Welthaus Bielefeld

The true Cost – der Preis der Mode
Arbeitshilfe zum Film

Inhaltsverzeichnis

Informationen zum Film	2
Hintergrundinformationen zu den Themenfeldern des Films	3
Hinweise auf die drei Arbeitsblätter	8
Didaktische Fächerbezüge	9
M1: Ich kaufe Kleidung, weil…	10
M2: Welche Verantwortung haben Unternehmen?	11
M3: Was ich zu tun bereit wäre	12

The true cost – der Preis der Mode.
Dokumentarfilm (deutsch synchronisiert), 89 Min., 2015.
Regie: Andrew Morgan.
Zielgruppe: SuS ab Klasse 8/9, Erwachsene.
Verkauf an Schulen etc.: Filmsortiment (www.filmsortiment.de)
Verleih: u.a. Welthaus Bielefeld (20 €/Woche. Kontakt: bildung@welthaus.de)
Organisation einer Kinoaufführung: http://grandfilm.de

Herausgeber dieser Arbeitshilfe: Welthaus Bielefeld (2016).

Die Nutzung der Arbeitshilfe ist für alle nicht-kommerzielle Zwecke frei.

Kontakt: Georg.Kraemer@welthaus.de

Informationen zum Film

Kurzbeschreibung:

Der eindrucksvolle Dokumentarfilm beschreibt jene sozialen und ökologischen Verwerfungen, die sich hinter der Glitzerwelt der Mode verbergen. Dazu gehören vor allem die Arbeitsbedingungen der Näherinnen und die ökologischen Folgen des Baumwollanbaus und der Weiterverarbeitung unserer Textilien. Der Film ist aber nicht zuletzt auch eine Anfrage an uns, die Verbraucherinnen und Verbraucher, ob wir tatsächlich diesen Überkonsum brauchen und ob es Systemalternativen zu diesen Ausbeutungsverhältnissen von Mensch und Natur gibt.

Ausführlichere Beschreibung:

„Mein Denken über Kleidung hat sich für immer verändert". Diese Feststellung des Filmemachers und die Gründe für diesen Gesinnungswandel sind der Stoff, aus dem dieser interessant gestaltete Dokumentarfilm gemacht ist. Viele Facetten der Eingangsfrage („Wer zahlt den Preis für unsere Kleidung"?) werden im Film aufgegriffen: Die Arbeits- und Lohnverhältnisse in der Textilindustrie von Bangladesch und in Kambodscha (Streik für höhere Löhne wird niedergeknüppelt), ein Mindestlohn, der nicht zum Leben reicht, die gen-veränderte Bt-Baumwolle und das Monopol von Mosanto, die Abfallprobleme mit Tausenden von „entsorgten Kleidungsstücken", die Zerstörung von einheimischen Arbeitsplätzen durch den Import von Altkleidern (Beispiel: Haiti), der Wassermangel in Texas durch den gigantischen Anbau der wasserintensiven Baumwolle u.a.m.

In die filmische Darstellung dieser sozialen und ökologischen Verhältnisse stellt der Film aber immer wieder auch die „Systemfrage", ohne in eine ideologische Missionierung zu verfallen: Sind wir wirklich reich, wenn wir unseren Planeten zerstören, dafür aber viel konsumieren können? Ist der Trend zu „fast fashion" akzeptabel, das bedenkenlose Wegwerfen von Textilien, die wir gestern für eine Party und natürlich für wenig Geld gekauft haben? Kann die Herstellung von 1,5 Millionen Jeans für den Stückpreis eines halben US-Dollars tatsächlich „alternativlos" sein? Wollen wir weiterhin unser Glück im Konsum suchen? Welche Reichweite haben „fair-fashion-Produkte" auf dem globalisierten Kleidermarkt? Und: Darf dieser Raubbau-Kapitalismus und seine Profiteure nicht hinterfragt werden? Natürlich gibt es auf diese Fragen keine einfachen Antworten. Dem Film gelingt es aber, die Legitimität, ja die Notwendigkeit dieser Systemfrage überzeugend darzustellen.

