



Als Vertreter des KAB-Bezirksverbandes Recklinghausen war Gustav-Hermann Peters 1994/1995 einer der Mitbegründer von FairWertung. Ebenso wie Agnes Schnieders, damalige Vertreterin des KAB-Diözesanverbandes Aachen. Beide erinnern sich an die Anfänge des Dachverbandes - an fehlende Transparenz auf dem Gebrauchtkleidermarkt, an Aufbruchstimmung und eine Menge Überzeugungsarbeit

Es ging um unsere Glaubwürdigkeit

15 Jahre Dachverband FairWertung: Was hat Sie und die anderen Gründerorganisationen damals dazu veranlasst, den Dachverband ins Leben zu rufen?

Gustav-Hermann Peters: Auslöser war vor allem die mangelnde Transparenz auf dem Altkleidermarkt. Die Gründerorganisationen hatten ja selbst langjährige Erfahrung mit Kleidersammlungen. Wir stellten fest, dass es in der Öffentlichkeit einen großen Erklärungsbedarf zu den Sammelpraktiken gab. Denn immer häufiger zweifelten die Medien die Seriosität von Kleidersammlungen an. Das verunsicherte die Menschen auf der Straße. Also mussten auch wir uns die Frage stellen: Was geschieht eigentlich mit den Sachen, die wir sammeln? Und was sagen wir den Menschen, die sie bei uns abgeben? Wir waren einerseits auf die Erlöse aus dem Verkauf der Kleidung angewiesen, um einen Teil unserer Arbeit damit finanzieren zu können. Andererseits ging es aber auch um unsere Glaubwürdigkeit. Für uns stand dann fest, dass der gesamte Prozess des Sammelns, Sortierens und Verwertens zukünftig

sauber, nachvollziehbar und nach ganz klaren Kriterien geregelt sein sollte.

Agnes Schnieders: Hinzu kam, dass zu dieser Zeit die SÜDWIND*-Studie „Der Deutschen alte Kleider“ veröffentlicht wurde, in der es um die Auswirkungen von Altkleiderexporten ging. Es hieß damals, die exportierte Kleidung zerstöre die lokalen Textilmärkte, vor allem in Afrika. Das hat uns, die KAB und CAJ,** als international tätige Organisationen sehr betroffen gemacht. Wir gerieten in einen Konflikt: Denn einerseits engagierten wir uns für bessere Arbeitsbedingungen weltweit, andererseits aber wussten wir nicht, was mit der von uns gesammelten Kleidung geschah. Deshalb stand für uns an diesem Punkt fest: Entweder wir steigen ganz aus der Kleidersammlung aus oder wir entwickeln eine faire Alternative, die nicht gegen unsere Ziele verstößt. Das war die Geburtsstunde von FairWertung. Man muss allerdings dazu sagen, dass der Kenntnisstand, was die Auswirkungen von Gebrauchtkleiderexporten betrifft, heute vor allem durch die Arbeit von FairWertung

* SÜDWIND e.V. Institut für Ökonomie und Ökumene

** KAB Katholische Arbeitnehmer-Bewegung

CAJ Christliche Arbeiterjugend



Secondhand-Kleidung - rund um den Globus ein gefragtes Gut:

oben: Secondhand-Laden in Deutschland

Mitte: Im Textil-Sortierbetrieb

unten: Secondhand-Markt in Moshi/Tansania

ein anderer ist. Mittlerweile ist bekannt, wie wichtig Secondhand-Kleidung für viele Menschen in Afrika ist.

Wie würden Sie die Situation auf dem Gebrauchtkleidermarkt vor 15 Jahren beschreiben?

Peters: Der Gebrauchtkleidermarkt war sicherlich um einiges undurchschaubarer als heute. Die Wenigsten haben sich zu dieser Zeit Gedanken darüber gemacht, welchen Weg Alttextilien nehmen und wer daran verdient. Schon damals vermieteten gemeinnützige Organisationen ihr Logo an gewerbliche Sammler, die die Kleidung anschließend verkauften. Die Öffentlichkeit hatte von diesen Praktiken jedoch keinerlei Kenntnis. Aufklärung und Transparenz seitens der Sammler gab es nicht.

