



Alexandr/Foto12



gilaxia/istock

GARANTIERT EIN FAIRTRADE-LABEL FAIR PRODUZIERTE KLEIDER? **Es sieht nicht danach aus.**

FAIRTRADE-TEXTILSTANDARD

Ein Label macht noch keine fairen Kleider

Mit dem Fairtrade-Textilstandard sollen ab 2016 einzelne Lieferketten zertifiziert und fertige Kleidungsstücke als «Fairtrade» gekennzeichnet werden. Das tönt attraktiv. Doch ist ein Produktlabel wirklich das richtige Instrument auf dem Weg zu Existenzlöhnen und besseren Arbeitsbedingungen in der Bekleidungsindustrie? Nein, findet die Clean Clothes Campaign (CCC).

TEXT_CHRISTA LUGINBÜHL

Die Textilindustrie ist eine der am stärksten globalisierten Branchen, mit äusserst komplexen Wertschöpfungsketten. Globale Überproduktion und Verdrängungswettbewerb, intransparente Lieferwege sowie massiver Preis- und Lieferdruck führen in der ganzen Branche systematisch zu Arbeits- und Menschenrechtsverletzungen. Der Rana-Plaza-FabrikEinsturz in Dhaka hat der Welt vor Augen geführt, was passieren kann, wenn Billigstpreise dominieren und eine Industrie damit über Jahre ausgehöhlt wird. Seit diesem Desaster sind die schlechten Arbeitsbedingungen und die viel zu tiefen

Löhne weit oben auf der Agenda verschiedener Akteure. Sowohl die Internationale Arbeitsorganisation der UNO (ILO) wie auch die OECD oder die Regierungen von Deutschland und der Niederlande haben dazu vertiefte Arbeiten aufgenommen. Die Chance, branchenweit echte Fortschritte zu erzielen, ist real vorhanden. Doch dazu braucht es ein Umdenken in der Art und Weise, wie der globale Kleiderhandel organisiert wird. Die sehr ungleiche Verteilung der Wertschöpfung entlang der Produktionskette, die Auslagerung von Risiken und Verantwortung durch die Markenfirmen und der riesige Druck auf Produktionsländer, Mindestlöhne investitionsfreundlich (also meist weit unter dem Existenzminimum) anzusetzen, gehören zu den Hauptursachen für die schlimmen Bedingungen in der Produktion. Um die

se zu ändern, sind sektorweite Anstrengungen nötig, und die Markenfirmen müssen Verantwortung für ihre gesamte Geschäftstätigkeit übernehmen.

Überprüfung ist schwierig

Mit einem Textillabel will Fairtrade International nun ab 2016 einzelne Lieferketten überprüfen und fertige Kleidungsstücke als «Fairtrade» kennzeichnen. Fairtrade arbeitet mit Produktetabeln: anders als etwa bei der Fair Wear Foundation, wo sich ein Unternehmen für Verbesserungen entlang aller Lieferketten verpflichten muss, werden bei einem Produktlabel-Ansatz nur ausgewählte Lieferketten kontrolliert. Doch nicht alle Produkte sind gleich gut geeignet für ein Fairtrade-Produktlabel. Ein solches Label kann am ehesten bei nicht verarbeiteten Produkten funktionieren, die direkt

«JE KOMPLEXER DIE LIEFERKETTE, DESTO SCHWIERIGER, GLAUBWÜRDIGE GARANTIE FÜR DEN EINHALT MINIMALER LABEL-KRITERIEN ZU GEBEN.»

eingekauft werden. Bezieht also ein Detailhändler direkt bei der Produzentin Bananen, kann das Fairtrade-System zu besseren Bedingungen für die Bauern und Bäuerinnen beitragen. Bei Branchen mit komplexen Lieferketten, vielen Verarbeitungsschritten und indirektem Einkauf via viele Zwischenstationen – wie eben zum Beispiel die Bekleidungsindustrie – ist dies jedoch viel schwieriger. Das glaubwürdige Kontrollieren der Einhaltung von Label-Kriterien wird dann sehr zeitaufwendig und kostenintensiv; die Umsetzung kann bereits an der Finanzierbarkeit von solch umfassenden Kontrollen scheitern.

