

FASHION REVOLUTION

WARUM BRAUCHT ES EINEN WANDEL?



**#WHO MADE MY CLOTHES?
#WHAT'S IN MY CLOTHES?
#WHO MADE MY FABRIC?**

Fragen, die wir meist nicht beantworten können. Wir wissen so gut wie nichts darüber, wer unsere Kleidungsstücke fertigt oder wo die Rohstoffe herkommen. Wir wissen nicht, ob die Arbeiter*innen dafür genügend Geld bekommen, ob die Fabrik die geltenden Arbeitsstandards einhält, ob in der Produktion giftige Chemikalien eingesetzt werden oder ob für Rohstoffe wie Baumwolle, Flächen ausgebeutet werden.

Fashion Revolution will aufklären, fordert Transparenz und will positiven Lösungen eine Plattform bieten. Sie ist eine internationale Kampagne, die sich nach dem schweren Unglück in der Textilfabrik Rana Plaza in Bangladesch im April 2013 gegründet hat. Bei dem Fabrikeinsturz starben 1134 Menschen und 2500 wurden verletzt.

Die Katastrophe zog die Aufmerksamkeit der Weltbevölkerung auf die menschenunwürdigen Arbeitsbedingungen in der Textilbranche. An diesen Umständen hat sich seitdem wenig geändert. Fashion Revolution Germany ist Teil der globalen Bewegung und trägt jährlich zum Gedenktag, den 24.04. mit der Fashion Revolution Week dazu bei, dass dies nicht vergessen wird. Menschen auf der ganzen Welt werden dazu aufgerufen, Brands zu fragen, woher ihre Kleidung stammt und woraus sie ist: **#Whomademyclothes?** Ziel der Aktion ist es, mit dieser simplen Frage Druck aufzubauen, und mehr Transparenz in die Modebranche zu bringen, die Umwelt zu schützen und die Rechte der Menschen, insbesondere von Frauen, zu stärken.

FASHION REVOLUTION

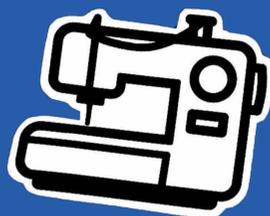
WHY DOES CHANGE NEED TO HAPPEN?



Questions we usually can't answer. We know next to nothing about who makes our clothes or where the raw materials come from. We don't know if the workers get paid enough, if the factory complies with local industry standards, if toxic chemicals are used in production or if the land is exploited for raw materials such as cotton.

Fashion Revolution wants to educate consumers, demands transparency and wants to offer a platform for positive solutions. It is an international movement that was founded after the serious accident at the Rana Plaza textile factory in Bangladesh in April 2013. The factory collapse killed 1134 people and injured 2500.

The disaster drew the attention of the world's population to the inhumane working conditions in the textile industry. Since then little has changed. Fashion Revolution Germany is part of a global movement and contributes annually to the day of remembrance, 24.04. Fashion Revolution Week ensures that the accident at Rana Plaza textile factory is not forgotten. People all over the world are called upon to ask brands where their clothes come from and what they are made of: **#Whomademyclothes?** The goal of this campaign is to use this simple question to build pressure and bring more transparency to the fashion industry, protect the environment and strengthen the rights of people, especially the women who work in this industry.



