



Brennpunkt



taz-Beilage der Kampagne für Saubere Kleidung

23. Oktober 2010

IM LADEN

Arbeitsrechtsverletzungen gibt es nicht nur in den weltweiten Zulieferstätten der Discounter. Eine Angestellte berichtet **SEITE II**

IN DER FABRIK

In den Fabriken in Bangladesch stellen Aldi und Lidl ihre Textilien her. Aus dem Alltag einer Arbeiterin **SEITE III**



IN DER KRITIK

Proteste in Kambodscha und Bangladesch: Die Asiatische Grundlohn-Kampagne fordert Politik und Unternehmen zum Handeln auf. **SEITE III**

IN DER WERBUNG

Werbesprüche können nicht nur KundInnen gewinnen, sondern auch teuer werden, wenn die Informationen falsch sind. Eine Klage gegen Lidl. **SEITE IV**

Weltrettung zu kaufen

KonsumentInnen wollen ein gutes Gewissen – Konzerne stellen es ihnen ins Regal

Wenn man heute einkaufen geht, könnte man auf die Idee kommen, die Weltrettung stünde unmittelbar bevor: Wer einen Kasten Krombacher kauft, rettet einen Quadratmeter Regenwald. Wer einige der jährlich hergestellten 500 Millionen Iglo-Fischstäbchen aus gefährdetem Alaska-Seelachs isst, trägt zum Schutz der Meere bei. Und weil McDonald's beschlossen hat, das Firmenschild grün anzumalen, gilt auch Burger essen als praktizierter Umweltschutz.

Es gibt kaum mehr ein Unternehmen, das nicht seine „Verantwortung“ auf der Internetseite betont oder ein Produkt auf den Markt gebracht hätte, das der „Konsumentendemokratie“ nutzt. Die Idee dahinter ist einfach: Wenn genug Menschen ökologische und sozialverträgliche Produkte kaufen, stellen Unternehmen nur noch „gute“ Produkte her. Lifestyle of Health and Sustainability – kurz: Lohas – heißt der ethisch verbrämte Kauftrend.

Bio heißt nicht fair

Leider gibt es nicht für jedes Produkt einen korrekten Ersatz, sondern meist nur die bessere Alternative. KundInnen können sich oft nur für ein ethi-

sches Kriterium entscheiden – kaufen aber alles, was am Produkt hängt, mit. Wer bei Lidl bio und fair kauft, unterstützt die schlechten Arbeitsbedingungen und das Preisdumping des Discounters, der Lebensmittelprominenten weltweit in Armut hält. Wer Bio-Baumwollenes bei H&M oder C&A erwirbt, kauft die entsetzlichen Zustände auf den pestizidverseuchten Baumwollfeldern mit, von denen das Material für die Masse an Billig-Kleidern in einer anderen Abteilung des Ladens stam-

Dorn im Auge. Lohas sorgen für mehr Profit, weil sie die Unternehmen für ihr angeblich „gutes“ Verhalten mit dem Kauf ihrer Produkte belohnen. Wenn es der kaufkräftige Kunde wünscht, stellen ihm die Konzerne gern Umweltschutz und Menschenrechte ins Supermarktregal.

Ablasshandel

„Greenwashing“ heißt diese Form der Krisen-PR, mit der sich Unternehmen aus der Schusslinie bringen. Ihr schädliches Kerngeschäft ändern

Es gibt kein richtiges Einkaufen im falschen Weltwirtschaftssystem.

men. Und dass der Rohstoff bio ist, bedeutet nicht, dass die Menschen, die die Kleider in anderen Ländern weben, färben und nähen, von ihrem Lohn leben können.

Es gibt kein richtiges Einkaufen im falschen Weltwirtschaftssystem. Die Konsumentendemokratie vermag das, was sie sich zum Ziel gesetzt hat, am wenigsten zu leisten. Sie ändert Unternehmen nicht, im Gegenteil. Den Konzernen sind Lohas kein

sie freilich nicht. Es ist ein Ablasshandel, unter dessen grünem Mäntelchen alles bleibt, wie es ist: Die Unternehmen behalten ihre verheerende Wirtschaftsweise, die KonsumentInnen ihren aufwendigen Lebensstil. • *Kathrin Hartmann*

Kathrin Hartmann ist Autorin des Buches „Ende der Märchenstunde – Wie die Industrie die Lohas und Lifestyle-Ökos vernahmt“ (Blessing, 384 Seiten, Paperback)



Vorsicht, Mogelpackung! Korrekter Einkauf ist mehr als bloß Vertrauenssache.

