

WER ZAHLT DEN PREIS
FÜR UNSERE KLEIDUNG?

„WATCH THE TRUE COST!“
EMMA WATSON



THE TRUE COST

DER PREIS DER MODE

AB 21.01.2016 IM KINO



waystone film

GRANDFILM

IN ASSOCIATION WITH LIFE IS MY MOVIE ENTERTAINMENT. AN UNTOLD PRODUCTION A FILM BY ANDREW MORGAN "THE TRUE COST"
ASSOCIATE PRODUCER LAURA PIETY SOUND MIX AND DESIGN BY MICHAEL FLOWE CB EXECUTIVE PRODUCERS LIVIA FIRTH LUCY SIEGLE VINCENT VITTORIO CHRISTOPHER L. HARVEY
MUSIC BY DUNCAN BLICKENSTAFF PRODUCED BY MICHAEL ROSS DIRECTED BY ANDREW MORGAN

THE TRUE COST

DER PREIS DER MODE

Ein Film von Andrew Morgan
Eine Produktion von Untold Creative, LLC.

Presseheft

Pressebetreuung

glore
Your globally responsible fashion store
Britta Bayer
crew@glore.de
Tel: 0911/ 27745377

Christliche Initiative Romero
Maik Pflaum
pflaum@ci-romero.de
Tel: 0911-2142345

Verleih

Grandfilm
Wandererstr. 80
90431 Nürnberg
verleih@grandfilm.de

The True Cost – Der Preis der Mode

92 min – Farbe – deutsch/ OmU – United States of America 2015

Stab

Regie	Andrew Morgan
Kamera	Andrew Morgan
Ton	Matt Mugford
Sounddesign	Michael Flowe
Herstellungsleitung	Lucy Siegel, Livia Firth, Julie Morgan, Andrew Morgan, Vincent Vittorio, Christopher L. Harvey
Produzent	Michael Ross
Produktion	Untold Creative, LLC.

Synopsis

Ein Pullover oder eine Hose für weniger als 10 Euro, ein Hemd für 5 – oft geht man in Kleidungsgeschäfte und ist begeistert, wie billig die neueste Mode bei uns zu haben ist. Doch wie kann es sein, dass Kleidung bei uns so wenig kostet? **THE TRUE COST – Der Preis der Mode** macht sich auf die Suche und verfolgt eindrucksvoll den Weg, den die Kleidung macht, bevor sie zu uns ins Geschäft kommt. Die bedrückende Antwort auf die Frage ist: Es darf nicht sein!

Es gibt kaum einen Markt, bei dem Schein und Realität so weit auseinander liegen wie bei der Bekleidungsindustrie. Auf der einen Seite gibt es Modeschauen mit Starmodells und rotem Teppich, auf der anderen Seite wird die Kleidung zumeist unter sklavenähnlichen Bedingungen in sogenannten Drittweltländern produziert. Die Ausbeutungskette, die hinter jedem einzelnen Kleidungsstück steckt, wird unsichtbar hinter der Glamourwelt der Modeindustrie.

THE TRUE COST – Der Preis der Mode zeigt diese Kette auf: Wo wird die Kleidung hergestellt, welche Arbeitsbedingungen herrschen dort, was passiert in den Ländern, in denen riesige Wassermengen für die Baumwolle benötigt wird, während die Menschen verdursten? Die Ausbeutung von Mensch und Natur, die hinter den niedrigen Preisen steckt, ist erschreckend. Ebenso erschreckend ist die Verdrängung dieser Tatsache in der westlichen Welt. Wer würde schon eine Hose kaufen, wenn er wüsste, dass dafür ein Kind verdursten musste oder die Näherin der Hose in den Trümmern einer eingestürzten Fabrik gestorben ist? **THE TRUE COST – Der Preis der Mode** zeigt die erschütternde Wahrheit: Die Kosten für unsere Kleidung müssen andere bezahlen.



Interview mit Andrew Morgan

Für den Blog vom Fair Fashion Onlineshop glore hatte Nadja Steinbach die Möglichkeit Andrew Morgan zu interviewen.

Kannst du uns mehr über dich erzählen und wie du dazu gekommen bist den Film zu machen?

Ich mache Filme seitdem ich ein kleiner Junge war. Vor ein paar Jahren habe ich angefangen Regie für verschiedene Filme zu führen. Als ich gerade dabei war meinen letzten Film fertig zu stellen, entdeckte ich ein Bild in der *New York Times*. Es war der Tag nach dem die Rana Plaza Fabrik in Bangladesh zusammenstürzte. Als ich den Artikel darüber las, wunderte ich mich, dass diese Industrie, die doch so machtvoll und profitabel ist, auf so eine Weise Geschäfte macht. Ich habe mich sehr klein gefühlt, als ich anfing zu realisieren, dass es mich nie interessiert hatte, wo meine Kleidung eigentlich herkam. Ich bin dann zurück in mein Büro gegangen, habe ich sofort angefangen zu recherchieren und den Film in die Wege zu leiten. Ich wollte verstehen, was in dieser Branche vor sich geht.

