



Abschlussbericht

Fast Fashion. Die Schattenseiten der Mode

Ausstellung Museum für Kunst und Gewerbe Hamburg

20. März – 25. Oktober 2015

Gefördert von der Deutschen Bundesstiftung Umwelt

Referat 43

An der Bornau 2

49090 Osnabrück

AZ: 32106/01-43

Förderzeitraum: November 2014- November 2015

Autorin: Dr. Claudia Banz, Kuratorin der Ausstellung

Erstellt: Februar 2016

Inhaltsverzeichnis

I.	Projektträger.....	3
II.	Hintergrund.....	4
III.	Zielsetzung.....	5
IV.	Projektstruktur.....	7
V.	Resümee.....	16
VI.	Fakten.....	17
VII.	Anlagen	
	Abbildungen zur Ausstellung.....	18
	Abbildungen Slow Fashion Labor.....	21
	Abbildungen Infografiken.....	23
	Abbildungen Magalog.....	30
	Abbildungen Kampagnen.....	32

I. Projektträger

Das Museum für Kunst und Gewerbe Hamburg (MKG) ist eines der führenden Institutionen für angewandte Kunst und Design in Europa. Seine hochkarätigen Bestände reichen von der Antike bis zur Gegenwart und umfassen den europäischen, den islamischen sowie den nah-, und fernöstlichen Kulturraum und erstrecken sich auch über die Bereiche Musik und Kommunikation. Über 500.000 Objekte erzählen Geschichten von menschlicher Kreativität und Erfindungsgabe aus mehr als 4.000 Jahren. Diese Vielfalt der Kulturen und Epochen zeichnet das MKG im internationalen Vergleich aus.

Seit seiner Gründung 1877 engagiert sich das MKG für zeitgenössische Gestaltung und bietet Künstlern, Designern und Handwerkern reiche Anregung. Die Auseinandersetzung mit aktuellen, gesellschaftsrelevanten Themen ist ein zentraler Vermittlungs- und Bildungsauftrag, der die Erweiterung und Präsentation der Sammlungen, das Ausstellungsprogramm und die Kommunikation prägt. Das MKG versteht sich nicht als Musentempel. Ein bürgernahes Angebot und die Auseinandersetzung mit Problemen der Alltagskultur erreichen ein breites Publikum. Ziel ist es, die Ausstellungsthemen und -objekte für die Besucher mit allen Sinnen erlebbar zu machen.

Der Besucher steht im Zentrum der Aktivitäten, die Gewinnung neuer Interessenten ist ein beständiges Anliegen. Gerade der multikulturelle Ansatz der Sammlungen bietet besondere Chancen in der heutigen global agierenden Gesellschaft. Gesellschaftliche Relevanz haben zudem Fragestellungen kontemporärer Gestaltung und zur Verwendung von Objekten und Medien. Gestaltung ist nicht ausschließlich in formaler Hinsicht gemeint; der Umgang mit Ressourcen, Nachhaltigkeit, Funktionalität, Moral in der Organisation der Umwelt sind prädestinierte Themen, mit denen sich das MKG verstärkt in die öffentliche Diskussion einschalten will.

Das MKG ist eine Stiftung öffentlichen Rechts. Es beschäftigt circa 65 MitarbeiterInnen, davon sind rund ein Drittel WissenschaftlerInnen, vorrangig aus den Kunst- und Kulturwissenschaften. Die KuratorInnen erarbeiten in Zusammenarbeit mit externen Fachleuten Konzepte für Dauerausstellungen, regelmäßig stattfindende

Sonderausstellungen sowie pädagogische Vermittlungsprojekte. Jährlich finden bis zu 20 Sonderausstellungen mit einem Flächenbedarf zwischen 60 und 1.000 qm statt. Regelmäßige Partner sind u.a. die Kulturstiftung der Länder, die Kulturstiftung des Bundes, die ZEIT-Stiftung Ebelin und Gerd Bucerius oder die Hermann Reemtsma Stiftung.

Das Museum für Kunst und Gewerbe erreicht zu ca. 65% Besucher aus der Metropolregion Hamburg. Darüber hinaus Besucher aus ganz Deutschland und den benachbarten Staaten wie Dänemark, Schweiz und Niederlande. Über spezifische, eigens für verschiedene Ausstellungsprojekte entwickelte Online-Portale zur Ausstellung erreichen die Themen zusätzliche Zielgruppen.

II. Hintergrund

Schon immer war Mode eng mit dem modernen Kapitalismus verknüpft, gemäß der Devise: „Nur Verschwendung bringt Prestige“. Inzwischen wird die Modewelt beherrscht von global agierenden Konzernen, die nach dem Prinzip der Fast Fashion operieren. Fast Fashion steht als Synonym für ein massenproduziertes Modeprodukt, das häufig auch High End Modeentwürfe kopiert, sowie für ein spezifisches Produktions- und Vertriebssystem. In der Hierarchie der Mode ist die Fast Fashion am unteren Ende angesiedelt, nach der Haute Couture, der Prêt-à-Porter Mode, der Konfektionsware im mittleren Preissegment. Fast Fashion bedeutet Beschleunigung: für die Globalisierung von modischem Mainstream; für die Produktion und den Handel; für den Gebrauch und Verschleiß von Kleidung. Fast Fashion hat den neuen Typus der schnellen ModekonsumentInnen hervorgebracht. Sie ist zu einem ökonomischen Erfolgsmodell geworden, was sie wiederum für die Haute Couture Häuser interessant macht. Steigende wirtschaftliche Profite gehen jedoch zu Lasten der ökologischen und sozialen Systeme. Die Fast Fashion Industrie besitzt eine denkbar schlechte Umweltbilanz und gehört zu einer der Branchen mit teilweise katastrophalen Arbeitsbedingungen und Löhnen unterhalb des Existenzminimums.

Fast Fashion und Konsumgesellschaft beeinflussen sich gegenseitig: Einerseits bedienen die Bekleidungsunternehmen die Sehnsucht nach dem immer Neuen dadurch, dass sie in kürzester Zeit immer neue Kollektionen auf den Markt bringen.

Möglich sind inzwischen zehn (!) Tage vom Entwurf bis zur Auslieferung Als global agierende Unternehmen fahren sie zudem eine Preispolitik, die es den Kunden ermöglicht, sich häufiger als tatsächlich notwendig mit neuer Kleidung einzudecken. Neben dem Preis gilt die Macht der Marke, sie wird zum wichtigsten Unterscheidungsmerkmal für den Konsumenten. In keinem Bereich der Konsumgüterindustrie funktioniert das Prinzip „neue Bedürfnisse schaffen“ so gut wie in der Modebranche. Die Bekleidungsindustrie ist einer der wichtigsten globalen Wirtschaftsfaktoren: denn Kleidung benötigt jeder Mensch. Ein Großteil der Bekleidung für den amerikanischen und europäischen Markt wird in Billiglohnländern – in China, Indien, Bangladesch, Vietnam oder Kambodscha – kostengünstig produziert. Als Pionierindustrie hilft die Textilindustrie, weltweit Arbeitsplätze zu schaffen, und damit die Sicherung und Steigerung der Lebenssituation in den Entwicklungsländern voranzutreiben.

Andererseits herrschen an den Produktionsstandorten oft inhumane Arbeitsbedingungen. Sicherheitsstandards werden oft nicht eingehalten und die Löhne liegen in der Regel unterhalb des Existenzminimums. Arbeitsplätze und Ausbeutung sind die beiden Seiten derselben Medaille. Die Herstellung von Bekleidung geht mit einem enormen Ressourcenverbrauch und einer nicht zu unterschätzenden Umweltbelastung einher. Bei der Rohstoffgewinnung, auf dem Transport, in der Gebrauchsphase und bei der Entsorgung wird viel Wasser und thermische Energie benötigt. Beim Baumwollanbau kommen Pestizide zum Einsatz und im weiteren Verlauf der textilen Kette werden im Produktions- und Verarbeitungsprozess an die 7.000 unterschiedliche Chemikalien eingesetzt, um die Kleidung mit bestimmten ästhetischen oder funktionalen Eigenschaften (von sandgestrahlter Jeans bis Outdoor- oder Wellnesskleidung) zu „veredeln“.

III. Zielsetzung

Das Museum für Kunst und Gewerbe versteht sich als eine Kulturinstitution, die sich in gesellschaftliche Diskurse einmischt und diese mitgestaltet. Mit der Ausstellung *Fast Fashion* möchte das MKG die Besucher für das Phänomen der Fast Fashion sensibilisieren, Hintergründe und Zusammenhänge aufzeigen und auf die negativen Folgen unseres ungezügelter Modekonsums für Umwelt und die soziale

Gerechtigkeit hinweisen. Dass wir unseren Wohlstand und unsere Überfluggesellschaft auf Kosten der Entwicklungsländer ausleben, dafür ist insbesondere die Mode bzw. unsere tägliche Bekleidung ein wesentlicher Indikator.

Die ökologischen, wirtschaftlichen und sozialen Verflechtungen in der globalen Modeindustrie sind äußerst komplex. Die Ausstellung *Fast Fashion. Die Schattenseiten der Mode* wirft nun erstmals einen umfassenden, kritischen Blick hinter die Kulissen der glamourösen Fassade der Mode. Inhaltlich bewegt sie sich dabei im thematischen Dreieck von Konsum, Ökonomie und Ökologie. Methodisch beleuchtet *Fast Fashion* Strukturen, Standards und Mechanismen der globalisierten Textilindustrie entlang der textilen Kette.

