

Konsum am Beispiel Jeans

Es gibt viele Gründe, etwas zu kaufen. Jeder und jede braucht Kleidung, Schuhe und Nahrung. Aber es gibt noch viele andere Beweggründe einkaufen zu gehen: Mit Konsum können wir uns selbst belohnen, verwöhnen, trösten oder unterhalten. Und Shopping ist eben mehr als nur der Erwerb von Waren. Über die Produkte, die wir kaufen und benutzen, kommunizieren wir mit unserer sozialen Umwelt. Wir sagen symbolisch etwas über uns aus. Zum Beispiel über Nähe und Distanz zum Mainstream, unsere Zugehörigkeit zu bestimmten Gruppen und Kulturen und damit auch über unsere politischen und sozialen Einstellungen.

Wenn uns die symbolische Ebene nicht reicht, bietet Konsum auch durchaus konkrete politische Handlungsmöglichkeiten. Bewusst getroffene Kaufentscheidungen für oder gegen eine bestimmte Marke oder ein bestimmtes Herkunftsland oder das Engagement in Protestbewegungen wie der Clean Clothes Kampagne können – so meinen Viele – Veränderungen bewirken. Viele Konzerne reagieren sehr sensibel auf Kritik der Konsumentinnen und Konsumenten. Einige haben sich bereits betriebsinterne Verhaltensregeln auferlegt und wollen Verstöße gegen Menschenrechte und Schädigung der Umwelt in ihrem Bereich unterbinden. Das ist zumindest ein erster Schritt.

Ziele:

- Kritische Hinterfragung der Globalisierung im Zusammenhang mit unserem Konsumverhalten anhand des Produkts Jeans
- Auseinandersetzung mit dem eigenen Konsumverhalten am Beispiel „Mode“
- Erkennen woher unsere Kleidung kommt
- Einblicke in die globalisierte Arbeitsteilung am Beispiel der Jeans gewinnen
- Kritische Auseinandersetzung mit Aspekten der Produktion (Rohstoff Baumwolle und Umwelt, Arbeitsbedingungen, etc.)
- Entwicklung möglicher Handlungsansätze

Dauer:

- Eigenes Konsumverhalten am Beispiel Mode: 90 – 120 Minuten
- Made in: 20 – 30 Minuten
- Die Weltreise deiner Jeans: 45 – 60 Minuten
- „The Fashion World Game“: mind. 45 – 60 Minuten
- Film: „Saubere Ernte – Mavuni Safi“ (52 Minuten): 60 Minuten
- Handlungsansätze und Alternativen: 15 – 20 Minuten

Anzahl: 10 – 30 TN/innen

Alter: 12 – 14 Jahre

Material:

- Jugendzeitschriften (entweder selbst besorgen oder die Jugendlichen bitten welche mitzubringen)
- Papier, Stifte, Flipchart
- Weltkarte, Stecknadeln, Schnüre (um den Weg sichtbar zu machen)
- Arbeitsblatt: „Die Weltreise meiner Jeans“ (Anhang 1)
- Arbeitsblatt „Weltkarte“ (Anhang 2)
- Shopping-Guide der Clean-Clothes-Kampagen (soziale und umweltverträgliche Produktion von Textilien uvm.); (Anhang 3)
nähere Informationen unter: www.cleanclothes.at/
- DVD „King Cotton“ - Film: „Saubere Ernte – Mavuni Safi“
(DVD ist bei BAOBAB und in allen Verbundstellen in den Bundesländern entlehnbar, siehe www.baobab.at, Bibliothek)

Raum: genügend Platz

Anleitung:

1. Schritt: Auseinandersetzung mit dem eigenen Konsumverhalten

Die folgende gruppendedynamische Diskussionsanregung bietet die Möglichkeit, in die Mode-Materie einzusteigen und dabei ganz flexibel auf die Ansichten und Interessen der Jugendlichen einzugehen.

Zur Orientierung sollte am Beginn ganz grob angegeben werden, worum es geht. Danach werden die mitgebrachten Fotos ausgelegt, sie dienen als Impuls bzw. als Eyecatcher. Nun sollen die Jugendlichen die Bilder in Ruhe betrachten und einige auswählen, die sie persönlich besonders ansprechen (im negativen wie im positiven Sinn). Alle anderen Fotos werden weggeräumt.

Im nächsten Schritt teilen sich die Jugendlichen in Kleingruppen (3 – 5 Personen) auf. Jede Person nimmt sich die ausgewählten Fotos mit in die Kleingruppe. Innerhalb der Kleingruppen wird ein/e Diskussionsleiter/in, ein/e Schriftführer/in und jemand, der/die präsentiert, bestimmt. Anhand der Fotos und vor allem anhand des eigenen Zugangs zu Kleidung werden nun verschiedene Aspekte des Themas beleuchtet und Argumente gesammelt.

Folgende Fragen dienen der Unterstützung:

- Welche Funktionen erfüllt die Kleidung?
 - sie schützt vor Wind und Wetter, Hitze und Kälte - und vor Blicken
 - mit ausgefallener Kleidung kann man ganz besonders auffallen
 - man kann auch gar nicht auffallen, sich quasi tarnen
 - mit Kleidung kann man seine Attraktivität erhöhen /vermindern
 - einige Menschen wollen damit zeigen, dass sie viel Geld haben
 - ...
- Was für Dresscodes gibt es? Und wo gelten sie?
 - es gibt Dresscodes aufgrund von sozialen Konventionen
 - sie dienen vielen zur individuellen Selbstdarstellung
 - es gibt sie im Arbeitsleben: z.B. Anzug und Krawatte fürs Büro
 - Was gilt in der Schule?
 - Worauf achten die Türsteher am Disco-Eingang?
 - ...
- Für welche Einstellung steht welcher Kleidungsstil?
 - Wer gibt mit seiner Kleidung welche Zeichen?
 - über Kleidung werden Meinungen geäußert (Aufdrucke, Buttons)
 - charakteristische Kleidungsstile bei Anhängern bestimmter Musikrichtungen (z.B. Hip-Hop-Style, Metal-Mähne)
 - die Punk-Szene drückt über ihre Kleidung viel aus
 - Kann auch Nacktheit als Aussage verstanden werden?
 - ...
- Warum sind Marken eigentlich so wichtig?
 - Gruppenzugehörigkeit
 - Stil beweisen
 - Markenzwang
 - Ausgrenzung

Der/die Schriftführer/in schreibt die spontanen Ideen und Geistesblitze stichwortartig mit. Im Anschluss an die Diskussion wird mit den wichtigsten Ergebnissen der Diskussion, die in der Gruppe einen Konsens finden, und den passenden Fotos ein Plakat erstellt.