Und so stimmte vielfach die Werbeaussage bei einer Kleidersammlung nicht mit dem tatsächlichen Handeln überein. Auch heute liegt noch so manches im Argen. Aber es gibt mittlerweile doch eine ganze Reihe an karitativen Einrichtungen, für die faire Kleidersammlungen zum Grundverständnis gehören.

Schnieders: Vor 15 Jahren hat sich letztlich niemand um das Marktgeschehen wirklich gekümmert. Kleidung wurde gesammelt und verkauft. Und dafür suchte man möglichst günstige Strukturen. Für uns waren die Sammlungen zwar immer auch eine wichtige Gemeinschaftsaktion. Im Vordergrund standen aber die Erlöse aus dem Verkauf der Kleidung. Die gemeinnützigen Sammler genossen damals auch noch einen Schutz durch die Sammlungsgesetze, die ja mittlerweile in vielen Bundesländern aufgehoben wurden. Dadurch haben sich die Marktbedingungen deutlich verschärft. Jetzt wird mit allen Mitteln gekämpft, um an Kleidung zu kommen.

Wie reagierte die Altkleiderbranche auf den neuen Dachverband FairWertung?

Peters: Die großen Sortier- und Handelsbetriebe haben den Dachverband am Anfang sicherlich nicht ernst genommen und gedacht: Lass die mal machen. Lange werden sie sich sowieso nicht halten können. Nur wenige zeigten sich unserem neu gegründeten Verein gegenüber aufgeschlossen und ließen sich auf eine Zusammenarbeit mit FairWertung ein.

Schnieders: Ich kann mich erinnern, dass die Branche damals sehr heftig reagierte, zumal die SÜDWIND*-Studie eine breite öffentliche Diskussion in Gang gesetzt hatte. Mit der Gründung von FairWertung haben wir sehr zeitnah darauf reagiert. Und so gab es erstmals eine Alternative für Verbraucher, die ihre Kleidung verantwortungsvoll arbeitenden Organisationen anvertrauen wollten. Bei den Sammlern machte sich zeitgleich eine gewisse Verunsicherung breit. Denn zu diesem Zeitpunkt war nicht klar, was auf sie zukommt. Ich kann

mich noch gut an eine Podiumsdiskussion erinnern, bei der auch Vertreter der Altkleiderbranche anwesend waren. Sie haben damals ganz gezielt versucht, negative Stimmung gegen FairWertung zu machen, indem sie all unsere Argumente kategorisch anzweifelten.

Wie sah die Resonanz seitens der gemeinnützigen Sammler aus? Bestand hier großes Interesse, sich FairWertung anzuschließen?

Peters: Interesse an der Arbeit und den Zielen des Dachverbandes war sicher bei vielen Organisationen vorhanden. Die meisten arbeiteten jedoch bereits seit Jahren mit festen Partnern im Textilrecycling zusammen. So eine Geschäftsbeziehung gibt man nicht ohne Weiteres auf. Zumal man bei FairWertung eine Lizenzgebühr zahlen muss, um das Zeichen von FairWertung für die Öffentlichkeitsarbeit nutzen zu können. Außerdem ging bis 2003 ein gewisser Anteil des Erlöses in einen Fonds, aus dem Kleidung für Hilfsgüterlieferungen finanziert wurde. Beides schmälerte die Einnahmen. Hinzu kam bei manchem vermutlich eine gewisse Skepsis unserem Verband gegenüber. Viele der großen wie auch kleinen Organisationen haben sich aber der öffentlich diskutierten Frage zur Seriosität von Kleidersammlungen durchaus gestellt.