Kannst du uns erklären was Fast Fashion ist?

Im Grund Genommenen beschleunigt Fast Fashion den Zyklus vom Laufsteg zum Laden. Die Modelle vom Laufsteg werden kopiert und schnell durch die Produktion geschleust, damit die Ware innerhalb von wenigen Tagen verkauft werden kann. Es ist ein Weg unsere Kleidung billiger und billiger zu machen und weniger Qualität in die Läden zu bringen. Jede Woche gibt es neue Styles. Dies macht Mode zu einem Wegwerfprodukt – das erste Mal in der Geschichte der Menschheit. Das ist das, was wir mit dem Film am meisten kritisieren möchten. Denn dies kostet unserem Planeten und vielen Menschen um einiges mehr, als auf dem Preisschild steht.



Jede Woche gibt es neue Styles. Dies macht Mode zu einem Wegwerfprodukt – das erste Mal in der Geschichte der Menschheit. Das ist das, was wir mit dem Film am meisten kritisieren möchten. Denn dies kostet unserem Planeten und vielen Menschen um einiges mehr, als auf dem Preisschild steht.

Ein Zitat, das uns aus dem Film nicht mehr aus dem Kopf geht, ist „death grows with profit“. Was sind die Konsequenzen für die Menschen und die Umwelt in den Produktionsländern?

Mit unserem Film wollen wir zeigen, dass wir die wahren Kosten der Textilproduktion nicht selber tragen. Es braucht eine große Menge Rohstoffe um Kleidung herzustellen, aber genau diese Rohstoffe drohen uns auf unserem Planeten auszugehen und gerade diese

Kosten der Umweltzerstörung werden nicht zum Preis der Mode dazugezählt. Nirgendwo in unserer Wertschöpfungskette messen wir den eigentlichen Preis. Genau das gleiche gilt für die menschliche Arbeitskraft. Transport ist teurer geworden, Rohstoffe sind teurer geworden und doch ist Kleidung günstiger geworden, denn die Arbeitskraft ist billiger geworden. Die ärmsten Menschen der Welt werden von der Modeindustrie ausgebeutet. Dies ist eine erhebliche soziale Ungerechtigkeit, denn so viele Menschen auf der Welt verdienen keinen existenzsichernden Lohn. Im Film werden die Probleme dieser Menschen genau beleuchtet. Familien können beispielsweise nicht beieinander bleiben und Kinder werden von ihren Eltern getrennt. In unserem System messen wir nur Profit und vernachlässigen diejenigen, die die wahren Kosten tragen.



Was können wir tun um das System zu ändern? Was sollte deiner Meinung nach passieren?

Im Ganzen gesehen müssen wir das System so verändern, dass nicht mehr Profit alleine im Fokus steht. Das jetzige System macht die Reichen reicher und hält die Armen arm. Bis zu dem Punkt an dem wir einen Schritt zurücktreten, nachdenken und dann ein neue Methode erfinden um Gewinn und Kosten auf neue Weisen messen. Wir müssen an einen Punkt kommen, an dem wir den Kapitalismus überdenken und weiterentwickeln. Spätestens Umweltkrisen werden dies erzwingen. Denn dann wird es absolut notwendig sein etwas zu ändern, und dies wird auch die Möglichkeit sein, dass sich etwas im Bezug auf Menschenrechte ändert.

Aber es gibt noch etwas an dieser Industrie, dass man dringend ändern muss. Firmen müssen Zugeständnisse machen. Viele Marken lassen in vielen hundert Fabriken ihre Kleidung produzieren. Dabei besitzen sie keine einzige davon, und stellen also, rein rechtlich gesehen, die Leute nicht an. Es gibt keine Langzeitverträge und viele der Arbeitnehmer haben nicht einmal einen Arbeitsvertrag. Das heißt auch, dass diese Firmen die Konsequenzen nicht ragen. Um die Arbeitsbedingungen zu verbessern, muss man die großen Firmen dieser Welt dazu zwingen Verantwortung zu übernehmen und Langzeitbeziehungen mit ihren Lieferanten einzugehen.