Foto: Photocase

Aldi informiert: Geiz ist grausam

Aldi hat, wie alle Discounter, ein begrenztes Warensortiment, mit rund 700 Artikeln im Angebot. Aldi Nord verkauft beispielsweise erst seit 2004 unverpackt Obst und Gemüse. Produkte, die bei Stiftung Warentest die Note „befriedigend“ erhalten, fliegen aus dem Sortiment. „Befriedigend“ erhielt von der Stiftung auch ein Laufschuh bei Aldi Nord. Das Engagement des Unternehmens für Soziales und Umwelt (Corporate Social Responsibility, CSR) fällt schwach aus. Die Billigtreter wurden in Vietnam gefertigt. Die Schuhfabrik schloss während des Tests, die Sohlenfabrik hielt Aldi geheim. Interviews mit den ArbeiterInnen wurden somit erfolgreich verhindert. Auch Fragen zum Umgang mit den Beschäftigten in der deutschen Verwaltung blieben unbeantwortet.

Bittere Früchte

Wie die Situation auf den Plantagen aussieht, bringt die Christliche Initiative Romero mit einer Persiflage des Werbespekts „Aldi informiert“

auf den Punkt. Die darin angepriesenen Melonen für 99 Cent werden in Honduras zu Hungerlöhnen geerntet. Die ArbeiterInnen erhalten meist keine Arbeitsverträge und haben damit auch keine Sozialversicherung und andere gesetzlich vorgeschriebene Sozialleistungen. In der Verpackung müssen die ArbeiterInnen bis zu 18 Stunden am Tag arbeiten und mit Strafen rechnen, wenn die Akkord-Verpackungsziele nicht erreicht werden.



Einkaufen ohne Moral: Die Preisstrategie von Aldi setzt Zulieferer unter Druck. Ausbaden müssen das die ArbeiterInnen.

Foto: fotolia

Textilien, mittlerweile der größte Umsatzbringer sogenannter Aktionswaren bei Aldi, kommen vorwiegend aus Bangladesch. Studien und Hintergrundgespräche mit NäherInnen legen dar, dass ArbeiterInnen 80 Stunden im Monat für umgerechnet 33 Euro schufteln müssen. Bei Aldi werden die T-Shirts dann für 4,29 Euro das Stück verkauft. Bei einem Lohnkostenanteil von einem Prozent bedeutet dies für die NäherIn lediglich fünf Cent pro T-Shirt.

China hat sich auch für Aldi zum wichtigsten Lieferanten für Spielzeug gemauert. Die Bedingungen, unter denen dort produziert wird, sind menschenunwürdig: Das Arbeitssoll ist hoch, Schutzkleidung fehlt, Diskriminierung ist Alltag.

Statt sich mit KritikerInnen auf Gespräche einzulassen, setzte Aldi seine Anwälte in Gang, um die Verbreitung des Faltblatts mit juristischen Scheinargumenten zu stoppen. Zwei Tage nach der Veröffentlichung lag bereits ein Schreiben der Aldi-Anwälte auf dem Tisch, mit der Aufforderung, eine Unterlassungserklärung zu unterzeichnen. Die Christliche Initiative Romero lies sich nicht einschüchtern und suchte die Öffentlichkeit. Zahlreiche Medien griffen

den Protest auf, darunter auch Spiegel online und die Zeit. Gleichzeitig lud die CIR Aldi zum gemeinsamen Gespräch ein, um über die Probleme



bei den Zulieferern zu sprechen. Doch dies hält Aldi nicht für nötig und zieht sich hier auf die Mitgliedschaft bei der Unternehmensinitiative Business Social Compliance Initiative (BSCI) zurück. Während Aldi gegenüber MedienvertreterInnen beteuert, keine juristischen Schritte einleiten zu wollen, kam ein weiteres Schreiben der Anwälte mit dem Hinweis, Aldi behalte sich alle juristischen Schritte vor. Die CIR verteilt die Faltblätter weiter. Die Gesamtauflage liegt jetzt bei 70.000. Zudem lanciert die CIR eine Protestaktion und fordert kritische KonsumentInnen zur Unterstützung auf. • *Sandra Dusch Silva*

Christliche Initiative Romero (CIR)

Unter www.ci-romero.de kann das Faltblatt auch direkt bestellt werden – aller Drohgebärden zum Trotz!

