist die drittgrößte Fertigungsindustrie weltweit, hinter den Industriezweigen Automobil und Technologie.⁵ Doch trotz wachsender Umsätze produzieren weiterhin Menschen unter extrem schlechten sozialen Bedingungen unsere Bekleidung, die – kaum getragen – bereits wieder entsorgt wird.⁶

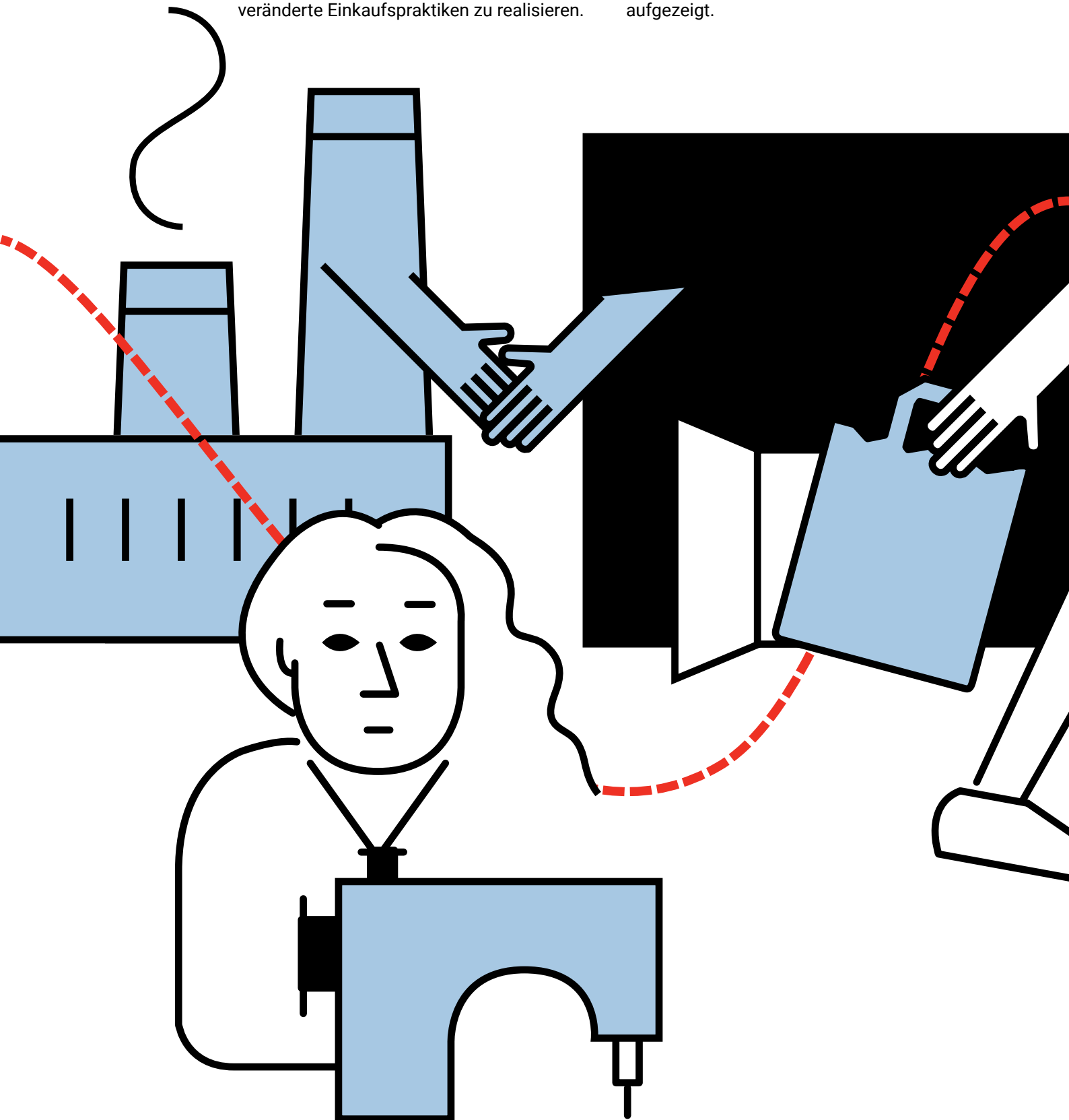
Seit längerem veröffentlichen die Nachhaltigkeitsabteilungen von Fast-Fashion-Unternehmen, wie H&M, Inditex oder C&A, Berichte über nachhaltigere Strategien voller eindrucksvoller Zahlen bezüglich ihrer Bemühungen zu einem gesünderen und besseren Fast-Fashion-System. Wenn auch ihre Anstrengungen zu begrüßen sind, sollten die tatsächlichen Praktiken weiterhin kritisch hinterfragt werden. Denn häufig integrieren

die Modefirmen diese verantwortungsvollen Strategien nicht oder nur nachrangig in das operative Geschäft und die Unternehmensziele.⁷ Der Einkauf, also die Auswahl, Beauftragung und Beschaffung der Waren, ist dabei eine wichtige Stellschraube mit direkten Auswirkungen auf die Lebenssituation von Arbeiter*innen, wie zum Beispiel auf die Löhne und Arbeitszeiten.⁸ Oft sind sich Einkäufer*innen selbst der Auswirkungen ihres Handelns im Negativen wie in ihrem Potenzial nicht bewusst.⁹

Dieser Artikel analysiert daher Einkaufspraktiken der Fast-Fashion-Industrie und untersucht durch qualitative Expertenbefragungen ihren Zusammenhang im Hinblick auf die sozialen Bedingungen in den Herstellungsländern. Berichte zu verantwortungsvollem Einkauf, wie solche der Non-Profit-Organisation „Better Buying“, mitbegründet von Prof. Marsha Dickson, liegen der Recherche zugrunde.¹⁰ Das erste Kapitel dieses Teils (ab Seite 5) klärt Rolle und Funktion des Einkaufs und gibt Definitionen, um ein klares Bild unterschiedli-

cher Einkaufspraktiken zu vermitteln. Von den unterschiedlich schnellen Prozessen in der Bestellung verschiedener Produktsegmente in der Fast-Fashion-Industrie hin zu den Bestellvorgängen und Verantwortlichkeiten des Einkaufs werden im zweiten Kapitel (ab Seite 10) direkte und indirekte Auswirkungen auf die Arbeitnehmer*innen aufgezeigt. Das dritte Kapitel (ab Seite 16) widmet sich Möglichkeiten, veränderte Einkaufspraktiken zu realisieren.

Der Artikel setzt hierbei den Schwerpunkt auf die sozialen Auswirkungen für Arbeiter*innen in der Fertigung, da sich hier – neben der Faserproduktion – durch die Einkaufspraktiken der Firmen sozial-ökonomische Effekte besonders stark manifestieren. Insbesondere werden die Auswirkungen der Einkaufspraktiken auf die Arbeitszeit, Löhne, Gesundheit, Lebensqualität und Zukunftsperspektiven aufgezeigt.



Der Einkauf in der Fast- Fashion- Industrie

Die Bedeutung von Fast Fashion

Fast Fashion, ein Begriff, der Mitte der 1990er-Jahre aufgekommen ist, bezeichnet das rasche, preisgetriebene Angebot stark trendbezogener Kleidung, deren Qualität und Preis im niedrigen Segment anzuordnen ist. Es gibt keine einheitliche Definition für Fast Fashion: Sie steht für ein schnelles Imitieren von Laufstegmodellen und Modetrends, in kostengünstigen Kopien, wie auch für eine hohe Anzahl an Kollektionen und Auslieferungsterminen der Marken.¹¹ Fast Fashion wird deshalb oft mit der Demokratisierung von Mode in Kontext gebracht, so zum Beispiel auch von H&M in ihrer Unternehmensvision.¹² Durch die günstigen Preise von Bekleidung ist aktuelle Mode damit auch für einen Großteil der Bevölkerung und nicht mehr nur für eine kleine Elite erhältlich. Doch wie demokratisch kann eine Mode sein, wenn eine große Anzahl von Arbeiter*innen unter inakzeptablen sozialen Bedingungen arbeitet und die Umwelt zerstört wird?

Auch innerhalb der Industrie selbst gibt es unterschiedliche Definitionen und Auffassungen von Fast Fashion. Für Lavinia

Muth, Leiterin der Nachhaltigkeitsabteilung von Arredangels, steht sie für eine zu extreme Dynamik in der Produktentwicklung, Produktionsplanung, in der Produktion, in der Auslieferung, in den Trends und schließlich auch im Konsumverhalten.¹³ So verkauft das schwedische Unternehmen H&M 12-16 Kollektionen pro Jahr mit wöchentlichen Neuerungen, wobei die zu Inditex gehörende Marke Zara sogar bis zu 24 Kollektionen in die Läden bringt.¹⁴ Dieses Tempo im Sortimentsangebot zieht sich auch durch die gesamte Produktionszeit – vom Entwurf bis zur Bereitstellung in den Läden und Online-Shops. Für vertikale Modemarken wie Esprit oder H&M, das bedeutet Unternehmen, die ausschließlich über eigene Läden oder eigene Verkaufsflächen in Kaufhäusern ihre Produkte vertreiben, beträgt diese Zeit nur 6-7 Monate mit lediglich 11 Wochen für die Design- und Entwicklungsphase.^{15, 16, 17} Und die schnelle Mode wird immer schneller: Online Anbieter ASOS schafft es vom Konzept eines Produkts bis in den Verkauf innerhalb von 2-8 Wochen.¹⁸ Dies ist noch schneller als Zara mit 5 Wochen und H&M mit bis zu 6 Monaten.¹⁹ In Abbildung 1 wird sichtbar, wie stark die Zeiten der einzelnen Teilprozesse bei der Fast-Fashion-Produktion komprimiert werden.

Traditionelle Modeindustrie

Nov Dez Jan Feb Mär Apr Mai Jun Jul Aug Sep Okt Nov Dez Jan Feb Mär Apr Jun Jul

Fast Fashion

Nov Dez Jan Feb

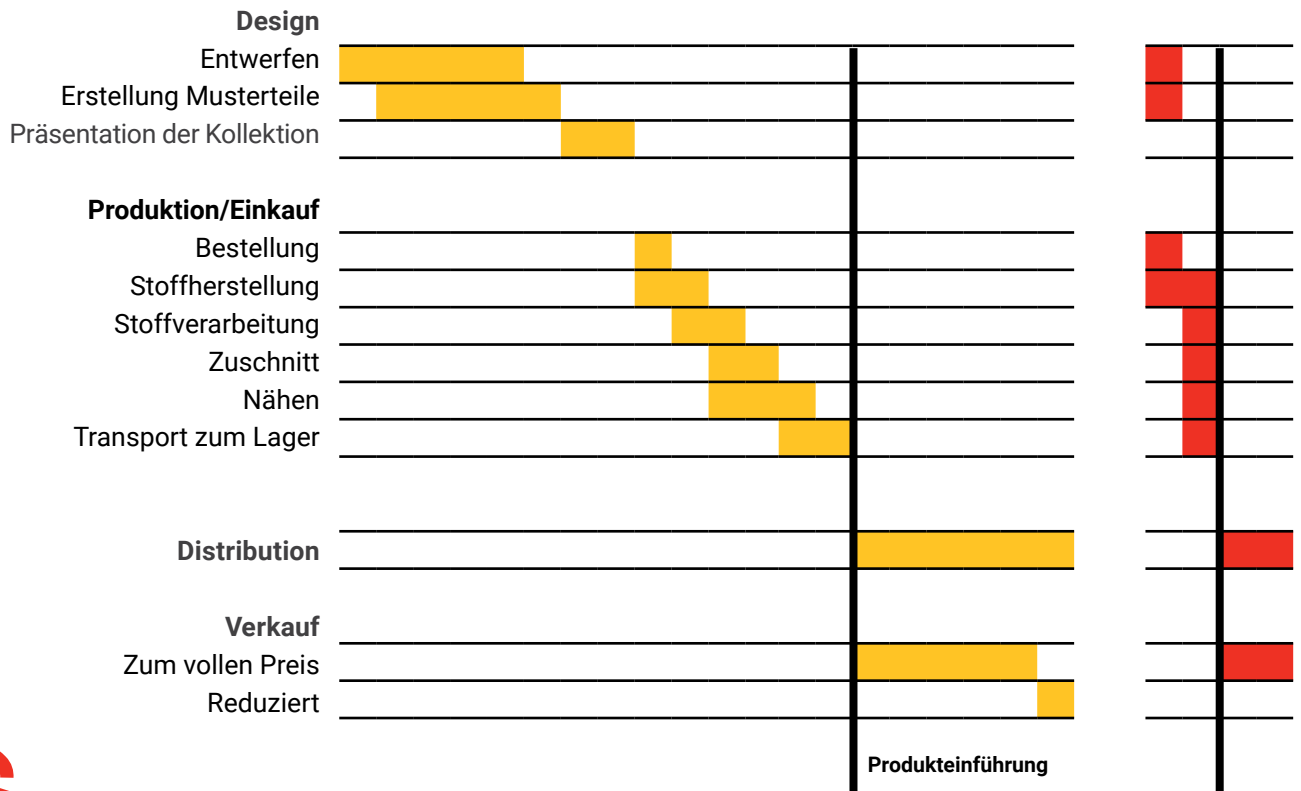


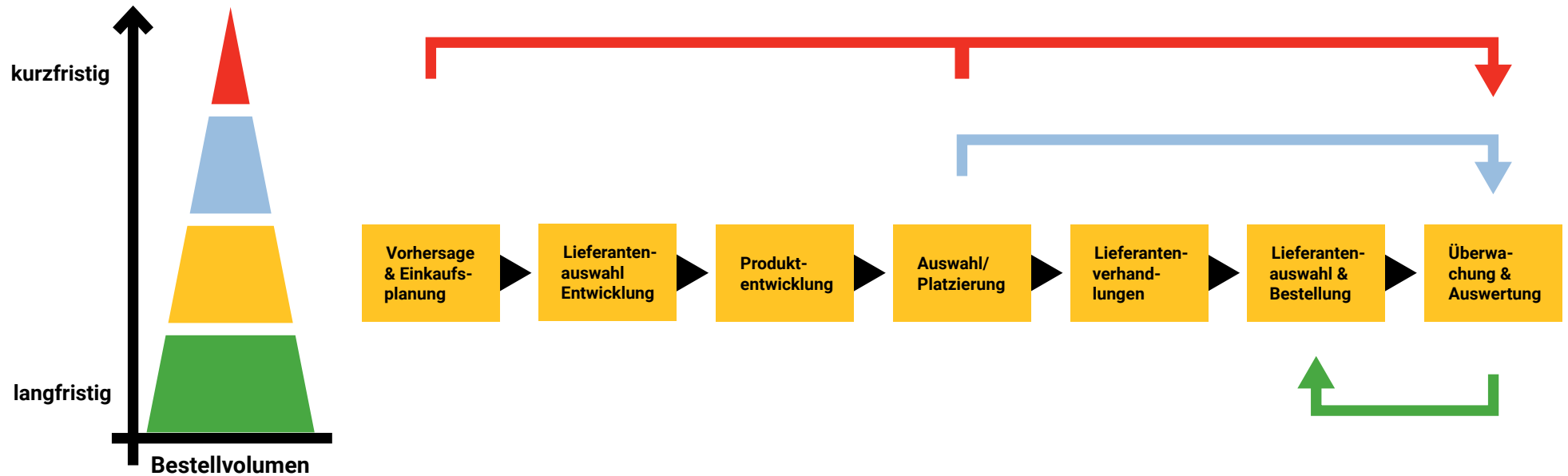
Abbildung 1: Planung der Kollektionen von traditioneller und Fast Fashion im Vergleich¹⁷

Dynamiken der Fast Fashion

In der Fast-Fashion-Industrie geht es zunehmend neben der Geschwindigkeit der Produktion auch um das Erzielen hoher Verkaufsvolumen.²⁰ Das bedeutet für die Zulieferer: Hohe Produktionsvolumen zu extrem niedrigen Preisen und mit kurzen Lieferfristen.²¹ Doch herrschen auch innerhalb der Fast Fashion Industrie unterschiedliche Geschwindigkeiten je nach Produktsegment. Mit zunehmenden Trendbezug der Produkte steigt auch ihre Durchlaufgeschwindigkeit vom Design bis zur Auslieferung in die Läden. Dies wird sichtbar in Abbildung 2. Die Segmentspyramide zeigt das Verhältnis von Trend, Geschwindigkeit und Mengen verschiedener Produktsegmente einer Marke. Speziell die kurzfristige Order sowie die trendbezogenen saisonalen Kollektionen, die für Fast-Fashion-Marken

in monatliche und wöchentliche Rhythmen unterteilt sind, erzeugen einen hohen Kosten- und Zeitdruck. Dabei ist der Bestellprozess der saisonalen Kollektion der Grundbestellprozess, den die anderen Produktsegmente in unterschiedlichen Geschwindigkeiten ebenso durchlaufen, allerdings ist der Prozess im Detail verschieden. Bei Trendprodukten erhöht sich der Druck auf die Lieferanten durch Kürzung des komplexen Prozesses auf wenige Wochen. Die langfristige Bestellung von Basic-Produkten hingegen kann Lieferanten entlasten. Jeder dieser Bestellprozesse bedarf unterschiedlicher Lösungen, um Druck von Lieferanten und somit den Arbeiter*innen zu nehmen. Diese Produktsegmente finden sich nicht nur im globalen Fast-Fashion-Geschäft wie bei Primark und H&M, sondern auch in modischen Unternehmen, wie bei Tom Tailor, s.Oliver oder C&A.

Abbildung 2: Segmentspyramide – Produktsegmente und ihre Geschwindigkeiten im Bestellprozess



Der Kollektionsrahmenplan

(Range Plan) variiert je Marke. Die Einkaufsprozesse verlaufen hierbei nicht immer linear und oft parallel für mehrere Kollektionen gleichzeitig. Im Sortiment von Fast-Fashion-Unternehmen liegt der Schwerpunkt eher auf trendgetriebenen, saisonalen Produkten als auf Basics. Die Zusammensetzung der Kollektion und deren Rhythmus hat Auswirkungen auf soziale Bedingungen für Arbeiter*innen.

Trendprodukte

Schnelle Durchläufer – sehr trendorientierte Produkte, die kurzfristig geordert werden. Verursacht Zeitdruck auf die Lieferanten durch kurze Vorlaufzeit.

Bestseller

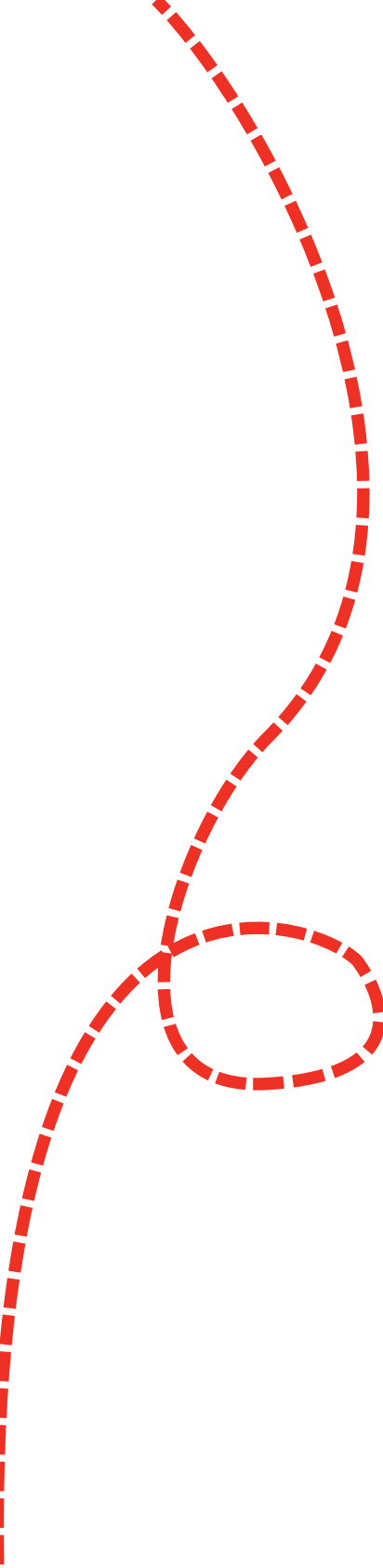
Wiederholung – Produkte aus der saisonalen Kollektion, welche sich gut verkaufen und ohne große Designänderungen nachgeordert werden. Geringe Entwicklungskosten für Lieferanten.

Saisonale Kollektion

Hauptkollektion – Verschiedene Bestell-Rhythmen je Marke: pro Saison, monatlich oder wöchentlich. Modische Produkte mit Trendelementen. Hohe Kosten durch den Entwicklungsprozess und ggf. Übermusterung für Lieferanten.

Never Out of Stock/ Basics

Immer auf Lager – Basic Produkte, die ohne große Änderungen des Designs nach Bedarf nachgeordert werden. Durch höhere und regelmäßige Bestellvolumen können Lieferanten Kapazitäten effektiv nutzen und entstandene Kosten ausgleichen.



Begriff und Bedeutung des Einkaufs

Der industrielle Einkauf von Mode bezeichnet die Beschaffung der Kleidung, die über Lieferanten bezogen wird.²² Es handelt sich um das operative Geschäft eines Unternehmens: Die Praktik, wie die Ware für die Geschäfte entwickelt, ausgewählt und bestellt wird.²³ Lieferanten sind Hersteller, von denen entweder direkt oder indirekt über Agenturen fertige Kleidungsstücke gekauft werden. Diese können selbst Hersteller der Produkte sein oder die verschiedenen Produktionsschritte können wiederum von verschiedenen Zulieferern durchgeführt worden sein.

