

Forschungsergebnisse der Themenklasse
Nachhaltigkeit & Globale Gerechtigkeit 2017/2018 und 2019

Textilindustrie im Wandel – Auf dem Weg zu mehr Gerechtigkeit?

Joshua Dietz, Hannah Klauber, Katja Kowalski, Maike Voss



IRI THESys - Integrative Research Institute on
Transformations of Human-Environment Systems
Humboldt-Universität zu Berlin
Unter den Linden 6
10099 Berlin

Tel: +49 30 2093-66336
Fax: +49 30 2093-66335
Web: www.iri-thesys.org

Kontakt:

Nora Milena Vehling (IRI THESys)
vehlingn@hu-berlin.de

Leitende Redakteure:

Dr. Bettina König (IRI THESys)
Prof. Dr. Tobias Krüger (IRI THESys)

Diese Veröffentlichung darf ganz oder teilweise und in beliebiger Form für pädagogische oder gemeinnützige Zwecke ohne besondere Genehmigung des/der Urheberrechtsinhaber(s) unter Angabe der Quelle vervielfältigt werden. Diese Publikation darf ohne schriftliche Genehmigung des/der Urheberrechtsinhaber(s) nicht für den Weiterverkauf oder andere kommerzielle Zwecke verwendet werden.

Zitierhinweis:

Dietz, J.; Klauber, H.; Kowalski, K.; Voss, M. 2019: Textilindustrie im Wandel - Auf dem Weg zu mehr Gerechtigkeit? IRI THESys Deutschlandstipendium Themenklasse Globale Gerechtigkeit und Nachhaltigkeit 2019/2020. Humboldt-Universität zu Berlin, Deutschland. Online verfügbar: <https://www.iri-thesys.org/education/deutschlandstipendium/themenklasse-2018-19/Justiceinthetextileindustry>

Titelbild: Iskur Produktionsstädte in Kahramanmaraş, Türkei 2015.
Fotografin: Nora Milena Vehling

Copyright © Dezember 2019 durch die AutorenInnen und IRI THESys

Druck: HU Druckerei, Dorotheenstraße 26, 10117 Berlin

Vorwort und Danksagung

Der vorliegende Bericht ist das Ergebnis eines studentischen, interdisziplinären Forschungsprojektes der Themenklasse *Nachhaltigkeit & Globale Gerechtigkeit* am Integrativen Forschungsinstitut zur Transformation von Mensch-Umweltsystemen, der Humboldt-Universität zu Berlin. Er wurde von Bachelor- und Masterstudierenden der Studiengänge Geographie, Physik, Volkswirtschaftslehre, Integrated Natural Resource Management sowie Global Change Geography verfasst.

In ihrer Forschung beschäftigten sich die Studierenden mit der höchst aktuellen und gesellschaftsrelevanten Frage nach Gerechtigkeit in der Textilindustrie. Diese Arbeit umfasst zum einen eine Auswertung von Interviews mit Experten aus der Textilindustrie. Zum anderen forschte die Gruppe auch im direkten, eigenen Umfeld – der Humboldt-Universität – durch Entwurf, Durchführung und Evaluation einer Online-Umfrage mit 543 Studierenden. Dieser Bericht fasst die Ergebnisse der Forschungsarbeit zusammen. Im Mai 2018 wurden die Ergebnisse bereits im Grimm Zentrum der Humboldt Universität präsentiert. Dazu waren Vertreterinnen und Vertreter der Textilindustrie, des Deutschen Textilbündnisses und von Nichtregierungsorganisationen eingeladen, die die Ergebnisse in einer studentisch moderierten Podiumsrunde und mit dem Publikum diskutierten.

Die Deutschlandstipendium-Themenklasse *Nachhaltigkeit & Globale Gerechtigkeit* existiert am IRI THESys seit 2013. Jährlich forschen 15 Deutschland-Stipendiaten und Stipendiatinnen in fachlich gemischten Kleingruppen zu einer aktuellen Forschungsfrage aus dem Bereich der Mensch-Umweltforschung. Dabei werden sie durch Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler des IRI THESys, unterstützt. Finanziert werden die Stipendien durch die Stiftung Humboldt-Universität und das Bundesministerium für Bildung und Forschung mit dem Ziel, den Studierenden schon während des Studiums und als Teil ihres überfachlichen Wahlpflichtbereichs Einblicke in die Forschung zu Mensch-Umweltsystemen sowie in die interdisziplinäre Zusammenarbeit zu ermöglichen. Dank der geleisteten Pionierarbeit der letzten Jahre, hat sich dieses Format inzwischen als ein Best-Practise Beispiel für studentische Forschung zu Nachhaltigkeit an Hochschulen etabliert.

Als Betreuende der Themenklasse möchten wir den Studierenden für die aus dem folgenden Bericht ersichtliche, gute Arbeit und das große Engagement, sowie der Stiftung Humboldt-Universität für die langjährige Unterstützung danken. Beides macht die spannende Arbeit der Themenklasse *Nachhaltigkeit & Globale Gerechtigkeit* erst möglich!

Sebastian van der Linden und Bettina König

IRI THESys, Berlin, Juni 2019

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung	S. 1
2. Methodik	S. 3
2.1. Experteninterviews	S. 3
2.2. Studierendeninterviews	S. 4
3. Ergebnisse	S. 5
3.1. Was die ExpertInnen sagen	S. 5
3.1.1. Faire Löhne	S. 6
3.1.2. Wer trägt die Kosten	S. 6
3.1.3. Tarifverhandlungen (Collective Bargaining)	S. 6
3.1.4. Transparenz der Lieferkette	S. 7
3.1.5. Interesse und Verantwortung der VerbraucherInnen	S. 8
3.1.6. Umweltschutz im Zusammenhang mit fairen Löhnen	S. 9
3.2. Studierendeninterviews	S. 10
3.2.1. Wissen	S. 10
3.2.2. Verhalten	S. 11
3.2.3. Initiative	S. 13
3.2.4. Wandel	S. 15
4. Zusammenfassung	S. 18
4.1. Kleidertausch	
4.2. Qualitativ hochwertige Kleidung kaufen	S. 18
4.3. Second-Hand kaufen	S. 18
4.4. Auf Siegel achten	S. 19

Quellenverzeichnis

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Wissen über den Produktionsort nach Geschlecht. $N = 382$, n_1 bis n_5 geben die absoluten Häufigkeiten für die fünf möglichen Antworten an. Eigene Abbildung 2019. S.10

Abb. 2: Entscheidungskriterien beim Kleidungskauf nach Wichtigkeit. Eigene Abbildung 2019. S.12

Abb. 3: Kauf von Second-Hand Kleidung. $N = 382$, n_1 bis n_5 geben die absoluten Häufigkeiten für die fünf möglichen Antworten an. Eigene Abbildung 2019. S. 13

Abb. 4: Kauf von Second-Hand Kleidung nach Geschlecht. $N = 382$, n_1 bis n_5 geben die absoluten Häufigkeiten für die fünf möglichen Antworten an. Eigene Abbildung 2019. S.13

Abb. 5: Wichtigkeit der Lieferkettentransparenz. $N = 382$, n_1 bis n_5 geben die absoluten Häufigkeiten für die fünf möglichen Antworten an. Eigene Abbildung 2019. S.14

Abb. 6: Einschätzung der Lieferkettentransparenz. $N = 382$, n_1 bis n_5 geben die absoluten Häufigkeiten für die fünf möglichen Antworten an. Eigene Abbildung 2019. S.15

Abb. 7: Zahlungsbereitschaft für nachhaltig und fair produziertes T-Shirt. $N = 382$. S.15

Abb. 8: Die Hauptverantwortung für faire Löhne und Arbeitsbedingungen in der Textilindustrie tragen... Eigene Abbildung 2019. S.16

Abb. 9: Die Mehrkosten für faire Löhne und Arbeitsbedingungen sollten getragen werden von. Eigene Abbildung 2019. S.17

1. Einleitung

Die Textil- und die Bekleidungsindustrie gehören zu den weltweit wichtigsten Industrien: So erreichten Exporte dieser beiden Industriezweige 2017 einen Wert von ca. 750 Milliarden US\$ (WTO, 2018). Gleichzeitig gehört die Produktion zu den arbeitsintensivsten weltweit. Die Wertschöpfung ist bei Textilien stark globalisiert und durch lange Lieferketten charakterisiert (International Labour Organization, 2018).