Zum Abschluss des 1. Schrittes werden die Ergebnisse der einzelnen Gruppen präsentiert. Falls sich dabei ein besonders interessanter, wichtiger oder kontroverser Aspekt ergibt, sollte dieser noch im Plenum diskutiert werden.

2. Schritt: Made in

Die Jugendlichen sollen sich mit einem/r Partner/in auf die Suche nach der Herkunft der eigenen Kleidung machen. Jedes Kleidungsstück, das an diesem Tag getragen wird, wird untersucht. Auf den Etiketten im Inneren der Kleidungsstücke muss angegeben werden, woher das Kleidungsstück kommt. Sogar bei den Schuhen kann man die Herkunft meist eruieren.

So ganz stimmt das aber nicht, denn wenn am Etikett steht „Made in India“ oder „Made in Austria“ heißt das lediglich, dass die Endfertigung in diesem Land stattgefunden hat. Die einzelnen Verarbeitungsschritte von der Pflanzung der Baumwolle über das Spinnen der Fäden, das Schneiden der einzelnen Teile bis zur Endfertigung wurden an den verschiedensten Orten dieser Welt durchgeführt. Den Weg der Jeans lernen wir im nächsten Schritt noch kennen.

Nachdem nun alle die Kleidungsstücke untersucht haben, wird auf einer Weltkarte mit Stecknadeln sichtbar gemacht, woher die Kleidungsstücke gekommen sind.

3. Schritt: Die Weltreise deiner Jeans

Am Beispiel einer Jeans sollen den Jugendlichen die einzelnen Schritte, die bei der Produktion durchlaufen werden, aber auch wie viele Kilometer die Jeans dabei zurücklegt, gezeigt werden. Die globalisierte Arbeitsteilung wird anhand dieses Beispiels für die Jugendlichen nachvollziehbar gemacht.

Die Jugendlichen lesen das Arbeitsblatt durch und zeichnen den Weg der Jeans auf der Weltkarte ein.

Im Anschluss daran finden sie sich in Kleingruppen zusammen und versuchen mittels „Ideensammlung“ die Frage in Bezug auf die Kosten zu beantworten.

Als Abschluss der „Weltreise der Jeans“ dienen ein Zusammenführen der Ergebnisse aus den Arbeitsgruppen und eine kurze gemeinsame Reflexion. Das Augenmerk sollte dabei auf das, was „besonders“ und was „neu“ für die Jugendlichen war, gelegt werden.

4. Schritt: Film: „Saubere Ernte – Mavuni Safi“

Der Film „Saubere Ernte – Mavuni Safi“ führt in zwei Baumwolldörfer in Ostafrika. Während die einen auf die Industrialisierung des Baumwollanbaus mit teuren Maschinen und Chemie setzen, versuchen es die anderen mit dem ökologischen Anbau von Baumwolle. Der Film stellt den Anbau von Biobaumwolle als möglichen neuen Wirtschaftssektor, der mehr Gerechtigkeit für die Bauern und Bäuerinnen im Süden und den Schutz der Umwelt bietet, vor.

Zum Schluss ist es wichtig, den Film kurz nach zu besprechen.

5. Schritt: Handlungsansätze und Alternativen

Beim fünften und letzten Schritt geht es darum mittels Brainstorming, aus all dem Gehörten und Erfahrenen gemeinsam Handlungsansätze und Alternativen anzudenken. Hintergrundinformationen dazu entnehmen Sie der DVD King Cotton oder den Materialien aus der Literaturliste.

Die Weltreise meiner Jeans

Schließe einmal kurz die Augen.....

und lasse den Entstehungsweg deiner Lieblingsjeans an dir vorbeiziehen:

In **Indien** fängt alles an. Die Baumwolle wird in riesigen Monokulturen angebaut und geerntet. Von dort geht die Reise in die **Türkei**. In einer Spinnerei wird aus der Baumwolle Garn gesponnen, der dann in einer Weberei in **Taiwan** zu Jeansstoff gewebt wird. Anschließend wird der fertige Stoff in **Tunesien** mit den Farben aus **Polen** eingefärbt und in **Bulgarien** veredelt, d.h. weich und knitterarm gemacht. Mit dem Schnittmuster aus **Österreich**, das elektronisch in die Fabrik auf den Philippinen übermittelt wird, und den Waschanleitungen aus **Frankreich**, sowie den Nieten und Knöpfen aus **Italien** wird dann auf den **Philippinen** die Jeans zusammengenäht. In **Griechenland** angekommen erhalten die Jeans ihren letzten Schliff. Sie werden zusammen mit Bimssteinen aus der **Türkei** gewaschen um den gewünschten „Stone-washed-Effekt“ zu bekommen. Bis die Jeans dann endlich in **Österreich** ankommt, wo sie in einer der Jeansläden zum Verkauf angeboten wird, hat sie bereits über **56.000 km** zurückgelegt.

