

Mode: Rassismus, Sexismus und Arbeitsrechte

Wie wir uns kleiden und was uns gefällt, ist nicht nur eine individuelle Angelegenheit. Gesellschaftliche Trends, Regeln und ästhetische Normen bestimmen Geschmack und Gewohnheiten. Mode, Konsum und Bekleidungsproduktion sind über globale Machtverhältnisse miteinander verknüpft. Insofern gehören in Zusammenhang mit Mode auch Schönheitsideale, kulturelle Aneignung, Rassismus, Sexismus, Arbeitsrechte und Konsumverhalten diskutiert.

In der Bekleidungsindustrie, die überwiegend im Globalen Süden angesiedelt ist und in der überwiegend Frauen arbeiten, sind unzumutbare **Arbeitsbedingungen** und Löhne unter dem Existenzminimum weit verbreitet. Viele Tätigkeiten finden im informellen Sektor, d.h. in ungeregelten und ungesicherten Arbeitsverhältnissen statt wie z.B. in Heimarbeit. Arbeitsrechte werden sehr häufig unterlaufen oder gar nicht anerkannt. Niedrige Löhne und geringe **arbeitsrechtliche Standards** dienen wiederum als Anreiz für Investor_innen. Sie werden national durch gesetzliche Maßnahmen, z.B. erlaubte Ausnahmen vom Mindestlohn oder Verbot der gewerkschaftlichen oder sonstigen Organisation, ermöglicht. International erleichtern Freihandelsabkommen sowie Steuer- und Zollerleichterungen es den Investor_innen, sich in Niedriglohnländern niederzulassen, aus denen die allermeisten textilen Produkte im Globalen Norden stammen.

Es gibt aber zahlreiche Organisationen, die soziale Standards in der gesamten Bekleidungsproduktion durchsetzen wollen und die für die **Verbesserung der Situation der Arbeiter_innen** kämpfen – so z.B. die Internationale Arbeitsorganisation (ILO), eine Sonderorganisation der Vereinten Nationen. Ein nationales Beispiel ist die indische Frauengewerkschaft SEWA (Self Employed Women's Association), die arme Frauen in ungeschützten, informellen Arbeitssektoren organisiert. Dazu kommen westliche NGOs wie die Clean Clothes Campaign (CCC), die sich einerseits für die Verbesserung der Arbeitsbedingungen in der Bekleidungsproduktion einsetzen und die andererseits bei den Konsument_innen Bewusstsein für die globalen Zusammenhänge schaffen. **Nachhaltiger Konsum**, der auf die Einhaltung sozialer, ethischer und ökologischer Standards achtet, hat sich in den letzten Jahren zu einem gesellschaftlichen Trend entwickelt. So werben mittlerweile auch Billigmarken wie H&M mit „nachhaltigen“ Linien.

Als kulturelles Phänomen produziert Mode Bildwelten, die den gesellschaftlichen Geschmack prägen. Schönheitsideale und normierte Körper, die in Modetrends sichtbar werden, spiegeln immer auch die **Geschlechterbilder und -verhältnisse** in einer Gesellschaft. Die internationale Modebranche ist vor allem **westlich dominiert**: Eine „weiße“ Ästhetik ist Standard und Ausgangspunkt von Modegestaltung, während Schwarzsein oft nur als exotische Abweichung von einer weißen Norm inszeniert wird. In der Modewelt wird noch immer das rassistische „Blackfacing“ praktiziert, bei dem weiße Models als Schwarze Menschen verkleidet posieren. Dazu kommt die (kolonialistische) Praxis westlicher Modefirmen, Stoffmuster usw. aus dem Globalen Süden zu kopieren, ohne den Weber_innen oder Designer_innen der Stoffmuster deren (geistige) Arbeit zu vergüten („cultural appropriation“ genannt).

