



WEAR FAIR

*Ein Wegweiser durch
den Label-Dschungel
bei Textilien*



Herausgeberin:

Christliche Initiative Romero,
Breul 23, 48143 Münster
Tel: 02 51 / 89 503 | Fax: 02 51 / 82 541
cir@ci-romero.de | www.ci-romero.de

Redaktion:

Sandra Dusch Silva (V.i.S.d.P.),
Samuel Weber, Maik Pflaum.

Gestaltung & Illustrationen:

Marco Fischer – grafischer.com

Druck:

laserline Digitales Druckzentrum Bucec & Co.
Berlin KG, Scheringstraße 1, 13355 Berlin

© 2012

Gedruckt auf 100% Recyclingpapier



Gefördert durch:



Die Veröffentlichung wurde mit Unterstützung der Europäischen Union ermöglicht. Für den Inhalt dieser Veröffentlichung sind allein die Herausgeber/innen verantwortlich; der Inhalt kann in keiner Weise als Standpunkt der Europäischen Union angesehen werden.

Inhalt

Einführung

Label-Typ 1: Produktsiegel	5
Label-Typ 2: Textilvereinigungen	7
Unsere Kriterien	8
Die textile Kette	10

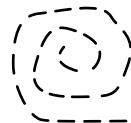
Label-Guide

# 1 Better Cotton Initiative (BCI)	14
# 2 Bio-Baumwolle C&A	16
# 3 bioRe	18
# 4 Bluesign	20
# 5 Business Social Compliance Init. (BSCI)	22
# 6 Conscious H&M	24
# 7 Cotton made in Africa (CmiA)	26
# 8 Der blaue Engel	28
# 9 Earth Positive	30
# 10 Europ. Umweltzeichen „Euroblume“	32
# 11 Ethical Trading Initiative (ETI)	34
# 12 Fair Labor Association (FLA)	36
# 13 Fair Wear Foundation (FWF)	38
# 14 FAIRTRADE certified cotton	40
# 15 Global Organic Textile Standard (GOTS)	42

# 16 Global Social Compliance Prog. (GSCP)	44
# 17 Hautsache körperverträglich	46
# 18 Hess Natur	48
# 19 IVN Best	50
# 20 Made-by	52
# 21 Naturland	54
# 22 Öko-Tex Standard 100	56
# 23 Respect-inside	58
# 24 SA 8000 / SAI	60
# 25 Soil Association	62
# 26 Textile Exchange 100	64
# 27 Track and Trace	66
# 28 Workers Rights Consortium (WRC)	68
# 29 Ww. Responsible Apparel Prod. (WRAP)	70

Service-Teil

Glossar	72
Grüne Modefirmen	75
Kooperativen	76
Grüne Modemessen	77
Blogs	78
Konsumtipps	80
Über uns	82
Bestellschein	83





WEARFAIR

Ein Wegweiser durch den Label-Dschungel bei Textilien

Immer mehr KonsumentInnen achten beim Einkauf von Textilien auf Nachhaltigkeit. Ökologisch korrekt und fair hergestellt soll die Kleidung sein, ohne Einsatz von Pestiziden oder 90 Stunden-Wochen der NäherInnen.

Doch woran erkennen wir entsprechende Textilien? Zahlreiche Siegel und Standardinitiativen sind mit dem zunehmenden Trend des ethischen Konsums ins Leben gerufen worden. Aber was verbirgt sich hinter den bunten Logos und wohlklingenden Standards?

Diese Broschüre gibt einen Überblick darüber, wofür die gängigen Produktsiegel und Standardinitiativen eigentlich stehen. Damit haben Sie beim nächsten Einkauf einen besseren Einblick in die Bedeutung der zahlreichen Anhängsel am Kleidungsstück. Gleichzeitig lernen Sie relevante Kriterien kennen und können dadurch andere (und zukünftige) Siegel und Initiativen kritisch einschätzen und hinterfragen.

Hinweis:

Farbige Querverweise im Text führen Sie zu den entsprechenden

- Label-Seiten bzw.
- Glossar-Einträgen.