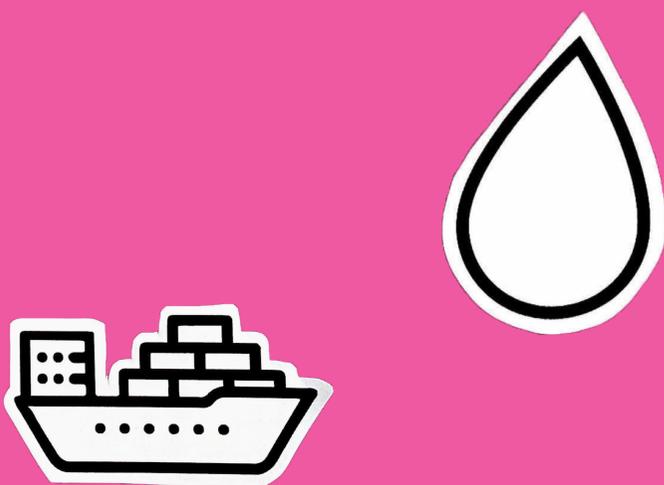
KLIMA & MODE

Die globale Mode- und Textilindustrie zählt zu den ältesten und wichtigsten Wirtschaftszweigen und ist zugleich eine der schädlichsten Industrien der Welt. Seit den 1990er Jahren wächst sie rasant und verursacht dabei erhebliche ökologische und soziale Probleme. Sie verbucht nicht nur einen **hohen Kohlendioxid-Ausstoß** und einen beträchtlichen **Wasserverbrauch**, sondern trägt auch wesentlich zur **Abholzung von Wäldern** und zur **Zerstörung von Böden** bei. Zudem weist die Textilindustrie den größten chemischen Einsatz aller Industrien auf und gehört zu den Wirtschaftszweigen mit der höchsten **Luft- und Wasserverschmutzung**. Der massive Konsum von Textilien führt außerdem zu einem massiven **Müllproblem**: Jede Sekunde wird eine LKW-Ladung an Textilmüll auf einer Deponie entsorgt.

Durch die Globalisierung wurden die Produktions- und Lieferketten immer länger und die Preise sanken immer weiter, was zu neuen Konsumgewohnheiten führte. Produktion und Konsum sowie Kommunikation und Transport: Alles wird immer schneller...

Mit unserem Konsumverhalten können wir hier einen starken Einfluss nehmen: **Wir können weniger und vor allem bewusster kaufen, Onlinekonsum und so Retouren reduzieren, unsere Kleidung besser pflegen und länger tragen und so unseren ökologischen Fußabdruck verringern.**

8 BIS 10% DER JÄHRLICHEN KOHLENDIOXID-EMISSIONEN WIRD DURCH DIE MODE- UND TEXTILINDUSTRIE VERURSACHT. UND DAMIT MEHR ALS DURCH DEN INTERNATIONALEN FLUGVERKEHR UND DIE SEESCHIFFFAHRT ZUSAMMEN.



FASHION & CLIMATE



The global fashion and textile industry is one of the oldest and most important sectors of the economy and also one of the most damaging industries in the world. It has been growing rapidly since the 1990s, causing significant environmental and social problems. Not only does it emit **high levels of carbon dioxide** and consume considerable **amounts of water**, but it also contributes significantly to **deforestation** and **soil degradation**. In addition, the textile industry has the highest chemical use of any industry and is one of the industries with the highest levels of **air and water pollution**. The massive consumption of textiles also leads to a massive **waste problem**, with one truckload of textile waste going to a landfill site every second.

Globalization has made production and supply chains longer and prices lower, leading to new consumption patterns. Production and consumption, as well as communication and transport is getting faster and faster...

We can buy less and above all more consciously, reduce online consumption and thus reduce returns, take better care of our clothes and wear them longer and thus reduce our ecological footprint.

8 TO 10% OF ANNUAL CARBON DIOXIDE EMISSIONS ARE CAUSED BY THE FASHION AND TEXTILE INDUSTRY. AND THUS MORE THAN BY INTERNATIONAL AIR TRAFFIC AND OCEAN SHIPPING COMBINED.



ARBEITS- BEDINGUNGEN

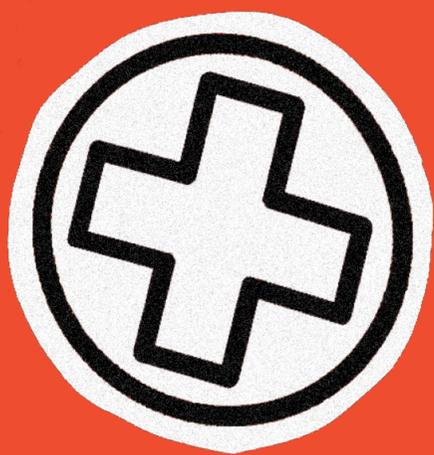
Jedes unserer Kleidungsstücke wird von Menschen gefertigt. Meist sind es Frauen, die größtenteils im Globalen Süden arbeiten und für uns im Globalen Norden Bekleidung unter ausbeuterischen Verhältnissen fertigen. Prekäre Arbeitsbedingungen sind aber auch in Europa zu finden. „Made in ...“ gibt uns leider kaum genug Hinweise darüber, wie unsere Bekleidung gefertigt wurde. **Lange Arbeitszeiten, Unterbezahlung, mangelnde Sicherheitsstandards und fehlender Gesundheitsschutz** sind in der globalen Textilproduktion weit verbreitet. Die sozialen Missstände in den textilen Produktionen reichen von Missachtung der Menschenrechte über moderne Sklaverei bis hin zu Kinderarbeit. Besonders Frauen sind körperlicher und sexueller Gewalt ausgesetzt.