Fast Fashion möchte Aufklärungsarbeit leisten und die vorherrschenden ökologischen Standards und die sozioökonomischen Zusammenhänge in der Bekleidungsbranche transparent machen. Die Erarbeitung der Inhalte erfolgt auf der Basis einer vertiefenden wissenschaftlichen Recherche. Eine wesentliche Voraussetzung hierfür ist der Aufbau eines Netzwerks, um das Museum mit relevanten Fachkollegen aus den thematischen Kontexten zu verlinken. In regelmäßigen internen Think Tanks sollen die möglichen Schwerpunkte der Ausstellung diskutiert und auf ihre Relevanz geprüft werden.

Im Rahmen der Aufklärungsarbeit ist es wichtig, die Besucher auch über mögliche Alternativen und zukünftige Perspektiven im Bereich nachhaltiger Mode zu informieren. Als Erweiterung zur Ausstellung entsteht ein Slow Fashion – Labor, in dem wir über nachhaltige Materialien informieren, die inzwischen auch in der Bekleidungsproduktion eingesetzt werden (können). Gleichzeitig informieren wir über Möglichkeiten des ethischen Modekonsums. und zeigen auf, wie der ethische Kleiderschrank von morgen aussehen könnte.

Fast Fashion visiert Zielgruppen in allen Altersstufen an. Denn Mode und Bekleidung geht uns alle an! Insbesondere die Jugendlichen und die jüngeren Besucher unter 30 Jahren, die sehr gerne und viel Mode konsumieren, möchte sie auf die Zusammenhänge und Konsequenzen von schnelllebigen Modezyklen, Massenkonsum und Bekleidungsüberproduktion zwischen Must-Have und Müll

aufmerksam machen. Grundsätzlich sollen alle Besucher motiviert werden, ihre eigene Macht als Konsument zu reflektieren.

IV. Projektstruktur

Für das Projekt *Fast Fashion. Die Schattenseiten der Mode* wurden mehrere Präsentations-, Veröffentlichungs- und Vermittlungsformate realisiert: die Ausstellung *Fast Fashion*, das *Slow Fashion Labor*, der *Magalog*, die Website *Fast Fashion* sowie der Blog *Stilbrise*.

Fast Fashion

Die **Ausstellung Fast Fashion** gliedert sich in drei Hauptthemen mit jeweils zwei Unterthemen

Kapitel I: Konsum:

Kapitel I.1 Fashion & Victims

Die *Fast Fashion*- Hersteller verlocken ihre Konsumenten durch eine gezielt niedrige Preispolitik dazu, häufiger und mehr Kleidung zu kaufen, als sie eigentlich benötigen.

Diese Marketingtaktik appelliert an die unbewussten Instinkte im Menschen und ihre Glückssehnsucht: Sie will bei den Kunden das Gefühl erzeugen, beim Einkaufen zu sparen und daher nicht wirklich zu konsumieren. Sich für ein vergleichsweise billigeres Angebot entscheiden zu können, täuscht eine Form von Verzicht vor und erhöht dadurch die Möglichkeiten für weiteren Konsum.

Durch regelmäßige Sonder- und Ausverkaufsaktionen werden immer neue Kaufanreize geschaffen. Eine der wichtigen Marketingstrategien ist das sogenannte „celebrity seeding“: Zahlreiche Lifestyle-, und Hochglanzmagazine präsentieren die aufregende Welt der Stars und Sternchen. Modebrands nutzen diese mediale Aufmerksamkeit für sich, indem sie ihre Produkte verschenken und die Stars damit zu Werbeträgern machen. Die *Fast Fashion* wiederum verwandelt diese ‚Staroutfits‘ in preiswertere Varianten zum Nachkaufen und adressiert damit vor allem ihre primäre Zielgruppe, die junge Konsumentin.

Die niedrige Preispolitik und schnelle Zyklen gehen zu Lasten der Textilarbeiter am anderen Ende der Produktionskette. Sie müssen in prekären Arbeitsverhältnissen leben und sind daher die wirklichen Modeopfer.

Kapitel I.2: *Mangel und Überfluss*

Die Fast Fashion verändert das Kaufverhalten. Im Durchschnitt besitzen die Konsumenten heute vier Mal mehr Kleidung als 1980. Der billige Konsum stimuliert den schnellen Wechsel und eine kurze Nutzungszeit: Manche Kleidungsstücke werden im Durchschnitt nur 1,7 Mal getragen und bis zu 20 hängen ungetragen im Kleiderschrank, bevor sie entsorgt werden. Da preiswerte Mode generell nicht auf Langlebigkeit ausgelegt ist, geht sie häufig schneller kaputt und wird entsprechend schneller entsorgt. Somit trägt Fast Fashion in doppelter Hinsicht zum Ansteigen der Altkleiderberge bei.

Obwohl in der globalisierten Welt immer mehr Menschen Zugang zu Mode besitzen, ist dennoch über die Hälfte der Weltbevölkerung auf Secondhandkleidung angewiesen. Über ein weit verzweigtes Netz an Händlern gelangen die Altkleider auf die lokalen Märkte in unzähligen Ländern, vor allem aber nach Afrika. Dort bilden sie oftmals die einzige Möglichkeit, sich mit aktueller, modischer Kleidung zu günstigen Preisen zu versorgen.

Mit Altkleidung verbindet sich aber auch ein Akt der Wohltätigkeit. Das Spenden von Kleidung für Bedürftige besitzt eine lange Tradition und bildet eine zentrale Ressource für soziale Hilfsorganisationen.

Kapitel II. *Ökonomie:*

Kapitel II.1. *Global und Lokal*

Ab Mitte des 20. Jahrhunderts setzen massive Produktionsverlagerungen in der Bekleidungsindustrie ein. Um Wettbewerbsvorteile zu sichern, wird die Bekleidungsproduktion entweder nach Süd- und Osteuropa, Nordafrika sowie Lateinamerika, ab den 1970er Jahren nach Asien bzw. Südostasien verlagert. Mehrkosten durch steigende Löhne und verschärfte Gesetzgebungen für Arbeitsschutz, Arbeitssicherheit und Umweltauflagen in der EU können so umgangen werden.

Obwohl es sich bei Bekleidung um einfache Produkte handelt, ist die Liefer- und Wertschöpfungskette der Fast Fashion äußerst komplex. Während kapitalintensives Design, Kollektionsplanung und Marketing im westlichen Unternehmen verbleiben, werden die arbeitsaufwendigen Produktionsschritte vom Zuschnitt über das Nähen bis zum Verpacken nach Fernost ausgelagert. Um dem vorherrschenden Preis- und Termindruck standhalten zu können, vergeben die dortigen Produzenten Teile der Herstellung an diverse Subunternehmer, die ihrerseits weitere Subunternehmer beauftragen. Dadurch entsteht eine große Intransparenz mit dem Resultat, dass die Auftraggeber nicht wissen, in welcher Fabrik ihre Ware hergestellt wird.

Nach den schrecklichen Ereignissen in Bangladesch 2013 setzt eine Rückverlagerung von Bekleidungsproduktion nach Süd- und Osteuropa ein. Die Vorteile liegen in der größeren Nähe zu den westlichen Absatzmärkten. Auch können Geld und Zeit durch Verkürzung der Transportwege oder bessere Vertikalisierungsmöglichkeiten eingespart werden. Eine Rückbesinnung auf lokale oder regionale Produktionsstätten wird von der stetig wachsenden Bewegung der Slow Fashion gefordert.

Kapitel II.2. Lohn und Gewinn

Die Produktionsverlagerung von Bekleidung in die Niedriglohnländer spiegelt die durch die Globalisierung ausgelöste soziale Abwärtsspirale wider. Einerseits bietet gerade die Bekleidungsindustrie Arbeitsplätze und Einkommen für Millionen ungelerner Kräfte, darunter hauptsächlich Frauen. Andererseits sind die Konditionen für den vermeintlichen Weg aus der Armut sehr fraglich. Die Bekleidungsindustrie ist wenig kapitalintensiv, weswegen günstige Löhne zu den wichtigsten Standortvorteilen gehören. Die wirtschaftliche Abhängigkeit vom Bekleidungsexport, der entscheidend zum Bruttoinlandsprodukt beiträgt, verleitet die Regierungen vieler Produktionsländer, die Mindestlöhne äußerst niedrig anzusetzen. Häufig liegen sie sogar unter dem Existenzminimum. Auch werden gewerkschaftliche Aktivitäten untersagt, um neue Investoren anzulocken oder deren Abwanderung in noch günstigere Herstellerländer zu verhindern.

Die Industrienationen besitzen den großen Wettbewerbsvorteil. Design, Kollektionsplanung und Marketing liegen in ihren Händen. Sie sind dadurch näher am Konsumenten und seinen Bedürfnissen und können die günstig produzierten

Waren gewinnbringend absetzen. Grundsätzlich gilt: die Erträge in den Abnehmerländern kommen in den Entwicklungsländern nicht an. Durch die Produktionsverlagerung geben sie zudem ihre Verantwortung für die Einhaltung von Sozialstandards ab. Die absoluten Verlierer sind die Näherinnen, die durch nicht selten unbezahlte Mehrarbeit dazu beitragen, dass ihre Chefs die engen Lieferfristen erfüllen und der westliche Konsument alle zwei Wochen eine neue Kollektion erwerben kann.

