

REVOLUTION

IN DER MODEBRANCHE



für gerecht produzierte Kleider

Werde aktiv:
www.fairemode.ch



Erklärung von Bern
Dichiarazione di Berna
Déclaration de Berne

Seien wir realistisch...



Ursula Meisser

Die Bekleidungsindustrie ist globalisiert wie keine andere Branche. Sie zeichnet sich aus durch einen brutalen Preiswettbewerb, Rechtswillkür und Überschussproduktion. Bittere Armut, soziale Konflikte und krasse Umweltverschmutzung sind die Folgen davon. Die Forderungen der Clean Clothes Campaign (CCC) nach sauber und gerecht produzierten Kleidern erscheinen angesichts dessen als utopisch.

Gerechtigkeit ist keine Frage des Preises. Die Kostenangaben der Firma Switcher beweisen, dass biologische Baumwolle und faire Arbeitsbedingungen nur wenige Rappen kosten. Unabhängige Kreise attestieren ihnen trotzdem höchste Standards. Deshalb liess die EvB ihr erstes T-Shirt von Switcher herstellen und dokumentiert den Unterschied zur 08/15-Produktion in dieser Broschüre.

Niemand möchte Dumpingangebote, womöglich noch von Kinderhand angefertigt, kaufen. Die Herkunft der Kleider war bisher stets ungewiss. Wir hatten deshalb keine echte Wahl. Mit Ihrer Unterschrift zur «Petition für faire Mode» sorgen auch Sie dafür, dass es künftig mehr Transparenz und mehr verantwortungsbewusste Firmen gibt. Für die einzelnen Modeanbieter ist dies ein kleiner Schritt, für die Modebranche insgesamt bedeutet es eine Revolution. Oder in Ches Worten: «Seien wir realistisch, versuchen wir das Unmögliche!»

Stefan Indermühle, Corina Zanetti
Erklärung von Bern

- 3 **Baumwolle** Bioanbau in Afrika
 - Eine Erfolgsgeschichte aus Burkina Faso.... 4
 - Die USA drängen Westafrika an den Abgrund.... 6
 - Kinderarbeit und Ökokatastrophe am Aralsee.... 7
 - Die bösen Folgen von Insektiziden..... 8
- 11 **Textilindustrie** Ein Fabrikbesuch in Indien
 - Zu Gast bei Muthu und bei Sasi..... 12
 - Kinderarbeit in Tirupur..... 15
 - Gewerkschaftsmorde in Kambodscha..... 16
- 19 **Modebusiness** Eine Marktübersicht für die Schweiz
 - Der Markenfetischismus treibt triste Blüten..... 20
 - Modell Switcher: Die Vorreiter..... 22
 - Modell Nike: Die Mitläufer..... 23
 - Modell 08/15: Die Ignoranten..... 24
- 27 **Kampagne für faire Mode** Eine Revolution in der Modebranche
 - Schön und gut..... 28
 - Remei – Biopionier der ersten Stunde..... 30
 - El Salvador: Schliessung der Fabrik Hermosa..... 31
 - Indien: Haftbefehl gegen CCC-Mitarbeiterinnen..... 32

Dokumentation «Revolution in der Modebranche»
1/2008 April, Auflage 28 000 **HERAUSGEBERIN** Erklärung von Bern, Diernerstrasse 12, Postfach, 8026 Zürich, Telefon 044 277 7000, Fax 044 277 7001, info@evb.ch, www.evb.ch **TEXTE** Stefan Indermühle, Corina Zanetti **REDAKTION** Sibylle Spengler **BILDER** Coni Hörler, Ursula Meisser, EvB, Helvetas, Transfair **GESTALTUNG** c.p.a. Clerici Partner AG, Zürich **DRUCK** ROPRESS Genossenschaft, Zürich. Gedruckt mit Biofarben auf Cyclus Offset, 100% Altpapier. **Das EvB-Magazin inkl. Dokumentation erscheint 5- bis 6-mal jährlich. EvB-Mitgliederbeitrag: Fr. 60.– pro Kalenderjahr. Spendenkonto: 80-8885-4**



BAUMWOLLE

BIOANBAU IN AFRIKA

Die Baumwolle ist seit drei Jahrhunderten ein Motor des Welthandels. Wir können an der Baumwolle auch heute die Merkmale der Globalisierung erkennen. In Usbekistan schickt die Regierung während der Erntemonate unzählige Schulklassen zum Baumwollpflücken auf die Felder. In den USA dagegen bezahlt die Regierung einem Baumwollproduzenten im Durchschnitt 200 000 Dollar Subventionen, ein Grund für die tiefen Weltmarktpreise, die den Bauern in Afrika das Leben erschweren.

Bei uns kurbelt der billige Rohstoff den Kleiderkonsum an. So importierte die Schweiz im Jahr 2007 gut 100 000 Tonnen Kleider. Pro Kopf sind dies etwa 14 Kilogramm – mehr als die Hälfte davon aus Baumwolle.

Statt auf Wegwerfkleider setzt die EvB auf Bio und Fairtrade: Das speziell für die EvB produzierte T-Shirt besteht aus Max-Havelaar-zertifizierter Biobaumwolle aus Burkina Faso. Am Beispiel der Bäuerin Yonli Malata aus Yanduanma dokumentieren wir, was es für sie bedeutet, Biolandbau zu betreiben.



Eine Erfolgsgeschichte aus Burkina Faso



Fairtrade und Bioanbau bedeuten einen Meilenstein in einem Land, wo 71 Prozent der Bevölkerung mit weniger als 2 US-Dollar am Tag auskommen müssen. Sie geben den Kleinbauernfamilien in Yanduanma neue Perspektiven und Hoffnung auf eine bessere Zukunft.

Die Fairtrade-Biobaumwolle für die CCC-T-Shirts wurde in Yanduanma produziert. Dieses kleine Dorf liegt in der Ortschaft Komadougou, im Osten von Burkina Faso. Man erreicht es über einen langen Weg aus Holperpisten, Acker und Trampelpfaden. Wie der Name es schon aussagt – «Yanduanma» bedeutet Friede und Stille –, ist man hier weitab von städtischer Hektik und Lärm. Die nächstgrössere Stadt – Fada N’Gourma – ist gut 20 Kilometer entfernt. Die BewohnerInnen Yanduanmas leben in einem Dutzend Lehmhütten und kommen ohne Strom und fliessendes Wasser aus. Gepflügt wird mit Hilfe von Ochsen, gepflückt wird die Baumwolle von Hand.

Burkina Faso ist einer der vier grössten afrikanischen Baumwollproduzenten. Mit einer jährlichen Produktion von mehr als 700 000 Tonnen ist die Baumwolle das wichtigste Exportprodukt des Landes. In den letzten Jahren sank der Weltmarktpreis für diesen Rohstoff aber wesentlich. Denn die weltweit grössten Exporteure von Baumwolle – China, gefolgt von den USA

und Indien – kurbelten den Verkauf ihrer Baumwolle mit viel Subventionen an. Die konventionell arbeitenden Kleinbauern bekamen 2002 bis zu 40 Prozent weniger für ihre Baumwolle als noch im Jahr 1997. Mit verheerenden Folgen. Der erwirtschaftete Erlös reichte kaum mehr aus, um neues Saatgut oder Pflanzenschutzmittel zu kaufen. Die Kleinbauernfamilien sehen sich gezwungen, Kredite aufzunehmen. Da diese mit oft horrenden Zinsen belastet sind, geraten die Bauern in einen immer enger werdenden Teufelskreis.

Verzicht auf Chemie und Gentech

Es braucht Mut, von der konventionellen Anbaumethode auf Bioanbau umzusteigen und auf dem oft einzigen Feld der Familie den Chemieverzicht zu wagen. Denn Baumwolle ist ein besonders schädlinganfälliger Rohstoff. Ein Viertel aller weltweit verkauften Insektizide wird auf den Baumwollfeldern eingesetzt. Dieser massive Einsatz von Chemikalien und künstlichem

« Ohne den Einsatz der Pestizide bleibt auch der Boden fruchtbar und speichert mehr Wasser. »

Yonli Malata



Transfair



Steckbrief Yonli Malata

- _ wohnt etwas abseits vom Dorf Yanduanma, im Osten von Burkina Faso.
- _ ist verheiratet und hat fünf Kinder.
- _ gehört zu den wenigen Frauen, die französisch sprechen, schreiben und lesen können.
- _ baut seit knapp vier Jahren im Rahmen eines Helvetas-Projektes Biobaumwolle an.
- _ würde die Fairtrade-Prämie in Medikamente für die Kinder und Impfungen investieren.

Dünger hat aber gleichzeitig zur Folge, dass nicht nur die Nützlinge fast vollständig ausgerottet, sondern auch die Schädlinge immer resistenter werden. Zudem leiden die Gesundheit der FeldarbeiterInnen sowie die Böden und das Grundwasser enormen Schaden. In Yanduanma wagten 2004 13 Bauern den Wechsel zum biologischen Anbau. Im Rahmen eines Projektes der Schweizer Entwicklungsorganisation Helvetas verwenden sie in der Baumwollproduktion nur noch natürliche Dünger und

Pflanzenschutzmittel wie Kompost und Rinderdung. Sie verpflichten sich, auf den Einsatz von gentechnisch verändertem Saatgut sowie auf den gleichzeitigen Anbau von konventioneller und Biobaumwolle zu verzichten. Dafür dürfen Pflanzenextrakte und Fangpflanzen eingesetzt werden, um die Schädlinge in Schach zu halten. Dank des Anbaus von Baumwolle in Abwechslung mit anderen Feldfrüchten, wie z.B. Sesam, kann die Bodenfruchtbarkeit erhalten oder sogar verbessert werden.