Die Kunst des Weglassens



1962 eröffnet Theo Albrecht in Dortmund den ersten Albrecht-Discount (Aldi) und stellt zusammen mit seinem Bruder Karl die vereinten Krämerläden nach den strengen Regeln des Discountprinzips um: nur etwa 300 Artikel im Sortiment, bescheidene Ladenausstattung, Dauerniedrigpreise, Eigenmarken. Mit Erfolg: Heute ist Aldi immer noch unangefochten Nr. 1 im Discount-Geschäft.



1972 eröffnete das Tengelmann-Imperium den ersten Plus-Markt. Der Firmenname leitet sich vom Slogan „Prima leben und sparen“ ab. Eine größere Produktpalette und ein höherer Anteil an Markenartikeln kennzeichnen den „Soft“-Discounter.

Sittenwidrig

KiK wegen Ausbeutung verurteilt

Wegen Lohnwucher hat das Landesarbeitsgericht Hamm (Nordrhein-Westfalen) im vergangenen Jahr den Textildiscounter KiK – das Kürzel steht für das ebenfalls verkürzte „Kunde ist König“ – zu erheblichen Nachzahlungen an Beschäftigte verurteilt. Peinlich für KiK: Das Gericht stellte sittenwidrige Vergütungen fest. Außerdem waren die Arbeitsverträge in mehreren Punkten gesetzeswidrig. Eine Revision ließ das Gericht in beiden Fällen nicht zu.

Erfolgreiche KlägerInnen

Zwei Frauen aus Mülheim/Ruhr hatten das Tochterunternehmen des Einzelhandelskonzerns Tengelmann verklagt, weil sie nur 5,20 Euro Stundenlohn erhielten. Die Arbeitsgerichte sahen 8,21 Euro als angemessen an. Für die Berechnung dieses Betrages zogen die RichterInnen Tariflöhne aus dem Einzelhandel heran.

Im August dieses Jahres wollte KiK nun mit positiven Schlagzeilen weggebliebene KundInnen ködern: Geschäftsführer

Stefan Heinig kündigte an, den Beschäftigten in Deutschland ab dem

1. Oktober einen Mindestlohn von 7,50 Euro pro Stunde zu zahlen. Doch zwischen diesem Betrag und den Tariflöhnen von elf bis 12 Euro für Fachkräfte in Nordrhein-Westfalen liegt noch eine große Kluft. Was ist davon zu halten?

Immer noch Lohnwucher

„Auch 7,50 Euro pro Stunde bedeuten weiterhin Lohnwucher und sind damit sittenwidrig“, erklären Günter Wolf und Henrike Greven vom zuständigen ver.di-Bezirk. Sie haben reichlich Erfahrung mit KiK – und werden sich weiterhin für bessere Bedingungen auch bei KiK einsetzen.

Uwe Wötzel, Vereinte Dienstleistungsgewerkschaft (ver.di)

Die Angst ist weg

Wer sich nicht wehrt, lebt verkehrt: Ein Trip durch die Kampfzone der Billigtempel



Vom Traumjob zum Alptraum: Arbeiten bei KiK kann ein Horror sein.

Foto: CIR



Unbezahlte Überstunden, ungeheurer Arbeitsdruck und Vorgesetztenwillkür gehören zum Arbeitsalltag von Ulrike Schramm-de Robertis. Vor drei Jahren gründete die Lidl-Filialeiterin und fünffache Mutter einen Betriebsrat – allen Einschüchterungen ihres Arbeitgebers zum Trotz.

