

Billiglohnländer...zeichnen sich durch ein niedriges Bildungsniveau und eine hohe Arbeitslosigkeit aus. Die Wirtschaftskraft von so genannten Niedriglohnländern beruht zum größten Teil auf Arbeitskräften mit geringem Lohn. Die Löhne können deshalb sehr niedrig gehalten werden, weil das Angebot an Arbeitskraft viel größer als die Nachfrage ist. Seit den 1980er Jahren wird die Produktion von Kleidung zunehmend in Billiglohnländer ausgelagert.

Brands...ist der englische Ausdruck für Marke oder Markenzeichen eines Produkts oder einer Firma. Marken oder *Brands* spielen in der heutigen Kultur und Wirtschaft eine große Rolle. Firmen versuchen den „Wert“, den die KundInnen mit der Marke verbinden, zu steuern und konzipieren ein so genanntes *branding* (Markenpolitik) rund um das Produkt. In den letzten Jahren gewinnt der Wert „ethisch“ und „nachhaltig“ immer mehr an Bedeutung, was viele Markenfirmen auch bewusst für die Vermarktung ihrer Produkte einsetzen.

Bt-Baumwolle...ist die Bezeichnung für gentechnisch veränderte Baumwolle. In das Erbgut eingeschleuste Gene sollen die agronomischen Eigenschaften der Baumwollpflanze verbessern. Seit der Zulassung in den USA in den 1990er Jahren, hat sich diese Technologie stark ausgebreitet. Es ist jedoch umstritten, ob die genmanipulierte Bt-Baumwolle tatsächlich höhere Ernten mit geringeren schädlingsbedingten Ausfällen bringt. In Indien kam es nach der (umstrittenen) Einführung von Bt-Baumwolle und den damit verbundenen großen Ernteaufschlägen zu zahlreichen Suiziden von Bauern mit geringen Ressourcen. Der Grund war die hohe Verschuldung durch den Einkauf des überbewerteten Bt-Saatguts und den Verlust der Einnahmen durch die Ausfälle.

Die Clean Clothes Kampagne... wurde 1990 in den Niederlanden ins Leben gerufen. Mittlerweile ist sie in dreizehn europäischen Staaten tätig; so auch in Österreich. Das Ziel der Kampagne ist die Verbesserung der Arbeitsbedingungen in der Bekleidungsindustrie. Dies soll erreicht werden durch: Information von KonsumentInnen, Ausübung von Druck auf Markenfirmen, damit diese die Produktionsbedingungen in ihren Zulieferbetrieben verbessern; Unterstützung der ArbeiterInnen durch konkrete Aktionen; Ausschöpfung der gesetzlichen Möglichkeiten zur Verbesserung der Arbeitsbedingungen.

Corporate Social Responsibility (CSR)... (dt. unternehmerische Sozialverantwortung), umschreibt den freiwilligen Beitrag eines Unternehmens für eine nachhaltige Entwicklung, der über die gesetzlichen Forderungen hinausgeht. Verantwortliches unternehmerisches Handeln, Einbezug von ökologischen Aspekten, Beziehung zu den MitarbeiterInnen sowie der Austausch mit relevanten Interessensgruppen (Stakeholdern) sind Teile dieser „unternehmerischen Sozialverantwortung“. Mittlerweile gehört es zum „guten Ton“ eines Unternehmens, eine CSR-Abteilung zu führen. Die Frage dabei ist, ob CSR nur Teil der Vermarktung und Außendarstellung der Marke ist oder auch ernsthaft umgesetzt wird?

Design Piraterie...greift in den letzten Jahren immer häufiger um sich. Designermarken werden kopiert und so an eine breitere Öffentlichkeit in einem meist niedrigeren Preissegment vertrieben. Diese widersprüchliche Praxis in der Bekleidungsindustrie hat ihre GegnerInnen und BefürworterInnen. Eine Debatte dazu siehe Lerneinheit „Design Piraterie“.

Fast Fashion...gilt mittlerweile als Erfolgsrezept der Textilbranche. Das Rezept ist einfach: KundInnen werden mit immer neuer Ware in das Geschäft gelockt und diese kaufen selbst dann, wenn ihr Kleiderschrank voll ist. Damit verbunden sind immer kürzer werdende Vorlaufzeiten. In wenigen Wochen statt Monaten muss die neue Kollektion produziert werden. Dieser Druck wird natürlich auf die Zulieferbetriebe weitergegeben. Das letzte Glied der Kette sind dabei die NäherInnen, die teils unter miserablen Bedingungen unsere Kleidung produzieren.