Es gibt aber auch Bestrebungen, für diese Problematik zu sensibilisieren: Immer öfter treten Models wie etwa Naomi Campbell gegen **Rassismus und Eurozentrismus in der Modewelt** auf und **alternative Modelabels** versuchen, mit ihren Entwürfen den vorherrschenden Körnernormen entgegenzuarbeiten.

Mögliche Fragestellungen:

- Wie sieht die **Güterkette** meines zuletzt gekauften T-Shirts aus? Welche Stationen hat es durchlaufen? Welche Personen (von der Baumwollpflückerin über die Näherin bis zur Verkäuferin) waren an der Produktion wo und in welcher Form beteiligt?
- Wie steht es um die Arbeitsbedingungen und **Arbeitsrechte** in der globalen Bekleidungsindustrie? Wieso sind hier die Standards so niedrig? Untersuchung am Beispiel Bangladesch.
- Welche ökonomischen und politischen **Rahmenbedingungen** braucht es, um Arbeitsrechte durchzusetzen? Inwiefern sind Frauen besonders betroffen? Welche Versuche gibt es, Verbesserungen zu erstreiten? Untersuchung am Beispiel SEWA.


- Kann durch **bewussten Modekonsum** Einfluss auf die Arbeitsbedingungen in der Bekleidungsindustrie genommen werden? Welche verschiedenen Ansätze zu nachhaltigem Konsum gibt es? Untersuchung am Beispiel der Clean Clothes Campaign.
- Welche Formen von **Rassismus** sind in der Modebranche verbreitet? Wie verknüpfen sich dabei Rassismus, Sexismus und Kolonialismus? Welche Strategien gibt es dagegen?

Literatur zum Thema aus der C3-Bibliothek für Entwicklungspolitik (www.centrum3.at/bibliothek):

- Bhatt, Ela R.: We are poor but so many: the story of self-employed women in India. London/New York: Oxford University Press 2006. Signatur: I E 710
- Burckhardt, Gisela: Todschild: edle Labels, billige Mode – unmenschlich produziert. München: Heyne 2014. Signatur: I E 1125
- Schönheit ganz anders (=Der Überblick 4/2004).
- Haehnel, Birgit (Hrsg.): Anziehen! Transkulturelle Moden. Bielefeld: Transcript 2013. Signatur: II A 2830
- Hoskins, Tansy E.: Das antikapitalistische Buch der Mode. Zürich: Rotpunktverlag 2016. Signatur: I A 2874
- Mode und Lifestyle (=Frauen*solidarität 141, 3/2017).
- Morgan, Andrew (Regie): The True Cost: der wahre Preis der Mode. Bern : éducation21 2017 (Dokumentarfilm, Kurzfassung, 39 min.). Signatur: DVD51
- Rivoli, Pietra: Reisebericht eines T-Shirts. Ein Alltagsprodukt erklärt die Weltwirtschaft. Berlin: Econ 2006. Signatur: I A 2138
- Terre des Femmes (Hrsg.): Mode, Macht und Frauenrechte. Tübingen: Terre des Femmes 2003. Signatur: I A 1885

Für mehr Literatur und Beratung komm in die C3-Bibliothek für Entwicklungspolitik (www.centrum3.at/bibliothek)

Linktipps:

-  **C3SEARCH+** DIE Suchmaschine für Internationale Entwicklung und Frauen*Gender: <http://oefse.summon.serialssolutions.com>
- Clean Clothes Campaign: <http://www.cleanclothes.at>
- FEMNET e.V. (Frauenrechte, Arbeitsrechte): <http://femnet-ev.de/>
- Self Employed Women's Association SEWA: www.sewa.org
- Interview mit Naomi Campbell über Rassismus in der Modebranche: <https://www.youtube.com/watch?v=iUlpuYMSs4>
- Ausgewählte Artikel aus der Ausgabe „Mode und Lifestyle“ der Zeitschrift Frauen*solidarität zum Download: http://www.frauensolidaritaet.org/fs_141