

Wissen, was die Mode bewegt.

Nr. 06 | Mai 2015

17,50 EURO

[www.tm-digital.de](http://www.tm-digital.de)

**TM**

TEXTILMITTEILUNGEN

EUROPE

# SUBSTANZ, TRANSPARENZ & MENSCHLICHKEIT

Wege zu einem neuen Werteverständnis in der Mode



# MENSCHLICHKEIT LOHNT SICH

Patrick Andrist (46) kennt die Textilproduktion in Fernost wie kaum ein anderer: 2005 gründete er seine Agentur Omnibrand Ltd. mit Hauptsitz in Hongkong, die für Sourcing in Ländern wie China, Bangladesch, Indonesien, Pakistan oder Vietnam verantwortlich zeichnet und Kunden wie Tom Tailor, Laurèl, Zara, Anson's, Bogner, Mustang, Breuninger oder Peek & Cloppenburg regelmäßig mit neuen Textilien oder kompletten Kapsel-Kollektionen versorgt. Dabei arbeitet Andrist effizient und kontinuierlich mit ausgewählten Fabriken zusammen – faire und sozialverträgliche Arbeitsbedingungen seiner Kooperationspartner sind seine Mindestanforderung. Seine Überzeugung lautet, dass ein gut produziertes Kleidungsstück nicht wesentlich teurer sein muss als die menschenausbeuterische Alternative, wenn Kapazitäten optimal und stringent genutzt werden, wenn persönlich kontrolliert und sukzessive neu strukturiert wird. Im Gespräch mit Silke Bücken gewährt Patrick Andrist einen Blick hinter die Kulissen und macht dabei eben so Hoffnung auf eine umfassende Verbesserung, wie er auch offen zugibt, dass der Prozess hin zu mehr Humanität, Transparenz und Qualität gerade erst am Anfang steht.

INTERVIEW  
SILKE BÜCKER  
FOTO  
OMNIBRAND LTD.

**Herr Andrist, nach wie vor existieren sicher zu Recht Vorbehalte gegenüber der Textilproduktion in Fernost, insbesondere bei hochpreisigen Marken hinterlässt der Hinweis ‚Made in China‘ einen negativen Beigeschmack. Sehen Sie, nicht zuletzt seit der Katastrophe in Rana Plaza, eine Entwicklung in diesen Ländern, wenn es um die Einhaltung von Sicherheitsstandards, Mindestlöhnen oder humanitären Arbeitsbedingungen geht?**

Absolut. Ich sehe die Entwicklung länderübergreifend sehr positiv, inzwischen fordern fast alle Marken und Händler sichere und sozialverträgliche Arbeitsplätze. Das heißt, BSCI-geprüfte Fabriken, die vor Inbetriebnahme von externen Prüfern abgenommen werden, sind inzwischen eine gängige Grundvoraussetzung. (Anm. d. A.: BSCI steht für Business Social Compliance Initiative, eine global vernetzte Organisation, die sich für die Verbesserung der Arbeitsbedingungen in der Beschaffungskette ihrer Mitglieder einsetzt und sich unter anderem an den Menschenrechtsdeklarationen der Vereinten Nationen, der UN-Kinderrechtsdeklaration

und der Konvention zur Beseitigung jeglicher Form von Diskriminierung der Frau orientiert. Geregelt werden über BSCI beispielsweise sichere und gesunde Arbeitsbedingungen, Mindestlöhne, maximale Arbeitszeiten oder die Vermeidung von Kinderarbeit).

**Dass Standards festgelegt werden, ist die eine Sache. Aber wie garantiert man deren Einhaltung?**

Ich denke, maßgeblich für eine Verbesserung der Situation ist der Aufbau von Strukturen. Noch vor wenigen Jahren wurde sehr stark über Importeure eingekauft. Wo die Waren herkommen, sprich: wo diese Importeure eingekauft oder produzieren ließen, konnte man nur schwer nachvollziehen. Prozesse wie diese werden heute stark hinterfragt, genauso wie unsere Kunden einfordern, dass wir die Arbeitsvorgänge in unseren Fabriken offenlegen. Die Hersteller kennen in der Regel die Fabriken, mit denen sie kooperieren, oft nehmen sie auch die Möglichkeit eines persönlichen Besuchs wahr. Entscheidend sind letztlich ein Konzept und eine Strategie, >>

„Bangladesch wird unterschätzt.“

wie man sich aufstellt, wie man sourct. Es gilt, gute Fabriken zu finden, konsequente Geschäftsbeziehungen zu pflegen und eine relativ hohe Kapazitätsauslastung zu erreichen, um die Prozesse in die richtige Richtung steuern zu können. Unerlässlich sind darüber hinaus eigene Leute vor Ort, denn in China zum Beispiel ist das sogenannte Subcontracting noch relativ üblich. Sprich: Ein Unternehmen platziert in einer Fabrik einen Auftrag, jedoch wird ein Teil oder sogar der komplette Auftrag ausgelagert. Wir können das mit unserer Präsenz vor Ort verhindern. Letztlich müssen die Fabriken aber erkennen, dass bei einer guten Partnerschaft solch ein Verhalten von vornherein nicht in Betracht kommen darf. Wir haben nicht nur die Orientierung an den Bedürfnissen der Kunden, sondern auch an denen der Produzenten.

