

# Die Bankrotterklärung des Mode-Kapitalismus

Für die Bekleidungsindustrie wird es nach der Pandemie keine Rückkehr zum «Courant normal» geben. Rücksichtslosigkeit und Gewinnstreben bis auf den Höhepunkt der Pandemie haben die Lieferketten bersten lassen und Vertrauen, Existenzgrundlagen und Leben zerstört. Gerechtigkeit und Nachhaltigkeit sind die Fäden, aus denen die Mode der Zukunft gewoben werden muss.

DAVID HACHFELD

32

Alles wieder normal? Am 11. Mai war es so weit: Ob an der Via Nassa in Lugano, der Genfer Rue du Rhône, an der Zürcher Bahnhofstrasse oder an einem der anderen Shopping-Hotspots der Schweiz: Überall öffneten die Läden wieder ihre Tore. Doch der ganz grosse Ansturm blieb vorerst aus. Mit Rabatten und Werbung versuchen die Modehäuser nun, die Kauflaune wieder auf Vor-Lockdown-Niveau zu treiben. Die Krisenstimmung soll möglichst schnell wieder dem Konsumhype weichen.

Doch der Lockdown hat nicht nur temporär die Einkaufslaune getrübt: Die Pandemie erschüttert die globalen Lieferketten der Modeindustrie so heftig, dass die fragilen Glieder der Kette auseinanderfallen. Während das ganze Ausmass der Krise noch nicht absehbar ist, findet der Kampf um die Reorganisation der Industrie bereits statt, und die Machtverhältnisse sortieren sich neu. Klar ist bisher einzig: Ein einfaches Zurück zur «Vorkrisenzeit» wird es nicht geben. Denn die Pandemie verschärft die bereits seit Längerem bestehende Dauerkrise in der Branche derart, dass es zwangsläufig zu Verschiebungen kommen wird.

## Pandemie trifft Modeindustrie

Als Erstes zeigten sich die Auswirkungen der Pandemie am Anfang der Wertschöpfungsketten: bei den Rohstoffen. Die Provinz Hubei mit ihrer Hauptstadt Wuhan mag vielen bis vor Kurzem noch unbekannt gewesen sein, doch in der Textilindustrie hat sie in den letzten Jahren an Bedeutung gewonnen. Mit ihrer strategischen Lage im Zentrum des Landes und am Yangtse Fluss ist Hubei für die Textilindustrie zugleich logistischer Knotenpunkt und wichtiger Produktionsstandort für die Herstellung von Garnen

und Stoffen, für Färbereien und andere Betriebe der Textilveredelung.

Der Lockdown in der Provinz und die Schliessungen in anderen Landesteilen trafen die Textilexporte überproportional stark. Im ersten Quartal 2020 ging der chinesische Export von Garnen und Stoffen um 14,6 Prozent, jener von Bekleidung und Schuhen gar über 20 Prozent zurück. Mit den ausbleibenden Rohstofflieferungen aus China dehnte sich die Krise bereits im Februar auf Länder wie Kambodscha, Vietnam und Myanmar aus, in die sich im letzten Jahrzehnt ein Teil der Kleidungsproduktion verlagert hat, weil das Lohnniveau in China anstieg. Ende Februar flehte Kambodschas Premierminister Hun Sen den chinesischen Botschafter im Land öffentlich an, mit Flugzeugen und Schiffen Rohstoffe an die Fabriken zu liefern. Andernfalls würden Massenentlassungen drohen.

