Zeitschrift: Neue Wege : Beiträge zu Religion und Sozialismus
Herausgeber: Vereinigung Freundinnen und Freunde der Neuen Wege
Band: 115 (2021)
Heft: 4

Artikel: Langfristige Beziehungen als Schlüssel zu gerechterer Produktion
Autor: Itin, Gaby / Hachfeld, David / Moser, Geneva
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-965916

Nutzungsbedingungen
Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use
The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 10.01.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

Langfristige Beziehungen als Schlüssel zu gerechterer Produktion

Neue Wege-Gespräch mit Gaby Itin (Weberin) und David Hachfeld (Public Eye) von Geneva Moser und Anja Kruysse

Das handwerkliche Weben in der Schweiz geschieht unter ganz anderen Bedingungen als die industrielle Textilproduktion im Globalen Süden. Wo hier die Freude am gewobenen Stoff vorherrscht, bestimmen dort Ausbeutungsverhältnisse die Branche. Welche Schritte sind für einen nachhaltigen Umgang mit Textilien nötig?

NW David Hachfeld, was ist für Sie das Schöne, das Faszinierende am «sich kleiden»?

DH Kleidung ist vielfältig. Sie hat Nutzwert – sonst würden wir beispielsweise im Winter frieren. Kleidung ist identitätsstiftend und kann Stimmungen ausdrücken. Historisch finde ich die Wurzeln der Schweizer Textilindustrie und ihre Entwicklung bis in die Gegenwart sehr interessant: Textilien waren ja vor rund 100 Jahren das Hauptexportprodukt der Schweiz, und Armutslöhne und Ausbeutung waren auch bei uns weit verbreitet. Die Frage, wie wir heute damit umgehen, ist für mich ganz faszinierend.

NW Gaby Itin, als Weberin produzieren Sie Textilien vergleichsweise sehr langsam. Was macht für Sie das Weben aus?

GI Ich habe das Weben in einem einwöchigen Kurs kennengelernt. Erst am dritten Tag konnte ich anfangen zu weben. Weben ist ein komplexer Prozess, von der Planung über das Einrichten des Webstuhls bis zum eigentlichen Weben. Der Moment, als ich dann mein Webschiffchen durch das Garn schickte und vor mir dieses Gewebe entstand, war einer der schönsten meines Lebens. Ich habe meine Berufung gefunden. Es ist unglaublich schön zu sehen, wie ein Stoff entsteht. Ich weiss: Diese Stoffbahn habe ich selbst gemacht, vom Anfang bis zum Ende. Ich liebe es, einen Stoff anzufassen, zu spüren. Beim Weben komme ich in eine Ruhe, in einen Rhythmus. Weben ist sehr ganzheitlich: Man arbeitet mit den Händen und den Füssen, und man muss sehr konzentriert sein. Weben hat auch viel mit Kraft und Ausdauer zu tun. Am Abend bin ich körperlich müde.

NW Heute dauert es manchmal gerade noch zwei Wochen vom Entwurf bis zur Auslieferung eines Kleidungsstücks. *Fast Fashion* dominiert den Markt. Welche Probleme bringt das mit sich?

DH Wir müssen uns zwei Dinge näher anschauen. Das eine ist die Geschwindigkeit, in der ein Modestück vom Moment der Konzeption an im Laden und danach auch im Kehricht landet. Dieser Zyklus hat sich enorm beschleunigt. Das hat damit zu tun, dass die Branche in einem übersättigten Markt agiert. Wenn wir unsere Kleiderschränke öffnen, haben haben wir Dinge in Hülle und Fülle, die wir gebrauchen können und die eigentlich ausreichen. Ein Grund, etwas Neues zu kaufen, ist selten da. Der Impuls, etwas zu kaufen, entspringt dementsprechend meist nicht einem Bedürfnis, sich kleiden zu müssen, sondern aus einer Laune, einem Gefühl. Wir sind einer Werbemaschinerie ausgesetzt, die uns antreibt zu kaufen. Neben dem Preis ist Geschwindigkeit der zentrale Trigger, der diesen Impuls auslöst: *Jetzt* ist ein Trend da, kauf dir *jetzt* was, trag das einmal an einer Party! Das löst eine permanente Dringlichkeit aus.