«Fairtrade» ohne Existenzlohn

Die Finalisierung des Fairtrade-Textilstandards steht noch aus. Im Vorfeld zur Standardentwicklung hat Fairtrade International mehrere Konsultationsrunden durchgeführt, an denen sich auch die Clean Clothes Campaign (CCC) beteiligt hat. Doch einige sich abzeichnende Tendenzen geben bereits heute Anlass zur Sorge. So sieht der Standard zwar vor, dass ein Existenzlohn bezahlt werden soll, doch die genaue Höhe dieses Lohnes ist bisher nicht klar, Umsetzung und Kontrolle bleiben fraglich, und Kleider sollen in einer Übergangszeit von sechs Jahren bereits als «Fairtrade» bezeichnet werden dürfen, bevor effektiv ein Existenzlohn bezahlt wird. Dies ist aus Sicht der CCC absolut inakzeptabel. Diese Regelung ist gegenüber den Fabrikarbeiterinnen und -arbeitern unverantwortlich, ermöglicht ungerechtfertigte Marketingvorteile der teilnehmenden Firmen und ist irreführend für die Konsumentinnen und Konsumenten.

Gefahr von «white-washing»

Markenfirmen stehen spätestens seit dem Rana-Plaza-Fabrikesturz unter Druck, sich für verbesserte Arbeitsbedingungen und höhere Löhne einzusetzen und Verantwortung zu übernehmen. Ein Produktlabel-Ansatz, der ihnen erlaubt, einzelne Premiumlinien marketingwirksam hervorzuheben,

anstatt grundlegend und entlang aller Wertschöpfungsketten Verbesserungen vorzunehmen, ist ein vergleichsweise einfacher Ausweg. Fairtrade International müsste zumindest verbindliche Gegenmassnahmen zur Verhinderung eines solchen «white washings» vorsehen, zum Beispiel ein Mindestvolumen und eine progressive Steigerung für nach den Fairtrade-Kriterien hergestellte Kleider vorschreiben sowie strikte Kommunikationsvorschriften zur Verwendung des Produktlabels integrieren, die nicht zulassen, dass einzelne Premium-Linien als Nachhaltigkeitsengagement eines ganzen Konzerns herausgestrichen werden. Fairtrade International sollte zudem sicherstellen, dass das Label an kein Unternehmen vergeben wird, das durch fehlendes Engagement bei der Behebung von Menschenrechtsverletzungen auffällt. Bisher ist nicht bekannt, wie dies gehandhabt werden soll.

Kontrollen, die zu kurz greifen

Die Einhaltung des Fairtrade-Textilstandards soll durch Kontrollen (Audits) der fairtrade-eigenen Auditstelle FLOCERT gewährleistet werden. Beispiele zeigen seit vielen Jahren, dass Audits vor allem in Industrien mit komplexen Lieferketten und gerade in der Textilindustrie als alleinige Massnahme zu kurz greifen und nicht aus-

reichen, um Arbeits- und Menschenrechtsverletzungen adäquat zu erfassen und zu beheben. Audits sind immer nur Momentaufnahmen und können im Bereich von Arbeitsbedingungen keine Garantien zur Einhaltung der grundlegenden Arbeits- und Menschenrechte geben – sie vermitteln oft eine falsche Sicherheit, und prekäre Zustände werden schlimmstenfalls zementiert statt behoben. Besser als isolierte Audits wären daher Anstrengungen in Richtung verbindlicher, überprüfbarer, transparenter und einklagbarer Abkommen zwischen Gewerkschaften und globalen Markenfirmen, um sektorweite Verbesserungen zu erzielen. Denn Gewerkschaftsrechte sind ein Grundpfeiler, um Arbeitsbedingungen auch in globalen Produktionsketten zu verbessern. Zwar sieht der Standard eine Einbindung von Gewerkschaften vor, noch bleiben aber viele Konkretisierungsfragen offen.

Konsumentinnen und Konsumenten müssen sich darauf verlassen können, dass in einem Label drinsteckt, was draufsteht. Beim geplanten Fairtrade-Textilstandard befürchtet die Clean Clothes Campaign, dass dies nicht der Fall sein wird, und dass das Label Fortschritte in der Industrie gar eher hemmt als anstösst.

VERANTWORTUNGSVOLLER KONSUM – HEISST DAS KONSUMVERZICHT?

Nein. Aber die Verantwortung zeigt sich aus Sicht der Clean Clothes Campaign nicht nur an der Frage, wo eingekauft wird, sondern auch was und wie oft. Kleider sollten möglichst langfristig genutzt und kreativ den Bedürfnissen angepasst werden. Dazu gehört: der Blick in den Kleiderschrank vor dem Kleiderkauf, sich langlebige Lieblingsstücke und Basics zum Kombinieren kaufen, Kleider umändern oder verbessern (Recycling, Upcycling), Kleider tauschen und für spezielle Anlässe statt neu kaufen auch mal bei Freundinnen und Freunden ausleihen oder mieten.

Verantwortungsvoller Konsum heisst auch, sich zu informieren, das Wissen im Umfeld zu teilen, sich kritisch mit der Werbung auseinanderzusetzen und sich bewusst zu entscheiden, wie der eigene Konsum gelebt werden soll.