## Lockdown statt «Lädele»

Zu Beginn des Jahres klagten Modehäuser noch über die Produktionsausfälle in China und versuchten, Aufträge kurzfristig in andere Länder umzuleiten. So hoffte zum Beispiel die türkische Bekleidungsindustrie Anfang Februar noch auf zusätzliche Aufträge im Wert von zwei Milliarden US-Dollar. Doch spätestens ab März wurde deutlich, dass die Pandemie die Textilindustrie nicht nur auf der Rohstoffseite, sondern mit noch grösserer Wucht auch auf der Absatzseite trifft. Weltweite Ausgangsbeschränkungen und Ladenschliessungen liessen den Absatz von Bekleidung einbrechen. Die Unternehmensberatung McKinsey schätzt, dass der Umsatz der Modeindustrie 2020 um 27 bis 30 Prozent schrumpfen dürfte – und dass eine grosse Anzahl von Firmen binnen 12 bis

18 Monaten Bankrott gehen wird. In der Schweiz hat die Fast-Fashion-Kette Tally Weijl die Schliessung von 200 Läden und den Abbau eines Drittels der Belegschaft angekündigt. Der deutsche Onlinehändler Zalando verzeichnete im ersten Quartal des Jahres zwar ein kleines Umsatzwachstum, aber zugleich aufgrund höherer Kosten auch fast 100 Millionen Euro Verlust. Auch das Internetgeschäft, so scheint es, wird die Verluste im stationären Handel zumindest kurzfristig nicht kompensieren können.

Jetzt zeigt sich, wie sich die Modeindustrie in den letzten Jahrzehnten zunehmend selbst kannibalisiert hat. Um in einem eigentlich vollkommen gesättigten Markt weiter zu wachsen, haben die meisten Firmen unter der Prämisse «speed up or die» auf schnellere Modemodellen, Niedrigpreise und heftige Rabattschlachten gesetzt. Jetzt, wo die Nachfrage zusammenbricht und viele Menschen realisieren, dass sie den Modekonsumrausch auch gar nicht vermissen, offenbart sich, auf welch wackeligen Beinen die Branche gebaut hat.

## Egoismus lässt die Lieferkette bersten

Auch wenn die Pandemie die Modeindustrie zunächst an beiden Enden der Lieferkette getroffen hat: Die wohl tiefsten Risse offenbaren sich in der Produktion – in den Beziehungen der Unternehmen untereinander und im Verhältnis der Arbeitgeber zu ihren Arbeiterinnen und Arbeitern. Hier werden die Schattenseiten der zergliederten Lieferketten am deutlichsten: Nur die wenigsten Modehäuser besitzen noch eigene Fabriken, das Gros schreibt Produktionsaufträge weltweit aus, im Streben nach immer günstigeren

Produktionskosten werden Zulieferer in einen gnadenlosen Konkurrenzkampf gesetzt. Angesichts immer niedrigerer Preise und kürzerer Lieferfristen werden viele Arbeitsschritte wiederum an Subunternehmen und zu Heimarbeiterinnen und Heimarbeitern ausgelagert. Dass dieses System ein «race to the bottom» bei den Arbeitsbedingungen auslöst, Armutslöhne, Ausbeutung und teils auch Formen der Kinder- und Zwangsarbeit befördert, ist hinlänglich dokumentiert.

Doch nicht nur für die Arbeiterinnen und Arbeiter, auch für die Geschäftsbeziehungen ist dieses System schädlich. Wenn, wie jetzt in der Pandemie, eine Störung auftritt, fehlen Vertrauen, Solidarität und die Wertschätzung aus langfristigen Geschäftsbeziehungen, sodass viele Firmen nicht nach gemeinsamen und für alle Seiten tragfähigen Lösungen suchen, sondern vor allem oder gar ausschliesslich auf die Abwendung von Schaden für das eigene Unternehmen fokussieren. Wie rücksichtslos viele Firmen dabei agieren, zeigt sich eindrücklich bei der Massenstornierung von Bestellungen.

