

## Welche Kampagnen haben die Textilindustrie beeinflusst?

### Netzwerke:

#### Clean Clothes Campaign (international)

- <https://cleanclothes.org/about>
- Netzwerk aus 230 Organisationen aus Europa, Südasien, Südost- und Ostasien u.v.m.
- Existiert seit 1989
- Setzt sich u.a. für bessere Arbeitsbedingungen, Frauenrechte, Verbraucherschutz und Armutsbekämpfung ein
- "We educate and mobilise consumers, lobby companies and governments, and offer direct solidarity support to workers as they fight for their rights and demand better working conditions." → gerichtet an Konsumenten, Arbeiter, Lobby-Unternehmen und den Staat
- global campaign for fair fashion: #GoTransparent #WhoMadeMyClothes? → "Knowing where your clothes are made, and who made them, is a vital step in improving working conditions."



#### Kampagne für saubere Kleidung (deutsche Kampagne des Netzwerks CCC)

- <https://saubere-kleidung.de/>
- Existiert seit 1996
- Über 200 Menschenrechtsorganisationen, Frauenrechtsorganisationen, Gewerkschaften, Nichtregierungsorganisationen und Verbraucher\*innenverbänden arbeiten im Rahmen der Kampagne zusammen.
- Z.B.: "Mode um jeden Preis? Menschenrechte in der Textilindustrie" von der Vereinten Evangelischen Mission <https://saubere-kleidung.de/2018/10/menschenrechte-in-der-textilindustrie/>



#### Das Bündnis für nachhaltige Textilien

- <https://www.textilbuendnis.com/portrait-textilbuendnis/>
- Verbesserung der sozialen und ökologischen Bedingungen in der weltweiten Textilproduktion
- Entstehung 2014 als Reaktion auf die in Bangladesch und Pakistan stattfindenden tödlichen Unfälle in Textilfabriken
- Multi-Akteurs-Partnerschaft die sich zusammensetzt aus Mitgliedern der Wirtschaft (Unternehmen und Verbände),



Nichtregierungsorganisationen (NRO), Gewerkschaften, Standardorganisationen und der Bundesregierung

#### Initiative Lieferkettengesetz

→ <https://lieferkettengesetz.de/>

- “Freiwillig kommen Unternehmen ihrer Verantwortung nicht ausreichend nach. Daher fordern wir ein Lieferkettengesetz! Unternehmen, die Schäden an Mensch und Umwelt in ihren Lieferketten verursachen oder in Kauf nehmen, müssen dafür haften. Skrupellose Geschäftspraktiken dürfen sich nicht länger lohnen.”
- Zusammenschluss verschiedener Organisationen, z.B. Brot für die Welt, Greenpeace, Oxfam, CIR etc.



#### Fashion Revolution Deutschland

→ <https://www.fashionrevolution.org/europe/germany/>

- Geburt der Bewegung 24.04.2013 im Zuge der Katastrophe in Rana Plaza – Zusammensturz eines Fabrikgebäudes in Dahak, Bangladesch
- Jedes Jahr Gedenktag – Fashion Revolutionday
- Aufmerksam machen auf bessere Arbeitsbedingungen in der Mode- und Textilindustrie
- Erreichen wollen eines Wandels in Bezug auf fairere, sicherer & ressourcen- wie auch umweltschonendere Textilindustrie
- Aufklärungsarbeit in Form von: Social-Media-Kanälen, unterschiedlichen Kampagnen, Workshops in Universitäten, Videoprovokation (Bsp: 2€ T-Shirt Automat)



#### Sustainable Fashion Matterz (Plattform)

→ <https://www.sustainablefashionmatterz.com>

- Mission: Erschaffung eines Netzwerkes von Menschen, die ihr Wissen nutzen, um die Fashion Industrie in eine nachhaltigere Richtung zu lenken
- Strategie:
  - Erstellen und Teilen von lösungsorientierten Inhalten
  - Nachhaltige Praktiken an die Fashion Industrie lehren
  - Zusammenbringen von Menschen durch offline Events
  - Nachhaltiger Mode ein Gesicht geben, indem Menschen der Kampagnen und Bewegungen gezeigt werden Fashion Industrie in eine nachhaltigere Richtung zu lenken
- Kampagne: #watermatterz: 2700 L Wasser = 1 neues T-Shirt = 870 Second Hand T-Shirts
- richtet sich an den Verbraucher/Konsumenten; sensibilisiert für den Wert von Kleidung und fordert dazu auf Secondhand zu kaufen oder kaputte Klamotten zu reparieren