Hintergrundinformationen zu den Themenfeldern des Films

Altkleider: Wer viel kauft, muss auch viel wegwerfen. Nach Schätzungen (Tagesschau.de von 2014) werfen die Deutschen rund 100.000 Tonnen Textilien pro Jahr weg, das meiste davon in die Altkleidercontainer. Das wären rund 12 kg pro EinwohnerIn. Nur ein Viertel davon wird weiterverwertet – für den Verkauf in Second-Hand-Shops, für die Abgabe an Bedürftige hier bei uns, für den Weiterverkauf an Firmen, welche diese Altkleider z.B. nach Afrika exportieren. Man sollte darauf achten, dass es gemeinnützige Organisationen sind, welche die Altkleidercontainer betreiben. Viele davon haben sich in der AG Fairwertung (www.fairwertung.de) zusammengeschlossen und sich zu sozialen Standards verpflichtet.

Foto: Gisela Peter/pixelio

Etliche Tonnen unserer Altkleider werden also auch z.B. nach Afrika exportiert und dominieren dort die Textilmärkte. Doch es wäre zu einfach, dies als unfaire Konkurrenz zu brandmarken und auf ein Exportverbot von Altkleidern zu drängen. Die Alternative zu Altkleiderimporten aus Europa ist nicht die einheimische Produktion von hochwertiger Bekleidung, sondern der Import von Billigware aus China oder aber Preise, die für einen großen Teil der dortigen Bevölkerung unerschwinglich sind. Die geringe Kaufkraft eines großen Teils der Bevölkerung bedeutet, dass viele Menschen ohne diese Altkleiderimporte keine Chance hätten, an neue, qualitativ akzeptable Kleidungsstücke zu kommen. Der Second-Hand-Kleidermarkt ist in Afrika längst etabliert und Teil der dortigen Ökonomie. Hier gilt, was auch für alle anderen Handelsbeziehungen wichtig ist: Wichtig sind faire Preise und die Verhinderung von Monopolen (sowohl auf der Export- als auch auf der Importseite).

Arbeitsbedingungen: Die untragbaren Arbeitsbedingungen in vielen Textilfabriken sind wesentlicher Teil des Films. Zu den kritisierten Zuständen gehören zu geringe Löhne, fehlender Sozialschutz bei Krankheit, die Verpflichtung zu Überstunden (z.B. 60 Wochenstunden) bei Großaufträgen, Nötigung und sexuelle Gewalt am Arbeitsplatz, menschenunwürdige Unterbringung der Arbeiterinnen, fehlender Brandschutz und als übergeordnete Determinante die Verhinderung gewerkschaftlicher Organisation.

Die Bezahlung der ArbeiterInnen richtet sich meist am nationalen Mindestlohn aus. Dieser ist oft zu gering, um ein menschenwürdiges Leben zu gewährleisten. Immerhin wurde der Mindestlohn in Bangladesch 2013 von 28 auf 50 Euro (für ungelernte Kräfte) erhöht. Ob dies allerdings ausreichend ist, muss bezweifelt werden. Dennoch hat die oben erwähnte Lohnerhöhung bereits zur Folge, dass Teile

der Textilproduktion aus Bangladesch „ausgewandert" sind z.B. in das noch billigere Myanmar.

Um „decent work" (anständige Arbeitsbedingungen) durchzusetzen, bräuchte es starke Gewerkschaften. Doch die Etablierung von Gewerkschaften wird von den nationalen Regierungen und den internationalen Textilkonzernen hintertrieben und weitgehend verhindert. Die Zulassung von freien Gewerkschaften ist Teil der „Kernarbeitsnormen" der ILO (International labour organisation), die weltweit durchgesetzt werden sollen. 138 Länder haben sich bisher zu diesen Kernarbeitsnormen bekannt. Bangladesch, Indien oder Kambodscha gehören nicht dazu.