Inzwischen beteiligen sich bereits 94 Bauern und 19 Bäuerinnen am Helvetas-Projekt. Es seien vor allem die gesundheitlichen Vorteile des Bioanbaus, die sie diesen Weg gehen liessen, meint Yonli Malata, eine dieser 19 Frauen. Die im konventionellen Anbau benützten Chemikalien sind für Frauen besonders gefährlich, weil sie während der Schwangerschaft oder der Hausarbeit auf die Kinder übertragen werden können. Yonli gehört zu den wenigen Frauen Burkina Fasos, die ihre eigene Biobaumwolle anbaut und ihr eigenes Einkommen erwirtschaftet. Dies wurde erst durch den Bioanbau im Rahmen des Helvetas-Projekts

« Wenn ich alleine entscheiden könnte, wofür die Fairtrade-Prämie eingesetzt werden soll, dann würde ich davon Medikamente für die Kinder kaufen und Impfungen. »

Yonli Malata



ermöglicht. Denn sonst können Frauen in Burkina Faso kein eigenes Land besitzen, und ihnen wird nicht erlaubt, Bankkredite aufzunehmen, wie dies im konventionellen Anbau wegen der zu kaufenden Pestizide oft nötig ist.

Gewinn für Mensch und Natur

Fairtrade und Bioanbau haben für Yonli noch ganz andere positive Auswirkungen: Mindestpreise sichern die Existenz der gesamten Familie. Der Marktpreis für Biobaumwolle wird mit 41 Cent pro Kilo weit

über dem Marktpreis für konventionellen Anbau (22 Cent) angesetzt. Dank Abnahmegarantien haben die Kleinbauernfamilien ein regelmässiges Einkommen und somit grössere finanzielle Sicherheit und Unabhängigkeit. Der Erfolg ist deutlich sichtbar: Dank des Mehrerlöses konnten Yonli und ihre Familie nicht nur Kleidung und Schulhefte für die Kinder kaufen, sondern auch zwei Kompostanlagen bauen und einen eigenen Wasserspeicher anlegen. Die fairen Handelsbeziehungen beinhalten ausserdem eine Fairtrade-Prämie von zusätzlichen

Die USA drängen Westafrika an den Abgrund

Baumwolle liefert die Grundlage für ein Multimilliardengeschäft der globalen Modeindustrie. Doch die Kleinbauern in Afrika, Asien oder Lateinamerika sehen nicht viel vom Ertrag, den die Grossverteiler und Markenfirmen daraus ziehen. Vielmehr leiden sie unter permanentem Preisdruck und einem immer härteren globalen Wettbewerb. Schuld daran ist vor allem die Über-

flutung des Weltmarktes mit zu etwa vier Milliarden US-Dollar hochsubventionierter Baumwolle aus den USA. Deshalb ist der Baumwollmarkt trotz niedriger Produktionskosten auch für die grössten Baumwollproduzenten und -exporteure Afrikas (Benin, Burkina Faso, Mali und Tschad) ein Verlustgeschäft geworden. In Burkina Faso verdient ein Kleinbauer nur noch 22 Cent pro Kilogramm Rohbaumwolle – 10 Cent weniger als vor zwei Jahren. Mit einer Baumwollinitiative wollten die vier oben genannten afrikanischen Länder 2003 die WTO auf diesen Missstand aufmerksam machen. Brasilien ging noch weiter und klagte die USA 2004 vor der WTO ein. Seither laufen Diskussionen über Hilfszahlungen an die afrikanischen Staaten. An den US-Subventionen hat dies aber nichts geändert.

Agriculture Research Service



Die energieintensive Baumwollproduktion in den USA basiert auf hohen Subventionen.



5 Cent pro Kilo. Das Prämiengeld wird von den Bäuerinnen und Bauern Yanduanmas gemeinschaftlich verwaltet und in kollektive Sozialprojekte investiert. Zum Beispiel in eine Schulkantine oder in die Reparatur einer Wasserpumpe. Der anfallende Aufpreis wird an die Kundinnen und Kunden in der Schweiz weitergegeben und beträgt beim Kauf eines T-Shirts etwa 30 Rappen.

Zertifiziert wurde die Fairtrade-Biobaumwolle aus Burkina Faso durch das Max-Havelaar-Gütesiegel. Das heisst, dass die Produkte gemäss den internationalen

Standards der Fairtrade Labelling Organizations International (FLO) – der Dachorganisation von über 20 nationalen Fairtrade-Initiativen – hergestellt wurden. Ausser einem existenzsichernden Abnahmepreis wird dabei auch garantiert, dass die Bauernfamilien einen Mindestlohn, bezahlte Ferien, Schutzkleidung und soziale Vorsorge erhalten. Im Gegenzug verpflichten sich die Bauernfamilien zum Einhalt von sozialen und Umweltauflagen.

Der faire Handel und Bioanbau verkörpern für Yonli und für weltweit 100 000 Bau-

Kinderarbeit und Ökokatastrophe am Aralsee

Der Monat Juni ist die Blütezeit der Baumwolle: Dann taucht ganz Zentralasien in gelbes, weisses und rosafarbenes Pastell. Ganz besonders Usbekistan, Zentralasiens grösster Produzent des «weissen Goldes». Bis im September läuft die Erntezeit auf Hochtouren. Daran beteiligt sind auch viele Kinder. Menschenrechtsorganisationen sprechen von einigen hunderttausend Kindern unter 15 Jahren, die für die Ernte jedes Jahr aus den Schulen geholt werden. Kinderarbeit ist in Usbekistan gesetzlich verboten. Trotzdem ist sie an der Tagesordnung: Kinder bilden die billigste Arbeitskraft in einem Land, wo die Baumwolle zu über 90 Prozent von Hand geerntet wird und als wichtigstes Exportgut 45 Prozent des Gesamtexportumsatzes ausmacht. Diese massive Baumwollproduktion, die heute Symbol



Geisterschiff auf dem ausgetrockneten Aralsee.

einer grossen Ökokatastrophe ist, wurde in den 1950er-Jahren durch den Bau von künstlichen Bewässerungsanlagen ermöglicht. Als Folge schrumpfte der Aralsee – das ehemals grösste Süsswasserreservoir Mittelasiens, einst zweimal so gross wie die Schweiz – auf ein Drittel der ursprünglichen Fläche.



ernfamilien auf den 47 683 Hektar umfassenden Biobaumwollfeldern einen Ausweg aus der Armut. Sie garantieren den Kleinbauernfamilien ein menschenwürdiges Arbeitsumfeld und bessere Lebensbedingungen, und das dank gerechteren Handelsbeziehungen zwischen Nord- und Südländern. Mit seinem Anteil von 0,14 Prozent am Baumwollweltmarkt ist der Bioanbau zwar noch ein Nischenprodukt, liegt aber gegenwärtig im Trend und erfährt einen Boom. Davon profitieren nun auch die Bäuerinnen und Bauern in den Entwicklungsländern.



Transfair

Die Wasserpumpe im Dorf Yanduanma konnte dank der Fairtrade-Prämie repariert werden.

Die bösen Folgen von Insektiziden



Der Baumwollanbau stellt weniger als 3 Prozent der weltweiten landwirtschaftlichen Nutzfläche dar. Gleichzeitig wird dabei aber ein Viertel der weltweit verkauften Insektizide eingesetzt, um gegen die Schädlinge auf den Baumwollfeldern anzugehen. Dieser Grosseinsatz von chemischen Spritzmitteln hat eine fatale Spiralwirkung: Die Schädlinge bilden eine Resistenz gegen die Chemikalien, sodass die Bauern in immer neue und teure Abwehrmittel investieren müssen. Sie geraten in eine Schuldenfalle, aus der sie kaum mehr einen Ausweg finden. Dazu kommen weitere negative Folgen auf die Umwelt (Bodenverschmutzung, Grund- und Trinkwasserverseuchung) und die Gesundheit der FeldarbeiterInnen. Auch der enorme Wasserbedarf (bis zu 29 000 Liter für ein Kilo Baumwolle)

bringt grosse Probleme wie Versumpfung entlang von Bewässerungskanälen, Absenkung des Grundwasserspiegels, Versalzung der Böden und des Grundwassers sowie Wüstenausbreitung mit sich.



Archiv E+B

Pestizide bringen eine grosse Unfallgefahr – sei es auf dem Feld oder im Haushalt (wie hier in der Küche in Malaysia).



3000 Shirts, 400kg Baumwolle, 5 Familien

Die 2836 Bäuerinnen und Bauern des Helvetas-Projektes in Burkina Faso pflückten 2007 auf 1996 Hektar 990 Tonnen Biobaumwolle. Da eine Bauernfamilie etwa 0,8 Hektar Land besitzt, produziert sie durchschnittlich 400 Kilo Rohstoff. Um die zwei Tonnen Biobaumwolle herzustellen, die für die 3000 CCC-T-Shirts nötig waren, waren fünf Bauernfamilien am Werk. Diese erhielten für die Biobaumwolle einen Aufschlag von 80 Prozent gegenüber dem Marktpreis sowie eine Bio- und Fairtrade-Prämie, das

heisst insgesamt 75 Rappen pro Kilo gepflückter Baumwollwatte oder total 300 Franken pro Familie. Der Bioanbau ist für Burkina Faso ein gutes Geschäft – ganz im Gegensatz zur defizitären konventionellen Baumwollproduktion. Letztere leidet unter der Überflutung des Weltmarktes mit hochsubventionierter konventioneller und Gentech-Baumwolle aus den USA. Die ungefähr 20000 Bauern erhalten dort 4 Milliarden US-Dollar an staatlicher Unterstützung.



Von Yanduanma nach Tirupur

- 1 Aussaat der Baumwolle zwischen Mitte Mai und Mitte Juni 2006 in Yanduanma (Burkina Faso). Erntezeit der Baumwolle von Ende Oktober bis Anfang Dezember 2006. Mit Ochsenkarren wird die Ernte an die Sammelstelle gebracht.
- 2 Entkernung im Februar 2007 in Banfora (Burkina Faso).
- 3 Transport per Eisenbahn von Banfora in die Hafenstadt Abidjan (Côte d'Ivoire).
- 4 Transport per Schiff von Abidjan nach Tirupur (Indien) – organisiert durch die seit 1788 im Baumwollhandel tätige Paul Reinhart AG in Winterthur.