Kapitel III. Ökologie:

Kapitel III.1. Bekleidung & Chemie

Bekleidungstextilien erfüllen komplexe Funktionen. Sie schützen den Träger vor Umwelteinflüssen und unterstützen den Körper beim Sport, in der Freizeit und im Beruf. Um diesen unterschiedlichen Anforderungen gerecht zu werden, wird Bekleidung unter Einsatz von Chemikalien veredelt, wobei für 1kg Textilien bis zu 1kg Chemikalien und bis zu 300 l Wasser benötigt werden.

Bereits vor der chemischen Veredlung, auf dem Baumwollfeld und in der Schafhaltung, werden unterschiedliche Pestizide eingesetzt, um sowohl die Baumwolle als auch die Schafe vor Schädlingen zu schützen. Diese belasten das Grundwasser und bergen erhebliche Gefahren für die Baumwollbauern.

In den Bekleidungsfabriken arbeiten die Textilarbeiter häufig unter unzureichenden Schutzmaßnahmen und stehen in direkten Hautkontakt mit toxischen Farb-, Hilfs- und Ausrüstungschemikalien. Mehr als 90% der Substanzen, die in Vorbehandlungs- und Färbeprozessen eingesetzt werden, verbleiben nicht auf dem Textil und werden in späteren Spülschritten sowie in der Haushaltswäsche ausgewaschen und gelangen ungefiltert in Gewässer und Trinkwasser. Besonders gefährlich ist der Einsatz von Per- und polyfluorierten Chemikalien (PFC), die zur Imprägnierung dienen. Sie sind biologisch nicht abbaubar und können daher in Flüssen und Weltmeeren, im menschlichen Blut und in der Muttermilch nachgewiesen werden.

Die eingeleiteten Chemikalien beeinflussen also nicht nur die Gesundheit und das Wohlbefinden der Menschen, die in der Produktion direkten Kontakt zu ihnen haben, sie schädigen auch Wasserorganismen und nachfolgende Generationen. Auch der Verbraucher kann durch direkten Hautkontakt mit Dispersionsfarbstoffen geschädigt

werden, solange diese keine ausreichende Schweißechtheit besitzen. Um der Geruchsbildung durch die bakterielle Zersetzung von Schweiß entgegenzuwirken, wird Sport- und Freizeitbekleidung mit Bioziden in Form von Silber und Triclosan behandelt. Diese lösen allergische Hautreaktionen aus und beeinträchtigen die natürliche Schutzfunktion der Haut. 1-2 % der in deutschen Hautkliniken registrierten Kontaktallergien (ca. 4000 Fälle/Jahr), werden auf Bekleidungstextilien zurückgeführt.

Für lange Transportstrecken wird Bekleidung zudem mit Pestiziden behandelt, um sie vor Schimmelbefall oder Schädlingen zu schützen. Wird der Chemikalieneinsatz nicht entlang der gesamten Wertschöpfungskette reglementiert, kann selbst Bekleidung aus ökologisch angebaute Baumwolle nachträglich behandelt worden sein.

Die hohen Umweltschutzaufgaben in der EU bezüglich Chemikalieneinsatz, Emission und Abwasseraufbereitung sind ein weiterer Grund dafür, warum mehr als 90 % unserer Kleidung in Asien hergestellt wird. Zwar gibt es beispielsweise in China, dem größten Produzenten und Exporteur von Bekleidung, durchaus entsprechende Umweltstandards, jedoch werden diese häufig ignoriert und von staatlicher Seite nicht ausreichend kontrolliert.

Für den Import von Bekleidung in die EU gibt es keine gesetzlichen Regelungen oder flächendeckende Einfuhrkontrollen, die Grenzwerte für enthaltene Chemikalien festsetzen oder kontrollieren.

Kapitel III.2. *Bekleidung & Ökobilanz*

Die industrielle Massenproduktion von Bekleidung ist gekennzeichnet durch einen enormen Verbrauch an nicht erneuerbaren Ressourcen. Er betrifft den gesamten Lebensweg eines Kleidungsstücks und ist ausschlaggebend für die negative Umweltbilanz der Textil- und Bekleidungsindustrie.

Nicht nur in der Gewinnung der Rohstoffe und Herstellung der Fasern, auch in der Produktion werden große Mengen an Wasser und Energie in Form von Erdöl, Kohle

und Gas benötigt. In verschiedenen Spül- und Trocknungsprozessen, meist bei hohen Temperaturen und unter Druck, werden sowohl Strom als auch Wasser verwendet. Hinzu kommen die Abfallbelastung und die Abgasemission auf den Produktions- und Handelswegen von Fernost nach Europa oder Nordamerika. Die spezifische Umweltbelastung ist dabei stark abhängig von der jeweiligen Faser und deren Weiterverarbeitung. So sind im Baumwollanbau, wie auch in der Schafhaltung, Wasserverbrauch und Flächenbedarf besonders gravierend. Baumwolle, die einen Marktanteil von ca. 30% besitzt, hat einen Gesamtflächenbedarf von ca. 33 Mio. ha (Stand 2014). Dem gegenüber stehen 70 Mio. ha für die Schafhaltung, obwohl Wolle nur einen Marktanteil von etwa 1% besitzt.

Synthetische Chemiefasern beanspruchen mit ihrem Marktanteil von 70% so gut wie keine Landflächen, jedoch werden bei ihrer Herstellung nicht erneuerbaren Ressourcen verbraucht. Synthetische Chemiefasern werden in der Regel direkt aus Erdöl hergestellt.

Auch die Gebrauchsphase wirkt sich negativ auf die Ökobilanz aus. Abhängig von der Nutzungsdauer eines Kleidungsstücks werden beim Waschen, Reinigen und Pflegen besonders große Mengen an Wasser, Energie und Tensiden eingesetzt. Bei durchschnittlich 55 Waschgängen entfällt ein Drittel der verursachten CO₂- Emission eines weißen Damenshirts aus Baumwolle auf die Gebrauchsphase. Dies entspricht der CO₂- Emission einer 40 Kilometer langen Autofahrt. Laut Statistischem Bundesamt, entfallen 14% des jährlichen Stromverbrauchs privater Haushalte auf die Nutzung von Waschmaschine und Trockner.

Die Entsorgung von Altkleidern verbraucht ebenfalls sehr viel thermische Energie. Bekleidungsstücke aus dem Fast Fashion Segment sind häufig qualitativ so minderwertig, dass sie nicht aufbereitet und als Secondhandware weiterverwendet werden können. Auch für eine eventuelle Recyclierung stehen sie nicht mehr zur Verfügung.

Ausstellungsgrafik

Als eine besondere Form der inklusiven Wissensvermittlung werden in der Ausstellung *Fast Fashion* Infografiken eingesetzt. Sie transformieren einen elementaren Bestandteil unserer wissenschaftlichen Recherche in ein allgemein verständliches und visuell gut lesbares Format. Die Infografiken wurden von einem

externen Grafikteam in Kooperation mit der Hochschule für Bildende Künste Hamburg entwickelt. (Abbildungen im Anhang)

Ausstellungsarchitektur

Für die Präsentation der spezifischen Inhalte der Ausstellung *Fast Fashion* ist eine szenografische Ausstellungsarchitektur wichtig. Für jedes einzelne Kapitel wurde ein ikonisches Architekturelement entwickelt, das zugleich als Träger für die Informationstexte, Infografien und Exponate dient: der Laufsteg für das Thema Konsum & Fashion Victims, die Hohlkehle für das Thema Konsum: Mangel & Überfluss, die Litfaßsäule für das Kapitel Ökonomie: Global & Lokal, das Schaufenster für den Bereich Ökonomie: Lohn & Gewinn, die Kleiderstange für Ökologie: Bekleidung & Chemie, die Umkleidekabine für das Finale: Bekleidung & ökologischer Fussabruck. Insgesamt zeichnet diese Szenografie die Veröffentlichung von Mode vom Laufsteg über die Werbung und das Zeigen im Geschäft bis hin zur Anprobe und dem Kaufen von Kleidung nach. Die Ausstellungsarchitektur ist außerdem modular angelegt, um sie für die Folgestationen besser nutzbar bzw. wiederverwertbar zu machen (Abbildungen im Anhang)

Ausstellungsfilme

Für die Ausstellung *Fast Fashion* wurden von drei jungen FilmemacherInnen drei Filme realisiert. Ein sogenannter Einführungsfilm oder Trailer, der die Besucher atmosphärisch auf die Ausstellung einstimmen soll. Er fokussiert zunächst auf die glamouröse, lustvolle Seite der Mode, um dann deren Schattenseiten im Bereich Produktion, Arbeitsbedingungen und Umweltbelastung einzuführen.

Zwei „Beute-Videos“ spiegeln den Konsum von Fast Fashion unter den Jugendlichen wider und damit das neue Phänomen der sogenannten Haul Videos, die von den jungen KonsumentInnen selbst gefilmt und dann auf Youtube hochgeladen werden.

Slow Fashion Labor

Slow Fashion steht für nachhaltige und bewusste Mode. Sie beschreibt den Wandel zu mehr Verantwortung und Respekt für Mensch und Umwelt und ein verändertes Bewusstsein gegenüber dem Produkt, dessen Ursprung sowie dem eigenen Konsumverhalten. Slow Fashion bedeutet Entschleunigung: für die umweltschonende Herstellung und Auswahl der Rohstoffe; für die nachhaltige Produktion und die hochwertige Verarbeitung; für den fairen Handel; für den Gebrauch und die Haltbarkeit von Kleidung. Angelehnt an andere „Langsam“-Bewegungen wie Slow Food besitzen die Produkte oftmals eine regionale Herkunft mit kurzer Produktionskette. Die einzelnen Schritte von der Faser bis zur Verarbeitung sind sichtbar. Dabei wird auf Chemie möglichst verzichtet und auf die Entwicklung neuer nachhaltiger Materialien und zukunftsfähiger ressourcenschonender Technologien gesetzt. Nachhaltige Mode ist durch ausgewiesene Textilsiegel zertifiziert.