Es gibt Firmen, die öffentlich oder gegenüber Public Eye erklären, auch in der Krise Verträge zu achten und mit Lieferanten nach Lösungen zu suchen, z.B. Verschiebungen von Lieferfristen und die Vorfinanzierung von Waren. Doch in den Produktionsländern zeigt sich ein anderes Bild: Der Textilexportverband von Bangladesch berichtete, dass Markenfirmen bei seinen Mitgliedsunternehmen bis Ende April Bestellungen über fast eine Milliarde Kleidungsstücke im Wert von 3,18 Milliarden Dollar storniert oder suspendiert hatten. Verbandschefin Rubana Huq appellierte an Markenfirmen, wenigstens für jene Bestellungen zu bezahlen, die bereits in Produktion oder versandbereit seien. Was eigentlich selbstverständlich sein müsste, ist vielen Firmen offenbar bereits zu viel: Gemäss einer Umfrage des Zentrums für globale Arbeitsrechte an der Penn State Universität unter Textilfabriken in Bangladesch weigerten sich Ende März fast drei Viertel der bestellenden Unternehmen bei Stornierungen sogar, für bereits eingekaufte Stoffe zu zahlen. Die Konsequenz: 58 Prozent der befragten Fabriken mussten bereits im März komplett oder teilweise schliessen und Arbeiterinnen und Arbeiter freistellen.

Kaum ein Unternehmen nennt die Namen der Firmen öffentlich, die Bestellungen storniert oder nicht voll ge-

zahlt haben. Auch die Verbände halten sich bedeckt. Zu gross ist die Abhängigkeit von den Abnehmern. Eine Zahl lässt immerhin die Grössenordnung der weltweiten Stornierungen erahnen: Der in Zürich ansässige Internationale Verband der Textilhersteller ITMF berichtet auf Grundlage einer in der zweiten Aprilhälfte durchgeführten Befragung von durchschnittlichen Bestelleinbrüchen von 41 Prozent, die Fabrikanten rechnen für 2020 inzwischen mit Umsatzeinbussen von 33 Prozent gegenüber 2019. Ans Ende seiner Pressemitteilung hat der Verband einen fast schon verzweifelten Appell gesetzt: «Die grösste Erleichterung wäre, wenn Einzelhändler und Markenfirmen mit ihren Lieferanten über die Anpassung an die Krise reden würden, anstatt Bestellungen einseitig zu stornieren.» In Krisenzeiten zeigt sich, wer die Macht hat. Und in der Modeindustrie schrecken viele nicht davor zurück, diese scham- und rücksichtslos zu missbrauchen.

#### Absturz ohne Sicherheitsnetz

Stehen die Fabrikanten vor der Insolvenz, droht den Näherinnen der Verlust ihrer Existenz. Im Machtspiel der Firmen geraten die Arbeiterinnen – Frauen stellen die grosse Mehrheit unter den einfachen An-

gestellten in der Textilindustrie – als Erste unter die Räder. Wenn die Produktion zurückgeht oder ganz stillsteht und den Fabriken die Liquidität ausgeht, werden Lohnzahlungen verzögert oder eingestellt und Beschäftigte freigestellt. Mangels sozialer Sicherungssysteme stehen Millionen Arbeiterinnen vor dem Nichts.

In Kambodscha waren im April bereits rund 200 000 Arbeiterinnen und Arbeiter von Fabrikschliessungen betroffen. Statt den ohnehin mageren Mindestlöhnen von um die 200 Dollar erhalten sie nun nur noch 70 Dollar Entschädigung im Monat. Einen zunächst angestrebten höheren Lohnersatz von 60 Prozent des Mindestlohns konnte die Regierung nicht gegen die Textilfabrikanten durchsetzen. Die massiven Lohneinbussen stürzen die Arbeiterinnen und Arbeiter in existenzielle Not: Viele versuchen trotz Reisebeschränkungen aus den Städten in die Dörfer zu ihren Familien zurückzukehren, in der Hoffnung, dass die Subsistenzlandwirtschaft ihre Not lindert. Doch das Einkommen aus den Fabriken ist für viele Familien die Haupteinkommensquelle, und manche treibt nun die Angst, sogar noch das Familiengrundstück zu verlieren: Mehr als zweieinhalb Millionen Haushalte haben Mikrokredite aufgenommen, um



Eine Frau auf Lebensmittel-Einkaufstour in Genf während des Lockdowns.