Meine erste Berührung mit Discontnern hatte ich 1996 bei KiK. Dort wurde mir schon nach der ersten Arbeitswoche klar, dass mein Traumberuf zum Trauma wird: Die Filiale des Textildiscounters wurde auf den Besuch der Geschäftsführung vorbereitet. Bis in die Nacht räumten wir neu gelieferte Waren ein. Kurz vor der Begehung kommen zwei Männer vom Einkauf, die unser Werk zerstören. Sie packen Sweatshirts und Hosen aus Kartons an Rundständer und werfen die Kleider wahllos umher. Als wir das Chaos wieder wegräu-

men, schimpfen wir auf die Arbeitsbedingungen, während ein sportlich gekleideter Mann im Laden ist. Es ist der Geschäftsführer.

Schockiert über solche Methoden, beschloss ich mit einigen Kolleginnen, einen Betriebsrat zu gründen.

Nach kurzer Bedenkzeit stimmte ich zu und reichte bei KiK meine Kündigung ein.

Die Einarbeitungsphase in Deutschland lief gut. Die Arbeit beim Lebensmitteldiscounter ist sowohl körperlich als auch geistig anspruchsvoller

„Unbezahlte Überstunden sind Alltag. Pausen nahm ich keine.“

Nach Bekanntgabe des Wahltermins durch die Gewerkschaft wurden die KiK-ManagerInnen aktiv und versuchten mich mit Versprechungen umzustimmen. Schließlich verschoben wir die Wahl.

Gelinkt und abgezogen

Eines Tages bekam ich in meiner Filiale Besuch von einem Headhunter, der mir ein verlockendes Angebot machte: Ich könne Bezirksverkaufsleiterin bei Plus in Spanien werden.

als in der Textilbranche. Die Filialleitung muss darauf achten, dass das Mindesthaltbarkeitsdatum der Ware nicht überschritten wird. Wir räumten ständig die frischen Produkte nach hinten ins Regal. Unbezahlte Überstunden sind Alltag. Pausen nahm ich keine. Die Vorbereitungen auf Spanien liefen parallel: Schule für die Kinder, Rentenversicherung, Sprachkurs... Doch plötzlich hieß es: Die Stelle in Spanien gibt es nicht mehr. Als ich in Erfahrung brachte,

dass KiK und Plus beide zur Tengelmann-Gruppe gehören, wurde mir klar: Ich wurde reingelegt. Bis heute gibt es in keiner KiK-Filiale einen Betriebsrat.

Ich fing dann bei Lidl als Filialeiterin an. Auch hier erlebte ich die gleichen Arbeitsbedingungen wie bei KiK und Plus. Die mir versprochene Stelle als Filialeiterin wurde mir vorenthalten. Ich sei mit 37 Jahren zu alt, erklärt die Verkaufsleiterin.

Psychoterror durch Vorgesetzten

Vom Einsortieren des Obstes morgens bis zum Einräumen der letzten Waren am Nachmittag: Ständig muss man bis zu 20 Kilogramm schwere Kisten tragen. Wegen des Zeitdrucks überfordert man sich permanent selbst. Oft nahm ich zwei Kisten auf einmal, obwohl sie eigentlich zu schwer waren. Die Folgen: Rückenschmerzen. Als selbst die stärksten Schmerztabletten nicht mehr wirkten, musste ich zum Arzt. Nach meiner Rückkehr wurde ich versetzt und gedrängt, einen Teilzeitvertrag zu unterschreiben. Der Druck auf mich durch den neuen Vorgesetzten entwickelte sich zum Psychoterror.

Ich habe irgendwann beschlossen, mir dies nicht mehr gefallen zu lassen, und mit Unterstützung meiner KollegInnen trotz massiver Einschüchterungen seitens der Lidl-ManagerInnen einen Betriebsrat gegründet. Die ständigen, unbezahlten Überstunden wurden sofort abgestellt. Wir haben Urlaubssperren beseitigt und mussten nicht mehr auf Abruf arbeiten. Auch bei den willkürlichen Gehaltseinstufungen konnten wir etwas ändern. Es entstand ein Miteinander. Die Angst ist weg.