EU Umweltbüro (European Environmental Bureau)

- <https://eeb.org/>
- Kampagne: “Wardrobe Change”
- Maßnahmen, um den Textilsektor und den ständigen Konsum besser zu kontrollieren
- Den Sektor zwingen nicht-nachhaltige Produktions- und Verbrauchsmuster zu ändern
- Dachverband von mehr als 140 Umweltschutzorganisationen aus mehr als 30 Ländern Europas und damit der größte Umweltverband auf europäischer Ebene



Kampagnen von Non-Government-Organisations:

Greenpeace

- <https://www.greenpeace.de/kampagnen/detox>
- [https://www.greenpeace.de/sites/www.greenpeace.de/files/publications/s02231\\_es\\_gp\\_detox\\_report\\_dt\\_07\\_18\\_fin.pdf](https://www.greenpeace.de/sites/www.greenpeace.de/files/publications/s02231_es_gp_detox_report_dt_07_18_fin.pdf)
- Existiert seit 2011
- “Detox-Verpflichtungen” → verpflichtet globale Modemarken, bis 2020 Schadstoffe durch ungefährliche Substanzen zu ersetzen
- Appelliert auch an Verbraucher\*innen das Konsumverhalten zu verändern
- Verschiedene Modelabels haben ihren Nachhaltigkeitsplan durch den Druck der Kampagne bereits verbessert, z.B. Adidas
- Letztes Update: 07/2018 → Insgesamt liegt mittlerweile ein stärkeres Bewusstsein für ein nachhaltiges Chemikalien-Management vor, die meisten Labels sind nun aufmerksamer auf angemessene Gesundheits- und Sicherheitsstandards geworden, in der Produktion werden nun zunehmend weniger Chemikalien verwendet

GREENPEACE

Peta

- Kampagne: “Lieber nackt als im Pelz”
- <https://www.peta.de/lieber-nackt-als-pelz-kampagne-endet>
- endet im Februar 2020 nach 30 Jahren



Erfolge: Schließung der letzten Pelz Farm im Deutschland, führende Luxusmarken verbannen Pelz aus ihren Kollektionen, Verkauf und Import von Pelz wurde in zahlreichen Ländern und Städten verboten, viele Prominente ließen im Rahmen der

- Kampagne ihre Hüllen fallen
- Logo: "Peta-Approved Vegan"  
(<https://www.peta.de/petaapprovedvegan>)
- kostenfreies Logo, um den Bekanntheitsgrad und die Verbreitung von veganer Mode zu fördern
- bereits viele europäische und internationale Unternehmen benutzen das Logo



Brot für Alle

➔ <https://brotfueralle.ch>

- Entwicklungspolitik Schwerpunkte: Land Grabbing, Wirtschaft und Menschenrechte
- Brot für alle engagiert sich im Norden wie im Süden für einen Wandel hin zu neuen Modellen der Nahrungsmittelproduktion und der Wirtschaft. Diese setzen auf Kooperation zwischen den Menschen und fördern den Respekt gegenüber den natürlichen Ressourcen.
- Besteht seit 2017
- Brot für Alle setzt sich wie auch andere Organisationen mit ihren Kampagnen für die Armutsbekämpfung und verbesserte Arbeitsbedingungen ein
- Kampagne "Fair Wear Foundation"
- ➔ "Als Gründungsmitglied der Fair Wear Foundation engagiert sich Brot für alle für die Rechte der Angestellten in der Textilindustrie. Häufig sind die vorherrschenden Anstellungsbedingungen auch nach den Gesetzen der jeweiligen Länder nicht legal. Doch wenn die Angestellten ihre Rechte nicht kennen, können sie sich auch nicht dafür einsetzen. Deshalb führt die Fair Wear Foundation mit Unterstützung von Brot für alle Schulungen zu Arbeitsrechten oder der Beurteilung der Gebäudesicherheit in den Fabriken für das Management und die Angestellten durch."  
(<https://brotfueralle.ch/projektblatt/den-arbeiterinnen-und-arbeitern-in-der-textilindustrie-eine-stimme-geben/>)



