

ZUKUNFT.GLOBAL

MAGAZIN FÜR ENTWICKLUNG UND ZUSAMMENARBEIT
AUS SCHLESWIG-HOLSTEIN

SAUBERE KLEIDUNG

Waltraud Waidelich von der
Clean Clothes Campaign

FASHION IST HANDARBEIT

Zu Besuch beim Hamburger
Label Bridge & Tunnel



WENN UNSERE UMWELT NICHT FÜR DIE RENDITE BEZAHLEN MUSS. DANN IST ES GUTES GELD.

GUTESGELD.DE

Interessiert an ethischer Geldanlage?
Informieren Sie sich beim Oikocredit
Förderkreis Norddeutschland e.V.
Tel. 040 9436 2800

NACHHALTIGE GELDDANLAGE SEIT 1975.



Editorial

Bewusst kleiden

Der Blick in einen durchschnittlichen deutschen Kleiderschrank verrät: Die globale Textil- und Bekleidungsindustrie hat Erfolg damit, billig und massenhaft Ware zu verkaufen. Mit bis zu 24 Kollektionen im Jahr, an immer mehr Menschen, mit steigenden Umsatzzahlen.

Den Preis für die niedrigen Preise zahlen jene Menschen, die das Gros dieser Kleidung herstellen. Sie können nicht selbstbestimmt agieren, haben keine grundlegenden Rechte, keine existenzsichernden Löhne, leiden unter gesundheitlichen Schäden durch ihre Arbeit, unbezahlten Überstunden, Diskriminierung, Kinderarbeit. Vielfach fehlt der Zugang zu Beschwerdemechanismen. Und auch die Umwelt zahlt drauf: Rohstoffentzug, verschmutzte Luft, vergiftete Gewässer.

Für unser Schwerpunktthema „Fair Fashion“ haben wir Menschen getroffen, die sich für einen Wandel einsetzen. Wie Constanze Klotz und Hanna Charlotte Erhorn vom Hamburger Label Bridge & Tunnel. Die beiden Gründerinnen berichten, wie Alttextilien neues Leben eingehaucht werden kann. Für unsere Rubrik Nachgefragt sprachen wir mit Waltraud Waidelich von der Kampagne für Saubere Kleidung über die Wirkung von Protestaktionen.

Diese und viele weitere Beispiele im Heft zeigen: Jeder kann dem Fast-Fashion-Trend etwas entgegensetzen. Weniger konsumieren, bewusster einkaufen, Bestehen – das lange tragen und haltbar machen – und die Politik zum Handeln für gesetzliche Strukturen aufrufen.

Viel Spaß beim Lesen der zehnten Ausgabe. Diese und weitere Inhalte können Sie auch in unserem Online-magazin lesen: www.zukunft.global

Ihre Redaktion von **ZUKUNFT.GLOBAL**



Klares Statement für Fair Fashion:
Bridge & Tunnel-Mitgründerin
Constanze Klotz
Titelbild: Bridge & Tunnel



Martin Weber
Projektleiter und
Geschäftsführer
Bündnis Eine Welt
Schleswig-Holstein e.V.

Fridtjof Stechmann
Redaktion
ZUKUNFT.GLOBAL
Bündnis Eine Welt
Schleswig-Holstein e.V.

Benjamin Hellwig
Redaktion
ZUKUNFT.GLOBAL
Bündnis Eine Welt
Schleswig-Holstein e.V.

Inhalt

4 **VOR ORT** Bridge & Tunnel

Textilproduktionsstandort Deutschland: Das Denim-Label und Sozialunternehmen Bridge & Tunnel produziert seit 2013 im Hamburger Stadtteil Wilhelmsburg. Aus Alttextilien und Materialüberschüssen entstehen Produkte mit neuem Lebenszyklus. Die beiden Gründerinnen beschäftigen gesellschaftlich benachteiligte Menschen sowie Geflüchtete, die erst vor kurzer Zeit nach Deutschland gekommen sind.

12 **Frischer Wind**

Luft zum Durchpusten. Wir zeigen inspirierende Neuheiten und clevere Denkanstöße für eine gerechtere Zukunft.

16 **Lernort** Hamburg: weißes Gold

Eine Reise vom Baumwollanbau bis zum Altkleidercontainer: Workshop von Hamburg mal fair

18 **Lernort** Neumünster: Tuch + Technik

Die Welt der Herstellung textiler Gewebe

19 **Lernort** Ratzeburg & Bad Oldesloe: Machbar

Ausrangiertes selber neu nutzbar machen

20 **Nachgefragt** Clean Clothes Campaign

Waltraud Waidelich über miserable Produktionslöhne im hochpreisigen Kleidungssegment, Protestaktionen vor Fast-Fashion-Stores und die Forderung nach gesetzlichen Vorgaben

25 **Events und Impressum**

26 **Abo und Ausblick**

ALTE JEANS, NEUE PERSPEKTIVEN

ZU BESUCH BEIM TEXTILLABEL
BRIDGE & TUNNEL IN HAMBURG

Text: Benjamin Hellwig

TEXTILPRODUKTIONSSTANDORT DEUTSCHLAND: DAS DENIM-LABEL UND SOZIALUNTERNEHMEN „BRIDGE & TUNNEL“ PRODUZIERT SEIT 2016 IM HAMBURGER STADTTEIL WILHELMSBURG. AUS ALTTEXTILIEN UND MATERIALÜBERSCHÜSSEN ENTSTEHEN PRODUKTE MIT NEUEM LEBENSZYKLUS. DIE BEIDEN GRÜNDERINNEN BESCHÄFTIGEN GESELLSCHAFTLICH BENACHTEILIGTE MENSCHEN SOWIE GEFLÜCHTETE, DIE ERST VOR KURZER ZEIT NACH DEUTSCHLAND GEKOMMEN SIND.



Die Manufaktur von Bridge & Tunnel in Hamburg Wilhelmsburg

Kaum von der A7 runter schlängelt sich der Asphalt der Köhlbrandbrücke hinauf in den Novembernebel, vorbei an gigantischen Containertürmen und wieder hinunter auf die größte Binneninsel Deutschlands. Die Elbinsel Wilhelmsburg ist Hamburger Stadtteil und Zuhause von rund 55.000 Menschen.

Ein paar Schritte durch den Innenhof des hufeisenförmigen Kanalgebäudes, die Treppe hoch ins zweite Obergeschoss und über die nächste Brücke, einen kleinen Laubengang: Willkommen beim Label Bridge & Tunnel. Die Glastür steht offen. Ein Hochregal voller gebrauchter Jeanshosen ist zu sehen, davor Zuschnittstisch und einige Profinähmaschinen, dahinter eine breite Fensterfront mit Blick auf den Veringkanal. Constanze Klotz winkt uns rein. Die 38-Jährige leitet zusammen mit Hanna Charlotte Erhorn ein ungewöhnliches Label in einem besonderen Stadtteil. Inmitten Hamburgs beschäftigen die beiden Gründerinnen gesellschaftlich benachteiligte Menschen sowie Geflüchtete, die erst vor kurzer Zeit nach Deutschland gekommen sind. Das Konzept: nachhaltig und fair in Deutschland produzieren.

