

INTERVIEW Stefan Grabher (55), Inhaber/GF Mary Rose/Tyrler/Paptex Textilhandels GmbH Dornbirn/Innsbruck



Die Mary Rose/Paptex Textilhandels GmbH hat sich mit ihrer „Vier Säulen der Nachhaltigkeit“-Betriebstransformation besonders der ethisch-sozialen Herstellung von Heimtextilien verschrieben.

# Ökologisch-soziale Nachhaltigkeit

**Global faire Arbeitsbedingungen als wichtiges Standbein der „Mary Rose“-Philosophie.**

**DORNBIRN** „Fashion Revolution“ lautete das Motto bei Mary Rose vom 16. bis 24. April 2021 zum „Fashion Revolution Day“ – in Erinnerung an die 1100 Todesopfer und 2500 Verletzten nach dem Einsturz der Textilfabrik Rana Plaza in Bangladesch. Die Fashion Revolution Week macht sich weltweit für faire Arbeitsbedingungen, Transparenz und Gerechtigkeit in der Textilindustrie stark. Das Heimtextilienunternehmen Mary Rose hat sich im Rahmen der Betriebstransformation mit den „vier Säulen der Nachhaltigkeit“ besonders der ethisch-sozialen Herstellung von Heimtextilien verschrieben. Vom Rohstoff übers Design bis zur Produktion der Ware. Stefan Grabher erläutert im VN-Interview, worauf es ankommt.

**Schon vor vielen Jahren wurde eure Unternehmenstransformation zur saubereren Kreislaufwirtschaft mithilfe professioneller Zertifizierungen gestartet. Pionierarbeit im Textilbereich.**

**GRABHER** Unsere 1990 gegründete Mary Rose GmbH vertreibt Öko-Qualität-Heimtextilien und -Wohnaccessoires in den beiden Flagshipstores Mary Rose in Dornbirn und Tyrler in Innsbruck. Über das Schwesterunternehmen Paptex GmbH als Großhändler ist unser Unternehmen mit diesen Marken in zahlreichen Geschäften und Kaufhäusern in vielen Teilen Europas präsent. Als Private-Label-Hersteller setzen zahlreiche namhafte Unternehmen und

Marken auf unsere Design- und Textilkompetenz. Sämtliche Kollektionen und Designs werden im Atelier in Dornbirn entwickelt. Die Produktion findet bei langjährigen Partnerbetrieben in Österreich und der ganzen Welt statt. Unsere Eigenmarken werden ganz bewusst und aus Überzeugung behutsam nach hohen ökologischen und sozialen Standards erzeugt!

**Warum sind gerade die Sozialstandards in diesem großen Ganzen so wichtig und was ist das Ergebnis eurer Fashion Revolution Week?**

**GRABHER** In dieser Woche war ich sehr viel vor Ort in den Geschäften in Dornbirn und in Innsbruck und konnte mit

liche Arbeitsbedingungen, keine Pausen usw. „Familie und Beruf“ ist gar kein Begriff, es ist abstrakt. Sie wissen gar nicht, was das bedeutet. Und das alles für Hungerlöhne im wahrsten Sinn des Wortes. Gender-Thema, freie Arbeitswahl ... solche Dinge gibt's nicht mal ansatzweise. Die Kunden, mit denen ich sprechen konnte, sind dann erschüttert und meinen, „ich kaufe eh weniger“ oder „regional“ - was ja nicht die Lösung des Problems ist.

**Wie sieht die ganzheitliche Lösung des Problems aus?**

**GRABHER** Wir müssen dafür sorgen, dass die Menschen in diesen Ländern faire Arbeits- und dadurch erträgliche Lebensbedingungen haben. Und wir können nicht auf die Politik warten. Das ist die Aufgabe engagierter Unternehmer und Konsumenten. Darum diese Woche – zur Sensibilisierung, nicht zur Missionierung! Es ist nicht nur der böse Westen, der in „Geiz-ist-geil-Manier“ ausbeutet. Ausbeutung passiert überall, in Schwellen- und Entwicklungsländern ohne Lebensgrundlage und Sozialstruktur für die Menschen, aber genauso in Europa! In den Nöhären der mittelenglischen Textilmetropole Leicester beispielsweise, die mit dem Fast-Fashion-Boom wieder erstarkte, herrschen Missstände wie in Niedriglohnländern. Und dies nicht nur für Billigmodeketten! Daher sollten auch hochwertige Marken transparent machen, wo und wie sie ihre Ware herstellen lassen. Aufschlussreich dazu ist die ARTE-Dokumentation „Fast Fashion – die dunkle Welt der Billigmode“, die einen entlarvenden Blick auf die menschenunwürdigen Arbeitsbedingungen außerhalb,