Oft werden Katastrophen wie der Fabrikeinsturz in Bangladesch im Jahr 2013 und ein Feuer in einer Textilfabrik in Pakistan im Jahr 2012, über welche weltweit berichtet wurde, als Wendepunkte auf dem Weg zu besseren Arbeitsbedingungen für TextilarbeiterInnen und NäherInnen dargestellt (International Labour Organization, 2018). Spätestens seit diesen Ereignissen weiß so gut wie jede(r) KonsumentIn in westlichen Ländern um die teils katastrophalen Auswirkungen des Kleidungskaufs für Menschen und Umwelt. Zu den bekanntesten Problemen für den Menschen bzw. genauer gesagt die Beschäftigten gehören u.a. extrem lange Arbeitszeiten, geringe Löhne, keine Bezahlung von Überstunden, fehlende legale und vorschriftsmäßige Arbeitsverträge, fehlende Organisation und Wirksamkeit von Gewerkschaften, Einschüchterung, physische Gewalt sowie generell gefährliche Bedingungen in den Arbeitsstätten (D'Ambrogio, 2014). Umweltbezogene Auswirkungen sind: Sowohl beim Baumwollanbau und der Produktion der Textilfasern als auch bei der Veredelung entstehen teils hohe Umweltbelastungen. So verbraucht der Anbau von Baumwolle große Mengen an Wasser und ist durch einen hohen Einsatz von Düngemitteln und Pestiziden gekennzeichnet. Für synthetische Textilien werden meist nicht nachwachsende Rohstoffe auf Basis von Erdöl genutzt. Die Veredelung von Textilien geschieht unter dem Einsatz vieler umweltschädlicher Chemikalien und unter enormem Wasserverbrauch (Umweltbundesamt, 2014). Durch fehlende Gesetze z.B. zur Abwasserentsorgung in einigen Produktionsländern gelangen Abfallprodukte oft ungefiltert in die Umwelt und können dort große ökologische Schäden anrichten.

Industrie und Politik reagierten z.B. in Deutschland im Jahr 2014 mit der Gründung des Bündnisses für nachhaltige Textilien. Erklärtes Ziel der Mitglieder aus verschiedensten Akteursgruppen ist es, entlang der gesamten Lieferkette soziale, ökonomische und ökologische Verbesserungen zu erwirken. Dazu werden beispielsweise Maßnahmenpläne verfasst, welche dann von externen BeraterInnen geprüft werden. Die Umsetzung und Verbesserung dieser Pläne wird jährlich evaluiert (Bündnis für nachhaltige Textilien, 2018).

Weiterhin kann durch Zertifizierungen nachvollzogen werden, welche Bedingungen in der Lieferkette eines Kleidungsstücks erfüllt werden. So können KonsumentInnen beim Kauf erkennen, ob die Produktion

eines Kleidungsstücks die unterschiedlichen Anforderungen eines bestimmten Siegels erfüllt und danach zertifiziert ist. Dennoch sind ökologisch nachhaltig produzierte Textilien noch immer ein Nischenmarkt und durch die Vielzahl an Siegeln ist es für VerbraucherInnen oft undurchsichtig, welches Siegel welche Kriterien bewertet (Umweltbundesamt, 2017).

Das Einkaufsverhalten in den Industrienationen hat sich in den letzten Jahrzehnten drastisch verändert: Bis in die 1980er Jahre war es üblich, dass zwei Kollektionen pro Jahr mit größtenteils einheitlichen Stilen in den Geschäften verkauft wurden. Die Kosten konnten durch gut planbare Massenproduktion geringgehalten werden. In den folgenden Jahrzehnten wurden immer mehr Kollektionen pro Jahr eingeführt. Dies wurde teils durch Änderungen des Lebensstils von KonsumentInnen und teils durch den steigenden Bedarf für Kleidung zu speziellen Anlässen verursacht (Bhardwaj and Fairhurst, 2010). Auch das Volumen der Bestellungen erhöhte sich stark. Dennoch wurden in vielen Ländern die Produktionskapazitäten nicht entsprechend angepasst, sondern bspw. bestehende Fabriken über ihre Kapazitätsgrenze hinaus verdichtet oder nicht dafür ausgelegte Bauten als Fabriken genutzt. Dies und der steigende Druck auf die ArbeiterInnen führte so zu immer schlechteren Arbeitsbedingungen (D'Ambrogio, 2014).

Doch warum kauft die westliche Bevölkerung noch immer Textilien, welche unter diesen Bedingungen produziert wurden? Haben sich die Arbeitsbedingungen in den letzten Jahren in den Produktionsländern doch verbessert? Welche Initiativen gibt es in Deutschland und Europa, wer setzt sich für "faire" Löhne und gute Arbeitsbedingungen ein? Und was ist eigentlich "fair"? Kann ein T-Shirt für weniger als 5€ fair produziert werden und trotzdem einen wirtschaftlichen Gewinn erzielen? Wie wichtig ist es, dass Unternehmen transparent bezüglich ihrer Zulieferer sind?

Wir, vier Mitglieder der Themenklasse "Nachhaltigkeit und globale Gerechtigkeit" haben uns im Jahrgang 2017/2018 dazu entschlossen, uns mit der Frage nach Gerechtigkeit in der Textilindustrie einmal näher auseinanderzusetzen. Obwohl wir in dieser Zeit nicht alle obenstehenden Fragen beantworten konnten, haben wir uns intensiv mit dem Thema beschäftigt, ExpertInnen aus der Textilbranche befragt und versucht, das Konsumverhalten sowie die Meinung von Studierenden in einer Umfrage zu erfassen. Die Ergebnisse der Interviews und der Umfrage sollen in diesem Bericht zusammengefasst und einander gegenübergestellt werden. Dazu werden wir im Folgenden auf die Methodik eingehen und dann die Ergebnisse aus den Interviews sowie der Umfrage darstellen.

