

JANA BRAUMÜLLER VRENI JÄCKLE NINA LORENZEN

Fashion CHANGERS

KNESEBECK



JANA BRAUMÜLLER VRENI JÄCKLE NINA LORENZEN

Fashion CHANGERS

WIE WIR MIT FAIRER MODE
DIE WELT VERÄNDERN KÖNNEN

MIT FOTOGRAFIEN VON LENA SCHERER

KNESEBECK

In diesem Buch bemühen wir uns um eine diskriminierungssensible, geschlechtergerechte und gewaltfreie Sprache. Die Benutzung des Gendersternchens (*) schließt weibliche, männliche und nicht-binäre Geschlechtsidentitäten mit ein. Diskriminierungssensibel bedeutet, dass wir Minderheiten mitdenken und ihre Selbstbezeichnung anerkennen. So wird zum Beispiel Schwarz großgeschrieben, weil es nicht für eine Hautfarbe steht und auch kein Adjektiv ist, sondern in Ablehnung rassistischer Strukturen als emanzipatorische Selbstbezeichnung zurückgewonnen wird.

Um manche Begriffe oder Ideen noch genauer zu beleuchten, findest du über das ganze Buch verteilt Infoboxen ⓘ, die dir einen tieferen Einblick in einige Themen geben sollen, sowie Tipps und Inspirationen ⓘ. Wenn du beim Lesen über einen Begriff stolperst, der nicht weiter erläutert ist, schau gerne ins Glossar am Ende des Buches. Dort finden sich viele Begriffsdefinitionen. Social-Media-Kanäle werden mit @ gekennzeichnet.

EINLEITUNG 6

MODE & VERANTWORTUNG 22

- Wie können wir verantwortungsvoller mit Ressourcen umgehen?
- Welche Materialien sind wirklich ökologisch?
- Wie viel Plastik steckt in unserer Kleidung?
- Wie nachhaltig können recycelte Stoffe sein?
- Was bedeutet vegane Mode?
- Was haben soziale und ökologische Verantwortung miteinander zu tun?
- Wie lässt sich Mode kreislauffähig designen?

MODE & EMPOWERMENT 82

- Was bedeuten Diversität und Inklusion in der Mode?
- Was hat Feminismus mit Mode zu tun?
- Was ist kulturelle Aneignung und wie kann traditionelle Handwerkskunst bewahrt werden?
- Wie trägt Fair Fashion zu einem Systemwandel bei?
- Was kann Modeaktivismus bewirken?
- Wie schaffe ich es, selbst (mode-)politisch aktiv zu werden?

MODE & STIL 140

- Wie finde ich meinen eigenen Stil?
- Was hat guter Stil mit Nachhaltigkeit zu tun?
- Wie kann Denim stilsicher und nachhaltig hergestellt werden?
- Wie funktioniert die Capsule Wardrobe?
- Wie können Design und Nachhaltigkeit Hand in Hand gehen?
- Wie geht zeitgemäße, faire Mode?

MODE & LIFESTYLE 188

- Was bedeutet ein ganzheitlich nachhaltiger Lebensstil?
- Wo kann ich anfangen, wenn ich nachhaltiger leben will?
- Geht Spaß an der Mode auch ohne Konsum?
- Wie trägt Vintagemode zu mehr Wertschätzung bei?
- Wie kann ich meine Kleidung pflegen, damit sie möglichst lange hält?
- Wie geht faire Mode eigentlich mit kleinem Geldbeutel?

ANHANG 238

- Labels & Adressen
- Glossar
- Textsiegel
- Quellen
- Dank

„IF NOTHING MATTERS,
THERE IS NOTHING
TO SAVE.“

Jonathan Safran Foer

Die wissenschaftlichen Fakten über den menschengemachten Klimawandel sind belastend, mitunter sogar lähmend. Aber sie lassen uns auch Gegebenes neu denken, geben klar vor, was nicht länger funktioniert, und empowern im besten Fall dazu, uns mit anderen auszutauschen, unsere Stimme zu nutzen und zu handeln. Klimaangst, also „die Angst, dass der Klimawandel die eigene Existenz bedroht und das Leben massiv einschränken wird“,¹ verbindet. Das zeigen die Menschenmassen, die Fridays for Future weltweit mobilisiert, und die Menschenblockaden von Extinction Rebellion, die den Verkehr zum Erliegen bringen.