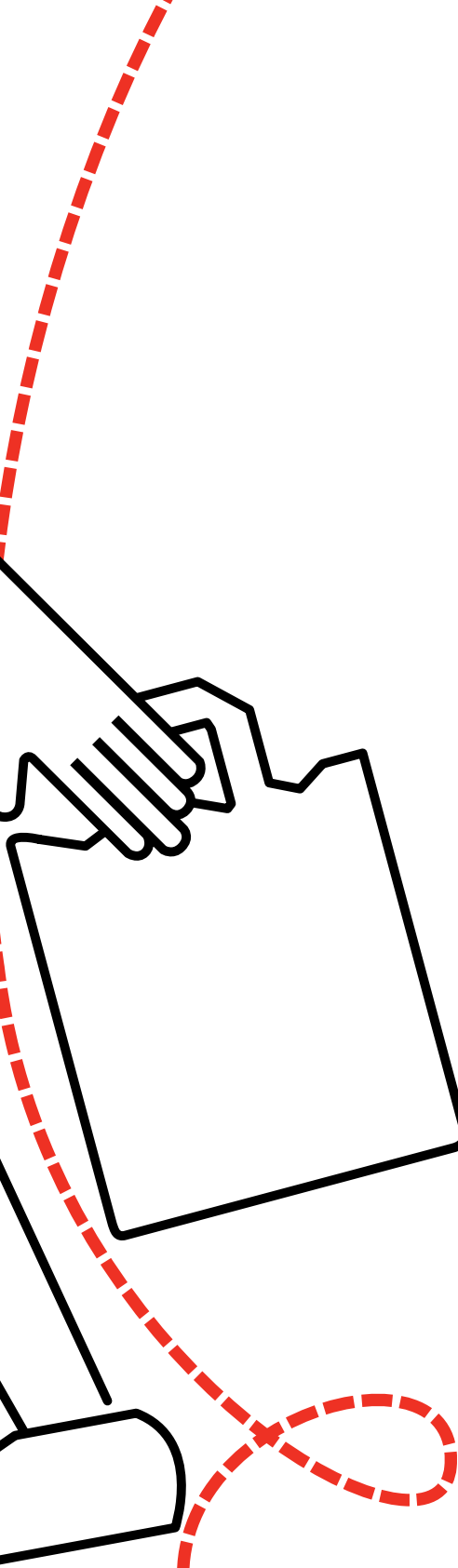
Besonders der Einkauf über Agenturen macht die Kette der Beschaffung komplizierter und komplexer und kann die Distanz zwischen Marke und Zulieferern erhöhen; damit einhergehend wird eine mögliche Einflussnahme der Marken auf den Zulieferer schwieriger. Derzeit kaufen 24 % der deutschen Modemarken indirekt über Agenturen, eine Zahl die gemäß Fashion United auf 17 % sinken soll.²⁴ Das Fast-Fashion-Unternehmen H&M verzichtet zum Beispiel vollkommen auf Bestellungen über externe Agenturen oder externe Einkäufer*innen. Die Weitergabe an Informationen, Anforderungen und Richtlinien über Dritte gilt oft als eine der Schwachstellen der Industrie. Fast-Fashion-Marken wie H&M teilen sich häufig die Produktionsstätten mit anderen großen Marken. Laut Dr. Frank Hoffer, Geschäftsführer der Initiative ACT, deren Ziel die Durchsetzung existenzsichernder Löhne mitunter durch verantwortungsvolle Einkaufspraktiken ist, ist „die vertikale Struktur – starker Einkäufer, schwacher Hersteller – weniger eindeutig als früher. Inzwischen sind es teilweise auch multinationale Unternehmen, die die Fabriken betreiben.“²⁵ Die Konkurrenz zwischen den Lieferanten ist groß, das Geschäft um die Mode und Aufträge hart umkämpft.²⁶

Für Maik Pflaum, der aktiv die Mitgliedschaft von Unternehmen in der Fair Wear Foundation und deren Umsetzung nachhaltiger Praktiken begleitete, hat die Einkäufer*in „eine ganz zentrale Position und repräsentiert eine wichtige Stellenschraube“ zur Verbesserung der sozialen Bedingungen in den Zuliefererfabriken. Der Einkauf sei „das Bindeglied zwischen den Auftraggebern und Zulieferern.“²⁷ Marsha Dickson, Vorsitzende und Mitbegründerin der Non-Profit-Organisation „Better Buying“, sieht die Rolle des Einkaufs ebenso als entscheidend, da ohne dessen Beteiligung schnell die Grenzen für Verbesserungen erreicht werden könnten.²⁸ Der Einkauf umfasst dabei alle Aktivitäten der Marken, welche die Produktionskette in Gang setzen.²⁹

Der Bestellprozess: Aufgaben und Herausforderungen des Einkaufs

Einige der Verantwortlichkeiten des Einkaufs, wie die Lieferantenkommunikation und -verhandlung, können im Unternehmen auf andere Positionen verteilt sein, wie auf Produkt- und Designteams.^{30, 31} Dennoch bleiben die grundlegenden Prozesse gleich und der Einkauf beinhaltet operative und strategische Aufgaben – von der Marktuntersuchung und Einkaufsplanung hin zur internen und externen Kommunikation.³²

Die Einkaufsprozesse für die verschiedenen Kollektionen können teilweise parallel zueinander stattfinden. Dem Prozess zugrunde liegt die Sourcing Strategie



(Beschaffungsstrategie) des Unternehmens und die Kriterien der Zusammenarbeit mit Zulieferern, welche in Absprache mit der Nachhaltigkeitsabteilung (CSR) im ersten Schritt ausgearbeitet werden sollten. Gemeinsam und in Absprache mit der Designabteilung werden Vorhersagen zum Bedarf am Markt getroffen, zum Beispiel zur Trendentwicklung, Sortimentsgröße und Bestellvolumen, der Kollektionsaufbau geplant und die Produkte mit den Lieferanten entwickelt. Nach Auswahl der Produkte für die Kollektion schließen sich Verhandlungen mit den Lieferanten an bezüglich Abnahmepreis, Produktionszeit und zum Beispiel Materialqualitäten für die Produktion. **Oft konkurrieren dabei Lieferanten gegeneinander um das gleiche oder ähnliche Produkt.**

Nach Auswahl des Lieferanten für die Produktion platziert die Einkäufer*in die Bestellung: Anlieferung und Bestellmenge werden präzisiert. Die Kriterien für die Bestellung werden dann in einem Vertrag festgehalten – **allerdings haben laut Umfragen nur 65 % der Zulieferer Verträge mit ihren Auftraggebern.³³ Zudem enthalten zwar 70 bis 80 % der Verträge Angaben zu Anlieferungs- und Qualitätsanforderungen, nicht aber zum Abnahmepreis:** 30 % der Orderverträge enthalten keinen Abnahmepreis.³⁴ Dieser Teilprozess ist daher kritisch zu betrachten. Nach Erfüllung des Auftrags schließt sich dessen Bezahlung sowie die Überwachung und Auswertung der Lieferantenleistung an. Diese bildet wiederum Grundlage für die weitere Sourcing Strategie: Bei Erfüllung der Anforderungen der Marken, schließt sich die nächste Bestellung bei einem Lieferanten an.

Eine Einkäufer*in ist in diesem Prozess meist spezialisiert auf eine konkrete Warengruppe, wie zum Beispiel auf T-Shirts, Strickwaren, Jacken oder Jeans.³⁵ Die Herausforderung des Einkaufs in Zusammenarbeit mit dem Design ist, eine Balance zwischen Markt- und Trendrelevanz, Preis, Qualität und Anlieferungserfüllung zu finden, um eine Ausgewogenheit der Produkte im Laden und deren guten Absatz zu erreichen.³⁶ Das Ziel ist, das richtige Produkt zum richtigen Zeitpunkt anbieten zu können. Danach wird auch der individuelle Erfolg der Einkäufer*in bemessen: Wurde die Leadtime, das heißt die Zeit von der Bestellung zur Auslieferung, erfüllt – ist also das Produkt pünktlich verfügbar? Stimmt der verhandelte Preis mit erwarteter Marge in Hinblick auf die bestellte Menge und entspricht die Qualität den Vorgaben der Marke? Gradmesser ist zudem, wie gut sich das Produkt in den Läden und Online Stores verkauft.

Diese Anforderungen an die Einkäufer*innen werden durch die zugrundeliegenden Einkaufspraktiken des Unternehmens an die Lieferanten weitergegeben, wodurch in der Produktionskette ein hohes Maß an Zeit-, Preis- und Qualitätsdruck erzeugt wird. **Die Ansprüche des Einkaufs, schnelle und flexible Produktion zu geringen Preisen und markeneigenen Ansprüchen an die Qualität zu erreichen, stehen oft im Widerspruch zueinander sowie zu den Aufgaben und Strategien der CSR-Abteilung.³⁷** Die Einkaufspraktiken der Marken haben direkte Auswirkungen auf Arbeitnehmer*innen – ihre Rechte und Lebenssituation, wie auch Zukunftsperspektiven.³⁸ Wenn der Einkauf auf diese Auswirkungen sensibilisiert wird, können nach Maik Pflaum auch Arbeitsrechte leichter realisiert werden.³⁹

Einkaufspraktiken und ihre Auswirkungen

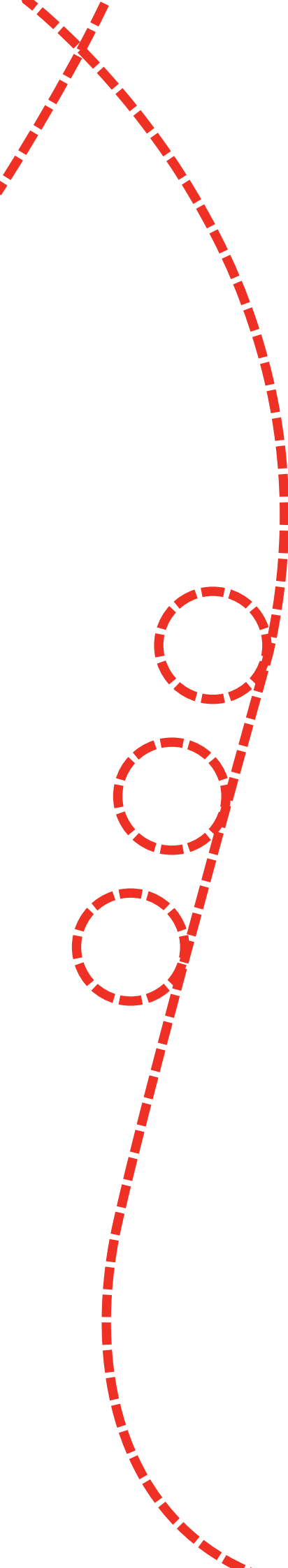
Relevanz von Preis, Zeit und Qualität

Die Einkaufspraktiken der Fast-Fashion-Industrie sind getrieben von drei Hauptfaktoren, die sich aus den Herausforderungen der Beschaffung ergeben: Preis, Zeit und Qualität. Diese Faktoren stehen in komplexem Zwischenspiel miteinander. Dabei wird oft der Erfolg der Einkäufer*innen innerhalb der Unternehmen ebenfalls auf Grundlage dieser drei Leistungskriterien sowie den Abverkäufen ermittelt, denn sie sind quantitativ gut zu erfassen und leicht über verschiedene Kollektionen hinweg vergleichbar. Erfolge werden so leicht messbar.

Der Erfolg der Einkäufer*innen wird oft nur anhand der Kriterien Zeit, Qualität und Preis gemessen. Diese werden an Lieferanten weitergegeben und erzeugen Druck auf allen drei Ebenen – mit direkten Auswirkungen auf die Arbeitsbedingungen. In Zukunft sollte die Bewertung der Einkäufer*innen vor dem Hintergrund ethischer Kriterien erfolgen.



Abbildung 3: Einkaufsfaktoren



Durch diese Bemessungskriterien entsteht in der Herstellung Preisdruck, Zeitdruck und Qualitätsdruck – von Entwicklung über Produktion und Anlieferung der Ware. 64 % der Lieferanten werden vorrangig nach Preis, Produktionszeit, Qualität und pünktlicher Anlieferung bewertet.⁴⁰ Soziales und ökologisches Verhalten und die Einhaltung von Nachhaltigkeitsanforderungen der Modemarken werden kaum bei der Vergabe von Aufträgen berücksichtigt.⁴¹ In den seltensten Fällen ist die Nichteinhaltung der sozialen Vorgaben des Unternehmens seitens der Lieferanten Grund für die Beendigung einer Zusammenarbeit, sondern dann wenn die Erwartungen an den Preis, die Leadtime oder die Qualität nicht mehr eingehalten werden.⁴² Doch das frühere „Heuschreckenverhalten“ der Fast-Fashion-Unternehmen, das heißt das schnelle Wechseln zu dem Lieferanten, der den besten Preis bietet, stimmt heute laut Dr. Reiner Hengstmann nicht mehr.⁴³ Er war selbst lange Jahre in der Fashion-Industrie im Bereich Nachhaltigkeit tätig und sagt: „Über das Versprechen langfristiger Produktionsverträge nehmen die Marken einen Einfluss auf die Preise. Diese Spirale kann zu einem komplexen Abhängigkeitsverhältnis führen.“⁴⁴ Dieses komplexe Zusammenspiel der Einkaufspraktiken, ihre Auswirkungen auf die Lieferanten und schließlich auf die Arbeitnehmer*innen und die Umwelt sind in Abbildung 4 (Seite 15) veranschaulicht.

Der Faktor Preis

Der Preis oder Abnahmepreis der Artikel sollte nicht gleichgesetzt werden mit dem Preis, der in den Läden von Konsument*innen bezahlt wird. Dies wird in [Teil 3 \(Die Folgen in Zahlen\)](#) anhand der Kostenaufteilung eines T-Shirts verdeutlicht. Der Verkaufspreis allein sagt ebenfalls nicht zwingend etwas über die Arbeitsverhältnisse in der Produktion aus, denn auch schon für 3,99 € pro T-Shirt können gute Arbeitsbedingungen abgesichert sein.⁴⁵ Umgekehrt garantiert auch ein Ladenpreis von 49,90 € keine fairen Produktionsbedingungen. Entscheidend sind vielmehr die zugrundeliegenden Einkaufspraktiken. Die Preisverhandlung zwischen Einkäufer*in und Lieferant in der Fast-Fashion-Industrie ist meist aggressiv und auf Konkurrenz zwischen verschiedenen Zulieferern ausgelegt.⁴⁶ Es geht häufig um Cent-Beträge, um die zweite und dritte Stelle nach dem Komma.⁴⁷

Aufgrund der starken Konkurrenz zwischen den Lieferanten werden Preise verhandelt, die die Produktionskosten nicht abdecken: 39 % der Zulieferer akzeptieren Preise unter Produktionskosten.⁴⁸ Ein Lieferant wird nur selten von sich aus eine Bestellung, auch wenn unterkalkuliert, ablehnen, um sich künftige Aufträge zu sichern.⁴⁹ Die Konsequenzen sind oft verspätete Auszahlung von Löhnen, Arbeitsverlust, Mangel an Investitionen im Bereich Ausstattung und Equipment sowie Auslagerung auf Unterauftragnehmer.⁵⁰ Diese entziehen sich, meist ohne das Wissen der Marken, jeglicher Kontrollen und erzwungene Arbeit sowie Kinderarbeit können Folgen sein.⁵¹

Im Kontext des Preises steht auch die Frage, wer die Kosten und Risiken der Produktion trägt. Kosten für Audits, Weiterbildungen, Entwicklungskosten, Lagerung von Materialien und Zutaten übernehmen die Lieferanten meist einseitig.^{52, 53} Auf der anderen Seite bleibt der Mehrwert des Verkaufs der Kleidung bei den Marken – eine ungleiche Wertabschöpfung.⁵⁴ Preissteigerungen beispielsweise auf Grund der Erhöhung des Mindestlohns werden von Marken oft nicht getragen.⁵⁵ Dies ist in [Teil 3 \(Die Folgen in Zahlen\)](#) detaillierter anhand der Löhne in verschiedenen, typischen Herstellungsländern von Mode dargestellt. Der gesetzlich



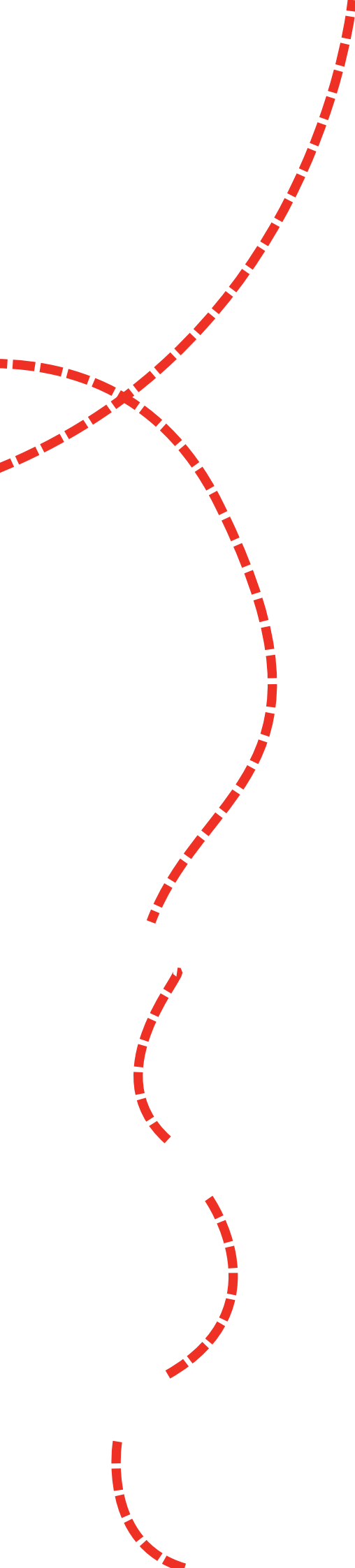
verankerte Mindestlohn deckt meist nicht die tatsächlichen, existenzsichernden Kosten ab, wie für Miete oder Nahrungsmittel, die für das tägliche Leben in den Ländern anfallen. Die gezahlten Löhne für die Arbeiter*innen sind dabei meist nicht existenzsichernd: im Durchschnitt liegen die Löhne in Bangladesch in allen Sektoren 50-70 % unter einem existenzsichernden Niveau, einschließlich der Modeindustrie.⁵⁶ Zu gering kalkulierte Preise haben ganz direkte Auswirkungen auf die Lebensrealität der Arbeiter*innen und ihrer Familien und oft fehlt das Geld, um die Bildungschancen der Kinder und damit die Zukunftsperspektiven der kommenden Generation zu ermöglichen.⁵⁷

Und dennoch ist es schwierig, über die gezahlten Abnahmepreise der Modefirmen und die Kosten der Zulieferer zu diskutieren, wie Lavinia Muth von Arme-dangels klarstellt.⁵⁸ **Solange es keine Transparenz in der Kostenstruktur bei der Verhandlung zwischen Lieferanten und Marke gibt, „ist es schwierig über die Verbindung der Ethik zu sprechen.“⁵⁹ Durch Open-Costing-Prozesse kann beispielsweise eine solche notwendige Transparenz hergestellt werden**, indem Materialkosten, Lohnkosten und Margen in der Preisverhandlung offengelegt werden.⁶⁰ Wenn die Löhne nicht der Konkurrenz und Verhandlung zwischen Marken und Lieferanten unterliegen, müssen Modefirmen über das eigentliche Design und Innovation konkurrieren.⁶¹ Dies bedeutet, dass das Lohnniveau im Sektor nachhaltig steigen kann und in Zukunft Marken über die eigentliche Gestaltung der Produkte konkurrieren und nicht primär über Preise, die durch unterkalkulierte Löhne generiert werden. Dies fasst Dr. Frank Hoffer zusammen als eine „Konkurrenz, die Menschenrechtsverletzungen ausschließt und stattdessen qualitäts- und innovationsgetrieben ist.“⁶²

Der Faktor Zeit

Für Marsha Dickson ist die Zeit und damit verbunden Geschwindigkeit und Flexibilität ausschlaggebend bezüglich sozialer Auswirkungen der Modeproduktion.⁶³ „Es gibt so große Produktionsanlagen weltweit, aber das Problem ist, dass sie manchmal zu viel und manchmal zu wenig genutzt werden, also ist eine ausgewogene zeitliche Koordinierung entscheidend.“⁶⁴ **Zu kurz verhandelte Produktionszeiten im Verhältnis zum Volumen und zu späte Bestellzeitpunkte erschweren die Kapazitätsplanung der Zulieferer.**⁶⁵ Laut Lavinia Muth sind die Marken mit verantwortlich für exzessive Überstunden, wenn sie „die Kapazitäten nicht richtig kennen und den Lieferanten überfordern mit zu vielen Aufträgen.“⁶⁶ Langfristige Kapazitätsentwicklungsprogramme sind ebenfalls wichtig, um die Lieferanten dabei zu unterstützen, neue Drucktechnologien, Applikationen oder Stoffqualitäten realisieren zu können – auch im Interesse der Marke selbst. **Eine gemeinsame Entwicklung bringt Vorteile für beide Seiten: Die Modemarke kann Produkte in angeforderter Qualität und Mengen anbieten; der Lieferant hat einen verlässlichen Auftraggeber, der Bestellungen in hohen Mengen platziert.**

Besonders kurzfristige Bestellungen, so Dr. Frank Hoffer, resultieren häufig in Überstunden samt negativer Konsequenzen für Arbeiter*innen.⁶⁷ **Last-Minute Bestellungen führen in 59 % der Fälle zu Überstunden, in 56 % der Fälle zu höheren Produktionskosten, in 54 % der Fälle zu verspäteten Anlieferungen und wiederum in 20 % der Fälle zur Vergabe an Unterauftragnehmer, mit den bereits genannten Risiken.**⁶⁸ Diese Folgen wirken sich ebenfalls negativ auf die Marken selbst aus, folglich ist es ökonomisch sinnvoll und in eigenem Interesse der



Marken, diese abzuwenden. Verlässliche Lieferanten bedeuten einen finanziellen Vorteil für die Unternehmen. Nachhaltigkeit und Wirtschaftlichkeit können hier auf einer Linie sein.

Zudem stellen kurzfristige Stornierungen von Bestellungen ein Problem für Lieferanten dar, denn sie führen zu nicht genutzter Arbeitskraft und materiellen Kapazitäten, die im Vorfeld bereits für die Produktion eingeplant wurden.⁶⁹ Die Kosten dafür tragen meist wieder die Lieferanten einseitig.⁷⁰ Die abverlangte Flexibilität ergibt sich oft nicht nur aus fehlerhaften oder verzögerten Angaben der Marken, sondern aus ganz realen Änderungen der Bedingungen am Markt, zum Beispiel auf Grund unerwarteter Modetrends oder ungewöhnlicher Wetterperioden mit entsprechenden Nachfrageverschiebungen.⁷¹ Verkauft sich ein Produkt, zum Beispiel ein Sommerkleid, besonders gut zu Sommerbeginn und wird entsprechend kurzfristig in hohen Mengen nachbestellt, ist es schwierig, die Produktionsmenge ebenso kurzfristig zu reduzieren oder zu stornieren, wenn plötzlich der Rest des Sommers verregnet ist. Dr. Frank Hoffer argumentiert jedoch, dass es Ziel sein muss, die oft erforderliche Flexibilität in der Produktion mit Einkaufspraktiken und -preisen zu verbinden „die sicherstellen, dass die Verwerfungen, die es bei der Beschäftigung geben kann, ausgeglichen werden.“⁷²

Der Faktor Qualität

Der Faktor Qualität steht in engem Verhältnis zu Preis und Zeit. Wird zu wenig für ein Produkt gezahlt oder ist die Produktionszeit zu kurz, leidet die Qualität der Verarbeitung und des Materials. **Können Marken Produkte nicht verkaufen, ist es häufig gängige Praxis, diese auf Grund von Qualitätsmängeln auf Kosten der Lieferanten zurückzuschicken.⁷³ 27,3 % der Zulieferer, die „Better Buying“ für eine Studie befragte, erhalten nicht den vollen Preis für ihre Leistungen, oft durch Qualitätsdefekte.⁷⁴**

Doch der Begriff der Qualität sollte hier weiter gefasst werden und die Lebensqualität der an der Produktion beteiligten Menschen umfassen. Das Wohlergehen der Menschen und Umwelt, wie auch der kulturellen Diversität vor Ort in den Herstellungsländern sollten ebenso Ausdruck einer verantwortungsvollen Produktion und Qualität sein. Ein Mangel an Investitionen im Bereich Sozial- und Umweltstandards hat akute und umfassende gesundheitliche Folgen für die Arbeiter*innen. Investitionen der Lieferanten in dieser Richtung werden jedoch, zum Beispiel bei der Vergabe zukünftiger Aufträge von den Marken meist nicht belohnt.⁷⁵ Für mehr als 60 % der Lieferanten werden keine Anreize zur Einhaltung von Sozial- und Nachhaltigkeitsstandards gesetzt – die Zulieferer müssen diese Investitionen wirtschaftlich abwägen.⁷⁶ Dies hat enorme Auswirkungen auch auf die Zukunftsperspektiven der Menschen, die kaum aus der Abhängigkeitsspirale, systemisch kreiert durch Fast Fashion, ausbrechen können. Dazu betont Kate Padget-Koh, die Modeunternehmen hinsichtlich nachhaltiger Praktiken ihrer Lieferketten berät: „Jeder verdient es, respektiert zu werden, und dazu zählt, dass die Arbeit und der Mensch als Personen wertgeschätzt werden.“⁷⁷ Doch gibt sie zu Bedenken, dass zwar realistisch die Treiber Preis, Zeit und Qualität in der Fast Fashion nicht verschwinden werden, doch sollten sie ergänzt werden um integrierte ethische Kriterien.⁷⁸

Einkaufspraktiken in der Fast-Fashion-Industrie

- Aggressive, auf Konkurrenz zwischen den Lieferanten ausgerichtete Preisverhandlung, die die Kosten der Produktion und soziale, ökologische sowie qualitative Anforderungen nicht decken
- Verhandlung zu kurzen Leadtimes im Verhältnis zum Volumen und Kapazitäten
- Zu später Orderzeitpunkt
- Bestellung über Agenturen und/oder bei schnell wechselnden Lieferanten
- Ungenaue Vorhersagen, daraus resultierende Übermusterung sowie Übermittlung fehlerhafter Vorgaben
- Schlechte interne Absprachen und widersprüchliche Botschaften der Anforderungen von Einkauf, Design & CSR
- Intransparente Bestellplanung und kurzfristige Änderung der Bestellung
- Kurzfristige Änderungen des Designs am Muster oder nach Bestellung
- Kurzfristige Bestellung neuer Qualitäten oder Designtechnologien. Die Materialdisposition für Musterung und Produktion liegt komplett bei Lieferanten
- Starke Fluktuation des Ordervolumens zwischen Kollektionen ohne Berücksichtigung tatsächlicher Kapazitäten
- Keine Übernahme von Muster- und Entwicklungskosten
- Unpünktliche Bezahlung und nicht in voller Höhe des verhandelten Preises, oft durch Reklamation von Qualitätsmängeln, bis hin zur Stornierung
- Verzögerung der Bestätigung wichtiger Entwicklungsschritte
- Mangel an ethischen Kriterien in Verträgen und mangelnde (finanzielle) Anreize zur Einhaltung sozialer und ökologischer Arbeitsbedingungen
- Verlangen von Audits, Zertifikaten, Qualitätsworkshops und Schulungen der Produktion auf Kosten des Lieferanten
- Bestellung ohne Vertragsabschluss oder Verträge, die Preise, Modalitäten und Kriterien zu späten Bestellanpassungen nicht enthalten