Gemeinsam mit ver.di habe ich dafür zu sorgen versucht, dass das Beispiel Schule macht. Inzwischen gibt es in den zirka 3800 Lidl-Filialen sechs Betriebsräte. Doch die sind dem Discounter offenbar immer noch ein Dorn im Auge: Die Führungsspitze hat mit juristischen Winkelzügen versucht, zwei weitere Betriebsratswahlen annullieren zu lassen. • Ulrike Schramm-de Robertis

Die Autorin schildert ihre Erlebnisse im Buch „Ihr kriegt mich nicht klein! – Eine Discounter-Angestellte kämpft um ihre Rechte“ (Kiepenheuer & Witsch, 208 Seiten, Paperback)

Rechtsweg eingeschlossen

Nachhaltigkeit ist der neue Unternehmenstrend. „Wir sind besonders nachhaltig. Und das besonders nachhaltig“, wirbt die Metro-Gruppe. Jüngste Berichte von Nichtregierungsorganisationen wie Oxfam Deutschland und der Kampagne für Saubere Kleidung über Hungerlöhne bei indischen LandarbeiterInnen in der Obst- und Gemüselieferkette der Metro Group, über Arbeitszeiten von bis zu 84 Stunden pro Woche bei einem Zulieferer für Lidl und über Fälle sexueller Belästigung und Gewalt

gegenüber Arbeiterinnen in indonesischen Zulieferbetrieben der Aldi-Gruppe sprechen jedoch eine andere Sprache.

Um Unternehmen dauerhaft zu gesellschaftlich verantwortlichem Ver-

Abseits der Wirklichkeit: Nachhaltigkeit ist der neue Unternehmenstrend.

halten zu bewegen, ist die Einführung einer gesetzlich verankerten Berichtspflicht über die Einhaltung sozialer Mindeststandards in der Lieferkette notwendig, wie es zum Beispiel die im CorA-Netzwerk (Corporate Accountability) zusammengeschlossenen Nichtregierungsorganisationen fordern. Unternehmen müssten dann nach festgelegten Kriterien über soziale Missstände

in ihrer Lieferkette berichten. Eine vage und unverbindliche Umschreibung ihrer Überzeugungen und Projekte würde nicht mehr ausreichen.

Unternehmen in der Pflicht

Weitere notwendige Schritte auf dem Weg zur Durchsetzung sozialer Unternehmensverantwortung sind eine gesetzlich verankerte Haftung von Muttergesellschaften für Menschenrechtsverletzungen und Umweltschäden, verursacht durch Tochtergesellschaften und Zulieferer im Ausland, und der Zugang zum europäischen Rechtsweg für Betroffene. • Franziska Humbert

Franziska Humbert ist Referentin für Soziale Unternehmensverantwortung bei Oxfam Deutschland e.V.

Rechte für Menschen, Regeln für Unternehmen

Das Europäische Parlament hat mehrfach Zweifel an der EU-CSR-Politik geäußert und im April 2009 der EU-Kommission empfohlen, sich für rechtlich verbindliche Instrumente einzusetzen. Der damalige EU-Industriekommissar Günter Verheugen gab eine demnächst erscheinende Studie bei der Universität Edinburgh in Auftrag, die die rechtlichen Strukturen der EU-Mitgliedsstaaten im Hinblick auf die Verantwortung der Unternehmen zur Einhaltung von Menschenrechten weltweit analysieren soll. Im Rahmen des Netzwerks für Unternehmensverantwortung (CorA) und dessen europäischen Zusammenschlusses European Coalition for Corporate Justice (ECCJ) setzt sich die Kampagne für Saubere Kleidung für verbindliche Regeln zur Unternehmensverantwortung ein.

Wir fordern von der EU und dem deutschen Gesetzgeber:

- **Haftbarmachung:** In der EU ansässige Unternehmen müssen für die Auswirkungen ihrer Geschäftstätigkeit auf Umwelt und Menschen haftbar gemacht werden können!
- **Informationspflicht / Transparenz:** Unternehmen müssen über die Auswirkungen ihrer Geschäftstätigkeit auf Umwelt und Menschen jährlich berichten und ihre Lieferketten offenlegen!
- **Rechtsschutz:** Durch europäische Unternehmen Geschädigte müssen Rechtsschutz erhalten!



