

Modebranche im Check: Kaum ein Konzern zahlt existenzsichernde Löhne

- Die Berlin School of Business and Innovation (BSBI) untersucht 219 Modekonzerne aus 28 Ländern – mit Fokus auf Transparenz und faire Löhne
- USA sind Spitzenreiter mit 68 Modekonzernen, gefolgt von Großbritannien und Italien
- 213 von 219 Konzernen zahlen keine existenzsichernden Löhne

Berlin, 22. Oktober 2025 – Verbraucher*innen legen weltweit immer mehr Wert auf nachhaltige Mode – auch in Deutschland. Laut dem [Mintel Report](#) „Germany Sustainable Fashion Market 2024“ fordern 40 Prozent der Deutschen mehr Transparenz über den gesamten Produktlebenszyklus. Vor allem jüngere Konsument*innen setzen Nachhaltigkeit deutlich höher auf ihre Agenda. Vor diesem Hintergrund hat die [Berlin School of Business and Innovation \(BSBI\)](#) die globale Modebranche unter die Lupe genommen – mit ernüchterndem Ergebnis: Trotz wachsender Erwartungen der Konsument*innen, zahlen fast alle großen Konzerne ihren Arbeitnehmenden keinen existenzsichernden Lohn und legen nur unzureichend offen, wo und unter welchen Bedingungen ihre Produkte hergestellt werden.

USA dominieren die Modebranche, Deutschland bewegt sich im Mittelfeld

Mit 68 Modekonzernen führen die USA das globale Ranking an, gefolgt von Großbritannien (25), Italien (21), Frankreich (18) und Deutschland (17). Länder wie Belgien, Dänemark, Finnland oder Irland stellen dagegen jeweils lediglich eine Marke.

Existenzsichernde Löhne bleiben die Ausnahme

Besonders alarmierend: 213 von 219 Modekonzernen zahlen nachweislich keine existenzsichernden Löhne (Kategorie E)¹. Lediglich sechs Unternehmen – darunter Marken aus den USA, Großbritannien, Deutschland und den Niederlanden – schaffen es in die Kategorie D (1-25 Prozent der Beschäftigten erhalten einen Living Wage²). Keiner der Konzerne erreicht die Kategorien A bis C. Zwar haben sich 58 Unternehmen öffentlich verpflichtet, existenzsichernde Löhne einzuführen, konkrete Aktionspläne liegen jedoch nur bei fünf Marken vor. Noch seltener ist die Offenlegung von Gewerkschaftsfreiheit und

¹ Kategorien A–E geben an, ob die Marke eine etablierte Methode zur Festlegung eines existenzsichernden Lohns verwendet und überwacht, ob die Arbeitnehmer diesen Lohn erhalten.
A = 100% B = mehr als 50% C = 26-50% D = 1-25% E = 0%

² Zahlung existenzsichernder Löhne

Tarifbindung: Lediglich 20 Konzerne veröffentlichen hierzu Daten – vier davon aus Deutschland. Damit zeigt die deutsche Modebranche bei der Transparenz zumindest erste Fortschritte im Vergleich zu vielen anderen Ländern.

„Die Modebranche lebt von Kreativität und globalem Einfluss, doch sie wird ihrer grundlegendsten Verantwortung – der Gewährleistung fairer und menschenwürdiger Löhne für Arbeitnehmer – weiterhin nicht gerecht. Die Zahlung existenzsichernder Löhne ist kein Luxus, sondern die Grundlage ethischer Geschäftspraktiken. In Europa nimmt Deutschland eine klare Führungsrolle ein, nicht nur durch seine Bemühungen um Nachhaltigkeit und Transparenz, sondern auch aufgrund des erheblichen wirtschaftlichen Gewichts seines Modesektors. Laut dem Bericht „Status Deutscher Mode 2024“ des German Fashion Council, der in Zusammenarbeit mit Oxford Economics und eBay Deutschland erstellt wurde, erzielte die Branche im Jahr 2023 eine Bruttowertschöpfung von rund 29 Milliarden Euro und sicherte fast 1 Million Arbeitsplätze. Diese Zahlen unterstreichen ihre grundlegende Rolle für die Wirtschaft – doch mit einer solchen Größe geht auch Verantwortung einher“, erklärt [Dr. Gemma Vallet](#), Vizedekanin der Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Expertin für Mode- und Markenmanagement an der BSBI.