2. Methodik

2.1. ExpertInneninterviews

Das erste Ziel unserer Arbeit bestand darin, einen Überblick über aktuelle Herausforderungen und Lösungsansätze zur Umsetzung von fairen Arbeitsbedingungen in der Textilbranche zu erlangen. Um ein möglichst breites Meinungsspektrum abzubilden, haben wir von Oktober bis Dezember 2017 Interviews mit BranchenvertreterInnen, NGOs und weiteren Akteuren durchgeführt. Insgesamt wurden acht ExpertInnen aus folgenden Unternehmen/NGOs befragt:

- ACT (Action, Collaboration, Transformation) - initiative on living wages
- Bündnis für nachhaltige Textilien
- Fair Trade
- Gesamtverband textil+mode
- Global Organic Textile Standard (GOTS)
- Greenpeace
- Internationaler Verband der Naturtextilwirtschaft (IVN)
- Kampagne für saubere Kleidung

Die Interviews wurden als qualitative, semi-strukturierte ExpertInneninterviews konzipiert und mit Hilfe eines vorab erarbeiteten Fragebogens durchgeführt. Dieser enthielt 11 Fragen zu den folgenden Themen:

- Lösungsansätze zur Schaffung von fairen Arbeitsbedingungen in der Textilbranche
- Collective Bargaining (industrieweite Tarifverhandlungen)
- Lieferkettentransparenz und Blockchain¹
- Konsumentenverantwortung
- Faire Arbeitsbedingungen und Umweltstandards

Die Interviews dauerten zwischen 30 Minuten und 1,5 Stunden und wurden aufgenommen, transkribiert und nach den Hauptaussagen ausgewertet. Die Aussagen der ExpertInnen werden im Folgenden anonymisiert beschrieben und daher einer von zwei Akteursgruppen (NGOs, Arbeitgeberverbände) zugeordnet.

¹ Die Blockchain ist eine Technologie, bei der Transaktionen von einem Netzwerk an Computern verifiziert werden. Dabei kann es sich um Transaktionen von Waren wie Bio-Baumwolle oder einem Fair Trade T-Shirt genauso handeln, wie um Daten. Die Technologie erlangte durch den Hype um den Bitcoin große Aufmerksamkeit (Wenzel 2018).

2.2. Studierendeninterviews

Im Anschluss an die Auswertung der ExpertInneninterviews wollten wir im Rahmen einer Studierendenumfrage erfahren, wie das Konsumverhalten von Studierenden aussieht und wie sie über verschiedene Aspekte des Textilkonsums denken. Wie wichtig ist ihnen nachhaltig und fair produzierte Kleidung? Und wen halten sie verantwortlich dafür, dass die richtigen Rahmenbedingungen in der Textilindustrie geschaffen werden? Darüber hinaus zielte die Umfrage auch darauf ab, das Meinungsbild der Studierenden mit den Aussagen der ExpertInnen zu vergleichen, um mögliche Übereinstimmungen und Differenzen herauszuarbeiten.

Dafür haben wir die Ergebnisse sowie die Leitfragen der ExpertInneninterviews aufgegriffen und eine quantitative Umfrage mit 15 Fragen erstellt, welche sich in die vier Kategorien (i) Wissen, (ii) Verhalten, (iii) Initiative und (iv) Wandel einteilen lassen. Teilgenommen haben 543 Studierende unterschiedlicher Fachrichtungen und von verschiedenen Universitäten bzw. Fachhochschulen. Mit einem Anteil von 70% war der Großteil der Befragten weiblichen Geschlechts. Räumlich beschränkte sich die Umfrage v.a. auf Berlin, da hier die einfache Möglichkeit bestand, viele TeilnehmerInnen in kurzer Zeit zu erreichen.

3. Ergebnisse

3.1. Was die ExpertInnen sagen...

Die ExpertInnen können grob in zwei Gruppen eingeteilt werden:

- VertreterInnen von NGOs und Initiativen, die sich unabhängig von Unternehmen und/oder in Zusammenarbeit mit Unternehmen im Bereich der Arbeitsbedingungen in der Textilbranche engagieren (**NGOs**) und
- VertreterInnen der Unternehmen in der Textilbranche bzw. von arbeitgebernahen Initiativen (**Arbeitgeberverbände**).

Viele Aussagen können dabei mehr der einen oder der anderen Gruppe zugeordnet werden. In manchen Bereichen, insbesondere bei der Einschätzung des Status Quo und der voraussichtlichen Entwicklung der Textilindustrie stimmen die Aussagen der ExpertInnen jedoch weitgehend überein.

3.1.1. Faire Löhne

Nach Aussage der NGOs fehlt eine eindeutige Definition von fairen Löhnen. Mindestens soll ein fairer Lohn existenzsichernd² sein. Ihnen ist auch wichtig, dass sie sich nicht nur für faire Bezahlung einsetzen, sondern auch für Arbeit unter guten, nicht gesundheitsgefährdenden Bedingungen. Zudem müssen faire Löhne in allen Teilen der Lieferkette gewährleistet werden.

Der Erreichung dieser Ziele stehen folgende Hindernisse im Wege:

- *Starker wirtschaftlicher Wettbewerb*
Höhere Löhne bedeuten für Unternehmen einen Wettbewerbsnachteil, weshalb gesetzliche Regelungen nötig sind.
- *Keine einheitliche Herangehensweise*
Tiefgreifende Änderungen können nur durch ein gemeinsames Vorgehen von Unternehmen in Zusammenarbeit mit den ArbeitnehmerInnen bzw. deren Vertretungen erreicht werden.

² In Anlehnung an das Übereinkommen 131 der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) deckt ein existenzsichernder Lohn laut Fair Wear Foundation Grundbedürfnisse wie Unterkunft, Ernährung, Kleidung, Medizinische Versorgung, Bildung, Trinkwasser, Kinderbetreuung, Mobilität und Geldrücklagen (FWF 2015).

Laut den Arbeitgeberverbänden sind Lohnsteigerungen in einem freien Markt nicht wahrscheinlich. Stattdessen müssten Lohnuntergrenzen von übergeordneten Arbeitsmarktinstitutionen festgelegt werden.

3.1.2. Wer trägt die Kosten?

Bei dieser Frage gehen die Ansichten der ExpertInnen teilweise auseinander. Manche NGOs sehen vorrangig die Kleidungsunternehmen (Brands) in der Verantwortung. Diese haben große Gewinnmargen, die zugunsten der ArbeiterInnen reduziert werden könnten. Andere NGOs halten eine Kostenverteilung über die Lieferkette für sinnvoll und machbar. Die meisten NGOs stimmen mit den Arbeitgeberverbänden überein, dass der größte Teil der Kosten von den Brands und vom Verbraucher getragen werden sollten.

Einige ExpertInnen betonen die Möglichkeit, dass auch bei steigenden Löhnen die Kosten nicht zunehmen müssen. Durch Effizienzsteigerungen können in vielen Bereichen Kosten reduziert werden, wodurch Mittel für höhere Löhne frei würden.

3.1.3. Tarifverhandlungen (Collective Bargaining)

Die Befragten sind sich darin einig, dass lokale Tarifverhandlungen der beste Weg zu fairen Löhnen sind, aber in vielen Produktionsländern für Textilien ein funktionierendes Collective Bargaining System fehlt. Grundlage zur Definition fairer Löhne sind laut Arbeitgeberverbänden die jeweiligen lokalen Bedingungen, weshalb Gehälter lokal verhandelt werden müssen.

Bestrebungen zur Selbstorganisation der ArbeitnehmerInnen werden oft von ArbeitgeberInnen unterdrückt und bestehende Gewerkschaften daran gehindert, frei zu handeln. In manchen Fällen ist die Macht von Gewerkschaften auch dadurch begrenzt, dass es für ArbeitnehmerInnen des gleichen Berufs im selben Unternehmen unterschiedliche, nach Ethnien unterteilte und nicht gemeinsam agierende Gewerkschaften gibt.

