



# Schadstofffreiheit, Sozialverträglichkeit oder Code of Conduct?

## Nachhaltigkeitsstrategien nicht nur in der Textilbranche

Der Begriff „nachhaltend“ wurde vermutlich erstmalig 1713 durch den Freiburger Berghauptmann Hanns Carl von Carlowitz schriftlich niedergelegt: „Wird derhalb die größte Kunst/Wissenschaft/Fleiß und Einrichtung hiesiger Lande darinnen beruhen / wie eine sothane Conservation und Anbau des Holtzes anzustellen / dass es eine continuiertliche beständige und nachhaltige Nutzung gebe / weil es eine unentbehrliche Sache ist / ohne welche das Land in seinem Eff[e] [bedeutet in etwa: Dasein, der Verfasser] nicht bleiben mag.“

(„Sylvicultura Oeconomica“, S. 106). „Wo Schaden aus unterbliebener Arbeit kommt, da wächst der Menschen Armuth und Dürfftigkeit.“ („Sylvicultura Oeconomica“, S. 105).

Im Report „Unsere gemeinsame Zukunft“ der Brundtland-Kommission von 1987 wurde erstmals das Konzept der nachhaltigen Entwicklung formuliert: „Sustainable development meets the needs of the present without compromising the ability of future generations to meet their own needs.“ (Nachhaltig ist eine Entwicklung, die den Bedürfnis-

sen der heutigen Generation entspricht, ohne die Möglichkeiten künftiger Generationen zu gefährden, ihre eigenen Bedürfnisse zu befriedigen und ihren Lebensstil zu wählen.)

Nachhaltige Entwicklung wurde auf der Konferenz der Vereinten Nationen in Rio 1992 als strategisches Prinzip für die weitere Entwicklung unseres Planeten durchgesetzt.

Modellhaft können vier „Säulen“ der Nachhaltigkeit formuliert werden: die ökologische Säule, die ökonomische Säule, die soziale Säule und die Bildung für

nachhaltige Entwicklung (BNE). „Nachhaltigkeit“ ist ein sehr dehnbarer Begriff, mit dem jeder Betrieb, jeder Konzern, jeder Wissenschaftler mehr oder weniger gut arbeiten kann, den aber alle Beteiligten mit anderen Inhalten füllen. Es gibt verschiedenste Nachhaltigkeitskonzepte, die jedoch nur dann glaubwürdig sind, wenn deren Umsetzung transparent gemacht wird. Sonst besteht die Gefahr von „Greenwashing“, also dem Vorspiegeln eines verantwortungsvollen Verhaltens ohne es tatsächlich durchzuführen.

## NACHHALTIGKEIT

In den Wirtschaftswissenschaften kommen bei ökonomischen Ansätzen die unterschiedlichsten Methoden für die Berechnung von Dienstleistungen und von der Herstellung von Produkten zum Einsatz, wie Benchmarking (Vergleichen), Life Cycle Assessment (Lebenszyklusanalyse), Ökobilanzen (bringen Überflüssiges ans Licht), Stoffstromanalyse (Reduktion der Stoffströme bedeutet Kostenreduktion), Produktlinienanalysen (Berechnung der ökologischen Säule der Nachhaltigkeit), Ökologischer Rucksack (sinnbildlicher Vergleichsmaßstab der ökologischen Folgen), Carbon Footprint (Gesamtbeitrag Kohlendioxid-Emissionen eines Lebenszyklus) etc.

Ökologische Ansätze der Nachhaltigkeit gehen auf die Umweltbewegung der frühen 1970er zurück. Deren Ziel war, Gifte aus der Umwelt, Nahrungsmitteln und Produkten (z.B. Textilien) zu verbannen. Heute werden Bio-Lebensmittel, Bio-Fasern und Naturtextilien angeboten, die an Labelsystemen mit dahinterstehenden Ökostandards zu erkennen sind. Die Entwicklung der bedeutendsten Standards für Textilien wurde vorangetrieben vom Arbeitskreis Naturtextil (AKN), der in dem Internationalen Verband der Naturtextilwirtschaft (IVN) aufging. Die vom IVN vergebenen Siegel sind der „Global Organic Textile Standard“ GOTS, „IVN zertifiziert best Naturtextil“ sowie „IVN zertifiziert Naturleder“.

