






### Verbindliche und empfohlene Ziele aus dem Jahr 2018

<p><b>Ausweitung des Informationsangebots</b></p> <p>Zielanforderung: Bereitstellung von Informationsmaterialien zu den Bündnisthemen</p> <p> Wir werden den Entwicklungsprozess des grünen Knopf kritisch und konstruktiv begleiten.</p>	<p><b>Erläuterung</b> Der Grüne Knopf soll ein staatliches Siegel sein, dass (Aspekte) nachhaltigere Mode am Produkt im Einzelhandel darstellt und dem potenziellen Käufer &amp; Nutzer des Produktes eine bewusst nachhaltigere Entscheidung erleichtern soll — FR begleitet (verbandsunabhängig) diesen interaktiven Dialogprozess.</p>
<p><b>Bewusstseinsbildung zu nachhaltigen Textilien</b></p> <p>Zielanforderung: Durchführung von Maßnahmen zur Bewusstseinsbildung nachhaltiger Textilproduktion, zu den folgenden Themen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Vereinigungsfreiheit und Kollektivverhandlungen</li> <li>b) Diskriminierung</li> <li>c) Gesundheit und Sicherheit</li> <li>d) Lohn und Sozialleistung</li> <li>f) Arbeitszeiten</li> <li>g) Kinderarbeit</li> <li>h) Zwangsarbeit</li> <li>j) Einsatz sicherer Chemikalien</li> </ul> <p><b>Es geht grundsätzlich um die Aufklärung des Verbrauchers — z.B. um die Mengen an Chemikalieneinsatz und die Ermöglichung einer möglichst objektiven Risikoeinschätzung.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>l) Umweltmanagementsystem</li> <li>m) Wasser- und Abwassermanagement</li> <li>n) Andere Emissionen (z.B. Abluft)</li> <li>o) Ressourceneffizienz</li> <li>p) Recycling</li> <li>q) Biodiversität und Böden</li> <li>r) Erhalt von Schutzgebieten</li> <li>s) Tierhaltung</li> <li>t) Schaffhaltung</li> <li>u) Mulesing</li> <li>Consumer engagement &amp; empowerment</li> </ul> <p>Kooperation mit der Verbraucher Initiative u.a. zu den Themen Mode und 'Prosumer'. Mehr öffentlichkeitswirksame Kooperationen mit Unternehmen wie Hess Natur oder Armediangels. Gezielte Ansprache von Multiplikatoren aus der Model- und Influencerbranche.</p>	<p><b>Erläuterung</b> Die Kooperation mit der VI zum Themenbereich 'Prosumer' ist noch nicht zustande gekommen. Das Projekt zur gezielteren Ansprache von Multiplikatoren aus der Model- und Influencerbranche liegt ebenso auf Eis. Mit Hess Natur und Armediangels haben u.a. den Fair Fashion Move umgesetzt: <a href="http://www.hessnatur.com/magazin/fair-fashion-move/">www.hessnatur.com/magazin/fair-fashion-move/</a></p>
<p><b>Unterstützung bei der Umsetzung</b></p> <p>Zielanforderung: Bereitstellung von Instrumenten zur Umsetzung der Bündnisziele durch die Bündnismitglieder</p> <p> Wir möchten mehr Bündnismitglieder dazu bewegen — u.a. im Rahmen der Fashion Revolution Kampagne — ihre Lieferketten offen zu legen und für alle Konsumenten barrierefrei leicht verständlich darüber zu kommunizieren.</p>	<p><b>Erläuterung</b> Nur wenige Bündnismitglieder — wie z.B. Hess Natur — engagieren sich aktiv im Rahmen der fashion revolution Kampagne. Wir gehen davon aus, dass es Jahr für Jahr attraktiver wird sich im Rahmen der Kampagne zu engagieren und bauen sie stetig weiter auf um eine — für alle Interessensvertreter der Mode- und Textilindustrie — immer relevantere Reichweite zu erreichen.</p>
<p><b>Förderung des Politikdialogs</b></p> <p>Zielanforderung: Beeinflussung politischer Entscheidungsträger zur Verbesserung der Bedingungen in der Textilbranche</p> <p> Wir planen mindestens eine Aktion in Brüssel. Wir werden gezielter Politiker zu unseren Aktionen einladen und ihnen so die Möglichkeit bieten andere Perspektiven und Lösungsansätze als die der etablierten Industrie kennenzulernen.</p>	<p><b>Erläuterung</b> Die Aktion in Brüssel kam so nicht zu Stande — die Kontakte zu EU-Politikern in Brüssel wurden über Fashion Revolution Hauptquartier in London ausgebaut.</p>
<p><b>Angebot von Trainings</b></p> <p>Zielanforderung: Schulung von Unternehmen zur praktischen Umsetzung der Bündnisziele in der eigenen Lieferkette oder Produktion</p> <p> Wir prüfen ob und wie unsere Bildungsworkshops für Schulen und Universitäten auch für Unternehmen attraktiv sein können.</p>	<p><b>Erläuterung</b> Unsere Workshops sind der Themenklasse "Globale Gerechtigkeit und Nachhaltigkeit am IRI THESys zu gute gekommen, sowie, dass einzelne Teile in Hoch N und netzwerk n eingeflossen sind. An der Humboldt Universität haben wir personelle Überschneidung und sind im Forum Nachhaltige Universität und haben dort erhebliche Uni-interne Veränderungen bewirken können. Mit z-Labels und Uniqlo hat der Dialog gestartet, muss aber als ungenügend bewertet werden.</p>
<p><b>Beteiligung an einer Bündnisinitiative</b></p> <p>Zielanforderung: Beteiligung an einer Bündnisinitiative zur Förderung der sozialen und ökologischen Bündnisziele in Produktionsländern</p> <p> Wir wollen uns in 2018 einerseits in Bezug auf den grünen Knopf einbringen und andererseits die globale Vernetzung mit lokaler 'Verwurzelung' stärken.</p>	<p><b>Erläuterung</b> Die Möglichkeiten sich als Verein beim Grünen Knopf einzubringen waren geringer als erhofft — einzelne Vereinsmitglieder bringen sich aber auf anderen Wegen ein. Durch ein Ambassador System haben wir in vielen anderen Städten Uni- und Städteambassadoren mit lokalen Netzwerken in die globale Kampagnenarbeit integriert. Am 01. Juli 2019, zur Fashion Week, wird die erste Fashion Revolution Assembly in Berlin stattfinden.</p>