Die „Kampagne saubere Kleidung" setzt sich mit zahlreichen Öffentlichkeitsaktionen seit vielen Jahren für bessere Arbeitsbedingungen der Menschen im Textilsektor ein und kann durchaus auf einige Erfolge verweisen. Nicht der Boykott, sondern der beharrliche Einsatz für konkrete Verbesserungen – das ist der Ansatz dieser Kampagne. Erreicht werden soll dies durch Druck auf die Textilfirmen hier bei uns, die wiederum ihre Produktionsfirmen in Asien oder Lateinamerika dazu veranlassen sollen, vor Ort etwas zu verändern. Es gilt, die Marken unserer Textilhersteller mit den erbärmlichen Arbeitsbedingungen in Bangladesch oder Kambodscha in Verbindung zu bringen, solange die Zustände so sind.
Es lohnt sich, die Arbeit der Kampagne näher zu begutachten. www.saubere-kleidung.de und www.ci-romero.de/ccc/

Globalisierung: Wie ist eine internationale Arbeitsteilung zu bewerten, die Billigkonsum von Textilien in den reichen Ländern und menschenunwürdige Arbeitsbedingungen in den Produzentenländern zur Folge hat? Dass fast alle Länder danach trachten, Anteil an der Globalisierung und an der internationalen Wertschöpfung zu haben, deutet darauf hin, dass das Beenden der Wirtschaftsbeziehungen (z.B. durch Boykott auf Konsumenten-Seite) nicht das Mittel der Wahl ist. Es geht also eher darum, Globalisierung so zu gestalten, dass die Armen und die „ärmeren Länder" unter fairen Bedingungen davon ebenfalls profitieren können.

Denn bei aller berechtigten Kritik ist festzuhalten, dass viele „Entwicklungsländer" durch die Globalisierung enorme ökonomische und soziale Fortschritte erzielen konnten. Die drastische Reduktion der extremen Armut (1990 galten fast 2 Milliarden Menschen – 44% der Weltbevölkerung – als extrem arm; 2012 waren es noch knapp 900 Mio. Menschen – 13% der Weltbevölkerung) ist wesentlich auf die Globalisierung (hier: die Ausweitung der Exporte) zurückzuführen, die in China, Indien, Indonesien, Malaysia, Vietnam, Thailand, Brasilien oder Chile für dauerhaftes ökonomisches Wachstum und in der Folge auch für erhebliche soziale Verbesserungen gesorgt hat. Weniger Globalisierung würde wahrscheinlich nicht weniger Armut bedeuten.

Allerdings wäre Globalisierung so zu gestalten, dass es faire Chancen für alle Marktteilnehmer gibt, auch für jene Länder, die erst jetzt am Welthandel teilnehmen und fairen Marktzugang wie auch den Schutz ihrer Märkte in dieser Aufbauphase brauchen. Gestaltungsbedarf gibt es aber auch auf der Seite der Menschen, die mit ihrer Hände Arbeit für Wertschöpfung sorgen. Soziale Standards, die sich an Gesundheit und Wohlfahrt der ArbeiterInnen orientieren, sind ebenso wie ökologische Standards ein unverzichtbares Element einer „inklusiven Globalisierung". Dabei mag die Feststellung durchaus richtig sein, dass die Löhne in den internationalen Textilfabriken höher sind als bei einer Beschäftigung in vielen nationalen Firmen. Dies aber kann keine Entschuldigung für Menschenrechtsverletzungen sein. Die Globalisierung gerechter zu gestalten bleibt eine zentrale Aufgabe der (internationalen) Politik. Die „nachhaltigen Entwicklungsziele" (SDG 8) der Vereinten Nationen stellen dies deutlich heraus.

Foto:
Christliche Initiative Romero

Ob derartige Verbesserungen der Verhältnisse im Rahmen der kapitalistischen Weltordnung möglich sind, mag unterschiedlich beurteilt werden. Der Film stellt diese „Systemfrage", ohne sie eindeutig zu beantworten. Eine kontroverse Debatte unter den Zuschauern könnte hier anschließen. Sie sollte allerdings nicht verdecken, was hier und heute unmittelbar bereits getan werden könnte, um die Globalisierung von Textilproduktion und Textilkonsum inklusiver zu gestalten.