Voraussetzung für die Implementierung eines funktionierenden, freien Tarifsystems sind politische Rahmenbedingungen, die das Recht auf die Organisation in Gewerkschaften garantieren. Nach Ansicht der Arbeitgeberverbände muss dieses Recht weltweit gelten, um nationale Wettbewerbsnachteile zu verhindern. Eine NGO ist wiederum der Auffassung, dass der Prozess auch von (großen) Brands vorangetrieben werden könnte, die durch ihre Einkaufsmacht Einfluss auf die Produzentinnen haben.

Die Umsetzung von Collective Bargaining in der Textilbranche gestaltet sich als langwieriger Prozess, in welchem bisher eher vermeintliche als reale Erfolge, etwa in Form von marginalen Lohnsteigerungen, erzielt wurden.

3.1.4. Transparenz der Lieferkette

Einige NGOs sehen in der Lieferkettentransparenz ein zentrales Element zur Erreichung fairer Löhne. Sie stellen fest, dass eine ganzheitliche Kontrolle nur bei Offenlegung der Produktionsstandorte möglich ist. Den Brands selbst sind jedoch die eigenen Lieferketten nicht immer komplett bekannt. Trotzdem finden die Arbeitgeberverbände, dass in dem Bereich aufgrund des öffentlichen Drucks vonseiten NGOs zuletzt große Fortschritte beobachtbar waren.

Die ExpertInnen sehen in einer vollkommen transparenten Offenlegung ihrer Lieferanten ein Risiko für die Unternehmen. Noch vor den zusätzlichen Reportingkosten für die Offenlegung ist die Gefahr des Verlusts von Wettbewerbsvorteilen ein Hauptgrund für die Geheimhaltung von LieferantInnen. Ein solcher Wettbewerbsvorteil kann etwa in langjährigen Industriekooperationen liegen. Dabei investieren die AbnehmerInnen z.B. in Schulungen von ArbeiterInnen oder teilen bestehendes Know-How mit dem vorgelagerten ProduzentInnen, um die passende Qualität zu sichern. Ein Arbeitgeberverband hält diesen Weg aufgrund dessen nur für Unternehmen wahrscheinlich, die keinen besonderen Vorteil aus ihren HandelspartnerInnen ziehen. Vor allem bei kleinen Brands können solche Wettbewerbsvorteile für das Bestehen am Markt essentielle Alleinstellungsmerkmale bedeuten.

Als weiteren Nachteil der Lieferkettentransparenz sehen einige ExpertInnen den geringen Informationsgehalt für die VerbraucherInnen. Diese könnten nur mit Hilfe ausgedehnter zusätzlicher Recherchen nähere Informationen über die offengelegten Betriebe erhalten.

Die NGOs sehen eine gewisse „Rückverfolgbarkeit“ in Form einer sich über die Wertschöpfungskette ziehenden Zertifizierung als sinnvolle Alternative zur Transparenz. Siegel mit unabhängigen Kontrollen, wie beispielsweise der Global Organic Textile Standard (GOTS), garantieren an jeder Stelle der Lieferkette die Einhaltung bestimmter Vorgaben. So soll es sowohl den Unternehmen, als auch den VerbraucherInnen möglich sein, sicher zu gehen, dass ein Produkt nach diesen Vorgaben produziert wurde. Problematisch ist, dass Siegel oft falsch oder missbräuchlich angewendet werden und/oder die Gefahr besteht, dass damit „Greenwashing“ betrieben wird. Um dem vorzugreifen, könnten Unternehmen als Ganzes zertifiziert werden, sodass sie ausschließlich mit zertifizierten Waren handeln dürfen.

Ein weiterer Ansatz in Richtung Rückverfolgbarkeit ist die Nutzung der neuen Technologie der Blockchain¹ (vgl. S.5). Manche NGOs sehen darin ein Potential für einen neuen, effizienten Weg zu mehr Kontrolle. Leider ist das Wissen über die Blockchain momentan noch nicht weit verbreitet. Unternehmen misstrauen dem Ansatz, weil auch hier die Lieferkette offengelegt würde.

3.1.5. Interesse und Verantwortung der VerbraucherInnen

Bei der Verantwortlichkeit gehen die Meinungen der ExpertInnen teilweise weit auseinander. Einigkeit besteht weitestgehend darin, dass bei vielen BürgerInnen ein stark wachsendes Interesse für nachhaltige Produkte besteht. Dieses steht jedoch einem sehr begrenzten Wissen gegenüber. Die NGOs kritisieren, dass es für VerbraucherInnen sehr schwierig ist, aussagekräftige Informationen zu erhalten (vgl. Seite [9](#)).

Insbesondere medienwirksame Unglücke geben dem Interesse einen zeitweisen Schub. Auch bei solchen Ereignissen werden jedoch keine tiefergehenden Informationen oder Handlungsempfehlungen vermittelt. Bei konkreten Kaufentscheidungen wird das eher oberflächliche Wissen über und Bewusstsein für die schlechten Arbeitsbedingungen in der Produktion und Ungerechtigkeiten im Handel oft wieder ausgeblendet. Ausnahmen gibt es bei einer kleinen Avantgarde von nachhaltig produzierenden Firmen und deren KundInnen.

Die Nachfrage nach – und in der Folge auch das Angebot von – ökologisch nachhaltigen Produkten ist im Textilsektor bereits um einiges größer als nach Produkten, die sozialverträglich hergestellt wurden. Als Grund dafür wird die eigene Betroffenheit angeführt. Beispielsweise sind Textilien aus Bio-Baumwolle in der Babybekleidung beliebt. Hier besteht das Bedürfnis, sich und die eigenen Kinder vor dem Kontakt mit eventuell gefährlichen Chemikalien zu schützen. Laut den ExpertInnen ist das Bewusstsein für die eigene soziale Verantwortung bei Produktion und Handel wiederum bei anderen Produkten wie beispielsweise Kaffee ausgeprägter.

Der Tenor bei den NGOs ist, dass Unternehmen die Hauptverantwortung für eine Verbesserung der Situation tragen. In der aktuellen Situation müssen sie die Nachhaltigkeitskommunikation verbessern und die VerbraucherInnen durch Information dazu befähigen, Kaufentscheidungen zu treffen, die ihren eigenen Werten entsprechen. Einige NGOs vertreten auch die Auffassung, dass Kunden gar nicht in die Situation gebracht werden dürfen, Produkte kaufen zu können, deren Herstellung der persönlichen Moral widersprechen oder die unter Verletzung der Menschenrechte produziert wurden. Solche Produkte dürften also gar nicht angeboten werden.

3.1.6. Umweltschutz im Zusammenhang mit fairen Löhnen

Die ExpertInnen sind unterschiedlicher Meinung, was den Zusammenhang zwischen verbessertem Umweltschutz und dem Streben nach höheren/fairen Löhnen betrifft.

Einige sind der Meinung, dass sich die Prozesse gegenseitig bedingen und deswegen oft gemeinsam vorangebracht werden. Grund dafür ist, dass in Tarifverhandlungen oft auch umwelttechnische Verbesserungen mit einbezogen werden.