Wilhelmsburg sei ein besonderer Stadtteil mit vielen Menschen ohne Arbeit, meint Kulturwissenschaftlerin Klotz. Die Arbeitslosenquote liegt mit etwa neun Prozent deutlich über dem Durchschnitt der Stadt. Chancen und Herausforderungen liegen eng beieinander. In diesem Setting beginnt für Klotz und Erhorn alles mit dem Stoffdeck. Den Co-Working-Space, eine Gemeinschaftswerkstatt für Mode- und Textildesigner, gründen die beiden Frauen 2013. Professionelle Designer, aber auch kreative Do-it-yourselfer können sich unkompliziert für Stunden, Tage oder dauerhaft in die Räume einmieten. Auch Workshops können belegt werden.

„Was ist denn, wenn du keine Work hast. Hast du dann nur Balance?“

Constanze Klotz

Zusammen überlegen Klotz und Erhorn dann, mehr Angebote für den Stadtteil zu schaffen, bringen Designer mit Langzeitarbeitslosen zusammen. Dann hören sie von einem deutsch-türkischen Nähclub, der sich wöchentlich in einer Wilhelmsburger Moschee trifft. „Sie brachten ihre Haushaltsnähmaschinen von zu Hause mit, schoben ein paar Tische zusammen und nähten gemeinsam. Und Lotte und ich sagten, hey, wir haben hier das super Profi-Equipment, trifft euch doch einfach bei uns im Stoffdeck!“

„Aber jeder hat doch nur einen Popo.“

Hanna Charlotte Erhorn

Der Weckruf für das Label ist da. Die beiden Gründerinnen sind fasziniert von den handwerklich talentierten Menschen, beobachten aber auch: Alle haben mittwochvormittags Zeit, hierher zu kommen. Viele sind 15 Jahre oder länger in Deutschland und hatten noch nie einen geregelten Job. „Unsere Generation krankt ja bekanntermaßen an dieser Work-Life-Balance-Herausforderung. Und ich fragte mich, was ist denn, wenn du keine Work hast. Hast du dann nur Balance? Ich glaube nicht. Ich spürte, wie privilegiert es ist, Arbeit zu haben“, sagt sie.

Hier das Talent, da die Arbeitslosigkeit. Die erlernten Fähigkeiten sind bei vielen Näherinnen und Nähern nicht verbriefte, die Ausichten auf berufliche Beschäftigung daher minimal. Klotz und Erhorn sagen sich: „wenn sie keiner nimmt, machen wir es halt selbst.“ Sie gründen ein Textillabel, das genau diese beiden Welten miteinander vernäht: Menschen sollten Zugänge zum Arbeitsmarkt erhalten, die handwerklich geschickt sind, die hierfür aber kein Zeugnis haben. Nach einem Bericht und Aufruf in einem Wilhelmsburger Wochenblatt gehen mehr als 60 Bewerbungen rein. „Wir wussten gar nicht, was wir da losgetreten hatten, aber es war sehr schön zu sehen, dass sich so viele Menschen angesprochen fühlen“, sagt Klotz. Heute sind die Mitarbeitenden das „Herzstück“ von Bridge & Tunnel, wie Klotz sagt. Sie kommen aus sechs Ländern. Für den klassischen Arbeitsmarkt galten sie als zu alt oder ohne Zeugnis nicht vermittelbar. Manche haben eine Fluchtgeschichte hinter sich, andere haben körperliche Beeinträchtigungen oder zu wenig Deutschkenntnisse.

An einer Nähmaschine fertigt Mandeep Kaur gerade Bum Bags. Die stylischen Bauchtaschen sind aus hellem Jeansstoff hergestellt und



Wieder tragbar: Urbaner Rucksack mit Roll-Up

werden in der werkstatteigenen Siebdruckanlage veredelt. „Meine Mutter war Schneiderin, bei ihr habe ich alles gelernt“, sagt die 41-jährige gebürtige Inderin. Sie ist seit Anfang an dabei, machte ein Praktikum, als die beiden Gründerinnen noch in der Planungsphase von Bridge & Tunnel stecken, klopft im Anschluss hartnäckig für einen Job an. Und bekommt ihn.

Das Material, mit dem Kaur und ihre sechs Kolleginnen und Kollegen arbeiten, stammt größtenteils aus der benachbarten Kleiderkammer. Alttextilien und Materialüberschüsse, sogenannter post- and pre-consumer waste, wird für das Label zur wertvollen Materialresource. Textildesignerin Erhorn entwickelt in der Experimentierphase erste Kollektionsideen aus abgelegten Jeanshosen, die für Ausgabestellen zu verschlissen sind. Denim, größtenteils aus konventioneller Baumwolle und damit extrem wasserintensiv und meist mit Einsatz von Pestiziden produziert, lässt die Kleiderkammer und manchen Kleiderschrank zu Hause förmlich ersticken. „Jeder hat eine im Schrank, meistens aber sogar mehr als das. Lotte sagt immer so schön, 'aber, jeder hat doch nur einen Popo',“ kommentiert Klotz.



Yogabag in der finalen Phase: Aus alten Jeanshosen werden neue Produkte

Foto: Benjamin Hellwig

„Wir setzen uns dafür ein, dass textile Produkte wieder mehr kosten müssen.“

Constanze Klotz

Die beiden denken die Ressource weiter. Aus dem ehemaligen Beinkleid entsteht Neues. Auch das robusteste Denim zerschleißt, meist aber an neuralgischen Punkten. Knie, Saum und Schritt sind für Mandeep Kaur und ihre Kolleginnen meist unbrauchbar. Die komplette Rückseite aber ist häufig geradezu unversehrt. „Auch Oberschenkel oder Schienbeinbereich sind Filetstücke, die wir raus-trennen und dann im Patchworkverfahren neu vernähen“, sagt Erhorn. So schaffen sie aus einem Textil, das ausgedient hat, neue textile Flächen, die ein frisches Gesicht bekommen. Der Kreislauf kann weitergehen. „Das treibt uns total an. Aus einem vermeintlichen Rest wird ein wunderschönes neues Produkt, dem du die Geschichte nicht ansiehst. Kissen, Tasche, Bauchtasche sehen aus wie neu“, sagt sie.

Asiye Yalçinkaya geht von Tisch zu Nähmaschine, spricht mit Kolleginnen, nimmt einige Textilien in die Hand. Die Hamburgerin ist studierte Bekleidungstechnikerin mit türkischen Wurzeln. Sie ist zuständig für Schnitte und Passform, begleitet das Produktionsteam als Anleiterin und überführt die Designs in die Produktionsreife. Als sie sich nach der Gründung des Labels als Näherin bewirbt und anfängt, steigt sie schnell auf. „Job und Familie sind hier sehr gut vereinbar“, sagt die dreifache Mutter.

Während die Näherinnen an Tisch und Maschine arbeiten, wird deutlich: Wo normalerweise Meterware auf den Tisch kommt und in mehreren Lagen gleichzeitig verarbeitet wird, stehen zeitfressende Vorarbeiten an. Das Upcycling ist aufwendig und damit kostenintensiv: Jeanshosen waschen, auftrennen, aufbereiten. Erst dann folgen Zuschnitt und Näharbeiten. Zudem treibt der in der Branche ungewöhnliche Produktionsstandort Deutschland die Preise nach oben. „Wir setzen uns

dafür ein, dass textile Produkte wieder mehr kosten müssen“, betont Klotz. Bridge & Tunnel zahle tarifliche Löhne, die über dem Mindestlohn liegen. Unterstützung erfährt das gemeinnützige Label aktuell von einem privaten Investor sowie dem Unternehmen Aurubis. „Sie haben wahnsinnig dazu beigetragen, dass wir vom Krabbeln ins Laufen gekommen sind“, kommentiert Klotz.