>>> Fazit

Dank Fairtrade und biologischem und gentechfreiem Anbau können die Bauernfamilien in Burkina Faso unter menschenwürdigen Bedingungen leben und arbeiten. Abnahmegarantien sichern das tägliche Einkommen, und die Fairtrade-Prämie ermöglicht eine nachhaltige Entwicklung. Der Weltmarkt wird von energieintensiver Gentechproduktion in China und den USA dominiert. Der Bioanteil beträgt erst 0,14 Prozent.

>>> Forderungen

an den Staat

- Die Baumwollsubventionen der Industrieländer müssen aufgehoben werden.
- Im öffentlichen Beschaffungswesen sind Biobaumwolle und Fairtrade-Kleider zu verwenden.

an die Bekleidungsindustrie

- Ein grösseres und vielfältigeres Sortiment an Bio- und Fairtrade-Kleidern anbieten.
- Sich langfristig für Biobaumwolle einsetzen und mehrjährige Abnahmegarantien vereinbaren.

an die Konsumentinnen und Konsumenten

- Bei jedem Kleiderkauf zuerst die Bio- und Fairtrade-Angebote prüfen und diese bevorzugen.
- Die Wegwerfmentalität überdenken und dafür besserer Qualität den Vorrang geben.



TEXTILINDUSTRIE

EIN FABRIKBESUCH IN INDIEN

In der Autoindustrie gibt es riesige Hallen mit unzähligen

Robotern, die fast ohne Personal auskommen. Am Fließband werden tausende hoch präziser Einzelteile zusammengesetzt, und am Ende rollt ein frisch lackiertes Fahrzeug vom Stapel.

Völlig anders läuft es in der Bekleidungsindustrie: Hier ist nicht Automation, sondern Arbeitsteilung der Schlüsselbegriff. Über hundert Personen sind direkt an der Produktion eines einfachen T-Shirts beteiligt. Um das feine Baumwollgewebe zusammenzunähen, braucht es geschickte Hände und ein gutes Augenmass. Diese Tätigkeit verrichten zu 85 Prozent junge Frauen im Alter zwischen 15 und 25 Jahren. Auf der Suche nach Arbeit ziehen sie oft vom Land in die Stadt und haben als Fremde in den Fabriken einen besonders schweren Stand.

In Tirupur im indischen Bundesstaat Tamil Nadu besuchten wir die Menschen in den Fabriken, welche unser CCC-T-Shirt produzierten. Dort lernen wir die Näherin Sasi Rekha, ihre Familie und ihren kleinen grünen Freund Manchu kennen.



Zu Gast bei Muthu und bei Sasi



Sie haben unserem Kampagnen-T-Shirt den Namen gegeben: Sasi Rekha, die Näherin fürs Damenmodell, und Muthu, der Schneider für die Herren-T-Shirts. Wir stellen zwei der über hundert Gesichter vor, die im südindischen Tirupur bei der Prem Group Company an der Produktion beteiligt waren.

Am 8. Oktober 2007 platzierte die EvB bei Switcher in Lausanne eine Vorbestellung für dreitausend T-Shirts. Max-Havelaar-zertifizierte Biobaumwolle sollte es sein. Wir hatten erfahren, dass im Juni die Biobaumwolle der Ernte 2006/07 aus Burkina Faso in Tirupur eingetroffen war und noch verfügbar sei. Detaillierte Berichte über die Arbeitsbedingungen und verschiedene Zerti-

fikate stellten dem Switcher-Partner Prem Group Company ein gutes Zeugnis aus und belegen, dass dieser in sozialer und ökologischer Hinsicht höchste Ansprüche erfüllt. Auch für lokale NGO und Gewerkschaften ist Prem ein Vorbild. Als Mitglied der Fair Wear Foundation erfüllt Switcher zudem die Forderungen der CCC. Die Partnerschaft von Prem und Switcher steht für ein alternatives Modell der Globalisierung.

Zwei Partner, zwei Geschäftsideen, eine Vision

Die erfolgreiche Zusammenarbeit begann 1987. Robin Cornelius, Eigentümer von Switcher, suchte einen Partner, der Qualitäts-T-Shirts in normierten Pantone-Farben liefern konnte. Mr. Durai, ein Unternehmer aus Tirupur, setzte sich damals zum Ziel, seinen Textilbetrieb zu einem vollständig integrierten Strickwarenanbieter auszubauen. Gemeinsam war ihnen die Vision einer ökologischen und sozialen Produktion. Auf diesen Werten basierte ihre Erfolgsgeschichte. Heute beschäftigt die Prem-Gruppe über 3000 Angestellte und verfügt über alle Produktionseinheiten, um täglich 12 Tonnen Garn zu spinnen und daraus rund 25000 Kleidungsstücke herzustellen. Switcher ist der Hauptkunde und verkauft jährlich Textilien (auch von andern Lieferanten) für rund 80 Millionen Franken.

Stefan Lindermühle



Belegschaft bei der Firma Prem mit Sasi Rekha (mit CCC-Booklet) und dem Sozialverantwortlichen Jerry Suresh (rechts).



Zu Gast bei der Prem Group Company in Tirupur

Verspinnen wurden die rohen Baumwollfasern für das CCC-T-Shirt im Dezember 2007. Ende 2007 waren 250 Garnspulen bereit für die Produktion. Im Januar wurden Warenmuster gefertigt und zur EvB geschickt. CCC-Koordinator Stefan Indermühle sowie ein Film- und Foto-Team reisten danach nach Tirupur, um den gesamten Verarbeitungsprozess zu dokumentieren. Am 25. Februar 2008 wurde «unser» Biobaumwollgarn in die Strickmaschine gespannt. Eine Jacquard-Maschine mit 1800 Nadeln verarbeitete jeweils 72 Fäden zu einem rund 4,5 Kilometer langen Stoffschlauch.

Unterteilt in Rollen zu 105 Metern wurde der fertige Stoff in die Prem-Färberei transportiert. In der Nacht vom 26. auf den 27. Februar wurden dort die 590 Kilo Gewebe in einem riesigen Heizkessel eingefärbt. Unverkennbar lag jetzt das Trikot im modischen Sandgrau (Terre genannt) vor. Während unser Stoff noch ausgepresst, getrocknet, gebügelt, gestapelt und für die Weiterverarbeitung verpackt wurde, zeigte uns Jerry, der Sozialverantwortliche der Prem-Gruppe, einige ihrer sozialen Projekte: die stationären und mobilen Schulen für Kinder aus der Umgebung, die Armenapotheken und das HIV-Präventionsprogramm, den Obstgarten sowie die Tanklastwagen für die Wasserversorgung in Aussenquartieren. Ausserdem betreibt Prem eine Windenergie-Anlage, welche die gesamte Spinnerei mit Strom versorgt. Für die jugend-

lichen ArbeiterInnen gibt es ein Weiterbildungsprogramm, in dem sie sich sowohl Textilwissen als auch Englisch- oder PC-Kenntnisse aneignen können.

Am 15. März 2008 wurden die letzten T-Shirts für die EvB genäht, kontrolliert, gebügelt, beschriftet und verpackt. Im versiegelten Container brachte ein Lastwagen unsere Fracht am 19. März in den Hafen von Tuticorin. Das Feederschiff Tiger Sky brachte diesen nach Colombo (Sri Lanka), um von dort mit dem Containerschiff APL India in 15 Tagen via Suezkanal nach Antwerpen zu gelangen. Schliesslich transportierte ein Lastwagen den Container ins Switcher-Verteilzentrum in Lausanne.



Com.Helber

Die Kinder erhalten täglich Schulunterricht im «Mobile School»-Bus, einem Projekt der Firmen Prem und Switcher.

«Kauft viele T-Shirts von Switcher, damit wir in Tirupur genügend Arbeit und ein sicheres Einkommen haben.»
Sasi Rekha



Muthus Pläne

Einen ganz besonderen Empfang bereite uns der Schneider Muthu in seiner mit Papiergirlanden geschmückten Einzimmerwohnung (die Miete beträgt 600 Rupien pro Monat, 15 Franken). Er ist stolz, dass er dem Herrenmodell den Namen geben durfte. Er offerierte uns Softdrinks und Gebäck während er seine Geschichte schilderte. Weil sein Vater verstorben war, kam er 2002 mit 20 Jahren als Wanderarbeiter nach Tirupur und sorgt seither für seine Familie. Von seinem Lohn von 4800 Rupien im Monat (122 Franken) schickt er jeweils 3000 Rupien (76 Franken) seiner Mutter, die in einer Lehmhütte mit Strohdach im Dorf Valanadu lebt.

Sie arbeitete lange als Tagelöhnerin auf den umliegenden Feldern – bis der Regen ausblieb und die Äcker nicht mehr bestellt wurden. Heute ist sie für 5 Rupien pro Tag (12.5 Rappen) Putzfrau im nahegelegenen Spital. Muthu spart Geld für die Hochzeit seiner beiden jüngeren Geschwister. Danach möchte er seiner Mutter ein Steinhaus bauen lassen. Wenn er auch das geschafft hat, will er selber heiraten.

Sasis Träume

In der Prem-Fabrik Nr. 2, eine Etage über Muthus Schneiderei, besuchen wir die Linie 9. In dieser Produktionsstrasse arbeiten 27 Frauen und zwei Männer. An einer

Matthias Sicel



C. Muthu, Schneider,
26 Jahre

Seit September 2006 am Schneidetisch in der Prem-Fabrik

Monatslohn: 4800 Rupien (122 Franken) plus Überstundenentschädigung. Muthu hat das 10. Schuljahr abgeschlossen in Valanadu, 250 km östlich von Tirupur. Mit 20 Jahren zog er als Wanderarbeiter nach Tirupur.