Das andere ist die Produktion. Ich war fasziniert von Ihrer Schilderung des Webens.

Wir bringen den Produkten kaum Wertschätzung entgegen.

Dieser Prozess von der Planung bis hin zum fertigen Produkt existiert in der Textilindustrie nicht mehr. Die meisten Näherinnen in der industriellen Produktion halten ein einzelnes Werk vielleicht zwanzig, dreissig Sekunden in den Händen. Sie machen drei, vier Nähte daran, nähen zehn Knöpfe an und geben das Stück weiter. Der Arbeitsprozess ist also hochgradig unterteilt und bringt eine Entfremdung von den Produkten mit sich. Zudem besteht ein enormer Zeitdruck in jedem Arbeitsschritt. Das führt zu Bergen von Überstunden. Die Aufträge können eigentlich nur unter menschenunwürdigen Verhältnissen erledigt werden. Die Schönheit des Handwerks geht komplett verloren.

MW **Sie kennen bestimmt den Weg, den jedes Ihrer Webstücke geht – oder stellen wir uns das zu romantisch vor?**

GI Oft geben mir Kund*innen einen Auftrag. Da war beispielsweise eine Frau, die ein Tischtuch wollte. Sie zeigte mir ihr altes, industriell gefertigtes Tischtuch und bestellte ein ähnliches. Ich fand, dass mehr möglich wäre, und es folgte ein intensiver Austausch. Sie zeigte mir Bilder einer Textildesignerin, Gewebe mit sehr bunten Farben und geometrischen Formen, die ihr gefielen. In Anlehnung an diese Bilder machte ich Entwürfe, bis ihr einer gefiel. Der lange Gestaltungsprozess ist mir sehr wichtig. Die Kundin schickte mir ein Foto vom fertigen Gewebe auf ihrem Tisch und hatte grosse Freude daran. Das ist sehr befriedigend. Und es ist etwas ganz anderes als das Wühlen und Konsumieren im Grossverteiler. Handgewebte Produkte sind langlebig und natürlich auch sehr teuer. Ein solches Tischtuch besitzt man jahrelang und nicht eine Sommersaison.

DH Das ist eine schöne Dimension der Dinge, die wir haben: Wir verknüpfen sie mit einer Geschichte. Wer hat das gefertigt? Woher kommt es? Aus welchen Materialien besteht es? Wann habe ich es gekauft? In der industriellen Modeindustrie wird uns diese Information systematisch genommen. Keine der grossen Modefirmen hat ein Interesse daran, diese Informationen offenzulegen, weil Bilder von ausbeuterischen Verhältnissen in Textilfabriken keine Kauflust auslösen. Damit geht uns etwas Wichtiges verloren. Wie schnell verschwindet ein angeblicher Fehlkauf, der aus einer Laune heraus entstanden ist, ganz hinten im Schrank und kommt dann irgendwann weg. Wir bringen den Produkten kaum mehr Wertschätzung entgegen.

MW Lassen Sie uns diese Wertschätzung in Zahlen übersetzen: Was kostet ein von Ihnen gewobenes Tischtuch?

GI Zwischen 500 und 800 Franken. In der Handweberei ist nicht das Material teuer, sondern die Arbeit. Gewebe können mehr oder weniger zeitaufwendig sein. Wenn ich feines Material verarbeite, benötige ich viel mehr Zeit, den Webstuhl einzurichten. Der Preisunterschied zwischen unterschiedlichen Materialien dagegen ist minim.

MW Ein industriell gefertigtes Tischtuch kostet dagegen vielleicht 40 bis 80 Franken. Wie kommt dieser Preis zustande? Und weshalb gibt es diese krasse Diskrepanz?