Intransparenz bei den Lieferketten

Analysiert wurde auch, wie offen die Modekonzerne ihre Lieferketten darstellen – ob nachvollziehbar ist, wo und unter welchen Bedingungen produziert wird. Die Skala reicht von 1 bis 5 Sternen: 5 Sterne stehen für vollständige Offenlegung, 1 Stern für minimale Transparenz. Im Durchschnitt erreichen die untersuchten 219 Modekonzerne nur 2,69 von 5 Sternen bei der Transparenz ihrer Lieferketten. Spitzenreiter sind die Schweiz, Schweden, Norwegen, Hongkong, Dänemark und Belgien mit der Höchstwertung (5 Sterne). Auch die Niederlande (4 Sterne) und Deutschland (3,53 Sterne) liegen im oberen Feld. Am unteren Ende rangieren dagegen China, Indien, Korea, Polen, Singapur, Türkei und die Arabischen Emirate (jeweils nur 1 Stern).

*„Die Ergebnisse verdeutlichen, dass wirtschaftlicher Erfolg in der Modebranche bislang nur selten mit fairen Arbeitsstandards einhergeht. 213 von 219 Unternehmen zahlen keinen existenzsichernden Lohn – ein globales Versäumnis. Besonders auffällig ist die Situation auch in Deutschland: Zwar zeigen deutsche Modekonzerne im internationalen Vergleich erste Fortschritte bei der Transparenz, doch beim Thema existenzsichernde Löhne bleiben fast alle auf der Strecke. Gleichzeitig macht eine aktuelle Studie deutlich, dass 40 Prozent der deutschen Konsument*innen mehr Transparenz entlang der gesamten Lieferkette*

fordern. Diese Diskrepanz zwischen Konsumentenwunsch und Unternehmenspraxis zeigt, wie dringend ein Umdenken notwendig ist“, erklärt Dr. Gemma Vallet. „Genau hier setzt der [Fashion and Luxury Brand Management Professional Master](#) der BSBI an: Studierende lernen, Nachhaltigkeit, Transparenz und Wirtschaftlichkeit miteinander zu verbinden und die Branche in eine zukunftsfähige Richtung zu entwickeln.“

**Hier finden Sie die Daten grafisch aufbereitet.
Weitere Informationen finden Sie auf der [Webseite](#) der Wirtschaftsschule.**

Über die Untersuchung

Die Analyse basiert auf Daten von [fashionchecker.org](#), einer internationalen Plattform, die Transparenz und faire Löhne in der Modeindustrie überprüft. Ziel ist es, Verbraucher*innen und Textilarbeiter*innen Zugang zu verlässlichen Informationen über die weltweit größten Modemarken zu geben. Für die Untersuchung wurden 219 Modekonzerne aus 28 Ländern anhand von fünf Kriterien analysiert:

- Land des Hauptsitzes
- Transparenz in der Lieferkette (Bewertung 1–5 Sterne)
- Zahlung existenzsichernder Löhne (Kategorien A–E, von 100 % bis 0 %)
- Aktionsplan für Living Wages (ja/nein)
- Öffentliche Verpflichtung zu existenzsichernden Löhnen (ja/nein)
- Offenlegung von Gewerkschaftsfreiheit und Tarifbindung (ja/nein)

Über die BSBI

Die [Berlin School of Business and Innovation \(BSBI\)](#) ist eine private Wirtschaftsschule in Berlin mit Standorten in Paris, Hamburg und Barcelona. Seit der Eröffnung 2018 bildet die BSBI zukünftige Führungskräfte in der Wirtschaft mit praxisorientierten, englischsprachigen Bachelor-, Master- und Promotionsstudiengängen in den Bereichen Betriebswirtschaft, Marketing, Finanzen, IT, Informatik, Tourismus und Hospitality Event Management aus.

Die BSBI vereint traditionelle Lehrmethoden mit flexiblem, praxisnahem Lernen, um ihre über 7.500 Studierenden aus 114 Ländern optimal auf den globalen Arbeitsmarkt vorzubereiten. Als Erasmus+-Organisation fördert sie internationale Zusammenarbeit und kooperiert mit renommierten akademischen Institutionen. Ihre Exzellenz wurde mit Auszeichnungen wie dem AMBA/BGA Best Innovation Strategy Award, dem Outstanding Organisation Award (Education 2.0 Conference) und dem Bronze Award for Blended and Presence Learning (QS Reimagine Education Awards) gewürdigt.

Die BSBI ist Teil der [GUS Germany GmbH \(GGG\)](#), einem dynamischen Netzwerk von Bildungseinrichtungen mit über 18.000 Studierenden in Deutschland, Europa und darüber hinaus.

Weitere Informationen und Pressemitteilungen finden Sie im [Newsroom der BSBI](#).

Pressekontakt

Desiree Engel | desiree.engel@tonka-pr.com | +4930403668121
Annika Hicke | annika.hicke@tonka-pr.com | +4930403668116