© Mark Henley/Panos



Eine indische Binnenmigrantin mit ihrem Kleinkind während des Lockdowns an einem Busbahnhof in Delhi.

© Manish Kapur/Getty Images

34

ein kleines Geschäft aufbauen zu können oder eine grössere Anschaffung wie etwa ein Motorrad zu finanzieren. Als Sicherheit dient meist das eigene Land. Bleiben die Löhne aus, droht der Verlust von Haus und Feld. 135 Organisationen verlangen von der Regierung, sämtliche Forderungen für mindestens drei Monate zu sistieren und die als Sicherheit gehaltenen Landtitel an die Kreditnehmer zurückzugeben. Der Ausgang ist offen.

Überschuldung, Hunger und Not sind die Folgen für Arbeiterinnen und Arbeiter in vielen Ländern – und diese Lage macht sie erpressbar. Zwischen Textilfabriken rund um den Globus tobt ein ruinöser Wettbewerb um die verbleibenden Aufträge. Die Unternehmer wissen, dass ihnen das Aus droht, wenn sie nicht schnell Aufträge an Land ziehen. Obwohl die Pandemie voll im Gange ist, öffnen einige Fabriken deshalb wieder ihre Tore. Die schiefe Not treibt Arbeiterinnen und Arbeiter zurück in die Fabriken – im Wissen, dass fehlende Abstände und Schutzausrüstungen das Ansteckungsrisiko erhöhen. Bevor der Fabrikkomplex von Rana Plaza 2013 einstürzte, hatten Arbeiterinnen vor den Rissen in den Wänden gewarnt. Doch der drohende Jobverlust zwang sie, das Ge-

bäude zu betreten. Sieben Jahre nach der Katastrophe stehen Näherinnen heute wieder vor der unmöglichen Wahl zwischen dem Erhalt ihrer wirtschaftlichen Existenzgrundlage und dem Schutz ihrer Gesundheit und ihres Lebens.

Gerade jetzt wären Gewerkschaften wichtig, um Massnahmen zum Schutz der Gesundheit durchzusetzen und die fatalsten Auswirkungen des Konkurrenzkampfs um die verbliebene Arbeit zu verhindern. Doch von einigen Arbeitgebern und Regierungen wird die Pandemie noch missbraucht, um Arbeitsrechte einzuschränken. In Myanmar berichten Gewerkschaften, dass ihre Mitglieder die Ersten seien, denen gekündigt werde, wenn Fabriken jetzt Personal abbauen. Und zwischen Indiens Bundesstaaten hat ein regelrechter Wettbewerb um die Einschränkungen von Arbeitsrechten eingesetzt. So hat etwa die Regierung Madhya Pradesh die Fabriksschichten von acht auf zwölf Stunden am Tag hochgesetzt und zugleich angekündigt, dass es in Betrieben mit weniger als 50 Beschäftigten keine Inspektionen mehr geben wird. In Uttar Pradesh wurden praktisch alle Arbeitsschutzgesetze ausgesetzt, und in Rajasthan wurden die Arbeitsstunden erhöht, der Kündigungsschutz gelockert und Gewerkschaften

müssen für eine Registrierung nun doppelt so viele Mitglieder vorweisen.

Heimarbeiterinnen, Tagelöhner, Menschen auf der Flucht und andere Arbeiterinnen ohne formale Anstellung sind in der Krise die ersten, die ohne Einkommen, aber auch ohne Zugang zu Gesundheitsschutz und Hilfsprogrammen um ihr Überleben kämpfen müssen. Auch die Bauernfamilien am Anfang der Lieferkette bekommen die Folgen der Produktionsausfälle direkt zu spüren: Der Baumwollpreis ist seit Jahresanfang um rund 20 Prozent eingebrochen und hat ein Zehnjahrestief erreicht. Allein im indischen Bundesstaat Maharashtra können Hunderttausende ihre Baumwolle gar nicht oder nur unter ihren Produktionskosten verkaufen.