Eine Freihandelszone...ist ein Teilgebiet innerhalb eines Staates, indem besondere wirtschaftliche Regeln gelten. Viele Kleidungsproduktionsstätten sind in solchen Freihandelszonen angesiedelt, da sie so steuerliche Vorteile genießen. Die Frage bleibt offen, wer die wirklichen GewinnerInnen und VerliererInnen von diesen Sonderzonen sind, denn frei von Steuern bedeutet auch oft frei von Gewerkschaften und frei von sozialen Mindeststandards.

Gelbe Gewerkschaften sind oft liberal orientierte Gewerkschaften. Sie stellten eine Vereinigung von Arbeitnehmern dar, die den gewerkschaftlichen Kampf ablehnten, wirtschaftsfreundlich auftraten, ein freundschaftliches Verhältnis zu den Unternehmern anstrebten und von diesen moralisch und finanziell unterstützt wurden. In Betriebsräten schränken sie ihr rechtlich mögliches Instrumentarium entsprechend ein. Oft werden „Gelbe Gewerkschaften“ von der Fabrikleitung selbst gegründet, um die ArbeiterInnen unter „Kontrolle“ zu haben.

Greenwashing...ist eine kritische Bezeichnung von Werbemaßnahmen eines Unternehmens, die darauf abzielen, dem Unternehmen ein umweltfreundliches und verantwortungsbewusstes Image zu verleihen. Techniken der Rhetorik und Manipulation werden benutzt, um der Firma eine „weiße Weste“ zu verleihen. Unternehmen behaupten z.B. Produkte fair zu handeln oder auf ökologisch verträgliche Weise herzustellen ohne dass dies überprüfbar wäre.

Mit High-Street Mode...ist die neu auf den Markt gekommene konventionelle Mode gemeint, die in den großen Kleiderketten und somit auf der *High-Street* erhältlich ist.

Living Wages...sind existenzsichernde Löhne und dürfen nicht mit Mindestlöhnen verwechselt werden. Existenzsichernde Löhne decken die Ausgaben, die Familien für ein menschenwürdiges Leben benötigen: Nahrung, Unterkunft, Kinderbetreuung, Bildung und Gesundheitsversorgung. Mindestlöhne hingegen sind gesetzlich vorgeschriebene Löhne, die nicht zwingend ein menschenwürdiges Leben garantieren. In der ausgelagerten Bekleidungsindustrie reichen monatliche Mindestlöhne oft gerade einmal für zwei Wochen, um die Ausgaben für die Familie zu decken. Gewerkschaften und die Clean Clothes Kampagne setzten sich verstärkt für das Recht auf einen existenzsichernden Lohn ein.

Als Maquila / Maquiladora...bezeichnet, werden die in Mexiko und Mittelamerika angesiedelten Montagefirmen, die importierte Einzelteile oder Halbfertigware für den Export zusammensetzen. *Maquila(dora)* leitet sich vom spanischen Wort *maquila* ab. So hieß in der Kolonialzeit das Mahlgeld des Müllers, das er für seine Arbeit nahm. Der Begriff bezieht sich auf einen Teilschritt eines längeren Prozesses. Viele *Maquilas* oder sogenannte *sweatshops* sind in Freihandelszonen angesiedelt, abgeschottet von der Außenwelt. Hauptsächlich Frauen nähen dort unsere Kleidung unter teils menschenunwürdigen Arbeitsbedingungen.

Das Projekt Mein Design. Meine Verantwortung... wird in Österreich von der Südwind Agentur umgesetzt, thematisiert gemeinsam mit der Clean Clothes Kampagne die miserablen Arbeitsbedingungen in der globalen Bekleidungsindustrie und informiert und sensibilisiert LehrerInnen und SchülerInnen in österreichischen Bildungseinrichtungen für Mode zu den developmentspolitischen und ökologischen Aspekten der Modebranche. Die zukünftigen DesignerInnen und EntscheidungsträgerInnen im Modebereich sollen auf problematische Aspekte dieser Branche aufmerksam gemacht und das Thema im Lehrplan verankert werden. Es geht auch darum, gemeinsam neue Möglichkeiten einer fair gehandelten und ökologisch hergestellten trendigen Mode zu entwickeln.

Mitumba... heißen die ausrangierten Textilien, die aus dem Überfluss europäischer Kleiderschränke in kommerzielle Sammelcontainer wandern und wenig später auf jedem afrikanischen Markt zu kaufen sind. Der Mitumba-Handel ist sozusagen der neuauftretende Wohlstandsverbrauch des Westens.