„Morgen machen wir mal radikal den Onlineshop zu.“

Constanze Klotz

Die Produkte vertreibt das Label über den eigenen Onlineshop sowie über 25 stationäre Läden. Zudem werden mit dem Thema Eco-Design Resttextilien von Unternehmen in hochwertige Designprodukte überführt, die dann wieder in den Kreislauf des jeweiligen Unternehmens zurückgehen.

Wo die Konkurrenzfähigkeit sinkt, steigen die Herausforderungen. Gleichzeitig aber positioniert sich das Label mutig mit seinen Werten. Wie es der Zufall will, fallen am nächsten Tag unseres Besuches eine bundesweite Demo der Fridays-for-Future-Bewegung und die On- und Offline-Rabattschlachtmaschine Black Friday zusammen. „Morgen machen wir mal radikal den Onlineshop zu. Wir sind nicht daran interessiert, an rauschhaften, sinnlosen Ausverkäufen mitzumachen“, sagt Klotz. Das Label wolle sich vielmehr dafür einsetzen, dass Arbeit immer gleich viel wert ist. Kunden gingen dadurch nicht verloren, im Gegenteil, meint sie. „Es ist eine Vertrauensmaßnahme, die zeigt, dass wir zu den Werten stehen, die wir aussprechen. Und manch einer denkt, dann kauf ich dort erst recht. Eben erst am Samstag.“

Als um 2015 herum viele geflüchtete Menschen nach Deutschland kommen, öffnet das Label sein Konzept weiter. Von den 40 Bewerbungen für einen Praktikumsplatz sind fast alle Männer.

25 von ihnen absolvieren dann schließlich das Praktikum, den allerersten stellen sie ein. Sayed Mohabatzadeh, gebürtiger Afghane, arbeitet im Irak als Herrenschneider und flüchtet 2013 mit seiner Familie von dort nach Hamburg. Er erhält zunächst eine Aufenthaltsgestattung. Bridge & Tunnel will ihn einstellen, kämpft mit ihm für eine Arbeitserlaubnis. Über den festen Vertrag gelingt es schließlich. „Mit Arbeit zurück ins Leben“, kommentiert Klotz. „Es ist schön zu beobachten, wie Menschen durch die Arbeit wachsen.“



Die Gründerinnen Constanze Klotz und Hanna Charlotte Erhorn

Foto: Bridge&Tunnel



Rohstoff Denim als wertvolle Ressource

Foto: Bridge&Tunnel



Lust auf ein Jeans-Unikat? Bridge & Tunnel fertigt jedes seiner Designs auch aus privaten Jeans, um „geliebten Weggefährten ein neues Leben in neuer Gestalt zu schenken“.

Weitere Infos unter www.bridgeandtunnel.de/jeans-unikat

Foto: Christian Schulz Photography

Das Team von Bridge & Tunnel vor der Hamburger Manufaktur



Foto: Benjamin Hellwig

Mandeep Kaur ist seit Beginn des Labels dabei

Sie haben Interesse am Thema Fair

Fashion? Als Experte für Fairen Handel und Unternehmensverantwortung informiere ich Sie gerne.



Marco Klemmt

Fachpromotor für
zukunftsfähiges Wirtschaften

Eine Welt im Blick e.V.

Speichergasse 6, 25746 Heide

Tel.: 0481-78777461

marco.klemmt@eine-welt-im-blick.de

Die Zusammenarbeit im Label ist familiär und geht über das Engagement in den Werkstatträumen hinaus. Zusammen suchen sie eine Wohnung für eine Kollegin, übersetzen und erläutern Behördenpost für fast alle Mitarbeitende. „Wir können vieles, aber nicht alles abfedern. Wir müssen den Betrieb auch wirtschaftlich führen“, meint Klotz. Die Innen- und Außenministerin, wie sie sich und Erhorn nennt, hätten dann eh schon richtig viel zu tun.

Mehr als genug zu tun gäbe es auch im großen Stil. Klotz blickt zum Abschluss unseres Besuchs auf die Bekleidungsbranche, betont, dass es politische Gesetze geben müsse, die den Spieß umdrehen. „Zudem müssen unfaire Produkte mehr kosten als faire. Kunden sollten draufzahlen, wenn sie un-nachhaltig einkaufen. Wenn ich nie einem textilen Produktionsbetrieb begegne, dann weiß ich nicht, dass es tatsächlich keine Maschine gibt, die unten einen Rucksack rauswirft, wenn ich oben die Jeans reinwerfe. Bei jedem Teil, auch in der Fast-Fashion-Industrie, sind echte Menschen involviert. Ich wünsche mir, dass wir alle ein größeres Thema daraus machen. Es muss ein Wandel passieren, weil wir alle da drinhängen. Und ich würde es gerne noch selbst erleben.“



Foto: Bridge & Tunnel

Jedes Produkt ist ein Unikat

Frei tauschen

Geben und Nehmen: Das Projekt Kleidertausch.de will bundesweit kleidertausch-begeisterte Menschen mit konsumkritischen Hintergrund überregional vernetzen. Das von Greenpeace-Ehrenamtlichen geführte Netzwerk ermutigt dazu, mit

gebrauchter Kleidung für Abwechslung zu sorgen, statt Neues zu kaufen. Zudem hilft es dabei, eigene Kleidertauschpartys zu organisieren, und unterstützt mit Tipps für Themen wie Tauschregeln, Location und Logistik. Zudem sorgt es für Verbreitung, indem es Veranstaltungen in den Kalender der Facebookseite aufnimmt. So soll ein deutschlandweites Netzwerk diverser Initiativen geschaffen werden, die Kleidertauschpartys organisieren und sich mit dem Thema Fashion, Detox und Konsumkritik beschäftigen.

Foto: www.kleidertausch.de



www.kleidertausch.de

www.facebook.com/pg/kleidertausch.de/events

Durchs Sieb gedrückt

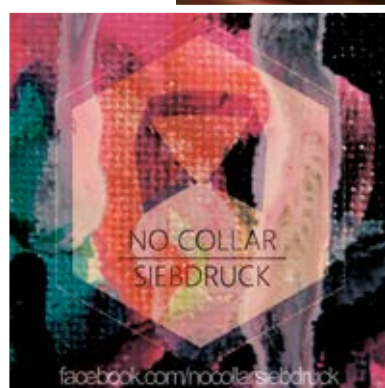
Veredeln, Verzieren, Gestalten: Das Kieler No Collar Siebdruckkollektiv bietet Interessierten einen kreativen Einstieg in die Do-it-yourself-Textildrucktechnik. In den Räumen des Alte Mu Impulswerk e.V. können in offenen Werkstattkursen mitgebrachte Secondhand-Kleidungsstücke mit eigenen

Motiven bedruckt werden. Die Arbeitsschritte kommen ohne industrielle Maschinerie aus. Auch eine mobile Druckstation für Veranstaltungen wie Festivals kann gebucht werden. Zudem übernimmt das Kollektiv Aufträge für Merchandise- oder Textildrucke sowie künstlerische Serigrafie. Die eingesetzten Farben sind biologisch abbaubar und vegan, die angebotenen Stoffe aus bio-fairtrade-Produktion bzw. recycelten Plastikflaschen.