Ein Arbeitgeberverband gibt jedoch zu bedenken, dass es dabei eher um den Arbeitsschutz geht. In einer Färberei kann dieser beispielsweise auch durch bessere Schutzkleidung vorangebracht werden, ohne den Chemikalieneinsatz zu verringern. Der Verband ist auch hier der Meinung, dass Umweltschutz legislativ geregelt werden muss.

Einige NGOs sind der Meinung, dass sich ProduzentInnen oft nur auf soziale oder nur auf umweltschützende Maßnahmen fokussieren. Dabei wird der Ökologie als Verkaufsargument oft der Vorzug gegeben (vgl. Seite [10](#)). Aus wirtschaftlicher Sicht stellt der Umweltschutz zudem eine Möglichkeit zur Kostenreduktion dar.

3.2. Was die Studierenden denken...

Im Folgenden sind die wichtigsten Ergebnisse der Studierendenumfrage in den einzelnen Kategorien Wissen, Verhalten, Initiative und Wandel dargestellt.

3.2.1. Wissen

Mit unserem ersten Fragenblock wollten wir in Erfahrung bringen, inwieweit sich Studierende mit der Textilproduktion und dem bestehenden Kleidungsangebot befassen. Dazu haben wir unter anderem gefragt, ob ihnen die Herstellungsorte ihrer eigenen Kleidungsstücke bekannt sind. Von den Befragten gaben etwa drei Viertel (76%) an, die Herkunft von zumindest mancher ihrer Kleidungsstücke zu kennen. Etwa ein Viertel (24%) hat der Umfrage zufolge keinerlei Wissen bezüglich des Produktionsstandortes. Allerdings gab eine große Mehrheit dieser Gruppe (84%) an, dass sie gerne über entsprechendes Wissen verfügen würde. Nur wenige Studierende zeigten kein Interesse an der Herkunft der eigenen Kleidung. Auffällig dabei ist, dass diese TeilnehmerInnen in erster Linie (80% der Fälle) männlich sind (siehe Abbildung 1 für eine Übersicht der Umfrageergebnisse nach Geschlecht).

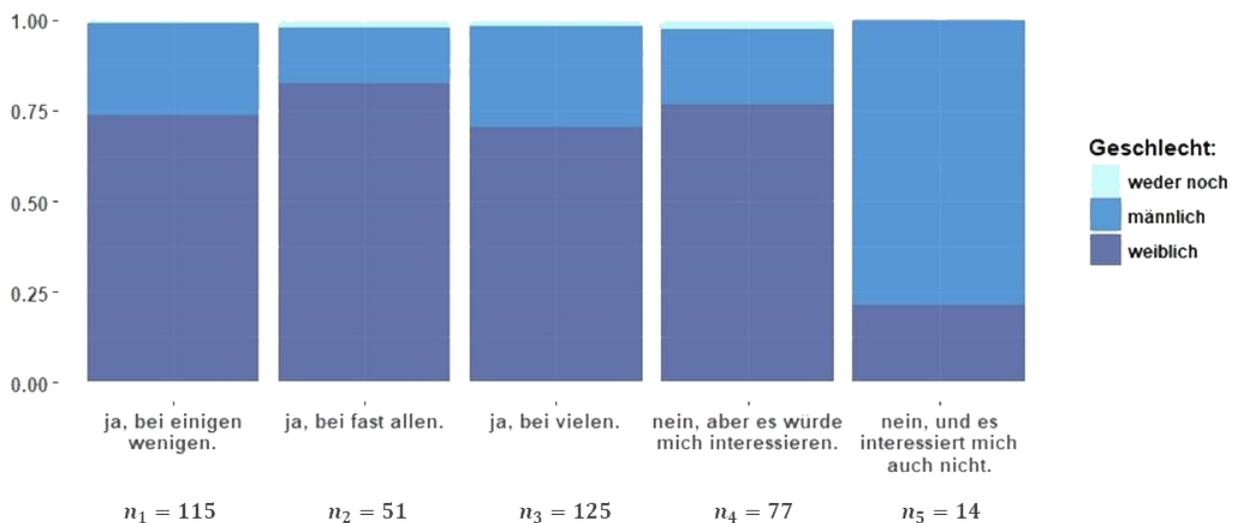


Abb. 1: Wissen über den Produktionsort nach Geschlecht. $N = 382$, n_1 bis n_5 geben die absoluten Häufigkeiten für die fünf möglichen Antworten an. Eigene Abbildung 2019.

Außerdem wollten wir wissen, ob den Studierenden nachhaltig und fair produzierte Kleidungsmarken bekannt sind und wenn ja in welchem Ausmaß. Deutlich wurde, dass viele Studierende nicht wissen,

welche Modelinien nachhaltige Angebote haben. So waren 42% der Befragten nicht in der Lage eine nachhaltige Kleidungsmarke zu nennen.

3.2.2. Verhalten

Im zweiten Fragenblock haben uns die Studierenden Auskunft zu ihrem Kaufverhalten gegeben. Hier wollten wir zunächst erfassen, wann alte Kleidung überhaupt aussortiert wird und haben den TeilnehmerInnen dafür verschiedene Gründe zur Wahl gestellt. Die Ergebnisse zeigten, dass Kleidung in erster Linie aus praktischen Gründen aus dem Kleiderschrank verbannt wird, nämlich dann, wenn sie kaputt ist. Etwas weniger häufig gaben Studierende an, dass ihnen die aussortierte Kleidung nicht mehr passt oder gefällt. Ein wechselnder Trend wurde nur selten, von etwa 3% der Befragten, als Beweggrund für das Aussortieren ihrer Kleidung aufgeführt.

Auch bei der Kaufentscheidung scheinen die Studierenden nur ein geringes Trendbewusstsein an den Tag zu legen. Der persönliche Geschmack steht dafür umso mehr im Vordergrund. Wir haben alle TeilnehmerInnen gefragt, welche Kriterien ihren Textilkonsum am stärksten beeinflussen. Während der Trend hier auf dem letzten Platz landet, spielen Aussehen gefolgt von Preis und Funktion die wichtigste Rolle (siehe Abbildung 2). Umwelt- und Sozialkriterien stehen bei der Kaufentscheidung weniger im Vordergrund und belegen Platz vier und fünf. Die Antworten der Studierenden unterschieden sich zudem signifikant nach der Höhe des Fachsemesters. So waren es insbesondere Langzeitstudierende mit mindestens 11 Fachsemestern, die den Faktor Trend als am wichtigsten eingestuft haben. Sozial- und Umweltkriterien wurden häufiger von Studierenden im 5.-8. Fachsemester als die wichtigsten Faktoren gewählt.



Abb. 2: Entscheidungskriterien beim Kleidungskauf nach Wichtigkeit. Eigene Abbildung 2019.

Schließlich wollten wir herausfinden, wie oft Studierende zertifizierte nachhaltige Kleidung erwerben und inwieweit der Kauf von Second-Hand-Ware verbreitet ist. Die Ergebnisse zeigen, dass die Mehrheit der Studierenden (64%) hauptsächlich nicht-zertifizierte Textilien kauft. Ein Viertel (25%) erwirbt jedoch manchmal zertifizierte Kleidung und etwa ein Zehntel (11%) beschränkt den Konsum hauptsächlich auf zertifizierte Produkte. Der Kauf von Second-Hand-Ware findet bei etwa der Hälfte der Befragten (51%) nie oder selten statt (siehe Abbildung 3). Von der anderen Hälfte erwirbt der Großteil manchmal bis oft gebrauchte Kleidung (44%). Nur 5% der TeilnehmerInnen kaufen ihre Kleidung ausschließlich in Form von Second-Hand-Ware. Der Second-Hand-Konsum erweist sich zudem als unterschiedlich für die Geschlechtergruppen (siehe Abbildung 4). Über die möglichen Antwortkategorien nimmt der Anteil der weiblichen Studierenden mit der Häufigkeit des Second-Hand-Konsums zu. Studierende, die angegeben haben, ausschließlich Second-Hand zu kaufen, sind fast alle weiblichen Geschlechts.