Druck auf Preis, Zeit und Qualität

Folgen für Lieferanten

- Kompromittierte Verhandlungsposition und Druck, für jeden Preis zu liefern
- Schwierigkeiten bei der Planung und Steuerung der Produktion von Materialien und menschlicher Ressourcen
- Erhöhte Musterkosten, die Gewinn schmälern
- Kaum Anreize für Verbesserungen
- Preis deckt die Produktionskosten nicht
- Einhaltung von Fristen ist erschwert
- Verspätete Anlieferungen
- Fehlende Ressource für Investitionen für Verbesserungen zur Erfüllung ethischer Anforderungen der Kunden

Ungleiches Machtverhältnis durch Risiken und Lastenverteilung: Abhängigkeitsverhältnis

Folgen für Arbeiter*innen

- Direkte Auswirkungen auf die Gesundheit (erhöhte Leistungsanforderungen & Stress, schlechte Gesundheits- & Sicherheitsmaßnahmen am Arbeitsplatz, erhöhtes Unfallrisiko)
- Langzeitfolgen für die Gesundheit (schlechte Ernährung, Krankheitsvorsorge, schlechte Qualität von Luft, Wasser und Umwelt der ganzen Gemeinschaft)
- Zukunftsperspektiven (Mangel an Investitionen, an Verbesserung, Ausbildung & Equipment)
- Löhne (nicht existenzsichernd, unpünktliche Lohnzahlung, un-/unterbezahlte Überstunden)
- Arbeitszeit (exzessive Überstunden, keine Pausen, keine Urlaubszeiten, unregelmäßige Arbeitszeiten): Unvereinbarkeit von Beruf & Familie durch schlechte Planbarkeit sowie gesteigerte Risiken für Übergriffe auf den Heimwegen bei Überstunden bis in die Nacht
- Unteraufträge & Zeitarbeit (Risiko von Kinderarbeit & erzwungener Arbeit)

Folgen für die Umwelt

- Erhöhter Abfall: unnötiger Vorproduktionsabfall, Überproduktion/Vernichtung auf Grund von Qualitätsmängeln und Defekten
- Mangel an technologischen Investitionen in Filter für Wasser und Luft

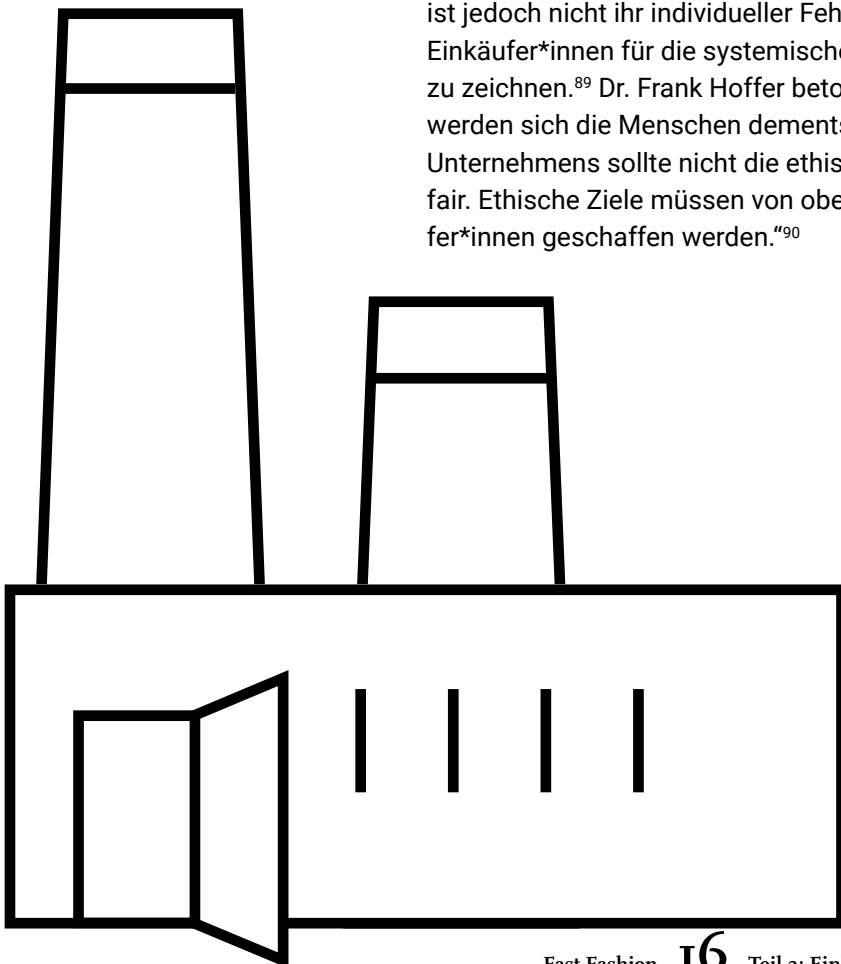
Verschlechterung der Lebensqualität

Abbildung 4: Folgen der Einkaufspraktiken

■ Förderung von Wissen und Integration verantwortungsvoller Einkaufspraktiken:

Die negativen Folgen der Einkaufspraktiken sind oft auch auf mangelndes Wissen von Einkäufer*innen zurückzuführen – Wissen um nachhaltige Strategien, lokale Bedingungen und Kapazitäten oder Unsicherheiten bezüglich Produktentscheidungen. Es hilft bereits, wenn Einkäufer*innen akkurat arbeiten und Fristen einhalten.⁷⁹ So sind bereits 33 % der technischen Informationen in den sogenannten Techpacks, der Übersicht aller produktionsrelevanter Details zu einem Produkt, fehlerhaft – dies führt zu Überstunden, mehr Zeitaufwand in der Produktion und der Entwicklung von Musterteilen, Anlieferungsverzögerungen und finanziellen Einbußen.⁸⁰ Für 25 % der Lieferanten sind fehlerhafte Techpacks und kurzfristige Änderungen der Bestellungen der Grund, auf Zeitarbeiter*innen zurückzugreifen.⁸¹ Auch wenn wichtige Freigaben und Fristen – „Meilensteine“ – in der Produktentwicklung verzögert werden, etwa durch ungenaue Trendvorhersagen und Unsicherheiten über das Markenbild, bedingt dies einen höheren Druck aller Faktoren in der Produktion.^{82, 83} Einkäufer*innen sollten in diesen Bereichen unterstützt, gestärkt und besser ausgebildet werden, durch Workshops und Besuche in den Herstellungsfabriken.⁸⁴

Dennoch ist das Wissen um die Folgen von Einkaufspraktiken im Allgemeinen gestiegen.⁸⁵ Maik Pflaum schätzt ein: „Viele Einkäufer*innen haben jedoch noch immer das nötige Wissen nicht oder setzen ihre Prioritäten einfach anders. Hier gibt es noch extrem viel Schulungsbedarf.“⁸⁶ Ebenso kann falscher Druck und eine falsche Anreizstruktur aus der Unternehmensführung ursächlich sein.⁸⁷ Auch Padget-Koh setzt hier an, denn „letzten Endes wird die Einkaufsentscheidung von Einkäufer*innen getroffen. Solange die Einkäufer*innen nicht definieren, was nachhaltige Praktiken für sie bedeuten und ihnen keine entsprechenden Anreize gesetzt werden, werden sie nach der optimalen Marge streben.“⁸⁸ Dies ist jedoch nicht ihr individueller Fehler und es wäre ebenso unethisch, einzelne Einkäufer*innen für die systemischen Probleme der Fast Fashion verantwortlich zu zeichnen.⁸⁹ Dr. Frank Hoffer betont: „Wenn sie eine Anreizstruktur setzten, werden sich die Menschen dementsprechend verhalten. Die ethische Frage des Unternehmens sollte nicht die ethische Frage des Einzelnen sein, das ist grob unfair. Ethische Ziele müssen von oben kommen, nicht über die einzelnen Einkäufer*innen geschaffen werden.“⁹⁰



Der Weg nach vorn

Die Ersten Schritte

Die befragten Expert*innen dieses Artikels sind sich einig: Jedes Fast-Fashion-Unternehmen muss einen individuellen und für sich passenden Weg zu Nachhaltigkeit entwickeln. Nur dann können diese neuen Ziele und ethische Kriterien in das operative Geschäft integriert werden, ohne Widersprüche zwischen dem Einkauf und der Nachhaltigkeitsabteilung zu kreieren. Dies umreißt Marsha Dickson wie folgt: „Wir müssen Nachhaltigkeit in der Berichterstattung *aller* Rollen und Bereiche integrieren, sonst gibt es völlige Widersprüche, wenn ein Teil des Unternehmens eine Sache fordert und potentiell das Nachhaltigkeitsteam andere Kriterien setzt.“⁹¹ Das Engagement muss von der Geschäftsleitung unterstützt und in allen Abteilungen aktiv gelebt werden, samt Widerspiegelung auch in den finanziellen Zielen des Unternehmens.⁹²

Die einzelnen konkreten Maßnahmen zur Umsetzung verantwortungsvoller Einkaufspraktiken können nach Maik Pflaum „bei jedem Unternehmen anders aussehen – das Unternehmen muss erstmal wissen, wo die möglichen individuellen Stellschrauben sind.“⁹³ **Marken müssen laut Marsha Dickson „intern verstehen, wie ihre Entscheidungen die Lieferkette beeinflussen.“⁹⁴ Dazu ist Transparenz essentiell, um die wirklichen Zustände zu erkennen und darauf aufbauend Veränderungen zu realisieren.⁹⁵**

Transparenz und Kommunikation

Transparenz in der Kommunikation, ein offener Dialog und gemeinsames Planen der Kapazitäten sind wichtig.⁹⁶ Dr. Reiner Hengstmann empfiehlt dabei, auf „weniger, doch dafür strategische Partner“ zu setzen, diese gemeinsam weiter aufzubauen und gezielt im Bereich der Nachhaltigkeit zu schulen, um dadurch sicherzustellen, dass die Einhaltung der Menschenrechte und Schaffung verbesserter sozialer und ökologischer Bedingungen geschaffen werden. Es ist wichtig, dass die Marken hier kooperieren und ein Vertrauens- und Transparenzverhältnis aufbauen.“⁹⁷ Lavinia Muth, stellvertretend für Unternehmen, die bereits jetzt verantwortungsvoll agieren, meint hierzu: „In unserer Vision und Mission sprechen wir von Partnerschaft auf Augenhöhe und das wird und sollte in allen Bereichen gelebt werden.“⁹⁸

Für viele Fast-Fashion-Marken ist Transparenz und Nachvollziehbarkeit der Produktion bereits heute ein zentrales Thema – wenn auch vielleicht aus ökonomischen Gründen, um Risiken zu minimieren. Eine absolute Sicherheit, dass Aufträge nicht an Unterauftragnehmer weitergegeben werden oder unlautere Bedingungen in den Herstellungsfabriken herrschen, kann es jedoch, laut Lavinia Muth, noch nicht geben.⁹⁹ In der Zukunft könnte Blockchain-Technologie, die alle Stufen der Produktion digital dokumentiert, effektive Nachvollziehbarkeit und Wissen schaffen.¹⁰⁰ Kate Padget-Koh betont, dass Marken nicht nur intern, sondern auch für die Konsument*in



transparent das Wissen aufzeigen sollten, von wem sie ganz konkret einkaufen.¹⁰¹ Dabei sollte Inklusivität, das heißt Kollaborationen und Allianzen zwischen verschiedenen Fast-Fashion-Unternehmen, angestrebt werden, um positive systemische Veränderungen zu erzielen.¹⁰²

Effektive Vorhersagen und Planung

Vorhersagen für das Kaufverhalten der Konsument*in in der Zukunft zu treffen ist schwierig, da sie auf der Vergangenheit basieren und sie sind daher eine der größten Herausforderungen für Unternehmen.^{103,104} Allein schon aus ökonomischen Gründen gibt es „keine Marke, die absichtlich schlecht plant, doch gibt es in diesem Punkt viele Unsicherheiten, weil zahlreiche Faktoren die Marktentwicklung beeinflussen“, meint Dr. Frank Hoffer.¹⁰⁵ Ungenaue Trendvorhersagen können zu Übermusterung führen, das heißt ein unausgewogenes Verhältnis zwischen angeforderten Produktmustern, welche speziell für die Modefirmen nach ihren Anforderungen hergestellt werden, und tatsächlich in die Produktion kommenden Produkten.¹⁰⁶ Besonders der Entwicklungsprozess (Musterung) ist für die Lieferanten sehr teuer und die Kosten dafür werden von den Marken meist nicht getragen.¹⁰⁷ Ein Ansatz ist es, digitale Visualisierungsmöglichkeiten einzusetzen bis hin zu digitalen Showrooms, sodass zeitliche, finanzielle und materielle Aufwendungen verringert werden können.¹⁰⁸

Die Fast-Fashion-Unternehmen sollten zudem ein gutes Verhältnis zwischen flexibler Planung von Zukunftsszenarien und verbindlichen Zusagen finden, um auf Veränderungen am Markt auch kurzfristig reagieren zu können. Die unvermeidliche Flexibilität am Markt sollte jedoch nicht über die Arbeiter*innen abgefedert werden.¹⁰⁹ Wenn Marken nicht klar sagen können, welches Produkt wo und wann und in welchen Mengen benötigt wird, entstehen weitreichende Probleme in der Produktionsplanung. **Verlässliche Vorhersagen sind daher eine der Herausforderungen, denen**

sich Fast-Fashion-Marken in Zukunft stellen müssen und sie können gleichzeitig eine extreme Erleichterung für Lieferanten sowie eine Schnittstelle zwischen wirtschaftlichen und nachhaltigen Zielen des Unternehmens sein.

Falls die vorhergesagte Planung von dem realen Bedarf abweicht, müssen Möglichkeiten der Kompensation zwischen Marke und Lieferanten geschaffen werden.¹¹⁰ Dabei kann ein Vorteil sein, mit wenigen, aber dafür strategischen Lieferanten auf lange Zeit zu kooperieren, auch wenn eine langfristige Zusammenarbeit allein nicht unbedingt gleichzusetzten ist mit verantwortungsvollen Einkaufspraktiken – dies muss immer im Kontext gesehen werden.¹¹¹ Eine günstige Kollektionsrahmenplanung kann helfen, freie Kapazitäten effektiv auszunutzen, indem zum Beispiel NOS/Basic Produkte in Produktionslücken platziert und progressive Anlieferungsfristen verhandelt werden.¹¹²

Schlussbetrachtungen

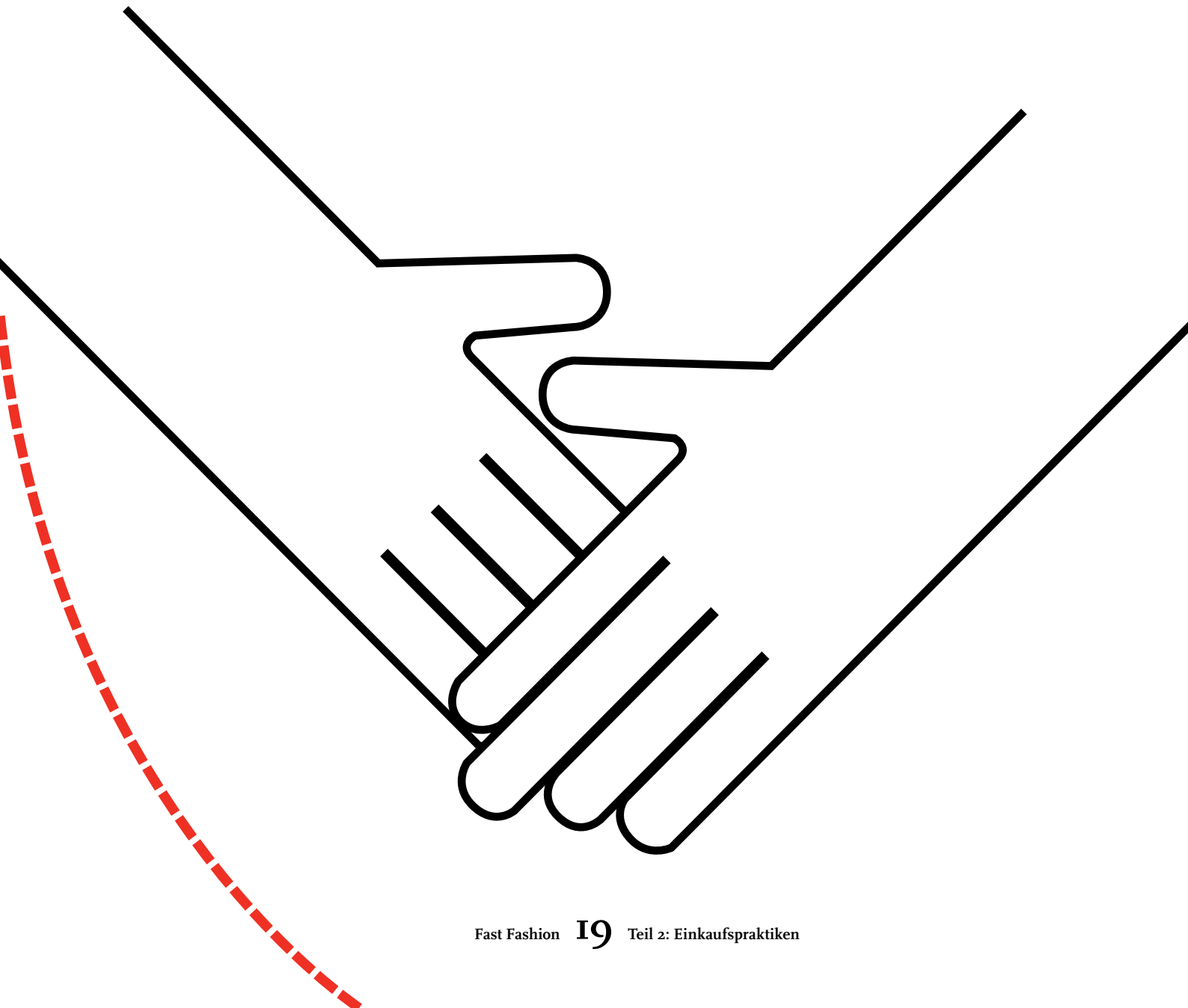
Die Zusammenhänge zwischen einzelnen Einkaufspraktiken von Fast-Fashion-Unternehmen und deren Auswirkungen auf die Arbeiter*innen in den Herstellungsländern ist komplex und eine abschließende „einfache“ Lösung dieser vielschichtigen Problematik wird es nicht geben. Dennoch hat dieser Artikel einen Überblick der Hauptfaktoren und Treiber der schnellen Mode – Preis, Zeit und Qualität – aufgezeigt. Das Bewusstsein für die komplexen Zusammenhänge bei den Unternehmen, wie im Speziellen in den Einkaufsabteilungen selbst, muss weiter geschärft und individuell für jedes Unternehmen analysiert werden.

Es stellt sich die Grundfrage der Übernahme von Verantwortung für die sozialen und ökologischen Bedingungen in den Produktionsfabriken. Hier sind neben den Fast-Fashion-Marken und Unternehmen selbst auch die Ebenen der Politik, wie auch das übergeordnete Problem des ungehemmten Konsums zu nennen. Konsument*innen können auch ihren Teil zur Verbesserung der Produktionsbedingungen

beitragen. Sie sollten nicht nur bewusster und weniger Kleidung kaufen, sondern solche, bei der die Menschen, die die Kleidung herstellen, eine Chance auf Lebensqualität und Zukunftsperspektiven haben. Dazu sollten sie aktiv ihre Stimmen nutzen – politisch und direkt gegenüber den Fast-Fashion-Unternehmen.

Die Arbeiter*innen, so Dr. Reiner Hengstmann sind keine direkten Angestellten der internationalen Marken, so dass man hier nur von einer indirekten Verantwortung der Marken gegenüber den Arbeiter*innen sprechen kann.¹¹³ Dies könnte ein Sorgfaltspflichten-gesetz, wie im Frühjahr 2019 vom deutschen Entwicklungs- und Arbeitsministerium vorgeschlagen, jedoch ändern.¹¹⁴ Nicht nur deshalb ist es notwendig, die indirekte Verantwortung der Firmen für die indirekten Arbeiter*innen auch jetzt schon anzuerkennen. Dies wird zunehmend getan: Initiativen wie ACT oder

die Fair Wear Foundation tragen zu einem positiven Wandel der Industrie bei und Marken wie Armedangels zeigen bereits heute, dass verantwortungsvoller Einkauf und Qualität in der Modeindustrie möglich sind, wenn auch im (noch) kleineren und langsameren Maßstab. Nur wenn die Fast-Fashion-Marken ihre Verantwortung annehmen und danach handeln, kann dieser Hebel genutzt werden, positive systemische Veränderungen zu kreieren. Diese Verantwortung muss erkannt und auch in ihrem operativen Geschäft aktiv gelebt werden. Fast-Fashion-Marken mit ihren großen Produktionsvolumen könnten dann einen großen positiven Einfluss auf die sozialen und ökologischen Bedingungen in den Herstellungsländern ausüben.¹¹⁵ Sie könnten die Pioniere in der Aufklärung und Bewusstseinsbildung für Konsument*innen sein, denn sie erreichen sie weltweit über ihre Kampagnen.¹¹⁶



Forderungen und Handlungsoptionen der Christlichen Initiative Romero

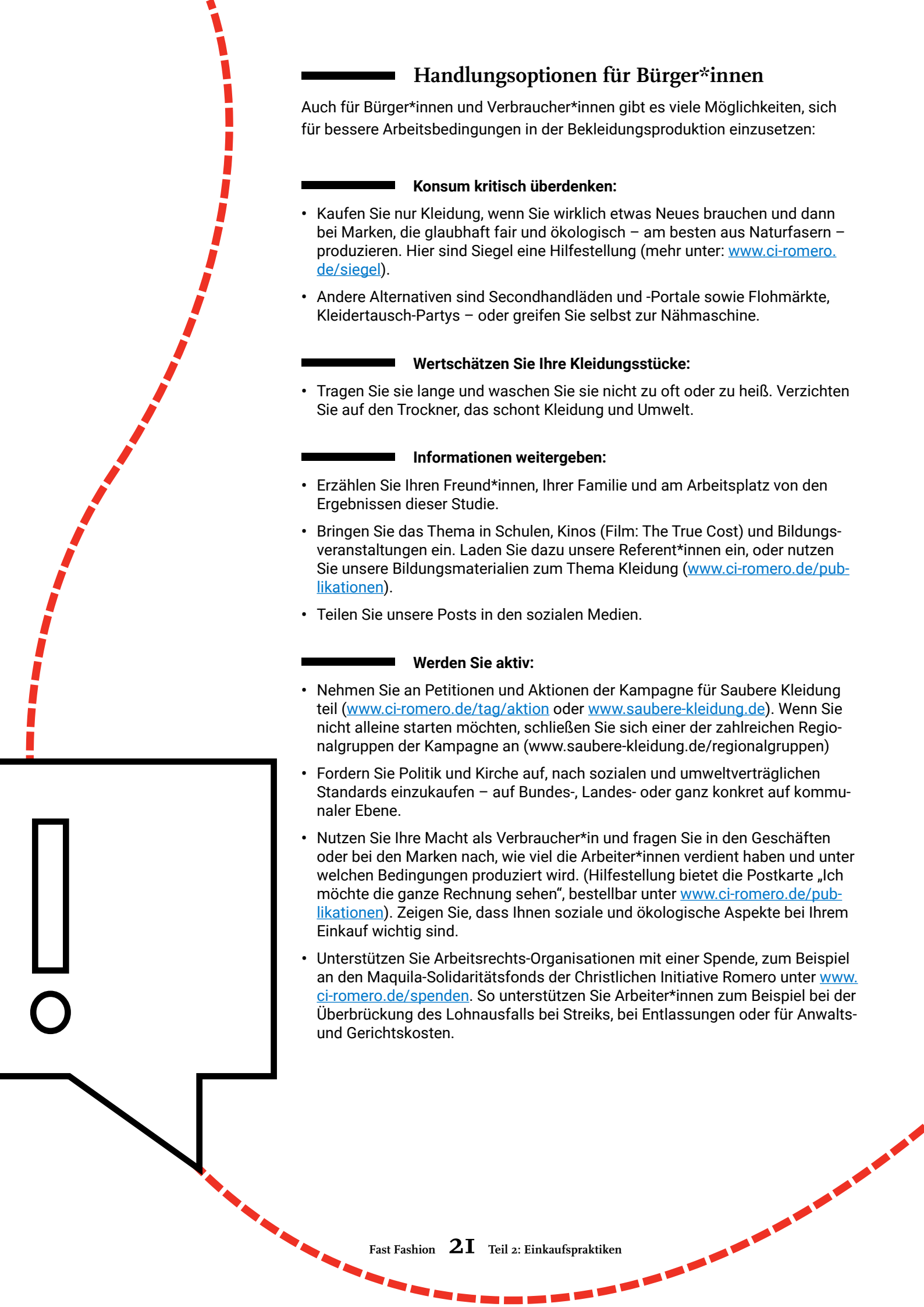
Forderungen an Fast-Fashion-Konzerne

Wir fordern von den Fast-Fashion-Marken umgehende und glaubwürdige Maßnahmen, um die Arbeitsbedingungen und die Umweltbilanz in der Fast-Fashion-Industrie zu verbessern. Vor allem fordern wir, dass die Marken:

- sich zur Einhaltung von Mindeststandards für menschenwürdige Arbeitsbedingungen verpflichten
- einen Verhaltenskodex verabschieden, der die Zahlung von existenzsichernden Löhnen beinhaltet, und dessen Einhaltung sicherstellen. Dazu müssen sie die eigenen Einkaufspraktiken anpassen und gesamtunternehmerische ethische Kriterien in die Geschäftsabläufe auf allen Ebenen integrieren.
- Einkaufsverhalten nicht nur nach Preis, Zeit und Qualität, sondern auch nach sozialen wie ökologischen Nachhaltigkeitszielen ausrichten. Konkret müssen die Konzerne:
 - » Einkäufer*innen schulen → Hier bietet die Broschüre „WellMade“ viele gute Ansätze (www.ci-romero.de/wellmade)
 - » Zeit- und Preisdruck für Zulieferer verringern
- sich über eine glaubwürdige Multistakeholder-Initiative, wie die Fair Wear Foundation (FWF), verifizieren lassen. In dieser muss jedes Unternehmen individuelle Maßnahmen zur Erreichung oben genannter Ziele entwickeln.
- Lieferketten und Auditberichte veröffentlichen
- sich in den Produktionsländern und Europa für eine gesetzliche Verankerung von Menschenrechten in der Wirtschaft (und deren Einhaltung) einsetzen.