LIDL 1973 Dieter Schwarz eröffnet den ersten Lidl-Markt nach dem Discountprinzip in Ludwigshafen. Lidl bleibt seither dicht dem Konkurrenten Aldi auf den Fersen. Heute gibt es zirka 3800 Filialen mit einem Umsatz von 30,85 Milliarden Euro und einem Gewinn von 410 Millionen Euro: Platz 2 im hart umkämpften Discount-Geschäft.

REWE 1973 gründet die Kölner Rewe-Gruppe die Discounter-Vertriebslinie für Lebensmittel – den Penny Markt. Heute gibt es gut 2000 Filialen in Deutschland mit einem Umsatz von 9,5 Milliarden Euro. 2009 wurden 328 Plus-Filialen übernommen, auf Einlenken des Kartellamts.

EDEKA 1984 eröffnet die erste Netto-Filiale in Regensburg nach dem Discountprinzip. 2005 wurde Netto an Edeka verkauft. Seit dem 1. Januar 2009 gehört Plus zum Netto Marken-Discount und damit zur Edeka-Gruppe. Durch den Zusammenschluss rückt der Netto-Discounter auf Platz 3 mit etwa 4000 Filialen und einem Umsatz von zehn Milliarden Euro.



Alternativen zum Dumping

Die Asiatische Grundlohn-Kampagne hat den Diskurs gewonnen

Wir glauben alle, dass ein existenzsichernder Lohn das Richtige ist“, so jüngst Lorenz Berzau von der Business Social Compliance Initiative (BSCI). Dies lässt aufhorchen, treiben doch gerade die BSCI-Mitglieder Lidl, Aldi & Co. die Spirale um die günstigsten Produktionsstandorte weltweit voran. Hauptsächlich aus Asien beziehen die Handelsriesen ihre Textilien und Bekleidung. Der Lohnkostenanteil an den T-Shirts und Hosen beträgt häufig nur wenige Prozentpunkte, trotzdem geraten gerade Lohnerhöhungen schnell zum Risiko beim Thema Standortvorteile. So fürchten sich die asiatischen Regierungen, staatlich festgesetzte Mindestlöhne zu erhöhen oder schärfere Arbeitsgesetze durchzusetzen. Um möglichst viele ausländische Unternehmen anzulocken, gestalten die Regierungen ihre nationalen Arbeitsgesetze vor allem so, dass der sogenannte Standort für die InvestorInnen interessant ist. Die Drohgebärden westeuropäischer Konzerne schüren die Angst der Regierungen. So teilte adidas unverblümt öffentlich mit, dass die Lohnerhöhungen in China zur Verlagerung der Produktion nach Vietnam führe.

Gegen Lohndumping

Um das weltweite Lohndumping zu durchbrechen, startete im Oktober 2009 die Asiatische Grundlohn-Kampagne. Die von ihr entwickelte regionale Tarifverhandlungsstrategie liefert konkrete Lösungen, wie ein existenzsichernder Lohn berechnet und umgesetzt werden kann. „Wir haben den wissenschaftlichen Diskurs gewonnen“, so Anannya Bhattacharjee von der Society for Labour and Development (SLD). Die kleine energische Frau aus Indien hat mit der Initiative viel erreicht. Kaum ein Unternehmen stellt heute die Berechnungen der Allianz in



Die Näherin Nurun Nahar, 21 Jahre aus Dhaka (Bangladesch), wurde von ihrem Mann verlassen, da sie nicht genug Geld für die Mitgift hatte.

Foto: Taslima Akhter / CCC

Frage. „Der nächste wichtige Schritt ist nun, dass die globalen EinkäuferInnen den Lohn auch umsetzen. Ein Recht auf Gewerkschaftsfreiheit ist hierbei unverzichtbar“, so

den jüngsten Proteste in Kambodscha, wo im September 2010 über 200.000 NäherInnen in über 100 Fabriken für bessere Bezahlung streikten. In der Folge wurden

In Kambodscha streikten jüngst über 200.000 NäherInnen in über 100 Fabriken für bessere Bezahlung.

Bhattacharjee. Puma sowie Marks & Spencer streben Pilotprojekte mit der Allianz an. Ein erster Schritt, dem noch viele weitere folgen müssen, und zwar schnell.