Neueste Daten zur internationalen Entwicklung finden Sie im „Datenblatt Entwicklungspolitik" des Welthauses Bielefeld, das zweimal jährlich erscheint und kostenlos abonniert werden kann.
https://www.welthaus.de/fileadmin/user_upload/Bildung/Downloads/Datenblatt-Entwicklungspolitik.pdf

Kritischer Konsum: Verbraucherbildung ist Teil der Kernlehrpläne/Kerncurricula in allen Bundesländern. Junge Menschen sollen befähigt werden, sich vermeintlichen Konsumzwängen zu entziehen, danach zu fragen, ob und warum sie das Konsumgut haben wollen und ob sie es wirklich brauchen. Die Konsumgier, ja Hysterie amerikanischer „shopper" wird im Film ausführlicher dargestellt. Wir verwechseln Konsum mit Glück, so der Film.

Zum (selbst) kritischen Konsum würde auch gehören, sich für die sozialen und ökologischen Bedingungen zu interessieren, unter denen z.B. die Kleidungsstücke hergestellt werden, die ich kaufen möchte. Erfahrungen der Kampagne „saubere Kleidung" zeigen, dass Firmen durchaus darauf reagieren, wenn etliche Kundinnen und Kunden solche kritischen Nachfragen stellen. Postkartenaktionen (z.B. adressiert an den Sportartikelhersteller Puma) konnten konkrete Verbesserungen in bestimmten Fertigungsfabriken erreichen. Diese Verbrauchermacht sollten wir uns stärker bewusst machen.

Jede Rede vom „kritischen Konsum" steht allerdings in der Gefahr, als illegitimer Überwältigungsversuch von den SuS wahrgenommen zu werden. Der Wunsch nach Konsum ist mächtig. Spaßbremsen in Form von LehrerInnen, die den Konsumverzicht predigen, haben gegen solche Gefühle wenig Chancen. Es käme also darauf an, vor allem eine Reflexion der SuS darüber anzustoßen, warum ich mir jetzt dieses Konsumgut kaufe, was ich mir davon verspreche und wie lange mein „Glücksgefühl" wohl anhält, wenn ich mir T-Shirt Nr. 10 oder Nr. 11 zulege. Die letzte Kaufentscheidung liegt aber bei den SuS. Moralische Überwältigung wäre auf jeden Fall zu vermeiden. Allerdings dürfen wir unseren SuS zumuten, dass sie die Fragwürdigkeit ihrer Konsumentscheidungen kennen. Nach Sichtung des Films wird ohnehin niemand sagen können, dass er von den globalen Zusammenhängen in der Textilproduktion nichts gewusst habe.

Generelles Nicht-Wissen zu unterstellen macht aber ohnehin wenig Sinn. Glaubt man der Greenpeace Studie „Wegwerfware Kleidung" (2015), so wünschen sich 50% der jungen Leute eine Siegelung der Kleidung, aus der hervorgeht, wie nachhaltig die Textilproduktion der Kleidung ist. Sie kennen also die Problematik. Dass diese Dimension allerdings das Kaufverhalten bestimmt, ist damit nicht gesagt. „Gut aussehen" ist das wichtigste Motiv (62%) für den Kleiderkauf. Auch die Orientierung an den Peers (wie und was meine Freundinnen kaufen) dürfte ein wichtiger Faktor für Kaufentscheidungen sein. Soziale und ökologische Nachhaltigkeit ist also stets nur eine Dimension unseres Konsumverhaltens.
Greenpeace-Studie:
https://www.greenpeace.de/files/publications/20151123_greenpeace_modekonsum_flyer.pdf

Fair-Trade-Labels: Der Wunsch nach Orientierungshilfe beim Kleiderkauf durch Siegel und Labels ist vorhanden. Leider existiert im Bekleidungssektor eine Unzahl (mindestens 50) solcher Etikettierungen, was die VerbraucherInnen weithin überfordert. Etliche Siegel decken nur bestimmte Bereiche einer sozialen und ökologischen Produktion ab, beziehen sich z.B. nur auf Arbeitslöhne in einer bestimmten Fertigungsstufe, auf das Verbot von Kinderarbeit oder den Pestizid-Einsatz beim Baumwoll-Anbau. Wichtig wäre also ein Siegel, was entlang der gesamten Lieferkette eine Beachtung sozialer und ökologischer Mindeststandards garantiert.