**BROT FÜR ALLE**

## Vereine:

### Christliche Initiative Romero e.V.

- unabhängiger Verein
- Gründer der deutschen Kampagne für Saubere Kleidung
- leisten Kampagnen- und Bildungsarbeit und klären somit über die Arbeitsverhältnisse von Fast Fashion Discountern auf (H&M, Adidas, Zara, Nike etc.)
- Arbeiten mit Partner\*innen in Mittelamerika zusammen
- Aufklärung des Verbrauchers, Kritik an politischen Entscheidungen und Durchsetzen von staatlichen Paketen



### Medico International e.V.

- Kampagne: Tödliche Textilfabriken: “Die NäherInnen in den asiatischen Textilfabriken brauchen eine menschwürdige Arbeit. Die durch Nachlässigkeit und Profitstreben verursachten Katastrophen der letzten Jahre haben in grausamer Weise gezeigt, dass es lebensgefährlich ist, sich auf freiwillige Selbstverpflichtungen von Wirtschaftsunternehmen zu verlassen”  
(<https://www.medico.de/kampagnen/textil/>)
- Aktuelle Kampagne: Profite an die Kette – Lieferkettengesetz jetzt!  
➔ “Die Produkte in unseren Läden werden wie gehabt unter Sklavenlöhnen, mit umweltzerstörenden Abwässern und rücksichtslosem Einsatz von Chemikalien, mit ungebremstem CO2-Ausstoß und auch mit Kinderarbeit produziert. Dagegen helfen keine freiwilligen Selbstverpflichtungen von Unternehmen, sondern nur politisch garantierte Rechte - und zwar weltweit.”  
(<https://www.medico.de/kampagnen/menschenrechte-vor-profite/>)
- partnerschaftliche Kooperation mit Akteurinnen und Akteuren in Afrika, Asien und Lateinamerika



medico international

### future fashion forward

- ➔ <https://future.fashion>
- Tochterverein von Fashion Revolution Deutschland
- Etablierung einer Informationsplattform zur Aufklärung über und Beitragsleistung gegen Missstände in der Bekleidungsindustrie – für positiven Wandel in Produktionsländern, als auch bei uns  
➔ Durch: Verbreitung nachhaltiger Lösungskonzepte (ecofaire Modelabels), innovativer Projektideen, alternativen Wirtschaftsmodellen, Hintergrundinformationen, Fachwissen
- Erhoffen einer Bewusstseinsveränderung im Bezug auf Konsummengen, Produktionsbedingungen, Materialzusammensetzungen etc. Seitens der Unternehmer und Verbraucher



## Internationale Regierungsorganisationen:

### Conscious fashion campaign

→ <https://consciousfashioncampaign.com>

- in Kollaboration mit United Nations Office for partnerships
- fordert die Global Player der Modeindustrie dazu auf, die Sustainable Development Goals in ihre Business-Modelle aufzunehmen und anzustreben
- bridging the gap between the United Nations and global major fashion events
- enable the Sustainable Development Goals to scale
- create multi-stakeholder partnerships with concrete strategies for action
- To implement responsible business practices that are mindful of social, economic and environmental impact
- richtet sich an alle in der Modeindustrie teilhabende Nationen



### Siegel:

#### Der Grüne Knopf

→ <https://www.gruener-knopf.de/>

- Erstes staatliches Textilsiegel für faire und nachhaltige Kleidung
- Neben Kleidungsstücken können auch Teppiche, Gardinen und Taschen das Siegel tragen. Voraussetzung ist, dass jedes Produkt 26 soziale und ökologische Mindeststandards einhält und nachweist. Für einen solchen Nachweis reicht unter Umständen aber schon die Zertifizierung eines bereits etablierten Labels wie dem "GOTS".
- Um den Grünen Knopf zu erhalten, müssen Unternehmen 46 anspruchsvolle Sozial- und Umweltkriterien einhalten
- Dient dazu, den Verbraucher zu informieren
- Kritik: Die schlechten Produktionsbedingungen werden durch diese Kampagne nicht unbedingt verbessert, da die Mindeststandards durch die Bundesregierung nicht streng genug bei jedem Unternehmen nachverfolgt werden