Außerdem müssen wir, die Leute, die Kleidung kaufen, aufmerksamer sein. Beim Filmen oder bei den vielen Events, die wir veranstaltet haben, kamen viele Leute zu mir und sagten: „Ich habe noch nie darüber nachgedacht.“ Wenn Leute erst einmal anfangen zu verstehen und darüber nachzudenken, welche Firmen sie unterstützen, können wir einen Wandel erreichen.

Ich glaube wirklich, dass die Welt immer aufmerksamer wird. Andererseits kann man sich

auch überfordert und sehr machtlos fühlen. Also möchte ich den Menschen einen Anhaltspunkt geben. Wir können zeigen, wie sie mit ihren alltäglichen Entscheidungen, wie der Kleidungswahl, die Achtung der Menschenrechte, die Rechte der Frauen und die Gleichheit fördern können.



Das Team von glore, Nadja und wir möchten uns bei Andrew für das Interview bedanken.

Wichtige Fakten des Filmes

- Jeder sechste Mensch arbeitet heute in der globalen Modeindustrie. Damit ist sie die Industrie, in der die meisten Menschen der Welt beschäftigt sind.
- Heute konsumieren wir 500% mehr Kleidung als noch vor zwei Jahrzehnten.
- Neben der Öl-Industrie ist die Modebranche für die meisten Umweltverschmutzungen verantwortlich.
- Es gibt rund 40 Millionen Näher und Näherinnen. Mehr als 85% davon sind Frauen.
- Die globale Modeindustrie ist eine 2,5 Billionen Dollar schwere Industrie, die immer schneller wächst.

Pressestimmen

- „**The True Cost – der Preis der Mode** ist nicht nur ein Film über die Profitgier. Er zeigt die weltweiten Umweltschäden einer überhitzten Wirtschaft.“ - Das Erste
- „Der Film ist eine umfassende, herzerreißende und vernichtende Bestandsaufnahme der Bekleidungsindustrie.“ - CNN
- „Morgan macht die notwendige Arbeit eines wahren Enthüllungsjournalisten, indem er sich einem allgegenwärtigen Problem annimmt, das wir vielleicht lieber ignorieren möchten – ein Problem von der Art, die die großen Nachrichteninstitutionen oft vernachlässigen.“ - Hollywood Reporter
- „Seht euch **The True Cost – Der Preis der Mode** an!“ - Emma Watson
- „Muss man sehen: **The True Cost – Der Preis der Mode** rückt den humanitären Preis für unsere Modeschnäppchen ins Rampenlicht.“ - MTV News

Protagonisten

Andrew Morgan - Regisseur



Andrew Morgan ist ein Regisseur, der am liebsten Geschichten einer besseren Zukunft erzählt. Er hat Erfahrung in den Bereichen dokumentarisches Erzählen, Spielfilm und Werbung. Nach seinem Studium an der Los Angeles Film School war er Mitbegründer des Untold Creative, ein hybrides Filmstudio, dessen künstlerischer Leiter er heute ist. Zudem schreibt Morgan für die Huffington Post, insbesondere über die Bedeutung des dokumentarischen Erzählens im Rahmen des Engagements für Menschenrechte weltweit.

Livia Firth – Executive Producer



Livia Firth ist die Gründerin und Creative Director von Eco Age Consultancy. Die Unternehmensberatung hilft Unternehmen Nachhaltigkeitslösungen zu implementieren. Außerdem ist Livia Firth Oxfam Botschafterin und hat verschiedene Länder wie Kenia und Bangladesch besucht, um die Leute am Ende der Wertschöpfungskette kennen zu lernen. Als Gründungsmitglied von Annie Lenox 'The Circle' setzt sie sich für Frauenrechte ein. Livia Firths Einsatz für eine fairere Modeindustrie wurde von der UN mit dem Titel 'Leader of Change' honoriert. 2014 hat sie außerdem den deutschen Nachhaltigkeitspreis gewonnen. Im Film spricht sie in ihrer Position als Creative Director von Eco Age.

Stella McCartney - Designerin



Der berühmten Fashion Designerin Stella McCartney ist es wichtig Nachhaltigkeit und Fairness in ihrem Label umzusetzen. Stella, die schon für Chanel, Gucci und viele andere High Fashion Marken Kleider entworfen hat, zeigt in ihrem eigenen Label, dass Fair Fashion schön und modisch sein kann und lehnt sich gegen das Fast Fashion Diktat auf. Sie möchte, dass die von ihr entworfene Mode kein Wegwerfprodukt ist, sondern lange und behutsam getragen wird.