Doch genau ein solches, in jeder Hinsicht zufriedenstellendes Siegel gibt es nicht. Vielleicht sind das „Fair-wear-Siegel" und das „Fair-Trade-Siegel" noch am ehesten in der Lage, die Ansprüche zu erfüllen, allerdings auch nur mit Einschränkung. Die Organisation FEMNET hat einige wichtige Informationen über Textil-Siegel und über ihre eingeschränkte Aussagekraft zusammengestellt. http://www.femnet-ev.de/index.php/de/themen/oeko-faire-kleidung/siegeluebersicht

Die „Verbraucher-Initiative" betreibt ein Portal, auf dem Infos zu den vielen verschiedenen Labels (nicht nur im Textilbereich) gefunden werden können (http://label-online.de/). Auch die Bundesregierung hat eine Website initiiert, die mehr Klarheit in den „Siegeldschungel" bringen soll. www.siegelklarheit.de

Labels und Siegel sind das eine, der Zugang zu „fairerer Bekleidung" ist das andere. Selbst wenn es ein restlos zufriedenstellendes Nachhaltigkeitssiegel gäbe, bleibt für die potentiellen Kundinnen und Kunden die Frage, wo sie solche Kleidung vor Ort finden können. Die Websites www.gruenemode.de und www.gruenemode.org helfen hier weiter. Recherchen vor Ort seitens der SuS sind aber wünschenswert.

Wirtschaft und Menschenrechte: Soziale und ökologische Standards in der Textilproduktion einzufordern, kann nicht allein Aufgabe der Konsumenten sein. Auch die Politik ist aufgefordert, durch Verhandlungen mit den „Stakeholdern" für Vereinbarungen zu sorgen, damit menschenwürdige Arbeitsbedingungen und ökologische Mindeststandards realisiert werden. Die deutsche Politik hat mit Firmen einen Dialog begonnen, der die Verantwortung der international operierenden Unternehmen herausstellt. Firmen, die hier Textilien verkaufen, haben eine Verantwortung für die gesamte Lieferkette und damit die Pflicht, sich für soziale und ökologische Verbesserungen einzusetzen, auch wenn deren Verwirklichung nicht in der Macht deutscher Textilhersteller allein liegt und natürlich die Verantwortung der nationalen Regierungen in den Produktionsländern nicht ersetzen kann.

Die Vereinbarungen sollen gemäß der entsprechenden Leitprinzipien der UN in einem „**Nationalen Aktionsplan Wirtschaft und Menschenrechte**" festgeschrieben werden, der in 2016 verabschiedet werden soll. Doch der vorliegende Entwurf überlässt das Handeln der freiwilligen Selbstkontrolle der Unternehmen. Man will lediglich bis 2020 vor allem eine Berichterstattung der Unternehmen (mindestens 50% der größeren Unternehmen) über die sozialen Verhältnisse in der Lieferkette erreichen und nennt dies „menschenrechtliche Sorgfalt einfordern", ohne dass es bindende und konkrete Vorgaben hierfür geben soll. So bleibt der NAP vage, baut auf den „good will" der Unternehmen und lässt außen vor, was viele zivilgesellschaftliche Organisationen in aller Welt seit langem fordern: Bindende gesetzliche Maßnahmen, die soziale und ökologische Mindeststandards für die Unternehmen verpflichtend machen.
Zahlreiche analytische Texte zum Themenfeld „Wirtschaft und Menschenrechte" finden Sie auf der Website des Südwind-Instituts: www.suedwind-institut.de/

Bündnis für nachhaltige Textilien:
Auf Initiative des Bundesministers für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ), Gerd Müller, wurde 2014 das o.a. Textilbündnis gegründet. Es soll Unternehmen des Textilsektors, Gewerkschaften, zivilgesellschaftliche Organisationen und die deutsche Entwicklungspolitik mit dem Ziel zusammen bringen, die sozialen und ökologischen Bedingungen auf dem globalen Textilmarkt zu verbessern. Ein gemeinsamer Aktionsplan soll hier zu konkret nachweisbaren Verbesserungen kommen. Mittlerweile sind mehr als 180 deutsche und internationale Textilunternehmen, darunter auch viele große Akteure, Mitglied im Textilbündnis. Ob das auf Freiwilligkeit basierende Bündnis tatsächlich positive Wirkungen erzielen wird, kann zur Stunde noch nicht festgestellt werden. Kritiker bemängeln vor allem die mangelnde Transparenz in der Wertschöpfungskette. Die genauen Produktionsbedingungen in den beauftragten Fabriken und Subunternehmen werden von den meisten Unternehmen nicht veröffentlicht. Solange diese Transparenz fehlt, fällt es schwer, an Fortschritte zu glauben. Aber vielleicht ist ein solcher Versuch mit dem Textilbündnis der Mühe wert.
Weitere Infos: www.textilbuendnis.com/de/