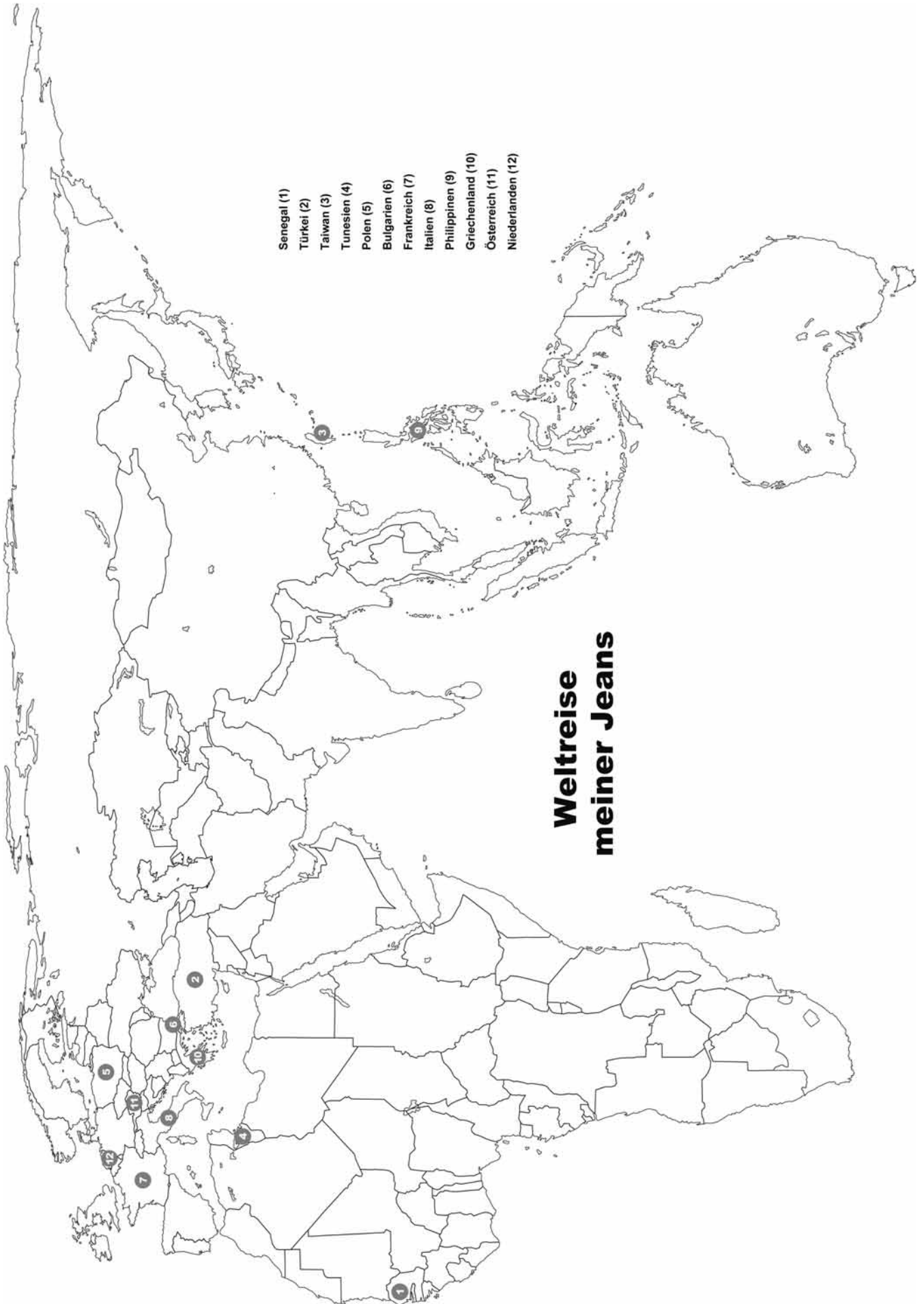
Wahnsinn? Ja, aber mit Methode. Denn der Kreis dieses „Spiels“ schließt sich, wenn die abgetragene Jeans bei einem Altkleidercontainer in Österreich abgegeben und in die **Niederlande** transportiert wird. Von dort gelangt sie mittels Schiff nach **Senegal**. Durch den Verkauf der Altkleider am Markt in Senegal wird schließlich die traditionelle heimische Textilproduktion zerstört.

Aufgabe

Durch die weltweite Aufteilung der Arbeit in der Jeansproduktion und die vielen Kilometer, die bei dieser Produktion zurückgelegt werden, wird gut sichtbar, wie Globalisierung jeden von uns persönlich betrifft!

Dabei stellt sich noch die Frage: „Wie kann es sein, dass Kleidung, die in den verschiedensten Ländern der Erde produziert und kreuz und quer über den Kontinent transportiert wird, bei uns so billig zu kaufen ist?“

- Zeichne den Weg deiner Lieblingsjeans in die Weltkarte ein. Du musst dabei erst die Namen der beteiligten Länder eintragen und die Länder im Anschluss daran miteinander verbinden.
- Danach überlegt gemeinsam (in der Kleingruppe), wo auf dieser langen Reise welche Kosten anfallen und warum die Jeans bei uns so billig ist. Schreibt auf ein Plakat auf, was euch spontan dazu einfällt und diskutiert danach die einzelnen Punkte.



- Senegal (1)
- Türkei (2)
- Taiwan (3)
- Tunesien (4)
- Polen (5)
- Bulgarien (6)
- Frankreich (7)
- Italien (8)
- Philippinen (9)
- Griechenland (10)
- Österreich (11)
- Niederlanden (12)

Weltreise meiner Jeans

Shopping-Guide

Einkaufen soll Spaß machen und nicht stressig sein, auch wenn man keine ausbeuterischen Arbeitsbedingungen unterstützen möchte. Der Shopping-Guide ist ein kurzer Leitfaden, wie man sein Einkaufserlebnis gleichzeitig zur Förderung von fairen Arbeitsbedingungen nutzen kann und führt Tipps und Beispiele an, worauf man beim Einkauf achten soll.

Um als kritische KonsumentIn Veränderungen bewirken zu können, empfehlen wir folgende Vorgangsweise:

- Wunsch nach fair produzierter Kleidung in den Geschäften äußern (z.B. vorgedruckten [Shop-Karten](#) im Geschäft abgeben)
- Beim Kauf auf [Gütesiegel](#) achten
- Unternehmen bevorzugen, die Mitglied bei einer unabhängigen [Überprüfungsorganisation](#) sind
- [Ethik-Tests](#) in die Kaufentscheidung mit einbeziehen

Aktuelle Informationen zum kritischen Konsum finden Sie auch unter:
<http://marktcheck.greenpeace.at>

Gütesiegel

Soziale Gütesiegel geben Aufschluss darüber, ob und inwieweit ein Produkt bzw. ein Unternehmen soziale Mindeststandards einhält.

Gütesiegel können für einzelne Produkte, Produktreihen, aber auch für ganze Unternehmen vergeben werden. Letzteres ist beispielsweise bei dem Gütesiegel Labelstep der Fall.

Es muss grundsätzlich zwischen unternehmenseigenen (z.B. Lamu Lamu) und unabhängigen bzw. auf Initiative von NGOs oder unter deren Beteiligung entstandenen Siegeln (z.B. Naturtextil Best) unterschieden werden. Unabhängige Gütesiegel werden durch Zertifizierungsorganisationen vergeben. Kriterien für die Zertifizierung sind vor allem Kinderarbeit, Lohnhöhe und Arbeitsstandards.

Gütesiegel können auf dem Produkt selbst oder auf der Verpackung angebracht werden. Vor allem bei Gütesiegeln, die für ganze Unternehmen vergeben werden, werden die Siegel z.B. auch an der Verkaufsstelle, in Werbematerialien oder auf Briefköpfen verwendet.