Forderungen an die Politik:

- Einführung eines Sorgfaltspflichtengesetzes in Deutschland, das Unternehmen zur Einhaltung der Menschenrechte in ihren Lieferketten verpflichtet und für Verstöße haftbar macht.
- UN-Treaty-Prozess (für eine verbindliche Verankerung der Menschenrechte in der Wirtschaft auf UN-Ebene) finanziell und öffentlich unterstützen und vorantreiben.



Handlungsoptionen für Bürger*innen

Auch für Bürger*innen und Verbraucher*innen gibt es viele Möglichkeiten, sich für bessere Arbeitsbedingungen in der Bekleidungsproduktion einzusetzen:

Konsum kritisch überdenken:

- Kaufen Sie nur Kleidung, wenn Sie wirklich etwas Neues brauchen und dann bei Marken, die glaubhaft fair und ökologisch – am besten aus Naturfasern – produzieren. Hier sind Siegel eine Hilfestellung (mehr unter: www.ci-romero.de/siegel).
- Andere Alternativen sind Secondhandläden und -Portale sowie Flohmärkte, Kleidertausch-Partys – oder greifen Sie selbst zur Nähmaschine.

Wertschätzen Sie Ihre Kleidungsstücke:

- Tragen Sie sie lange und waschen Sie sie nicht zu oft oder zu heiß. Verzichteten Sie auf den Trockner, das schont Kleidung und Umwelt.

Informationen weitergeben:

- Erzählen Sie Ihren Freund*innen, Ihrer Familie und am Arbeitsplatz von den Ergebnissen dieser Studie.
- Bringen Sie das Thema in Schulen, Kinos (Film: The True Cost) und Bildungsveranstaltungen ein. Laden Sie dazu unsere Referent*innen ein, oder nutzen Sie unsere Bildungsmaterialien zum Thema Kleidung (www.ci-romero.de/publikationen).
- Teilen Sie unsere Posts in den sozialen Medien.

Werden Sie aktiv:

- Nehmen Sie an Petitionen und Aktionen der Kampagne für Saubere Kleidung teil (www.ci-romero.de/tag/aktion oder www.saubere-kleidung.de). Wenn Sie nicht alleine starten möchten, schließen Sie sich einer der zahlreichen Regionalgruppen der Kampagne an (www.saubere-kleidung.de/regionalgruppen).
- Fordern Sie Politik und Kirche auf, nach sozialen und umweltverträglichen Standards einzukaufen – auf Bundes-, Landes- oder ganz konkret auf kommunaler Ebene.
- Nutzen Sie Ihre Macht als Verbraucher*in und fragen Sie in den Geschäften oder bei den Marken nach, wie viel die Arbeiter*innen verdient haben und unter welchen Bedingungen produziert wird. (Hilfestellung bietet die Postkarte „Ich möchte die ganze Rechnung sehen“, bestellbar unter www.ci-romero.de/publikationen). Zeigen Sie, dass Ihnen soziale und ökologische Aspekte bei Ihrem Einkauf wichtig sind.
- Unterstützen Sie Arbeitsrechts-Organisationen mit einer Spende, zum Beispiel an den Maquila-Solidaritätsfonds der Christlichen Initiative Romero unter www.ci-romero.de/spenden. So unterstützen Sie Arbeiter*innen zum Beispiel bei der Überbrückung des Lohnausfalls bei Streiks, bei Entlassungen oder für Anwalts- und Gerichtskosten.

Endnoten

- 1 - Prof. Marsha Dickson im Interview mit Sarah Maria Schmidt, 15.03.2019.
- 2 - House of Commons Environmental Audit Committee, "Fixing fashion: clothing consumption and sustainability," (19. Februar 2019), 5, Zugriff am 18.03.2019, <https://publications.parliament.uk/pa/cm201719/cmselect/cmenvaud/1952/1952.pdf>. Basierend auf Fashion Revolution, "Written evidence submitted by Fashion Revolution," (o. J.), Zugriff am 18.03.2019, <http://data.parliament.uk/writtenevidence/committeeevidence.svc/evidencedocument/environmental-audit-committee/sustainability-of-the-fashion-industry/written/90117.html>.
- 3 - Global Fashion Agenda & The Boston Consulting Group, "Pulse of the Fashion Industry," (2017), 46, Zugriff am 18.03.2019, https://globalfashionagenda.com/wp-content/uploads/2017/05/Pulse-of-the-Fashion-Industry_2017.pdf.
- 4 - Lina Stotz und Gillian Kane, "Facts on The Global Garment Industry," (Clean Clothes Campaign, April 2015), letzte Aktualisierung November 08, 2017, Zugriff am 18.03.2019, <https://cleanclothes.org/resources/publications/factsheets/general-factsheet-garment-industry-february-2015.pdf/view>, basierend auf Celia Mather, "Garment Industry Supply Chains," (Women Working Worldwide, 2004), Zugriff am 18.03.2019, http://www.yorku.ca/ra-jagopa/documents/garmentsuppchain-www_education_pack.pdf.
- 5 - House of Commons Environmental Audit Committee, "Fixing fashion: clothing consumption and sustainability," 5, basierend auf Fashion Revolution, "Written evidence submitted by Fashion Revolution," (o. J.), Zugriff am 18.03.2019, <http://data.parliament.uk/writtenevidence/committeeevidence.svc/evidencedocument/environmental-audit-committee/sustainability-of-the-fashion-industry/written/90117.html>.
- 6 - Greenpeace e. V., „Konsumkollaps durch Fast Fashion," (Januar 2017), 3, Zugriff am 18.03.2019, https://www.greenpeace.de/sites/www.greenpeace.de/files/publications/s01951_greenpeace_report_konsumkollaps_fast_fashion.pdf. Basierend auf Nathalie Remy, Eveline Speelman, und Steven Swartz, "Style that's sustainable: A new fast-fashion formula," (McKinsey & Company, Oktober 2016), Zugriff am 18.03.2019, <https://www.mckinsey.com/business-functions/sustainability-and-resource-productivity/our-insights/style-thats-sustainable-a-new-fast-fashion-formula>.
- 7 - Katharine Early, "The Joint Ethical Trading Initiatives' Guide to buying responsibly," (ETI Denmark, Norway und UK, Juli 2017), 18, Zugriff am 25.03.2019, https://www.ethicaltrade.org/sites/default/files/shared_resources/guide_to_buying_responsibly.pdf.
- 8 - Early, "The Joint Ethical Trading Initiatives' Guide to buying responsibly," 4.
- 9 - Early, "The Joint Ethical Trading Initiatives' Guide to buying responsibly," 10.
- 10 - Marsha A. Dickson, "Better Buying™ Index Report, Fall 2018," (Better Buying, 2018), Zugriff am 25.03.2019. Better Buying ist eine NGO, bei der Zulieferer anonym die Einkaufspraktiken ihrer Auftraggeber (Marken) bewerten und Verbesserungsvorschläge machen können. Finanziert wird die NGO von der C&A-Stiftung. https://betterbuying.org/wp-content/uploads/2018/10/Better-Buying-Benchmark-Report_fall-2018.pdf.
- 11 - Lexikon der Nachhaltigkeit, "Fast Fashion Definition," (o. J.), Zugriff am 25.03.2019, https://www.nachhaltigkeit.info/artikel/fast_fashion_definition_2012.htm?sid=cbblep09uc4t2e42me72n-l5io6.
- 12 - H&M Group, "Vision and Strategy," Welcome to the H&M Group, Sustainability, Vision and Strategy, Zugriff am 12.04.2019, <https://about.hm.com/en/sustainability/vision-and-strategy.html>.
- 13 - Lavinia Muth im Interview mit Sarah Maria Schmidt, 21.02.2019.
- 14 - Nathalie Remy, Eveline Speelman, und Steven Swartz, "Style that's sustainable: A new fast-fashion formula," (McKinsey & Company, Oktober 2016), Zugriff am 18.03.2019, <https://www.mckinsey.com/business-functions/sustainability-and-resource-productivity/our-insights/style-thats-sustainable-a-new-fast-fashion-formula>.
- 15 - McKinsey & Company, „In der Mode zählt Tempo: Discounter designen doppelt so schnell," (30. Oktober 2018), Zugriff am 25.03.2019, <https://www.mckinsey.de/news/presse/in-der-mode-zaehlt-tempo>.
- 16 - Lothar Schnitzler und Peter Steinkirchner, „Deutsche Modemarken: Begehrt bei Ästheten und Heuschrecken," (WirtschaftsWoche, Handelsblatt GmbH, 11. September 2008), Zugriff am 18.03.2019, <https://www.wiwo.de/unternehmen/mode-deutsche-modemarken-begehrt-bei-aestheten-und-heuschrecken-seite-4/5464484-4.html>.
- 17 - Mary Hanbury, "Zara is facing a massive threat that could jeopardize the business," (Business Insider, Mai 2017), Zugriff am 17.04.2019, <https://www.businessinsider.de/fast-fashion-is-getting-faster-2017-5?r=US&IR=T>.
- 18 - Hanbury, "Zara is facing a massive threat that could jeopardize the business."
- 19 - Ebd.

- 20 - Tamsin Lejeune, "Fast Fashion: Can It Be Sustainable?" (Common Objective, 17. April 2018), Zugriff am 25.03.2019, <https://www.commonobjective.co/article/fast-fashion-can-it-be-sustainable>.
- 21 - Ebd.
- 22 - Georg Sorge, „Einkauf – ausführliche Definition,“ Zugriff am 12.04.2019, <https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/einkauf-32285>.
- 23 - Ebd.
- 24 - Simone Preuss, "Benchmark Supply Chain 2018: German Fashion präsentiert Ergebnisse," (26. Dezember 2018), Zugriff am 25.03.2019, <https://fashionunited.de/nachrichten/business/benchmark-supply-chain-2018-germanfashion-praesentiert-ergebnisse/2018122630474>.
- 25 - Dr. Frank Hoffer im Interview mit Sarah Maria Schmidt, 21.03.2019.
- 26 - Ebd.
- 27 - Maik Pflaum im Interview mit Sarah Maria Schmidt, 25.03.2019.
- 28 - Prof. Marsha Dickson im Interview mit Sarah Maria Schmidt, 15.03.2019.
- 29 - Ebd.
- 30 - Ebd.
- 31 - Blackwell Publishing, "Chapter 2: The Role of the Fashion Buyer," (o. J.), Zugriff am 25.03.2019, http://www.blackwellpublishing.com/content/BPL/Images/Content_store/Sample_chapter/9781405149921/9781405149921_sample.pdf.
- 32 - Ebd.
- 33 - Early, "The Joint Ethical Trading Initiatives' Guide to buying responsibly," 8.
- 34 - Ebd.
- 35 - Ebd.
- 36 - Susan Dillon, "The Fundamentals of Fashion Management," (Worthing, Sussex: AVA Publishing, 2011).
- 37 - Early, "The Joint Ethical Trading Initiatives' Guide to buying responsibly," 7.
- 38 - Early, "The Joint Ethical Trading Initiatives' Guide to buying responsibly," 4.
- 39 - Maik Pflaum im Interview mit Sarah Maria Schmidt, 25.03.2019.
- 40 - Early, "The Joint Ethical Trading Initiatives' Guide to buying responsibly," 7.
- 41 - Ebd.
- 42 - Ebd.
- 43 - Dr. Reiner Hengstmann im Interview mit Sarah Maria Schmidt, 08.02.2019.
- 44 - Ebd.
- 45 - Joerg Oberwittler, „[Fast-Fashion:] Darf ich ein T-Shirt für 1,50 Euro kaufen?“ (11. September 2018), Zugriff am 25.03.2019, <http://style-statements.de/fast-fashion-darf-ich-sie-kaufen/>.
- 46 - Early, "The Joint Ethical Trading Initiatives' Guide to buying responsibly," 5.
- 47 - Dr. Reiner Hengstmann im Interview mit Sarah Maria Schmidt, 08.02.2019.
- 48 - Early, "The Joint Ethical Trading Initiatives' Guide to buying responsibly," 6.
- 49 - Lavinia Muth im Interview mit Sarah Maria Schmidt, 21.02.2019.
- 50 - Early, "The Joint Ethical Trading Initiatives' Guide to buying responsibly," 38.
- 51 - Martje Theuws, "Fact Sheet – Hidden Subcontracting in the garment industry," (SOMO Centre for Research on Multinational Corporations, September 2015), Zugriff am 12.04.2019, <https://www.somo.nl/wp-content/uploads/2015/09/Hidden-subcontracting.pdf>.
- 52 - Early, "The Joint Ethical Trading Initiatives' Guide to buying responsibly," 8-9.
- 53 - Dickson, "Better Buying™ Index Report, Fall 2018," 9.
- 54 - Early, "The Joint Ethical Trading Initiatives' Guide to buying responsibly," 9.
- 55 - Early, "The Joint Ethical Trading Initiatives' Guide to buying responsibly," 8.
- 56 - Early, "The Joint Ethical Trading Initiatives' Guide to buying responsibly," 9.

- 57 - Early, "The Joint Ethical Trading Initiatives' Guide to buying responsibly," 4.
- 58 - Lavinia Muth im Interview mit Sarah Maria Schmidt, 21.02.2019.
- 59 - Ebd.
- 60 - Ebd.
- 61 - Dr. Frank Hoffer im Interview mit Sarah Maria Schmidt, 21.03.2019.
- 62 - Dr. Frank Hoffer im Interview mit Sarah Maria Schmidt, 21.03.2019.
- 63 - Prof. Marsha Dickson im Interview mit Sarah Maria Schmidt, 15.03.2019.
- 64 - Ebd.
- 65 - Early, "The Joint Ethical Trading Initiatives' Guide to buying responsibly," 6.
- 66 - Lavinia Muth im Interview mit Sarah Maria Schmidt, 21.02.2019.
- 67 - Dr. Frank Hoffer im Interview mit Sarah Maria Schmidt, 21.03.2019.
- 68 - Early, "The Joint Ethical Trading Initiatives' Guide to buying responsibly," 43.
- 69 - Dr. Frank Hoffer im Interview mit Sarah Maria Schmidt, 21.03.2019.
- 70 - Dickson, "Better Buying™ Index Report, Fall 2018," 11.
- 71 - Dr. Frank Hoffer im Interview mit Sarah Maria Schmidt, 21.03.2019.
- 72 - Ebd.
- 73 - Ebd.
- 74 - Dickson, "Better Buying™ Index Report, Fall 2018," 10.
- 75 - Early, "The Joint Ethical Trading Initiatives' Guide to buying responsibly," 7.
- 76 - Marsha A. Dickson, "Better Buying™ Index Report, Spring 2018," (Better Buying, 2018), Zugriff am 25.03.2019, https://better-buying.org/wp-content/uploads/2018/05/4159_better_buying_report_final.pdf.
- 77 - Kate Padget-Koh im Interview mit Sarah Maria Schmidt, 19.03.2019.
- 78 - Ebd.
- 79 - Prof. Marsha Dickson im Interview mit Sarah Maria Schmidt, 15.03.2019.
- 80 - Early, "The Joint Ethical Trading Initiatives' Guide to buying responsibly," 10.
- 81 - Ebd.
- 82 - Dickson, "Better Buying™ Index Report, Fall 2018," 12-13.
- 83 - Early, "The Joint Ethical Trading Initiatives' Guide to buying responsibly," 37.
- 84 - Early, "The Joint Ethical Trading Initiatives' Guide to buying responsibly," 20.
- 85 - Maik Pflaum im Interview mit Sarah Maria Schmidt, 25.03.2019.
- 86 - Ebd.
- 87 - Kate Padget-Koh im Interview mit Sarah Maria Schmidt, 19.03.2019.
- 88 - Ebd.
- 89 - Dr. Frank Hoffer im Interview mit Sarah Maria Schmidt, 21.03.2019.
- 90 - Ebd.
- 91 - Prof. Marsha Dickson im Interview mit Sarah Maria Schmidt, 15.03.2019.
- 92 - Ebd.
- 93 - Maik Pflaum im Interview mit Sarah Maria Schmidt, 25.03.2019.
- 94 - Prof. Marsha Dickson im Interview mit Sarah Maria Schmidt, 15.03.2019.
- 95 - Maik Pflaum im Interview mit Sarah Maria Schmidt, 25.03.2019.
- 96 - Early, "The Joint Ethical Trading Initiatives' Guide to buying responsibly," 21.

97 - Dr. Reiner Hengstmann im Interview mit Sarah Maria Schmidt, 08.02.2019.

98 - Lavinia Muth im Interview mit Sarah Maria Schmidt, 21.02.2019.

99 - Ebd.

100 - Ebd.

101 - Kate Padget-Koh im Interview mit Sarah Maria Schmidt, 19.03.2019.

102 - Ebd.

103 - Ebd.

104 - Dr. Frank Hoffer im Interview mit Sarah Maria Schmidt, 21.03.2019.

105 - Ebd.

106 - Dickson, "Better Buying" Index Report, Fall 2018," 12.

107 - Lavinia Muth im Interview mit Sarah Maria Schmidt, 21.02.2019.

108 - Global Fashion Agenda & The Boston Consulting Group, "Pulse of the Fashion Industry," (2018), 18, Zugriff am 18.03.2019, https://www.peta.org.uk/wp-content/uploads/2019/03/Pulse_of_the_fashion_industry_report_2018-1.pdf

109 - Dr. Frank Hoffer im Interview mit Sarah Maria Schmidt, 21.03.2019.

110 - Dr. Reiner Hengstmann im Interview mit Sarah Maria Schmidt, 08.02.2019.

111 - Dickson, "Better Buying" Index Report, Fall 2018," 12.

112 - Kristin Heckmann, "Hessnatur Social Report 2017/18," hessnatur für Fair Wear Foundation (2018), 20, Zugriff am 12.04.2019, https://www.fairwear.org/wp-content/uploads/2018/12/Sozialbericht_2017-18_DS_ENG_20181031_klein.pdf.

113 - Dr. Reiner Hengstmann im Interview mit Sarah Maria Schmidt, 08.02.2019.

114 - Kampagne für Saubere Kleidung – Clean Clothes Campaign Germany, „Kampagne für Saubere Kleidung begrüßt Vorstoß zum Sorgfaltspflichtengesetz für Unternehmen,“ Pressemitteilung, Februar 2019, Zugriff am 15.04.2019, <https://saubere-kleidung.de/2019/02/kampagne-fuer-saubere-kleidung-begruesst-vorstoess-zum-sorgfaltspflichtengesetz-fuer-unternehmen/>.

115 - Kate Padget-Koh im Interview mit Sarah Maria Schmidt, 19.03.2019.

116 - Ebd.

117 - Caro, Felipe / Martínez-de-Albéniz, Victor. „Operations management in apparel retailing: processes, frameworks and optimization.“ BEIO, Boletín de Estadística e Investigación Operativa 29 (2). 107. 2013.

Literaturverzeichnis

Berichte & Factsheets:

Dickson, Marsha A. "Better Buying" Index Report, Spring 2018." Better Buying. 2018. Zugriff am 25.03.2019.

https://betterbuying.org/wp-content/uploads/2018/05/4159_better_buying_report_final.pdf.

Early, Katharine. "The Joint Ethical Trading Initiatives' Guide to buying responsibly." ETI Denmark, Norway und UK, Juli 2017. Zugriff am 25.03.2019. https://www.ethicaltrade.org/sites/default/files/shared_resources/guide_to_buying_responsibly.pdf.

Ernst & Young AB. „H&M Group Sustainability Report 2018.“ März 2019. Zugriff am 12.04.2019. https://sustainability.hm.com/content/dam/hm/about/documents/en/CSR/2018_sustainability_report/HM_Group_SustainabilityReport_2018_%20FullReport_en.pdf.

Global Fashion Agenda & The Boston Consulting Group. "Pulse of the Fashion Industry." 2017. Zugriff am 18.03.2019. https://globalfashionagenda.com/wp-content/uploads/2017/05/Pulse-of-the-Fashion-Industry_2017.pdf.

Greenpeace e. V. "Konsumkollaps durch Fast Fashion." Januar 2017. Zugriff am 18.03.2019. https://www.greenpeace.de/sites/www.greenpeace.de/files/publications/s01951_greenpeace_report_konsumkollaps_fast_fashion.pdf.

Hess Natur-Textilien GmbH. "Social Report for the 2017/18 financial year 1 August 2017 – 31 July 2018 for membership in Fair Wear Foundation." Oktober 2018. Zugriff am 25.03.2019. https://www.fairwear.org/wp-content/uploads/2018/12/Sozialbericht_2017-18_DS_ENG_20181031_klein.pdf.

House of Commons Environmental Audit Committee. "Fixing fashion: clothing consumption and sustainability." 19. Februar 2019. Zugriff am 18.03.2019. <https://publications.parliament.uk/pa/cm201719/cmselect/cmenvaud/1952/1952.pdf>.

Stotz, Lina, und Gillian Kane. "Facts on The Global Garment Industry." Clean Clothes Campaign. April 2015. Letzte Aktualisierung 08. November 2017. Zugriff am 18.03.2019. <https://cleanclothes.org/resources/publications/factsheets/general-factsheet-garment-industry-february-2015.pdf/view>.

Theuws, Martje. "Fact Sheet – Hidden Subcontracting in the garment industry." SOMO Centre for Research on Multinational Corporations. September 2015. Zugriff am 12.04.2019. <https://www.somo.nl/wp-content/uploads/2015/09/Hidden-subcontracting.pdf>.

Online-Artikel & Lexika:

Blackwell Publishing. "Chapter 2: The Role of the Fashion Buyer." Ohne Jahresangabe. Zugriff am 25.03.2019. http://www.blackwellpublishing.com/content/BPL/Images/Content_store/Sample_chapter/9781405149921/9781405149921_sample.pdf.

Hanbury, Mary. "Zara is facing a massive threat that could jeopardize the business." Business Insider. Mai 2017. Zugriff am 17.04.2019. <https://www.businessinsider.de/fast-fashion-is-getting-faster-2017-5?r=US&IR=T>.

Lejeune, Tamsin. "Fast Fashion: Can It Be Sustainable?" Common Objective. 17. April 2018. Zugriff am 25.03.2019. <https://www.commonobjective.co/article/fast-fashion-can-it-be-sustainable>.

Lexikon der Nachhaltigkeit. "Fast Fashion Definition." Ohne Jahresangabe. Zugriff am 25.03.2019. https://www.nachhaltigkeit.info/artikel/fast_fashion_definition_2012.htm?sid=cbblep09uc-4t2e42me72nl5io6.

McKinsey & Company. "In der Mode zählt Tempo: Discounter designen doppelt so schnell." 30. Oktober 2018. Zugriff am 25.03.2019. <https://www.mckinsey.de/news/presse/in-der-mode-zaehlt-tempo>.

