

Einführung in die globale Bekleidungsindustrie: Hintergrundinformationen für die Lehrkraft

Globale Bedeutung der Textil-/Bekleidungsindustrie

- Rund 2,6% der weltweiten Exportgüter sind Textilien/Bekleidung (gemessen am Exportwert). Damit gehört die Textil-/Bekleidungsindustrie zu den 20 wichtigsten Exportindustrien weltweit.¹ Für Länder des globalen Südens ist die Textil-/Bekleidungsindustrie nebst der Landwirtschaft eine der wichtigsten Exportindustrien.
- Die Bekleidungsindustrie ist eine sehr arbeitsintensive Industrie, weltweit sind rund 30 Mio. Arbeitende direkt beschäftigt und Millionen von Angehörigen vom Verdienst aus der Bekleidungsindustrie abhängig. Zählt man noch die Textilindustrie (also z.B. Bettwäsche, Vorhänge usw.) und die Schuhindustrie dazu, sind weltweit rund 60 – 75 Mio. Arbeitende in diesem Sektor beschäftigt.

Prekäre Arbeitsbedingungen: Markenfirmen übernehmen keine Verantwortung

- Die handwerkliche Arbeit wird von überwiegend jungen, weiblichen Arbeiterinnen geleistet. Ihre Löhne betragen meist nur ein Bruchteil eines Existenzlohns², der ihnen und ihrer Familie ein einfaches Auskommen sichern würde. Die Arbeitsverhältnisse sind überwiegend informell und prekär, die Arbeitsbedingungen³ oft gefährlich und menschenunwürdig.
- Obwohl die Markenfirmen die Produktion und Produktionsweise bestimmen und damit de facto die Arbeitgeberrolle in den Lieferketten einnehmen, verweigern sie ihre Verantwortung für die Beschäftigten und vermeiden systematisch jegliche formale Beziehung zu diesen. Kaum ein grosses Markenunternehmen betreibt eigene Fabriken: Unzählige Textilfabriken,

Sweatshops und informelle Produktionsstätten wirken wie eine Barriere zwischen Beschäftigten und Markenfirmen. Diese erschwert, dass Arbeitskräfte und Gewerkschaften ihre Rechte bei den de facto Arbeitgebern einfordern und erleichtern es den Markenfirmen, jegliche Verantwortung für Missstände in der Produktion von sich zu weisen.

Historische Verlagerung der Produktion

- Gegen Ende des 18. Jahrhunderts waren Zehntausende in der Textilindustrie tätig, vorab in Heimarbeit.⁴ Im Jahr 2020 (Stand Oktober) waren es noch 1,41% der Industriebeschäftigten in der Schweiz, die in der Textil- und Bekleidungsindustrie arbeiteten.
- Seit den 1960er-Jahren gab es mehrere grosse Verlagerungsschübe. Die Bekleidungsindustrie ist oft eine der ersten Industrien, um die industrielle Entwicklung eines Landes voranzutreiben und macht in gewissen Ländern einen enorm hohen Anteil am Gesamtexport aus (z.B. in Bangladesch rund 83%).
- Die Region Asien spielt also eine Schlüsselrolle in der Bekleidungsindustrie, insbesondere wenn es um die Massenware geht, die im tiefen bis mittleren Preissegment angeboten wird.
- Für den Schweizer Bekleidungsmarkt sind Asien und Europa die wichtigsten Produktionsstandorte. Im Jahr 2019 hat die Schweiz gemäss dem Textilverband Schweiz insgesamt 48,5% der Bekleidung aus Asien, 47,1% aus Europa (davon 38,7% aus der EU), 3,5% aus Afrika und 0,95% aus Nord- und Südamerika importiert. Die wichtigsten Exportländer von Bekleidung weltweit waren 2019 China (30,8% des Weltmarktanteils), die EU-28 (27,6%), Bangladesch (6,8%), Vietnam (6%), Indien (3,5%), die Türkei (3,2%), das Vereinigte Königreich (1,8%), Indonesien (1,7%) und Kambodscha (1,7%).⁵

¹ Comtrade (2020)

² publiceye.ch/mode > Existenzsichernde Löhne

³ publiceye.ch/mode > Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz

⁴ Historisches Lexikon der Schweiz

⁵ Statista.com, 17.11.2020; Diese Statistik muss allerdings mit Vorsicht genossen werden: Hinter Import-/Exportdaten verbirgt sich oft nicht der eigentliche Herstellungsort, sondern z.B. der Sitz eines Zwischenhändlers. Es ist also anzunehmen, dass