Zur Slow Fashion zählt nicht nur aus biologischen und recycelten Materialien hergestellte Mode, sondern auch gebrauchte Kleidung. Das Prinzip des Wegwerfens und Neukaufens bekommt durch den re-use-Trend eine starke Gegenbewegung. Im Internet finden sich zahlreiche neue Kleidertausch- und Secondhandplattformen, die sogar Designer-Mode zur Miete anbieten.

Als Erweiterung der Ausstellung Fast Fashion wurde das *Slow Fashion Labor* umgesetzt. Das Slow Fashion Labor bietet den Besuchern die Möglichkeit, sich über nachhaltige Fasern und innovative Technologien zu informieren sowie über relevante Netzwerke wie *Kleiderkreisel* oder *Get changed*. Ebenso werden politische Initiativen zum nachhaltigen Kleiderkonsum wie *Textilsiegelklarheit.de* der Bundesregierung vorgestellt oder die Detox Kampagne von Greenpeace. Im Slow Fashion Labor wird auch Informationsmaterial zum Mitnehmen bereitgestellt.

Als inhaltlicher Kooperationspartner präsentierte die ESMOD Berlin drei Masterprojekte aus dem Studiengang Sustainability in Fashion. Im Fokus stehen neue nachhaltige Designstrategien in der Mode wie Closed Loop, Zero Waste und Social Design.

In Kooperation mit dem Quer Studies Studiengang der Hafen City University Hamburg wurde das interdisziplinäre Semesterprojekt *Backstage Mode* durchgeführt. Die Researchergebnisse der StudentInnen zum Thema Kleiderkonsum werden ebenfalls im Slow Fashion Labor präsentiert.

Ein weiterer inhaltlicher Partner ist die Ethical Fashion Show der Messe Frankfurt / Berlin, die rechtfrei umfangreiches Filmmaterial der aktuellen Schauen mit nachhaltiger Mode für unser Projekt zur Verfügung stellt. (siehe auch das Drehbuch Slow Fashion Labor im Anhang)

Magalog

Begleitend zur Ausstellung Fast Fashion wurde ein Magalog mit 200 Seiten Umfang konzipiert und realisiert. Der Magalog ergänzt die Inhalte der Ausstellung komplementär durch fachlich vertiefende Kurzessays. Für die Bearbeitung der verschiedenen Texte konnten 17 externe AutorInnen gewonnen werden.

Vermittlung

Zu Ausstellung wurde die Website www.fastfashion-dieausstellung.de entwickelt mit Hintergründen, Lehrermaterial, Linkempfehlungen. Weiterhin der Modeblog Stilbrise.de zu den Themen Nachhaltigkeit und Konsum in der Mode; u.a. mit regelmäßigen Fotoshootings von Besucherlooks, Bespielung von Instagram und Twitter sowie Social Media Aktionen. Die Redaktion des Blogs erfolgt durch eine freie Mitarbeiterin.

In der Ausstellung fanden zweiwöchentlich Fotoshootings von Besuchern und Interviews statt. Diese Bildergalerien wurden als Projektion im Entree der Ausstellung präsentiert und kontinuierlich abgedatet. Ebenso wurden iPad-Stationen mit Ausstellungswebseite und Stilbrise für die Besucher bereitgestellt.

Das speziell für die Ausstellung entwickelten Rahmenprogramm beinhaltete eine sogenannte "Fair Fashion Tour" mit Besuchen von fairen Mode-Ateliers in Hamburg sowie den "HAPPY SUNDAY – Ideenmarkt für faire Fashionistas". Dieser Programmpunkt umfasste einen Designwettbewerb in Kooperation mit Etsy.com,

faire Modedesign-Stände, Fotoshooting, Kurzführungen, einen kuratierten Lesebereich, Fleckenlabor sowie DIY -Kreativstationen für Besucher.

V. Resümee

Mit der Ausstellung *Fast Fashion. Die Schattenseiten der Mode* haben wir den Nerv der Zeit getroffen. Das Thema besitzt eine hohe gesellschaftliche Aktualität, was sich auch in einer vermehrten kritischen Medienresonanz widerspiegelt. Die Dringlichkeit zum Umdenken und entsprechenden Handeln in Bezug auf eine nachhaltige Bekleidungsproduktion und einen nachhaltigen Konsum erreicht immer mehr Menschen. In dieser Hinsicht besitzt die Ausstellung *Fast Fashion* dank ihrer großen öffentlichen Strahlkraft eine wichtige Multiplikatorenfunktion. Sie wurde vom Publikum sehr gut angenommen und es ist uns gelungen, die Menschen zu Nachdenken anzuregen. Vor allem die junge Generation, die hauptsächlich zu den unkritischen *Fast Fashion* KonsumentInnen gehört, konnte durch ein spezielles Führungsangebot an die brisante Thematik herangeführt werden. Die überaus positive Resonanz spiegelt sich auch in der Tatsache wider, dass alle Schulführungen ausgebucht waren. Zum Teil fanden täglich drei –vier Schulführungen statt. Auch fanden sehr viele Ausstellungsbesuche und Führungen mit Studierenden der diversen deutschen Modehochschulen statt. Auch der Magalog, den wir bewusst zu einem niedrigen Preis von 6,50 Euro angeboten haben, stellte für viele Besucher eine wichtige Ergänzung zur Ausstellung dar und wurde sehr gut verkauft. Mit unserem digitalen Vermittlungsangebot (Website / Blog) konnten wir zusätzlich sehr viele Interessierte erreichen und dadurch Debatten außerhalb des Museums anregen. Ein weiterer wichtiger Multiplikator für unser Projekt war der Fernsehsender ARTE, der anlässlich der Präsentation des Films *Todschick. Die Schattenseiten der Mode* eine Sonderveranstaltung mit anschließender Podiumsdiskussion im MKG abgehalten hat.

Auf der fachlichen Ebene konnten wir eine äußerst produktive Zusammenarbeit mit dem Umweltbundesamt eingehen, die wir im Rahmen weiterer Projekte zum Thema Nachhaltigkeit zukünftig auch fortsetzen werden. Auch die Zusammenarbeit mit der Hochschule für Angewandte Künste Hamburg, vor allem mit dem Departement Bekleidungstechnik und dem Masterstudiengang Multitradechannel Management in Textile Business sowie mit dem Masterstudiengang Sustainability in Fashion der

Esmod Berlin war sehr gewinnbringend. Unter den relevanten NGO's konnten wir wichtige Netzwerke mit Greenpeace, der Clean Clothes Campaign sowie Peta aufbauen.

Mit der Wahl der Thematik, der inhaltlichen Ausrichtung und visuellen Umsetzung konnten wir auch andere Museen für unser Projekt interessieren: Von Dezember 2015 bis Juli 2016 wird *Fast Fashion. Die Schattenseiten der Mode* im Deutschen Hygiene Museum in Dresden gezeigt, anschließend wandert sie in das Textilmuseum nach St. Gallen in der Schweiz. Das Goethe – Institut Bangkok hat die Ausstellung eingeladen, im Rahmen eines groß angelegten Textilresearchprojektes nach Asien, Australien und Neuseeland zu reisen. Das Museum für Europäische Kulturen der Staatlichen Museen zu Berlin möchte die Ausstellung ebenfalls 2017 übernehmen.

Die hohe Bedeutung und Wichtigkeit der Ausstellung Fast Fashion spiegelt sich auch in bis heute andauernden Anfragen zu Übernahmemöglichkeiten, die uns von NGOs, Messen und textilnahen Initiativen aus Deutschland, Belgien, Luxemburg und Österreich erreichen.

Diese vielschichte, überaus positive internationale Resonanz und öffentliche Wahrnehmung unseres Projekts bis hin in die Politik spiegelt uns, dass wir unser Ziel erreicht haben: Nämlich die kritische Debatte um Fast Fashion durch das Format einer designkritischen Ausstellung mit zu gestalten, Denkanstöße zu liefern und vor allem die Konsumenten – unsere Besucher – anzuregen, zukünftig stärker über die Zusammenhänge von Bekleidung und Umwelt, von Konsum und sozialer Ungerechtigkeit zu reflektieren.