Viele Länder haben zwar offiziell einen **Mindestlohn**, jedoch ist dieser häufig viel zu niedrig und reicht nicht, um die **Existenz** der Arbeiter:innen zu sichern. Der Mindestlohn ist meist viel niedriger als der Existenzlohn, welcher angibt, wie viel eine Person verdienen müsste, um sich selbst und ihre Familie zu ernähren, die Miete zu zahlen, für Gesundheits-, Kleidungs-, Mobilitäts- und Bildungskosten aufzukommen sowie für unerwartete Ereignisse ein wenig Geld zur Seite zu legen. Arbeiter:innen werden zu Überstunden gezwungen und gewerkschaftliches Engagement ist nicht gerne gesehen und es wird mit Druck auf die Arbeiter:innen reagiert.

WORKING CONDITIONS

Each of our garments is made by humans. Most of them are women who work in the Southern hemisphere and produce clothing for consumers in the Northern hemisphere under exploitative conditions. However, precarious working conditions can also be found in Europe. “Made in ...” unfortunately doesn’t give us enough information about how our clothing was made. **Long working hours, unfair pay, and poor health and safety standards** are widespread in global textile production. Social issues in textile production range from the disregard of basic human rights to modern slavery to child labor. Women in particular face physical and sexual abuse.

Many countries have an official **minimum wage**, but this is often far too low for the workers to **survive on**. The minimum wage is usually lower than the living wage, which indicates how much a person would need to earn to support themselves and their family, pay rent, pay for healthcare, clothing, mobility and education costs, and set aside a little money for unexpected events. Workers are forced to work overtime, unionization is frowned upon, and pressure is put on workers.



CIRCULAR FASHION

Die Menge der entsorgten Textilien wächst mit den schnell wechselnden Trends. Gleichzeitig sinken Wiederverwendbarkeit und Wiederverwertbarkeit aufgrund schlechter Qualität. Seit dem rasanten Wachstum von Fast Fashion ist der globale Markt für ausgemusterte Kleidung riesig, lukrativ aber vor allem: übersättigt.

WENIGER ALS 1% DER WELTWEIT ZURÜCKGEBEBENEN KLEIDUNG GELANGEN IN EINEN GESCHLOSSENEN KREISLAUF MIT EINEM QUALITATIV GLEICHWERTIGEN RECYCLING.

Die **Transformation hin zu einer Kreislaufwirtschaft** bietet daher eine vielversprechende Lösung für die problematische Textilindustrie. Dazu muss der Kreislaufansatz in allen Prozessen eingeplant werden: Vom Design eines Produktes über die Materialwahl bis hin zum Vertrieb und dem Nutzungsverhalten, überall muss über die Wiederverwertbarkeit nachgedacht werden. In der textilen Kreislaufwirtschaft der Zukunft wird Kleidung beispielsweise aus recycelten oder biologisch abbaubaren Textilien hergestellt, sie wird repariert, verliehen, upgecycelt, weiterverkauft und am Ende wieder zu neuen Textilien recycelt. Doch der Weg ist noch weit, hier stehen wir gerade erst am Anfang.

WUSSTEST DU SCHON?

Bevor Kleidung im Kleiderschrank verstaubt, empfiehlt es sich, sie weiterzugeben oder lokal weiterzuverkaufen. Keinesfalls sollte sie im Restmüll entsorgt werden! Sammelcontainer sind nur für saubere und nicht kaputte Bekleidung geeignet. Fehlt auch nur ein Knopf, ist die Wahrscheinlichkeit groß, dass das Kleidungsstück als Putzlappen endet. Also lieber vorher reparieren oder in dem Fall über den Hausmüll entsorgen.



CIRCULAR FASHION



The amount of disposed textiles grows with the fast changing trends. At the same time, reusability and recyclability are decreasing due to poor quality. Since the rapid growth of fast fashion, the global market for discarded clothing is huge, lucrative, but above all, oversaturated.

LESS THAN 1% OF THE WORLD'S RETURNED CLOTHING ENDS UP IN A CLOSED LOOP WITH RECYCLING OF EQUAL QUALITY.