Hinweise auf die drei Arbeitsblätter

M1 Warum ich Kleidung kaufe.
Das Arbeitsblatt soll die Motive für das Shoppen zu reflektieren helfen. Dabei ist offensichtlich, dass meist nicht soziale und ökologische Gesichtspunkte im Mittelpunkt stehen, sondern der Wunsch, gut auszusehen, sich über die Kleidung zum Ausdruck zu bringen und der Spaß beim Shoppen. Solche Motive sollten nicht diskreditiert werden.

M2: Welche Verantwortung haben die Unternehmen?
Das kontroverse Thema Unternehmensverantwortung wäre auch kontrovers zu debattieren. In diesem Zusammenhang sollten die SuS eigene Internet-Recherchen durchführen (als Hausaufgabe oder auch in der Schule). Wichtig sind ein Austausch der Argumente und eine Betrachtung aus verschiedenen Perspektiven.

M3: Was ich zu tun bereit wäre.
Das Arbeitsblatt zeigt Möglichkeiten eines Engagements für ökosoziale Verbesserungen im Textilsektor auf. Jede Nötigung zum Engagement sollte unterbleiben. Allerdings wäre auch deutlich zu machen, dass die SuS etwas tun könnten, wenn Sie wollten.

Didaktische Fächerbezüge

Fächerbezüge (Klassen 8/9 – 13)	Inhaltsfelder
Sozialwissenschaften/ Wirtschaft	• Globalisierungskritik • weltweite Durchsetzung von Arbeits- und Umweltnormen • Kritischer Konsum • Zielkonflikte Ökonomie vs. Ökologie • Fair Trade im Bereich Mode • Zugang zu Saatgut (am Beispiel Bt-Baumwolle)
Politik	• Verbraucherbildung • Fair Trade im Bereich Mode • Wirtschaft und Menschenrechte • Umgang mit Altkleidern
Religion	• Ethischer Konsum • Weltverantwortung und ihre Grenzen

Zentrale Websites für weitere Informationen:

- Kampagne „Saubere Kleidung": http://www.saubere-kleidung.de/
- Christliche Initiative Romero: www.ci-romero.de
- Femnet: http://www.femnet-ev.de/

Hinweise auf weitere Unterrichtsmaterialien:

- Materialkompass der Verbraucherzentralen: http://www.verbraucherbildung.de/verbraucherwissen/nachhaltigkeit-beim-kleiderkauf-ideen-fuer-den-unterricht
- Bundeszentrale für politische Bildung: Entscheidung im Unterricht – Mode http://www.bpb.de/shop/lernen/entscheidung-im-unterricht/210606/viel-mode-fuer-wenig-geld-ist-das-fair
- Unterrichtsmaterial ab Klasse 7/8 über die Textilproduktion in Bangladesch: http://bangladesch.org/informieren/bildungsmaterial/bildungsheft/modul-5-made-in-bangladesch.html
- Unterrichtsmodul ab Klasse 7 zur „fairen Mode": http://www.globales-lernen-schule-nrw.de/uploads/media/Gy-Pol-Wi-5-6-Faire-Mode.pdf
- Themenheft „Mode und Textil" des Umweltministeriums BaWü: https://www.baden-wuerttemberg.de/fileadmin/redaktion/m-um/intern/Dateien/Dokumente/2_Presse_und_Service/Publikationen/Umwelt/Nachhaltigkeit/Themenheft_Textil.pdf
- Christliche Initiative Romero: Eingefädelt. Unterrichtsmaterial für die Sek. I, 78 S.plus 11 Karten, Münster 2015.Preis: 7.00 €. Bezug: www.ci-romero.de
- Erklärung von Bern (Hrsg.): Mode - ein globales Geschäft. DVD mit Unterrichtsmaterial für die Sek. I. Preis: 17.00 €. Bezug: www.evb.ch
- Film: „Teure Schnäppchen" aus der Reihe WissensWerte. Dauer: 5.28 Min. Kostenloser und lizenzfreier Download: https://www.youtube.com/watch?v=6eucuVbOkW8