### Mehr als eine «darwinistische Marktberreinigung»

Während Textilarbeiterinnen und -arbeiter um ihre Existenz kämpfen, hat im Hintergrund längst ein Machtkampf begonnen. Wer wird in der Post-Covid-19-Modeindustrie den Ton angeben? Wie werden künftig erfolgreiche Wertschöpfungsketten in der Modeindustrie aussehen? Wenn man der Unternehmensberatung McKinsey glauben mag, so stehen wir vor nicht weniger als einem «darwinian shakeout», einer «darwinistischen Marktberreinigung»: Im eilig zusammengeschriebenen Coronavirus-Update der jährlich herausgegebenen Branchenvision «State of Fashion» heisst es schon fast euphorisch: «Die Krise wird die Schwachen aussortieren, die Starken bestärken und den Niedergang jener Unternehmen beschleunigen, die bereits vor der Pandemie zu kämpfen hatten, was zu massiven Konsolidierungswellen, Fusions- und Übernahmeaktivitäten und Insolvenzen führen wird.»

Sollten die bisherigen Rahmenbedingungen nach der gegenwärtigen Krise noch Bestand haben, wäre zu erwarten, dass die Pandemie bereits feststellbare Trends beschleunigen würde. Mittelfristig dürfte der stationäre Handel weiter Marktanteile an Online-Händler verlieren. Auch Digitalisierung und Automatisierung dürften noch wichtiger werden, und geografisch könnten sich zwei auf den ersten Blick gegensätzliche Entwicklungen akzentuieren: Auf der einen Seite eine verstärkte «Nearshoring»-Strategie europäischer und amerikanischer Firmen, um zumindest Teile der Fertigung (und künftig wohl auch der Rohstoffproduktion)

► Fortsetzung Seite 36

INDIEN ANANNYA BHATTACHARJEE

## «Es ist nicht der Moment, um zynisch zu sein»

«Verschwenden wir keine Zeit damit, über mich zu reden», sagt Anannya Bhattacharjee, als ich mich Mitte Mai danach erkundige, wie es ihr gehe. Weit weg von ihrer Heimat, in die sie derzeit nicht zurückkehren kann, ist sie in ihrer Doppelfunktion als Vorsitzende der Gewerkschaft Garment and Allied Workers Union im nordindischen Bundesstaat Haryana und als internationale Koordinatorin der Asia Floor Wage Alliance voll eingespannt. Dennoch nimmt sie sich die Zeit für unser Videointerview – weil «die Menschen über den Ernst der Lage informiert werden müssen».

«Die Arbeiterinnen und Arbeiter brauchen Lebensmittel und Geld, um nicht auf der Strasse zu landen.» Die meisten seien schon für die letzte Märzwoche, in der die landesweite Ausgangssperre verhängt wurde, nicht mehr bezahlt worden. Die Regierung hat die Fabrikbesitzer zwar aufgefordert, die Löhne auch für den April zu zahlen – aber kaum einer habe das tatsächlich getan. Welche Rolle spielt Anannyas Gewerkschaft in dieser Krise? Ihre Teams seien damit beschäftigt, Spenden zu sammeln, Nothilfe zu leisten und Informationen zusammenzutragen. «Jeden Tag fragen wir uns, wie wir den Arbeiterinnen helfen können, diese Krise zu überwinden.»

Der grösste Teil der Arbeitskräfte in der indischen Textilindustrie sind Wanderarbeitende, viele mit kurzfristigen Ver-

trägen, was sie noch verwundbarer macht. Vor allem die Familien stünden vor einem «schrecklichen Dilemma», sagt Anannya: «In den Megastädten können sie nicht mehr überleben, aber in ihren Dörfern haben sie auch kaum Perspektiven.» Viele machten sich dennoch zu Fuss in ihre Heimat auf, zum Teil über mehrere Hundert Kilometer.