DH Die Preisbildung in der Textilindustrie ist eine Wissenschaft für sich und treibt absurde Blüten. Wir haben es nicht mit einer Preisbildung «von unten» zu tun, wo der Preis der Baumwolle, die Anzahl benötigter Arbeitsstunden und die Marge der Händler zusammen den Verkaufspreis ergeben. Preisbildung in der Textilindustrie funktioniert von der Marktforschung her, «von oben». Ein Modekonzern stellt einen bestimmten Trend fest, den er zu Geld machen möchte. Darauf wird eine potenzielle Zielgruppe ins Auge gefasst, ihre Kaufkraft analysiert und unter Berücksichtigung aller möglichen Rabatte ein Preissegment bestimmt. So holt sich das Unternehmen verschiedene Angebote von Herstellern ein. Zwischen diesen besteht eine harte Konkurrenz. In der Regel wird das günstigste und schnellste Angebot gewählt. Es gibt immer weniger Unternehmen, die dann noch nachfragen, ob der Preis realistisch, die Löhne anständig und der Ablauf machbar ist. Eine Rolle kann natürlich auch eine Marke spielen, wo der Preis eine Art elitäre Distinktion ausdrucken soll. Ein höherer Preis muss aber überhaupt nicht bedeuten, dass die Produktion unter besseren Bedingungen erfolgte: Ein teures Markenshirt kann in genau derselben Fabrik gefertigt worden sein wie das Billigshirt.

MW Mit Nachhaltigkeitslabeln wird heute viel Werbung gemacht. Wie beurteilen Sie das?

DH Auch hier haben wir es mit fehlenden Informationen zu tun. Das Label gibt mir *eine* zusätzliche Information, beispielsweise, dass in einem Kleidungsstück Biobaumwolle steckt. Damit weiss ich aber noch nicht, ob die Biobäuer*innen einen fairen Preis für ihre Baumwolle erhalten haben. Das Biosiegel sagt auch nichts

darüber aus, wie die Produktionsbedingungen im weiteren Verlauf des Prozesses waren. In Bezug auf soziale Aspekte legen viele Labels schwache Mindeststandards fest, die oft nur einer Konformität mit der Gesetzeslage entsprechen, zum Beispiel dass Zwangsarbeit und Kinderarbeit nicht vorkommen dürfen in den Fabriken, und es gibt lose Kontrollen, die das sicherzustellen versuchen. Aber die Frage des existenzsichernden Lohns wird beispielsweise nicht überprüft.

Aber natürlich müssen wir uns vergegenwärtigen, dass auf konventionellen Baumwollfeldern im Durchschnitt doppelt so viele Pestizide, Insektizide und Herbizide eingesetzt werden wie für andere Agrarprodukte. Das hat eine verheerende Wirkung auf die Biodiversität, auf die Böden und die Menschen, die in dieser Landwirtschaft arbeiten. Natürlich ist dann Biobaumwolle die bessere Wahl, weil sie die Ressourcen unseres Planeten eher schützt. Aber mit Biobaumwolle rettet man nicht die Welt. Ökologisch sinnvoller wäre es, gar kein neues Textilstück zu kaufen, sondern eines, das irgendwo hinten im Schrank liegt, vielleicht doch zu tragen oder es zu tauschen. Modefirmen haben die Studien gelesen, wonach viele Konsument*innen irgendwie Wert auf Nachhaltigkeit legen, aber dass es reicht, mit einem Label das Gefühl auszulösen, durch diesen Kauf irgendetwas besser gemacht zu haben. Darauf sollten wir nicht hereinfallen.

GI Ich versuche langfristige Beziehungen mit Lieferanten zu pflegen. Sie stehen zwar auch erst am Schluss der Kette, aber ich kann herausfinden, was das für Leute sind und woher sie ihr Material beziehen. Es geht um Vertrauen und um die Beziehung. Für mich als Privatperson oder auch für kleine Lieferanten ist es aber ein Ding der Unmöglichkeit, die Kette bis zum Anfang zurückzuverfolgen. Sie können nicht zum Baumwollfeld reisen und schauen, wie dort die Verhältnisse sind. Als Konsument*in mag ich nicht permanent das neue Angebot durchforsten und prüfen, was dahintersteckt. Ich kann mir aber einige Geschäfte auswählen, wo ich Informationen bekomme, gut beraten werde und die Produkte wertschätze.

