

Position

Für einen nachhaltigen Kleiderschrank: Alle tragen Verantwortung

Im September 2015 wurden die neuen Entwicklungsziele der Vereinten Nationen beschlossen. Für nachhaltige Konsum- und Produktionsmuster zu sorgen, ist als eigenständiges Ziel formuliert worden. Deutschland nimmt als erstes Land, das ein Aktionsprogramm für nachhaltigen Konsum vorgelegt hat, eine Vorreiterrolle ein.

Der Deutsche LandFrauenverband (dlv) begrüßt dieses Engagement und sieht alle in der Pflicht, wenn es darum geht, einen verantwortungsvollen Konsum möglich zu machen: Verbraucherinnen und Verbraucher, Wirtschaft und Politik.

In ihrem Programm identifiziert die Bundesregierung insgesamt sechs Bedürfnisfelder, für die nachhaltiger Konsum besonders relevant ist. Zum Konsumfeld Bekleidung möchte der dlv wie folgt zur Debatte beitragen.

Verantwortung der Verbraucherinnen und Verbraucher

- Verbraucherinnen und Verbraucher sind angehalten, ihren Lebensstil zu überdenken. Dazu gehört zunächst, die weit verbreitete Billigmentalität zu reflektieren und zu überwinden. Qualität sollte vor Quantität gehen. Nicht zuletzt aufgrund des hohen Ressourcenverbrauchs und des Einsatzes von umweltbelastenden Chemikalien ist es nicht zu verantworten, dass sich das Rad des Fast-Fashion-Segments noch weiter dreht.
- Entsprechend der erfolgreichen Kinderbedarfsbörsen könnten mehr Erwachsenen-Kleiderbörsen durchgeführt werden.
- Der dlv stimmt mit der Bundesregierung darin überein, dass bei Verbraucherinnen und Verbrauchern ein besseres Bewusstsein für nachhaltigen Bekleidungskonsum geschaffen werden muss. So ist beispielsweise über den Unterschied zwischen der Wiederverwendung von Kleidung und dem Textil-Recycling aufzuklären, wie auch über Umweltfolgen durch die Produktion, etwa bei der Herstellung von Funktionsbekleidung.
- Die Nutzungsdauer von Kleidung kann deutlich ausgeweitet werden. Das bedeutet aber auch, dass das Wissen vermittelt werden muss, wie Textilien richtig gewaschen und gepflegt werden oder auch Ausbesserungen oder ein Upcycling vorgenommen werden können. Im Rahmen eines Unterrichtsfaches zur Vermittlung von Alltagskompetenzen und in der Erwachsenenbildung - beispielsweise in Kursen für junge Menschen in der Haushaltsgründungsphase - sollte dies thematisiert werden.
- Neuen Geschäfts- oder Sharingmodellen (Kleidertauschpartys, Leasingmodelle etc.) sollte mit offener Neugierde begegnet werden. Unternehmen, die in Deutschland und Europa produzieren, sollten ihre Nische am Markt ausbauen können. Maßgeblich hängt das von der Preissensibilität der Verbraucherinnen und Verbraucher ab.

Verantwortung von Wirtschaft und Politik

- Es ist ein Fortschritt, dass sich seit dem Einsturz des Fabrikgebäudes Rana Plaza in der Stadt Sabhar in Bangladesch vor drei Jahren die Arbeitssicherheit in vielen Fabriken verbessert hat. Es kommt insbesondere den vielen tausenden, hart arbeitenden Textilarbeiterinnen zugute. Sie haben einen sicheren Arbeitsplatz, gute Arbeitsbedingungen und existenzsichernde Löhne verdient.
- Im Ausland hergestellte Kleidung sollte – genauso wie inländische Ware – unter für Mensch und Natur akzeptablen Bedingungen hergestellt worden sein. Das zu garantieren, ist ein Anspruch, der angesichts der langen Produktionskette vom Garn bis zum handelsfähigen Kleidungsstück nicht leicht umzusetzen ist. Daher sind auch alle Bemühungen von Marken- und Handelsunternehmen in diese Richtungen anzuerkennen und zu unterstützen.
- Aufgrund der eigenen Erfahrungen in der Landwirtschaft regt der dlv an, Auflagen für Berichts- und Offenlegungspflichten für Unternehmen gemeinsam mit der Wirtschaft unter Berücksichtigung aller Konsequenzen für die Branche zu erarbeiten.
- Verbraucher müssen Standards, Siegel und anderen Nachhaltigkeitsauslobungen vertrauen können. Die Vielzahl und Unübersichtlichkeit an Kennzeichen nicht nur in der Bekleidungsbranche ein Problem, das noch überwunden werden muss. Hier sieht der dlv die Politik in der Verantwortung, den notwendigen Rahmen zu schaffen.
- Der neue Fairtrade-Textilstandard wurde Ende April 2016 veröffentlicht. Er ist auf die gesamte Wertschöpfungskette anwendbar. Ziel ist es, existenzsichernde Löhne innerhalb von sechs Jahren zu erreichen. Die Unternehmen sind nun gefragt, das Label zur Anwendung zu bringen, und Verbraucherinnen und Verbraucher, dieses auch nachzufragen. Es ist erstrebenswert, dass Lieferkettenübergreifende Labels wie dieses eine Marktdurchdringung erreichen.

Vom dlv-Präsidium am 22. Juni 2016 verabschiedet.