Unter dem Begriff **Multistakeholder**...werden verschiedene Interessensgruppen und Akteure aus Politik, Wirtschaft und Zivilgesellschaft zusammengefasst, die für einen Entscheidungsprozess relevant sein sollten. Der Multistakeholder-Dialog ist ein zentrales Element der nachhaltigen Gestaltung globaler Entwicklungen. Nur wenn alle betroffenen gesellschaftlichen Kräfte bei der Entwicklung von Lösungen für lokale, regionale und globale Herausforderungen miteinbezogen werden, können Lösungen auch optimal umgesetzt werden. So genannte **Multistakeholder-Initiativen (MSI)** in der Bekleidungsindustrie sind zum Beispiel Überprüforganisationen wie die *Fair Wear Foundation* (FWF) oder die *Ethical Trade Initiative* (ETI), die sich aus Unternehmen, lokalen NGOs und Gewerkschaften zusammensetzen und systemische Ansätze für die unabhängige Überwachung von Verhaltenskodices entwickeln.

Nachhaltigkeit...beschreibt die Nutzung eines Systems in einer Art, dass dieses System in seinen wesentlichen Eigenschaften erhalten bleibt und sein Bestand auf natürliche Weise nachwachsen kann. Der politische Begriff der Nachhaltigkeit setzt sich aus drei Komponenten zusammen:

- die ökologische Nachhaltigkeit mit dem Ziel, die Natur und Umwelt für nachfolgende Generationen zu erhalten,
- die ökonomische Nachhaltigkeit mit dem Ziel, wirtschaftliche Ressourcen vor Ausbeutung zu schützen und so eine dauerhafte Grundlage für Wohlstand zu bieten,
- die soziale Nachhaltigkeit mit dem Ziel, eine zukunftsfähige und lebenswerte Gesellschaft durch Partizipation und Ausgleich aller sozialen Kräfte zu gestalten.

Das Konzept der nachhaltigen Mode bezieht diese drei Aspekte mit ein.

Slow Fashion...bedeutet soviel wie langsame Mode und ist eine Antwort auf die immer schneller werdende Modebranche. Kleidung soll bewusst und nachhaltig erzeugt und konsumiert werden. Nicht die Quantität, sondern die Qualität steht im Vordergrund. Angelehnt ist der Begriff an die *Slow Food* oder *Slow City* Bewegungen, bei denen Zeit, Genuss und Aufmerksamkeit eine große Rolle spielen.

Sweatshop...oder auch Ausbeutungsbetrieb ist eine Bezeichnung für eine Fabrik oder Manufaktur, üblicherweise in Billigstlohnländern, in denen Menschen zu Niedriglöhnen, die NICHT existenzsichernd sind, arbeiten. (siehe auch Maquila)

Ein Verhaltenskodex... für Zulieferer artikuliert die Standards, deren Erfüllung ein einkaufendes Unternehmen (d.h. Händler oder Marke) von seinen LieferantInnen und VerkäuferInnen erwartet. Der Kodex erfasst für gewöhnlich sowohl die Direktlieferanten als auch deren Geschäftspartner. Verhaltensnormen, die speziell in Bezug auf die Arbeitsbedingungen in Zulieferketten festgelegt wurden, erfassen im Allgemeinen das Wohl der Beschäftigten in der Zulieferkette. Sie können auch ökologische und regionale Aspekte enthalten. Viele HändlerInnen und HerstellerInnen haben derartige Normen erstellt, damit ihre Zulieferpartner sich der Standards in Geschäfts- und Beschäftigungspraxis bewusst sind und diese wahren.

Die Zulieferkette...in der Bekleidung ist sehr lang und komplex: vom Markenkonzern über diverse Subunternehmen, Zulieferbetriebe und den ArbeiterInnen, die in der gesamten Zulieferkette tätig sind bis hin zum Baumwollanbau. Durch die Komplexität fehlt oft die nötige Transparenz und viele Unternehmen sind nicht bereit soziale Verantwortung in ihren Zulieferbetrieben zu übernehmen. *Sweatshops* sind nur ein Phänomen, das aus diesem systemischen Problem resultiert. Ein vom Unternehmen auferlegter Verhaltenskodex, gemeinsam umgesetzt und überprüft von und mit Multistakeholder-Initiativen, ist ein Ansatz, die vielen menschenunwürdigen Arbeitsbedingungen in der Zulieferkette zu unterbinden.