Coni Höler



R. Sasi Rekha, Näherin,
20 Jahre

Seit Anfang 2007 an einer Overlook-Maschine in der Prem-Fabrik

Sie arbeitet 6 Tage zu 8 Stunden und verdient monatlich 4800 Rupien (etwa 122 Franken); rund zweimal pro Monat gibt es zwei Überstunden mit doppeltem Lohn. Sasi hat das 10. Schuljahr in Tirupur abgeschlossen und lebt mit ihren Eltern in der Nähe der Fabrik. Ihr Bruder, die Schwester und der Schwager arbeiten alle auch in der Textilindustrie.



der 15 Nähmaschinen, die für unser T-Shirt eingesetzt wurden, sitzt Sasi Rekha und fertigt rechte Seitennähte. Sie freut sich, dass wir ihr Porträt als Aufdruck und Kampagnenmotiv verwenden. Am 27. Februar holten wir sie am Arbeitsplatz ab und begleiteten sie nach Hause. Sasi lebt zehn Minuten zu Fuss von der Fabrik in einem Steinhaus mit ihren Eltern, dem Bruder und Manchu, dem grünen Papagei. Dieser war von den zwei Kindern ihrer verheirateten Schwester Anandhi, die mit ihrer Familie gleich nebenan wohnt, mit verletztem Flügel ge-

rettet worden. Der Vogel ist heute ein festes Familienmitglied.

Sasi möchte erst in einigen Jahren heiraten. Vorher möchte sie als Kleinunternehmerin im Haus ihres pensionierten Vaters ein eigenes Nähatelier einrichten. Ihre Mutter wird sie dabei beraten; die beiden Frauen sparen Geld für das Projekt. Dank dem Lohn von Sasi (4800 Rupien) und dem ihres unverheirateten Bruders Ravi Kumar geht es der Familie gut. Sie haben einen Fernseher und möchten noch in diesem Jahr einen Kühlschrank kaufen.

Kinderarbeit in Tirupur

Mit 11 Jahren arbeiteten sie als Hilfskräfte in einer Textilfabrik in Tirupur. Die beiden 14-jährigen Mädchen leben heute als Waisenkinder in der Obhut von Save the Children (SAVE). Dort besuchen sie die Schule und lernen für ihre Zukunft. Sabeena (links) möchte Informatikerin und Bakkilayakshmi Polizistin werden. In den letzten Jahren wurde Kinderarbeit in Tirupur stark reduziert. In kleinen informellen Nähbetrieben arbeiten aber immer noch viele Kinder. Die Aktualität des Problems belegen kürzlich veröffentlichte Medienberichte über Heine, Esprit und GAP. Der TV-Beitrag zum Fall GAP zeigte ein Kellerloch in New Delhi, wo über 10 kleine Kinder Perlen und Pailletten annähen mussten. Sie arbeiteten dort 14 Stunden täglich und schliefen in demselben Raum. Die gezeigten Kindersklaven waren



Coni Höfler

Dank Save the Children arbeiten Sabeena (links) und Bakkilayakshmi nicht mehr als Kindersklaven, sondern besuchen die Schule.

alle Opfer von Menschenhandel. Erschreckend ist, dass wegen des Exportbooms die Kinderarbeit in China wieder zugenommen hat.



Sasi kann bereits auf drei Jahre Textilerfahrung zählen. An ihrer ersten Stelle als Näherin hatte sie rund 6000 Rupien (152 Franken) verdient. Doch dafür musste sie an 6 Tagen die Woche für 12 Stunden arbeiten. Sie schätzt die geregelten Arbeitszeiten bei Prem. So hat sie Zeit und Musse, am freien Tag auch mal mit ihren Freundinnen einen Bollywood-Film im Kino anzuschauen. Dort hat sie schon Bilder aus der Schweiz gesehen, und sie weiss, dass die T-Shirts mit ihrem Porträt auch dorthin gelangen.



Coni Höfler

Sasi Rekha zu Hause mit ihren Eltern und ihrem Neffen.

Gewerkschaftsmorde in Kambodscha

Mit dem Auslauf des Multifaserabkommens per 31.12.2004 fallen die restriktiven Importquoten in vielen Industrieländern weg. Diese Liberalisierung kommt vor allem den grössten Textil- und Bekleidungsexporteuren wie China und Indien zugute. Kleinere und ärmere Länder aber können sich auf dem Weltmarkt nicht mehr behaupten. So z.B. Kambodscha: Die Textil- und Bekleidungsindustrie war Anfang 1990 innert weniger Jahre aufgebaut worden und belief sich 2004 auf mehr als 70 Prozent des Gesamtwarenexports. Die verstärkte Konkurrenz verursachte einen Preisrückgang, der allein 2006 etwa 40 Prozent betrug. Die Folgen dieses kurzen Technologiezyklus bekommen vor allem die Fabrikbeschäftigten – zu 90 Prozent Frauen – zu spüren. Sie arbeiten unter miserablen Arbeitsbedingun-

gen. Die Organisationsfreiheit ist stark beschränkt, und GewerkschaftsaktivistInnen sind der Repression seitens der Regierung und der Polizei ausgesetzt. Kambodscha stand 2006 mit 78 Tötungen von Gewerkschaftsmitgliedern ganz oben auf der Welt-rangliste der Missachtung der Organisationsfreiheit. Eines der bekannteren dieser Opfer ist Chea Vichea, führender Menschenrechtsaktivist und Präsident der «Free Trade Union of Workers for the Kingdom of Cambodia» (FTUWKC): Er wurde am 22. Januar 2004 erschossen, ebenso sein Kollege Hy Vuthy am 24. Februar 2007.





Tiruppur platzt aus allen Nähten

Die rund 700000 Bewohner der Stadt Tiruppur produzieren gut ein Viertel aller exportierten Kleider aus Indien und erzielen damit nur knapp ein Siebtel der Exporteinnahmen für Bekleidung. Oft ist es billige Unterwäsche. Doch die Stadt boomt seit zwanzig Jahren. In den Strassen bleiben die Busse und Kleintransporter mit Textilwaren ständig im Strom der Motorräder stecken. Es gibt zwar endlich zwei Kläranla-

gen – doch der Ausbau der öffentlichen Infrastruktur hinkt dem Bau der Färbereien hinterher. Rings um die Stadt türmen sich Müll- und Abfalldeponien. Die Gewässerverschmutzung ist dramatisch. Das vergiftete Flusswasser kann nicht einmal mehr für die Landwirtschaft verwendet werden. Die einst fruchtbaren Felder sind versalzt und werden nicht mehr bewirtschaftet.



- ① Coimbatore: Spinnereimaschine
- ② Singapur: Strickmaschine
- ③ Schweiz: Presse in der Färberei
- ④ Japan: Schneidemaschine
- ⑤ Österreich: Druckmaschine
- ⑥ Japan+USA: Nähmaschinen



Mit Tiger Sky und APL India übers Meer

- ① Juni 2007: Transport der Rohbaumwolle von der indischen Hafenstadt Tuticorin nach Tiruppur.
- ② Verspinnen in der Prem-Spinnerei im Dezember 2007. Stricken in der Prem-Strickerei am 25.2.2008. Färben in der Prem-Färberei Verapandi am 26./27.2.2008. Schneiden, bedrucken, nähen, bügeln und verpacken im Prem Export Unit 2+3 zwischen dem 6. und 17.3.2008. Transport von Tiruppur in die Hafenstadt Tuticorin am 18.3.2008.
- ③ 19.3.2008 einschiffen in Tuticorin auf das Feederschiff *Tiger Sky*.
- ④ Umladen in Colombo (Sri Lanka) auf das Containerschiff *APL India*. Weiterfahrt am 25.3.2008.
- ⑤ Ankunft am 9.4.2008 in Antwerpen und Weiterfahrt per Camion ins Switcher-Verteilzentrum in Lausanne.



>>> Fazit

Der gnadenlose Preiswettbewerb auf dem Weltmarkt setzt die Lieferanten in den Produktionsländern unter Druck. Die Firmen verlagern permanent, drücken sich aber vor ihrer sozialen Verantwortung. Die Herstellung des CCC-T-Shirts zeigt auf, dass es eine glaubwürdige Alternative zum Modebusiness-as-usual gibt. Switcher gilt sowohl in der Schweiz als auch in Indien als Vorreiter.

>>> Forderungen

an die Firmen

- Die Beschaffungspolitik so anpassen, dass die Mindeststandards in der Produktion eingehalten und überprüft werden können.
- Das Management und die Belegschaften über die Arbeitsrechte aufklären und im Dialog mit den Produzenten die notwendigen Verbesserungen realisieren.

an die Konsumenten und Konsumentinnen

- Sich bewusst sein, wie viel Handarbeit nötig ist, um ein Kleidungsstück zu nähen.
- Auf die Label Bio und Öko-Tex Standard 100 achten sowie weniger schwarze Kleider tragen, um so den Einsatz giftiger Chemie zu reduzieren.

an die Staatengemeinschaft

- Bindende Regulierungen auf Uno-Ebene erlassen, damit internationale Konzerne die Menschenrechte und ILO-Konventionen einhalten müssen.
- Die Internationale Arbeitsorganisation der Uno (ILO) stärken und ihr die Mittel geben, damit sie sich wirksam für die Einhaltung der Arbeitsrechte einsetzen kann.



MODEBUSINESS

EINE MARKTÜBERSICHT FÜR DIE SCHWEIZ

90 Prozent des Modegeschäfts gehen bei uns über die Bühne.

Hier geht es um Branding und Marketing. Durchs Branding wird aus einem gewöhnlichen T-Shirt das Puma-Trikot, in dem Alex Frei für die Schweizer Fussball-Nationalelf Tore erzielt. Mit Marketing wird bei der Kundschaft das Interesse für das T-Shirt geweckt, die dann auch bereit ist, dafür hundert Franken oder noch mehr zu bezahlen.

Doch in der Shoppingmeile herrscht ein brutaler Verdrängungswettbewerb. Die aufwendige Werbung, die horrenden Grundstückpreise und exklusiven Sponsoringverträge verschlingen sehr viel Geld. Dafür wird bei der Produktion der Preis gedrückt. Leidtragende sind letztlich die Beschäftigten in den Fabriken.

Deshalb interessierten wir uns nicht für die Markenwelten der Modefirmen, sondern für ihre Sozialstandards und deren Umsetzung. Unternehmen, die keine Auskunft darüber geben, haben entweder etwas zu verbergen oder nichts vorzuweisen. Wir verraten Ihnen, wer zu den Vorreitern, wer zu den Mitläufern und wer zu den Ignoranten gehört.