Fairtrade / Transfair:

Ausgebende Stelle: Fair Trade Labelling Organisation
Kontrollstelle: FLOCert

Voraussetzung für dieses Gütesiegel ist, dass das jeweilige Produkt den internationalen FAIRTRADE - Standards entspricht. Diese sind soziale, aber auch ökologische Kriterien.

Bezugsquellen im Textilbereich sind:

- Weltläden (wo u.a. das Label "Göttin des Glücks" zu finden ist)
- La Redoute
- REITER Betten und Vorhänge
- Jack&Jones (die Kollektion JJ ECO)
- Fürnkranz, Tlapa und Peek&Cloppenburg (Gardeur Denimjeans)
- REITER Betten und Vorhänge, Neckermann Versand, Kika und Leiner (Jules Clarysse Frottiertücher, Badematten und Geschirrtücher)
- Interspar (Frottierwaren, als auch Steppbetten und Pölster der Marke Jorck&Larsen)

Für mehr Informationen über das Unternehmen und Produkte besuchen Sie die Homepage www.fairtrade.at



NATÜRLICH FAIR

EZA:

Zur Herstellung der Produkte wird Baumwolle aus ökologischem Anbau verwendet. Bei der Verarbeitung der Baumwolle gelten die Grundsätze des fairen Handels wie u.a. Verbot der Kinderarbeit und menschenwürdige Arbeitsbedingungen. Näheres unter www.eza.cc oder unter Tel: +43 (0)6216-20200-0.



BioRe:

Ausgebende Stelle: REMEI AG
Kontrollstelle: SGS

Neben der Einhaltung ökologischer Kriterien steht dieses Gütesiegel für die Einhaltung bestimmter Sozialstandards wie das Verbot der Kinder- und Zwangsarbeit, gesundes und sicheres Arbeitsumfeld, keine Diskriminierung, regulierte Arbeitszeiten, Mindestlöhne und gesetzlich vorgesehene soziale Beiträge. Mehr unter www.biore.ch



Naturtextil Best:

Ausgebende Stelle: Internationaler Verband der Naturtextilwirtschaft
Kontrollstelle: IMO (Institut für Marktökologie), CH-Sulgen,eco-Umweltinstitut

Im Gegensatz zu Naturtextil Better gelten für Naturtextil Best auf der Stufe der Textilverarbeitung bestimmte Sozialkriterien. Diese sind u.a. das Verbot der Zwangs- und Sklavenarbeit, Verbot der Kinderarbeit, sichere Arbeitsstätte, Recht zur Gewerkschaftsgründung bzw. zu deren Beitritt. Nähere Informationen unter www.naturtextil.com



ÖkoTex 1000:

Ausgebende Stelle: Österreichisches Textil- Forschungsinstitut ÖTI (www.oeti.at)

Kontrollstelle: Österreichisches Textil- Forschungsinstitut ÖTI (www.oeti.at)

Im Unterschied zu ÖkoTex 100 müssen bei diesem Gütesiegel neben den ökologischen Voraussetzungen auch soziale Kriterien erfüllt sein, wie z.B. Mindestlohnansforderungen und das Verbot der Kinderarbeit. Auf www.oeko-tex1000.com erhalten Sie nähere Informationen.



Ecoproof:

Ausgebende Stelle: TÜV Rheinland Sicherheit und Umweltschutz GmbH

Kontrollstelle: TÜV Rheinland Sicherheit und Umweltschutz GmbH

Neben der Einhaltung der ökologischen Kriterien, ist Voraussetzung, dass soziale Standards, wie z.B. das Verbot der Kinderarbeit, und die Richtlinien der ILO (International Labour Organization) eingehalten werden.



Lamu Lamu:

Ausgebende Stelle: Landjugendverlag GmbH

Kontrollstelle: IVN-Kontrolleure

Diese Eigenmarke steht für ökologisch erzeugte und fair gehandelte Textilien, wobei die Kriterien des IVN Naturtextil (siehe Naturtextil Best) gelten. Aus dem Verkauf fließt ein bestimmter Betrag in einen Sozialfond, der von den ArbeiterInnen der Produktionsfirma verwaltet wird. Näheres unter www.lamulamu.de



Rugmark:

Ausgebende Stelle: Rugmark Initiative

Kontrollstelle: Unabhängige Kontrolloren vor Ort, Report an Rugmark

Dieses Siegel signalisiert, dass Teppiche ohne Kinderarbeit hergestellt wurden und dass Erwachsene den gesetzlich vorgeschriebenen Mindestlohn erhalten. Wichtigste Bezugsadressen für RUGMARK-Teppiche sind die Versandhäuser, vor allem Otto-Versand, Heine, Neckermann, Quelle, Bauer und Bader. Weitere Adressen und nähere Informationen erhalten Sie unter www.rugmark.de bzw. www.rugmark.org



Labelstep:

Ausgebende Stelle: Stiftung STEP

Kontrollstelle: Unabhängige Kontrolleure vor Ort, Report an STEP

Mit diesem Siegel werden Import- und Handelsunternehmen ausgezeichnet, wenn diese beim Einkauf ihrer Produkte den Verhaltenskodex von Labelstep einhalten. In diesem Kodex werden u.a. das Verbot der Kinderarbeit, faire Löhne, menschenwürdige Arbeitsbedingungen als auch ökologische Herstellungsverfahren, festgehalten. In ganz Österreich gibt es 40 Verkaufsstellen - wo erfahren Sie unter www.label-step.org bzw. unter Tel. 0699/105 68 230.

Unabhängige Überprüfungsorganisationen

Seit Anfang der 90er Jahre, vor allem in der Bekleidungs- und Sportartikelindustrie, Verhaltenskodizes eingeführt wurden, schließen sich diesem Trend immer mehr Unternehmen an. Dass Unternehmen Kodizes unterliegen bedeutet noch nicht, dass ihre Produkte zu 100% fair sind, doch wird die Einhaltung der Verhaltenskodizes durch unabhängige Überprüfungsorganisationen, wie der Fair Wear Foundation, der Ethical Trading Initiative und der Fair Labour Association, kontrolliert und geprüft.

Im Jahr 2001 wurden 37 Verhaltenskodizes gezählt, die sich auf die Textil- und Bekleidungsbranche beziehen, wobei darunter neben Initiativen von Interessengruppen auch jene Kodizes fallen, die die einzelnen Unternehmen für sich aufgestellt haben.

