



Mode für die ganze Welt: Eine Näherei im chinesischen Shenzen

Foto Bildagentur Online

## „Die Jeans für 9,99 Euro ist zu billig“

Patrick Andrist kauft in Asiens Textilfabriken für deutsche Modehäuser Kleidung ein. Er sagt: Den Näherinnen geht es besser.

**Herr Andrist, werden die Textilien, die wir kaufen, unter menschlichen Bedingungen gefertigt?**  
Dafür gibt es hier in Asien, Stand heute, keine Garantie.

**Ist es Zara, Hennes & Mauritz oder Primark denn egal, wie die Textilien in China oder Bangladesch hergestellt werden?**

Nein, die Unternehmen sind eindeutig stärker daran interessiert als früher. Aber die Verbesserung der Verhältnisse geht eben nicht auf Knopfdruck. Das ist ein Prozess.

**Was ändert sich denn?**

Die Modehändler kaufen zum Beispiel anders ein. Früher haben die Firmen die Ware über europäische Importeure beschafft, heute wenden sie sich direkt an die Produzenten oder schalten Agenturen wie die unsere ein. Dann sehen sie die Fabriken, sie bekommen bessere Kontrolle. Die Fabriken werden zudem von unabhängigen Dritten geprüft, ob Arbeitsstunden eingehalten und Mindestlohn bezahlt wird. Aber eine Garantie gibt es trotzdem nicht.

**Gibt es Marken, bei denen man mit besserem Gewissen einkaufen kann als bei anderen?**

Ja. Bei manchen Marken ist die Sicherheit, dass anständig produziert wurde, deutlich höher.

**Bei wem konkret darf man sich nicht so sicher fühlen?**

Na ja, eine Jeans für 9,99 Euro kommt mir zu billig vor. In einigen Produktionsstätten der Firma Kik, die ich gesehen habe, herrschten keine guten Arbeitsbedingungen.

**Ist das nicht trotzdem ein großer Mythos, dass teuer gut ist und billig schlecht für die Arbeiter und die Umwelt?**

Im Prinzip haben Sie recht. Sie können günstige Ware bei vernünftigen Arbeitsbedingungen anbieten. Und teure Ware ist keine Garantie für gute Arbeitsbedingungen.

**Wie geben Sie vor, wenn Sie Hosen für Mustang oder Peek & Cloppenburg besorgen müssen?**

Wir suchen Fabriken aus, sprechen mit dem Management und sehen uns die Produktion an. Da erkennt man schon eine Menge. Dann lassen wir uns Muster herstellen und verhandeln über die Preise.

**Kann es nicht sein, dass man Ihnen eine schöne Fabrik präsentiert, die Ware aber in Wahrheit ganz woanders von Subkontraktoren gefertigt wird, wo es hundsmiserabel zugehen kann?**

Das Phänomen gibt es natürlich. Es ist sogar sehr üblich in Fernost. Wir sind aber mit unseren Leuten in der Fabrik und kontrollieren das. Wir suchen unsere Partner sorgfältig aus. Wir zahlen gut und sind an langfristiger Partnerschaft interessiert. Dafür wollen wir gute Qualität und sind komplett intolerant, wenn die Ware von Subunternehmern kommt.

**In welchen asiatischen Ländern sind denn die Arbeitsbedingungen am schlechtesten und in welchen am besten?**

Das kann man so pauschal gar nicht beantworten: Sie haben in Bangladesch phantastische Fabriken und sie haben schlechte. Aber

Bangladesch ist das Land, das die meisten Fortschritte gemacht hat seit dem Unglück von Rana Plaza.

**Vor gut einem Jahr kamen mehr als 1000 Menschen um, als eine Textilfabrik zusammenbrach.**

Ja, das war tragisch. Doch viele Fabrikanten registrieren, dass sie sich umstellen müssen, um im Geschäft zu bleiben. Da erkenne ich doch einen großen Umschwung zum Positiven.

**Gibt es die Gefahr, dass wegen verschärfter Arbeitsbedingungen nun die Textilproduktion in andere Länder abwandert, die weniger streng sind?**

Was wir sehen, ist, dass in den letzten Jahren die Produktion von Hosen, T-Shirts oder anderen weniger komplizierten Textilien von China nach Bangladesch gegangen ist und zuletzt zunehmend nach Kambodscha. Für Jacken dagegen bleibt China wichtigster Produzent. Die Karawane zieht weiter. Sozialstandards sind da nur ein Faktor.

**Verliert China seinen Nimbus als Billiglohnland?**

Ja, wir sehen, dass manche Fabriken in der chinesischen Textilindustrie nicht mehr genügend Arbeiter finden. Ich führe das auch auf die Ein-Kind-Politik zurück. Die chinesischen Eltern tun alles, damit ihr Kind nicht in der Fabrik arbeiten muss. Das ist in kinderreichen Ländern wie Bangladesch naturgemäß anders.

**Arbeiten denn Kinder in den Textilfabriken?**

Also, jetzt muss ich aufpassen, was ich sage. In normalen Fabriken arbeiten keine Kinder, in den Fabriken unserer Geschäftspartner schon gar nicht. Aber das es das gibt, ist auch klar. Aber doch deutlich weniger als früher.

**Was macht Sie so optimistisch?**

Allein schon das ökonomische Risiko. Kein europäischer oder amerikanischer Modekonzern würde das noch tolerieren.