Label-Typ 1: „Produktsiegel“

Firmen benutzen Produktsiegel oft als reine Marketinginstrumente. Dies entspricht aber nicht der eigentlichen Idee. Der Grundgedanke eines Produktsiegels, salopp häufig als Label bezeichnet, ist es, einem Produkt einen zusätzlichen Wert zu verleihen, der über die gesetzlichen Mindestanforderungen hinausgeht, z. B. qualitativ hochwertig, ökologisch nachhaltig oder sozial verantwortlich. Den VerbraucherInnen soll durch das Siegel eine Orientierungshilfe bei der Kaufentscheidung gegeben werden.

Die hier untersuchten Produktsiegel werden für Kleidung vergeben, die bestimmten sozialen oder ökologischen Mindeststandards genügen. Diese Mindeststandards werden durch mehr oder weniger unabhängige Instanzen vorgegeben bzw. kontrolliert. Produktsiegel können durch staatliche Stellen (► **Der Blaue Engel**), Nichtregierungsorganisationen/NROs (► **Fairtrade**) oder durch die Privatwirtschaft (► **Conscious H&M**) vergeben werden.

Leider kommt es immer wieder vor, dass ein Siegel nicht hält, was es verspricht. Oder aber es werden Versprechungen gemacht, die nicht überprüft werden. Viele KonsumentInnen halten beispielsweise den Grünen Punkt für ein relevantes Umweltzeichen. Dabei besagt er nichts anderes, als dass der Hersteller eines Produktes für die Entsorgung der Verpackung eine Gebühr entrichtet hat.



Auch sollte man sich bewusst sein, dass ein Produktsiegel nicht immer den gesamten Bereich der Produktionskette abdeckt. So gibt das Produktsiegel ► **Hautsache-Körperverträglich** lediglich Auskunft über mögliche Schadstoffe im fertigen Kleidungsstück. Eventuelle Umweltvergehen bei Anbau und Weiterverarbeitung der Baumwolle werden nicht berücksichtigt. ► **Earth Positive** hingegen garantiert die Einhaltung von Mindeststandards für die gesamte Produktionskette.

Die Kriterien, die die Glaubwürdigkeit und Qualität eines Produktsiegels bestimmen, sind:



Je näher ein Hersteller dem zertifizierenden Verband steht, umso kritischer sollte man bezüglich der gemachten Versprechen sein!

Von großer Bedeutung ist auch, dass die Kriterien, nach denen ein Siegel vergeben wird, ebenso wie die Vergabe- und Kontrollstellen für KonsumentInnen leicht nachvollziehbar sind und transparent gemacht werden.

Label-Typ 2: Textilvereinigungen

In den letzten Jahren haben sich im Textilbereich viele Vereinigungen gegründet. Sie verständigen sich auf Verhaltensregeln für die Herstellung fairer oder ökologischer Bekleidung. Dabei werden nicht einzelne Produkte zertifiziert, sondern ganze Unternehmen unterwerfen sich den Standards. Die Betriebe kommunizieren diese Mitgliedschaften, wenn sie mit kritischen Fragen zu ihrer Unternehmensverantwortung konfrontiert werden. Ein Label in der Kleidung finden KonsumentInnen selten. Die Textilvereinigungen organisieren sich entweder in brancheninternen Zusammenschlüssen oder in sogenannten ► **Multi-Stakeholder-Initiativen (MSI)**.

Brancheninterne Zusammenschlüsse haben oft den Nachteil, dass externe, unabhängige Sichtweisen nicht oder nur unzureichend berücksichtigt werden. Folglich wird bei der Festlegung von Regeln oder Kontrollmechanismen den Interessen von Unternehmen große Bedeutung beigemessen. Solche Initiativen werden deshalb oft mit ► **Greenwashing** in Verbindung gebracht (► **BSCI**).

Multi-Stakeholder-Initiativen (MSIs) hingegen sind Partnerschaften zwischen verschiedenen Interessensgruppen, die an Produktion und Konsum von Textilien beteiligt sind (z.B. Gewerkschaften, NROs und Unternehmen). Diese verständigen sich gemeinsam auf Verhaltensregeln für die Herstellung sozial verantwortlicher oder ökologischer Bekleidung. Die Einbeziehung unterschiedlichster Stakeholder fördert Lernprozesse und hilft somit die realen Bedingungen entlang der textilen Kette stetig zu verbessern (► **FWF**).

UMFASSEND FAIR – ökologisch, sozial, transparent?

Unsere Kriterien

Die untersuchten Produktsiegel und Textilvereinigungen haben wir anhand der rechts genannten Kriterien und Fragen analysiert.