Foto: No Collar Siebdruck

www.nocollar-siebdruck.com



Leih dir deinen Look

Foto: Alexander Probst/stay awhile



Auf Zeit im Schrank: Das Mietkonzept von stay awhile bietet einen ressourcenschonenden Weg des Fashion-Konsums. Für einen Monat erhalten Kunden vier neue Teile zum Preis von 59 Euro. Zur Auswahl stehen zwei Abovarianten: Die fair gehandelten Kleidungsstücke lassen sich auf Basis eines Fragebogens entweder als Überraschungspaket oder frei wählbar zusammenstellen. Das Konzept ermöglicht es, neue fair gehandelte Labels und Stile zu entdecken. Zudem können Kunden monatsweise für Abwechslung im Kleiderschrank sorgen, ohne etwas zu besitzen. Die Laufzeiten betragen einen, drei oder sechs Monate. Einzelne Lieblingsstücke aus der Box lassen sich zudem auch kaufen.

www.stay-awhile.de

Film „The True Cost – Der Preis der Mode“

„The True Cost – Der Preis der Mode“ zeigt auf, wie sich das Geschäft mit der Mode auf Menschen und Natur in den Herstellungsländern wie Bangladesch, Kambodscha oder Indien auswirkt. Der Film des amerikanischen Dokumentarfilmers Andrew Morgan zeigt die Wechselwirkungen zwischen bedingungslosem Fast-Fashion-Konsum und Preiskämpfen auf der einen und ausbeuterischen, gesundheitsgefährdenden und umweltschädlichen Folgen der Produktion auf der anderen Seite.

Zudem lässt der Filmemacher Akteure aus der Bekleidungsindustrie sowie Aktivisten zu Wort kommen, um Wege aus dem System hin zu einer gerechten Zukunft zu finden.

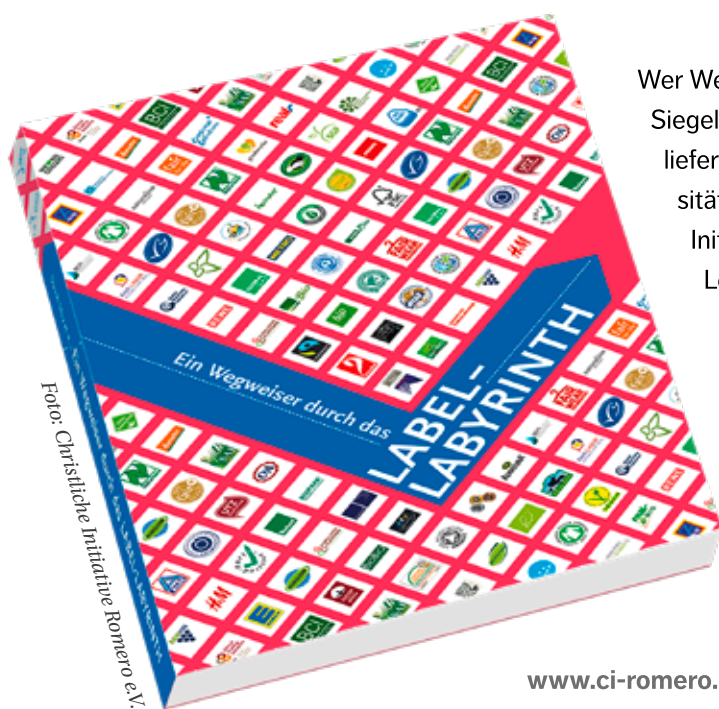
Der Film kann kostenfrei für **Bildungsveranstaltungen beim Bündnis Eine Welt Schleswig-Holstein** als DVD ausgeliehen werden. Schreiben Sie einfach eine Mail an bte@bei-sh.org.

www.grandfilm.de/the-true-cost-der-preis-der-mode

Foto: Grandfilm



Durchs Label-Labyrinth



Wer Wege des kritischen Konsums wählt, stößt auf ein Labyrinth aus Siegeln und Standards. Der „Wegweiser durch das Label-Labyrinth“ liefert einen Überblick über Hintergründe, Transparenz oder Seriösität. Für die vollständig überarbeitete Auflage hat die Christliche Initiative Romero e.V. die bekanntesten Labels aus den Bereichen Lebensmittel und Textilien genauer unter die Lupe genommen.

Konsumenten können mit diesem Handbuch ihr eigenes kritisches Urteilsvermögen schulen und erfahren, was sich hinter bunten Logos und wohlklingenden Versprechen verbirgt. Zudem liefert es Einschätzungen, welche Verbesserungen durch die gängigen Siegel, Standards und Initiativen eingetreten sind.

www.ci-romero.de/produkt/wegweiser-durch-das-label-labyrinth

Young & Fair

Die Schülerfirma Young & Fair des Ludwig-Meyn-Gymnasiums in Uetersen entwickelt und vertreibt seit 2012 fair gehandelte Kleidung aus nachhaltig produzierter Bio-Baumwolle. Ziel ist es, im Dialog mit Kunden und Interessierten Aspekte der Nachhaltigkeit in der Textilindustrie zu vermitteln.

Das Team von Young & Fair bearbeitet von der Kundenbetreuung bis hin zur Auslieferung des Produktes alle Schritte eigenständig. Schülerinnen und Schüler der Klassen 10 bis 12 lernen durch ihr Engagement Prozesse wie wirtschaftliches Denken und Handeln, Teamfähigkeit und Unternehmensorganisation kennen. Eine eigene Designabteilung entwirft auf Kundenwunsch Motive. Unter dem Label Defy entstehen eigene Kollektionen. Zudem vermittelt die Schülerfirma die Möglichkeit, Nachhaltigkeit praxisorientiert zu erfahren und selbst einen bewussteren Lebensstil zu führen.

www.youngandfair.de



Ich mach Deine Kleidung!

Wanderausstellung mit Bildungsangeboten zu globalen Zusammenhängen in der Bekleidungsindustrie

Die Ausstellung „Ich mach Deine Kleidung! Die starken Frauen aus Südostasien“ porträtiert neun Frauen aus Textilfabriken in Kambodscha und Bangladesch. Begleitet durch Bildungsangebote bietet sie die Möglichkeit, globale Zusammenhänge in der Bekleidungsindustrie kennenzulernen.

Kurze Interviews mit den Frauen gewähren Einblicke in ihren Arbeitsalltag und vermitteln einen Eindruck, woher diese Frauen die Kraft nehmen, sich für bessere Arbeitsbedingungen, sicherere Fabriken und einen gerechten Lohn einzusetzen, für sich und andere. Jeans, Kleider und T-Shirts, die wir hierzulande tagtäglich gedankenlos von den Kleiderständern nehmen, entstehen unter härtesten Produktionsbedingungen.

Die Posterausstellung wurde von der internationalen Kampagne für Saubere Kleidung (Clean Clothes Campaign) entwickelt, von FEMNET e.V. für Deutschland aufbereitet und wird über die Organisation aus Bonn deutschlandweit verliehen.

Die Ausstellung ist vom **2.-21. März 2020** im Amt Südtoldern zu sehen.