VI. Fakten

Ausstellungsbesucher: 71.000

Magalog / Verkaufte Exemplare: 2.285

Website / Visits: (März bis Oktober 2015): rd. 40.000

Modeblog Silbrise / März bis Oktober 2015): rd. 120.000

Anlagen

Abbildungen Ausstellungsarchitektur

Kap. 1: Konsum: Fashion & Victims - Laufsteg



Kap.1: Konsum: Mangel & Überfluss - Hohlkehle



Kap. 2. Ökonomie: Global & Lokal - Litfaßsäule



Kap. 2: Ökonomie: Lohn & Gewinn - Schaufenster



Kap. 3: Ökologie: Kleidung & Chemie - Kleiderstange



Kap.3: Ökologie: Kleidung & Ökologischer Fußabdruck - Umkleidekabine

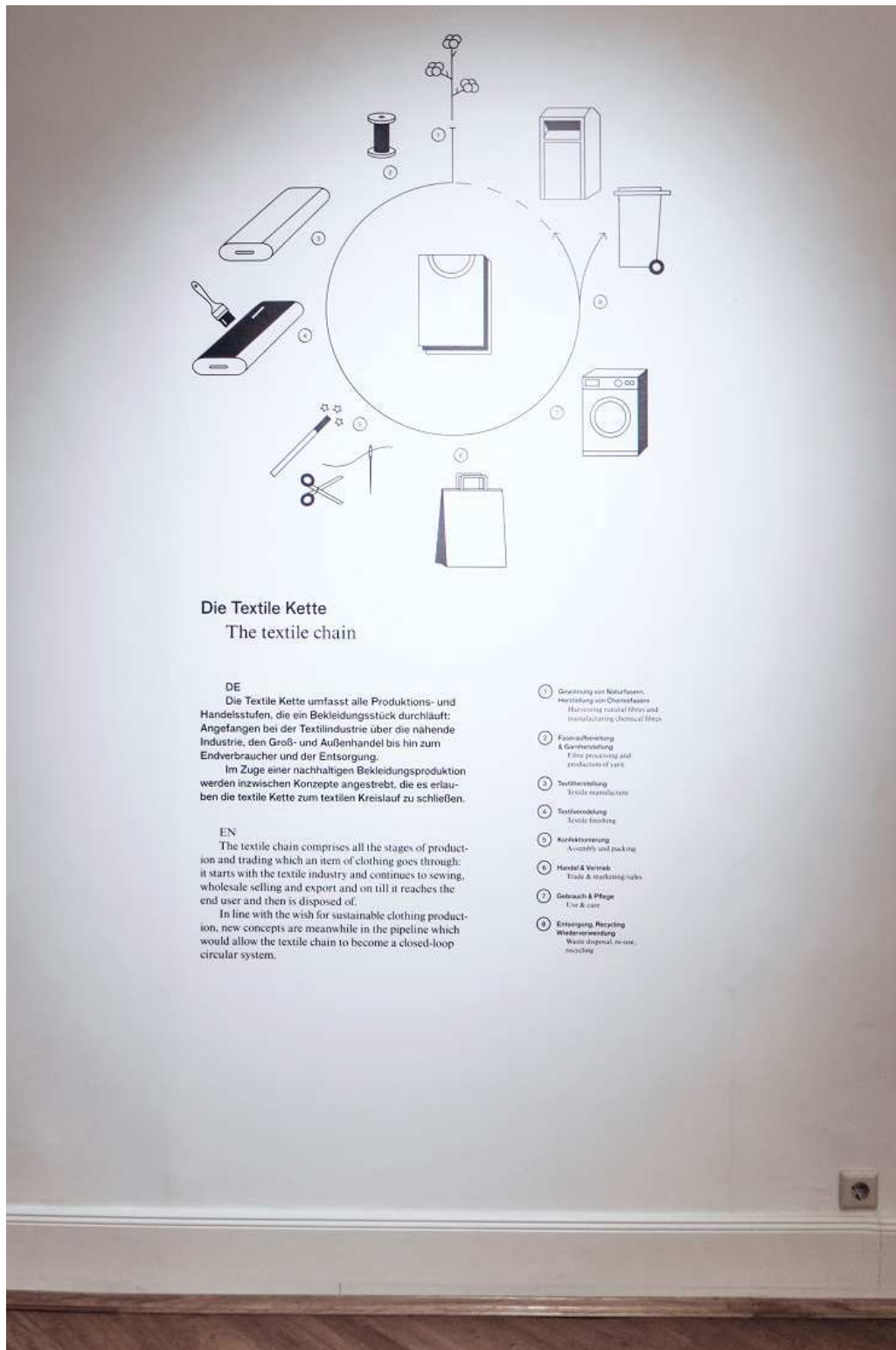


Abbildungen Slow Fashion Labor



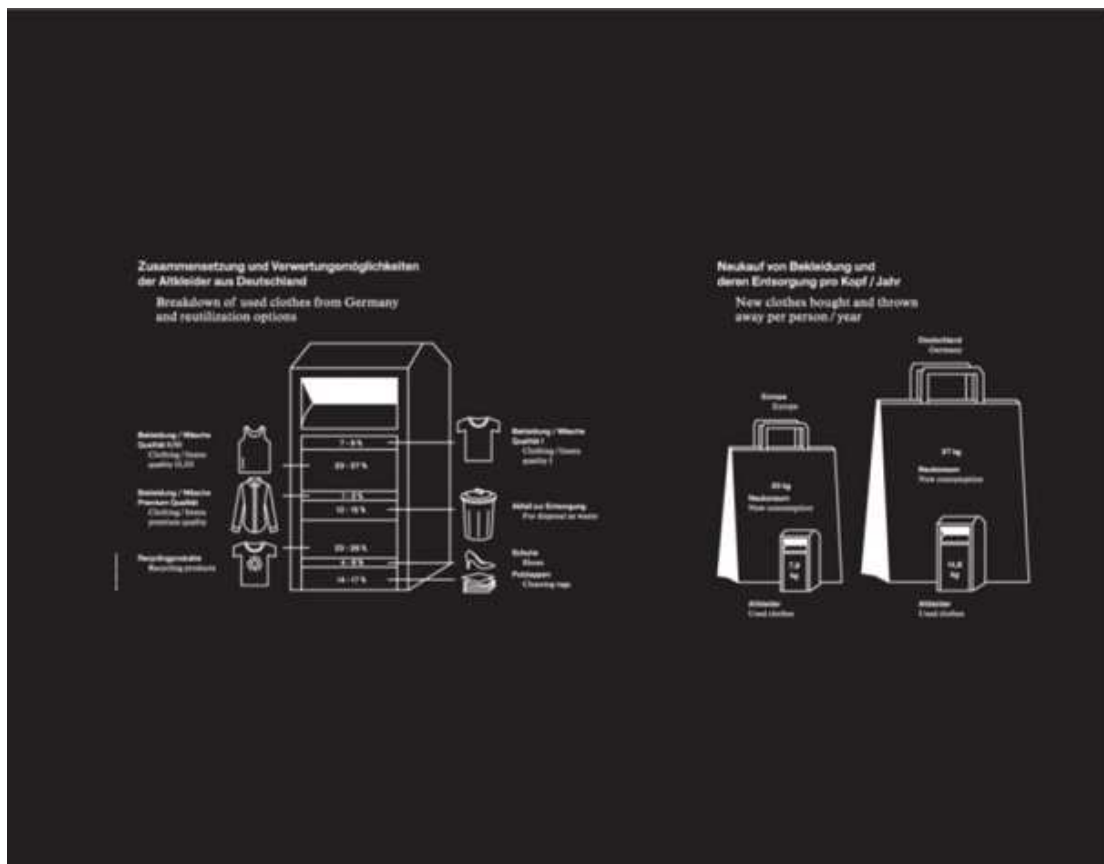
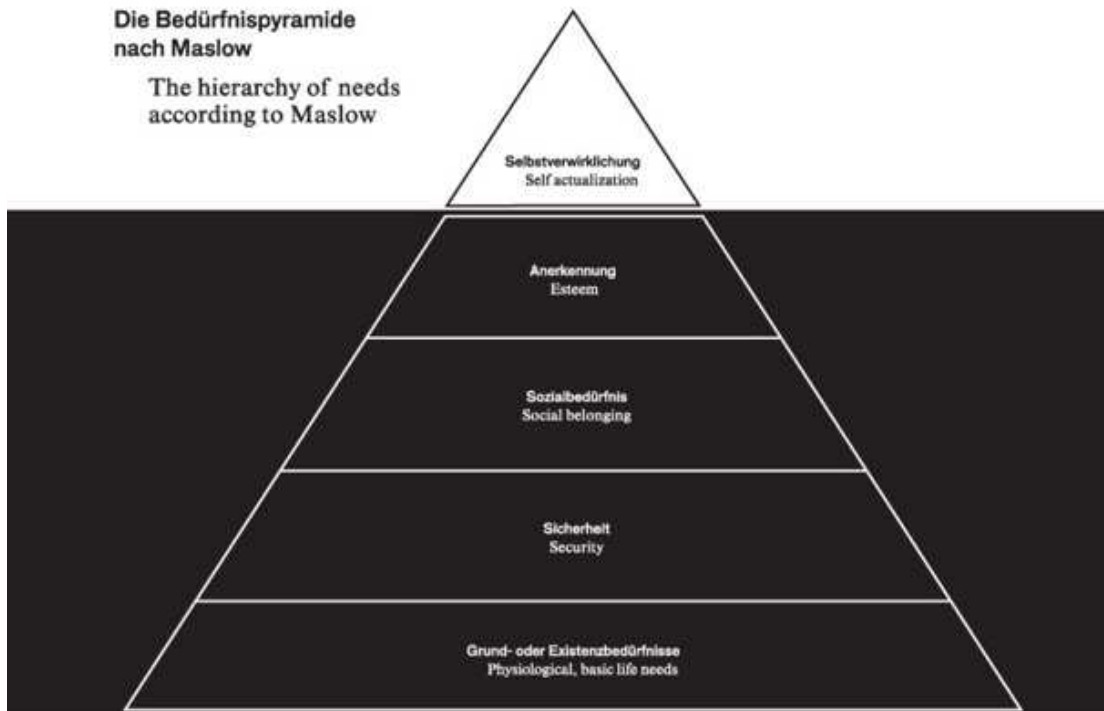


Abbildungen Infografiken



Infografiken Konsum

Die Bedürfnispyramide nach Maslow
The hierarchy of needs according to Maslow



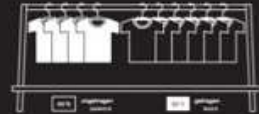
Werteverfall: Bekleidung günstig wie nie!
 The decline in retail clothing has never been so cheap!