Oberwittler, Joerg. "[Fast-Fashion:] Darf ich ein T-Shirt für 1,50 Euro kaufen?" 11. September 2018. Zugriff am 25.03.2019. <http://style-statements.de/fast-fashion-darf-ich-sie-kaufen/>.

Preuss, Simone. "Benchmark Supply Chain 2018": German Fashion präsentiert Ergebnisse." 26. Dezember 2018. Zugriff am 25.03.2019. <https://fashionunited.de/nachrichten/business/benchmark-supply-chain-2018-germanfashion-praesentiert-ergebnisse/2018122630474>.

Remy, Nathalie, Eveline Speelman, und Steven Swartz. "Style that's sustainable: A new fast-fashion formula." McKinsey & Company. Oktober 2016. Zugriff am 18.03.2019. <https://www.mckinsey.com/business-functions/sustainability-and-resource-productivity/our-insights/style-thats-sustainable-a-new-fast-fashion-formula>.

Sorge, Georg. „Einkauf – ausführliche Definition.“ Zugriff am 12.04.2019. <https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/einkauf-32285>.

Schnitzler, Lothar und Peter Steinkirchner. „Deutsche Modemarken: Begeehrt bei Ästheten und Heuschrecken.“ WirtschaftsWoche. Handelsblatt GmbH. September 2008. Zugriff am 18.03.2019. <https://www.wiwo.de/unternehmen/mode-deutsche-modemarken-begeehrt-bei-aestheten-und-heuschrecken-seite-4/5464484-4.html>.

Kampagne für Saubere Kleidung – Clean Clothes Campaign Germany. "Kampagne für Saubere Kleidung begrüßt Vorstoß zum Sorgfaltspflichtengesetz für Unternehmen." Pressemitteilung. Februar 2019. Zugriff am 15.04.2019. <https://saubere-kleidung.de/2019/02/kampagne-fuer-saubere-kleidung-begruesst-vorstoess-zum-sorgfaltspflichtengesetz-fuer-unternehmen/>.

Websites:

H&M Group. "Vision and Strategy." Welcome to the H&M Group, Sustainability, Vision and Strategy. Zugriff am 12.04.2019. <https://about.hm.com/en/sustainability/vision-and-strategy.html>.

Bücher:

Dillon, Susan. "The Fundamentals of Fashion Management." Worthing, Sussex: AVA Publishing. 2011.

FAST FASHION

Teil 3: Die Folgen in Zahlen



Teil 3: Die Folgen in Zahlen

Ökologischer und sozialer Fußabdruck der schnellen Mode

Sarah Maria Schmidt M.A. / Prof. Friederike von Wedel-Parlow (beide Beneficial Design e.V.) / Isabell Ullrich (CIR) / unterstützt durch Magdalena Schaffrin

— Wir alle kennen inzwischen Bilder von schrecklichen Fabrikunglücken und überquellenden Mülldeponien. Aber beim Shopping-Nachmittag scheint das alles weit weg. Dabei versteckt sich hinter jedem T-Shirt eine monströse Industrie, die Unmengen von Ressourcen verschlingt, Treibhausgase in die Atmosphäre und Chemikalien in unsere Gewässer entlässt und unter dem, wie in [Teil 1](#) aufgeführt, viele Menschen leiden. Um dieses Monster sichtbar zu machen und die verheerenden Ausmaße der Modeindustrie vor Augen zu führen, haben wir hier einige prägnante Fakten zu ihren sozialen und ökologischen Folgen zusammengetragen. Die Zahlen beziehen sich auf die gesamte Modeindustrie, doch das System „Fast Fashion“ hat deren Auswirkungen in diese Dimensionen getrieben.

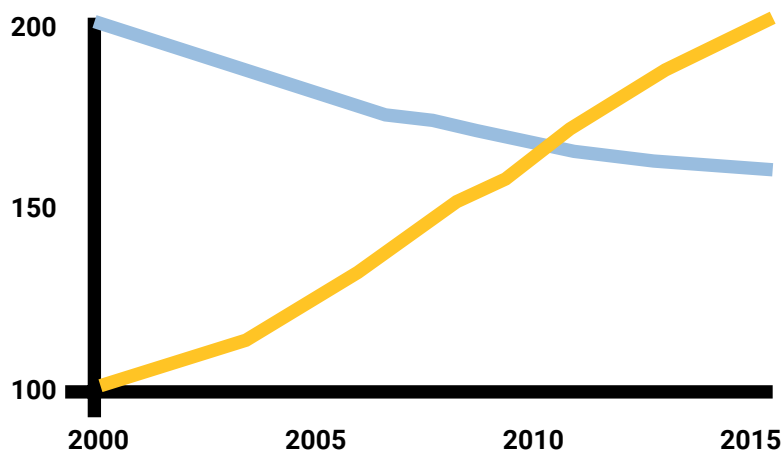
Kaufen, tragen, wegschmeißen

So entwickeln sich Konsum und Umsatz von Kleidung weltweit

Von 2000 bis 2015 hat sich die Anzahl der globalen Kleidungskäufe verdoppelt – von etwa 50 Milliarden Kleidungsstücken auf mehr als 100 Milliarden.¹

Gleichzeitig sank die Anzahl, wie oft ein Teil getragen wird. Im Schnitt waren das etwa 200 Mal in 2000, in 2015 sind es nur noch 163 Mal.¹

2050 werden laut Prognosen 160 Millionen Tonnen Kleidung weltweit gekauft werden – fast 3-mal soviel wie heute.²



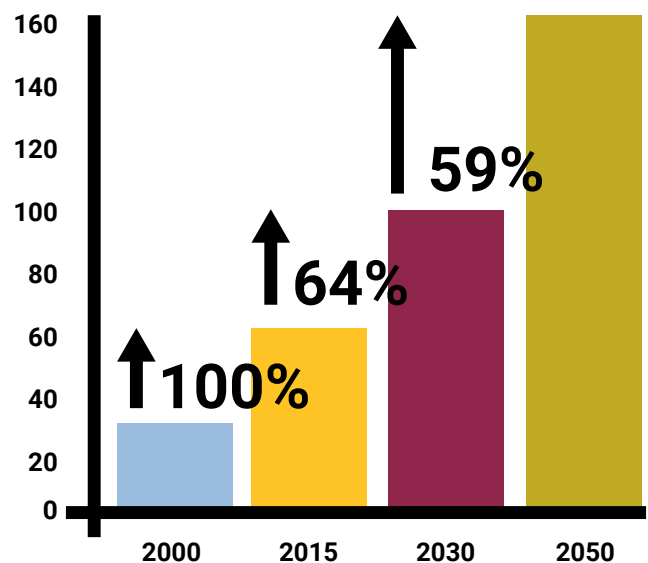
Male, die ein Kleidungsstück getragen wurde

Anzahl der Kleidungsstücke, die im Jahr verkauft wurden in Milliarden.

Grafik 1: Kleidung wird zunehmend mehr gekauft und weniger getragen.¹

In Deutschland erwartet die Modeindustrie für 2019 einen Umsatz für Kleidung von etwa 64 Milliarden Euro – weltweit sogar etwa 1.628 Milliarden Euro.^{4,5} In den kommenden Jahren wird mit einer weiteren Umsatzsteigerung (jährlich 2,3 % für Deutschland, 4,6 % weltweit) gerechnet.³ Die Modeindustrie ist und bleibt somit einer der umsatzstärksten Wirtschaftszweige.

Damenbekleidung stellt insgesamt das größte Segment im Markt dar mit einem Marktvolumen von 25.316 Millionen Euro in Deutschland – dies entspricht ca. 40 % des Marktes. Insgesamt geben Frauen im Jahr 2019 hierzulande 776 Euro pro Kopf aus.⁴

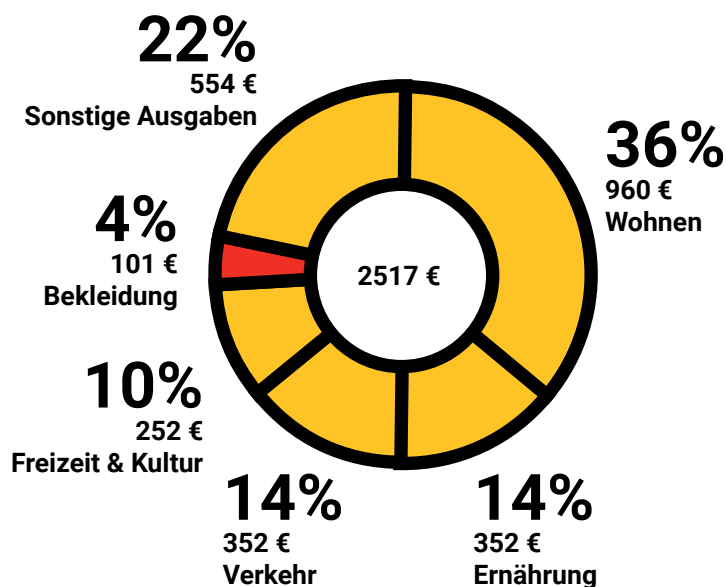


Grafik 2: Prognose - Wachstum des globalen Modekonsums in Millionen Tonnen.^{1,3}

Alles wird teurer, außer...

So entwickeln sich Konsum und Preise von Kleidung in Deutschland

Von durchschnittlich 95 Kleidungsstücken im deutschen Kleiderschrank werden 20 % nie getragen.⁶



Grafik 3: Monatliche Konsumausgaben privater Haushalte bei einem Nettolohn von 2517 € (2017).⁸

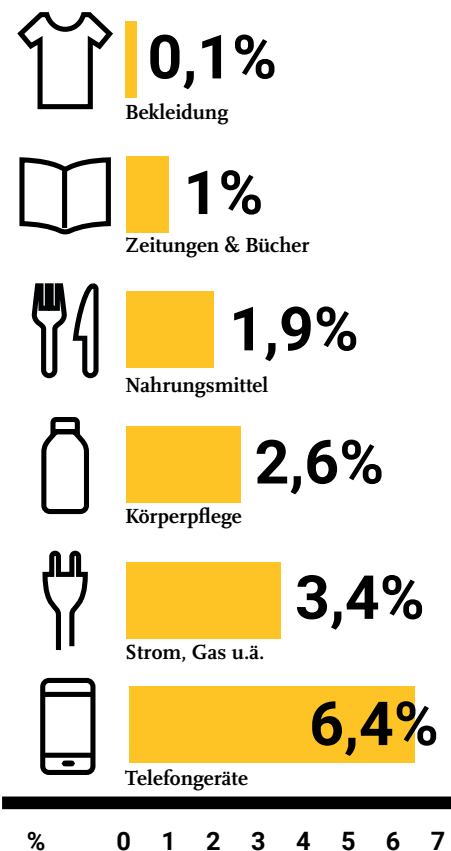
Die Preise für Kleidung steigen im Vergleich zu anderen Konsumgütern nur sehr langsam.¹¹

Obwohl wir immer mehr Kleidungsstücke pro Jahr kaufen und diese schneller entsorgen, geben wir insgesamt kaum mehr für Bekleidung aus als im Jahr 2000 – die Ausgaben sind um nur etwa 0,1 % bis 2016 gestiegen.¹⁰

Pro Haushalt wurden im Jahr 2017 4 % oder 101 € der Konsumausgaben für Bekleidung aufgewendet.⁸

Ein durchschnittliches Party-Top wurde im Jahr 2015 nur etwa 1,7-mal getragen. Danach verschwinden die Kleidungsstücke oft im Schrank oder werden entsorgt.⁷

Jede*r Deutsche kauft durchschnittlich etwa 60 neue Kleidungsstücke pro Jahr und trägt diese halb so lange wie vor 15 Jahren.⁹



Grafik 4: Durchschnittliche Steigerung der Ausgaben für versch. Konsumgüter pro Jahr zwischen 2000 und 2016.¹⁰

Die wahren Kosten der Fast Fashion

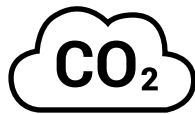
Jährlicher Aufwand menschlicher und ökologischer Ressourcen für die Bekleidungsindustrie

98



Millionen
Tonnen Erdöl²

1458



Millionen
Tonnen Treibhausgas-
Emissionen^{3,12}

92



Millionen
Tonnen Müll¹⁴

60



Millionen
Textilarbeiter*innen⁴⁸



85

Millionen
Hektar Boden¹⁶

27

Millionen
Textilarbeiter*innen
mit arbeitsbedingten
Krankheiten¹⁵

43



Millionen
Tonnen Chemikalien¹⁸

79



Milliarden
Kubikmeter Wasser¹³

522



Millionen Kilogramm
Mikrofasern in die Ozeane¹⁹



Biodiversität
leidet²⁰

So viel Wasser kostet uns die Fashion-Industrie



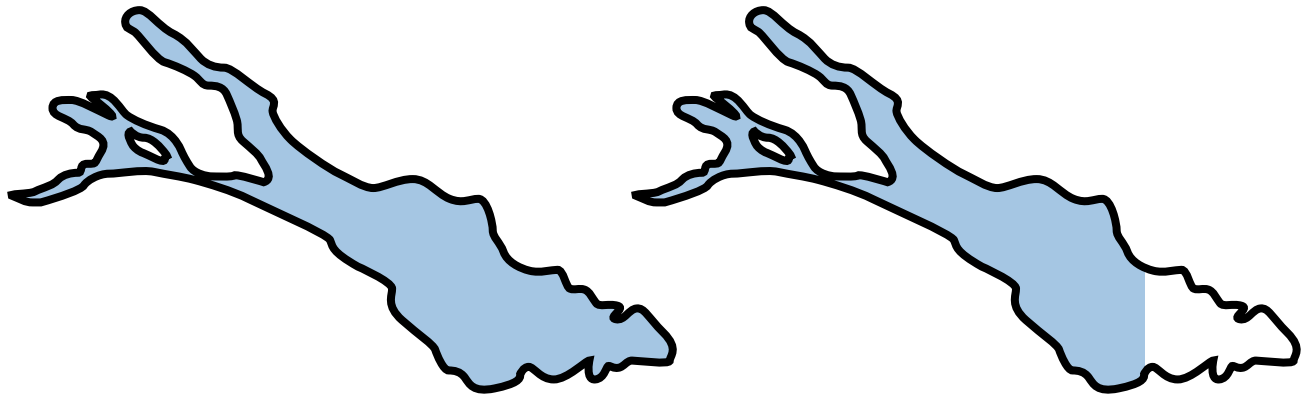
Wasserverbrauch

79 Milliarden Kubikmeter Wasser wurden 2015 weltweit in der Modeindustrie verbraucht.¹³ Das entspricht 2.608 Litern pro Tag, pro Person, wenn wir es auf alle Einwohner*innen Deutschlands aufteilen.²² Bei der Annahme, dass wir im Durchschnitt in Deutschland 1,44 Liter Wasser pro Tag trinken²³, könnten wir alle über 5 Jahre von dem Wasser leben, was pro Tag in der Modeindustrie verbraucht wird.

Die Modeindustrie konsumiert aktuell mindestens 10 % des gesamten industriell genutzten Wassers.²⁴

Besonders in der Faserproduktion (z. B. beim Anbau von Baumwolle) wird viel Frischwasser benötigt.²⁵

Für 2030 wird eine weitere Steigerung des Verbrauchs um 50 % vorhergesagt.¹³

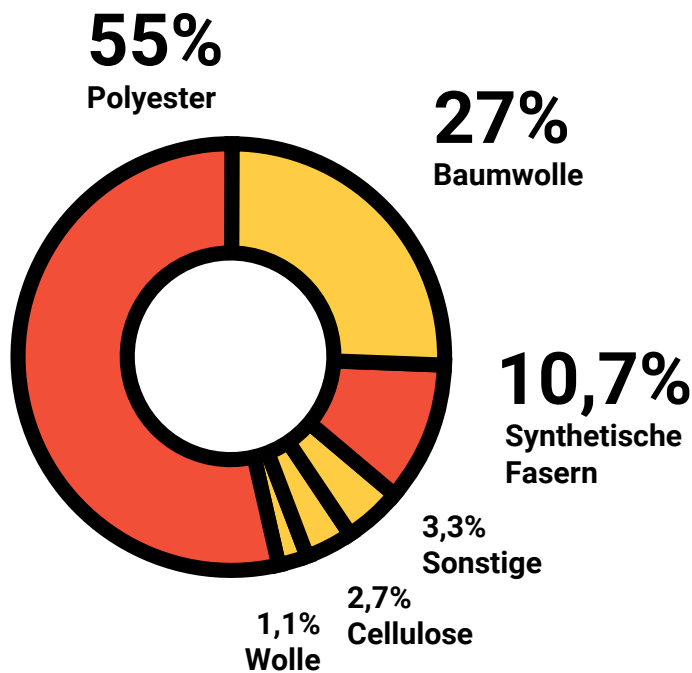


Grafik 5: Die Modeindustrie braucht jährlich mehr als anderthalb mal so viel Wasser wie das Fassungsvermögen des Bodensees.^{19, 21}

So viel Erdöl verbraucht die Fashion-Industrie



Erdölverbrauch



Grafik 6: Globaler Faserverbrauch 2015

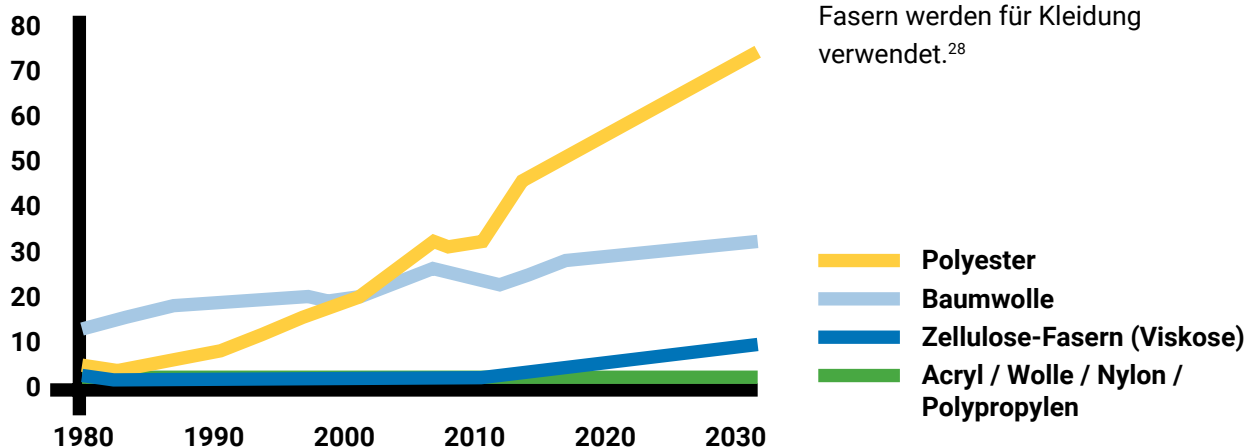
98 Millionen Tonnen Erdöl haben wir 2015 nur für die Modeindustrie verbraucht, größtenteils zur Herstellung von Kunstfasern. Im Jahr 2050 werden wir voraussichtlich 300 Millionen Tonnen nicht erneuerbarer Ressourcen dadurch verbrauchen – im Vergleich zu heute eine Verdreifachung!²

Bereits für 2030 liegt der Anstieg bei 200 %, basierend auf der Annahme, dass 98 % des Zuwachses an Fasern aus synthetischen Quellen kommen.²⁶

Im Schnitt wird 1,1 Kilogramm Erdöl benötigt, um 1 Kilogramm plastikbasierter synthetischer Fasern herzustellen.²⁷

43,5 % der textilen Fasern werden für Kleidung verwendet.²⁸

Millionen Tonnen



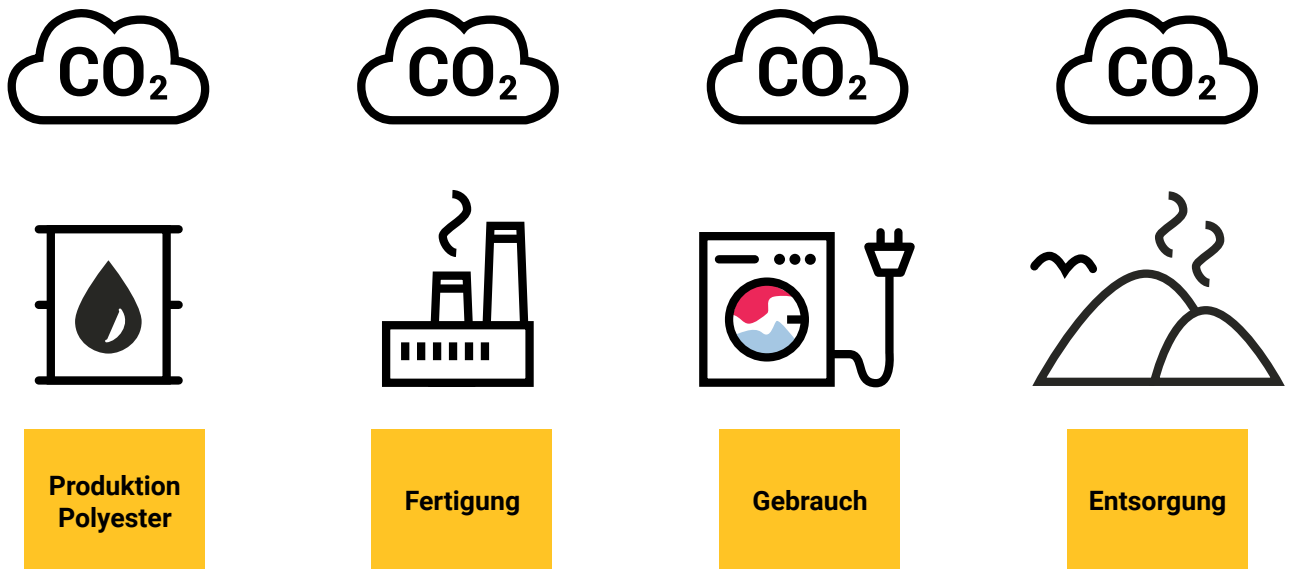
Grafik 7: Polyester auf dem Vormarsch. Prognose für den globalen Faserverbrauch bis 2030.²⁸

So viele Treibhausgase stößt die Fashion-Industrie aus



Treibhausgas-Emissionen (unter anderem CO₂)

Die Treibhausgas-Emissionen der weltweiten Textilproduktion entsprechen jährlich mindestens 1.200 – 1.715 Millionen Tonnen CO₂.^{3,12} Das ist mehr, als alle internationalen Flüge und die Seeschifffahrt zusammen.¹²



Grafik 8: Klimaschädliche Gase wie CO₂ entstehen bei den verschiedenen Schritten der Wertschöpfungskette.²⁹

Im Jahr 2011 stieß die Textilindustrie noch etwa 850 Millionen Tonnen CO₂ aus.⁹ Für 2030 wird ein Ausstoß an CO₂ nur in der Produktion von Mode, ohne deren Transport, von 2.800 Millionen Tonnen vorhergesagt. Das wäre ein Zuwachs von 60 %.³

Die Produktion von 10 Jeans verursacht fast genauso viel CO₂, wie einmal von Berlin nach München zu fliegen (nämlich 272 Kilogramm).^{30, 31}

So viel Chemikalien verbraucht die Fashion-Industrie



Chemikalien – Einsatz

43 Millionen Tonnen Chemikalien werden pro Jahr für die Textilproduktion eingesetzt.¹⁸ Dabei werden etwa 465 Gramm Chemikalien pro Kilogramm synthetischer Fasern und sogar 925 Gramm pro Kilogramm Baumwollmaterialien verwendet.³²

Das bedeutet, für Anbau und Produktion eines T-Shirts aus Baumwolle (200 g) werden etwa 185 g Chemikalien verwendet.