**Sie sind seit 20 Jahren in Asien in der Textilbranche unterwegs. Wann ist die Ethik der Produktion relevant geworden?**

Einige Unternehmen haben sich gezwungenermaßen schon früh damit beschäftigt. Nike war Ende der achtziger Jahre wegen schlechter Arbeitsbedingungen ins Gerede gekommen und hat dann seine Zulieferer umgestellt. In Deutschland stieg die Aufmerksamkeit dramatisch nach dem Brand einer Fabrik in Dhaka...

**...als Ende 2012 mehr als 100 Menschen in einer brennenden Textilfabrik umkamen.**

Genau, und nach dem dramatischen Einsturz am Rana Plaza in Bangladesch. Früher hat es schlicht niemanden interessiert, wie die Textilindustrie gearbeitet hat. Heute sind die Arbeitsbedingungen für Kunden relevant geworden. Sie beschäftigen sich damit und setzen damit die Markenindus-

trie unter Zugzwang. Das empfinde ich als segensreiche Entwicklung. Allerdings ist eine entscheidende Frage noch unbeantwortet.

**Nämlich?**

Wird der Kunde die Preiserhöhungen akzeptieren, die mit einer nachhaltigeren Produktion einhergehen?

**Wird denn eine Kostenerhöhung spürbar? Die T-Shirts, die hier für zehn Euro über den Ladentisch geben, kosten doch im Einkauf unter ein Euro das Stück.**

Da entsteht schon Druck auf die Preise. Es herrscht scharfer Wettbewerb. Allein, wenn die Textilar-

beiter mehr Lohn bekommen, worauf die Näherinnen in Bangladesch schon lange warten, wachsen die Kosten.

**Dann ist ja doch eher Pessimismus angesagt: In Deutschland machen vor allem Billigkonzepte wie das von Primark Furore.**

Ja, das ist wohl so. Primark ist auf der ganzen Welt extrem erfolgreich. Das Unternehmen erzeugt eine neue Wegwerf-Kultur. Die Klamotten sind so billig, dass man sie nach ein paar Mal tragen wegwerfen kann. Ich finde das persönlich nicht gut. Ich finde T-Shirts

besser, die man nach 20 Mal waschen noch tragen kann.

**Ist Primark Vorreiter eines neuen Trends, dass alles noch billiger wird?**

Preiserhöhungen kennt unsere Branche ja ohnehin nicht, wir hatten keine Inflation in den letzten zwanzig Jahren. Gleichzeitig sind die Ansprüche aber gestiegen, was die Qualität des Materials, die Farblichkeit, Form und Haltbarkeit angeht. Das asiatische Durchschnitts-T-Shirt von heute ist deutlich besser als das von vor 20 Jahren. Primark ist ein Sonderfall.

**Bangladesch ist nach China der weltgrößte Textilexporteur der Welt geworden. Ist das gut für das Land oder zu teuer erkauft?**

Die Entwicklung einer Textilindustrie ist ja in vielen Ländern der erste Schritt zum Aufstieg. Für ein Land wie Bangladesch ist das positiv. Viele Millionen Menschen haben in der Textilindustrie Arbeit gefunden. Und die Bedingungen bessern sich, wenn wir anspruchsvoller einkaufen.

Das Gespräch führte Winand von Petersdorff.



Unser Mann in Asien: Patrick Andrist

Foto Thomas Lohner

### Fünf Millionen Textilien für den deutschen Markt

Vor knapp zehn Jahren hat **Patrick Andrist** (45) in Hongkong die Einkaufsagentur Omnibrand gegründet. Sie lässt jährlich rund fünf Millionen Bekleidungsstücke in Asien produzieren: Jacken, Hemden, Hosen, Denim, T-Shirts, Kleider. Omnibrand garantiert nach eigenen Angaben ihren vorwiegend deutschen Kunden - Mustang, Tom Tailor,

Esprit, Laurèl, Anson's, Bogner, **Peek und Cloppenburg**, Breuninger und viele mehr - pünktliche Ware zu guter Qualität, die auf anständige Weise produziert wurde. Omnibrand wächst schnell: Man hat 2012 rund 15 Millionen Dollar Umsatz erzielt, jetzt steuert die Firma 90 Millionen Dollar an. 30 Fabriken arbeiten für Omnibrand.





Wer immer Ziele hat, bleibt nie stehen.

**Der neue Flying Spur V8.**

Kontaktieren Sie uns heute, um Ihre persönliche Probefahrt zu vereinbaren.

Bentley Berlin: 030 8866 7888 0	Bentley Hamburg: 040 59 100 500	Bentley München: 089 287012 20
Bentley Düsseldorf: 0211 73 77 740	Bentley Hannover: 0511 358 55 0	Bentley Singen: 07731 9463 0
Bentley Frankfurt: 06172 4997 100	Bentley Köln: 0221 93 47 800	Bentley Stuttgart: 07031 2055 0

Flying Spur V8 Kraftstoffverbrauch (EU) in l/100 km: Innerorts 15,9; außerorts 8; kombiniert 10,9. CO<sub>2</sub>-Emissionen 254 g/km. Energieeffizienzklasse: D

Der Name „Bentley“ und das „B“ in Flügeln sind registrierte Handelsmarken. © 2014 Bentley Motors Limited.