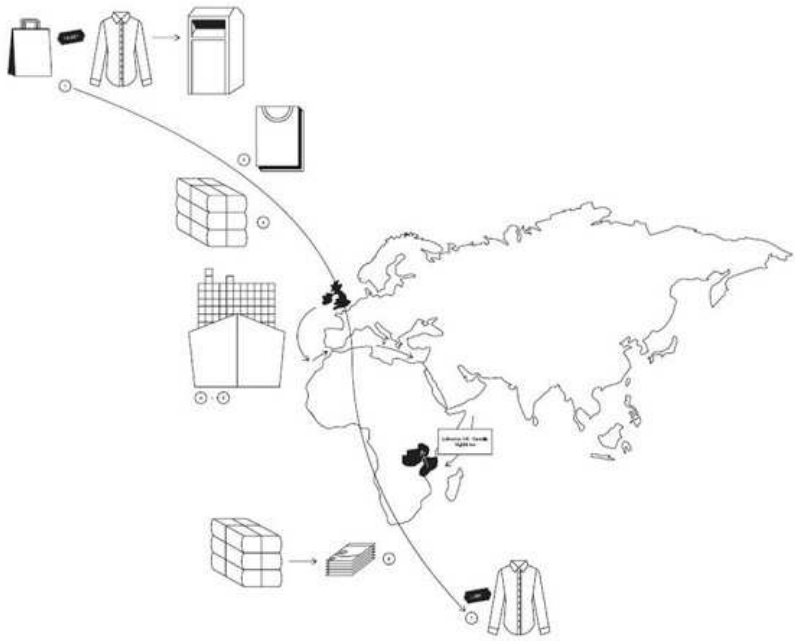
Die Konsumausgaben für Bekleidung in Deutschland sinken!
 The amount consumers spend on clothes in Germany is decreasing



Die Folge: Wir kaufen mehr Kleidung, als wir tatsächlich benötigen!
 Conclusion: we buy more clothes than we actually need!

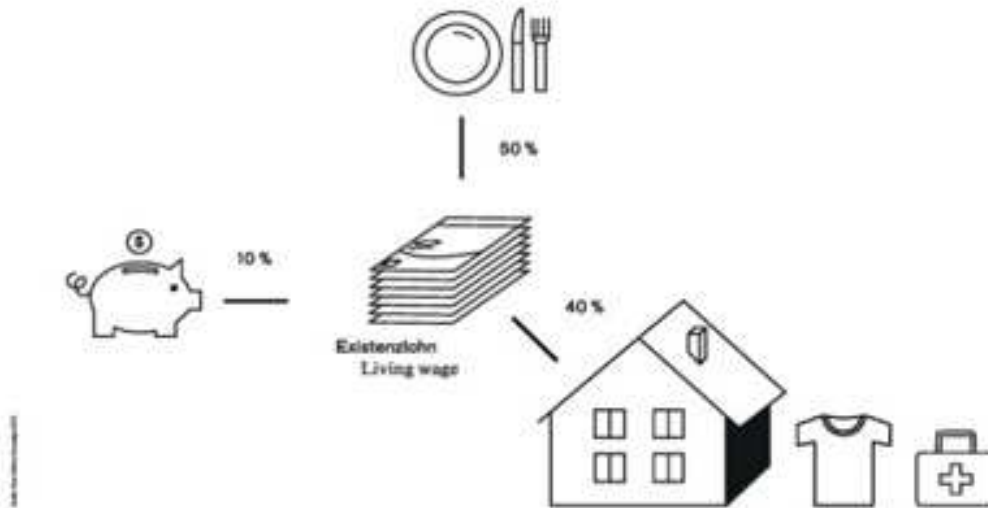


Die Reise eines einzigen Shirts
 The journey of a t-shirt's life



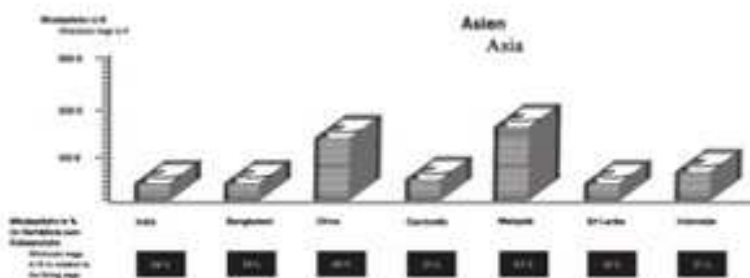
Infografiken Ökonomie

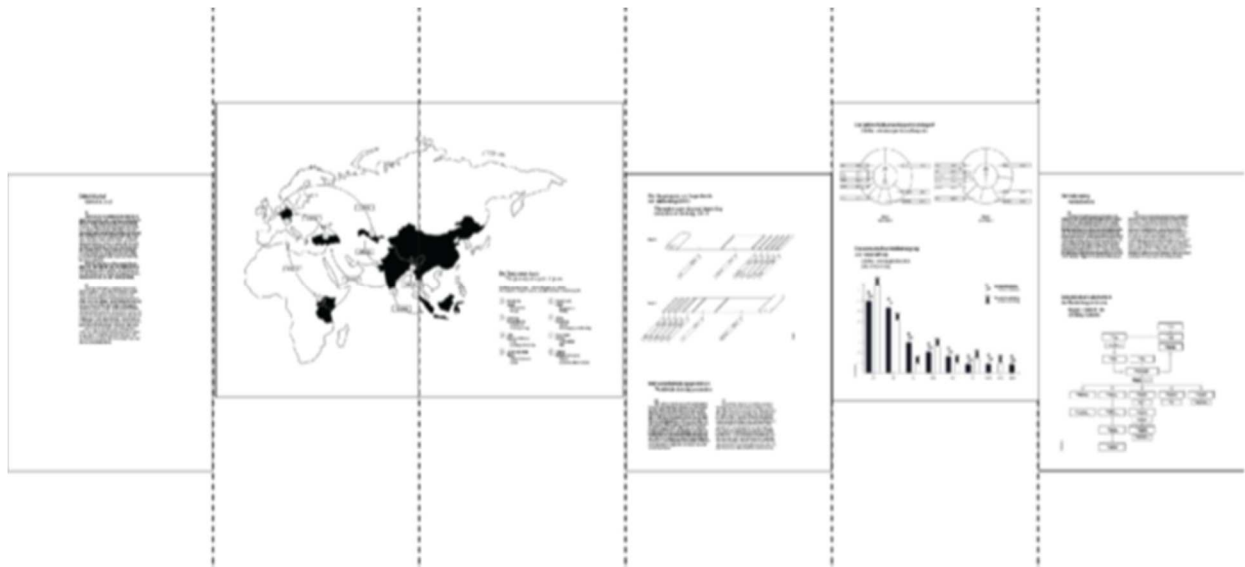
Wie wird der Asia Floor Wage berechnet?
How is the Asia Floor Wage calculated?



Der gesetzliche Mindestlohn in Asien & Osteuropa
liegt weit unter einem Existenzlohn

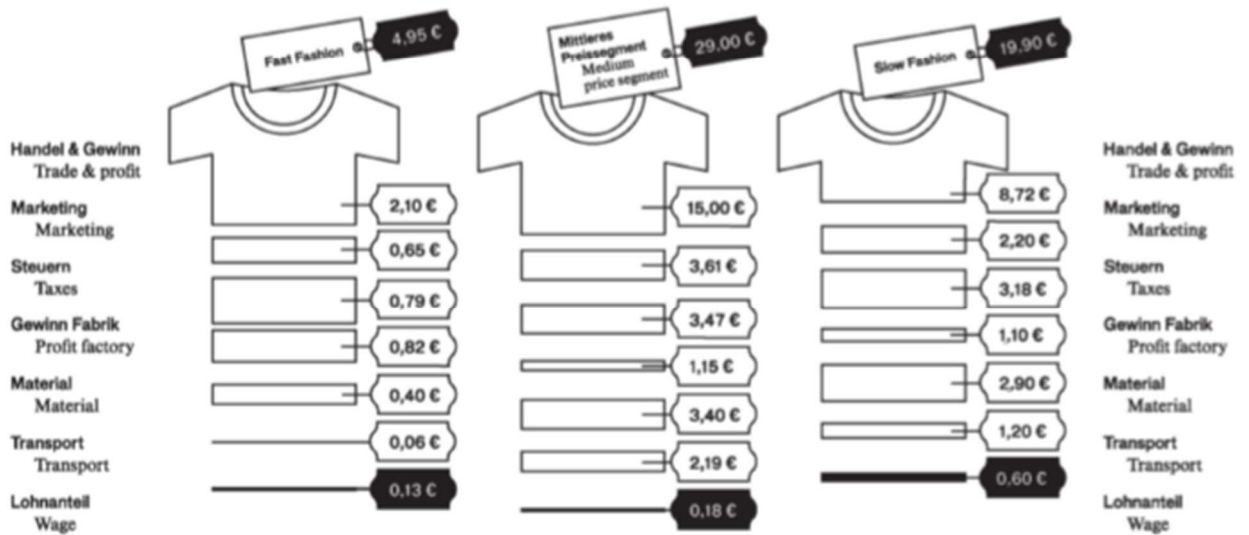
The statutory minimum wage in Asia & Eastern Europe
is much lower than a living wage