Da die untersuchten Labels sehr unterschiedliche Ansätze haben, konnten nicht alle Fragen gleichermaßen beantwortet werden.



ÖKOLOGISCHE KRITERIEN

- ▶ Wie hoch ist der Anteil von Bio-Baumwolle bzw. fairer Baumwolle?
- ▶ Ist genmanipuliertes Saatgut (GMO) verboten?
- ▶ Gibt es eine ressourcenschonende Produktion?
- ▶ Gibt es Vorgaben zur Nutzung von Agrarchemikalien und zum Umgang mit Schadstoffen?
- ▶ Wie finden die Kontrollen sowie die Umsetzung von ökologischen Standardbestimmungen statt?



SOZIALE KRITERIEN

- ▶ Berücksichtigt der Kodex die **ILO-Kernarbeitsnormen**? Werden existenzsichernde Löhne gefordert?
- ▶ Gibt es Aus- und Weiterbildungsangebote für das Management und die ArbeiterInnen (Trainings/ Capacity Building)?
- ▶ Gibt es ein **internes Monitoring/Zertifizierung**?
- ▶ Gibt es unabhängige, lokale Beschwerdestellen für ArbeiterInnen?
- ▶ Werden Managementsystem-Audits bei den jeweiligen Mitgliedsunternehmen durchgeführt, und werden diese regelmäßig überprüft?
- ▶ Findet eine externe Verifizierung durch **Multi-Stakeholder-Initiative (MSI)** unter Einbeziehung lokaler Akteure statt?



TRANSPARENZ

- ▶ Sind die sozialen und ökologischen Kriterien sowie das Überprüfungsverfahren und die Ergebnisse öffentlich in einer verständlichen Form publiziert?
- ▶ Ist die Herkunft des Endprodukts entlang der textilen Kette nachvollziehbar (traceable)?
- ▶ Gibt es ein Label an den Kleidungsstücken?

LÜCKENLOS FAIR von der Rohfaser bis zur Einkaufsstüte?

Die textile Kette

Nicht alle Produktsiegel und Textilvereinigungen beachten den gesamten Produktionsprozess. Manche beziehen sich ausschließlich auf einzelne Stationen der textilen Kette oder legen beispielsweise Schwerpunkte bei der Rohfaser-Herstellung oder der Verarbeitung. Durch die rechts oben stehenden Symbole kennzeichnen wir die jeweilige Schwerpunktsetzung des Labels.



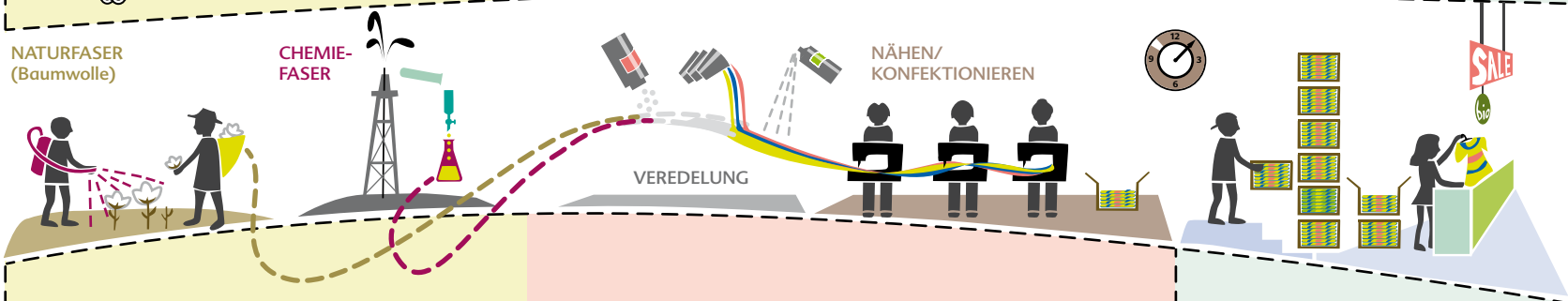
Rohfaser-Herstellung



Verarbeitung



Endprodukt



PROBLEME:

- Einsatz von genmanipuliertem Saatgut, Agrarchemikalien, gesundheitsgefährdende Arbeitsbedingungen
- Einsatz von Öl und Chemikalien, Gesundheits- und Umweltbelastung