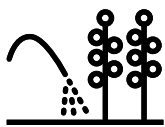
Die Verwendung von Chemikalien wird in der Zukunft mit steigender Faserproduktion ebenfalls zunehmen – diese liegt bei 3,5 % pro Jahr.³²

5,7 % aller Pestizide in 2014 wurden für die Modeindustrie verwendet.³³

In vorhersehbarer Zukunft ist ein Wachstum von 1.5 % pro Jahr zu erwarten.³²

20.000 verschiedene Chemikalien werden im textilen Sektor genutzt.³⁴

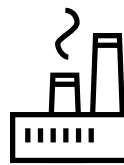
Allerdings gibt es durch Kampagnen (DETOX von Greenpeace) schon ein erfolgreiches Umdenken und messbare Erfolge.³⁵



Dünger
Baumwollfelder



Ölraffination
zur Polyester-
Gewinnung



Stoffherstellung in Textil-
fabriken (Färbereien, Ger-
bereien und Spinnereien)



Kohlekraftwerke zur
Energieversorgung
der Fabriken



Verpackung



Transport



Auf der Haut
beim Tragen



Entsorgung
(Deponie, Verbrennung)

Grafik 9: Chemikalien gelangen bei den verschiedenen Schritten der Wertschöpfungskette von Kleidung in Wasser, Luft, Böden und auf die Haut.³⁶

Auswirkung der Chemikalien auf den Menschen/Umwelt



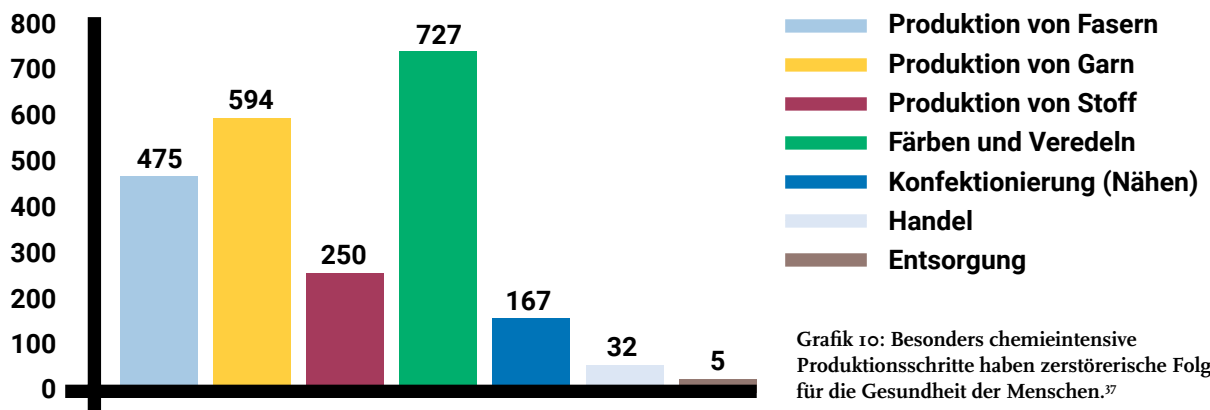
Chemikalien – Auswirkungen

—— Besonders die Produktionsschritte Färberei, Ausrüstung und Veredlung, Garnausrüstung und Faserproduktion sind sehr chemikalienintensiv. Diese Schritte beeinträchtigen die Lebensqualität von Arbeiter*innen stark aufgrund oftmals mangelnder Sicherheitsvorkehrungen und Chemikalien, die in die direkte Umwelt der Menschen gelangen.³⁷

—— Bis zu 24 % der Chemikalien, die in der Textilproduktion eingesetzt werden und in die Wasserwege gelangen, sind bekanntermaßen giftig für Wasserökosysteme und deren Lebewesen.³⁸

—— Allein durch Gerbereien in Bangladesch gelangen täglich 22.000 Liter giftiger Abfälle in die Gewässer.³⁹

Tausend DALY



Grafik 10: Besonders chemieintensive Produktionsschritte haben zerstörerische Folgen für die Gesundheit der Menschen.³⁷

—— Der Wert DALY wurde von der Weltbank eigentlich entwickelt, um die Bedeutung von Krankheiten für die Gesellschaft zu messen. Konkret bedeutet es hier z. B.: Die Menschen, die in der Faserproduktion arbeiten, verlieren jährlich 475.000 beschwerdefreie Lebensjahre, weil sie davon entweder krank, behindert oder getötet werden.³⁷

So viel Land kostet uns die Fashion-Industrie

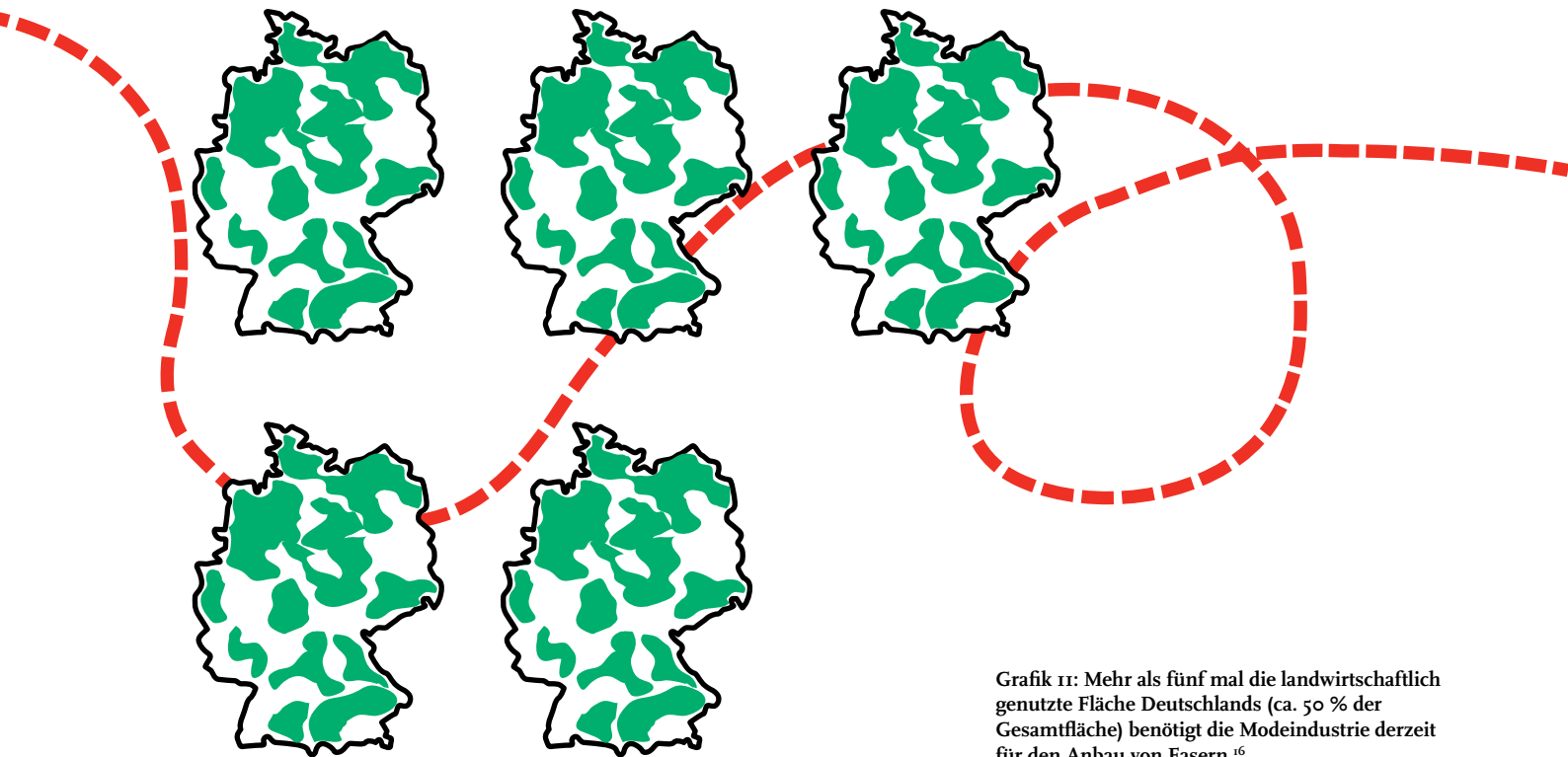


Bodennutzung

85,2 Millionen Hektar Boden wurden bereits zur Produktion von Baumwolle, Zellulose oder zur Viehhaltung für die Modeindustrie umgewandelt.¹⁶ Dies entspricht mehr als 5 mal der landwirtschaftlich genutzten Fläche in Deutschland. Würden auf der gleichen Fläche Lebensmittel gepflanzt, könnten diese weitere 387 Millionen Menschen ernähren.⁴⁰

Bis 2030 wird diese Zahl auf 115 Millionen Hektar Bodennutzung zur Faser und Materialproduktion steigen – ein Anstieg um 35 %.⁴¹

Aktuell werden 5 % des kultivierten Bodens weltweit zur Faser- und Materialproduktion für die Modeindustrie genutzt. Bis 2030 soll dies auf 7 % ansteigen.¹⁵ Da wir für die wachsende Weltbevölkerung immer mehr Nahrungsmittel benötigen, wird die Mode- mit der Nahrungsmittelindustrie immer mehr um kultivierbare Böden konkurrieren.



Grafik 11: Mehr als fünf mal die landwirtschaftlich genutzte Fläche Deutschlands (ca. 50 % der Gesamtfläche) benötigt die Modeindustrie derzeit für den Anbau von Fasern.¹⁶

So viele Arten kostet uns die Fashion-Industrie



Biodiversität

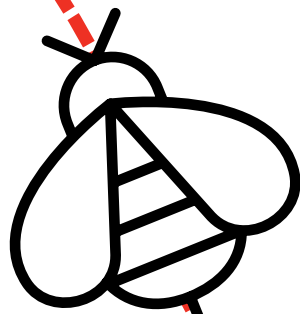
— Vielfältige Arten sind nötig, um die Ökosysteme der Erde stabil zu halten. Doch seit 1970 sind allein die Tierbestände um 60 % zurückgegangen.⁴² Die Zahl der Arten weltweit kann nur grob geschätzt werden – wir entdecken kontinuierlich neue Arten, jedoch verschwinden zeitgleich viele, oft, ohne dass wir es bemerken. Die Rate des globalen Artensterbens liegt im Moment 1000- bis 10.000-mal höher als die natürliche Artensterberate. Es wird davon ausgegangen, dass mindestens 200 – 2000 Arten jährlich aussterben.⁴³

— Mit ihrem Hunger nach Ressourcen setzt die Mode- und Textilindustrie die Artenvielfalt weiter unter Druck. Vor allem die beiden meistgenutzten Fasergruppen, Baumwolle und Polyester, stellen uns vor große Hürden.

— Landwirtschaftliche Monokulturen, wie zum Beispiel im Baumwollanbau, gefährden die Biodiversität durch den starken Einsatz von Pestiziden, die einseitige Belastung und somit Auslaugen der Böden und die Umwandlung von natürlichen Flächen in landwirtschaftliche Nutzflächen.

— Die Verwendung nicht erneuerbarer Ressourcen und energieintensiver Prozesse bei der Herstellung von Polyester trägt zum globalen Artensterben bei, etwa durch Mikrofasern, die in die Meere und Landflächen gelangen und die über Ackerfrüchte, Fische etc. bereits ihren Weg über die Nahrungskette zurück zu uns Menschen finden.

— Doch auch andere Fasern müssen kritisch betrachtet werden: Nicht nachhaltige Produktion von Wolle kann durch die großflächige Bodennutzung für Weideflächen der Schafe negative Effekte auf die Biodiversität einer Region haben.⁴⁴



So viel Müll erzeugt die Fast Fashion

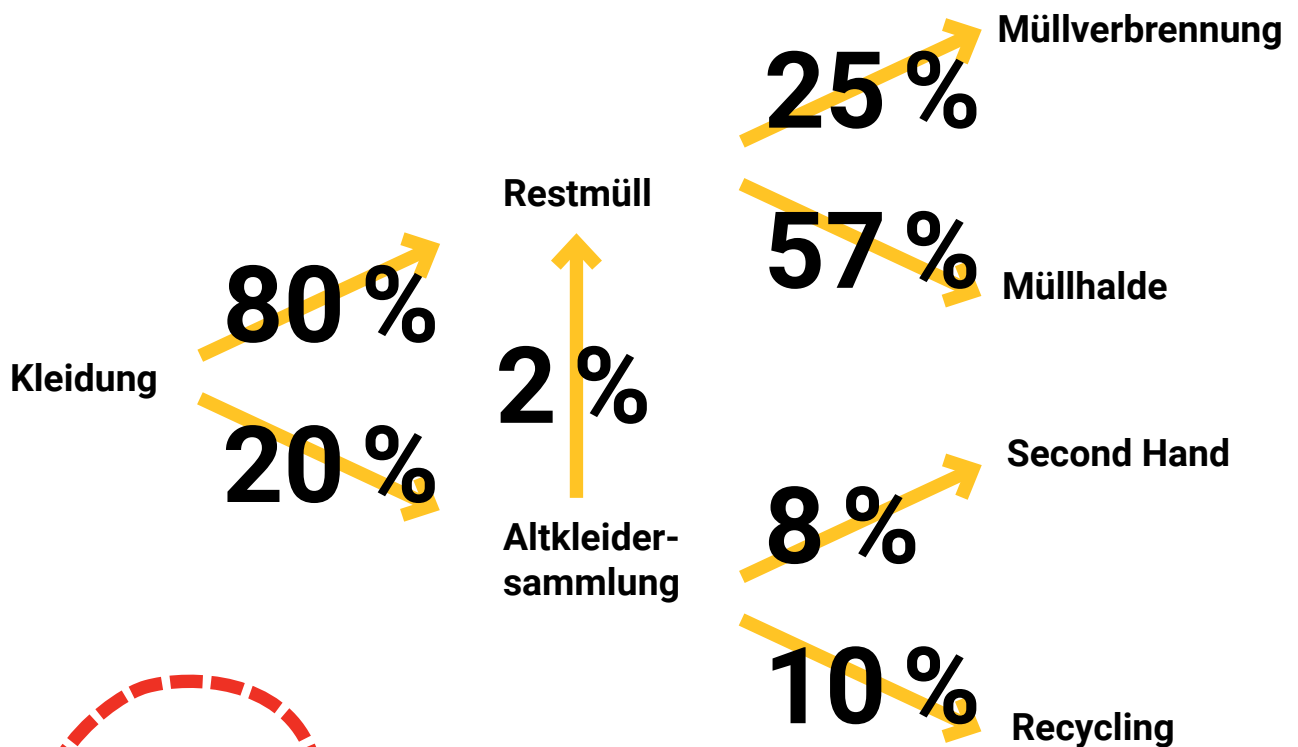


Müll

92 Millionen Tonnen Müll entstanden durch die Produktion und Entsorgung von Modeartikeln im Jahr 2015. Prognosen deuten auf einen Anstieg von 60 % bis 2030 hin – das entspricht 148 Millionen Tonnen jährlich.¹⁴

7 % aller kommunalen Abfälle in Stadtgebieten entsteht durch Modekonsum.⁴⁵

Bisher werden nur 20 % der Altkleider recycelt. Konservative Schätzungen gehen davon aus, dass die Bekleidungsindustrie 4 Milliarden Euro jährlich sparen kann, wenn sie es schafft, bis dahin 60 % zu recyceln.⁴⁶



Grafik 12: Über 80 % unserer Kleidung landet am Ende im Restmüll und wird nicht recycelt.⁴⁷

So viel Arbeitskraft kostet uns die Fashion-Industrie

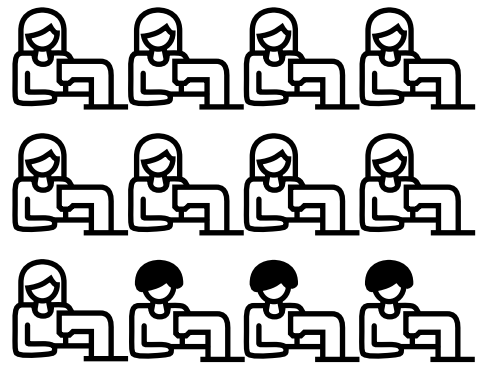


Globale Zahlen Arbeiter*innen

Etwa 60 Millionen Arbeiter*innen sind weltweit in der Modeindustrie für die Herstellung von Bekleidung beschäftigt.⁴⁶

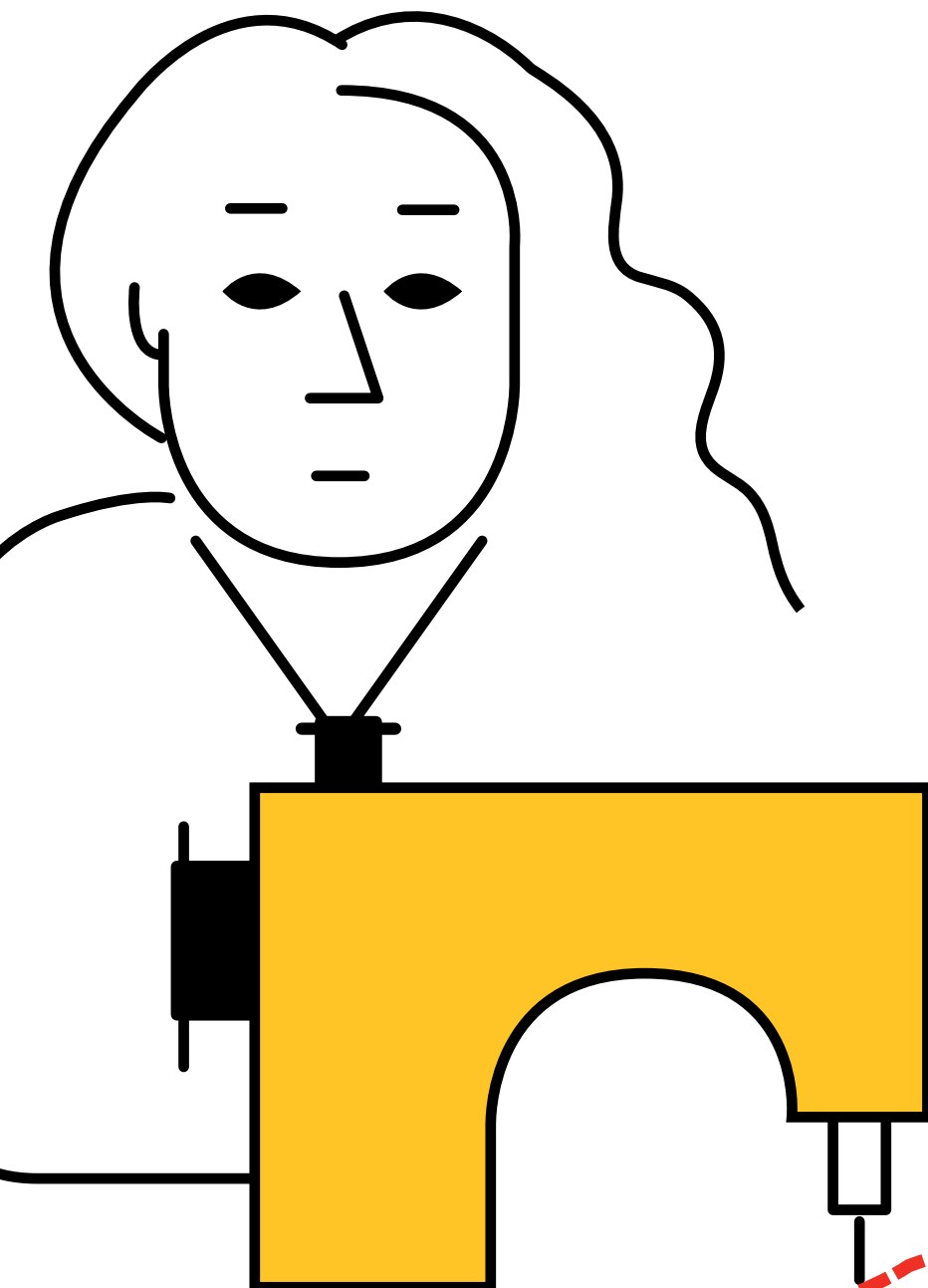
Jeder 6. werktätige Mensch weltweit arbeitet im Sektor Mode und Textil, wenn man die Landwirtschaft für den Faseranbau und den Verkauf dazu rechnet.⁴⁹

75 % der Bekleidungsarbeiter*innen weltweit sind Frauen.⁵⁰



Die Modeindustrie ist die drittgrößte Fertigungsindustrie weltweit nach der Automobil- und der Technologieindustrie.⁵¹

Unser Konsum schafft weltweit Jobs und Wachstum in Entwicklungsländern, aber hinterlässt dort auch den Großteil an ökologischen und sozialen Kosten.⁵¹



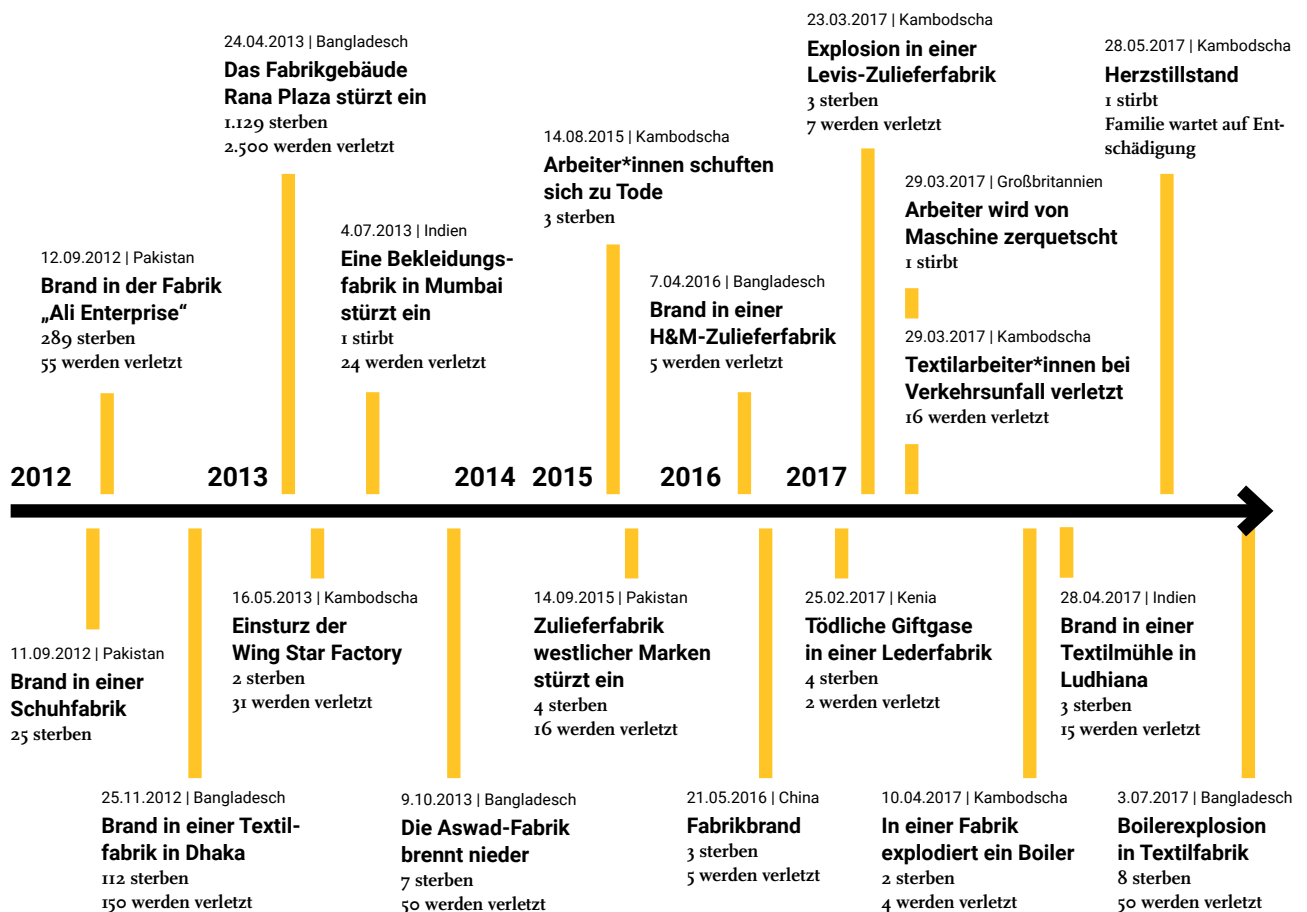
Die Fashion-Industrie kostet (viele von) uns unsere Gesundheit



Gesundheit Arbeiter*innen

Ca. 27 Millionen Textil-arbeiter*innen sind weltweit betroffen von arbeitsbedingten Krankheiten.¹⁵

Es kommt in den Fabriken zu geschätzt 1,4 Millionen Verletzungen im Jahr – 5,6 Verletzungen pro 100 Arbeiter*innen. Diese Zahl soll bis 2030 auf 1,6 Millionen im Jahr steigen.¹⁵



Grafik 13: Arbeitsunfälle in Zahlen - Es gibt keine offiziell erhobenen Zahlen zu den Arbeitsunfällen weltweit. Common Objective sammelte daher alle in öffentlichen Medien berichteten Unfälle (2012-Mitte 2017); die Dunkelziffer wird in der Realität jedoch viel höher liegen, da nicht alle Unfälle gemeldet werden.¹⁵

So WENIG Lohn zahlt die Fashion-Industrie

Löhne

Die Löhne in den Herstellungsländern reichen nicht an einen existenzsichernden Lohn heran, der zur Deckung der Lebenskosten, wie Miete, Nahrung, Bekleidung, Medikamente und Arztbesuche, Bildung und Vorsorge, benötigt wird.