DH So ist es im Grunde auch mit den Firmen: Auch sie können langfristige Geschäftsbeziehungen mit Lieferanten aufbauen. Das gibt diesen Planungssicherheit, und sie können wiederum mit ihren Lieferanten eine langfristige Beziehung aufbauen. Nur so entsteht die Bereitschaft, die Bedingungen und die Nachhaltigkeit der Produktion zu verbessern. Es wäre eine Illusion zu glauben, dass wir die Ausbeutung in der Textilindustrie – die massiven Überstunden, die Diskriminierung, die Gewalt, die Armutslöhne – schnell aus der Welt schaffen können. Aber wir können Prozesse in Gang bringen, die überhaupt die Möglichkeiten schaffen, daran zu arbeiten. Der Dialog entsteht erst in einer langfristigen Geschäftsbeziehung: Ein Lieferant kann dann einem Abnehmer sagen, er würde die Löhne erhöhen, brauche dafür in den nächsten Jahren aber mehr Geld für die Werkstücke. Die Langfristigkeit und die Konstanz von Geschäftsbeziehungen spielen eine Schlüsselrolle in der Modeindustrie: Sie ermöglichen faire Bedingungen. Die andere Schlüsselfunktion kommt den Gewerkschaften zu. Organisierte Arbeiterinnen und Arbeiter erreichen sehr viel mehr als einzelne. Gemeinsam kann es gelingen, Rechte durchzusetzen. An vielen Produktionsstätten werden Gewerkschaften aber systematisch unterdrückt.

MW Die «Interessengemeinschaft Weben» (IGW) ist zwar keine Gewerkschaft, aber ein berufspolitischer Verband. Wenn man die Aktivitäten der IGW anschaut, gewinnt man einen Eindruck von kreativen, vernetzenden Aktivitäten, von Förderung, Aus- und Weiterbildung. Berufspolitische Anliegen scheinen aber nicht zuvorderst zu stehen. Was sind denn hier die Fragen, die sich Weber*innen stellen?

GI Berufspolitik ist für die IGW sehr wichtig: damit wir auch in Zukunft produzieren können, damit wir einen Markt haben. Im Zentrum steht die Vernetzung untereinander, mit anderen textilen Handwerken und mit dem Handwerk an sich. Im Netzwerk «Kleinstberufe» sind verschiedene «kleine» Berufe zusammengeschlossen, um bei Bund und Ämtern mehr Gewicht zu haben. Es ist wie bei den Gewerkschaften: Gemeinsam haben wir mehr Ressourcen, mehr Gewicht, um Anliegen aufzuzeigen oder unsere Forderungen durchzubringen. Die IGW macht einen grossen Spagat zwischen Frauen, die als Hobby weben, und professionellen Weberinnen. Die Bedürfnisse driften auseinander. Trotzdem gibt es auch ähnliche Interessen: Fachwissen weiterzugeben und junge Leute in der Ausbildung zu haben, ist für alle wichtig. Spannend ist das Interesse bei der jüngeren Generation an langsameren Prozessen und daran, selbst etwas herzustellen. Dadurch zu verstehen, wie ein Gewebe funktioniert, ist etwas anderes, als es mit einem Computerprogramm zu entwerfen. Das Problem ist aber, dass es nicht mehr viele