Und jene, die sich entschieden haben, zu bleiben? Die meisten wüssten nicht, ob und wann sie an ihren Arbeitsplatz zurückkehren könnten. In Betrieben, die die Produktion wieder aufnahmen, würden die Manager jene Arbeitskräfte wieder einstellen, «mit denen sie sich am wohlsten fühlen». Gerade Gewerkschaftsmitglieder würden stark diskriminiert.

In Indien mache zudem die Privatisierung des Gesundheitssystems die Kontrolle der Krise «praktisch unmöglich», sagt die Gewerkschafterin. Die meisten Arbeiterinnen hätten keinen Zugang zu Gesundheitsdiensten. Fürchtet sie bei einer Wiedereröffnung der Textilfabriken ein Aufflammen der Ansteckungen? «Das kann man heute noch nicht sagen, aber wir werden das genau beobachten.»

Und dann sagt Anannya plötzlich in kämpferischem Ton: «Vergiss Covid-19!» Diese Krise zeige einfach, «dass das System überhaupt nicht belastbar ist». Wir sind uns einig: Es darf nicht weiter auf eine derart billige Produktion gesetzt werden. «Das

Problem sind nicht nur die Armutslöhne», sagt Anannya, «sondern alles, was mit ihnen kommt: unwürdige Lebensbedingungen, keinerlei Arbeitsplatzsicherheit, kein soziales Sicherheitsnetz.» Die Regierungen vieler Produktionsländer sträubten sich – auch unter dem Druck ausländischer Investoren – davor, einen Paradigmenwechsel voranzutreiben, und agierten stattdessen noch repressiver. «Aber man kann keine gesunde Wirtschaft und Gesellschaft aufbauen, wenn man die Arbeiterinnen und Arbeiter verarmen lässt.»

In den sozialen Netzwerken werben Modefirmen längst wieder mit verführerischen Rabatten. «Das ist schockierend», sagt die Aktivistin, denn am anderen Ende der Lieferkette flehten gleichzeitig die Zulieferer die Markenfirmen an, nicht noch niedrigere Preise zu verlangen und für ihre Bestellungen zu bezahlen. In ihrem Netzwerk arbeitet sie derzeit an einer Strategie, um den Druck auf die Markenfirmen zu erhöhen.

«Es ist jetzt nicht der Moment, um zynisch zu sein», sagt Anannya. Um die Dinge zu verändern, müsste vielmehr eine «bestmögliche Vision unserer Welt» entwickelt werden: «Wir müssen international Bewegungen miteinander vernetzen, die die Wirtschaft neu denken wollen. Um endlich über dieses Gesetz des Stärkeren hinwegzukommen, das so viele Menschen zurücklässt.»

Géraldine Viret

35

TÜRKEI BEGO DEMIR

## «Die Marken stehen in der Verantwortung, ihre Lieferketten am Leben zu erhalten»

Mitte März flüchtete Bego mit seiner Frau und den vier gemeinsamen Kindern aus Istanbul in ein abgeschiedenes Häuschen in der Provinz Tekirdağ. Denn Bego, der als 15-Jähriger begonnen hatte, in Jeansfabriken als Sandstrahler zu arbeiten, darf kein Risiko eingehen: Die Silikose hat fast 50 Prozent seiner Lungenkapazität zerstört. «Wenn ich das Virus erwische, werde ich kaum überleben», sagt er.

Im Moment sei er in erster Linie damit beschäftigt, den Einfluss der Pandemie auf die türkische Textilindustrie zu dokumentieren, erzählt Bego, der in der Türkei die «Clean Clothes Campaign» vertritt. Die Versammlungs- und Gewerkschaftsrechte seien stark eingeschränkt worden. Und eine für drei Monate in Kraft gesetzte Verordnung untersage es zwar Fabriken vorerst, aus wirtschaftlichen Gründen

Kündigungen auszusprechen. Nur: Im gleichen Gesetz wird den Arbeitgebenden das Recht eingeräumt, Angestellte ohne deren Einverständnis in unbezahlten Urlaub zu schicken. Von der Regierung erhalten sie dann gerade einmal 39 Lira oder gut fünf Schweizer Franken pro Tag. «Davon lässt sich schlicht nicht leben», sagt Bego.