Verhaltenskodizes (Codes of Conduct) sind schriftlich niedergelegte Richtlinien, die als Grundlage für das Verhalten transnationaler Konzerne gegenüber ihren Belegschaften, staatlichen Behörden und der Umwelt dienen sollen, und zwar dort, wo das Unternehmen Geschäftsbeziehungen unterhält. Nach der OECD wird der Begriff „Verhaltenskodex“ sehr allgemein definiert als „von Unternehmen, Verbänden oder anderen juristischen Personen freiwillig eingegangene Verpflichtungen, in denen Standards und Grundsätze für die Durchführung von geschäftlichen Aktivitäten im Markt festgeschrieben sind.“

Fair Wear Foundation (FWF)

1999 wurde in den Niederlanden die [Fair-Wear-Foundation](#) von Wirtschaftsverbänden, Gewerkschaften und NGOs (Non-Governmental Organizations) gegründet.

Die Sozialstandards, die eingehalten werden müssen sind:

Keine Zwangsarbeit

Keine Diskriminierung

Keine Kinderarbeit

Vereinigungsfreiheit und das Recht auf Kollektivverhandlungen

Zahlung eines Entgelts, das zum Leben ausreicht (living wages)

Keine unzumutbaren langen Arbeitszeiten

Ein technischer und gesunder Arbeitsplatz

Eine rechtsverbindliche Beschäftigungsbeziehung

Es findet jährlich eine Kontrolle durch die Mitgliedsunternehmen und eine Prüfung durch die FWF statt. Des Weiteren gibt es eine Beschwerdemöglichkeit seitens der Beschäftigten.

Unternehmen in der Bekleidungsindustrie, die der FWF angehören und sich deren Verhaltenskodex unterstellt haben sind:

2-Pack: www.2-pack.com

Bo Rüsselkäfer: www.boweevil.nl

Grosso Moda: www.grossomoda.nl

Expresso Fashion: www.expresso.nl

Gsus: www.g-sus.com

Hess Natur: www.hess-natur.at

McGregor Fashion Group: www.mcgregor-fashion.com

Mexx: www.mexx.com

O'neill: www.oneilleurope.com
Switcher: www.switcher.com
Young Fashion: www.youngfashion.nl
Falcon Sportswear: www.falconsportswear.nl

Ethical Trading Initiative (ETI)

Die Initiative für ethischen Handel ([Ethical Trading Initiative](#)) wurde im Jahr 1998 gegründet und ist ein Zusammenschluss von Unternehmen, Gewerkschaftsorganisationen und NGOs.

Der Basiskodex enthält folgende Bestimmungen:
Recht auf Vereinigungsfreiheit und auf kollektive Verhandlungen
Verbot der Zwangsarbeit
Verbot der Kinderarbeit
Verbot der Diskriminierung
Ein Entgelt, das für den Lebensunterhalt ausreicht (living wages)
Arbeits- und Gesundheitsschutz
Arbeitszeiten
Geregelte Beschäftigungsbeziehung
Verbot menschenunwürdiger Behandlung

Es findet eine jährliche Berichterstattung über die Umsetzung des Basiskodex statt. Die ArbeitnehmerInnen können Verstöße melden und genießen auch in anderer Weise Schutz.

Zu den Unternehmen der Bekleidungs- und Sportartikelindustrie, die der ETI angehören, zählen:

Boden: www.boden.co.uk
Debenhams: www.debenhams.com
Gap Inc.: www.gap.com
Jaeger: www.jaeger.co.uk
Madison: www.madisonhosiery.co.uk
Marks&Spencer: www.marksandspencer.com
Monsoon Accessorize: www.monsoon.co.uk
Mothercare: www.mothercare.com
New Look: www.newlook.co.uk
Next: www.next.co.uk
Pentland (worunter u.a. Lacoste Footwear, Ellesse, KangaROOS, Speedo und Kickers fallen): www.pentland.com
Rohan: www.rohan.co.uk
William Lamb Footwear: www.wlamb.co.uk
Zara/ Inditex: www.inditex.com

Die Mitgliedschaft von Levi Strauss & Co wurde Ende 2006 eingestellt, da das Unternehmen sich weigerte die „living wage“ Bestimmung des ETI Basiskodex an zu nehmen.

Fair Labor Association (FLA)

Die [Fair Labor Association](#) wurde 1998 gegründet und besteht aus Unternehmen, Universitäten, NGOs, dem Anwaltsausschuss für Menschenrechte, dem nationalen Verbraucherverein und dem nationalen Rat der Kirchen.

Wesentliche Aspekte im Verhaltenskodex der FLA sind:

Verbot der Zwangsarbeit

Verbot der Kinderarbeit (wenn nach nationalen Gesetzen erlaubt, ist die Altersgrenze 14, ansonsten 15 Jahre)

Verbot von Schikane und Missbrauch

Verbot von Diskriminierung

Sicherer und gesunder Arbeitsplatz

Vereinigungsfreiheit und Kollektivverhandlungen

Mindestens Zahlung der gesetzlichen Mindestlöhne

Arbeitszeit

Vergütung von Überstunden

Jährlich werden Berichte veröffentlicht, in denen offengelegt wird, ob und inwieweit sich die Unternehmen an den Verhaltenskodex gehalten haben. Außerdem gibt es eine Beschwerdemöglichkeit von Seiten Dritter und ein vertraulicher Beschwerdegang.

Unternehmen der Bekleidungs- und Sportindustrie, die der FLA angehören sind:

Adidas Group (Adidas, Reebok, Salomon): www.adidas-group.com

Asics: www.asics.de

Top of the World: www.towcaps.com

Gear for Sports: www.gearforsports.com

H&M: www.hm.com

Eddie Bauer: www.eddiebauer.com

Drew Pearson: www.drewpearson.com

Philip Van Huesen (ua Calvin Klein): www.pvh.com

Puma: www.puma.com

Liz Claiborne: www.lizclaiborneinc.com

Nike (inkl. Converse als 100 prozentige Tochtergesellschaft): www.nike.com

New Era Cap: www.neweracap.com

Nordstrom: www.nordstrom.com

Outdoor Cap: www.outdoorcap.com

Umbro: www.umbro.com

Zephyr Graf-X: www.zhats.com

Ethiktests

Immer öfter veröffentlichen KonsumentInnenschutzorganisationen in ihren Magazinen Ethiktests. Hierbei werden konventionelle Unternehmen auf ihre sozialen und ökologischen Standards hin überprüft. Dabei wird nur die Politik eines Unternehmens überprüft, und nicht die realen Arbeitsbedingungen in den Zulieferbetrieben. Trotzdem geben sie einen Hinweis darauf, wer die "am wenigsten schlechten" sind.