Der Markenfetischismus treibt triste Blüten



Modefirmen verkaufen heute in erster Linie die von den Markenwelten geschaffenen Illusionen. Sie versprechen der Kundschaft soziales Ansehen und die Schönheit ihrer Supermodels. Dieses Marketing ist teuer, aber kein Garant für Erfolg: Im Modebusiness werden im einen Jahr fette Millionengewinne und im folgenden grosse Verluste geschrieben. Die Fabrikarbeit verkam dabei zum lästigen Nebengeschäft.

Vor langer Zeit konnte ein Bettler zum Schneider gehen und als König dessen Nähatelier verlassen: «Kleider machen Leute» hiess es damals noch im doppelten Wort-sinn. Heute ist der Bekleidungsmarkt global. Modetrends werden gesetzt und möglichst oft gewechselt. Und die Nachfrage nach gerecht produzierten Kleidern wird höchst zaghaft und unvollständig abgedeckt. Im modernen Modebusiness bleibt der Konsument Bettler nach fair produzierter Mode, und der Schneider oder die Näherin verkommen zu Sklaven der westlichen Konsumgesellschaft.

Ihren Fokus legen die Modefirmen heute aufs reine Mengenwachstum. Mit teurem Marketing erzielen sie astronomische Gewinne. Bestellt wird im letzten Augenblick, um dem neusten Trend zu folgen. Der so erzeugte Produktionsstress wird entlang der globalen Produktionskette weitergegeben und schliesslich aufs letzte Glied überwälzt

– mit verheerenden Folgen für die Beschäftigten. Weil ihre Rechte ohnehin missachtet werden, können sie sich nicht zur Wehr setzen. Sie haben keine Stimme. Die negativen Beispiele aus den Kleiderfabriken in dieser Publikation (Seiten 15, 16, 24, 31, 32) machen sprachlos.

Die meisten Kleider auf dem Schweizer Markt werden in sogenannten Billiglohnländern in Südostasien und Osteuropa oder vereinzelt in Afrika und Lateinamerika produziert. Durch diese grosse Distanz zwischen Produktionsland und Absatzmarkt geht die Transparenz über die Herstellungsbedingungen völlig verloren. Der aktuelle Lifestyle-Markt behandelt seine Kunden nicht wie Könige, sondern verwandelt uns alle in Trendsetter, Fashion-Victims oder gestylte Modemuffel. Wir alle huldigen dem Königreich der Mode und erfahren dabei gar nichts über die Herkunft der Kleider selbst.

Nike mit schlechtem Beispiel voran

Der Beginn dieser negativen Entwicklung wurde mit der Produktion der ersten Nike-Turnschuhe im Jahr 1971 gesetzt. Die Idee dazu hatte Phil Knight, ein Buchhalter und fanatischer Langstreckenläufer, der seit 1963 Sportschuhe der Marke Tiger verkaufte. Knight hatte begriffen, dass er keine eigene Produktionsstätte braucht. In der Schuhfabrikation war es schon damals hart,



Stefan Indermühle



Eine Delegation aus einer Nike-Fabrik versuchte vergeblich, am WEF 2003 den Nike-CEO zu treffen.

Geld zu verdienen. Das wirklich grosse Geld liess sich nur noch im Verkauf erzielen. Deshalb kreierte er einen neuen Markennamen und liess (für lumpige 35 US-Dollar!) ein attraktives Signet zeichnen – den berühmten Swoosh. Nike – die griechische Siegesgöttin – begleitete ihn fortan auf seiner Erfolgstour durch alle Stadien und Sportgeschäfte dieser Welt. Bald fand er eine Millionenkundenschaft, die sein Siegerimage und den sportlichen Look kaufen wollte. Die Sportbegeisterten machten ihn innert 30 Jahren zum 6-fachen Dollar-Milliardär.

Das Beispiel Nike ist seither Vorbild für die globalisierte Modeindustrie schlechthin. Es wurde tausendfach kopiert. Unzählige Newcomer erlitten dabei aber Schiff-

bruch, bevor ihr Markenname bekannt war. Einzelne Konkurrenten im Sportbekleidungsmarkt – aber auch im übrigen Fashionbusiness – gelang der Durchbruch. Wer's einmal geschafft hat, kann dank internationaler Berühmtheit sehr viel Geld verdienen. Doch ebenfalls kopiert wurde die Kehrseite der Medaille: das Prinzip der permanenten Standortverlagerung und des Preisdumpings. Alle Lieferanten stehen in bitterer Konkurrenz zueinander. Da gibt es keine Rücksichtnahme auf Mensch und Umwelt. Wer den Rhythmus der immer kürzer werdenden Modezyklen nicht mithält, bleibt auf der Strecke. Unter dem Druck des Weltmarktes können viele nur noch mit unlauteren Mitteln bestehen: illegale Überstunden, Kinderarbeit, Hungerlöhne, Gewerkschaftsverbote, Umweltverschmutzung usw. In den Textilfabriken breitete sich im Zuge der Globalisierung eine völlige Rechts- willkür aus.

Erfolgreiche Kampagnenarbeit

An diesem Punkt angelangt, richteten 1989 Textilarbeiterinnen aus den Philippinen ihre Sorgen an europäische Solidaritätsorganisationen. Ihre Berichte schockierten die westliche Öffentlichkeit. Dies war die Geburtsstunde der Clean Clothes Campaign (CCC). Es folgten viele Protestaktionen gegen Kinderarbeit. Das Image der betroffenen Firmen – darunter auch Nike – nahm schweren Schaden. Beim Nike-Modell ging das an die Substanz des Unternehmens. So wie der Erfolg über Nacht kommt, so kann

Marktübersicht

Karin Gfrörer, Kassensturz-Redaktorin von SF1, und Stefan Indermühle, CCC-Koordinator der EvB, haben den Schweizer Modemarkt unter die Lupe genommen und sind ernüchert. Ein Drittel der befragten Modefirmen zeichnet sich schlicht durch Ignoranz und Intransparenz aus. Nur gerade vier Modeanbieter kümmern sich ernsthaft und systematisch um die Arbeitsbedingungen in den Fabriken. Details dazu ab Seite 22.



eine Markenfirma mit schlechtem Image ihn ebenso rasch wieder verlieren. Die Firmen mussten eine Antwort auf die Vorwürfe finden. Der erste wichtige Erfolg der Kampagnenarbeit bestand darin, dass Nike und weitere Modefirmen ihre Verantwortung anerkennen mussten und diese nicht mehr auf die Lieferanten abschieben konnten. Denn die Medien und die Kundschaft wussten nun, wer die Triebfeder hinter der Ausbeutung in den Fabriken war.

Dass den Lippenbekenntnissen später

auch Taten folgten, war der zweite Erfolg der CCC. Nach zehn Jahren Kampagnenarbeit trat Nike der Fair Labor Association (FLA) bei. Damit verpflichtete sich der Sportkonzern, den FLA-Sozialkodex bei allen damals über 1000 Lieferanten einzuführen und kontrollieren zu lassen. Einen weiteren Etappensieg der rund 500 im weltweiten CCC-Netzwerk aktiven Organisationen und Gewerkschaften bildete Nike's Veröffentlichung der gesamten Lieferantenliste im Jahr 2005. Diesem Vorbild folgten seither

Modell Switcher: Die Vorreiter



Seit der Gründung 1981 könnte man Switcher als Alternative zum Modell Nike verstehen. Statt permanenter Verlagerung der Aufträge setzt die Schweizer Firma auf langfristige Geschäftsbeziehungen und auf eine vertikal integrierte Produktionskette. Switcher unterstützte dabei seine Partner in ökologischen und sozialen Belangen. Dazu gehörten in Indien der Bau einer modernen Färberei mit geschlossenem Wasserkreislauf und der Betrieb einer Windstromanlage. Einen wegweisenden Versuch in Richtung Transparenz startete Switcher unter www.respect-inside.org. Hier werden die Herkunft der Switcher-Textilien und auch das EvB-Kampagnen-T-Shirt ausführlich dokumentiert (siehe unter DNA-Code: CCC2222AAAB).

Zur konsequenten Umsetzung sozialer und ökologischer Aspekte gehörte der Bei-

tritt Switchers zur Fair Wear Foundation FWF³ (www.fairwear.ch). Das Ziel der FWF ist ein Empowerment der Beschäftigten, das beispielsweise durch Weiterbildungskurse erzielt wird. Ihre Unabhängigkeit von Marktinteressen wird dabei dank eines Multi-Stakeholder-Ansatzes garantiert. Einer Trägerschaft also, zu welcher nebst Vertretern der Detailhändler und der Lieferanten auch Nichtregierungsorganisationen (NGO, darunter die CCC) sowie Gewerkschaften gehören. Seit Gründung der FWF 1999 wurden 40 Kleiderunternehmen Mitglied, darunter seit 2007 auch Switcher, das erste – und bisher einzige – Schweizer Unternehmen.

Weitere Beispiele in dieser Kategorie: Coop (Naturline²/Remei¹, weil besonders transparent, Kontrollberichte aufgedeckt, wenige und langfristige Partner, Bio-Bonus) sowie die drei FWF-Mitglieder Hess Natur^{2/3}, Mexx^{2/3} und Switcher^{1+2/3}.



etliche andere Modekonzerne wie Levi's, Adidas und Puma.

Verifizierung statt punktueller Kontrollen

In den 1990er-Jahren verstanden die Unternehmen ihre firmeneigenen Sozialkodexe als reine PR-Massnahme. Erst nach der Jahrtausendwende begannen sie, diese mit sogenannten Sozialaudits in den Fabriken zu kontrollieren. Oft produzieren dieselben Fabrikanten für verschiedene Kunden. Das bedeutet, dass die Fabriken sich nun an unter-

schiedlichste, teilweise widersprüchliche Regeln halten müssen. Viele dieser kommerziellen Sozialaudits behindern sich deshalb heute oft gegenseitig. Verständlich, dass viele Produzenten diese Farce nicht ernst nehmen und die Befragungen systematisch fälschen. In China verdienen ausgewählte Arbeiter heute einen Monatslohn, wenn sie dem Auditor die «richtigen» Antworten geben. Trotzdem werden diese Audit-Resultate bei jedem Arbeitskonflikt den Medien vorgelegt und gegen die Kritiker eingesetzt.