The **transformation to a circular economy** therefore offers a promising solution for the problematic textile industry. To achieve this, the circular approach must be planned into all processes: From the design of a product, to the choice of materials, to the distribution and usage behavior, recyclability must be considered at every stage. For example, in the circular textile economy of the future, clothing will be made from recycled or biodegradable textiles, it will be repaired, loaned, upcycled, re-sold and ultimately recycled back into new textiles. There is still a long way to go and we are just at the beginning.

DID YOU KNOW?

Before clothes gather dust in your closet, it's a good idea to pass them on or sell them locally. Under no circumstances should it be disposed in the residual waste! Collection containers are only suitable for clean and unbroken clothing. If even one button is missing, there is a good chance that the garment will end up as a cleaning rag, so it is better to repair it beforehand.

KONSUM- VERHALTEN

Unser Modekonsum hat sich in den letzten Jahren mehr als verdoppelt. Mode ist zum Wegwerfprodukt geworden und (Ultra)-Fast-Fashion lockt überall. Aber es geht auch anders: Das alternative Konzept zu Fast Fashion heißt Slow Fashion. Es steht für qualitative, nachhaltige Mode und ein bewusstes und reflektiertes Konsumverhalten. Kurz gesagt: für mehr Verantwortung, Respekt und Achtsamkeit gegenüber Mensch und Umwelt – für mehr Nachhaltigkeit. Doch Achtung! Der Begriff der Nachhaltigkeit ist populär und lässt sich gut vermarkten. Dies führt dazu, dass nachhaltiges und soziales Handeln oftmals nur vorgetäuscht wird, ohne dass ein echter Mehrwert für Mensch und Umwelt entsteht. **Dies nennt man Greenwashing.** Eco, Conscious, Green, Sustainable – Das sind alles ungeschützte Begriffe und dürfen auch bei nicht – nachhaltiger Mode gebraucht werden. Nachhaltig zu konsumieren bedeutet also auch, achtsam und kritisch zu konsumieren.

WAS KÖNNEN WIR ALSO TUN?

CARE & REPAIR – Zum einen gilt es den Wert im Vorhandenen zu sehen, ihn auszuschöpfen und die Kleidung einfach länger zu tragen, indem diese wieder **geschätzt, gepflegt, repariert oder neu kombiniert** wird. Denn am Ende ist die Kleidung, die bereits in unserem Kleiderschrank hängt, die nachhaltigste. Ein kaputtes Kleidungsstück zu reparieren ist häufig einfacher als man denkt. Es gibt eine Vielzahl an Erklärvideos im Internet, die zeigen, wie es geht. Jeder Waschgang strapaziert die Kleidung und ihre Fasern. Je seltener wir waschen, desto länger hält die Kleidung. 30° Celsius sind bei normal verschmutzter Kleidung ausreichend.

SWAP, RENT & SHARE – Eine weitere Möglichkeit bietet Tauschen, Mieten und Teilen sowie Second-Hand-Modelle. Hierfür gibt es mittlerweile Läden und Onlineplattformen und natürlich kann auch privat einfach eine Tauschparty organisiert werden. Denn je länger ein Produkt genutzt wird, desto nachhaltiger werden die Ressourcen genutzt, da kein neuer Herstellungsaufwand entsteht.

BUY FAIR – Bei jedem Neukauf sollten faire und ökologische Brands unbedingt bevorzugt werden.

USE YOUR VOICE & YOUR VOTE – Wir alle teilen die Verantwortung: Gesellschaft, Wirtschaft und Politik. Wir sind nicht nur Konsument*innen sondern auch Bürger*innen! Wir können mehr Nachhaltigkeit und Transparenz bei Unternehmen, aber auch in der Politik einfordern!



CONSUMPTION BEHAVIOR

Most of Our fashion consumption has more than doubled in recent years. Fashion has become a disposable product and (ultra) fast fashion beckons everywhere. But there is another way: The alternative concept to fast fashion is called slow fashion. It stands for qualitative, sustainable fashion and a conscious and reflective consumer behavior. In short: for more responsibility, respect and awareness towards people and the environment – for more sustainability. But watch out! The term “sustainability” is popular and easy to market. As a result, sustainable and social actions are often only feigned, without any real added value for people and the environment. **This is called greenwashing.** Eco, Conscious, Green, Sustainable – These are all unprotected terms and may also be used for non-sustainable fashion. Consuming sustainably also means consuming mindfully and critically.

SO WHAT CAN WE DO?