Schnieders: Das Interesse war sehr unterschiedlich: Die kirchlichen Einrichtungen zeigten sich FairWertung gegenüber recht aufgeschlossen. Denn für sie spielt die Frage nach dem sinnvollen Umgang mit der Schöpfung generell eine wichtige Rolle. Allerdings sieht man ja auch, wie lange es gedauert hat, bis sich rund 100 Organisationen dem Dachverband angeschlossen hatten. Bei anderen Einrichtungen, wie zum Beispiel den Wohlfahrtsverbänden, war und ist es sehr schwierig, einen Fuß in die Tür zu bekommen. Sie haben versucht, dem „verantwortungsvollen Umgang mit Gebrauchtkleidung“ auszuweichen und das Diskussions- und Handlungsfeld den anderen zu überlassen.

Das 1995 entwickelte Logo verwendete die Schlagwörter: „Arbeit schaffen“ und „Umwelt schonen“. Was waren genau Ihre Ziele?

Schnieders: Unsere Ziele bestanden unter anderem darin, möglichst viel unter dem Zeichen von FairWertung zu sammeln. Wir haben beispielsweise Schuhsammelsysteme aufgebaut und unsere Straßensammlungen durch das Aufstellen von Kleidercontainern ergänzt. Die zusätzliche Arbeit, die hierdurch anfiel, konnten wir mit unseren Ehrenamtlichen jedoch nicht leisten. Wir brauchten beispielsweise für das Leeren der Container Partner. Diese Partner haben wir bei Beschäftigungsinitiativen gesucht und gefunden. „Arbeit schaffen“ hieß in diesem Zusammenhang, dass beispielsweise für Menschen, die nur noch

schwer auf dem ersten Arbeitsmarkt zu vermitteln sind, Arbeitsmöglichkeiten entstanden.

Was den Aspekt „Umwelt schonen“ betrifft, so war es uns immer wichtig, das Konsumverhalten der Verbraucher/-innen positiv zu beeinflussen. Eine unserer Botschaften an die Menschen war und ist: „Kauft nicht so viele neue Sachen, sondern tragt sie länger. Und wenn ihr noch gut erhaltene Kleidung abgeben wollt, dann sorgt dafür, dass sie möglichst im Originalzustand weiterverwertet werden kann.“ Das hilft, weniger Ressourcen und Energie zu verbrauchen und damit die Umwelt zu schonen.

FairWertung sind heute bundesweit über 100 Sammelorganisationen angeschlossen. Es gibt jedoch viele Sammler, die sich den Standards von FairWertung bisher nicht verpflichtet haben. Ist FairWertung überflüssig geworden?

Peters: Das kann ich nur mit einem deutlichen NEIN beantworten. Nach den Kriterien von FairWertung zu sammeln, ist ja nicht gesetzlich vorgeschrieben. Für diejenigen aber, die sauber und nachvollziehbar arbeiten möchten, ist FairWertung ein wichtiger Partner. Sicherlich auch, um sich einen festen „Kundenstamm“ zu sichern. Damit meine ich Menschen, die ihre Sachen aus Überzeugung an Organisationen geben, die mit FairWertung zusammenarbeiten.

Schnieders: Auch ich denke nicht, dass FairWertung überflüssig geworden ist. Wenn wir in die Zukunft blicken, ist ganz klar, dass sich das Bewusstsein der Menschen weiter ändern muss. Und ich bin überzeugt, dass FairWertung zu einer Marke für einen verantwortungsvollen Umgang mit gebrauchter Kleidung geworden ist. Der Dachverband ist damit auf Dauer gefragt: Zum einen, um die Verbraucher weiter gut zu informieren und zum anderen, um die angeschlossenen Organisationen in ihrem Handeln zu unterstützen. Ich betrachte unsere Arbeit als einen ständigen Prozess, einen Weg, auf dem man Menschen mitnehmen muss und auch immer wieder Aufklärungsarbeit zu leisten ist.

Gustav-Hermann Peters arbeitete lange Jahre als Bezirkssekretär in der Katholischen Arbeitnehmer-Bewegung (KAB) in Recklinghausen und später bis zu seiner Pensionierung im Frühjahr 2010 als KAB-Diözesansekretär in Münster.

Agnes Schnieders ist pädagogische Mitarbeiterin und KAB-Sekretärin im Diözesanverband Aachen.