#### **Wie viel Einfluss haben Sie aber tatsächlich auf die Prozesse in den Fabriken?**

Auf die Arbeit unserer engen Kooperationspartner haben wir definitiv großen Einfluss, und ich muss sagen, dass sie der Optimierung von Standards und Arbeitsbedingungen sehr aufgeschlossen gegenüberstehen. Natürlich ist das ein Prozess. Letztlich ist es Überzeugungsarbeit, den Menschen klar zu machen, dass verbesserte Zustände auch für sie selbst nur von Vorteil sind. Dass sie dadurch jetzt und perspektivisch garantiert mehr Kunden für sich gewinnen können.

#### **Wenn ein grundlegendes Umdenken in der Textilindustrie wirklich die Zukunft ist, müsste dies zwangsläufig mit einer deutlichen Teuerung von Mode einhergehen, wie es bei Lebensmitteln ja auch sehr Fall ist.**

Natürlich beschäftigen wir uns mit dieser Frage sehr intensiv. Wir versuchen hier eine Bündelung zu finden, beispielsweise Meterwaren, die ein gutes Preis-Leistungsverhältnis bieten, in großen Mengen ein- und an unterschiedliche Kunden weiterzuverkaufen. Weitere Aspekte auf unserer Agenda sind die Kapazitätsplanung und die Erhöhung der Produktivität. Zusammengefasst soll eine Effizienzsteigerung auf allen Ebenen dazu beitragen, die Verteuerung der Produktion zumindest ein Stück weit zu kompensieren.

#### **Auf einen höheren Produktionspreis wird es dennoch hinauslaufen – denken Sie, dass dieser akzeptiert wird?**

Natürlich ist der Preis nach wie vor ein Riesenthema. Nicht zuletzt dadurch, dass der Euro in den letzten sechs Monaten wieder schwächer wurde, ist der Preisdruck noch höher geworden. Was aber letztlich alle Beteiligten im positiven Sinne vor eine Herausforderung stellt. Denn, um Ihre Frage zu beantworten: Ja, die Kunden akzeptieren diese Tatsache. Die Unternehmen haben eingesehen, dass sie mit einem fair produzierten Produkt letztlich auch bessere Umsätze erzielen können. Das muss der Ansatz sein, dass nicht der reine Produktionspreis sondern der Absatzpreis am Markt relevant ist.

#### **Leider aber ist es so, dass die Konsumenten kaum bereit sind, eine Preiserhöhung, welchen Umständen auch immer geschuldet, zu akzeptieren. Das heißt, die Unternehmen kompensieren den finanziellen Mehraufwand?**

Die Diskussion um die Erhöhung der Eckpreislagen hat in den letzten Monaten tatsächlich noch einmal angezogen, und ich halte eine Preiserhöhung für absolut gerechtfertigt, zumal wir gerade im Textilbereich in den letzten Jahren nur eine geringe Inflation hatten. Ich finde es richtig, wenn Textilien insgesamt teurer werden. Das hat ja auch etwas mit der Wertschätzung gegenüber denen zu tun, die sie produzieren.

#### **Die Realität aber ist der große Erfolg von so preisaggressiven Anbietern wie Primark. Ist es tatsächlich so, dass günstige High Street Brands letztlich mangelhafte Strukturen legitimieren, wohingegen Qualitätsmarken vernünftig produzieren lassen, sprich: Ist Schwarz-Weiß-Denken an dieser Stelle überhaupt legitim?**

Zara ist beispielsweise ein Kunde von uns, der vertikal produziert und stark auf den Preis achtet. In diesem Unternehmen werden alle Fabriken sehr gründlich abgenommen und regelmäßig kontrolliert. Auch von Primark höre ich, dass man sich im Unternehmen intensiv mit dieser Thematik auseinandersetzt. Man kann schon sagen, dass sich der Markt insgesamt positiv entwickelt. Weil auch die Kunden etwas anderes kaum noch tolerieren und verstärkt nachfragen. Ich glaube, dass das die Zukunft ist.

#### **Sind Sie wirklich der Auffassung, dass sich mittlerweile eine Mehrheit um Produktionsbedingungen Gedanken macht?**

Ich denke, wir befinden uns hier in einem Übergangsstadium. Die Konsumenten bekunden ein reges Interesse an den Arbeitsbedingungen, was aber im Moment einer Kaufentscheidung womöglich noch nicht ausschlaggebend ist. Aber das wird sich ändern. Ich finde, man sieht es gut bei den Nahrungsmitteln. Vor zehn Jahren war organisches Essen ein Nischen-Thema, heute beschäftigt sich ein stetig wachsender Anteil der Konsumenten damit.