Modell Nike: Die Mitläufer

Die allgemeinen Merkmale zum Modell Nike werden im Haupttext oben ausführlich beschrieben. Die Firmen in dieser Kategorie haben zwar eine gewisse Verantwortung anerkannt. Die Umsetzung der Standards ist aber nicht weit fortgeschritten, und dort wo Kontrollen durchgeführt werden, bleiben dies isolierte Massnahmen, was besonders für die Firmen im BSCI-Verband⁵ (www.bsci-eu.org) wie Calida, Coop, Globus, Intersport, Migros, PKZ und neuerdings auch Strellson gilt. Diese Bemühungen verbessern die Arbeitsbedingungen kaum und genügen deshalb nicht.

Einige der bekannten Sportbekleidungsfirmen (Adidas, Fila, Nike, Puma usw.) sowie H&M sind Mitglied der Fair Labor Association FLA⁴ geworden. Transparenz bedeutet hier, dass einzelne Auditberichte dieser Firmen auf der Homepage ([\[labor.org\]\(http://labor.org\)\) konsultiert werden können. Leider weigern sich die FLA-Unternehmen noch, einen existenzsichernden Lohn zu garantieren. Diese Kleinlichkeit bei den Löhnen steht im Widerspruch zu den Millionenbeträgen, welche Spitzensportler fürs Sponsoring erhalten. Angesichts des kleinen Anteils der Arbeitskosten am Verkaufspreis von unter einem Prozent ist dieses Lohndumping ein Skandal.](http://www.fair-</p></div><div data-bbox=)

Weitere Beispiele in dieser Kategorie: Ackermann (Quelle-Versand)^{2/5}, Adidas^{2/4}, C & A², Calida^{1+2/5}, Companys^{2/5}, Coop^{1+2/5} Esprit^{2/5}, Globus^{1+2/5}, Heine-/Jelmoli-Versand^{2/5}, H & M^{2/4}, Intersport^{1/5}, Levi's Strauss^{2/4}, Mammut¹, Manor (inkl. Yes or No)¹⁺², Migros^{1+2/5}, Nike^{2/4}, Odlo¹, s.Oliver^{2/5}, PKZ (inkl. Blue Dog, Feldpausch)^{1+2/5}, Puma^{2/4}, Quelle-Versand², La Redoute², Strellson^{1/5}, Takko², Tchibo², Transa¹, Triumph International¹, Charles Vögele^{1+2/5}, WE^{2/5}, Zara (Inditex)².



Isolierte Kontrollen erzeugen deshalb statt realer Verbesserungen nur neue Probleme und Konflikte. Die meisten Firmen müssen daher umdenken: Statt punktueller Audits sollten alle Modefirmen im Rahmen einer Multistakeholder-Initiative (z.B. der Fair Wear Foundation, FWF) einen Verifizierungsprozess einrichten und unterhalten (mehr dazu im Modell Switcher und im Ka-

pitel 4). Von der Verifizierungsstelle können die Konsumierenden künftig zuverlässige Informationen über die Arbeitsbedingungen in den Fabriken erwarten. Damit schliesst sich der Kreis: Sobald die Transparenz über die Herkunft der Waren wieder hergestellt ist, haben die Unternehmen einen Anreiz, sich ernsthaft um bessere Arbeitsbedingungen zu kümmern.

Modell 08/15: Die Ignoranten

8 Stundentage sollten die Regel sein – 15 Stunden pro Tag entsprechen oft eher der Realität. Gearbeitet wird oft 7 Tage die Woche. Dabei verdienen die Beschäftigten trotzdem nur einen Hungerlohn. Bei 08/15-Unternehmen, die keine Massnahmen dokumentieren können und die keine Angaben über die Beschaffungsstruktur vorlegen, muss man annehmen, dass genau diese skandalösen Arbeitsverhältnisse dahinterstecken. Diese Firmen gehören deshalb in die Kategorie Ignoranten. Sie informieren gar nicht oder nur ungenügend und weisen keinen Leistungsausweis in der sozialen oder ökologischen Frage auf.

Wie das Beispiel Grieder-Bon Génie zeigt, ist selbst bei teuren Markenklamotten

nicht garantiert, dass die Näherinnen und Näher unter akzeptablen Bedingungen arbeiten können. Das Problem nehme er ernst, sagt Grieder-Chef Franco Savastano gegenüber dem Kassensturz. Diesen Worten sollte die Nobelboutique am Zürcher Paradeplatz Taten folgen lassen. Ein Beitritt zur Fair Wear Foundation wäre dabei ein sinnvoller Schritt. Das gilt auch für alle andern.

Weitere Beispiele in dieser Kategorie: Beldona¹⁺², Benetton², Bernies², Blackout¹⁺², Chicorée¹⁺², Grieder-Bon Génie¹, Jelmoli¹, Loeb¹, Modissa¹, New Yorker¹, Orsay¹, Peresa¹⁺², Pimkie¹, Schild Mode (inkl. Mango)¹⁺², Tally Weijl¹⁺², Y.Yendi¹⁺², Zebra Mode¹⁺².



Fussnoten

- ¹ Bewertung gemäss der Vorauswertung der CCC-Umfrage von der EvB
- ² Bewertung der Kassensturz-Redaktion vom Schweizer Fernsehen SF1 (Sendung vom 18. März 2008)
- ³ Mitglieder der Fair Wear Foundation, FWF, für die CCC die derzeit beste Lösung

- ⁴ Mitglieder der Fair Labor Association, FLA, verwenden eine ähnliche Methodik wie die FWF, stützen sich dabei jedoch nicht auf einen existenzsichernden Lohn.
- ⁵ Mitglieder der Business Social Compliance Initiative – der Nutzen (oder Schaden) dieser Businessinitiative hängt von deren Weiterentwicklung ab.



Den Letzten beißen die Hunde

Die entfesselte Globalisierung heizt das Preisdumping an. Ein Produzent in Honduras bestätigte gegenüber der CCC für die Jahre 2001 bis 2003 einen Preisrückgang der Exportpreise (FOB) für Bekleidung von 24 Prozent. Seit die Importbeschränkungen in die EU und die USA – das sogenannte Multifaserabkommen – aufgehoben wurden (am 1. Januar 2005), dreht sich die Spirale weiter nach unten. Der Vizepräsident der

Vereinigung der Exporteure in Tirupur (T.E.A.) stellt fest, dass in Indien die Wechselkursverluste von 20 Prozent gegenüber dem Euro in den Jahren 2006 und 2007 vollständig den Produzenten angelastet wurden. Eine Studie zu Kambodscha kommt zum Schluss, dass dort die Exportpreise allein im Jahr 2006 um 40 Prozent eingebrochen sind. Das Modell 08/15 ist gescheitert – doch es gibt Alternativen dazu!



Wo Ausbeutung gang und gäbe ist

- 1 Bangladesch: Fabrikeinsturz Spektrum mit 64 Todesopfern (11.4.2005)
- 2 Bangladesch: Fabrikbrand bei KTS mit 61 Todesopfern (23.2.2006).
- 3 Kambodscha: Nach Chea Vicheas Ermordung am 22.1.2004 wird am 24. Februar 2007 auch sein Gewerkschaftskollege Hy Vuthy ermordet (s. Seite 16).
- 4 Philippinen: Ermordung des Gewerkschafters Gerardo Cristobal am 10. März 2008.
- 5 China: Zerstörung der NGO-Büros in Shenzhen am 14.11.2007.
- 6 Sri Lanka: Willkürliche Verhaftung von Gewerkschaftern am 6. Februar 2007.



>>> Fazit

Die verborgenen Kosten der Globalisierung tragen die ArbeiterInnen, die Konsumenten und Konsumentinnen und die Umwelt. Die Modefirmen schreiben gigantische Gewinne. Um dies zu ändern, müssen die Unternehmen den ruinösen Preiswettbewerb und die permanente Verlagerung der Produktionsstandorte stoppen und ihre Beschaffungsstruktur so anpassen, dass Sozialstandards eingehalten werden. Die Konsumierenden kaufen im Zweifelsfall lieber Secondhandkleider statt Billigstangebote aus dem Wühltisch.

>>> Forderungen

an den Staat

- Die Menschenrechte einhalten und die Aufgaben der Arbeitsinspektorate ernsthaft erfüllen.
- Sozialversicherungen für alle Beschäftigten vorschreiben und auf weitere Flexibilisierung der Arbeitsmärkte verzichten.

an die Modefirmen

- Die Mindeststandards gemäss den Konventionen der Internationalen Arbeitsorganisation ILO anerkennen und umsetzen sowie transparent über diesen Prozess informieren.
- Sich in Unternehmensverbänden und Monitoringinitiativen für gemeinsame Standards einsetzen, welche einen existenzsichernden Lohn und einen Arbeitsvertrag vorschreiben.

an die Konsumenten und Konsumentinnen

- Die Shoppingtour bei jenen Modehäusern beginnen, die transparent über die Herkunft berichten und ein ernsthaftes Engagement für bessere Arbeitsbedingungen dokumentieren (s. Seite 22).
- Wer bei Firmen aus der Kategorie der Ignoranten einkauft, sollte diesen Firmen einen Protestbrief senden und ihnen die Ziele der CCC mitteilen.



KAMPAGNE FÜR FAIRE MODE

EINE REVOLUTION IN DER MODEBRANCHE

Die Clean Clothes Campaign (CCC) – in der Schweiz koordiniert

von der EvB – fordert von den Modefirmen Transparenz und Sozialstandards sowie die Kodexumsetzung und eine unabhängige Überprüfung. Weil die Firma Switcher diese hohen Ansprüche in allen Punkten erfüllt, hat sich die EvB für ihr T-Shirt an Switcher gewandt.

Anstoss dazu gab der Beitritt von Switcher zur Fair Wear Foundation (FWF). Am Aufbau dieser Verifizierungsstelle beteiligen sich europaweit bereits vierzig Firmen. Doch aus der Schweiz ist Switcher bisher das einzige FWF-Mitglied. Das soll sich nun ändern.

