

Film „fair kleidet“

Eine Kurzdokumentation über Produktionsbedingungen im Bekleidungsgeschäft und Konsumalternativen verknüpft mit einer Straßenaktion

Allen Grund stolz zu sein haben Antonia, Janina und Marius auf ihren informativen sowie eindrücklichen Dokumentationsfilm, der die Frage nach politischer und individueller Verantwortung für Fairness in der Textilindustrie aufgreift und Einflussmöglichkeiten aufzeigt.



Was war die Motivation zur Verwirklichung dieses Projektes?

„Wir sind der Meinung, dass fair gehandelte Kleidung ein Thema von aktueller Brisanz aber unzureichendem Informationsangebot ist. Deshalb wollten wir mit dem Film und der Straßenaktion Informationen bereitstellen und Handlungsmöglichkeiten aufzeigen. Wir sind durch unsere Freiwilligenaufenthalte mit dem Thema Produktionsbedingungen im Textilbereich in Berührung gekommen und dafür sensibilisiert worden. Außerdem verfügt Antonia über fundierte Kenntnisse im Bereich des Filmemachens.“

Was sollte erreicht werden?

- ✓ Der Film und die Straßenaktion sollten dazu beitragen, Interesse an dem Thema „Arbeits- und Lebensbedingungen in der Textilindustrie“ zu wecken und einen Einblick zu geben. Sie sollten als Informationsangebot für Personen dienen, die Alternativen zu ihrem bestehenden Konsumverhalten suchen.
- ✓ 20 Passant*innen sollten im Zuge unserer Straßeninterviews zwischen Juli und September 2013 auf das Thema „Produktionsbedingungen im Textilbereich und fair gehandelte Kleidung“ aufmerksam gemacht werden und Informationen zu fairen Konsumalternativen erhalten. Eine von uns erstellte Kurzdokumentation, in der auch Vertreter*innen von NGOs und Bekleidungsfirmen zur Sprache kommen sollten, sollte über verschiedene Kanäle (u.a. Facebook, Youtube, diverse E-Mail-Verteiler mit entwicklungspolitischen Bezug) verbreitet werden.
- ✓ Die Passant*innen sollten sich bei Interesse mit ihrer E-Mail-Adresse in eine Liste eintragen können um nach Fertigstellung über unseren Film informiert werden. Bis Ende Oktober 2013 sollten 200 Views auf Youtube erreicht werden.

Wer sollte erreicht werden?

- ✓ Direkte Zielgruppe: 20 Passant*innen, die in bekannten Bekleidungsgeschäften in der Berliner Innenstadt einkaufen
- ✓ Indirekte Zielgruppe: Freund*innen und Bekannte von uns, die wir über die verschiedenen Kanäle auf unseren Film aufmerksam machen; Menschen, die unseren Film ansehen; Personen oder Institutionen, die unseren Film als Bildungsmaterial verwenden, und ihre jeweilige Zielgruppe

Was ist konkret passiert? Was wurde erreicht?

„Wir haben in zwei Planungstreffen, drei Drehtagen und einem Schnitttag den Film „fair kleidet“ fertig gestellt. Wir haben uns zunächst koordiniert und eine Struktur für den Film entworfen. Wir haben eine Materialliste erstellt und einen Interviewtermin mit Berndt Hinzmann von der NGO „INKOTA-Netzwerk“ vereinbart.“

An einem ersten Drehtag im Juni haben wir auf der „Butt & Better – Trashion statt Fashion“ – Demonstration für faire Kleidung gedreht und Impressionen von der Demo gesammelt und Interviews mit einigen Demo-Teilnehmenden geführt. An einem zweiten Drehtag Ende Juli haben wir Berndt Hinzmann von der INKOTA-Netzwerk interviewt und zu den Hintergründen der Textilindustrie und Alternativen zum regulären Kleiderkonsum befragt. An einem dritten Drehtag haben wir mehr als 20 Passant*innen in einer Berliner Einkaufszone nach der Preiszusammensetzung einer Hose gefragt und sie eine Zuordnung an einer Jeanshose vornehmen lassen.

Ende August haben wir an einem langen Tag die verschiedenen Szenen zusammengeschnitten. Innerhalb der nächsten Tage haben wir uns weiterhin über Facebook koordiniert und den Film optimiert bis wir Mitte September die Endfassung auf einem YouTube-Kanal (www.youtube.com/watch?v=2B3xGj4Htx0&feature=youtu.be) hochgeladen und eine Facebook-Seite (www.facebook.com/fairkleidet.derfilm) eingerichtet haben. Anschließend haben wir mündlich in unseren Freundes- und Bekanntenkreisen, über Facebook und den eFeF-Verteiler Werbung für den Film gemacht. Auch hat sich die NGO INKOTA-Netzwerk auf unseren YouTube-Link verlinkt. Wir haben unserem Interviewpartner Berndt Hinzmann zudem Kopien des Films auf DVD zugeschickt, damit dieser von INKOTA als Bildungsmaterial eingesetzt werden kann.

Wir haben bei YouTube 367 Views und 64 Personen „liken“ unsere Facebook-Seite (Stand 15.10.13). Dieses belegt, dass Menschen Interesse an dem Thema haben und Konsumalternativen im Bereich der fair produzierten Kleidung suchen. Der Film macht durch die Auswahl der Interviewausschnitte sehr deutlich, wie Konsument*innen im globalen Norden im Verhältnis stehen zur Herstellung der Textilprodukte im globalen Süden. Es wird herausgestellt, dass sie sowohl durch ein anderes Kaufverhalten als auch durch politische Aktionen Veränderungen bewirken können. Die im Abspann des Videos aufgeführten Internetadressen verweisen auf konkrete Handlungsschritte. Menschen, die diesen Film gesehen haben, sind sensibilisiert.“



Bemerkungen zur Umsetzung

Besonderheiten: Wir haben sehr selbstständig und kreativ gearbeitet. Dabei haben wir uns selber intensiv mit dem Thema „Faire Kleidung“ auseinandersetzen können. Im Ergebnis ist ein aus unserer Sicht sehr eingängiger Film entstanden, mit dem wir sehr zufrieden sind. Ebenso ist unsere Zusammenarbeit reibungslos verlaufen, bei persönlichen Treffen wie über das Internet.

Probleme & ihre Überwindung: Wir haben vor den Drehtagen nicht exakt festgelegt, wie der Film nachher aussehen soll. Somit waren wir am Schnittag zunächst mit der Schwierigkeit konfrontiert, eine Dramaturgie des Films zu entwickeln. Dies haben wir aber in gemeinsamen Diskussionen geschafft. Unsere Straßenumfrage hätte beinahe nicht stattgefunden, da es anfangs geregnet hat. Wir haben jedoch den Standort gewechselt und ein wenig gewartet, bis das Wetter besser wurde.



Eckdaten

Projektorganisator*innen: Antonia Dittmann war mit kulturweit in Uganda. Janina Pröttsch war mit dem Evangelischen Entwicklungsdienst in Kambodscha. Marius Eckert war mit IJGD in Vietnam.

Projektdatum/-ort: Juli – September 2013/ Berlin

Stichworte: Gerechtigkeit, Dokumentationsfilm, Weltwirtschaft, Straßenaktion, Konsum, Kleidung, Internetseite, Fairer handel, Video