Das Protestrecht ist urdemokratisch und doch haben wir es erheblich vernachlässigt. Dass wir es als Mittel, um unseren Forderungen nach klimapolitischer Veränderung Ausdruck zu verleihen, wiederentdeckt haben, und dies mit Gleichgesinnten tun, kann uns helfen, einen Umgang mit der Klimakatastrophe zu finden. Umso ernüchternder ist es, wenn Medien und Politik stattdessen darüber debattieren, ob das mit dem Streik während der Schulzeit wirklich ernst zu nehmen ist, ob Menschen, die in den Urlaub fliegen, überhaupt glaubwürdige Aktivist*innen sein können und ob die klimapolitischen Forderungen und die damit zusammenhängende Rhetorik nicht zu radikal sind. Wir stecken inmitten einer Menschheitskrise, der größten Bedrohung für das Leben auf der Erde, und diskutieren über zu radikal gedachte Klimapolitik. Dass wir so reagieren, kann Überlebensstrategie oder einfach nur mangelndes Vorstellungsvermögen sein. Wir befinden uns in einer Vorstellungskrise, schreibt der Schriftsteller Jonathan Safran Foer in seinem Buch *Wir sind das Klima*. Welche Bilder müssen wir also zeichnen, damit wir die Klimakrise glauben, sie wirklich spüren? Ist es zu radikal, wenn Greta Thunberg „Your house is on fire“ oder „I want you to panic“ sagt?

Wenn die übergeordnete Frage lautet, wie wir unsere Zukunft sichern wollen, dann müssen wir unbequeme Wahrheiten aussprechen und grundlegende systemische Veränderungen einfordern. Können Fakten und Sprachbilder zu radikal gewählt sein, wenn sie es schaffen, uns zum Handeln zu bewegen?

In Anbetracht dieser existenziellen Menschheitskrise mag es absurd scheinen, sich mit Mode auseinanderzusetzen. Doch inzwischen wissen wir um die katastrophalen Auswirkungen – die unbequemen Wahrheiten – von Mode auf unser Klima. Mode war

schon immer politisch, auch wenn sie oft als oberflächlich abgetan wird. Klar, Mode ist auch Lust, Exzess, Ausdruck. Aber Mode ist so viel mehr. Wenn wir über die Klimakatastrophe und die Auswirkungen auf den Menschen sprechen, ist es an der Zeit, Mode auf die Agenda zu setzen und als klimapolitisches Problem anzuerkennen. Die Zahlen sind eindeutig:

- Im Jahr 2016 wurden erstmals mehr als 100 Millionen Tonnen Textilfasern hergestellt. 75 Prozent der weltweiten Faserproduktion sind inzwischen Chemiefasern.
- Die weltweite Textilproduktion hat sich laut Greenpeace in den knapp anderthalb Jahrzehnten von 2000 bis 2014 mehr als verdoppelt. Dabei wurden im Jahr 2014 erstmals mehr als 100 Milliarden Kleidungsstücke produziert.
- Insgesamt acht Prozent des weltweiten CO₂-Verbrauchs ist auf die Bekleidungs- und Schuhindustrie zurückzuführen. Das ist weniger als der CO₂-Verbrauch der Fleischproduktion, aber mehr als der gesamte Flug- und Schiffsverkehr zusammen. 2016 wurden für die Herstellung der neuesten Modetrends vier Millionen Tonnen CO₂ ausgestoßen.
- Laut dem New Standard Institute können 20 Prozent der industriellen Wasserverschmutzung dem Färben und Behandeln von Textilien zugeordnet werden.²
- Mode wird hauptsächlich im Globalen Süden produziert, also in Regionen, deren Bewohner*innen bereits jetzt vom Klimawandel betroffen sind und aufgrund irreversibler Schäden flüchten werden müssen. Der Weltklimarat IPCC (International Panel of Climate Change) prognostiziert bei einer Erderwärmung von zwei Grad 280 Millionen Klimaflüchtlinge.

Nicht nur die klimatischen Veränderungen sind ein großes Problem. Menschen im Globalen Süden leiden außerdem unter systematischer Ausbeutung, die auf dem maßlosen Konsum unserer Kleidung begründet ist. Die boomende Modeindustrie hat nicht nur dafür gesorgt, dass die Produktion der Modeunternehmen aus den Industrienationen immer weiter in Niedriglohnländer abgewandert ist, sondern auch Fabriken in ebendiesen Ländern immer mehr leisten müssen. Den Preis dafür zahlen nicht wir als Konsument*innen beim Kauf eines Kleidungsstücks, sondern die Arbeiter*innen vor Ort auf dem Baumwollfeld, in der Färberei oder an der Nähmaschine. All das geschieht so weit weg von uns, dass die Vorstellungskrise auch hier greifbar wird. Denn wie sollen wir uns vorstellen können, wie Kleidung wirklich gemacht wird, wenn wir es niemals gesehen haben?