Zudem seien rund zwei der drei Millionen Textilarbeitenden in der Türkei nicht registriert. Die meisten unter ihnen hätten nun gar kein Einkommen mehr. Und jene, die noch arbeiteten, seien vor einer Ansteckung kaum geschützt: «Sie kriegen eine einzige Einwegmaske pro Woche. Und zur Arbeit gebracht werden sie in vollgepferchten Shuttlebussen.»

Doch Bego sieht nicht nur die Regierung in der Verantwortung. «Schlussendlich sind es die Markenfirmen, die die

Gewinne aus diesem System abziehen. Sie stehen in der Verantwortung, ihre Lieferketten am Leben zu erhalten.» Die Markenfirmen müssten nun nicht nur auf Stornierungen von Aufträgen verzichten, sondern «künftige Aufträge vorfinanzieren».

Als die Pandemie die Türkei erreichte, hatte Bego eben seine eigene nachhaltige Kleiderlinie, «Bego Jeans», lanciert. Im Moment hat er Produktion und Verkauf eingestellt. «Die Leute brauchen jetzt in dieser Situation keine neuen Kleider», sagt er. Stattdessen verbringt er viel Zeit im Garten, pflanzt mit seinen Kindern Bohnen an, Kartoffeln, Tomaten und Paprika. Er gehe davon aus, dass Lebensmittel im Winter in der Türkei knapp werden könnten, sagt er, und was sie jetzt anpflanzten, «das werden wir mit anderen Leuten teilen können».

Timo Kollbrunner

► Fortsetzung von Seite 34

aus Asien in näher gelegene Länder zu verlagern. Und auf der anderen Seite eine generelle Gewichtsverschiebung in Richtung Asien und insbesondere nach China, wo stärkere Konsumwachstumsraten zu erwarten sind.

Aber ist es nicht wahrscheinlicher, dass sich die Rahmenbedingungen grundlegend verändern werden? Der Internationale Währungsfonds prognostiziert die schwerste Rezession seit der Großen Depression 1929. Und in disruptiven Krisen verschieben sich nicht einfach die Machtverhältnisse zwischen «schwachen» und «starken» Unternehmen. Es werden auch die Verhältnisse zwischen Wirtschaft und Staat sowie innerhalb der industriellen Beziehungen zwischen Kapital und Arbeit

neu verhandelt. Entscheidend wird nun sein, die bevorstehenden massiven Veränderungen nicht einfach passiv zu beobachten, sondern sie aktiv mitzugestalten. Wir erleben eben keine Monopoly-Runde, bei der die globalen Big Player der Modeindustrie Arbeiterinnen und Konsumentinnen als Figuren über das Spielbrett schieben und untereinander auswürfeln, wer am Ende als Verlierer und wer als Gewinner vom Tisch geht. Wir befinden uns nicht nur in der Modeindustrie in einer politischen und gesellschaftlichen Auseinandersetzung um die Leitlinien einer Post-Covid-19-Wirtschaft. Wenn wir eine gerechtere und nachhaltigere Modeindustrie wollen, dann müssen wir jetzt jene stär-

ken, die in Unternehmen und Lieferketten genau dafür kämpfen. Und wir müssen als Bürgerinnen und Bürger die politischen Rahmenbedingungen neu setzen.

### Die Mode der Zukunft

Die Corona-Pandemie legt die tiefen Ungerechtigkeiten im Mode-Kapitalismus offen. Viele Modekonzerne haben jahrzehntelang die Ausbeutung von Mensch und Natur in ihrer Lieferkette in Kauf genommen oder sie direkt zum Kern ihres Geschäftsmodells gemacht. Die Modeindustrie der Zukunft muss auf Gerechtigkeit und Nachhaltigkeit aufgebaut werden, und es liegt an uns allen, diesen Paradigmenwechsel voranzutreiben:

36

- Die Mode der Zukunft sieht **Gewerkschaften und Vertretungen der Arbeitnehmenden nicht als lästigen Störfaktor, sondern als Partner**, mit denen sie aktiv den Dialog fördert, und gibt der Achtung von Gewerkschaftsrechten und dem Vorhandensein von starken Gewerkschaften bei der Auswahl von Geschäftspartnern und Produktionsstandorten Gewicht.