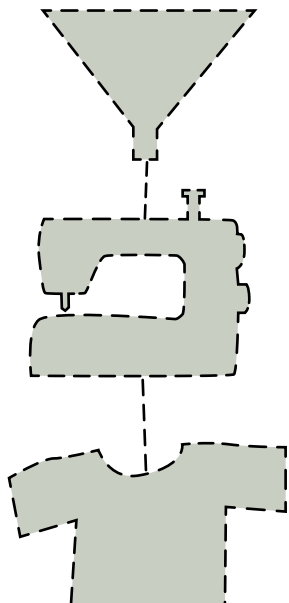
PROBLEME:

- Bleichen, Färben, Imprägnieren mit teils gefährlichen Chemikalien, die zu Gesundheits- und Umweltbelastungen führen
- Lange Arbeitszeiten, Hungerlöhne, beeinträchtigte Gesundheit und Sicherheit

PROBLEME:

- Schadstoffe im Endprodukt
- Greenwashing

Anmerkung zur textilen Kette



Durch die Vielfalt der Fertigungsschritte muss die Produktion von „korrekten Klamotten“ umfassend kontrolliert werden. Lassen sich ökologische Kriterien durch Produkttest oder Vor-Ort-Kontrollen (z.B. zum Einsatz von Chemikalien) noch leicht prüfen, ist es bei sozialen Kriterien ungleich schwieriger. Eine Fabrik kann anlässlich eines Kontrollbesuchs schnell aufgeräumt werden, sich kritisch äussernde ArbeiterInnen werden eingeschüchtert oder nach Hause geschickt. Arbeitszeitkonten und Lohnlisten sind leicht zu fälschen und alleine die Notwendigkeit eines Dolmetschers zwischen ArbeiterInnen und dem internationalen Inspekteur ermöglicht viele Manipulationsmöglichkeiten. Daher ist es elementar, dass lokale Organisationen und unabhängige ArbeitnehmerInnenvertretungen involviert sind. Zudem ist Kontrolle nur ein erster, kleiner Schritt. Denn wenn Mängel festgestellt werden, muss auch Abhilfe geschaffen werden, was nicht selten auf einem ganz anderen Blatt steht (► [Korrekturmaßnahmen](#)).



Fazit

Im vorliegenden Vergleich zeigt sich, dass gute Arbeitsbedingungen in den Textilfabriken über die Mitgliedschaft bei der ► [Fair Wear Foundation \(FWF\)](#) am besten angestrebt werden. Das firmenunabhängige Siegel ► [IVN Best](#) garantiert international den höchsten ökologischen Standard über die gesamte Produktionskette.

Hinweis zum nachfolgenden Labelguide:

Die Darstellungen basieren zum Großteil auf öffentlich zugänglichen Informationen, den Rückmeldungen der Textilvereinigungen und Siegelinitiativen sowie dem Input und der Einschätzung von ExpertInnen im Themenfeld. Die Übersicht erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Wir danken allen, die mit ihrem Input den Labelguide vervollständigt haben.



COTTON MADE IN AFRICA (CMIA)

cottonmadeinafrica.org

Die Initiative Cotton made in Africa wurde 2005 unter der Trägerorganisation Aid by Trade Foundation von Michael Otto (Otto Group) gegründet. Partner sind die Deutsche Investitions- und Entwicklungsgesellschaft (DEG) und die Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) sowie die Organisationen WWF und Welthungerhilfe. Partner sind u.a. Otto Group, Puma, Rewe Group, S. Oliver und Tchibo.



ÖKOLOGISCHE KRITERIEN

- ▶ Keine Vorgaben für Anteil von Bio-Baumwolle, sondern konventioneller kleinbäuerlicher Baumwollanbau, keine Plantagen.
- ▶ Verbot von genmanipuliertem Saatgut (GMO).
- ▶ Ressourcenschonende Produktion: Verbot der Bewässerung, Anbau nur mit Regenwasser, Bestellung der Felder in Fruchtfolge.
- ▶ Reduktion von Agrarchemikalien/Pestiziden (Ausschluss der Substanzen gemäß WHOI, spezifizieren, ab 2013).