#### **Nun wird die Situation in Bangladesch oder China sukzessive besser, aber gleichzeitig zieht die Karawane weiter und sucht sich neue Billiglohnländer für die Produktion. Auf der anderen Seite hört man auch stellenweise von einer Rückorientierung nach Europa. Wie sehen Sie diese Dynamik?**

Auch Länder wie Kambodscha oder Myanmar werden inzwischen kontrolliert, auch dort werden die Fabriken abgenommen – wenn der Kunde darauf besteht, wohlgemerkt. Europäische oder europänahe Produktionsstätten wie Tunesien, die Türkei oder Ägypten haben in den letzten vier Monaten vom schwachen Euro profitiert, der wiederum zu einer Verteuerung von Fernostprodukten geführt hat. Ich denke aber, das ist ein eher kurzfristiges Phänomen, welches sich wieder relativieren wird.

*„Ich finde es richtig, wenn Textilien insgesamt teurer werden. Das hat ja auch etwas mit der Wertschätzung gegenüber denen zu tun, die sie produzieren.“*

#### **Dabei birgt eine Produktion in der Nähe doch viele Vorteile, kürzere Wege, bessere Kontrollmöglichkeiten, weniger Umweltverschmutzung zum Beispiel. Macht eine Hinwendung nach Europa da nicht eigentlich Sinn?**

Natürlich bietet eine Europaproduktion Vorteile. Aber ich bin auch ein großer Verfechter von Asien, weil sowohl die Produkt- als auch die Preisleistung die beste ist, die sich weltweit erzielen lässt. Es ist wirklich ein Phänomen, dass Bangladesch derart unterschätzt wird. Denn dort gibt es mit die besten Textilfabriken, wenn es darum geht, in großen Mengen Qualität zu produzieren.

#### **Wie bedeutsam ist es für die Menschen in Fernost, die Textilproduktion dort nicht nur aufrecht zu erhalten, sondern auch weiter auszubauen?**

Sehr wichtig. Jedes Entwicklungsland startet im Prinzip mit Textilien. Wenn man sieht, wie positiv sich etwa Bangladesch im Laufe der letzten zehn Jahre aufgrund der Textilproduktion entwickelt hat, ist das schon enorm. Insofern ist der momentane Weg grundsätzlich schon der richtige. So tragisch das ist, aber durch die Unfälle in den Fabriken wurde wirklich ein Umdenken angestoßen. Auch den Produzierenden vor Ort ist inzwischen völlig klar, dass sie investieren müssen, um zukunftsfähig zu sein.

#### **Nun gibt es einige gute und viele noch deutlich optimierungsbedürftige Produktionsstätten. Herrscht vor Ort nicht eine riesige Konkurrenz unter den Menschen, wenn es darum geht, in einer der Top-Fabriken unterzukommen?**

In Bangladesch ist das sicher ein Thema und auch ein Problem, da nur circa fünf Prozent der Fabriken bereits auf Top-Niveau sind. In China ist es heute sogar so, dass Arbeiten in einer Textilfabrik oft als minderwertig angesehen wird. Hier ist die Lage also noch mal eine ganz andere, dahingehend, dass die Fabriken Probleme haben, überhaupt Arbeiter zu finden. Deshalb sind die Löhne in China auch deutlich angestiegen.

#### **Wie geht es Ihnen persönlich dabei, wenn Sie mit den nach wie vor vorhandenen Missständen in Bangladesch konfrontiert sind, womöglich sehen, dass Menschen ausgebeutet werden?**

Ob ich nun in Bangladesch oder Pakistan bin, ist es heute primär so, dass ich mit offensichtlichen Missständen kaum noch konfrontiert werde, zumindest nicht bei unseren Kooperationspartnern. Natürlich aber gibt es immer noch Fabriken, die ich besucht habe, in denen mir die Menschen leid taten. Ich kann meinen Appell nur noch einmal ganz deutlich machen: Händler und Hersteller müssen sich darüber im Klaren sein, wo und unter welchen Umständen sie produzieren lassen. Davor darf niemand mehr die Augen verschließen. Der Preis ist nicht alles, BSCI muss Standard sein. Auf Produktionsseite muss nachhaltig die Einsicht Einkehr halten, dass eine sicher und fair strukturierte Fabrik nur Vorteile bietet. Wenn dieser Status erreicht ist, haben ausbeuterische Produzenten keine Überlebenschance mehr.

#### **Was kann der Konsument in Europa tun, um den Prozess zu unterstützen?**

Die Wegwerfmentalität im Textilbereich halte ich weder für gesund noch für zukunftsfähig. Hier muss ein Umdenken stattfinden. Mit einem kleinen Preis erfolgreich zu sein, ist der einfachste Weg. Da stehen die Kunden natürlich Schlange. Je aufgeklärter der Konsument ist, umso besser wird er konsumieren. Auch hier geht der Prozess für mein Empfinden in die richtige Richtung. Vor allem auch weil die Produzierenden eingesehen haben, dass etwas wie der Einsturz einer Fabrik nicht mehr passieren darf, und dass es sie Kopf und Kragen kosten würde, wenn sie mit einer Katastrophe dieser Art in Verbindung gebracht würden. Dass der Wille zur Veränderung erst aus dieser Überlegung heraus resultiert, ist zwar bedauerlich, mündet letztlich aber auf dem richtigen Pfad.

**Vielen Dank für den interessanten Einblick, Herr Andrist!**