Und wie reagiert die Modeindustrie mit einem globalen Marktwert von insgesamt 3000 Milliarden US-Dollar³ auf all das? Die lässt scheinbar unbeeindruckt von diesen Lebensrealitäten und



↑ Power to the People!
Immer mehr Menschen machen auf die Auswirkungen von Mode auf Umwelt und Mensch aufmerksam.

der Klimakrise weiterhin im großen Stil Kleidung produzieren. Um es radikal auszudrücken: Als zweitgrößte Konsumgüterindustrie in Deutschland ist das, was im Namen von Fast Fashion passiert, fahrlässig, ignorant und kommt der Klimawandelleugnung gleich. Aber nicht nur die Produktionsumstände tragen zur Klimakatastrophe bei, auch unser eigenes Konsumverhalten spielt eine nicht wegzudiskutierende Rolle. Durchschnittskonsument*innen kaufen heute 60 Prozent mehr Kleidung als im Jahr 2002 und behalten diese nur noch halb so lang. In Deutschland kaufen wir jährlich durchschnittlich 60 neue Kleidungsstücke. In der EU geht man pro Jahr von 1,5 bis 2 Millionen Tonnen Müll bestehend aus ungewollter Kleidung aus – ein Resultat von Fast Fashion.⁴

Dass man bei den Zahlen Angst und Panik bekommt, ist nicht verwunderlich. Wichtig ist es, dass uns die Angst mobilisiert, etwas verändern zu wollen. Inmitten von Klimaangst müssen wir uns vernetzen, uns austauschen und unsere Stimme finden. Denn wir sind alle Teil des Problems – und auch Teil der Lösung.

FAIR FASHION – EIN MENSCHENRECHTSTHEMA

Der Einsturz des achtstöckigen Textilgebäudes Rana Plaza am 24. April 2013, bei dem 1134 Menschen ums Leben kamen und über 2400 schwer verletzt wurden, markiert den traurigen Höhepunkt dieser entfesselten Industrie. Viele europäische Modeketten wie KiK und United Colors of Benetton produzierten in der Fabrik. Erstmals wurde der breiten Öffentlichkeit klar:

Fehlende Transparenz kostet Leben. So beschreibt es auch der Fashion Transparency Index, der seit 2017 von der Initiative Fashion Revolution erhoben wird. Darin wurden zuletzt 2019 die 200 größten Modeunternehmen auf ihre Transparenz in Hinblick auf Umweltverantwortung und Menschenrechte untersucht. Der Index zeigt, dass sich große Player zwar verbessern, indem sie wenigstens teilweise ihre Lieferketten offenlegen, doch dies ist noch lange nicht genug, wenn man sich den Durchschnitts-Score von 53 von möglichen 250 Punkten (= 21 Prozent) anschaut.

Die Abwanderung in Niedriglohnländer hat nicht nur Preisgründe, sondern ist teilweise strategisch gewählt. Die Entwicklung zeigt, dass Textilunternehmen immer dort hingehen, wo die politischen Bedingungen besonders instabil sind. Im Moment bewegen sich Unternehmen, beziehungsweise deren Produktionsstätten, aus Indonesien und Pakistan nach Myanmar. Instabile, schlechte Verhältnisse garantieren eine effizientere Ausbeutung der Arbeiter*innen, wie die *Zeit* treffend schreibt.⁵ Nur ein Prozent aller Textilarbeiter*innen ist gewerkschaftlich organisiert. Die Mittel, um sich aktiv gegen Ungerechtigkeiten wie unbezahlte Überstunden, verbale und sexualisierte Gewalt, Lohnkürzungen und das Beschneiden des Versammlungsrechts zu wehren, sind also begrenzt. Dabei ist das Recht auf würdige Arbeit ein universelles Menschenrecht.