Mit der Petition für faire Mode richten wir uns an die gesamte Schweizer Modebranche. Wer das ewige Preisdumping im Modemarkt satt hat, wer nicht weiter die Augen verschliessen will vor den Umweltsünden der Textilindustrie, wer empört ist über Kinderarbeit in den Kleiderfabriken, erhält jetzt eine Stimme. Lesen Sie weiter und machen Sie mit!



Schön und gut



Dass faire Mode möglich ist, beweist die Clean Clothes Campaign (CCC) mit dem Sasi-Rekha-T-Shirt. Der Verkaufspreis von 26 Franken ist für viele erschwinglich und überraschend tief. Gerechtigkeit ist nur bedingt eine Frage des Preises – Tiefpreise hingegen deuten auf schlechte Produktionsbedingungen.

In Zusammenarbeit mit der Firma Switcher war es der EvB möglich, ein modisches Qualitäts-T-Shirt fair zu produzieren und zu einem moderaten Preis anzubieten. Das Kampagnen-T-Shirt wurde in einer limitierten Auflage von 3000 Stück fabriziert und ist – solange Vorrat – in allen Grössen bei der Erklärung von Bern (EvB) und in ausgewählten Switcher-Läden für 26 Franken erhältlich. Es gibt das Modell Sasi (die Näherin) für Damen und Muthu (der Schneider) für Herren. Beide sind aus Fairtrade-Biobaumwolle aus Burkina Faso und wurden bei der Firma Prem in Indien verarbeitet.

Prüfungen mit Bravour bestanden

Dank Bioanbau und fairem Handel wird den Bauern ein chemie- und schuldenfreies Leben in Würde ermöglicht. Zertifiziert wurde der Bioanbau durch das Prüfinstitut ECOCERT gemäss den EU-Richtlinien. Das ECOCERT-Gütesiegel steht für Textilien, die zu 95 Prozent aus natürlichen Fasern und

maximal 5 Prozent Synthetik bestehen und aus biologischer Landwirtschaft stammen. ECOCERT-Unternehmen durchlaufen zweimal pro Jahr Audits, wobei sowohl der Baumwollanbau als auch der Fabrikant kontrolliert werden. Damit das Kleidungsstück hautverträglich ist und den Bestimmungen von Öko-Tex Standard 100 und der Norm ISO 105 entsprechen (giftfreie Farben usw.), kontrolliert ECOCERT auch das Endprodukt. Der Fabrikant muss zudem einen umweltschonenden Energieeinsatz sowie ein Recyclingkonzept für Abfälle vorlegen. Es werden zusätzlich Hygiene und Sauberkeit in den Fabrikationsbetrieben geprüft.

Die Baumwolle für das Kampagnen-T-Shirt ist nicht nur biologisch, sie ist auch Fairtrade-zertifiziert und trägt deshalb das Gütesiegel Max Havelaar. Im fairen Handel erhalten die Bäuerinnen und Bauern einen festgelegten Mindestpreis sowie Abnahmegarantien (siehe Kapitel 1). Zudem wird eine Fairtrade-Prämie für Gemeinschaftsprojekte ausbezahlt. Die Kleinbauernorganisationen entscheiden kollektiv und demokratisch, für welche Projekte diese Prämie eingesetzt werden soll. In Burkina Faso wurde damit beispielsweise eine neue Wasserpumpe für das Dorf Yanduanma gebaut. Max Havelaar Schweiz ist Mitglied der Fairtrade Labelling Organizations Interna-



tional (FLO). Der FLO-Partner FLO-CERT kontrolliert die Fairtrade-Standards entlang der Handelskette und stellt sicher, dass in dem belabelten Endprodukt auch wirklich die zertifizierte Baumwolle steckt. Der FLO-CERT-Audit beim Switcher-Produzenten in Tirupur fand am 5. Februar 2008 statt.

Mensch und Umwelt mit Würde behandeln

In Burkina Faso erfolgt nach der Ernte lediglich noch die Entkernung. Weil es vor Ort keine Verarbeitungsbetriebe für Textilien gibt, gelangt die rohe Biobaumwolle von Afrika per Schiff nach Indien. In Tirupur – einer Hochburg der Textilindustrie – wurde daraus unser T-Shirt hergestellt. Alle Produktionsschritte – vom Spinnen, übers Stricken und Färben bis zum Verpacken – erfolgten in den Fabrikgebäuden der Prem-Gruppe (PGC), der indischen Partnerfirma von Switcher (siehe Kapitel 2). Als Mitglied der Fair Wear Foundation (FWF) verpflichtet sich Switcher, dass die Produktion von A bis Z unter gerechten Arbeitsbedingungen erfolgt. Das heisst, dass das Prem-Management und die Belegschaften in Indien bezüglich der Arbeitsrechte ausgebildet sind und deren Einhaltung überprüft wird. Grundlage dafür bilden jene Standards, deren Einhaltung die CCC von allen Modefirmen erwartet:

- keine Zwangsarbeit
- keine Diskriminierung
- keine ausbeuterische Kinderarbeit
- Organisationsfreiheit und das Recht auf Kollektivverhandlungen

- existenzsichernde Löhne bei regulären Arbeitszeiten
- sichere und menschenwürdige Arbeitsplätze
- sowie ein festes Beschäftigungsverhältnis

Switcher kontrolliert dies durch unabhängige Audits. Die FWF sorgt dafür, dass der Anpassungsprozess nach den Kontrollen weitergeht. Die FWF unterstützt ihre Mitglieder im Verifizierungsprozess – von den Trainings über den Beschwerdemechanismus bis zu den Korrekturmassnahmenplänen. Bei anderen Firmen finden nur isolierte Sozialaudits statt, ohne Anpassung der Einkaufspolitik und ohne Nachbereitung der Resultate. In der FWF-Verifizie-



Aktion in Luzern zur Kampagne Play Fair bei Olympia 2004.

«Wenn deklariert wäre (dass Kleider von Kinderhand produziert wurden), dann würde ich das niemals kaufen.»

Passantin im Kassensturz-Beitrag



rung aber spielen die Beschäftigten und nicht die Kontrolleure die zentrale Rolle. Switcher setzt diesen Prozess systematisch um und muss dies gegenüber der FWF dokumentieren. Der EvB liegen entsprechende Berichte vor. Künftig wird die FWF auch öffentlich über die Resultate und den Stand der Kodexumsetzung ihrer Mitgliedsfirmen berichten. Switcher hat erkannt, worauf es ankommt, um auch in ärmeren Ländern die Gesetze und der Menschen Würde zu respektieren. Das erwarten wir auch von allen Modefirmen.

Unter 10 Franken läuft nichts!

Unter den derzeit 40 FWF-Mitgliedsfirmen ist jedoch Switcher bisher das einzige Schweizer Unternehmen. Deshalb wählte die EvB Switcher als Partner in der Herstellung des Kampagnen-T-Shirts. Dabei hat die EvB erfahren, wie viele Leute es braucht und welchen Aufwand es bedeutet, Kleider zu produzieren. Angesichts der realen Kosten in Indien ist nicht nachvollziehbar, wie die Billigangebote in unseren Geschäften kostendeckend produziert werden können. Wir vermuten vielmehr, dass T-Shirt-Ange-

Remei – Biopionier der ersten Stunde



Der biologische Anbau ist die Basis für eine gesunde Landwirtschaft und eine tragbare und nachhaltige soziale Entwicklung. Mit dieser Überzeugung unterstützte die Erklärung von Bern (EvB) seit den 1980er-Jahren den Biobaumwollanbau, auch als in den 1990er-Jahren nach einem kurzen Boom Bio wieder aus der Mode kam. Die Remei AG fördert und verarbeitet seit der Gründung 1983 auch Biobaumwolle. Dank der konstanten und soliden Geschäftsbeziehung mit Coop (Naturaline, seit 1995) konnten sich inzwischen 10000 Bauernfamilien in Indien und Tansania eine alternative Existenz aufbauen. Auch bei Remei erhalten die Bäuerinnen und Bauern Abnahmegarantien zu einem Aufpreis von 20 Prozent über dem Marktpreis sowie Vorschüsse und Ausbildungen. Die Remei AG steht zu ihren An-

sprüchen: Sie verlangt das SA8000-Siegel nicht nur von ihren Lieferanten, sondern liess auch den eigenen Betrieb nach diesem Sozialstandard zertifizieren. Das vielfältige Sortiment an modischer Kleidung und Unterwäsche ist in allen Grössen und Modellen in den Coop-City-Filialen bzw. den Supermärkten erhältlich.



Stefan Indermühle

Die Bäuerin aus dem Biobaumwollprojekt Maikaal in Indien pflegt den Fruchtwechsel.



bote unter 10 Franken eigentlich viel teurer wären und vor allem die schwächsten Glieder in der Produktionskette für den tiefen Preis bezahlen müssen. Sei es die indische Gesellschaft, die unter Rechtswillkür und Betrügereien leidet, welche mit den Dumpingangeboten einhergehen. Oder seien es die KinderarbeiterInnen, die in einem Kellerloch verdingt und dabei ihrer Zukunftschancen beraubt werden. Und nicht zuletzt leidet auch die Umwelt permanent unter den Emissionen der Textilindustrie. Lockvogelangebote unter den Gestehungskosten,

die von den Geschäften zum Kundenfang ausgelegt werden, betrügen den Konsumierenden und ruinieren schlussendlich den Markt. Wir sagen deshalb: Unter 10 Franken läuft nichts!