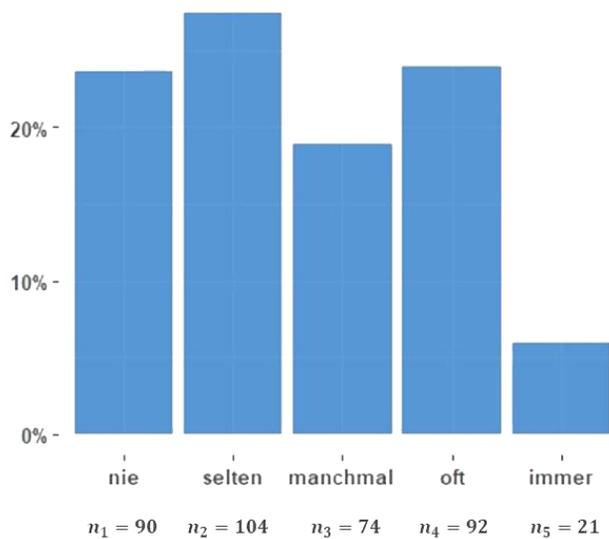


Abb. 3: Kauf von Second-Hand Kleidung. $N = 382$, n_1 bis n_5 geben die absoluten Häufigkeiten für die fünf möglichen Antworten an. Eigene Abbildung 2019.

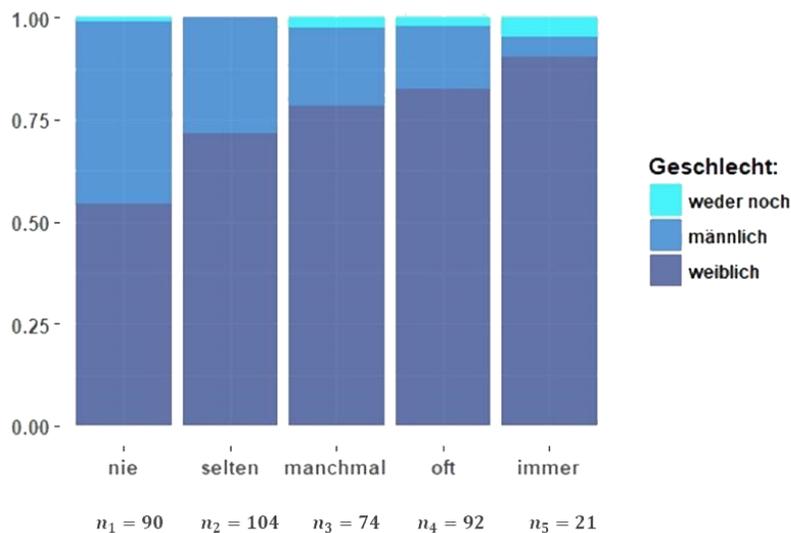


Abb. 4: Kauf von Second-Hand Kleidung nach Geschlecht. $N = 382$, n_1 bis n_5 geben die absoluten Häufigkeiten für die fünf möglichen Antworten an. Eigene Abbildung 2019.

3.2.3. Initiative

Was sind Studierende bereit für einen nachhaltigeren und faireren Textilkonsum zu leisten? Dieser Frage sind wir in unserem dritten Fragenblock nachgegangen. Zu diesem Zweck haben wir gefragt, für wie

wichtig Transparenz in der Lieferkette von Textilien eingeschätzt wird und ob Studierende die Möglichkeit nutzen würden, Informationen über die Produktionsbedingungen beim Einkauf abzurufen, wenn dies ohne großen Aufwand möglich wäre. Die Lieferkettentransparenz empfindet über die Hälfte der Befragten (58%) als wichtig. Ein großer Teil (28%) ist jedoch auch indifferent und stuft sie weder als wichtig noch als unwichtig ein. Schaut man sich im Vergleich dazu an, wie die tatsächliche Lieferkettentransparenz großer Modehäuser von den Studierenden eingeschätzt wird, ergibt sich ein starker Kontrast (siehe Abbildung 5 und 6). Während Transparenz für die Mehrheit der Studierenden ein wichtiges Thema ist, wird sie ebenfalls mehrheitlich als unzureichend bewertet. Einen unkomplizierten Zugang zu Produktionsinformationen befürworten die Studierenden klar. Laut Umfrage würden 89% der TeilnehmerInnen diese Möglichkeit nutzen.

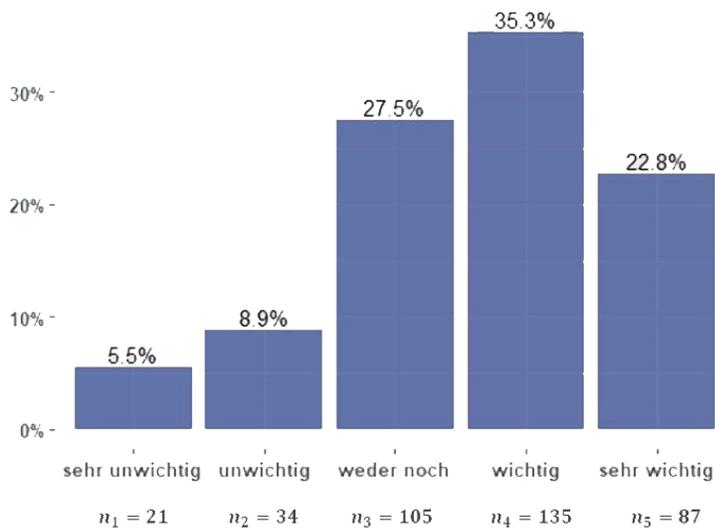


Abb. 5: Wichtigkeit der Lieferkettentransparenz. $N = 382$, n_1 bis n_5 geben die absoluten Häufigkeiten für die fünf möglichen Antworten an. Eigene Abbildung 2019.

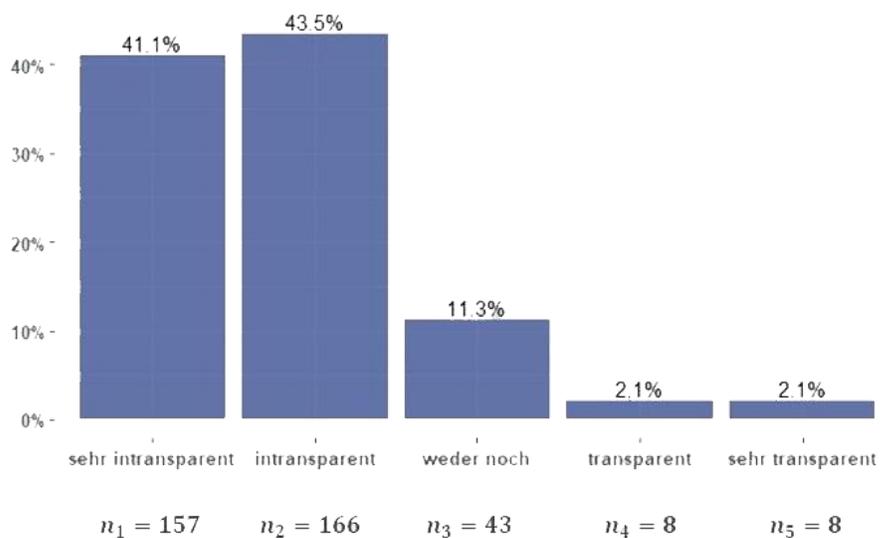


Abb. 6: Einschätzung der Lieferkettentransparenz. $N = 382$, n_1 bis n_5 geben die absoluten Häufigkeiten für die fünf möglichen Antworten an. Eigene Abbildung 2019.