Auch die gesetzlich vorgeschriebenen Mindestlöhne, sofern vorhanden, decken dies nicht ab. Besonders die in der Produktion von Bekleidung Beschäftigten sind davon als gering qualifizierte Arbeiter*innen betroffen. In Sri Lanka zum Beispiel deckt der Mindestlohn als Alleinverdiener*in nur 15-22 % des existenzsichernden Lohns für eine Familie mit zwei Kindern ab. Der reale Lohn (mit Überstunden, Boni etc.) für gering qualifizierte Arbeiter*innen deckt nur etwa die Hälfte (42-56 %) der Kosten ab.⁵²

Rumänien:⁵⁴

208 €	Lohn der Befragten in der regulären Arbeitszeit
249 €	Gesetzlicher Mindestlohn
747 €	Geschätzter Basis-Existenzlohn laut den Befragten
1.448 €	Existenzsichernder Lohn

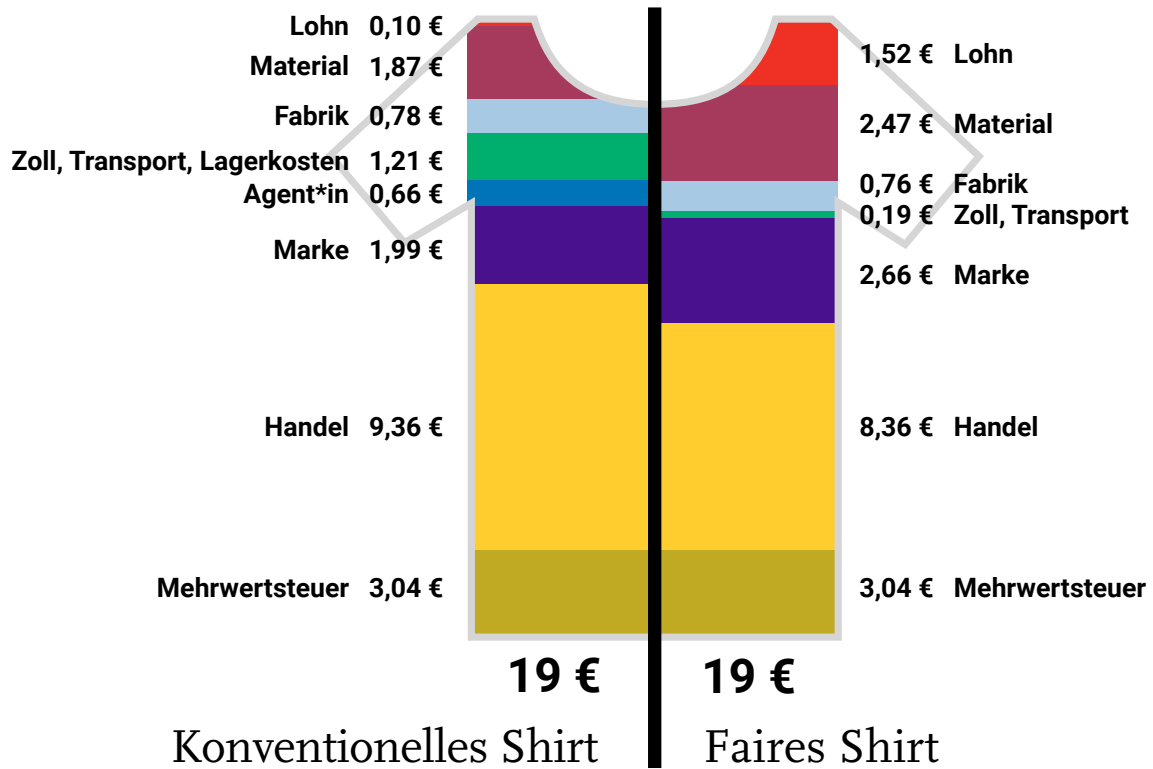
Bangladesch:⁵²

46 €	Tatsächlicher Lohn der Befragten
85 €	Mindestlohn
173 €	Existenzsichernder Lohn

Sri Lanka:⁵³

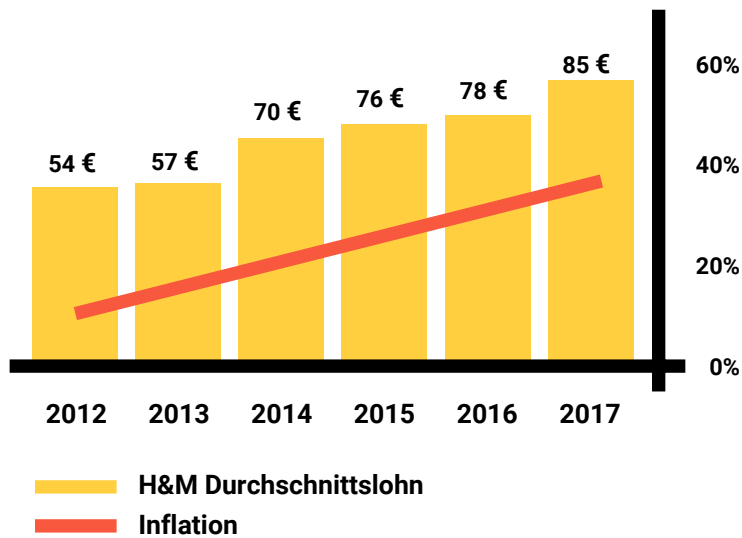
79 €	Gesetzlicher Mindestlohn
81 €	Lohn der Befragten in der regulären Arbeitszeit
117 €	Realer Lohn der Befragten inkl. Überstunden
153 €	Geschätzter Basis-Existenzlohn laut den Befragten
296 €	Existenzsichernder Lohn

Grafik 14: Mindestlöhne, tatsächliche und existenzsichernde Löhne klaffen in fast allen Produktionsstätten weit auseinander. Exemplarisch hier die Ergebnisse aus drei unterschiedlichen Erhebungen in Bangladesch, Sri Lanka und Rumänien (EU).



Grafik 15: Beispielrechnung: Preisaufschlüsselung - Der Anteil von Fabrik, Marke und Handel beinhaltet auch deren Gemeinkosten. Die Fair-Fashion-Marke Armedangels geht bei dieser Rechnung von 2 % Gewinn aus. Mehr Gewinn erwirtschaftet die Marke, wenn sie es im Online-Handel selbst vertreibt.^{17, 55}

\$ Inflation frisst Lohnerhöhung



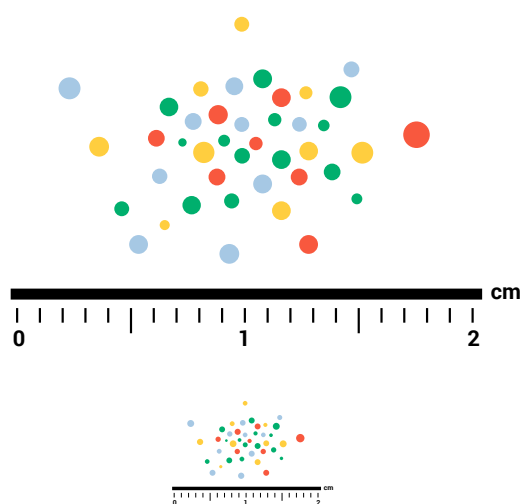
Grafik 16: Beispiel Bangladesch - Marken und Regierungen rühmen sich mit (Mindest-)Lohnerhöhungen, wie hier am Beispiel von H&M-Zulieferfabriken in Bangladesch. Doch betrachtet man die Inflation im Land (rote Linie), zeigt sich, dass die Kaufkraft überhaupt nicht steigt. Bei Beschäftigten in indischen H&M-Zulieferfabriken sank die Kaufkraft im Vergleichszeitraum sogar.⁵⁶

So viel Mikroplastik produziert die Fashion-Industrie



Mikrofasern

Nach Schätzungen sind bereits 1,4 Billionen Mikrofasern in den Ozeanen.⁵⁷ Das Waschen von Kunstfaserkleidung hat daran mit 35 % den größten Anteil überhaupt. Alleine 552.000 Tonnen Mikrofasern gelangen dadurch jährlich in die Gewässer.¹⁹



Originalgröße

Grafik 17: Plastikteilchen kleiner als 1 Millimeter werden Mikroplastik genannt.

Als Mikroplastik werden alle kleinen Partikel aus Plastik bezeichnet, die kleiner als 1 Millimeter sind.⁵⁸ Größere Plastikteile bis 5 Millimeter werden je nach Quelle und Definition ebenfalls als Mikroplastik, oft jedoch auch als Makroplastik bezeichnet.^{59, 19} Mikroplastik entsteht unter anderem durch Abrieb von synthetischen Fasern, das heißt durch das Tragen und Waschen von Kleidung und wird in dem Fall Mikrofasern genannt.¹⁹

Zwischen 2015 und 2050 werden schätzungsweise zusätzlich 22 Millionen Tonnen Mikrofasern die Ozeane durch unseren Konsum, Pflegeprodukte und die Produktion von Bekleidung erreichen.²



41,3

Millionen Haushalte

x



1,5

Waschladungen/
Woche

x



1,065

Gramm Mikrofasern/
Wäsche

=



3,3

Millionen Plastiktüten (20g)/
Woche

Grafik 18: In Form von Mikrofasern gelangt durch das Waschen aller Haushalte in Deutschland so viel Plastik in die Gewässer wie 3,3 Millionen Plastiktüten.^{60, 61, 62}

Forderungen und Handlungsoptionen der Christlichen Initiative Romero

Forderungen an Fast-Fashion-Konzerne

Wir fordern von den Fast-Fashion-Marken umgehende und glaubwürdige Maßnahmen, um die Arbeitsbedingungen und die Umweltbilanz in der Fast-Fashion-Industrie zu verbessern. Vor allem fordern wir, dass die Marken:

- sich zur Einhaltung von Mindeststandards für menschenwürdige Arbeitsbedingungen verpflichten
- einen Verhaltenskodex verabschieden, der die Zahlung von existenzsichernden Löhnen beinhaltet, und dessen Einhaltung sicherstellen. Dazu müssen sie die eigenen Einkaufspraktiken anpassen und gesamtunternehmerische ethische Kriterien in die Geschäftsabläufe auf allen Ebenen integrieren.
- Einkaufsverhalten nicht nur nach Preis, Zeit und Qualität, sondern auch nach sozialen wie ökologischen Nachhaltigkeitszielen ausrichten. Konkret müssen die Konzerne:
 - » Einkäufer*innen schulen → Hier bietet die Broschüre „WellMade“ viele gute Ansätze (www.ci-romero.de/wellmade)
 - » Zeit- und Preisdruck für Zulieferer verringern
- eine Verifizierung über eine glaubwürdige Multistakeholder-Initiative, wie der Fair Wear Foundation (FWF) einrichten. In dieser muss jedes Unternehmen individuelle Maßnahmen zur Erreichung oben genannter Ziele entwickeln.
- Lieferketten und Auditberichte veröffentlichen
- sich in den Produktionsländern und Europa für eine gesetzliche Verankerung von Menschenrechten in der Wirtschaft (und deren Einhaltung) einsetzen.

Forderungen an die Politik:

- Einführung eines Sorgfaltspflichtengesetzes in Deutschland, das Unternehmen zur Einhaltung der Menschenrechte in ihren Lieferketten verpflichtet und für Verstöße haftbar macht.
- UN-Treaty-Prozess (für eine verbindliche Verankerung der Menschenrechte in der Wirtschaft auf UN-Ebene) finanziell und öffentlich unterstützen und vorantreiben.

Handlungsoptionen für Bürger*innen

Auch für Bürger*innen und Verbraucher*innen gibt es viele Möglichkeiten, sich für bessere Arbeitsbedingungen in der Bekleidungsproduktion einzusetzen:

Konsum kritisch überdenken:

- Kaufen Sie nur Kleidung, wenn Sie wirklich etwas Neues brauchen und dann bei Marken, die glaubhaft fair und ökologisch – am besten aus Naturfasern – produzieren. Hier sind Siegel eine Hilfestellung (mehr unter: www.ci-romero.de/siegel).
- Andere Alternativen sind Secondhandläden und -Portale sowie Flohmärkte, Kleidertausch-Partys – oder greifen Sie selbst zur Nähmaschine.

Wertschätzen Sie Ihre Kleidungsstücke:

- Tragen Sie sie lange und waschen Sie sie nicht zu oft oder zu heiß. Verzichteten Sie auf den Trockner, das schont Kleidung und Umwelt.

Informationen weitergeben:

- Erzählen Sie Ihren Freund*innen, Ihrer Familie und am Arbeitsplatz von den Ergebnissen dieser Studie.
- Bringen Sie das Thema in Schulen, Kinos (Film: The True Cost) und Bildungsveranstaltungen ein. Laden Sie dazu unsere Referent*innen ein, oder nutzen Sie unsere Bildungsmaterialien zum Thema Kleidung (www.ci-romero.de/publikationen).
- Teilen Sie unsere Posts in den sozialen Medien.

Werden Sie aktiv:

- Nehmen Sie an Petitionen und Aktionen der Kampagne für Saubere Kleidung teil (www.ci-romero.de/tag/aktion oder www.saubere-kleidung.de). Wenn Sie nicht alleine starten möchten, schließen Sie sich einer der zahlreichen Regionalgruppen der Kampagne an (www.saubere-kleidung.de/regionalgruppen).
- Fordern Sie Politik und Kirche auf, nach sozialen und umweltverträglichen Standards einzukaufen – auf Bundes-, Landes- oder ganz konkret auf kommunaler Ebene.
- Nutzen Sie Ihre Macht als Verbraucher*in und fragen Sie in den Geschäften oder bei den Marken nach, wie viel die Arbeiter*innen verdient haben und unter welchen Bedingungen produziert wird. (Hilfestellung bietet die Postkarte „Ich möchte die ganze Rechnung sehen“, bestellbar unter www.ci-romero.de/publikationen). Zeigen Sie, dass Ihnen soziale und ökologische Aspekte bei Ihrem Einkauf wichtig sind.
- Unterstützen Sie Arbeitsrechts-Organisationen mit einer Spende, zum Beispiel an den Maquila-Solidaritätsfonds der Christlichen Initiative Romero unter www.ci-romero.de/spenden. So unterstützen Sie Arbeiter*innen zum Beispiel bei der Überbrückung des Lohnausfalls bei Streiks, bei Entlassungen oder für Anwalts- und Gerichtskosten.

Endnoten

- 1 - Ellen MacArthur Foundation, „A new textiles economy: Redesigning fashion's future“, (2017), 18, Zugriff am 18.03.2019, https://www.ellenmacarthurfoundation.org/assets/downloads/publications/A-New-Textiles-Economy_Full-Report.pdf.
- 2 - Ellen MacArthur Foundation, „A new textiles economy: Redesigning fashion's future“, (2017), 21, Zugriff am 18.03.2019, https://www.ellenmacarthurfoundation.org/assets/downloads/publications/A-New-Textiles-Economy_Full-Report.pdf.
- 3 - Global Fashion Agenda & The Boston Consulting Group, „Pulse of the Fashion Industry“, (2017), 10, Zugriff am 18.03.2019, https://globalfashionagenda.com/wp-content/uploads/2017/05/Pulse-of-the-Fashion-Industry_2017.pdf.
- 4 - Statista, „Bekleidung – Deutschland“, (o. J.) Zugriff am 18.03.2019, <https://de.statista.com/outlook/90000000/137/bekleidung/deutschland#market-revenue>.
- 5 - Statista, „Bekleidung – Weltweit“, (o. J.) Zugriff am 01.04.2019, <https://de.statista.com/outlook/90000000/100/bekleidung/weltweit>.
- 6 - Cristina Tatar, „Fashion pollutes water. Should we really care?“ (Future Fashion Forward, 23. April 2018), Zugriff am 18.03.2019, <https://future.fashion/fashion-revolution-day-germany/fashion-pollutes-water-should-we-really-care>. Basierend auf Greenpeace e.V., „Wegwerfware Kleidung Repräsentative Greenpeace-Umfrage zu Kaufverhalten, Tragedauer und der Entsorgung von Mode“, (November 2015), Zugriff am 18.03.2019, https://www.greenpeace.de/sites/www.greenpeace.de/files/publications/20151123_greenpeace_modekonsum_flyer.pdf.
- 7 - Ulla Brauer, „Ist Mode zur Wegwerfware verkommen?“ (NDR Das Beste am Norden, 28. September 2015), Zugriff am 18.03.2019, <https://www.ndr.de/ratgeber/verbraucher/Schnaepchen-Klamotten-Mode-zum-Wegwerfen,mode428.html>.
- 8 - Statistisches Bundesamt, „Konsumausgaben privater Haushalte 2017“, (DeStatis, 2018), Zugriff am 18.03.2019, <https://www.destatis.de/DE/ZahlenFakten/GesellschaftStaat/EinkommenKonsumLebensbedingungen/Konsumausgaben/Konsumausgaben.html>.
- 9 - Greenpeace e. V., „Konsumkollapse durch Fast Fashion“, (Januar 2017), 3, Zugriff am 18.03.2019, https://www.greenpeace.de/sites/www.greenpeace.de/files/publications/s01951_greenpeace_report_konsumkollaps_fast_fashion.pdf. Basierend auf Nathalie, Eveline Speelman, und Steven Swartz, „Style that's sustainable: A new fast-fashion formula“, (McKinsey & Company, Oktober 2016), Zugriff am 18.03.2019, <https://www.mckinsey.com/business-functions/sustainability-and-resource-productivity/our-insights/style-thats-sustainable-a-new-fast-fashion-formula>.
- 10 - Sven Jung, Bert Rürup, „Konsummonitor 2018“ (Handelsblatt Research Institute für Handelsverband Deutschland – HDE e. V., November, 2017), 17, Zugriff am 18.03.2019, https://einzelhandel.de/index.php?option=com_attachments&task=download&id=9421.
- 11 - Nathalie Remy, Eveline Speelman und Steven Swartz, „Style that's sustainable: A new fast-fashion formula“ (McKinsey & Company, Oktober 2016), Zugriff am 18.03.2019, <https://www.mckinsey.com/business-functions/sustainability-and-resource-productivity/our-insights/style-thats-sustainable-a-new-fast-fashion-formula>.
- 12 - Ellen MacArthur Foundation, „A new textiles economy: Redesigning fashion's future“, (2017), 3, Zugriff am 18.03.2019, https://www.ellenmacarthurfoundation.org/assets/downloads/publications/A-New-Textiles-Economy_Full-Report.pdf.
- 13 - Global Fashion Agenda & The Boston Consulting Group, „Pulse of the Fashion Industry“, (2017), 11, Zugriff am 18.03.2019, https://globalfashionagenda.com/wp-content/uploads/2017/05/Pulse-of-the-Fashion-Industry_2017.pdf.
- 14 - Global Fashion Agenda & The Boston Consulting Group, „Pulse of the Fashion Industry“, (2017), 10-12, Zugriff am 18.03.2019, https://globalfashionagenda.com/wp-content/uploads/2017/05/Pulse-of-the-Fashion-Industry_2017.pdf.
- 15 - Common Objective, „Death, Injury and Health in the Fashion Industry“, (o. J.), Zugriff am 18.03.2019, <https://www.commonobjective.co/article/death-injury-and-health-in-the-fashion-industry>. Basierend auf Global Fashion Agenda & The Boston Consulting Group, „Pulse of the Fashion Industry“, (2017), Zugriff am 18.03.2019, https://globalfashionagenda.com/wp-content/uploads/2017/05/Pulse-of-the-Fashion-Industry_2017.pdf.
- 16 - Berechnung von Common Objective, „Measuring Fashion's Ecological Footprint“, (08. Juni 2018), Zugriff am März 18, <https://www.commonobjective.co/article/measuring-fashion-s-ecological-footprint>. Basierend auf Global Fashion Agenda & The Boston Consulting Group, „Pulse of the Fashion Industry“, (2017), Zugriff am 18.03.2019, https://globalfashionagenda.com/wp-content/uploads/2017/05/Pulse-of-the-Fashion-Industry_2017.pdf.
- 17 - FairWear Foundation, „Climbing the Ladder to Living Wages“, (August, 2012), Zugriff am 18.03.2019, Daten beziehen sich ursprünglich auf einen Ladenpreis von 29 Euro. Zur besseren Vergleichbarkeit wurde er um die Mehrwertsteuer ergänzt und auf 19 Euro skaliert, ohne die prozentuale Gewichtung zu ändern. <https://www.fairwear.org/wp-content/uploads/2016/06/ClimbingtheLadderReport.pdf>.

- 18 - Ellen MacArthur Foundation, „A new textiles economy: Redesigning fashion's future“, (2017), 38, Zugriff am 18.03.2019, https://www.ellenmacarthurfoundation.org/assets/downloads/publications/A-New-Textiles-Economy_Full-Report.pdf.
- 19 - Boucher, Julien, und Damien Friot. „Primary Microplastics in the Oceans: a Global Evaluation of Sources.“ Gland, Switzerland: International Union for Conservation of Nature and Natural Resources, (2017), Zugriff am 18.03.2019. <https://portals.iucn.org/library/sites/library/files/documents/2017-002.pdf>.
- 20 - Elena Egorova et al., „Incorporating Land Use Impacts on Biodiversity into Life Cycle Assessment for the Apparel Industry“, (Santa Barbara: University of California, April 2014) Zugriff am 18.03.2019, https://www.bren.ucsb.edu/research/2014group_projects/documents/biodiversity_final_report_000.pdf.
- 21 - Global Natura Fund, „Datenübersicht Bodensee“, Zugriff am 17.05.2019, https://www.globalnature.org/13876/Daten-Bodensee/02_vorlage.asp.
- 22 - Statistisches Bundesamt, „Bevölkerungsstand“, (DeStatis, o. J.), Zugriff am 18.03.2019, <https://www.destatis.de/DE/ZahlenFakten/GesellschaftStaat/Bevoelkerung/Bevoelkerungsstand/Bevoelkerungsstand.html>.
- 23 - Deutsche Gesellschaft für Ernährung e. V., „Wasser“, (o. J.) Zugriff am 18.03.2019, <https://www.dge.de/wissenschaft/referenzwerte/wasser/>.
- 24 - Schätzung und Berechnung von Common Objective in Bezug auf Daten von AQUASTAT 2010, „Measuring Fashion's Ecological Footprint“, (08. Juni 2018), Zugriff am 18.03.2019, <https://www.commonobjective.co/article/measuring-fashion-s-ecological-footprint>.
- 25 - Quantis, „Measuring Fashion Environmental Impact of the Global Apparel and Footwear Industries Study“, (2018), 19, Zugriff am 18.03.2019, https://quantis-intl.com/wp-content/uploads/2018/03/measuringfashion_globalimpactstudy_full-report_quantis_cwf_2018a.pdf.
- 26 - Ellen MacArthur Foundation, „A new textiles economy: Redesigning fashion's future“, (2017), 129, Zugriff am 18.03.2019, https://www.ellenmacarthurfoundation.org/assets/downloads/publications/A-New-Textiles-Economy_Full-Report.pdf.
- 27 - Berechnung von Common Objective, „Measuring Fashion's Ecological Footprint“, (08. Juni 2018), Zugriff am 18.03.2019, <https://www.commonobjective.co/article/measuring-fashion-s-ecological-footprint> auf Basis Daten von Michelle Yang Quin, „Global Fibres Overview: Synthetic Fibres' Presentation to Raw Material Committee Meeting“, (APIC Pattaya, Mai 16, 2014),
- und Ellen MacArthur Foundation, „A new textiles economy: Redesigning fashion's future“, (2017), 21, Zugriff am 18.03.2019, https://www.ellenmacarthurfoundation.org/assets/downloads/publications/A-New-Textiles-Economy_Full-Report.pdf.
- 28 - Greenpeace e. V., „Konsumkollapse durch Fast Fashion“, (Januar 2017), 7, Zugriff am 18.03.2019, https://www.greenpeace.de/sites/www.greenpeace.de/files/publications/s01951_greenpeace_report_konsumkollaps_fast_fashion.pdf.
- 29 - Ellen MacArthur Foundation, „A new textiles economy: Redesigning fashion's future“, (2017), 19, Zugriff am 18.03.2019, https://www.ellenmacarthurfoundation.org/assets/downloads/publications/A-New-Textiles-Economy_Full-Report.pdf.
- 30 - Berechnung basierend auf : Quantis, „Measuring Fashion report tells the story of the industry's environmental performance“, (2018), Zugriff am 01.04.2019, <https://quantis-intl.com/measuring-fashion-report-2018/>.
- 31 - Berechnung der entstehenden Flugemissionen mit MyClimate Flight Calculators, Zugriff am 17.05.2019, https://co2.myclimate.org/de/flight_calculators/new.
- 32 - Berechnung von Common Objective, „Measuring Fashion's Ecological Footprint“, (08. Juni 2018), Zugriff am 18.03.2019, <https://www.commonobjective.co/article/measuring-fashion-s-ecological-footprint>. Basierend auf Daten von Ellen MacArthur Foundation, „A new textiles economy: Redesigning fashion's future“, (2017) Zugriff am 18.03.2019, https://www.ellenmacarthurfoundation.org/assets/downloads/publications/A-New-Textiles-Economy_Full-Report.pdf.
- 33 - Common Objective, „Measuring Fashion's Ecological Footprint“, (08. Juni 2018), Zugriff am 18.03.2019, <https://www.commonobjective.co/article/measuring-fashion-s-ecological-footprint>. Basierend auf Pesticide Action Network UK, „Is Cotton Conquering its Chemical Addiction. A review of pesticide use in global cotton production.“ (Oktober 2017), Zugriff am 18.03.2019, <http://www.pan-uk.org/site/wp-content/uploads/Cottons-chemical-addiction-FINAL-LOW-RES-2017.pdf>.
- 34 - Reiner Metzger, „Die Natur lebt von Verschwendung“, Interview mit Michael Braungart, TAZ, (03. Februar 2015), Zugriff am 18.03.2019, <http://www.taz.de/!5022000/>.
- 35 - Madeleine Cobbing und Yannick Vicaire, „Destination Zero: Sieben Jahre Entgiftung der Textilindustrie“, (Greenpeace, Juli, 2018), Zugriff am 18.03.2019, https://www.greenpeace.de/sites/www.greenpeace.de/files/publications/s02231_es_gp_detox_report_dt_07_18_fin.pdf.

