

Fair produzierte Kleidung – ein schwieriges Thema

Vortrag und Podiumsdiskussion stößt auf große Resonanz

Von Babette Caesar

31. Januar 2015



Diskutierten über fair produzierte Kleidung (von links): Thomas Reischmann, Antje von Dewitz, Ulf Nürnberger, Gisela Burkhardt, Anita Schnarrenberger und Gerhard Gieseke. Foto: Babette Caesar

Ravensburg - Großen Besucherzuspruch hat die Debatte um fair produzierte Kleidung am Donnerstagabend im Schwörsaal erfahren. In einer Podiumsdiskussion bezogen fünf namhafte Ravensburger Textilanbieter Stellung.

Sich dem komplexen Thema fair produzierter Kleidung zu stellen, bedeute, dass sich alle - Hersteller, Verkäufer, Einkäufer und Wegwerfer - in Ravensburg der Verantwortung bewusst werden. Die Agendagruppe "Eine Welt" mit Sprecher Kurt Dangel, Anton Brehm und Angelika Vogler-Rieger als Leitungsteam hat in Zusammenarbeit mit dem Wirtschaftsforum und der Stadt 2014 das Rad ins Rollen gebracht.

Das Thema der sozialen Missstände in Ländern wie Bangladesch, Indien und China nahm Gisela Burkhardt in ihrem Vortrag auf. "Edle Labels, billige Mode - unmenschlich produziert" lautet der Untertitel ihres Buches "Todscheck". Fünf Fabriken waren im Hochhaus "Rana Plaza" in Dakar untergebracht, das vor knapp zwei Jahren einstürzte. 1000 Tote und 1500 Verletzte - so die traurige Bilanz. In den eingerichteten Entschädigungsfond in Höhe von 40 Millionen Dollar sei bisher nur die Hälfte eingezahlt worden. "Das ist ein Skandal", sagte Burkhardt. Es müssten gesetzliche Rahmenbedingungen geschaffen werden, dass Einkäufer haften, ihre Vorsorgepflichten wahrnehmen und sich die Einkaufs-praktiken in Richtung mehr Vertrauen und längere Lieferzeiten änderten.

Mehr Transparenz müsse her, wo das Geld bleibe. So zahle der Kunde bei der Edelmarke Hugo Boss einfach das Marketing. Die Arbeitsbedingungen für die Näherinnen in Asien blieben gleich schlecht. Sie erhalten bei Verkauf eines T-Shirts für 4,95 Euro gerade maximal drei Prozent. Rund 60 Prozent gehe an den Einzelhandel, der Rest an den Produktionsstandort.

Was können aber die Ravensburger dafür tun, dass sich diese Bedingungen ändern? "Ich wünsche mir Modemacher, die Kriterien herausgeben für Produzenten", regte Antje von Dewitz von Vaude an. Sie setzt auf Labels und deren Überprüfbarkeit. Dazu Gerhard Gieseke vom Modehaus Bredl: "Wir haben 200 Marken im Haus. Es ist für mich nicht möglich, das zu überprüfen."

Anita Schnarrenberger von der Boutique "Stil Leben" mit sozialverträglicher Naturmode beklagte den Etikettenschwindel und dass die mehr als 200 Gütesiegel für den Kunden irritierend seien. Sie machte auf den Unterschied zwischen sozial- und umweltverträglich aufmerksam. Im Prinzip gebe es nur das "Gots"-Sigel, das alles einschließe. Dem pflichtete Burkhardt bei: "Es ist eine Überwindung, sich ständig informieren zu müssen. Die beste Lösung ist, auf dem europäischen Markt nur noch dementsprechend geprüfte Ware anzubieten."

All zu oft ist aber noch von Produzenten ein "Ich glaube" oder "Kann sein" zu hören, weiß Thomas Reischmann aus eigener Erfahrung. Er wies auf den Spagat zwischen Trend und Machbarkeit hin. "Wir versuchen fair anzubieten und haben das auch schon mehrfach gemacht, was aber nur schleppend nachgefragt wurde", relativierte er. Dass Öko-Mode letztlich auch schick sein muss, damit sie gekauft wird, bewiesen Johanna Knitz und Milena Konrad aus dem Schülerrat.

"Wisst ihr, was ihr kauft?", fragte Nürnberger nach. Das Bewusstsein sei da, aber beim Kauf hätten sie in der Regel nicht darauf geachtet. Wie auch am Abend mit Kleidung von Hennes & Mauritz am Leibe. Es koste sehr viel Energie, sich zu informieren. Konkret hieße das für eine faire Zukunft: Mehr Transparenz für den Kunden, was ein Umdenken im Konsumentendenken bewirken könne, und kritisches Nachfragen seitens der Verkäufer bei den Produzenten, beispielsweise auf Modemessen.