Zudem sollte festgestellt werden, welchen Aufpreis Studierende für ein nachhaltig produziertem T-Shirt bezahlen würden. Hier zeigt sich eine insgesamt hohe Bereitschaft der Befragten. Die TeilnehmerInnen sind im Durchschnitt bereit, 8,18 Euro zusätzlich zum normalen Preis zu zahlen. Der Modus der Verteilung der Antworten liegt bei 5 Euro (32% der Befragten) (siehe Abbildung 7). Auch 10 Euro nannten viele (21% der Befragten) als ihre Zahlungsbereitschaft.

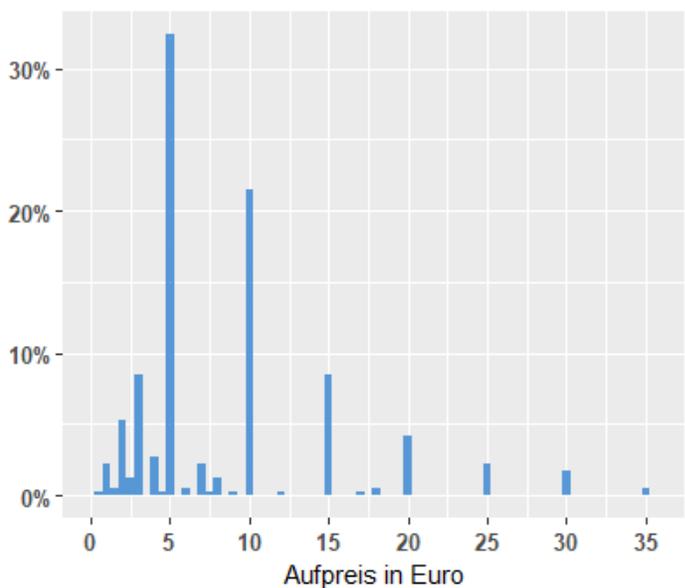


Abb. 7: Zahlungsbereitschaft für nachhaltig und fair produziertes T-Shirt. $N = 382$. Eigene Abbildung 2019.

3.2.4. Wandel

In Fragenblock vier haben wir die Studierenden schließlich gefragt, wie ein Wandel der Textilindustrie hin zu mehr Nachhaltigkeit und Fairness aussehen sollte. Dafür erfassten wir mit verschiedenen Fragen ihre Meinung bezüglich der notwendigen Maßnahmen und der Allokation von Verantwortlichkeiten. Unter anderem wollten wir wissen, wen sie als hauptverantwortlich dafür sehen, faire Löhne und Arbeitsbedingungen in der Textilindustrie zu erwirken. Die Verantwortung sahen die Studierenden hier insbesondere bei der Politik/Gesetzgebung und den Kleidungsmarken (etwa 70%, siehe Abbildung 8). Auch den KonsumentInnen wiesen einige der Befragten die Hauptverantwortung zu. Textilfabriken, Gewerkschaften und NGOs sahen die Studierenden hingegen deutlich seltener in dieser Position.

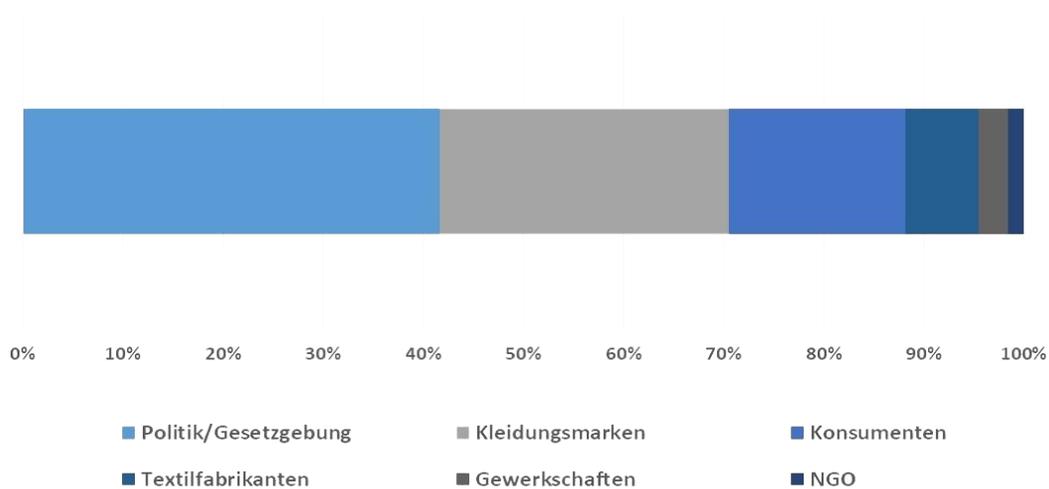


Abb. 8: Die Hauptverantwortung für faire Löhne und Arbeitsbedingungen in der Textilindustrie tragen... Eigene Abbildung 2019.

Geht man davon aus, dass durch die Umsetzung fairer Löhne und Arbeitsbedingungen zusätzliche Kosten in der Produktion von Kleidungsstücken entstehen, stellt sich außerdem die Frage, wer diese Mehrkosten tragen sollte. Hier ist sich über die Hälfte der Studierenden (56%) einig, dass dies die Kleidungsmarken tun sollten (siehe Abbildung 9). Auch die KonsumentInnen sehen viele (22%) in der Pflicht und einige der Befragten (9%) wünschen sich, dass TextilfabrikantInnen die Mehrkosten übernehmen. Die TeilnehmerInnen hatten zudem die Möglichkeit, eine eigene Antwort außerhalb der vorgegebenen

Kategorien zu spezifizieren. Diese Möglichkeit wurde von 13% genutzt (Kategorie „Sonstige“). Viele Studierende machten an dieser Stelle den Vorschlag, dass die Mehrkosten solidarisch über die Wertschöpfungskette verteilt werden.