- Der Bekleidungsumsatz in der Schweiz betrug 2020 ca. 8,76 Mrd. Schweizer Franken (Umwandlungssatz vom 18.12.2020), der weltweite Umsatz lag im gleichen Zeitraum bei 1,39 Billionen Schweizer Franken.⁶ Das bedeutet, dass der Pro-Kopf-Konsum von Bekleidung in der Schweiz 2020 mit 1013 Schweizer Franken mehr als 5 Mal so gross war wie der globale Durchschnitt (188 Schweizer Franken).⁷

Seit der der Finanzkrise 2008 ist zunehmend auch eine Rückverlagerung eines Teils der Produktion nach Europa zu beobachten. Dies hat einerseits mit dem gestiegenen Lohnniveau in einigen asiatischen Ländern wie z.B. China zu tun, andererseits mit einem generell schnelleren Produktionszyklus und höheren Transportkosten.

Dadurch wird gerade Osteuropa mit seinen extrem tiefen Arbeitslohnkosten, seiner Nähe zu den westeuropäischen Märkten und seiner Kapazität für schnelle Produktion und Lieferung zunehmend attraktiver als Standort für Modefirmen. Zudem denken nach den schrecklichen menschlichen Tragödien wie dem Einsturz des Fabrikgebäudes Rana Plaza in Bangladesch von 2013 viele Unternehmen öffentlich über eine Verlagerung nach Europa nach. Sie suggerieren, dass die Arbeitsbedingungen in Europa sicher und fair seien und dass die Kleider daher unter menschenwürdigen Umständen produziert würden. Ein umfassender Bericht der Clean Clothes Campaign (CCC)⁸ zeigt jedoch ein ganz anderes Bild. Neben zahlreichen Verletzungen der Arbeits- und Menschenrechte ist der extrem tiefe, weit unter dem Existenzminimum liegende Lohn eines der akutesten Probleme in europäischen Fabriken.

TRANSPARENZ

Bis jetzt gibt es in der Schweiz keine generelle Deklarationspflicht für den Herstellungsort der Kleider. Gemäss der am 1.1.2017 in Kraft tretenden Swissness-Vorlage darf die Bezeichnung «schweizerisch» verwendet werden, wenn mindestens 60% der Herstellungskosten in der Schweiz anfallen. «Made in Switzerland» garantiert somit nicht, dass der gesamte Herstellungsprozess in der Schweiz stattgefunden hat. Zudem sind in diesen 60% sämtliche

Fabrikationskosten (d.h. die Kosten für Rohmaterialien, Halbfabrikate, Zubehörteile, produktbezogene Löhne und die Fabrikationsgemeinkosten) sowie die Kosten für Forschung und Entwicklung, Qualitätssicherung und Zertifizierung enthalten. Länder im globalen Süden haben teilweise strengere Regeln bezüglich des Anteils der Wertschöpfung, der im entsprechenden Land getätigt werden muss.

Insgesamt lässt sich sagen, dass die Bekleidungsindustrie eine grosse Blackbox ist und man heute in den allermeisten Fällen nicht weiss, wo und unter welchen Bedingungen die Kleider hergestellt wurden.

KonsumentInnen können und sollen mehr Transparenz einfordern, denn erst wenn die Fakten bekannt sind, kann eine bewusste Kaufentscheidung getroffen werden.

Der **Transparency Pledge (Transparenzversprechen)** hat wesentlich dazu beigetragen, dass sich Bekleidungs- und Schuhunternehmen um mehr Transparenz in ihrer Lieferkette bemühen. Der Transparency Pledge wurde 2016 von einer internationalen Koalition von neun Arbeits- und Menschenrechtsorganisationen lanciert.

Jedes Unternehmen, das an dieser Transparenzzusage teilnimmt, verpflichtet sich, innerhalb von drei Monaten nach der Zusage mindestens die folgenden Schritte zu unternehmen:

Produktionsstandorte veröffentlichen: Das Unternehmen wird auf seiner Webseite regelmäßig (z.B. zweimal im Jahr) eine Liste mit allen Standorten veröffentlichen, die seine Produkte herstellen. Die Liste sollte die folgenden Informationen in englischer Sprache enthalten:

- Den vollständigen Namen aller Produktionsfabriken und Verarbeitungsbetriebe (zu den Verarbeitungsbetrieben gehören Druckereien, Stickerereien, Wäschereien usw.)
- Die Adressen der Standorte
- Die Muttergesellschaft des Unternehmens am Standort
- Art der hergestellten Produkte (Bekleidung, Schuhe, Heimtextilien, Accessoires)
- Anzahl der Mitarbeitenden an jedem Standort

gerade bei Massenware wie T-Shirts, Unterwäsche oder einfachen Hosen, ein sehr viel höherer Anteil aus Gebieten ausserhalb Europas (Asien, Lateinamerika, Nordafrika) stammt.