SOZIALE KRITERIEN

- ▶ ILO Kernarbeitsnormen nur für die Entkörnungsbetriebe, aber nicht beim Baumwollanbau. Es gibt Preisaufschläge sowie die Absicherung der Rechte der Bauern im Verhältnis zu den Baumwollgesellschaften.
- ▶ Geschlechterrelevante Schulungen zur Stärkung von KleinbäuerInnen. Landwirtschaftliche Schulungen für KleinbäuerInnen.
- ▶ Externe Verifizierung der Baumwollgesellschaften und KleinbäuerInnen alle zwei Jahre durch unabhängige Verifizierungsunternehmen, jährliche Selbstprüfung. Textileinzelhändler zahlen eine Prämie an die Stiftung, die unter anderem für die Verifizierung in den CMIA-Baumwollregionen in Afrika investiert wird.



TRANSPARENZ

- ▶ Veröffentlichung des zusammengefassten Verifizierungsberichtes, Verifizierungskriterien, Verifizierungsprozess sowie Nennung der Verifizierungsorganisationen.
- ▶ Die Herkunft des Endprodukts ist nicht nachvollziehbar.
- ▶ Es gibt ein Label an den Kleidungsstücken.



Kommentar

Die Baumwollproduktion gemäß CMiA-Standard stellt eine Verbesserung zum konventionellen Anbau dar. Es handelt sich jedoch nicht um Bio-Landbau. Der Einsatz von Pestiziden ist erlaubt. Im Rahmen einer unabhängigen Verifizierung wird überprüft, ob die KleinbäuerInnen und die Baumwollgesellschaften die Richtlinien von CMiA einhalten. Die Verifizierungsreporte sind öffentlich zugänglich.



FAIR WEAR FOUNDATION (FWF)

fairwear.org

Die Fair Wear Foundation (FWF) ist eine unabhängige Non-Profit Organisation, die mit Unternehmen und Herstellern zusammenarbeitet, um die Bedingungen für Beschäftigte in der Bekleidungsindustrie zu verbessern. Die FWF wurde 1999 durch VertreterInnen von Wirtschafts-, Handelsverbänden und NROs gegründet. Die 80 Mitglieds-Unternehmen repräsentieren 120 Marken, darunter Takko, Jack Wolfskin, Switcher, Vaude, hempage, Hess Natur. Für Designer und kleine Mode- und Bekleidungsunternehmen läuft derzeit ein Pilotprojekt, aber deren kollektive Mitgliedschaft Clean & Unique existiert nicht mehr.



ÖKOLOGISCHE KRITERIEN

- Ökologischen Kriterien stehen nicht im Fokus.



SOZIALE KRITERIEN

- ILO-Kernarbeitsnormen, existenzsichernde Löhne.
- Schulungen für Management und ArbeiterInnen.
- Es gibt ein internes Monitoring und unabhängige lokale Beschwerdestellen für ArbeiterInnen. Der Umfang der internen Kontrolle ist gestaffelt: 40 % der Zulieferer müssen im ersten Jahr nach Beitritt kontrolliert werden, 60 % im zweiten und 90 % im dritten Jahr. FWF bildet lokale Audit-Teams aus und integriert lokale Akteure beim Audit sowie bei den Korrekturmaßnahmen.
- Managementsysteme der jeweiligen Mitgliedsunternehmen werden jährlich überprüft, um die Umsetzbarkeit des FWF-Verhaltenskodex in den Zuliefererbetrieben einschätzen zu können (Brand Performance Check). Es gibt hier die Kategorien A-D.

- In drei Jahren führt die FWF eine externe und unabhängige Kontrolle (Verifizierung) der Umsetzung der Arbeitsbedingungen in 10 Prozent der Zulieferfabriken durch. Die Mitgliedsunternehmen sind für das Monitoring zuständig, die FWF für die Verifizierung, die durch Teams der FWF durchgeführt wird. Die Kosten für die Verifizierung werden aus der Summe der Mitgliedsbeiträge bezahlt.



TRANSPARENZ

- Mitglieder müssen Arbeitspläne vorlegen und Jahresberichte veröffentlichen und der FWF eine Liste der Zulieferer zukommen lassen. Die FWF gibt jährliche Verifizierungsberichte und Infoblätter heraus. Veröffentlicht werden folgende Angaben: Name und Marke des Unternehmens, Anzahl und Herkunft der Zulieferer des Unternehmens und Anzahl der durch die FWF extern überprüften Zulieferer.
- Die Herkunft des Endprodukts ist nicht nachvollziehbar.
- Es gibt ein Label an den Kleidungsstücken, wenn das Unternehmen länger als ein Jahr FWF-Mitglied ist und bei dem Brand Performance Check in die beste Kategorie („A“) eingestuft wurde.