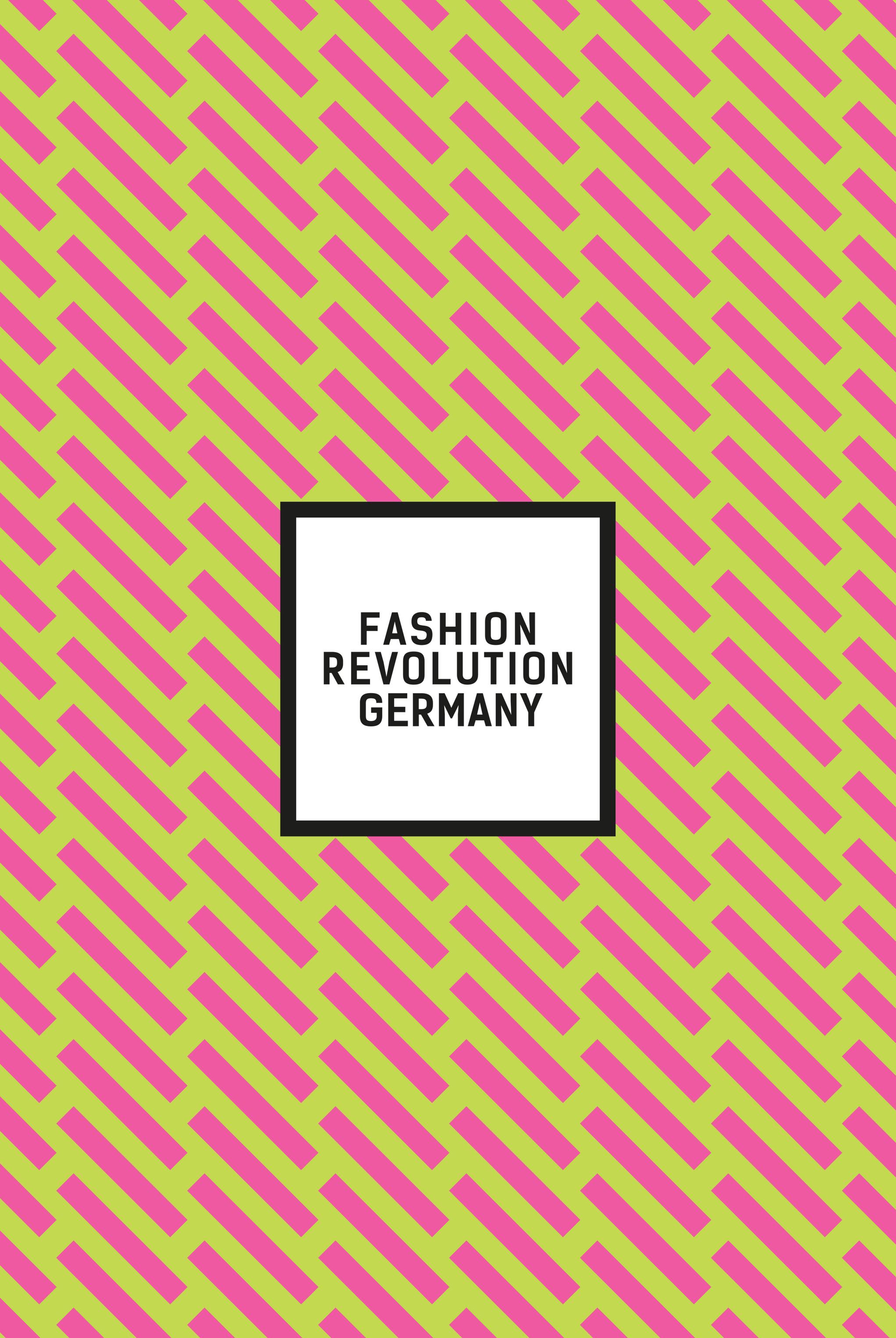
CARE & REPAIR – On the one hand, it is important to see the value in what is available, to exploit it and simply to wear the clothing longer by **appreciating it again, caring for it, repairing it or recombining it.** Because in the end, the clothes that are already hanging in our closet are the most sustainable. Repairing a broken garment is often easier than you think. There are plenty of explanatory videos on the Internet that show how to do it. Every wash puts a strain on clothes and their fibers. The less often we wash, the longer the clothes last. 30° Celsius is sufficient for normally soiled clothing.