⁶ Statista.com, 17.11.2020

⁷ Statista.com, 17.11.2020

⁸ publiceye.ch/mode > Existenzsichernde Löhne > Made in Europe

Bis 2020 haben sich bereits 76 globale Bekleidungsunternehmen der Verpflichtung angeschlossen, stehen kurz davor oder haben sich verpflichtet, sich dem Versprechen anzuschliessen.⁹

PREISE DRÜCKEN IM STANDORTWETTBEWERB

Diese Struktur der organisierten Verantwortungslosigkeit erleichtert vor allem den Markenfirmen, nicht nur einzelne Produktionsstätten, sondern auch regionale Standorte und Länder in Wettbewerb zu setzen und gegeneinander auszuspielen. Von den Lieferanten wird hohe Produktivität, Qualität, Verlässlichkeit, Schnelligkeit, Flexibilität und Termingenauigkeit erwartet – aber bitte zu Tiefstpreisen. Als grösster Standortvorteil erweisen sich dann aufgrund des Kostendrucks oft billige Arbeitskräfte. Produktionsverlagerungen sind häufig, und neue Produktionskapazitäten entstehen überwiegend dort, wo Löhne am niedrigsten sind.

Um die eigene Textilindustrie zu fördern, setzen die Regierungen textlexportierender Länder wie Indien, Kambodscha, Bangladesch, Bulgarien oder Mazedonien die gesetzlichen Mindestlöhne weit unter dem Existenzminimum an. Um keine Investoren zu verlieren bzw. um das Interesse neuer zu wecken, setzen viele Regierungen zudem Arbeitsrechtlerinnen und Menschenrechtsaktivisten unter Druck, subventionieren Investitionen oder schaffen Export-Sonderzonen mit eingeschränkten Arbeitsrechten¹⁰ und geringeren Auflagen, Zoll- und Steuersätzen.

MILLIARDENGEWINNE DURCH HOHE MARGEN UND FAST FASHION

Die Gewinne der Modeindustrie landen überwiegend am oberen Ende der Wertschöpfungskette: bei den Markenfirmen. Hier fallen in der Regel die grössten Margen an, Textilgiganten wie H&M und Inditex (Zara) erzielen daraus Umsatzrenditen im zweistelligen Bereich und haben ihre Eigentümer auf die Liste der reichsten Menschen der Welt gebracht.

Um in einem eigentlich gesättigten Markt weiter wachsen zu können, haben die Markenfirmen mit «Fast Fashion» ein Marketing- und Geschäftsmodell etabliert um Menschen, die schon alles haben, zu weiteren Käufen zu motivieren. Neue Kollektionen am laufenden Band, extrem beschleunigte

Lieferfristen, permanente Sonderangebote und Niedrigpreise, quasi-Wegwerfmodeartikel und kostspielige Marketingkampagnen sind Ausprägungen von Fast Fashion.

LIEBER EIN SCHLECHT BEZAHLTER JOB ALS GAR KEIN JOB?

Die Auslagerung der Produktion in Tiefstlohnländer wird mit der Schaffung von Arbeitsplätzen gerechtfertigt. Doch die tiefen Löhne bringen weder den Beschäftigten noch der lokalen Wirtschaft den erhofften Fortschritt. Im Gegenteil: Armut wird zementiert und die Arbeiterinnen und Arbeiter sind gefangen in einem Teufelskreis aus tiefen Löhnen, Überstunden, Schulden und Abhängigkeiten, die es ihnen erschweren, sich für ihre Rechte einzusetzen. Erst wenn Markenfirmen Existenzlöhne bezahlen, ist «faire Mode» möglich.

Informationen zu den Aktivitäten von Public Eye im Bereich Modeindustrie finden Sie auf der Webseite: publiceye.ch/mode

⁹ Weitere Informationen: transparencypledge.org

¹⁰ Weitere Informationen: publiceye.ch/mode > Arbeitsrechte