Die Preiszusammensetzung eines T-Shirts

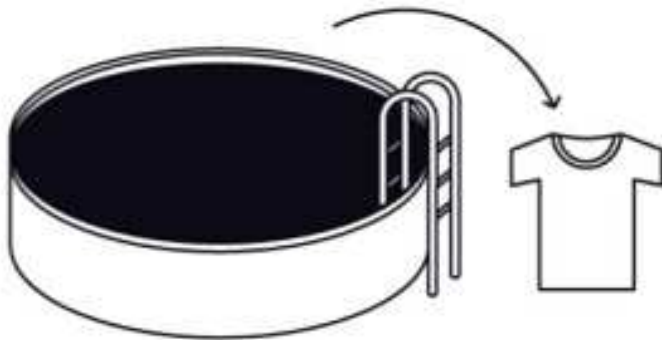
What elements make up the price of a T-shirt



Infografiken Ökologie

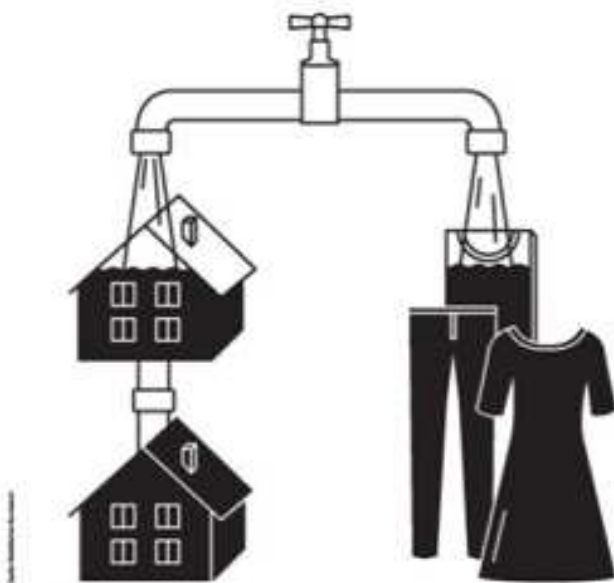
So viel Wasser steckt in
einem Baumwoll-T-Shirt

This is how much water there
is in a T-shirt made of cotton



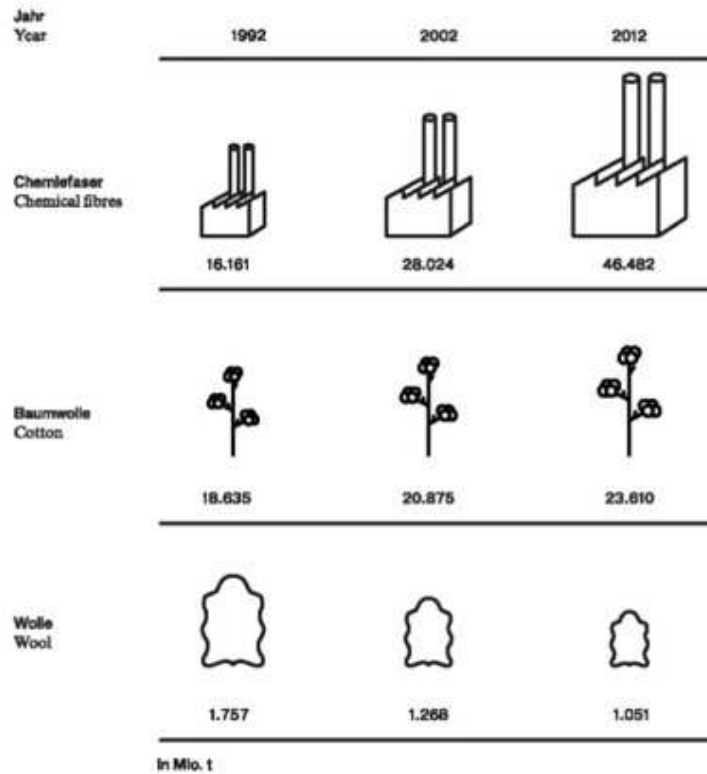
Wassergehalt von importierter und exportierter
Baumwollkleidung $\times 2$ = Frischwasserverbrauch
deutscher Haushalte /Jahr

Water content of imported and exported
cotton garments $\times 2$ = the fresh water
consumption of German households /year



Weltfaserverbrauch im Vergleich

Global comparison of fibre consumption



Quelle: IRECO

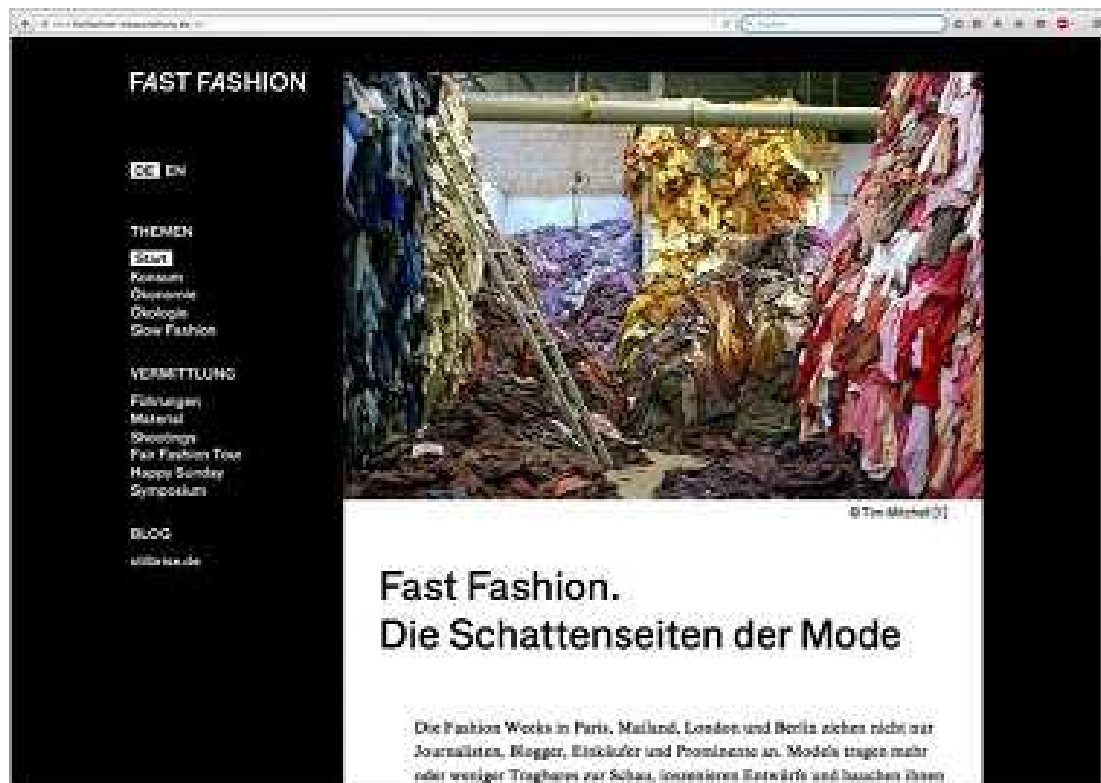
Abbildungen Magalog





Kampagnen

Webseite



Launch: 20. März 2015

Visits/Tag: \emptyset rd. 160

Visits/Monat: \emptyset rd. 4.800

Visits/Insgesamt (Mrz bis Okt 2015): **rd 40.000**

Top Downloads

MK&G MUSEUM FÜR
KUNST UND GEWERBE
HAMBURG

Informationen für Lehrer und Schüler

Downloads und Links zur Ausstellung „Fast Fashion. Die Schattenseiten der Mode“

Stand 30. März 2015



Maria Winkler, SWKATER, study of the possible
© 2013 © Maria Winkler

Das hilft rundum das Thema Mode

Vom Abscheu in die Psychologie über den Wandel in der Jugendmode bis hin zu den ökonomischen und ökologischen Folgen der Massen-Mode-Produktion.
<http://www.kpbd.de/apuz/19875/editezial>

Wissenswertes zum Thema Textil

Von A wie Angora bis Z wie Ziegenhaare: Das Lexikon informiert über Zusammensetzung, Herstellung und Pflege von Fasern.
<http://www.petra.de/beauty/make-up/was-ist-textilfaser-stoff-zoo.htm>

Vertiefendes zum Thema Fast Fashion

Über die Geschäftspraktiken der Textilkonzerne und die Suche nach neuen Billig-Standorten.
<http://www.wdr5.de/sendungen/neuestenewsch/sonntag/textilrausche-truimmiracoo.html>

Eine Webdokü über drei junge norwegische Modedesigner und ihre Erfahrungen als Textilfabriker in Kambodscha (siehe auch www.wdr5.de fact, fashion, stories)
<http://www.abgeordneten.at/webtv/#/kategorie/102943/wahltag-fact-f-fashion>

Die Urmode in Fernost und die Rolle der deutschen Unternehmen.
<http://www.deankids.de/2013/11/20/wdr-themenwoche-geschichtlicher-disk-woher-kommen-unsere-kleider/43088>

Zum Thema Slow Fashion

Warum ist Fashion nachhaltig, fair und ökologisch unbedenklich? Hier sind die Antworten.
<http://slow-fashion.net/was-ist-slow-fashion>

Mode und Nachhaltigkeit – vom Designer bis zum Material
http://www.nachhaltigkeit.info/artikel/nachhaltigkeit_in_der_modebranche_1764.htm

Die zehn Gebote der Slow Fashion.
<http://www.no-banlabel.com/artikel/slow-fashion-10-gebote/>

www.fachhochschule-burg.de | www.mk-g.de | bis 30. September 2015
Museum für Kunst und Gewerbe Hamburg | Steinstraße 1 | D-20099 Hamburg | 041 204 11 5 1

Leseprobe Magalog: 2.470 Zugriffe

Materialien für Lehrer und Schüler: 2.132 Zugriffe

COME #INSIDEOUT - GET IN FOR FREE!