Amtsverwaltung Südtoldern

Marktstraße 12, 25899 Niebüll

www.amt-suedtoldern.de

Mehr Infos zu Ausstellung und Begleitmaterialien hier:

www.femnet.de/fuer-frauenrechte/informationen-aufklaerung/ausstellung-ich-mache-deine-kleidung.html



Workshops:

Über das Programm „Bildung trifft Entwicklung“ des Bündnis Eine Welt Schleswig-Holstein e.V. (BEI) werden Workshops für Schulen im Rahmen der Ausstellung angeboten.

Das Stadtmarketing Niebüll übernimmt für Niebüller Schulen die Kosten von bis zu zwei Workshops im Ausstellungszeitraum. Weitere Workshops oder die Aufbaumodule müsste jede Schule selbst finanzieren.

Module:

- Workshop „Der Weg meines T-Shirts“
- Workshop „Fashion & Future“
- Workshop „Leute machen Kleider“

Aufbaumodule:

- Siebdruck Upcycling Workshop
- Workshop „Stop-Motion“

Weitere Infos hier:

Regionale Bildungsstelle „Bildung trifft Entwicklung“

Schleswig-Holstein im Bündnis Eine Welt Schleswig-Holstein e.V. (BEI)

Ansprechperson: Hilke Oltmanns

Tel.: 0431-679399-03 | hilke.oltmanns@bei-sh.org

www.bei-sh.org/bildung-trifft-entwicklung

Baumwolle

DAS WEIßE GOLD

Text: Benjamin Hellwig

Foto: TransFair e.V. / Suzanne Lee

FAIR-FASHION-WORKSHOP VON
„HAMBURG MAL FAIR“



Verarbeitung von Fairtrade-Baumwolle in Indien

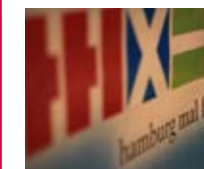
Gerechtigkeit gegenüber Mensch und Umwelt bei der gesamten Produktion.

Eine Reise vom Baumwollanbau bis zum Altkleidercontainer: Im Workshop „Baumwolle – das weiße Gold“ nimmt „hamburg mal fair“ Schüler*innen mit auf den langen Entstehungsprozess unserer Kleidung. Das Programm des Hamburger Trägervereins „Mobile Bildung e.V.“ versetzt die Teilnehmenden in die Situation, durch neu erlangtes Wissen über Arbeits- und Umweltbedingungen von Fast Fashion das eigene Konsumverhalten kritisch zu betrachten. Filmausschnitte, interaktive Methoden und Diskussionsrunden ermutigen die Jugendlichen dazu, sich ihre eigenen Positionen und Wertvorstellungen zu erarbeiten.

Gemeinsam mit den Schüler*innen kommen Shopping-Alternativen zu kurzlebigen und menschen- und umweltfeindlich produzierten Modehighlights zur Sprache. Die Initiatoren

stellen den Fairen Handel als ein Konzept vor, bei dem Gerechtigkeit gegenüber Mensch und Umwelt bei der gesamten Produktionskette von Bekleidung berücksichtigt werden soll.

Die Workshops finden im Hamburger Süd-Nord Kontor statt, der als außerschulischer Lernort mit seinem breiten Angebot an fair gehandelten Produkten alle Sinne anspricht. Alternativ kommen die Referent*innen auch an die Schule in den Fachunterricht, zu Projektwochen oder Aktionen und passen das Angebot entsprechend den Erwartungen der Lehrkräfte an.



Workshop

„Baumwolle – das weiße Gold“

Dauer: 1,5 bis 3 Stunden

Kosten: je nach Dauer zwischen 70 und 130 Euro

Ansprechperson: Florian Struve

Anmeldung: florian.struve@hamburgmalfair.de

„hamburg mal fair“

Seit 2006 setzt sich „hamburg mal fair“ für die Stärkung des Fairen Handels und einen nachhaltigen Konsum in der Hansestadt ein. Ziel ist es, das Bewusstsein von Kindern, Jugendlichen und Erwachsenen für mehr soziale Gerechtigkeit im Welthandel zu schärfen. Angeboten werden altersgemäße und kreative Mitmachangebote, Workshops und Smartphone-Rallies insbesondere für junge Zielgruppen. Themen sind neben „Baumwolle, Mode und Textilien“ auch „Bittere Schokolade“, „Fluch und Segen der Smartphones“ oder „Fußball – nicht immer Fair Play“. Zudem koordiniert und vernetzt das Programm Aktivitäten anderer Hamburger Akteure zum Fairen Handel und leistet schulische und außerschulische Bildungsarbeit.

Weitere Infos unter www.hamburgmalfair.de

MUSEUM TUCH + TECHNIK NEUMÜNSTER



TUCH+TECHNIK
TEXTILMUSEUM
NEUMÜNSTER

IN DIE WELT DER TEXTILHERSTELLUNG EINTAUCHEN

Text: Fridtjof Stechmann

EIN LERNORT ZUM MITMACHEN MIT EINER VIELZAHL VON INTERAKTIVEN STATIONEN UND FUNKTIONSFÄHIGEN INDUSTRIEMASCHINEN, DIE IN AKTION VORGEFÜHRT WERDEN

Flauschige Plaids werden auf den industriellen Webstühlen des Museums gefertigt

Die Herstellung von Textilien für Kleidung, Polstermöbel, Decken oder Bettwäsche ist eng verbunden mit der Entwicklung von Maschinen und Technik, aber auch mit der Veränderung der Arbeit: von der Handarbeit am alten Holzspinnrad bis hin zu riesigen, lauten Industriewebstühlen. Heute eine Industrie, deren Maschinen meist in Ländern wie Bangladesch, Indien oder Pakistan stehen. Denn die Arbeit der Menschen und die Produktionsbedingungen sind dort günstiger. Eine Geschichte der Globalisierung der letzten Jahrzehnte.

Im Museum Tuch + Technik in Neumünster können die Besucherinnen und Besucher eintauchen in die Welt der Herstellung von textilen Geweben. Alle Geräte und Maschinen an diesem Lernort sind funktionsfähig, und bei besonderen Führungen können Maschinenmeister die industriellen Textilmaschinen in Aktion vorführen. Es ist ein Lernort zum Mitmachen mit einer Vielzahl von interaktiven Stationen, wie beispielsweise dem Modell eines Gewichtwebstuhls, der die frühzeitliche Webtechnik begreifbar macht, oder einem Textillabor, wo Fasern unter dem Mikroskop untersucht werden.

Eine nachhaltige Alternative zu „Fast Fashion“:

Kleidertauschbörse im Museum

Zwei Mal im Jahr finden Kleidertauschbörsen im Museum Tuch + Technik in Neumünster statt. Dort können Besucherinnen und Besucher Kleidung und Accessoires auf faire Weise tauschen.

Termin der nächsten Kleidertauschbörse ist:
20.3.2020

Weitere Infos unter
www.tuchundtechnik.de/cms/17-0-Veranstaltungen.html

Museum Tuch + Technik

Kleinflecken 1
24534 Neumünster
Tel.: 04321 - 55958-0
E-Mail: post@tuch-und-technik.de
www.tuchundtechnik.de

Foto: Museum Tuch+Technik

Kreativität ausleben

LERNORT MACHBAR
IN RATZEBURG UND
BAD OLDESLOE

Text: Benjamin Hellwig

Fotos: MachBar



MachBar-Gründerin Daniela Frackmann

Kleine Räume für große Ideen: Das Konzept MachBar mit den Standorten in Ratzeburg und Bad Oldesloe bieten Menschen, die Kleidungsstücke selber herstellen oder reparieren wollen, ein kreatives Schaffensumfeld. Arbeitsplätze, Nähmaschinen, Inspirationen, DIY-Projekte, Kaffee, handgemachte Unikate, Stoffe und Zubehör rund um die Do-it-yourself-Kultur stehen für einen individuellen Gegenentwurf zur Fast-Fashion-Industrie bereit.