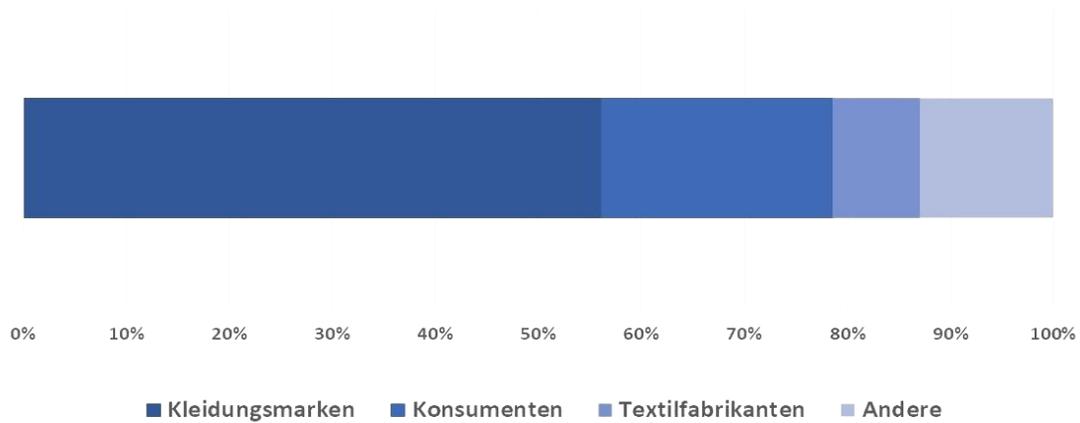


Abb. 9: Die Mehrkosten für faire Löhne und Arbeitsbedingungen sollten getragen werden von... Eigene Abbildung 2019.

4. Zusammenfassung

Basierend auf den Ergebnissen der ExpertInneninterviews lässt sich nicht feststellen, dass in der Textilindustrie in den letzten Jahren umfassende und industrieweite Verbesserungen der Arbeitsbedingungen und der Lohnsituation erzielt werden konnten. Die Studierendenumfrage zeigt allerdings auch, dass das Wissen über schlechte Arbeitsbedingungen und niedrige Löhne bei den meisten KonsumentInnen dieser Gruppe vorhanden ist. Dennoch fällt es den meisten Studierenden schwer, diese Faktoren beim Kleidungskauf konsequent und durchgängig zu berücksichtigen, da andere Faktoren die Kaufentscheidung stärker bedingen. Damit ist auch hier eine Diskrepanz zwischen Wissen um Produktionsbedingungen der Textilien und dem darauffolgenden Handeln zu beobachten.

Folgende Ideen und Anregungen für einen fairen und nachhaltigen Bekleidungskonsum sollen abschließend erwähnt werden:

4.1. Kleidertausch

Kleidertauschaktionen sind eine sinnvolle Maßnahme, um eigene Kleidungsstücke, die nicht mehr gebraucht und getragen werden, an andere weiterzugeben. Im Gegensatz zu Kleiderspenden kann man dort wieder andere Kleidung mitnehmen und so den eigenen Textilkonsum nachhaltiger gestalten, ohne auf abwechslungsreiche Kleidung zu verzichten. Informationen zu anstehenden Kleidertauschpartys findet ihr z.B. auf www.kleidertausch.de. Außerdem ist es möglich, einen eigenen Kleidertausch im Freundeskreis oder mit der Familie zu organisieren.

4.2. Qualitativ hochwertige Kleidung kaufen

In Zeiten von Fast Fashion haben viele angebotene Kleidungsstücke eine schlechte Qualität und gehen dementsprechend schnell kaputt. Um nicht immer wieder neue Kleidung kaufen zu müssen, ist es sinnvoll, auf eine hohe Qualität der Stoffe und eine gute Verarbeitung zu achten. Indikatoren können dabei ein hoher Anteil an Naturfasern (z.B. Baumwolle, Leinen, Seide, Wolle), die Qualität von Nähten und Reißverschlüssen und auch der Geruch des Kleidungsstücks sein.

4.3. Second-Hand kaufen

Um die Nachfrage an Kleidung nicht direkt zu erhöhen, kaufen immer mehr Menschen Second-Hand Kleidung. Der Kauf von Second-Hand Kleidung ist eine preiswerte und nachhaltige Alternative zum Kauf neuer Textilien.

4.4. Auf Siegel achten

Es gibt mittlerweile viele Labels, welche zertifizierte Kleidung verschiedener Siegel anbieten. Aber auch wenn ihr Kleidung in konventionellen Geschäften kauft, könnt ihr dort auf Siegel achten, welche z.B. ökologische Produktion bedingen. So ist es laut Aussage der ExpertInnen hilfreich, ein Produkt mit Siegel zu kaufen, selbst wenn die Marke nicht ausschließlich zertifizierte Kleidung anbietet. Auf Webseiten wie z.B. www.siegelklarheit.de ist es möglich, viele Siegel aus unterschiedlichen Kategorien zu vergleichen und deren wahre Hintergründe nachzuvollziehen. So seid ihr im Geschäft besser informiert und könnt eine fundierte Kaufentscheidung treffen.

Quellenverzeichnis

Bhardwaj, V. and Fairhurst, A. (2010) Fast fashion: response to changes in the fashion industry, The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research, 20:1, 165-173, DOI: 10.1080/09593960903498300

Bündnis für nachhaltige Textilien (2018) Wer wir sind. Online verfügbar unter: <https://www.textilbuendnis.com/wer-wir-sind/das-buendnis/>, zuletzt geprüft am 12.12.2018.

D'Ambrogio (2014) Workers' conditions in the textile and clothing sector: just an Asian affair? Online verfügbar unter: <http://www.europarl.europa.eu/EPRS/140841REV1-Workers-conditions-in-the-textile-and-clothing-sector-just-an-Asian-affair-FINAL.pdf>, zuletzt geprüft am 12.12.2018.

FWF (2015): Solutions Archive — Fair Wear Foundation. Online verfügbar unter <https://www.fairwear.org/living-wage-portal/#!/content/https://www.fairwear.org/living-wage-portal/what-is-a-living-wage-2/>, zuletzt geprüft am 25.11.2018.

International Labour Organization (2018) Textiles, clothing, leather and footwear sector. Online verfügbar unter: <https://www.ilo.org/global/industries-and-sectors/textiles-clothing-leather-footwear/lang--en/index.htm>, zuletzt geprüft am 12.12.2018.

Umweltbundesamt (2014) Textilindustrie. Online verfügbar unter: <https://www.umweltbundesamt.de/themen/wirtschaft-konsum/industriebranchen/textilindustrie#textpart-1>, zuletzt geprüft am: 12.12.2018.

Umweltbundesamt (2017) Marktdaten: Bereich Sonstige Konsumgüter. Online verfügbar unter: <https://www.umweltbundesamt.de/daten/private-haushalte-konsum/konsum-produkte/gruene-produkte-marktzahlen/marktdaten-bereich-sonstige-konsumgueter#textpart-2>, zuletzt geprüft am 12.12.2018.

Weber, Mike; Gauch, Stephan; Amini, Faruch; Kaiser, Tristan; Tiemann, Jens; Schmoll, Carsten et al. (2018): Blockchain. Hg. v. Mike Weber und Jens Fromm. Kompetenzzentrum Öffentliche IT. Berlin (ÖFIT-Trendschau: Öffentliche Informationstechnologie in der digitalisierten Gesellschaft). Online verfügbar unter <https://www.oeffentliche-it.de/-/Blockchain>, zuletzt geprüft am 27.11.2018.

WTO (2018): World Trade Statistical Review 2018. Online verfügbar unter: https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/wts2018_e/wts18_toc_e.htm, zuletzt geprüft am 12.12.2018.

Humboldt-Universität zu Berlin
IRI THESys
Unter den Linden 6
10099 Berlin

Offices: Friedrichstr. 191, 10117 Berlin

Joining minds for sustainable pathways

At IRI THESys, the Integrative Research Institute on Transformations of Human-Environment Systems, scientists from humanities, social and natural sciences collaborate to solve interdisciplinary research questions related to the societal challenges of transforming human-environment systems.