SWAP, RENT & SHARE – Another option is swapping, renting and sharing, as well as second-hand models. There are now stores and online platforms for this, and of course it is also possible to organize a private swap party. The longer a product is used, the more sustainably the resources are used, since no new manufacturing effort is required.

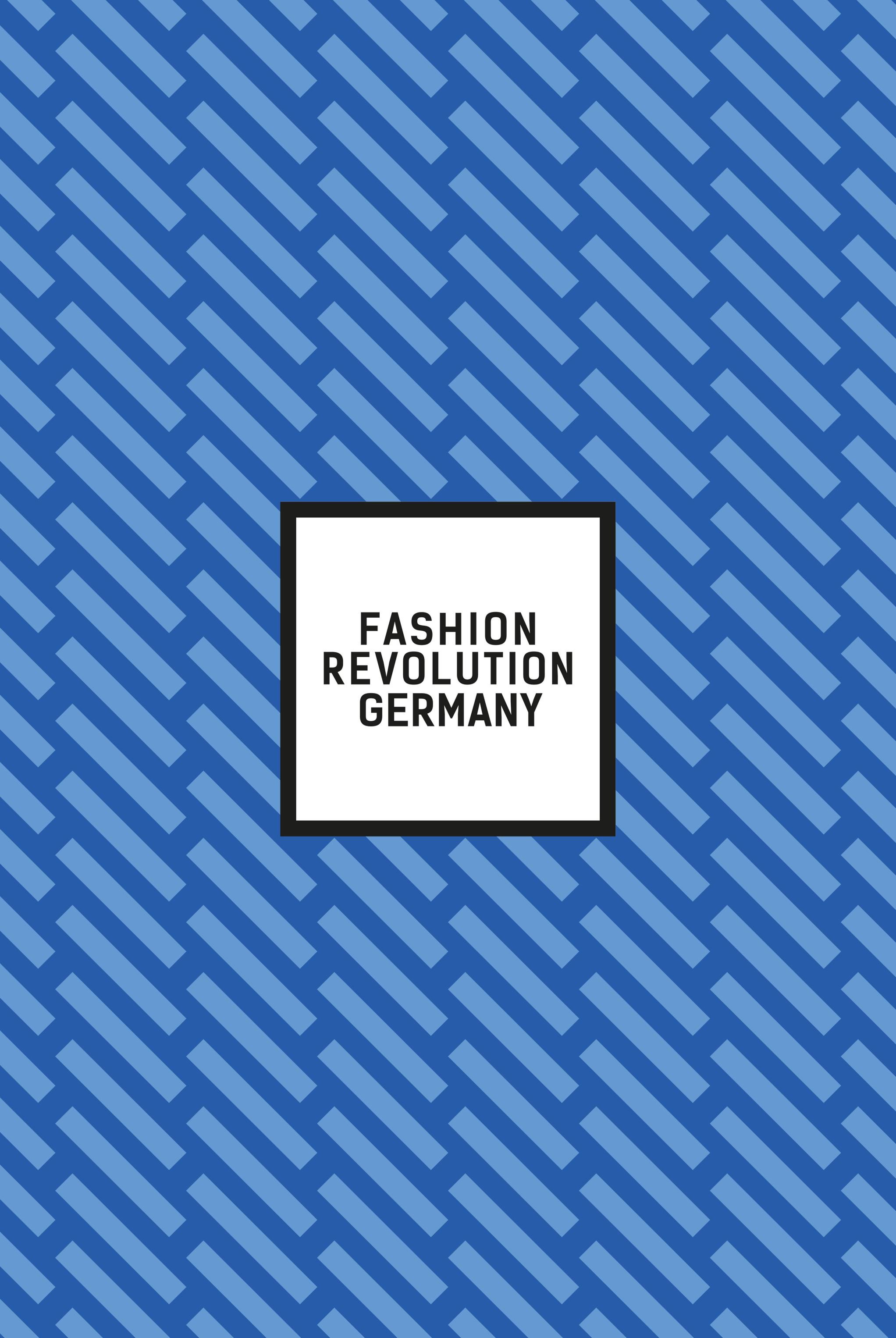
BUY FAIR – Fair and ecological brands should be preferred for every new purchase.

USE YOUR VOICE & YOUR VOTE – We all share responsibility: society, business and politics. We are not only consumers but also citizens! We can demand more sustainability and transparency from companies, but also from politicians!





**FASHION
REVOLUTION
GERMANY**



**FASHION
REVOLUTION
GERMANY**