- Die Mode der Zukunft verteilt den Mehrwert, den Millionen Menschen durch ihre Arbeit schaffen, gerechter. Die dringend nötige **Reduzierung der extremen Ungleichheit in den Lieferketten** bringt nicht nur mehr Gerechtigkeit, sondern macht die Industrie auch widerstandsfähiger gegenüber Krisen.

- Die Mode der Zukunft betrachtet Löhne nicht primär als Kostenfaktor, sondern macht **existenzsichernde Einkommen und gute Arbeitsbedingungen vom Baumwollfeld über die Textilfabrik und Logistik bis hin zum Handel** zu einem integralen Teil der Unternehmenstätigkeit.

- Für die Mode der Zukunft ist die **Achtung und aktive Förderung der Menschenrechte** keine freiwillige Option, sondern Verantwortung und Pflicht. Die Unternehmen in der Industrie prüfen Risiken für Menschen und Umwelt in ihren Lieferketten, adressieren diese gezielt und übernehmen Verantwortung zur Wiedergutmachung von Schäden.

- Die Mode der Zukunft hat nicht nur ihre Kernbelegschaft im Blick, sondern **sie schützt auch und zuerst jene Menschen in ihren Lieferketten, die besonders vulnerabel sind**. Heimarbeiterinnen und Beschäftigte auf Abruf, Tagelöhner und Scheinselbstständige, Wanderarbeiterinnen und Menschen auf der Flucht, Alleinerziehende und andere Beschäftigte mit Pflege- und Betreuungsaufgaben (ganz überwiegend Frauen).

- Die Mode der Zukunft ist sich bewusst, wie wichtig **funktionierende öffentliche Gesundheits-, Bildungs- und Sozialsysteme** sind, und dass sie ihren Beitrag zur Finanzierung des gesellschaftlichen Fundaments leisten muss, auf dem sie fusst. Steuervermeidung und Sozialdumping dürfen nicht länger geduldet oder gar gefördert werden.

- Die Mode der Zukunft setzt in ihren Lieferkettenbeziehungen auf **langfristige Partnerschaft, Fairness, Transparenz, gemeinsame Ziele und Vertrauen**. Modefirmen müssen dafür ihre dominierende Stellung in den Lieferketten abschwächen und als Partner auf Augenhöhe agieren.

- Die Mode der Zukunft orientiert sich weniger an flüchtigen saisonalen Trends, sondern ist zeitlos, langlebig, qualitativ hochstehender, besser reparierbar und besteht aus Rohstoffen, die **ökologisch verträglich, klima- und ressourcenschonend** hergestellt werden.

Ein solch umfassender Paradigmenwechsel ist kein Spaziergang, und jene, die bis heute zu den wirtschaftlichen Gewinnern im Mode-Kapitalismus gehörten, werden ihre Machtposition verteidigen. Doch soziale Bewegungen, Gewerkschaften und NGOs, aber auch gewisse Unternehmen

und selbst manch eine Mitarbeiterin oder ein Mitarbeiter in den heutigen Machtzentralen der Modeindustrie führen diese Kämpfe bereits. Die Textilindustrie steht von innen wie von aussen seit Jahren im Kreuzfeuer von Kritik und Protest – und das nicht wegen peripherer Probleme,

sondern wegen systematischer Missstände und Dysfunktionalitäten im Kerngeschäft. Da könnte eine grundlegende Neuausrichtung nach einer disruptiven Krise möglicherweise sogar eine realistischere Perspektive darstellen als der Versuch, den Status quo zu wahren. ■