EVENTS · FASHION STORIES
01. APRIL 2015
RELIN   



Photo: Fashionrevolution.com

Save the Date! An diesem Freitag, dem 29. April ist es so weit! Wie bereits angekündigt findet im MGG eine Aktion anlässlich des Fashion Revolution Days statt. Dazu brauchen wir allerdings auch eure Unterstützung! Kommt einfach am Freitag zwischen 10 und 18 Uhr "InsideOut" ins Museum und macht Selfies mit unserem #fashrev-Logo. "InsideOut" bedeutet, dass die Kleidung fälschlicherweise getragen wird, um auf das Etikett und damit auf die Herstellung der Kleidung aufmerksam zu machen. Das diesjährige Motto beim Fashion Revolution Day lautet nämlich "Who made my clothes?". Sie und ich sind ebenfalls mit at the top im "Fast-Fashion". Versucht stattdessen, um eure Looks zu fotografieren und bei Instagram zu posten. Euer Engagement für den Fashion Revolution Day wird natürlich auch belohnt: Alle "InsideOut"-Träger bekommen an diesem Tag freien Eintritt ins Museum. Das Stilbnise-Team freut sich auf eure Rückmeldung! Hier unser offizielles MGG-Facebook-Event:

Relaunch: 20. März 2015

Ø 2 Beiträge / Tag

Visits/Tag: Ø > rd. 500 / Best ever: 1.894

Visits/Monat: Ø rd. 15.000 / Best ever: 38.514 (Mai)

Visits/Insgesamt (Mrz bis Okt 2015): **rd. 120.000**

HAPPY SUNDAY. Ideenmarkt für Fair Fashionistas



Programm

- | | |
|-------------------|---|
| 11.00 – 17.00 Uhr | Design- und Ideenmarkt mit den fairen Labels
Die Beiden Drei, æmpersand, THE KNIT KID
und Studenten der AMD Hamburg |
| 12.00 – 17.00 Uhr | Waffeln vom KANDIE Shop Café, St. Pauli |
| 12.00 – 12.30 Uhr | Einführung „Fast Fashion“ |
| 12.00 – 14.00 Uhr | DIY-Station und „Fleck-weg-Labor“ |
| 13.00 – 13.30 Uhr | Einführung „Fast Fashion“ |
| 14.00 – 16.00 Uhr | Stilbrise-Fotoshooting |
| 15.00 – 17.00 Uhr | DIY-Station und „Fleck-weg-Labor“ |

Sonntag, 7. Juni hier im Vestibül / UG

Happy Sunday. Ideenmarkt für Fair Fashionistas



FÜR BESUCHER IM "INSIDEOUT"-LOOK FREIER EINTRITT AM 24.4.

Am Freitag, dem 24.4. beteiligt sich das MKG im Rahmen der Ausstellung „Fast Fashion“ am sogenannten „Fashion Revolution Day“, einem internationalen Aktionstag zum Gedenken an das verheerende Unglück in der Textilfabrik Rana Plaza vor 7 Jahren.

DER AKTIONSTAG

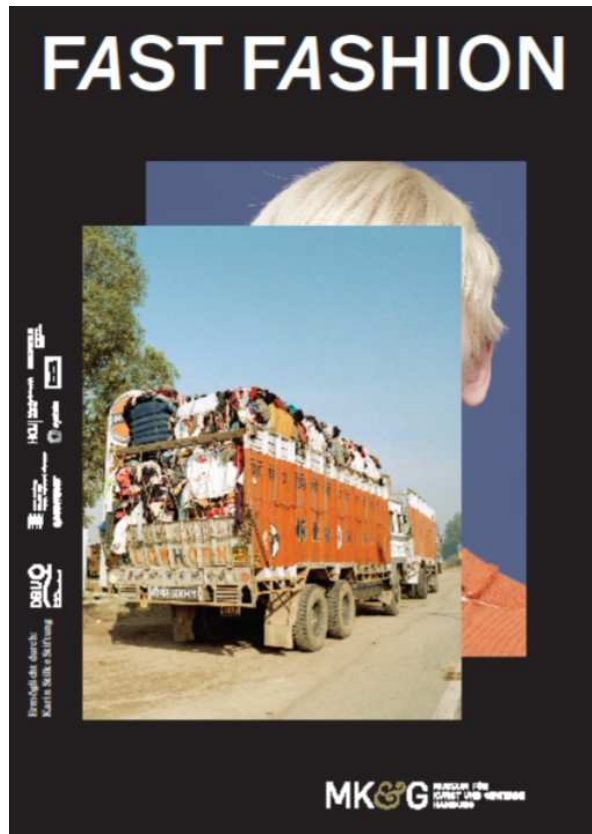
Durch das Umgekehrt-Tragen der eigenen Kleidung („InsideOut“), so dass die Textilschildchen sichtbar werden, soll symbolisch die Frage nach den Produktionsbedingungen gestellt werden. Eine Vielzahl an „Selfies“ in gewendeter Kleidung, geteilt in den sozialen Netzwerken mit dem Hashtag #fashrev und #whomademyclothes, soll an diesem Tag die virtuelle Aufmerksamkeit auf dieses Thema lenken.

DAS MKG

Besucher, die am Freitag von 10-18 Uhr in umgedrehter Kleidung erscheinen (es zählt mindestens ein Ober- teil) erhalten freien Eintritt. In der Ausstellung „Fast Fashion“ sind bis 15 Uhr zudem Melike Bilitz und Sina Fuhrmann als Stilbrise-Bloggerinnen unterwegs und fotografieren die teilnehmenden Besucher und MKG-Kollegen mit vorbereiteten „Fashion Revolution“-Schildern für Instagram und Facebook. Wir freuen uns auf Sie! Die Aktion wird über Fashion Revolution, Stilbrise, Instagram und Facebook beworben. Hier alle Links: <http://fashionrevolution.org/event/fashion-revolution-im-mkg/>
<http://stilbrise.de/come-insideout-%C2%AD-get-in-for-free/>
<https://www.facebook.com/events/402592633256202/>



Aktion "INSIDEOUT"



FAST FASHION
Die Schattenseiten der Mode
20.3. – 20.9.2015

Die Ausstellung wirft einen kritischen Blick auf die Herstellung von Mode. Die ökonomischen Folgen des Massenkonsums werden genauso veranschaulicht wie die ökologischen Schäden für Mensch und Umwelt. Unter dem Stichwort „Slow Fashion“ werden Alternativen vorgestellt – von nachhaltig produzierter Mode über Upcycling-Konzepte bis hin zu neuen Fasern und Technologien.

Stilbrise.de – Der MKG-Modeblog

Der Blog bietet Hintergründe, Interviews, Bilder und Statements von Besuchern: Jeden zweiten und vierten Sonntag im Monat und zu besonderen Anlässen ist das Blogger-Team im MKG auf der Suche nach Besucherlooks und -meinungen.

So, 29. März | 12. April | 26. April | 10. Mai | 24. Mai | 7. Juni | 14. Juni | 28. Juni | 12. Juli | 26. Juli | 9. August | 23. August | 13. September, jeweils 14 – 16 Uhr

Fair Fashion Tour – Atelier-Besuche mit Irina Rohpeter

Drei Hamburger Designerinnen gewähren exklusive Einblicke in ihre nachhaltigen Konzepte und Kreationen.

Sa, 6. Juni, 14 – 17 Uhr | Teilnahmegebühr 30 Euro,
Anmeldung unter stilbrise@mkg-hamburg.de

Happy Sunday – Ideenmarkt für Fashionistas

Wie vielfältig Slow Fashion sein kann, stellt dieser Tag unter Beweis: Studenten schaffen Objekte aus Werbe-Bannern, Etsy-Designer präsentieren ihre Produkte, Experten geben Tipps, wie man seine Lieblingsstücke rettet, das Stilbrise-Team fotografiert Besucher-Outfits u.v.m.
So, 7. Juni, 11 – 17 Uhr

Weitere Informationen unter:
fastfashion-dieausstellung.de
stilbrise.de

Museum für Kunst und Gewerbe Hamburg
Summoplatz am Hauptbahnhof
20099 Hamburg

Di - So 10 - 18 Uhr | Do 10 - 21 Uhr
10 Euro, ermäßigt 7 Euro, unter 18 Jahren
frei, Donnerstag ab 17 Uhr 7 Euro
mkg-hamburg.de

Foto: J. K. / The Image Bank, J. K. / The Image Bank, J. K. / The Image Bank, J. K. / The Image Bank, J. K. / The Image Bank, J. K. / The Image Bank, J. K. / The Image Bank, J. K. / The Image Bank, J. K. / The Image Bank, J. K. / The Image Bank

Poster und Plakate



Banner

Fassadenbanner



Banner im Museum für Kunst und Gewerbe



Plakate an U- und S-Bahnhöfen



U-Bahnhof Schlump



U-Bahnhof Klosterstern



U-Bahnhof Sternschanze



S-Bahnhof Holstenstraße