Kommentar Durch die FWF wird eine Verbesserung der sozialen Bedingungen in den Nähfabriken sowie bei den Subunternehmen und Lieferanten erzielt. Die FWF weist damit die höchsten sozialen Standards in der Konfektionierung auf und gilt hier als Best Practice Beispiel Nummer 1 im Bereich Soziales. Hervorzuheben bei der FWF ist die enge Zusammenarbeit mit lokalen Organisationen bei der Verifizierung sowie die Überprüfung der Einkaufspraktiken der Unternehmen durch den Brand Performance Check. Durch die Veröffentlichung umfangreicher Daten wird Transparenz angestrebt. Das Label an den Kleidungsstücken kann jedoch zu Verwirrung führen, da es auch Produkte kennzeichnet, die aus Nähfabriken stammen, die bisher nicht den hohen sozialen Standards der FWF entsprechen. Es spiegelt nicht hinreichend die prozessorientierte Methode der FWF und den damit einhergehenden Lernprozess der Unternehmen wider.



Christliche Initiative Romero



Sich gegen Ungerechtigkeitsverhältnisse einzusetzen, ist seit 1981 die Motivation der Christlichen Initiative Romero (CIR). Während es in den 1980er Jahren um ein Ende der Bürgerkriege in Ländern Mittelamerikas ging, steht heute unter anderem der Kampf gegen die unwürdigen Arbeitsbedingungen von Frauen und Männern im Vordergrund, die in Fabriken für den globalen Markt Bekleidung fertigen. In zahlreichen Netzwerken verleiht die Christliche Initiative Romero den Opfern der Globalisierungsfolgen eine Stimme. Sie informiert über prekäre Arbeitsverhältnisse, konkrete Arbeitsrechtsverletzungen und Ausbeutung.

Um die globalen Verhältnisse langfristig zum Besseren zu verändern, braucht es einen starken Süden. Deswegen unterstützt die CIR PartnerInnenorganisationen in Mittelamerika. Dank enger Kontakte zu Frauen- und Menschenrechtsorganisationen in Mittelamerika kann die CIR den Lügen und Ausflüchten der Konzerne Paroli bieten.

Weitere Informationen unter www.ci-romero.de

Das Projekt WearFair



WearFair ist eine europaweite Initiative, die eng mit PartnerInnen im globalen Süden zusammenarbeitet.

Im Rahmen dieses durch die EU-finanzierten Projekts berät die CIR KonsumentInnen, Kommunen/Gemeinden sowie Klein- und Mittelbetriebe (KMUs) zum Thema soziale und ökologische Mode. Ziel ist die Sensibilisierung für die Missstände in der globalen Bekleidungsindustrie und das Aufzeigen von Alternativen. WearFair versteht sich als Plattform für den Austausch innovativer Ansätze und die Vernetzung von ExpertInnen und allen Interessierten.

Materialien zum Thema

	Preis*	Anz.
Broschüre WEARFAIR (vorliegend)	1,- €	<input type="checkbox"/>
Infopaket Kampagne für Saubere Kleidung	gratis*	<input type="checkbox"/>
Infopaket Ethischer Konsum	gratis*	<input type="checkbox"/>
Infopaket Saubere Kirchengemeinde	gratis*	<input type="checkbox"/>
Infopaket Öffentliche Beschaffung	gratis*	<input type="checkbox"/>
Persiflage Aldi informiert	gratis*	<input type="checkbox"/>
Persiflage KIK informiert	gratis*	<input type="checkbox"/>
Werkmappe Todschicke Kleidung – zu welchem Preis?	5,- €	<input type="checkbox"/>
Studie Im Visier: Discounter	5,- €	<input type="checkbox"/>

* Alle Bestellungen gegen Porto zzgl. Versandkostenpauschale.

Name

Adresse

Datum, Unterschrift

E-Mail

Bitte schicken Sie mir den E-Mail-Newsletter der CIR zu.

Bestellschein



Bestellungen an:

**Christliche Initiative
Romero e.V.
Breul 23
48143 Münster**

Tel: 02 51 / 89 503 ci@ci-romero.de

Fax: 02 51 / 82 541 www.ci-romero.de