Die im Folgenden vorgestellten Ethiktests wurden vom Verein für Konsumentenschutz und vom Maquila Solidarity Network erstellt.

Ethik-Test in der Bekleidungsindustrie 2007

Durchgeführt wurde der Test im Rahmen einer Kooperation europäischer Verbraucherorganisationen. Dabei wurden 10 Bekleidungs- und Einzelhandelsunternehmen, die auch in Österreich vertreten sind, untersucht. Die Bewertung erfolgte in einem Schema von 5 Stufen, wobei A bedeutet, dass der überwiegende Teil der Kriterien erfüllt wurde und E, dass keine bzw. nur wenige Kriterien erfüllt wurden.

Markenhersteller	Unternehmens-Ethik	Erreichte Prozentzahl von 100 Prozent	Soziales	Umwelt	Produkt-Politik	Transparenz
Hennes & Mauritz	B	73 %	B	B	B	B
Mango	B	64%	B	B	C	B
C & A	C	56%	C	B	C	B
Springfield	C	50%	C	D	C	B
Zara	C	48%	C	C	E	C
Mexx	C	42%	B	E	E	D
Benetton	E	9%	E	E	E	E
Promod	E	4%	E	E	E	E
Esprit	E	4%	E	E	E	E
Stefanel	E	4%	E	E	E	E

Ethik-Test Fußbälle 2006

Adidas war nicht nur der Gewinner des Qualitätstests, sondern auch jener des Ethik-Tests, jedoch knapp gefolgt von Nike und Puma. An letzter Stelle sind Jako und Tramondi. Aldi (Nord) und Hudora haben eine Auskunft verweigert. Zu beachten ist jedoch, dass nur Fairtrade Bälle garantiert ohne Kinderarbeit erzeugt werden.

Es wurden Unternehmenspolitik, Beschäftigte, Sozialstandards für Zulieferer, Umweltstandards für Zulieferer, Kundenfreundlichkeit, Transparenz und das Herstellungsland bewertet.

Ethik-Test Sportschuhe 2003

Am ehesten erfüllen noch die Konzerne Adidas, Nike und Reebok die Erwartungen im sozialen Bereich; nicht zufällig handelt es sich um die selben Unternehmen, die in den vergangenen Jahren am stärksten der öffentlichen Kritik ausgesetzt waren. Insgesamt nimmt Adidas in sieben von acht Untersuchungsbereichen eine Vorreiterrolle in der Branche ein, Nike in sechs. Es folgen New Balance, Reebok und Puma.

Unternehmen	Unternehmen ethik
Adidas	****
Nike	****
New Balance	***
Reebok	**
Puma	**
Asics	*
Saucony	*
Brooks	*
Fila	*
Karhu	*

Der Verein für Konsumentenschutz hat 2007 neuerlich einen Ethik-Test für Sportschuhe publiziert.

Das japanische Label, Asics, hat entschieden, die Rechte der ArbeiterInnen zu berücksichtigen, indem es künftig mit NGOs und Gewerkschaften zusammenarbeiten will.

Einen Rückschlag gab es jedoch im Fall Puma. Das Label hat ein Pilotprojekt mit der Clean Clothes Kampagne aus finanziellen Gründen auslaufen lassen.

Außerdem wurde seitens der BJ&B-Fabrik, welche für Nike und Reebok produzierte, im Februar 2007 erklärt, dass sie zusperren werde. Die Fabrik war eine der wenigen Produktionsstätten, die Gewerkschaften duldeten. Die Aufträge wanderten zu Fabriken, die eben dies nicht dulden.

Weitere Angaben zum Ethik-Test Sportschuhe 2007 unter www.konsument.at

CLEAN CLOTHES

kampagne für faire arbeitsbedingungen weltweit

Clean Clothes Kampagne

Laudongasse 40, 1080 Wien - (+43)01/405 55 15-306
cck@oneworld.at - www.cleanclothes.at



Materialien zum Thema „Konsum am Beispiel Jeans“ aus der BAOBAB-Bibliothek:

Materialien für die Umsetzung der Einheit

KING COTTON oder Baumwolle als Schicksal

München: Filmkraft , 2006. - 75 Min; 52 Min.

Dokumentarfilme inkl. DVD -Rom

SW: Weltwirtschaft; Globalisierung; Weltwirtschaftsordnung; Liberalismus; Baumwolle; Textilindustrie; Grüne Revolution; Biobauer; Europa; Deutschland BR; Schweiz; Tansania; Afrika

Das Medienpaket stellt die vielfältigen landwirtschaftlichen, ökonomischen, historischen, politischen, kulturellen und ökologischen Aspekte der wichtigsten Naturfaser der Menschheit, nämlich der Baumwolle, in anschaulicher Weise dar. Ein breites Angebot an Film-, Ton-, Bild- und Textdokumenten beleuchtet die unterschiedlichen Aspekte des Themas und ermöglicht so einen differenzierten Zugang zum Thema Baumwolle aus unterschiedlichen Perspektiven. DVD 1 enthält zwei Dokumentarfilme. Im ersten Film (75 Min.) werden anhand der Geschichte von BaumwollbäuerInnen eines ostafrikanischen Baumwolldorfes die komplexen globalen wirtschaftlichen Verflechtungen aufgezeigt und die tatsächlichen Handelsbedingungen zwischen dem Norden und dem Süden, zwischen armen und reichen Ländern dargestellt. Der zweite Film (52 Min.) stellt den Anbau von Biobaumwolle als möglicher neuer Wirtschaftssektor, der mehr Gerechtigkeit für die BäuerInnen im Süden bietet, vor. DVD 2 ist als interaktive DVD-Rom konzipiert: Sie enthält insgesamt 25 Kurzfilme (von je zwei bis fünf Min. Länge), dazu 13 animierte Sequenzen und des weiteren 158 attraktiv gestaltete Prints, die alle erdenklichen Aspekte der Thematik erklären, analysieren und Querverbindungen schaffen. Ein ausführliches Booklet bietet Anleitungen zum globalen Lernen in der Gruppenarbeit mit "King Cotton".