Ein zentrales Thema der MachBars: Ausrangiertes neu nutzbar machen. Bei den Upcycling-Projekten werden beispielsweise aus alten Jeans neue Taschen und aus alten Papprohren stylische Dosen. Auch die Ladeneinrichtung der MachBar ist bewusst gebraucht, upgecycelt und selbst hergestellt. Der Ökostrom kommt aus nachhaltigen Ressourcen, das Getränkeangebot ist fair gehandelt und bio-zertifiziert.

Ein zentrales Thema der MachBar: Ausrangiertes neu nutzbar machen.



Mit einem breiten Programm an Workshops zu Kreativthemen wie Nähen, Stempeln oder Upcycling können zudem in kleinen Gruppen neue Erfahrungen gesammelt werden. Ziel der MachBars ist es dabei, das Miteinander und das konkrete Zusammenkommen in einer vielfältigen, bunten Gesellschaft zu fördern. Mit Menschen, die sich einen Workshop nicht leisten können, können besondere Konditionen besprochen werden.

Die MachBars haben darüber hinaus Stoffe, Zubehör und Designunika-te des eigenen Labels, anderer Produzenten und von Kreativen aus der Region im Verkauf.

Die MachBar Ratzeburg
Herrenstraße 15,
23909 Ratzeburg
Tel. 04541 / 895 88 13

Die MachBar Bad Oldesloe
Hindenburgstraße 47,
23843 Bad Oldesloe
Tel. 04531 / 184 27 97

Weitere Infos unter www.die-machbar.com



Saubere Kleidung

WALTRAUD WAIDELICH VON DER
CLEAN CLOTHES CAMPAIGN

Interview: Benjamin Hellwig

SEIT 30 JAHREN KÄMPFT DIE KAMPAGNE FÜR SAUBERE KLEIDUNG FÜR DIE EINHALTUNG VON MENSCHENRECHTEN UND UMWELTSCHUTZ. IM GESPRÄCH BLICKT WALTRAUD WAIDELICH VON DER CCC KIEL AUF MISERABLE PRODUKTIONSLÖHNE IM HOCHPREISIGEN KLEIDUNGSSEGMENT, PROTESTAKTIONEN VOR FAST-FASHION-STORES UND DIE FORDERUNG NACH GESETZLICHEN VORGABEN.

Foto: TransFair e.V. Anand Parmar

Foto: Nordbild



Waltraud Waidelich,
Clean Clothes Campaign

Hallo, Waltraud Waidelich. Für welche Veränderungen in der Bekleidungsindustrie setzt sich die Clean Clothes Campaign (Kampagne für Saubere Kleidung, CCC) ein?

Wir setzen uns für die Zahlung von existenzsichernden Löhnen und als Minimum für Grundrechte wie die Einhaltung der Kernarbeitsnormen der Internationalen Arbeitsorganisation in der globalen Bekleidungsindustrie ein. Unter anderem engagieren

wir uns für Vereinigungsfreiheit und das Recht auf Kollektivverhandlungen und gegen Kinderarbeit, Zwangsarbeit, Diskriminierung, überlange Arbeitszeiten. Seit dem dramatischen Einsturz des Fabrikkomplexes Rana Plaza bei Dhaka in Bangladesch haben wir unsere Kampagnenarbeit verstärkt auf Brandschutz und Arbeitssicherheit ausgerichtet. Wir fordern die Einhaltung von Arbeitsrechten entlang der ganzen textilen Kette. Dabei streben wir gesetzliche Regeln an, die für alle Bekleidungsfirmen gleichermaßen gelten sollen. Kleidung ist in den letzten Jahren immer billiger geworden, weil die wahren Kosten für Mensch und Umwelt nicht in den Fast-Fashion-Preisen sichtbar werden. Kleidung ist so immer mehr zu einem Wegwerfartikel geworden. Wir haben den Respekt vor der Arbeit und den Umweltkosten, die in Wahrheit darin enthalten sind, verloren. Kleidung muss teurer werden und die wahren Kosten an menschlicher Arbeitskraft und den Verbrauch der Naturressourcen widerspiegeln.

Vor 30 Jahren wurde die CCC in den Niederlanden ins Leben gerufen. In Deutschland existiert die Kampagne seit 1997. Sie sind für das Frauenwerk der Nordkirche im Trägerkreis der Kampagne für Saubere Kleidung und arbeiten seit 2003 in der Hamburger und seit 2013 in der Kieler CCC-Gruppe mit. Wie ging es los?

Die Gründung der Kampagne für Saubere Kleidung war eine Reaktion auf die Auslagerung der Bekleidungs- und Sportartikelindustrie in Länder des Südens. In den 1980er und 1990er-Jahren verlagerten viele Firmen die Produktion nach Asien. Dieser Prozess war politisch von der Weltbank und dem IWF gesteuert und folgte der Doktrin des Neoliberalismus. Man sagte, die niedrigen Arbeitslöhne seien die komparativen Kostenvorteile, schränkte Arbeits- und Gewerkschaftsrechte ein und hoffte auf Investitionen, Entwicklung und Wohlstand. Als das Welttextilabkommen auslief, kam China auf den Markt und wurde zu einem der größten Lieferanten für Bekleidung. Wenn ein Land seine Löhne steigert, wandert die Textilindustrie in ein billigeres Land weiter, z. B. nach Bangladesch, Myanmar, Äthiopien. Osteuropa hat zum Teil heute niedrigere Löhne in der Textilindustrie als China. Der Konkurrenzmechanismus der Länder untereinander verhindert, dass Löhne steigen und sich in den Ländern entsprechend Kaufkraft und Wohlstand bildet.



Demonstration der Gewerkschaft National Garment Workers Federation (NGWF) in Dhaka

Foto: FEMNET e.V. / Gisela Burchardt

„Die wahren Kosten für Mensch und Umwelt werden in den Fast-Fashion-Preisen nicht sichtbar.“

Welche Erfolge haben Sie wahrgenommen?