Die sozialen Ansätze der Nachhaltigkeit haben ihre Wurzeln entweder in der Dritte-(Eine-)Welt-Bewegung seit den mittleren 1940ern oder in der Anti-Sweatshop-Bewegung seit den frühen 1990er Jahren.

Ziel der Dritte-(Eine-)Welt-Bewegung ist der faire Handel mit agrarischen Erzeugnissen und Fairtrade-Produkten, der an einem Labelsystem erkennbar ist.

Durch die Verbesserung des Marktzugangs für kleinbäuerlich arbeitende Produzenten, Zahlung höherer Preise und kontinuierliche Handelsbeziehungen, der Förderung von Entwicklungschancen besonders für Frauen und indigene Produzentinnen und Produzenten sowie den Schutz von Kindern vor Ausbeutung im Produktionsprozess sollen sich Auskommen und Wohlergehen erhöhen. Ursprünglich war die Fair Trade-Bewegung für kleinbäuerlich arbeitende Organisationen gedacht; der enorme Erfolg der Produkte in den letzten Jahren lässt jedoch immer mehr Großproduzenten zum Zuge kommen, da nur sie die geforderten Mengen liefern können.

Ziel der Anti-Sweatshop-Bewegung ist die Durchsetzung weltweit gültiger sozialer Arbeitsstandards für die Hersteller von Konsumgütern wie Kleidung, Spielzeug etc. Im Unterschied zu der Dritte-(Eine-)Welt-Bewegung werden die Sozialstandards (Code of Labour Practices for the Apparel Industry including Sportswear) ohne ein für Konsumentinnen und Konsumenten erkennbares Labelsystem durchgesetzt. Am bekanntesten in Deutschland ist die Kampagne für Saubere Kleidung (Clean Clothes Campaign), ein Netzwerk von über 300 Mitgliedern, wie Gewerkschaften, kirchliche Gruppen (Christliche Initiative Romero, Katholische Landjugendbewegung), Frauenrechtsorganisationen (z.B. Terre des Femmes), Recherche-Organisationen (z.B. Südwind) u.a.

Kernelemente der Forderungen sind die Begrenzung der Arbeitszeit, freie Wahl des Arbeitsplatzes, keine ausbeuterische Kinderarbeit, keine Diskriminierung bei der Beschäftigung, rechtsverbindliche Arbeitsverträge, sichere und gesunde Arbeitsbedingungen, Versammlungsfreiheit, das Recht auf Tarifverhandlungen

und Zahlung eines existenzsichernden Lohnes. Eine Überprüfung von Zusagen erfolgt durch unangemeldete und unabhängige Kontrollen.

Die meisten großen Textilproduzenten möchten sich dagegen nicht von unabhängiger Seite kontrollieren lassen, sie setzen auf Selbstverpflichtung und Selbstkontrolle eigener sozialer Verhaltensstandards (Codes of Conduct). Industrienah sind die Fair Labor Association in den USA, der z.B. Nike, Adidas, Puma, Patagonia angehören oder die Business Social Compliance Initiative (BSCI) mit bsp. Aldi, Deichmann, Lidl, Metro.

Beim Ansatz Bildung gibt es diverse Förderprogramme für Schulen. Hervorzuheben ist daneben das Projekt Fairschnitt von FEMNET. Hier werden Fortbildungen im Themenfeld soziale Problem und deren Lösungen für im Modebereich auszubildende Hochschulen angeboten.

Einen neuen Ansatz verfolgt Greenpeace mit der Detox-Kampagne, der als ein ökologischer Ansatz ohne Label eingeordnet werden kann. Große global tätige Produzenten wurden an den Verhandlungstisch gezwungen und haben das Versprechen abgegeben, bis 2020 auf human- und umwelttoxische Chemikalien in der Textilproduktion zu verzichten.

Einen sozialen Ansatz versucht die Bundesregierung mit der Etablierung des Textilbündnisses, das sozialen Standards und die Entlohnung in den Produzentländern verbessern soll. Im Moment wird versucht, dies ohne gesetzlichen Druck zu erreichen.

Wie gezeigt wurde, gibt es unterschiedlichste Ansätze, die Bekleidungsbranche nachhaltiger zu gestalten. Eine Kombination der verschiedenen Methoden und unkonventionelle Herangehensweisen scheinen vielversprechend zu sein.

Norbert Henzel



**Funny Girl**

INNATEX EG 93

Kollektion in 36 Farben

www.funny-girl-mode.fashion123.de

Tel. 030 33 00 69 34