- 36 - Greenpeace e. V., „Konsumkollapse durch Fast Fashion“, (Januar 2017), 4, Zugriff am 18.03.2019, https://www.greenpeace.de/sites/www.greenpeace.de/files/publications/s01951_greenpeace_report_konsumkollaps_fast_fashion.pdf.
- 37 - Quantis, „Measuring Fashion Environmental Impact of the Global Apparel and Footwear Industries Study“, (2018), 25, Zugriff am 18.03.2019, https://quantis-intl.com/wp-content/uploads/2018/03/measuringfashion_globalimpactstudy_full-report_quantis_cwf_2018a.pdf.
- 38 - KEMI Swedish Chemicals Agency, „Chemicals in textiles– Risks to human health and the environment“, Stockholm: Arkitektkopia, (2014), Zugriff am 18.03.2019, <https://www.kemi.se/files/8040fb7a4f2547b7bad522c399c0b649/report6-14-chemicals-in-textiles.pdf>.
- 39 - Tara Brady, „Working themselves to death, the Bangladesh men and women tanning leather for a pittance in one of the world’s top 30 most polluted locations“, (Daily Mail, 24. März 2014, letzte Aktualisierung 25. März 2018), Zugriff am 18.03.2019, <https://www.dailymail.co.uk/news/article-2588163/Working-death-Bangladesh-men-women-tanning-leather-pittance-one-worlds-30-polluted-locations.html#ixzz2x0U3uo6S>.
- 40 - United Nations Food and Agriculture Organization, „The State of the World’s Land and Water Resources“, Zugriff am 17.04.2019, http://www.fao.org/fileadmin/user_upload/newsroom/docs/en-solaw-facts_1.pdf.
- 41 - Global Fashion Agenda & The Boston Consulting Group, „Pulse of the Fashion Industry“, (2017), 15, Zugriff am 18.03.2019, https://globalfashionagenda.com/wp-content/uploads/2017/05/Pulse-of-the-Fashion-Industry_2017.pdf.
- 42 - WWF, „Living Planet Report 2018“ (o. J.), Zugriff am 18.03.2019, <https://www.wwf.de/living-planet-report/>.
- 43 - WWF, „How many species are we losing?“ (o. J.), Zugriff am 18.03.2019, http://wwf.panda.org/our_work/biodiversity/biodiversity/.
- 44 - Elena Egorova et al., „Incorporating Land Use Impacts on Biodiversity into Life Cycle Assessment for the Apparel Industry“, (Santa Barbara: University of California, April 2014) Zugriff am 18.03.2019, https://www.bren.ucsb.edu/research/2014group_projects/documents/biodiversity_final_report_000.pdf.
- 45 - Berechnung von Common Objective, „Measuring Fashion’s Ecological Footprint“, (08. Juni 2018), Zugriff am 18.03.2019, <https://www.commonobjective.co/article/measuring-fashion-s-ecological-footprint>. Basierend auf Global Fashion Agenda & The Boston Consulting Group, „Pulse of the Fashion Industry“, (2017), Zugriff am 18.03.2019, https://globalfashionagenda.com/wp-content/uploads/2017/05/Pulse-of-the-Fashion-Industry_2017.pdf und Zahlen der Weltbank.
- 46 - Global Fashion Agenda & The Boston Consulting Group, „Pulse of the Fashion Industry“, (2017), 12, Zugriff am 18.03.2019, https://globalfashionagenda.com/wp-content/uploads/2017/05/Pulse-of-the-Fashion-Industry_2017.pdf.
- 47 - Global Fashion Agenda & The Boston Consulting Group, „Pulse of the Fashion Industry“, (2017), 61, Zugriff am 18.03.2019, https://globalfashionagenda.com/wp-content/uploads/2017/05/Pulse-of-the-Fashion-Industry_2017.pdf.
- 48 - Global Fashion Agenda & The Boston Consulting Group, „Pulse of the Fashion Industry“, (2017), 46, Zugriff am 18.03.2019, https://globalfashionagenda.com/wp-content/uploads/2017/05/Pulse-of-the-Fashion-Industry_2017.pdf.
- 49 - FEMNET e.V., „Fair Fashion Guide“, (Berlin: DBM Druckhaus Berlin-Mitte GmbH 2017), 5, basierend auf: The True Cost – Der wahre Preis der Mode, Buch und Regie: Andrew Morgan Produktion: Untold Creative, USA 2015-2017.
- 50 - Lina Stotz und Gillian Kane, „Facts on The Global Garment Industry“, (Clean Clothes Campaign, April 2015), letzte Aktualisierung 08. November 2017, Zugriff am 18.03.2019, <https://cleanclothes.org/resources/publications/factsheets/general-factsheet-garment-industry-february-2015.pdf/view>. Basierend auf Celia Mather, „Garment Industry Supply Chains“, (Women Working Worldwide, 2004), Zugriff am 18.03.2019, http://www.yorku.ca/rajagopa/documents/garmentsuppchain-www_education_pack.pdf.
- 51 - House of Commons Environmental Audit Committee „Fixing fashion: clothing consumption and sustainability“, (19. Februar 2019), 5, Zugriff am 18.03.2019, <https://publications.parliament.uk/pa/cm201719/cmselect/cmenvaud/1952/1952.pdf>. basierend auf Fashion Revolution, „Written evidence submitted by Fashion Revolution“, (o. J.), Zugriff am 18.03.2019, <http://data.parliament.uk/writtenevidence/committeeevidence.svc/evidencedocument/environmental-audit-committee/sustainability-of-the-fashion-industry/written/90117.html>.
- 52 - Wage Indicator, „Wages in Context“, (o. J.), Zugriff am 18.03.2019, <https://wageindicator.org/salary/wages-in-context>.
- 53 - Christliche Initiative Romero, „Fast Fashion – Teil 1: Arbeitsbedingungen“ (erster Teil dieses Dossiers), (2019), <https://www.ci-romero.de/produkt/dossier-fast-fashion-1-arbeitsbedingungen/>.

54 - Corina Ajder and Bettina Musiolek, „Country Profile Romania 2018“, Clean Clothes Campaign, 2019. Zugriff am 03.06.2019. https://cleanclothes.org/livingwage/europe/country-profiles/romania/at_download/file.

55 - Armedangels, „Social Report 2018“ 2019. Zugriff am 03.06.2019. https://www.armedangels.de/files/SR_2018.pdf.

56 - Public Eye und Clean Clothes Campaign, „Is H&M making progress towards living wages?“ (Kampagne für Saubere Kleidung, November 2018), Zugriff am 18.03.2019, <https://saubere-kleidung.de/wp-content/uploads/2018/11/A-closer-look-at-HMs-wage-Nov-2018-by-CCC-A4-2.pdf>. Umgerechnet nach Kurs vom 30. April 2019 (1 Dollar = 0,89 Euro).

57 - Fashion Revolution, „Microfibres“, (o.J.), Zugriff am 28.02.2019, <https://www.fashionrevolution.org/tag/microfibres/>, basierend auf Leonard, George H., Oceans, „Microfibers and the Outdoor Industry: A Leadership Opportunity“, Presentation to Outdoor Industry Association. 3. August 2016“, (2016), Zugriff am 17.05.2019, <http://storyofstuff.org/wp-content/uploads/2017/01/Oceans-Microfibers-and-the-Outdoor-Industry.pdf>.

58 - National Oceanography Centre, „Microplastics Research at the NOC“, (o. J.), 2019, Zugriff am 18.03.2019, <https://noc.ac.uk/science/microplastics>.

59 - Jesse C. Vermaire et al., „Microplastic abundance and distribution in the open water and sediment of the Ottawa River, Canada, and its tributaries“ (Facets Journal, 21. März 2017), Zugriff am 18.03.2019, <https://www.facetsjournal.com/article/facets-2016-0070/>.

60 - Michiel Roscam Abbing, „Millions of microfibers in wastewater from every wash“ (Plastic Soup Foundation, 24. November 2017), Zugriff am 18.03.2019, <https://www.plasticsoupfoundation.org/en/2017/11/millions-microfibers-wastewater-from-every-wash/>.

61 - Stiftung Warentest, „Wasch-Umfrage: Die Ergebnisse“, (o. J.), Zugriff am 18.03.2019, <https://www.test.de/Waesche-waschen-Wasch-Umfrage-Die-Ergebnisse-4429686-0/>.

62 - Wissenschaft, „Wie viel ÖL STECKT IN PlastikTÜTen?“ (21. September 2010), Zugriff am 18.03.2019, <https://www.wissenschaft.de/umwelt-natur/wie-viel-oel-steckt-in-plastiktueten/>.

Literaturverzeichnis:

Online-Artikel

Brady, Tara. „Working themselves to death, the Bangladesh men and women tanning leather for a pittance in one of the world's top 30 most polluted locations.“ Daily Mail. 24. März 2014. letzte Aktualisierung 25. März 2018. Zugriff am 18.03.2019. <https://www.dailymail.co.uk/news/article-2588163/Working-death-Bangladesh-men-women-tanning-leather-pittance-one-worlds-30-polluted-locations.html#ixzz2x0U3uo6S>.

Common Objective. „Death, Injury and Health in the Fashion Industry.“ Ohne Jahresangabe. Zugriff am 18.03.2019. <https://www.commonobjective.co/article/death-injury-and-health-in-the-fashion-industry>.

Common Objective. „Measuring Fashion's Ecological Footprint.“ 08. Juni 2018. Zugriff am März 18. 2019. <https://www.commonobjective.co/article/measuring-fashion-s-ecological-footprint>.

Deutsche Gesellschaft für Ernährung e. V. „Wasser“, ohne Jahresangabe. Zugriff am 18.03.2019. <https://www.dge.de/wissenschaft/referenzwerte/wasser/>.

Fashion Revolution. „Microfibres.“ Ohne Jahresangabe. Zugriff am 28.02.2019. <https://www.fashionrevolution.org/tag/microfibres/>.

Global Natura Fund, „Datenübersicht Bodensee“, ohne Jahresangabe, Zugriff am 17.05.2019, https://www.globalnature.org/13876/Daten-Bodensee/02_vorlage.asp.

Greenpeace e.V. „Wegwerfware Kleidung Repräsentative Greenpeace-Umfrage zu Kaufverhalten, Tragedauer und der Entsorgung von Mode.“ November 2015. Zugriff am 18.03.2019. https://www.greenpeace.de/sites/www.greenpeace.de/files/publications/20151123_greenpeace_modekonsum_flyer.pdf.

Lexas. „DALY - das behinderungs bereinigte Lebensjahr.“ Ohne Jahresangabe. Zugriff am 18.03.2019. <https://www.laenderdaten.de/gesundheit/daly.aspx>.

Metzger, Reiner. „Die Natur lebt von Verschwendung.“ Interview mit Michael Braungart. TAZ. 03. Februar 2015. Zugriff am 18.03.2019. <http://www.taz.de/!5022000/>.

Remy, Nathalie, Eveline Speelman, und Steven Swartz. „Style that's sustainable: A new fast-fashion formula.“ McKinsey & Company. Oktober 2016. Zugriff am 18.03.2019. <https://www.mckinsey.com/business-functions/sustainability-and-resource-productivity/our-insights/style-thats-sustainable-a-new-fast-fashion-formula>.

Statista. „Bekleidung.“ Ohne Jahresangabe. Zugriff am 18.03.2019. <https://de.statista.com/outlook/90000000/137/bekleidung/deutschland#market-revenue>.

Statista. „Statistiken zu Haushalten in Deutschland“ ohne Jahresangabe. Zugriff am 18.03.2019. <https://de.statista.com/themen/2141/haushalte-in-deutschland/>.

Statistisches Bundesamt. „Bevölkerungsstand.“ DeStatis, ohne Jahresangabe. Zugriff am 18.03.2019. <https://www.destatis.de/DE/ZahlenFakten/GesellschaftStaat/Bevoelkerung/Bevoelkerungsstand/Bevoelkerungsstand.html>.

Stiftung Warentest. „Wasch-Umfrage: Die Ergebnisse.“ Ohne Jahresangabe. Zugriff am 18.03.2019. <https://www.test.de/Waesche-waschen-Wasch-Umfrage-Die-Ergebnisse-4429686-0/>.

Tatar, Cristina. „Fashion pollutes water. Should we really care?“ Future Fashion Forward. 23. April 2018. Zugriff am 18.03.2019. <https://future.fashion/fashion-revolution-day-germany/fashion-pollutes-water-should-we-really-care>.

Wage Indicator. „Living Wage Series - Bangladesh - December 2018 - In Taka, per Month.“ Ohne Jahresangabe. Zugriff am 18.03.2019. <https://wageindicator.org/salary/living-wage/bangladesh-living-wage-series-december-2018>.

Wissenschaft. „Wie viel ÖL STECKT IN PlastikTÜTEN?“ 21. September 2010. Zugriff am 18.03.2019. <https://www.wissenschaft.de/umwelt-natur/wie-viel-oel-steckt-in-plastiktueten/>.

WWF. „Living Planet Report 2018.“ Ohne Jahresangabe. Zugriff am 18. März 2019. <https://www.wwf.de/living-planet-report/>.

Online-Berichte

Abbing, Michiel Roscam. „Millions of microfibers in wastewater from every wash.“ Plastic Soup Foundation. 24. November 2017. Zugriff am 18.03.2019. <https://www.plasticsoupfoundation.org/en/2017/11/millions-microfibers-wastewater-from-every-wash/>.

Ajder, Corina und Bettina Musiolek, „Country Profile Romania 2018“, Clean Clothes Campaign, 2019. Zugriff am 03.06.2019. https://cleanclothes.org/livingwage/europe/country-profiles/romania/at_download/file.

Armedangels, „Social Report 2018“, 2019. Zugriff am 03.06.2019. https://www.armedangels.de/files/SR_2018.pdf.

Boucher, Julien, und Damien Friot. „Primary Microplastics in the Oceans: a Global Evaluation of Sources.“ Gland, Switzerland: International Union for Conservation of Nature and Natural Resources. 2017. Zugriff am 18.03.2019. <https://portals.iucn.org/library/sites/library/files/documents/2017-002.pdf>.

Cobbing, Madeleine, und Yannick Vicaire. „Destination Zero: Sieben Jahre Entgiftung der Textilindustrie.“ Greenpeace. Juli 2018. Zugriff am 18.03.2019. https://www.greenpeace.de/files/publications/s02231_es_gp_detox_report_dt_07_18_fin.pdf.

Egorova, Elena, Heather Perry, Louisa Smythe, Runsheng Song, und Sarah Sorensen. „Incorporating Land Use Impacts on Biodiversity into Life Cycle Assessment for the Apparel Industry.“ Santa Barbara: University of California. April 2014. Zugriff am 18.03.2019. https://www.bren.ucsb.edu/research/2014group_projects/documents/biodiversity_final_report_000.pdf

Ellen MacArthur Foundation. „A new textiles economy: Redesigning fashion's future.“ 2017. Zugriff am 18.03.2019. https://www.ellenmacarthurfoundation.org/assets/downloads/publications/A-New-Textiles-Economy_Full-Report.pdf.

FairWear Foundation. „Climbing the Ladder to Living Wages.“ August 2012. Zugriff am 18.03.2019. <https://www.fairwear.org/wp-content/uploads/2016/06/ClimbingtheLadderReport.pdf>.

Greenpeace e. V. „Konsumkollaps durch Fast Fashion.“ Januar 2017. Zugriff am 18.03.2019. https://www.greenpeace.de/sites/www.greenpeace.de/files/publications/s01951_greenpeace_report_konsumkollaps_fast_fashion.pdf.

Global Fashion Agenda & The Boston Consulting Group. „Pulse of the Fashion Industry.“ 2017. Zugriff am 18.03.2019. https://globalfashionagenda.com/wp-content/uploads/2017/05/Pulse-of-the-Fashion-Industry_2017.pdf.

Global Fashion Agenda & The Boston Consulting Group. „Pulse of the Fashion Industry.“ 2018. Zugriff am 18.03.2019. https://www.peta.org.uk/wp-content/uploads/2019/03/Pulse_of_the_fashion_industry_report_2018-1.pdf.

House of Commons Environmental Audit Committee. „Fixing fashion: clothing consumption and sustainability.“ 19. Februar 2019. Zugriff am 18.03.2019. <https://publications.parliament.uk/pa/cm201719/cmselect/cmenvaud/1952/1952.pdf>.

Jung, Sven, und Bert Rürup. „Konsummonitor 2018.“ Handelsblatt Research Institute für Handelsverband Deutschland – HDE e. V. November 2017. Zugriff am 18.03.2019. https://einzelhandel.de/index.php?option=com_attachments&task=download&id=9421.

KEMI Swedish Chemicals Agency. „Chemicals in textiles– Risks to human health and the environment.“ Stockholm: Arkitektkopia. 2014. Zugriff am 18.03.2019. <https://www.kemi.se/files/8040fb7a4f2547b7bad522c399c0b649/report6-14-chemicals-in-textiles.pdf>.

Public Eye und Clean Clothes Campaign. "Is H&M making progress towards living wages?" Kampagne für Saubere Kleidung. November 2018. Zugriff am 18.03.2019. <https://saubere-kleidung.de/wp-content/uploads/2018/11/A-closer-look-at-HMs-wage-Nov-2018-by-CCC-A4-2.pdf>.

Quantis. "Measuring Fashion Environmental Impact of the Global Apparel and Footwear Industries Study." 2018. Zugriff am März 18. 2019. https://quantis-intl.com/wp-content/uploads/2018/03/measuringfashion_globalimpactstudy_full-report_quantis_cwf_2018a.pdf.

Statistisches Bundesamt. „6 Einkommen, Konsum, Lebensbedingungen.“ Statistisches Jahrbuch, 2018. Zugriff am 18.03.2019. https://www.destatis.de/DE/Publikationen/StatistischesJahrbuch/EinkommenKonsumLeben.pdf?__blob=publicationFile.

Statistisches Bundesamt. „15 Preise.“ Statistisches Jahrbuch. 2018. Zugriff am 18.03.2019. https://www.destatis.de/DE/Publikationen/StatistischesJahrbuch/Preise.pdf?__blob=publicationFile.

Statistisches Bundesamt. „Konsumausgaben privater Haushalte 2017.“ DeStatis. 2018. Zugriff am 18.03.2019. <https://www.destatis.de/DE/ZahlenFakten/GesellschaftStaat/EinkommenKonsumLebensbedingungen/Konsumausgaben/Konsumausgaben.html>.

Stotz, Lina, und Gillian Kane. "Facts on The Global Garment Industry." Clean Clothes Campaign. April, 2015. letzte Aktualisierung 08. November 2017. Zugriff am 18.03.2019. <https://cleanclothes.org/resources/publications/factsheets/general-factsheet-garment-industry-february-2015.pdf/view>.

Vermaire, Jesse C., Carrington Pomeroy, Sofia M. Herczegh, Owen Haggart, und Meaghan Murphy. "Microplastic abundance and distribution in the open water and sediment of the Ottawa River, Canada, and its tributaries." Facets Journal. 21. März 2017. Zugriff am 18.03.2019. <https://www.facetsjournal.com/article/facets-2016-0070/>

Gedruckte Publikation:

FEMNET e.V. "Fair Fashion Guide." Berlin: DBM Druckhaus Berlin-Mitte GmbH. 2017.

Impressum

Herausgeberin:

Christliche Initiative Romero e.V. (CIR)

Schillerstraße 44a · D-48155 Münster

Webseite: www.ci-romero.de

E-Mail: cir@ci-romero.de

Telefon +49 (0) 251 / 67 44 13 - 0

Redaktion: Isabell Ullrich (V.i.S.d.P.), Maik Pflaum, Kirsten Clodius (alle CIR)

Autor*innen: Teil 1: Rajitha Anuradha Somarathna und Lakmali Hemachandra (beide Shrmabhimani Kendraya); Teil 2 und 3: Sarah Maria Schmidt, Prof. Friederike von Wedel-Parlow (Beneficial Design e.V.) mit Unterstützung durch Magdalena Schaffrin.

Lektorat: Dietmar Damwerth

Layout und Illustrationen: Nikola Berger | nikobe.net

Münster, Juni 2019

In Bezug auf Teil 2 geht besonderer Dank an die Interviewpartner*innen: Dr. Frank Hoffer (ACT Organisation), Kate Larsen (SupplyESChange Initiative), Kate Padget-Koh (Love Couture Asia), Lavinia Muth (Armedangels, Social Fashion Company GmbH), Maik Pflaum (CIR), Prof. Marsha Dickson (Better Buying Organisation), Dr. Reiner Hengstmann (Go4more)

Die Grafiken dieses Dossiers dürfen unter der Creative Commons Lizenz CC-BY-NC-SA 4.0 genutzt werden.



Die Christliche Initiative Romero (CIR) setzt sich seit 1981 für Arbeits- und

Menschenrechte in Ländern Mittelamerikas ein. Schwerpunkt ist die Unterstützung von Basisbewegungen und Organisationen in Nicaragua, El Salvador, Honduras und Guatemala sowie die Kampagnen- und Bildungsarbeit in Deutschland. Im Sinne des 1980 ermordeten salvadorianischen Erzbischofs Oscar Romero tritt die CIR gegen Ungerechtigkeitsverhältnisse ein. Der Kampf der mittelamerikanischen Basisorganisationen für Menschenrechte und bessere Arbeitsbedingungen kann nur erfolgreich sein, wenn sich bei uns, in den wirtschaftlichen Machtzentren, etwas verändert. Politische Informationsarbeit ist deshalb ein Schwerpunkt der CIR.

In der Kampagne für Saubere Kleidung (CCC) macht sich die CIR für die Umsetzung sozialer Mindeststandards und Gewerkschaftsfreiheit bei der Herstellung von Kleidung stark.

Nur so können sich die konkreten Lebens- und Arbeitsbedingungen der Arbeiter*innen in der Bekleidungsindustrie weltweit verbessern. Ziel der Kampagne ist es auch, dass große Modemarken wie Primark, C&A oder Adidas endlich sicherstellen, dass alle an der Produktion beteiligten Arbeiter*innen einen existenzsichernden Lohn erhalten.

Unterstützen Sie die Arbeit unserer Partner*innen und unsere Kampagnen mit einer Spende!

Stichwort: Fair Fashion statt Fast Fashion

Darlehnskasse Münster

IBAN DE67 4006 0265 0003 1122 00

BIC GENODEM1DKM



Das DZI bescheinigt der CIR einen verantwortungsvollen Umgang mit Spendengeldern.

Diese Publikation wurde mit Unterstützung der Stiftung Umwelt und Entwicklung Nordrhein-Westfalen und Engagement Global im Auftrag des Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung ermöglicht. Für den Inhalt ist allein die Christliche Initiative Romero e.V. verantwortlich; der Inhalt kann in keiner Weise als Standpunkt der Zuwendungsgeber angesehen werden.



Mit freundlicher Unterstützung der

STIFTUNG UMWELT
UND ENTWICKLUNG
NORDRHEIN-WESTFALEN

Gefördert von ENGAGEMENT GLOBAL
im Auftrag des



Bundesministerium für
wirtschaftliche Zusammenarbeit
und Entwicklung