Alter: ab 12 Jahren

BAOBAB-Signatur: DVD10

Welt.sichten

Graz: Welthaus Diözese Graz-Seckau, 2005.

Beilage: Beiblatt

SW: Welt; Umweltverschmutzung; Einkommen; Unterernährung; Weltbild; Karte

Die Art und Weise, wie die Erde abgebildet wird, ist nicht zufällig. Sie schreibt ein Weltbild fest und stellt einen Standpunkt dar. Die gebräuchlichen Karten in Europa sind "eurozentriert", das heißt Europa ist oben, in der Mitte und oftmals verhältnismäßig groß abgebildet. Die Welthaus-Karte stellt nun diese Größenverzerrungen richtig und die Erde auf den Kopf und lädt dazu ein, neue Welt.Sichten auszuprobieren.

Drei kleinere Themenkarten zu Unterernährung, Einkommen und Umweltverschmutzung zeigen die ungerechte Verteilung der Ressourcen auf der Welt.

Alter: ab 12 Jahren

BAOBAB-Signatur: VI-1004

Weitere Medien und Materialien

Globales Lernen: Die Welt entdecken, erfahren, verstehen

2., überarb. Aufl. - Wien: BAOBAB, Bundesministerium für Unterricht, Kunst und Kultur, 2008. - 179 S.; Thaler, Karin [RedIn]

SW: Globales Lernen; Fairer Handel; Kakao; Reis; Rohstoff; Kinderarbeit; Textilien; Textilindustrie; Baumwolle; Ökolandwirtschaft; Nachhaltigkeit; Gerechtigkeit; Konflikt; Menschenrechte; Globalisierung; Erziehungswissenschaft; Arbeit; Armut; Ernährung; Gewalt;

Interesse am Reisebericht eines T-Shirts? Hungrig auf Reis und seine "Geschichte"? Die Praxismappe bietet Lehrpersonen (Sek. I) vielfältige didaktische Angebote, aktuelle gesellschaftliche Themen mit der Pädagogik des Globalen Lernens kreativ in den Unterricht einzubinden. Dabei werden beispielhaft die Themen Globalisierung, Arbeit, Armut, Ernährung, Gewalt und Konfliktlösung aufgegriffen. Neben vielfältigen didaktischen Anregungen und Arbeitsblättern bietet die Mappe ein "Fair Naschen Quiz", ein Kakaodomino, eine Bildkartei zur Reisproduktion, zwei Activity-Spiele zu den Themen Ernährung "bio, regional und fair" und Textilindustrie "fair-fashion-world-game" u.v.m.

Alter: 10-12 Jahre; 12-14 Jahre
BAOBAB-Signatur: A-2/2076

„The Fashion World Game“

BAOBAB - Entwicklungspolitische Bildungs- und Schulstelle in Wien

SW: Weltwirtschaft; Globalisierung; Baumwolle; Textilindustrie; Arbeitsbedingungen; Arbeitsrecht; Alternativen; Stoffströme; Altkleider; Ökologie; Kampagne Saubere Kleidung

Dieses Spiel verbindet Spaß mit Informationen aus der globalisierten Textilwirtschaft. Die Spieler/innen erfahren etwas über die globalisierte Arbeitsteilung, den Handel mit Rohstoffen, den Arbeitsbedingungen auf den Baumwollplantagen und in den Textilfabriken aber auch über die Chemikalien, die in der Baumwoll- und in Textilproduktion verwendet werden. Wie Altkleider einen zweiten unerwarteten Frühling bei uns erleben können, anstatt den afrikanischen Markt zu zerstören und welche Alternativen sich anbieten, ist ebenso Thema in diesem Spiel.

Alter: ab 12 Jahren

Georg Bauernfeind:

Mode, Märkte, Menschen: Die Clean-Clothes-Kampagne

Wien: Missio, 2001. - 34 S., Ill., graph.Darst. - (Werkmappe Weltkirche ; 120)

SW: Arbeitsbedingungen ; Textilindustrie ; Freie Produktionszone ; Arbeitsrecht ; Ökologie ; Bekleidungsindustrie ; Hausindustrie ; Frauenarbeit ; Kinderarbeit ; Baumwollindustrie ; Mode ; Multinationale Unternehmung ; Altkleider ; Kampagne, Saubere Kleidung ; Stoffströme

Die Bekleidungsindustrie ist ein Musterbeispiel für die Globalisierung von Arbeitsprozessen. Arbeitsintensive Produktionsschritte werden in Billiglohnländer ausgelagert. VerliererInnen im lukrativen Geschäft mit der Mode sind die Produzierenden. Fast immer sind es Frauen und Mädchen. Die jüngste Entwicklung ist die Auslagerung in Heimarbeit. Kurzberichte aus der Branche veranschaulichen die unmenschlichen Herstellungsbedingungen und die Rolle der Konzerne. Kritische VerbraucherInnen haben die Clean Clothes Kampagne für Faire Bedingungen in der Bekleidungsindustrie initiiert. Missio ist MitträgerIn in Österreich. Das Heft will besonders Jugendliche, für die Mode ein wichtiges Thema darstellt, dazu anregen, sich kritisch mit Konsum auseinanderzusetzen. Die CCKampagne stellt eine konkrete Handlungsmöglichkeit dar. Welche Kriterien gelten für "Faire Kleidung"? Konkrete Forderungen und Erfolge der Kampagne, sowie die Reaktion der Konzerne werden dargestellt. Materialien, Methoden und Aktionsmöglichkeiten (Theater, Straßentheater, Diskussionsvorschläge, Rollen- und Simulationsspiele, websites) ergänzen den inhaltlichen Teil.

Alter: ab 12 Jahren
BAOBAB-Signatur: C-2/2260

Marcel Bühler ; Elisa Fuchs:

Mode, Marken, Märkte: Handbuch für Lehrpersonen

Bern: Erklärung von Bern, 2002. - 48 S. Beilage(n): Broschüre

SW: Weltwirtschaft; Globalisierung; Konsum; Mode; Bekleidung; Textilindustrie; Bekleidungsindustrie; Freihandel; Freie Produktionszone

Das Handbuch unterstützt Lehrpersonen beim Einsatz des Arbeitsbuches. Es gibt einleitend Vorschläge und Anregungen für die Einsatzmöglichkeiten des Arbeitsbuchs in den verschiedenen Fächern. Zu jedem Kapitel des Arbeitsbuches liefert das Handbuch Aktionsvorschläge, Überprüfungsfragen, Kopiervorlagen und Lernziele.