Selbst Unternehmen, die es besser machen wollen, haben es schwer. Durch den ständigen Preisdruck und den Wettbewerbsgedanken in unserem kapitalistischen System entstehen für

i Der Mindestlohn

ist ein vom Staat festgesetztes Arbeitsentgelt, das einer Person für ihre Arbeit mindestens zusteht. Er unterliegt Schwankungen, ist also veränderbar und kann in manchen Ländern auch je nach Distrikt oder Provinz variieren. Soll er doch eigentlich Armut entgegenwirken und Arbeiter*innen schützen, ist der Mindestlohn in den meisten Ländern viel zu niedrig angesetzt und reicht nicht zum Leben.

Der Existenzlohn

gibt an, was drei Konsumeinheiten (zum Beispiel Näherin + Partner*in + zwei Kinder [jeweils eine halbe Konsumeinheit] oder Näherin + Eltern) zum Leben brauchen, um Nahrung, Miete, Transport, Krankenversicherung und Schulgeld bezahlen zu können sowie ein kleines Einkommen zu erhalten. Es ist der Grundlohn für eine reguläre Arbeitswoche von nicht mehr als 48 Stunden ohne Überstunden.⁶

Indien 2018 - Mindestlohn: 94 Euro, Existenzlohn: 297 Euro
Bulgarien 2018 - Mindestlohn: 204 Euro, Existenzlohn: 1112 Euro⁷

Impressum

Alle Fotografien © Lena Scherer außer S. 9 © Jesse Abrams; S. 18, 237 © Melanie Hauke; S. 25 © Charlotte Wulff; S. 26 © Karina Tess; S. 39 © Qwstion; S. 41 © Franziska Uhl; S. 43, 191, 197 © Kleiderer; S. 64 © Saheli Women; S. 65 © Greenpeace; S. 72 © Silfir/Franziskus Dornhege; S. 81 © Lanius; S. 85, 92 © Stephanie Abidi; S. 94 © Femnet, S. 95 © Daniel Shaked; S. 106 © Quang Paasch; S. 118 © Malte Vogt; S. 128 © Womon; S. 133 © Sophie Wanninger; S. 134 © Rok Trzan; S. 135 © Phyllyda; S. 136, 138 © notjustdown; S. 139 oben © Anna Spindelndreier; S. 139 unten © Esthétique; S. 143, 172, 174, 175 links, 175 rechts, 176, 177, 187 © Kings of Indigo; S. 148, 150, 151, 153 © Marc Sethi; S. 154 © Tanya Taco; S. 155 © Bassi Lichtenberg; S. 156 links © Yenis Vega; S. 156 rechts © Gabrielle Koster; S. 157 © Laura Scheppers; S. 170 © Lisa Winter; S. 178, 179, 180, 181 © Vetta; S. 186 © Joanna Catherine Schröder; S. 192 © Eric Cesla; S. 193 © ohhhmhhh; S. 206 © Grit Siwonja; S. 208 unten © Fairphone; S. 209 © Fairphone; S. 210, S. 211 © Bina Nöhr; S. 214, 215 © Margaret and Hermione.

Der Knesebeck Verlag schützt das Klima und intakte Ökosysteme durch den Druck dieses Buches beim Ökopionier gugler*, dem weltweit ersten zertifizierten Anbieter für Cradle to Cradle Certified™ Druckprodukte.

Dieses Buch enthält nur gesunde Substanzen und kann daher – anders als herkömmlich gedruckte Bücher – zu 100 % wiederverwertet werden.

Alle CO₂-Emissionen, die beim Druck dieses Buches entstanden sind, wurden zu 110 % kompensiert. In der Produktion kam ausschließlich Ökostrom zum Einsatz. Das Cradle to Cradle Certified™-Zertifikat bestätigt das.



Cradle to Cradle Certified™ Pureprint
innovated by gugler*
Gesund. Rückstandsfrei. Klimapositiv.
www.gugler.at
Bindung ausgenommen

Deutsche Originalausgabe

Copyright © 2020 von dem Knesebeck GmbH & Co. Verlag KG, München
Ein Unternehmen der Média-Participations

Text © 2020 Jana Braumüller,
Vreni Jäckle und Nina Lorenzen
Fotografien © 2020 Lena Scherer

Projektleitung: Marc Schmid und
Hans Peter Buohler, Knesebeck Verlag
Lektorat: Karin Weidlich, München
Gestaltung, Umschlaggestaltung und
Satz: Yannick Wolff, Knesebeck Verlag
Produktion und Herstellung:
Arnold & Domnick, Leipzig
Druck: Gugler, Melk

Printed in Austria

ISBN 978-3-95728-360-3

Alle Rechte vorbehalten,
auch auszugsweise.

www.knesebeck-verlag.de