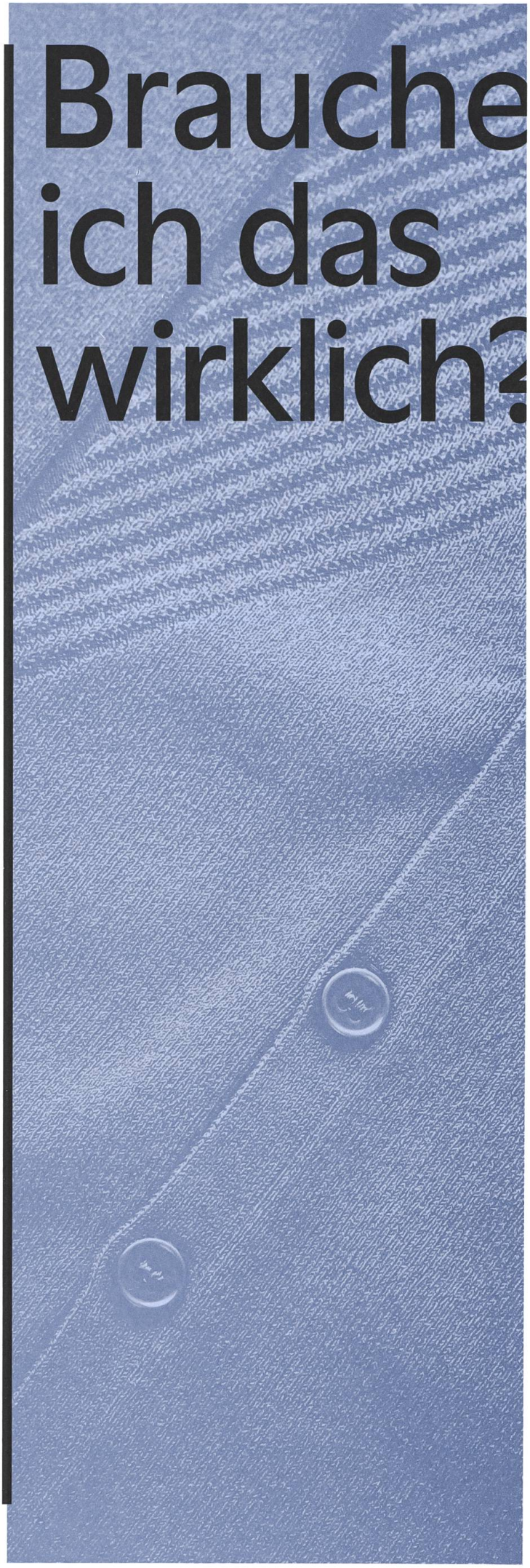
Webereien gibt, die einen Ausbildungsplatz anbieten können. Wichtig ist auch zu schauen, welche Chancen Lehrabgänger*innen auf dem Arbeitsmarkt haben: Es gibt zwar Berufsfelder, wo dieses Fachwissen gefragt ist – aber man muss sie sich suchen und schaffen. Das ist nicht einfach, und man muss es schon intensiv wollen.

MW **Welche Hoffnungen setzen Sie punkto Mode und Textilien in die Klimastreikbewegung?**

DH Die Textilindustrie ist eine der grossen Mitverursacherinnen der Klimakrise. Ein grosser Teil des Konsumfussabdrucks der Menschen entsteht durch Kleidung. Die Klimabewegung macht mir da viel Hoffnung. Was mich im Hinblick auf den Kleidungssektor besonders fasziniert, ist, dass die Klimabewegung erkannt hat: Als individuelle Konsumentinnen und Konsumenten können wir natürlich versuchen, unseren Impact auf Klima und Ausbeutung zu minimieren. Aber wir müssen die Demokratie nutzen, um für strukturelle Fragen strukturelle Lösungen zu finden. Wir müssen ein Regelwerk schaffen, um aus dieser krisenhaften, unstabilen und nicht nachhaltigen Konstellation herauszukommen.

GI Wir müssen uns bewusst werden, was unser Konsumverhalten global für Auswirkungen hat. Ich hoffe auf eine Entschleunigung beim Konsum: Brauche ich das wirklich? Oder spare ich auf etwas hin und warte damit etwas länger, bezahle mehr und habe dann etwas, was meinen tatsächlichen Bedürfnissen entspricht? Ich freue mich, dass uns die Klimajugend aufrüttelt: Nehmt nicht alles als unveränderbar hin! Wir sind diejenigen, die durch unser Verhalten Veränderungen bewirken können. Das wird sich auswirken auf alle Lebensbereiche, auch auf das Weben und das Handwerk. ●

○ David Hachfeld, *1979, ist Fachverantwortlicher für Arbeitsrechte im Textilsektor bei Public Eye und Koordinator der Clean Clothes Campaign in der Schweiz.

○ Gaby Itin, *1976, ist Handweberin (Gewebegestalterin EFZ) und Fachlehrerin für Gewebegestalter*innen EFZ.

Brauche ich das wirklich?