aber auch innerhalb Europas wirft. Als Unternehmer möchte ich, dass die Frauen- und Menschenrechte, für die wir hier schon zu einem Gutteil erfolgreich gekämpft haben, auch dort – weltweit – stattfinden. Solange das nicht der Fall ist, halte ich den Begriff „Wirtschaftsflüchtling“ gelinde gesagt für äußerst zynisch. Ich bin überzeugt, dass dieses Ziel für Unternehmer gemeinsam mit Konsumenten global erreichbar ist: Wenn du heute in einen Laden kommst, reicht die eine Frage: „Unter welchen Bedingungen wird produziert?“ Wenn diese ehrlich positiv beantwortet werden kann, tut man mit dem Kauf das Richtige – für sich selbst und alle anderen. Und genau dazu braucht es Kontrolle – das ist dann Fair Wear. Kontrolle, Know-how und Begleitung im Prozess.

**Seid ihr da mit der Unternehmenstransformation schon im grünen Bereich?**

**GRABHER** Nein. Selbstverständlich ist das ein Prozess, in dem es Versuche, Rückschläge und Neustarts gibt – es ist noch viel zu tun. Aber die Herausforderung und enorme Anstrengung wird sich schlussendlich für alle lohnen. Wenn ich sehe, wo wir vor 15 Jahren waren und heute sind, ist bereits ein gigantischer Schritt gelungen. Das freut mich, aber wir sind leider noch das einzige „Fair Wear“-Heimtextilien-Unternehmen in Österreich. Erstrebenswert wäre, wenn's zum Standard wird in einer ökologisch-sozialen Kreislaufwirtschaft.

**Oft hört man von Konsumenten, sie wüssten nicht, wo's „gute“ Ware gibt.**

**GRABHER** Gehe auf [www.fair-wear.org](http://www.fair-wear.org), da sind ca. 90 Be-

triebe drauf, die durchgecheckt sind und qualitativ hochwertige Textilien bieten, und bei denen man mit wirklich gutem Gewissen einkaufen kann. Mit diesen Käufen werden arbeitenden Menschen anständige Arbeits- und Lebensbedingungen ermöglicht, es wird auf den sozialen Umgang geachtet und man erhält ein tolles Produkt. Viele solche Artikel kann man in zahlreichen Läden in Vorarlberg kaufen - und ganz grundsätzlich: einfach die Frage stellen! Fair-Wear-Mitglied kann man innerhalb von wenigen Tagen werden, damit verbunden beginnt eine intensive und anstrengende Transformationszeit. Wenn ein Konzern von Kunden immer öfter diese eine Frage gestellt bekommt, dann geht das in die Zentrale – diese Frage kann enorm viel bewirken! Es braucht mündige Konsumenten, die sich nicht vom schönen Schein blenden lassen, sondern genauer hinschauen. Je mehr Menschen sich informieren und bewusst zu fair produzierten Textilien greifen, desto eher werden auch Textilunternehmen für dieses Thema sensibilisiert und letztlich zum Handeln gezwungen. In Zeiten der Digitalisierung ist die Informationsbeschaffung ohnehin einfach wie nie. Und es lohnt sich, sich mit Labels wie Fair Wear auseinanderzusetzen und gezielt Unternehmen zu unterstützen, die soziale Verantwortung übernehmen. Denn darin liegt die große Chance eines tiefgreifenden Wandels in der Gesellschaft: Die Landflucht würde eindämmt und die Bildung ermöglicht und die Frauenrechte würden gestärkt.

Infos: [www.maryrose.at](http://www.maryrose.at), [shop.maryrose.at](http://shop.maryrose.at)



**Stefan Grabher**  
Inhaber Mary Rose/Paptex

„Die einfache Frage stellen: Unter welchen Bedingungen wird produziert?“

vielen Leuten darüber sprechen, was sie sich unter einer solchen Fashion Revolution Week vorstellen. Es wurde mir klar, dass die Menschen gar keine Vorstellung haben von den tatsächlichen Hintergründen - sie meinten, es ginge um Kinderarbeit usw. Die FRW geht viel weiter. In vielen Ländern, in denen heute Textilien produziert werden, arbeiten meist Mütter oftmals 70 Stunden und mehr in der Woche, haben so gut wie keinen Urlaub, selten einen freien Tag, schreck-