Es gibt beachtliche Erfolge im Vergleich zu den Anfängen. Als wir loslegten, hatte keines der Unternehmen, auf die wir die Kampagne gerichtet haben, eine Abteilung für Unternehmensverantwortung. Heute verpflichten fast alle Unternehmen ihre Lieferanten auf die Einhaltung von Codes of Conduct. Die enthalten im Wesentlichen die ILO-Kernarbeitsnormen und gehen darüber hinaus. Viele haben sich in freiwilligen Unternehmeninitiativen zusammengeschlossen oder organisieren sich in Multistakeholder-Initiativen wie der Fair Wear Foundation. Es gibt einige produktbezogene Öko- und Sozial-siegel. Die Unternehmen lassen ihre freiwilligen Sozialstandards von eigenen oder kommerziellen Auditoren kontrollieren. Leider hat sich dadurch an den Arbeitsbedingungen vor Ort doch nicht viel geändert. Wenn die Löhne gestiegen sind, hat die Inflation den Zuwachs aufgezehrt. Audits haben sich zu einem Riesengeschäft entwickelt. In Deutschland hat sich nach Rana Plaza das Textilbündnis gegründet. Das hat bewirkt, dass viele Textildiscounter sich für das Thema geöffnet haben. Wir sind darin als CCC Deutschland und Frauenwerk der Nordkirche auch Mitglied. Die Mitglieder müssen sich entlang der Lieferkette bei Baumwolle, Chemikalien und Konfektion Ziele setzen. In Politprojekten können Lösungsstrategien erprobt werden. Ich halte es für eine Lernplattform für Unternehmen, die bei dem Thema Unternehmensverantwortung noch etwas nachzuholen haben. Leider hat es in die Fabriken hinein keine messbare Wirkung. Es bleibt alles vage und freiwillig. Als einen Erfolg auf der rechtlichen Ebene sehe ich die UN-Leitlinien für Wirtschafts- und Menschenrechte, die leider in Deutschland bisher nur auf freiwilliger Basis umgesetzt werden müssen. Durch die Kampagnen der Nichtregierungsorganisationen verstärken wir jetzt gerade den Druck auf die Politik, auch in Deutschland mit einem Lieferkettengesetz Unternehmen zu menschenrechtlicher und ökologischer Sorgfalt entlang ihrer Lieferkette zu verpflichten. Die UN-Leitlinien gibt es seit 2015 und sie müssten endlich in nationales Recht umgesetzt werden, das für alle Unternehmen gilt. Interessant ist aus meiner Sicht die Initiative ACT Action Collaboration Transformation. Hier sollen sich Unternehmen verpflichten, Aufträge nicht aus einem Land abzuziehen, wenn dort die Löhne steigen. Es soll in Kambodscha getestet werden, und einige große Bekleidungsunternehmen machen mit.

Welche Methoden funktionieren in Deutschland, was verbirgt sich hinter den Eilaktionen?

Wir führen Studien durch und sammeln Belege, wie miserabel die Produktionslöhne im hochpreisigen Kleidungssegment sind. Zuletzt hat die CCC mit einer Studie zu Existenzlöhnen belegt, dass sich

trotz vieler schöner Worte in diesem Bereich kaum etwas tut. Wir haben belegt, dass Audits die Arbeitsbedingungen kaum verbessert haben. In Eilaktionen fokussieren wir möglichst viele Engagierte per Mail für ein Anliegen. Somit konnten wir erreichen, dass entlassene Gewerkschafterinnen wieder eingestellt wurden oder Entschädigungszahlungen bekamen. Wir haben mit Eilaktionen erreicht, dass es ein erstes Brand- und Gebäudeschutzabkommen in Bangladesch gab oder, dass Opfer von Rana Plaza entschädigt wurden.

In Kiel richtete sich im November 2019 der Protest gegen die Eröffnung und das Geschäftsmodell von Primark. Inwieweit ist der Konzern sinnbildlich für die Fast-Fashion-Industrie?

Als Primark eröffnete, trugen junge Leute im Auftrag von C&A Schilder auf dem Rücken und warben, dass bei C&A die Preise um 20 Prozent gesenkt worden seien! Das ist ein eindeutiger Beleg für den Preisdruck, der von Primark auf die anderen Mitbewerber*innen ausgeht. Der Wert der Kleidung sinkt. Ein Drittel der Kleidung, zwei Mrd. Stücke, werden fast ungetragen weggeworfen. Diese Entwertung ist ein Werteverfall von Arbeit und Ressourcen: Wasser, Chemikalien, Boden, Erdöl. Zehn Prozent der CO₂-Emissionen entstehen durch Kleidung. Da sollten wir uns überlegen, ob wir wertvolle Ressourcen und Arbeitskraft einfach so für den Müll produzieren. Dieser Fast-Fashion-Wahnsinn muss dringend aufhören.

Welche Akteure haben sich für diesen Protest zusammengeschlossen?

CCC Kiel, Frauenwerk der Nordkirche, Attac Kiel, Extinction Rebellion. Wir haben eine Straßentheateraktion vorbereitet und fanden es großartig, dass wir viele Leute von der Alten Mu (Alte Mu Impuls-Werk e.V. in Kiel, Anm. d. Red.) oder auch von IG Metall sowie der Grünen Jugend bei der Kundgebung vor Primark getroffen haben.

Welche Herausforderungen sind geblieben?

Wir müssen nun endlich eine gesetzliche Regelung, ein Lieferkettengesetz, erreichen und messbare Verbesserungen in den Fabriken für die Menschen dort erzielen. Zunehmend sehe ich das Thema CO₂-Emissionen und Belastung der Umwelt, z. B. durch Chemikalieneinsatz bei



Protestaktion gegen die Eröffnung und das Geschäftsmodell von Primark in Kiel im November 2019

Gore-Tex, als ein Riesenproblemfeld. Ich sehe es nicht ein, dass zwei Mrd. Bekleidungsstücke kaum getragen entsorgt und darüber hinaus 20 Mrd. Stücke erst gar nicht abverkauft werden. Eine solche Verschwendung kann die Menschheit in Anerkennung der planetaren Grenzen nicht weiter betreiben.

„Dieser Fast-Fashion-Wahnsinn muss dringend aufhören.“

Welchen Einfluss können Konsumenten ausüben, welchen die politischen Entscheider?

Konsument*innen glauben, dass sie mit dem richtigen Siegel oder Label viel bewirken können. Sie sehen sich in der Verantwortung. Unlängst wurde ihnen diese vermeintliche Verantwortung durch ein angeblich faires Textilsiegel, den „Grünen Knopf“, weiter aufgedrückt. Tatsächlich gilt der Grüne Knopf nicht für Baumwolle und sorgt nicht für existenzsichernde Löhne. Die Teilnahme ist für Firmen freiwillig. Die Kontrolle der ökologischen und sozialen Inhalte des Grünen Knopfes erfolgt über Auditfirmen, die bei der Verbesserung der

Arbeitsbedingungen immer wieder als Instrument versagt haben. Wie können Konsument*innen eine Lieferkette von 60.000 Kilometer bei der Herstellung von Bekleidung überblicken? Die politischen Entscheider*innen sind in der Verantwortung, für alle Firmen dieselben Wettbewerbsbedingungen hinsichtlich sozialer und ökologischer Risiken herzustellen. Das ist die Aufgabe von Politik. Anders kann es nicht gehen, wenn uns die Achtung von Menschen und Natur etwas wert ist.

Wie und wo kann jeder selbst aktiv werden?

Jede kann immer wieder bei Abgeordneten, politisch Verantwortlichen Druck machen, dass endlich ein Lieferkettengesetz kommt. Es fehlen aber auch noch neue politische Initiativen gegen diese verschwenderische Wirtschaftsweise im Umgang mit Human- und Naturressourcen. Die CCC Kiel macht Bildungsarbeit und unterstützt die Kampagnenarbeit und Ziele der internationalen CCC. Da kann jede und jeder mitmachen. Ich finde, es hat immer etwas sehr Reini-gendes, ja fast Spirituelles, mal an einer Straßenaktion teilzunehmen und öffentlich zu zeigen, wofür wir stehen.

Waltraud Waidelich ist Referentin beim Frauenwerk der Nordkirche für Konsumethik und Feministische Ethik und im Auftrag des Frauenwerks Mitglied in der CCC Kiel, CCC Hamburg und im Trägerkreis der CCC Deutschland.