Petition für faire Mode

Es ist an der Zeit, dass sich das zahlende Publikum zu Wort meldet. Deshalb lanciert die CCC die Petition für faire Mode (www.fairemode.ch). Wer die Petition unterstützt, verzichtet auf billige Ramschware, die man nach zweimaligem Tragen zu

El Salvador: Schliessung der Fabrik Hermosa

Unter hohem Arbeitsdruck produzierten die Hermosa-Beschäftigten für grosse Sportmarken wie Adidas, Nike und Reebok. Entlöhnt wurden sie unter dem gesetzlichen Mindestlohn, ein existenzsicherndes Einkommen hatten sie nicht. Reguläre Löhne und Überstundenentschädigungen blieben aus, und die von den Löhnen abgezogenen Sozialabgaben wurden jahrelang unterschlagen. Wie die Clean Clothes Campaign (CCC) betont, kamen weder die Markenunternehmen noch El Salvadors Regierung ihrer Verantwortung nach. Laut Berechnungen der Fair Labor Association (FLA) wurden die Beschäftigten um insgesamt 800 000 US-Dollar betrogen. Als sich einige FabrikarbeiterInnen in einer Gewerkschaft organisierten, um gegen diese Missachtung des Arbeitsrechts anzugehen, schloss der

Besitzer Salvador Montalvo im Juni 2005 kurzerhand die Fabrik. Die 64 gewerkschaftlich organisierten Frauen sind bis heute arbeitslos. Der Nothilfefonds von 36 000 US-Dollar, der im Dezember 2006 unter dem Druck der FLA sowie der CCC von Herrn Montalvo und dessen Kunden erreicht werden konnte, bildete einen kleinen Trost. Neue Hoffnung kam erst mit den Zeitungsanzeigen, die Adidas am 29.10.2007 in den zwei grössten Zeitungen El Salvadors veröffentlichte. Darin prangert der Konzern die Regierung El Salvadors für ihre Nichtverantwortung und ungehaltenen Versprechen öffentlich an.



den Lumpen werfen muss. Ständig neue Kleider zu kaufen, ist uns zu teuer! Jede Unterschrift ist ein Protest gegen die Umweltzerstörung in den Produktionsländern. Und jede Unterschrift ist Ausdruck dafür, dass der Respekt gegenüber den Menschen und die Einhaltung der Menschenrechte in der Modebranche eigentlich selbstverständlich sein sollten. Deshalb richten wir diese Petition an die gesamte Schweizer Modebranche: Wir wollen faire Mode!



Georg Christen

Die EvB-Regionalgruppe Zürich in Aktion an der Bahnhofstrasse.

Indien: Haftbefehl gegen CCC-Mitarbeiterinnen

Am 3. Dezember 2007 erliess ein indisches Gericht einen internationalen Haftbefehl gegen MenschenrechtsaktivistInnen der Clean Clothes Campaign (CCC) und des Niederländischen Indien-Komitees (ICN). Die Anklagepunkte lauten auf Internetkriminalität, rassistische und xenophobe (fremdenfeindliche) Äusserungen. Wie kam es dazu? Der indische Jeansfabrikant FFI beliefert grosse Markenfirmen wie G-Star, Armani, Guess und Mexx. ArbeiterInnen berichten von erzwungener und nicht bezahlter Überzeit, physischen Misshandlungen, Verletzungen der Sicherheitsbestimmungen und Vorenthaltung regulärer Arbeitsverträge. Als die CCC und das ICN lokale Gewerkschaften in ihren Beschwerden unterstützten, wurden sie prompt verklagt. Am 6. November 2007 machten Men-

schenrechtsorganisationen durch einen internationalen Appell auf den Fall aufmerksam. Sie forderten, dass die FFI-Kunden ihre Geschäftsbeziehungen zum Jeansfabrikanten abbrechen und ihre Mitverantwortung an den Arbeitsbedingungen wahrnehmen. Dies setzte FFI unter internationalen Druck und veranlasste die Firma zum Rückzug der Klage. Künftig können die Beschäftigten ihre Beschwerden an eine Ombudsstelle richten und dürfen von ihrem Recht auf Organisationsfreiheit Gebrauch machen. Ein Etappensieg für die CCC, das ICN und die Konsumierenden, die fair produzierte Mode wollen.





40 Rappen für über 100 Personen

Die Switcher-Produktion zeigt, dass gerechte Löhne und faire Arbeitsbedingungen kaum mehr kosten als konventionelle Angebote. Vergleichen wir das Kampagnen-T-Shirt ohne Aufdruck (= Switcher-Modell 2607 Brad) mit einem konventionellen Angebot*. Beide kosten 26 Franken: Vom Verkaufspreis gehen 11.70 (*13.–) an den Detailhandel. Switcher behält 8.76 als Markenfirma 9.60. Für Handel, Zölle und Transporte werden 3.33 (*2.–) bezahlt. Von den Produktionskosten von 1.71 (*1.40)

werden 40 Rappen (*30 Rp.) als Löhne an die über 100 Personen ausbezahlt, die direkt an der Produktion beteiligt sind. Für die biologische Rohbaumwolle bleiben noch 50 Rappen (*25 Rp. für konventionelle Baumwolle). Dass konventionelle Anbieter für so kleine Kostenfaktoren wie die Löhne krasse Arbeitsrechtsverletzungen in Kauf nehmen, ist ein Skandal.

**Kostenschätzung EvB für das konventionelle T-Shirt*



Am Ziel der langen Reise

- 1 Antwerpen: Geplante Ankunft des Containerschiffs *APL India* am 9. April 2008
- 2 Lausanne: Abtransport per Lastwagen nach Lausanne
- 3 Zürich: Auslieferung der CCC-T-Shirts *Sasi* und *Muthu* an die EvB am 21. April 2008
- 4 Luzern: Kampagnenstart am 1. Mai mit Aktionen in 5 Schweizer Städten (Zürich, Luzern, Basel, Bern und St.Gallen)
- 5 23. April bis 30. September 2008: Unterschriftensammlung für die Petition und Follow-up im Oktober



>>> Fazit

Niemand will Kleider kaufen, die von Kindern produziert wurden. Viele Leute sind verärgert über die negativen Schlagzeilen über die Bekleidungsindustrie. Die neue CCC-Kampagne greift die Anliegen der Konsumenten und Konsumentinnen auf. Mit der Petition für faire Mode werden die Konsumentenstimmen gebündelt und an die gesamte Schweizer Modebranche gerichtet: Wir wollen keine Billigangebote unter 10 Franken, sondern mehr Transparenz und gerecht produzierte Kleider.

>>> Forderungen

an die KonsumentInnen

- Die Petition für faire Mode unterzeichnen und im Freundeskreis und bei Bekannten den Kampagnen-Flyer verteilen.
- Aus Protest gegen Dumping-Angebote auf unerklärlich billige Schnäppchen verzichten (beispielsweise auf T-Shirts unter 10 Franken das Stück).

an die Firmen

- Der Fair Wear Foundation (FWF) beitreten und sich damit systematisch für gerechte Arbeitsbedingungen einsetzen.
- Verzicht auf irreführende Ethikwerbung und stattdessen kohärente Berichterstattung über soziale und ökologische Fragen (gemäss den GRI-Richtlinien).

an den Staat

- Bei allen Wareneinkäufen im öffentlichen Beschaffungswesen die ILO-Kernkonventionen sowie einen existenzsichernden Lohn für die Beschäftigten in der Produktion einfordern.
- Beim Einkauf von Uniformen, Arbeitskleidung oder Spitaltextilien möglichst Angebote aus dem fairen Handel und aus biologischer Baumwolle berücksichtigen.



Making-of zum T-Shirt

Der Filmer Matthias Stickel nahm den Faden von der EvB auf und dokumentierte die gesamte Produktionskette des T-Shirts in einem Film. Dabei lernte er im indischen Tirupur auch Sasi Rekha, die Näherin kennen. Ihm erzählte sie ihre Träume. Der Film «Das revolutionäre T-Shirt» kann als DVD mit drei Filmversionen (45 und 15 Minuten sowie 90 Sekunden) bei der EvB für 12 Franken bestellt werden (siehe unten).

Kampagnenmaterial zum Bestellen:

- Kampagnenflier A5 zum Verteilen, gratis
- Dokumentation «Revolution in der Modebranche», 36 Seiten, inklusive Sonderbeilage zur Kampagne, Fr. 6.– (ab 20 Exemplaren 4.–/Stk).*
- DVD «Das revolutionäre T-Shirt» mit drei Filmversionen (45 und 15 Minuten sowie 90 Sekunden) von Matthias Stickel, EvB, Fr. 12.–*
- CCC-T-Shirt, Modell Sasi für Damen und Muthu für Herren (je Grösse S, M, L, XL), Fr. 26.–* *Preise exklusive Versandkosten

Dank an unsere Partner

Die Realisierung des fairen CCC-T-Shirts war nur möglich dank der guten Zusammenarbeit mit unseren Partnern. Die zertifizierte Biobaumwolle stammt aus einem Helvetas-Projekt in Burkina Faso. Das Max-Havelaar-Gütesiegel gewährleistet, dass die verwendete Biobaumwolle gemäss den sozialen und ökologischen FLO-Standards fair produziert und gerecht gehandelt wurde. Hergestellt wurde das T-Shirt in Indien von der Firma Prem Group Company, dem langjährigen Geschäftspartner von Switcher. Dort überprüft die Fair Wear Foundation (FWF) die Umsetzung der Sozialstandards. Ermöglicht wurden die Kampagne und die vorliegende Dokumentation zudem durch einen finanziellen Beitrag der OEME-Kommission Bern-Stadt. Allen ein herzliches Dankeschön!

Bestellungen unter Telefon 044 277 70 00, Mail info@evb.ch, mit der Bestellkarte in der Kampagnenbeilage oder direkt auf unserer Homepage. Werden Sie aktiv, unterstützen Sie die Forderungen der Clean Clothes Campaign: www.fairemode.ch





REVOLUTION IN DER MODEBRANCHE



Erst einzelne Firmen bekämpfen wirksam und systematisch die Ausbeutung in den Kleiderfabriken. Nur wenige können dies auch entsprechend belegen. Eine davon ist die Firma Switcher. Sie durfte für die EvB das T-Shirt zur Kampagne «Revolution in der Modebranche» produzieren. Ziel der Kampagne ist, dass viele weitere Modefirmen dem guten Beispiel von Switcher folgen. In der vorliegenden Broschüre dokumentieren wir die gesamte Produktionskette des fairen T-Shirts. Wir zeigen die Reise vom Baumwollfeld in Burkina Faso über die Verarbeitung in Indien bis in die Modeboutique in der Schweiz. Unser Beispiel beweist: Faire Mode ist möglich!



Erklärung von Bern
Dichiarazione di Berne
Déclaration de Berne