Vandana Shiva – Umweltaktivistin



Die Autorin und Umweltaktivistin Vandana Shiva engagiert sich für indische Bauern und unterstützt sie in ihrem Kampf gegen globale Unternehmen wie Monsanto. Außerdem zeigt sie, wie unser Wirtschaftssystem es schafft, jedes mal wieder die wahren Kosten zu vernachlässigen und nur Profit zu messen. Die Wissenschaftlerin mit einem Hintergrund in Physik und Wissenschaftsphilosophie wurde vielfach für ihren

Verdienst in Bereichen wie Frauenrechten, Umweltschutz und biologische Vielfalt ausgezeichnet.

Mehr Hintergrundinformation – Experteninterview

Die Christliche Initiative Romero (CIR) setzt sich seit 1981 für Arbeits- und Menschenrechte in Ländern Mittelamerikas ein. In der von ihr gegründeten Kampagne für Saubere Kleidung unterstützt Maik Pflaum unter anderem die Rechte von Arbeitern und gerechte Löhne. Wir haben ein Interview mit dem Experten geführt, um noch mehr Informationen zur Modebranche zu erhalten.



Wo siehst Du die größten Defizite in der Textilindustrie?

Die Löhne sind Hungerlöhne. Man bräuchte weltweit jeweils drei oder vier der so schön als "Mindestlöhne" bezeichneten Zahlungen, um den Grundbedarf einer durchschnittlichen Familie abdecken zu können. Die Näherinnen schufteten sich kaputt und gehen hungrig zu Bett. Ein Beispiel: Das Trikot der deutschen Fußball-Nationalelf kostet 80€. Davon bekommt die Näherin maximal ein Prozent, also unter einem Euro. Ein weiteres großes Problem sind die unzureichenden Kontrollen. Das sind zumeist reine Werbemaßnahmen. Aber es geht nicht nur darum, die Nähfabrik zu kontrollieren. Ganz wichtig wäre es auch zu prüfen, welche Abnahmepreise adidas, Puma, H&M und Co. zahlen und welche Lieferfristen sie fordern. Das sind häufig die strukturellen Gründe für die Arbeitsrechtsverletzungen in der Fabrik.

Wie ist dein Eindruck der Textilindustrie? Ist die Bereitschaft vorhanden daran wirklich etwas zu ändern?

Ja und nein. Man muss sich die einzelnen Unternehmen genau anschauen. Es gibt schon sehr gute Vorbilder. Aber die Mehrheit ist geldgierig und skrupellos. Da zählt das Wohl der Näherin und ihrer Kinder nichts.

Es gibt also Marken, die man guten Gewissens kaufen kann. Aber dafür muss ich auch tiefer in die Tasche greifen, oder?

Fair produzierte Kleidung muss nicht unbedingt teurer sein. Die meisten Unternehmen in der Textilindustrie machen unglaubliche Gewinne. Sie könnten sich höhere Löhne und bessere Arbeitsbedingungen locker leisten. Ich sehe es nicht ein, dass die Gewinne unangetastet bleiben und höhere Kosten in der Produktion an die Kunden weitergegeben werden.

Gibt es denn günstige Alternativen?

Für drei Euro bekommt man kein faires T-Shirt. Aber für zehn bis zwölf Euro bekommt man ein T-Shirt aus Bio-Baumwolle von guter Qualität, das unter fairen Bedingungen produziert wurde. Ich appelliere an die Verbraucher, einmal ein T-Shirt für zehn Euro zu kaufen, statt drei für drei Euro.

Kann ich mir sicher sein, dass so ein T-Shirt auch unter fairen Bedingungen produziert wurde, wenn fair draufsteht?

Spätestens bei einem firmeneigenen Label müssen Kunden wirklich kritisch sein. Das ist meistens Schall und Rauch. Dass H&M die Marke "conscious" entwickelt hat, zeigt, dass der Markt auch für konventionelle Anbieter attraktiv ist. So entsteht aber ein Label-Dschungel, sodass man leicht den Überblick verliert. Viele Unternehmen kleben ein schönes Label auf ihre Klamotten, ohne wirklich etwas in der Produktion zu verändern. Das ist reines Greenwashing.

Hat sich denn nach den großen Katastrophen wie dem Einsturz der Rana Plaza Fabrik in Bangladesch etwas verändert? Gibt es ein Umdenken bei den Herstellern?

Strukturell hat sich noch sehr wenig verändert. Die Lieferfristen sind immer noch viel zu kurz und die Abnahmepreise zu gering. Deswegen können diese Katastrophen immer wieder passieren. Sie passieren täglich im kleinen und manchmal eben auch im großen Stil. Was sich ändert, ist das Bewusstsein der Bevölkerung.

THE TRUE COST

DER PREIS DER MODE

Kinostart: 21. Januar 2016

92 Minuten – Farbe – deutsch/ OmU – Untold Creative LLC.

Gefördert von:



Verleih:

GRANDFILM