Die CCC Kiel hat für die Arbeit von Multiplikator*innen mit Jugendlichen und Erwachsenen 12 Bildungsbüdel konzipiert, die geliehen werden können.

Weitere Infos unter www.frauenwerk.nordkirche.de/de/bildungsbüdel-kleidung.htm und www.saubere-kleidung.de



Tote und Verletzte bei Einstürzen und Bränden in Textilfabriken zeigen:
Ohne ein Lieferkettengesetz nehmen deutsche Unternehmen Menschenrechts-
verletzungen und Umweltzerstörung im Ausland weiter in Kauf.
Jetzt Petition unterschreiben: lieferkettengesetz.de

**INITIATIVE
LIEFERKETTEN
GESETZ.DE**



Arbeitsgemeinschaft der
eine welt-landesnetzwerke
in deutschland e.v.

**Brot
für die Welt**

BUND
FRIENDS OF THE EARTH GERMANY

CIR
CHRISTLICHE
INITIATIVE
ROMERO

CorA
Corporate
Accountability
Network for Unternehmensverantwortung

DGB

FF
FORUM
FAIRER
HANDEL

GERMANWATCH

GREENPEACE

INKOTA

MISEREOR
THE HILFswerk

OXFAM
Deutschland

südwind
NACHFOLGER ÖKONOMIE
UND ÖKOLOGIE

ver.di

weed

WELTLADEN
DACHVERBAND

WVZ
WERKSTATT ÖKONOMIE

Und zahlreiche weitere Organisationen.



Fachmesse NEONYT 2020

14.-16.01.2020, Berlin

CHANGE. FASHION. TOGETHER.
Globales Hub für Mode, Nachhaltigkeit
und Innovation

Weitere Infos:

www.neonyt.messefrankfurt.com



Kleidertauschbörse

20.03.2020,
Museum Tuch+Technik, Neumünster

Kleidung und Accessoires auf faire
Weise tauschen.

Weitere Infos:

www.tuchundtechnik.de



HELDENMARKT

Heldenmarkt Hamburg 2020

25.-26.01.2020,
Hamburg Messe und Congress

Verbrauchermesse für nachhalti-
gen Konsum: Lebensmittel, Mode,
Kosmetik, Wohnen, Mobilität oder
Geldanlagen.

Weitere Infos:

www.heldenmarkt.de



Fashion Revolution Day

20.04.2020, weltweit

Weltweiter Aktionstag, an dem die
Menschen ihre Klamotten „auf links“
tragen und so zeigen, wo die Kleidung
hergestellt wurde: Made in

Weitere Infos:

www.fashionrevolution.org

Impressum

ZUKUNFT.GLOBAL

Magazin für Entwicklung und Zusammenarbeit
aus Schleswig-Holstein

Ausgabe 10 – Dezember 2019

www.zukunft.global

Herausgeber:

Bündnis Eine Welt Schleswig-Holstein e.V. (BEI)
Dachverband entwicklungspolitischer
Organisationen

Sophienblatt 100, 24114 Kiel, Deutschland
Tel.: +49(0)431-679399 00

info@bei-sh.org, www.bei-sh.org

Vereinsregister-Nr.: AG Kiel, VR 3739 KI

Vorstand:

Andrea Bastian, Daniela Suhr, Lazarus Tomdio,
Hans-Georg Woitzik, Karsten Wolff

Redaktion:

Benjamin Hellwig und Fridtjof Stechmann

redaktion@zukunft.global

www.zukunft.global

Schlussredaktion:

Henrik Drüner

Gestaltung und Satz:

Sarah Hillebrand / Marius Gosch
Innovative Bildtechnik Gosch
info@ibgosch.de, www.ibgosch.de

Druck:

hansadruck und Verlags-GmbH & Co KG Kiel

Webdesign und Technik:

Matthias Koch, Mare Multimedia
info@mare-m.de, www.mare-m.de

ZUKUNFT.GLOBAL wird im Rahmen des „Eine
Welt Promotor*Innenprogramms“ erstellt. Es
wird durch „Engagement Global“ im Auftrag
des Bundesministeriums für wirtschaftliche
Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) und das
Ministerium für Energiewende, Landwirtschaft,
Umwelt, Natur und Digitalisierung des Landes
Schleswig-Holstein (MELUND) gefördert.

**Die Printausgabe wird durch „Bingo!
Die Umweltlotterie“ ermöglicht.**

Für den Inhalt dieser Publikation ist allein
der Herausgeber verantwortlich. Die hier
dargestellten Positionen geben nicht den
Standpunkt von „Engagement Global gGmbH“
und des BMZ wieder.

Gefördert von



Mit Mitteln des



Ermöglicht durch



Jetzt abonnieren!



Sie wollen ZUKUNFT.GLOBAL als gedrucktes Magazin abonnieren?

Schreiben Sie einfach eine Mail an bestellen@zukunft.global und erhalten Sie die nächsten drei Ausgaben zum Preis von 10 Euro (Start mit aktueller oder nächster Ausgabe). Die Lieferung erfolgt versandkostenfrei direkt nach Hause (nur innerhalb Deutschlands). Mit Erscheinen der dritten Ausgabe endet das Abonnement automatisch.

Ausblick

Menschenrechte und Umweltstandards einhalten, Verantwortung für globale Geschäfte übernehmen: Im nächsten Schwerpunkt blickt ZUKUNFT.GLOBAL auf Akteure, Produzenten und Händler entlang weltweiter Lieferketten. Die Ausgabe erscheint im Frühjahr 2020.



BÜNDNIS EINE WELT SCHLESWIG-HOLSTEIN E.V. (BEI)

DACHVERBAND ENTWICKLUNGSPOLITISCHER ORGANISATIONEN

GLOBALE PARTNERSCHAFTEN UND ENTWICKLUNG

MIT MENSCHEN WELTWEIT
ZUKUNFT GEMEINSAM GESTALTEN

MIGRATION UND ENTWICKLUNG

VONEINANDER LERNEN UND
GLOBALE GERECHTIGKEIT LEBEN

BILDUNGSARBEIT

„GLOBALES LERNEN“ UND
„BILDUNG FÜR NACHHALTIGE
ENTWICKLUNG“ IN DER PRAXIS

FAIR TRADE

FAIRER HANDEL,
UNTERNEHMENSVERANTWORTUNG
UND NACHHALTIGE BESCHAFFUNG

ZUKUNFT.GLOBAL

Magazin für Entwicklung
und Zusammenarbeit aus
Schleswig-Holstein

Alle Ausgaben lesen oder
Heft bestellen:
www.zukunft.global



NEWSLETTER

Bündnis Eine Welt
Schleswig-Holstein e.V. (BEI)
Dachverband entwicklungs-
politischer Organisationen

Abonnieren unter:
www.bei-sh.org/newsletter.html

WWW.BEI-SH.ORG

Bündnis Eine Welt Schleswig-Holstein e.V. (BEI) | Sophienblatt 100 | 24114 Kiel | Deutschland



KLIMASCHUTZ VERSCHENKEN!

Mach Familie und Freunde zu Klimaschützern. Verschenke ein personalisiertes Zertifikat zu Weihnachten. Damit kompensiert die beschenkte Person CO₂ – zum Beispiel von Urlaub, Flug oder PKW. Bestellung und weitere Infos unter www.moorfutures-sh.de