Alter: ab 12 Jahren

BAOBAB-Signatur: C-2/2261A

Kleider-Koffer: Die Welt am eigenen Leib

Bern: Bildungsstelle der Arbeitsgemeinschaft Swissaid - Fastenopfer - Brot für alle - Helvetas - Caritas - Heks, 2003

Begleitdossier, Unterrichts Anregungen, 7 Bücher und Unterrichtseinheiten, 1 Video, 1 DVD, Folienset, 9 Infotafeln, 5 Kleidungsstücke

SW: Baumwolle ; Textilindustrie ; Rohstoff ; Bekleidung ; Welthandel ; Globalisierung ; Arbeitsbedingungen ; Konsum ; Lebensbedingungen ; Lebensstil ; Werbung ; Altkleider ; Schweiz ; Kampagne

Das Thema Kleider spricht Jugendliche sehr direkt an. Es ist zentral für ihre Identitätsfindung. Gleichzeitig erleben wir mit Kleidern "die Globalisierung am eigenen Leib". Ein ideales Thema also, um globale Zusammenhänge, soziale und wirtschaftliche Fragen sowie ökologische Aspekte näher zu behandeln. Der Koffer enthält eine Werkstatt, zwei Videos, verschiedene Bücher und Broschüren, Infotafeln mit Basisinformationen (eignen sich für eine Ausstellung), ein Tast - Rätsel, Kleidungsstücke aus verschiedenen Kontinenten/Kulturen, ein Begleitdossier mit einer Themenübersicht, Hinweisen auf weitere Materialien, Links und Adressen und einen Ordner mit Unterrichtsideen. Das fächerübergreifende Thema soll das vernetzte und projektartige Arbeiten im Unterricht unterstützen. Zudem eignet sich das Material für den Einsatz in der LehrerInnenbildung. Auch wenn das Material für die Schweiz erstellt ist enthält es viele Parallelen mit Österreich. Siehe Clean Clothes-Kampagne.

Alter: ab 12 Jahren

BAOBAB-Signatur: C-2/4001

Wieder, Karin [RedIn]:

Der Stoff, aus dem die Träume sind

Vom eigenen Kleiderschrank bis zur Näherin in der Weltmarktfabrik : Arbeitshilfe zum Thema Kleidung für den kirchlichen Unterricht, Schule und Jugendarbeit

Siegburg: Südwind, 2005. - 45 S. Beilage(n): CD-ROM

SW: Textilien; Textilindustrie; Mode; Produktion; Bekleidung; Entwicklungsländer; Globalisierung; Bekleidungsindustrie; Schattenwirtschaft; Freie Produktionszone

Mit vielen didaktischen Tipps bereitet das Buch das Thema Kleidung und Kleiderproduktion auf. Ausgehend vom eigenen Kleiderschrank wird auf die internationale Produktion und die meist sehr schlechten Produktionsbedingungen eingegangen, aber auch versucht Verbesserungsvorschläge zu erarbeiten. Die beigelegte CD-Rom verbreitet das Angebot an Materialien.

Alter: 10-14 Jahre

BAOBAB-Signatur: C-2/2264

Eva Schmidt:

Nachhaltigkeit und Globalisierung am Beispiel Textilien

Berlin: vzbv (Verbraucherzentrale Bundesverband), 2003. - 40 S.

SW: Textilien ; Konsum ; Recycling ; Altkleider ; Globalisierung ; Baumwolle ; Schaf ; Wolle ; Chemiefaser ; Ökologie ; Nachhaltigkeit ; Landwirtschaft ; Produktion

Das Material beinhaltet ausführliche Hintergrundinformationen zu Produktion, Gebrauch und Entsorgung von Textilien (Baumwolle, Schafwolle, Chemiefaser). Die daran anschließende Unterrichtseinheit bereitet diese Themen didaktisch auf und ermöglicht so eine direkte Umsetzung im Unterricht.

Alter: 12-14 Jahre; 14-18 Jahre; ab 18 Jahren

BAOBAB-Signatur: C-2/2268

Petra Mönning ; Dorothea Karpinski:

Baumwolle - Eine Aktivmappe

Mülheim/Ruhr : Verl. an der Ruhr, 2001. - 76 S., Arbeitsmappe

SW: Baumwolle; Textilien; Kulturgeschichte; Anbau; Industrie; Marketing; Umwelt; Mode; Bekleidung

Seit 5000 Jahren begleitet die Baumwolle die Menschen durch ihren Alltag, ob als Textiltasche, Kleidungsmaterial oder Tischtuch. Mit Hilfe der Aktivmappe entdecken die SchülerInnen die Alltagsware neu: Sie verfolgen den Weg dieser Faser durch die Kulturgeschichte, machen sich auf die Suche nach Baumwollartikel, untersuchen ihre Eigenschaften, lernen Anbauggebiete und -bedingungen und die Verarbeitung kennen und befassen sich mit Aspekten der Umwelt, Vermarktung und Mode. Zahlreiche Arbeitsblätter und Anregungen sichern ein umfangreiches Projekt.

Alter: 10-12 Jahre; 12-14 Jahre; 14-18 Jahre

BAOBAB-Signatur: C-2/2259

Harald Gruber:

Clever, Fair & Mittendrin: Action, Fun und Infos rund um die Eine Welt

Köln: Comundialis-Stiftung, 2007. - multimedial

SW: Kakao; Reis; Kautschuk; Weltwirtschaft; Rohstoff; Hunger; Aktion; Globales Lernen; Theater; Quinoa; Gemüse; Obst; Sport; Fairer Handel; Banane; Fußball; Textilien; Baumwolle; Ernährung;

Die CD-Rom beinhaltet Hintergrundwissen zu Schokolade und Bananen, alles rund um Fair gehandelte Fuß-, Basket-, Hand-, und Volley-Bälle, einen Bummel quer durchs Thema Kleidung, Appetitanregende Infos zu cleverer Ernährung u.v.m. Viele Anregungen, Infos, Anleitungen und Materialien für spannende Aktionen mit Jugendlichen befinden sich ebenfalls auf der CD!

Alter: ab 10 Jahren

BAOBAB-Signatur: C-1/6002

Viele dieser Materialien finden Sie auch in den weiteren Entwicklungspolitischen Bibliotheken zum Globalen Lernen in den einzelnen Bundesländern! Nähere Informationen dazu finden Sie im Online Katalog dieses Bibliothekenverbundes unter www.baobab.at – Bibliothek!