Warum ich Kleidung kaufe

M1

Foto: Helene Souza/pixelio

Rangfolge	
	Ich gehe nie shoppen, sondern lasse mir meine Bekleidung aus dem Internet kommen.
	Ich gehe shoppen, weil es Spaß macht, shoppen zu gehen.
	Ich gehe shoppen, weil ich gut aussehen möchte.
	Ich gehe shoppen, weil ich mich in bestimmter Weise kleiden und von anderen unterscheiden möchte.
	Ich gehe shoppen, weil man ab und zu etwas Neues zum Anziehen braucht.
	Ich gehe shoppen, weil meine Freundinnen/Freunde das auch machen.
	Ich kaufe möglichst Second-Hand-Kleidung.
	Ich gehe nur shoppen, wenn alte Kleidungsstücke verschlissen oder ausgebleicht sind.
	Ich kaufe nur Bio-Mode ohne giftige Chemie.
	Ich kaufe nach Möglichkeit Fair-Trade-Textilien.

Aufgaben

1. Bitte ordnen Sie die o.a. Sätze nach der Bedeutung, die Sie diesen Aussagen zumessen. Eine Eins bedeutet, dass dies für Sie das wichtigste Anliegen beim Shoppen ist, eine Zehn, dass diese Aussage für Sie am wenigsten zutrifft.
2. Tauschen Sie sich bitte mit Ihrer Nachbarin/Ihrem Nachbarn darüber aus, welches die drei wichtigsten Statements (1 – 3) für Sie sind und warum Sie diese so wichtig finden.
3. Abschließend: Debatte im Plenum.

Welche Verantwortung haben die Unternehmen?

M2

Haben die Unternehmen eine Verantwortung dafür, was in den Produktionsstätten geschieht, welche von ihnen beauftragt wurden, Jeans oder T-Shirts herzustellen? Oder liegt die Verantwortung bei den Regierungen in den Produzentenländern, die darüber wachen müssen, dass die Mindestlöhne hoch genug sind zum Leben, dass die Arbeitszeiten eingehalten oder die Brandschutz-Bestimmungen beachtet werden? Wie weit reicht die Verantwortung der Unternehmen?

Position A:

Unternehmen müssen Verantwortung dafür übernehmen, was in ihrem Zuständigkeitsbereich geschieht. Sie müssen ihren Angestellten anständige Löhne zahlen und die gesetzlichen Bestimmungen ihres Landes einhalten. Was in anderen Ländern passiert, wo unabhängige Firmen zum Beispiel in Bangladesch Textilien produzieren, liegt nicht im Zuständigkeitsbereich der deutschen oder der internationalen Bekleidungsfirmen. Diese Geschäftspartner, die häufig auch noch Subunternehmen beauftragen, handeln auf eigene Rechnung und auf eigene Verantwortung. Wenn Menschenrechte verletzt oder gesetzliche Vorschriften nicht eingehalten werden, müssen die jeweiligen Behörden eingreifen. Das kann nicht den Unternehmen der internationalen Textilwirtschaft angelastet werden. Völlig unannehmbar ist es, wenn diese Unternehmen gesetzlich gezwungen werden sollen, die Versäumnisse der Regierungen in den Partnerländern zu korrigieren.

Position B:

Die internationalen Textilkonzerne tragen Verantwortung für das, was im Zusammenhang mit ihrer Textilproduktion geschieht – und zwar entlang der gesamten Lieferkette. Wenn Pestizide das Grundwasser vergiften, wenn Arbeiterinnen trotz 50 Wochenstunden Arbeit von ihrem Lohn nicht leben können, wenn sie im Krankheitsfall entlassen werden oder wenn die Brandschutzvorschriften in den Fabriken nicht eingehalten werden, dann sind dies Ereignisse, die nicht von der Tatsache abgekoppelt werden, dass unsere Kleidung unter solchen Produktionsbedingungen hergestellt werden. Deshalb haben die internationalen Firmen dafür zu sorgen, dass soziale und ökologische Mindeststandards bei der Produktion der Textilien beachtet werden. Sie müssen ihre Vertragspartner und Zulieferer darauf verpflichten, sich an diese Vorgaben zu halten – und sie müssen dies unabhängig und zuverlässig auch überprüfen. Ein erster Schritt ist die Offenlegung der Arbeitsbedingungen entlang der gesamten Lieferkette und der ökologischen Schäden, die im Zusammenhang mit der Textilproduktion entstehen. Die Unternehmen sollten per Gesetz zu einer solchen Berichterstattung und zur Einhaltung menschenrechtlicher Standards gezwungen werden.

Aufgabe für Kleingruppen

Bitte diskutieren Sie zunächst kurz innerhalb der Gruppe die beiden Positionen. Danach sollte eine Recherche-Phase folgen, bei der Sie weitere Informationen einholen und vor allem den Kontext zum geplanten „Nationalen Aktionsplans Wirtschaft und Menschenrechte" herstellen. In der dritten Phase sollten Sie sich noch einmal eine abschließende Meinung bilden und diese danach im Klassenplenum vertreten.

Vorschläge für Recherche-Links

- www.saubere-kleidung.de
- www.ci-romero.de
- www.femnet-ev.de
- www.Suedwind-institut.de
- www.tagesschau.de/inland/menschenrechte-wirtschaft-101.html
- www.csr-in-deutschland.de/DE/Politik/CSR-national/Aktionsplan-Wirtschaft-und-Menschenrechte/aktionsplan-wirtschaft-und-menschenrechte.html
- https://business-humanrights.org/sites/default/files/151011DE%20Germany%20Briefing%20Final.pdf
- www.textilbuendnis.com/de/
- www.textilwirtschaft.de/business/markt/HDE-Haftungsrisiken-ueberfordern-Mittelstand-100118

Was ich zu tun bereit wäre…

M3

Foto: Thommy Weiss/pixelio

		bitte ankreuzen: könnte ich mir vorstellen	könnte ich mir nicht vorstellen
•	**Finden Sie etwas attraktiv an dem gemachten Vorschlag?** • **Oder: Warum kommt für Sie der Vorschlag nicht in Frage?** • **Unter welchen Bedingungen wären Sie bereit, so etwas zu tun?**		
1	Ich beteilige mich an einer Online-Petition für bessere Arbeitsbedingungen in der Textilindustrie (www.saubere-Kleidung.de)		
2	Ich beziehe „nachhaltige Mode" aus dem Internet. http://www.gruenemode.org		
3	Ich gehe zu einer Kleidertauschparty in der Nähe und shoppe durch Tauschen.		
4	Ich kaufe drei Monate lang nur Second-Hand-Kleidung.		
5	Ich kaufe ein Jahr lang keine Billigklamotten mehr, sondern achte auf haltbare Qualität, die natürlich teurer ist und die auch bedeutet, dass ich weniger einkaufe.		
6	Ich mache eine Klamottenkur. Ich suche mir 50 Kleidungsstücke (inkl. Unterwäsche) aus, packe die anderen Kleidungsstücke weg und versuche, zwei Monate lang nur mit diesen Kleidungsstücken auszukommen. Was brauche ich wirklich?		
7	Ich organisiere eine Kleidertauschbörde an meiner Schule/Jugendzentrum/Kirchengemeinde.		
8	Ich suche mir drei einigermaßen aussagekräftige Mode-Labels aus dem Internet und kaufe sechs Monate lang nur Kleidungsstücke, die eines dieser drei Labels haben. www.femnet-ev.de		
9	Ich traue mich, im Geschäft nachzufragen, wo die angebotenen Kleidungsstücke hergestellt wurden und ob es ein Label gibt, das dort faire Arbeitsbedingungen garantiert.		
10	Ich möchte mich an solchen Aktionen nicht beteiligen.		
•	**Finden Sie etwas attraktiv an dem gemachten Vorschlag?** • **Oder: Warum kommt für Sie der Vorschlag nicht in Frage?** • **Unter welchen Bedingungen wären Sie bereit, so etwas zu tun?**		