Wie verzweifelt die ArbeiterInnen der Bekleidungsindustrie angesichts von Hungerlöhnen und steigender Nahrungsmittelpreisen sind, zeig-

mehrere hundert GewerkschafterInnen und ArbeiterInnen entlassen. Auch in Bangladesch gingen in diesem Sommer Tausende NäherInnen auf die Straße. Bangladesch ließ den Mindestlohn von 1994 bis 2006 unverändert – trotz durchschnittlich fünfprozentiger Inflation (=Teuerung) pro Jahr.

Trotz 80-prozentiger Lohnerhöhung verdienen die TextilarbeiterInnen in Bangladesch mit dem neuen Mindestlohn monatlich nur 33 Euro, was gerade mal 28 Prozent der von den Gewerkschaften errechneten Ausgaben deckt.

Billigstandorte

Mit einem gesetzlichen Mindestlohn von einem Euro in Bangladesch und 1,50 Euro pro Tag in Kambodscha gehören die beiden Länder zu den billigsten Produktionsstandorten der globalen Textilindustrie. •

Sandra Dusch Silva

Christliche Initiative Romero (CIR)



Der Asiatische Grundlohn (Asia Floor Wage)

Die Asia Floor Wage Campaign (AFW) berechnet die Kosten, die für eine durchschnittliche Familie monatlich anfallen, mit Hilfe eines sogenannten Warenkorb. Der Existenzlohn soll reichen, um diese Kosten zu decken, ohne dass unzählige Überstunden geleistet werden müssen oder Mahlzeiten ausfallen. Um die Lohnhöhe zu berechnen, werden zunächst die Ausgaben für Nahrung ermittelt, basierend auf dem täglichen Kalorienbedarf pro Familienmitglied. Drei Konsumeinheiten braucht eine durchschnittliche Familie. Das heißt, dass der Lohn der Mutter für ihre Ausgaben, die der Großmutter und für zwei Kinder ausreichen sollte. Rund 50 Prozent des Lohnes sollen genügen, um diese Nahrungsmittelausgaben zu decken.

Das AFW-Modell rechnet weitere 50 Prozent an Ausgaben hinzu. Diese Ausgaben beinhalten Kosten für die medizinische Versorgung, Schulgeld, Wohnen, Transportkosten und weitere unverzichtbare Ausgaben. Es muss möglich sein, den Existenzlohn innerhalb der Regel-Arbeitszeit zu erwirtschaften. Eine Regel-Arbeitswoche in der Bekleidungsindustrie hat üblicherweise 48 Wochenstunden, also sechs Tage à acht Stunden.

Die AFW hat den minimalen Existenzlohn pro Monat für die Jahre 2009/10 auf 475 PPPS (=kaufkraftbereinigte Dollar) pro Monat festgelegt. Das heißt, dass man für dieses Geld in jedem asiatischen Land einen Warenkorb zum gleichen Kaufwert erhalten kann. In reale Währung umgerechnet, variiert der geforderte Lohn zwischen zirka 100 Euro (so für Kambodscha und Bangladesch) bis hin zu 180 Euro pro Monat (für Thailand). •

Weitere Informationen unter asiafloorwage.org

Erfahren

ARIFA A., 36 Jahre, ist stellvertretende Generalsekretärin der National Garment Workers Federation (NGWF) in Bangladesch.

Arifa hat acht Geschwister und konnte aufgrund der Armut der Familie nur bis zur fünften Klasse zur Schule gehen. Mit zehn Jahren fing sie als Helferin in einer Textilfabrik an und erhielt 300 Taka (zirka 3,30 Euro) monatlich als Lohn.

Mit 15 Jahren wurde sie von ihrer Familie verheiratet, während sie weiterhin in der Fabrik arbeitete und mit dem Lohn ihre Familie unterstützte. Mit dem von Arifa erarbeiteten Geld eröffnete ihr Mann einen Laden. Immer wieder musste sie ihm ihr hart verdientes Geld abgeben.

Als sie krank wurde, verließ er sie und heiratete eine zweite Frau.

Arifa hat drei Kinder. Sie lebt allein mit einem Sohn (15 Jahre) und einer Tochter (sechs Jahre). Der Sohn arbeitet in einer Textilfabrik, die Tochter geht zur Schule. Der älteste Sohn (25 Jahre) arbeitet im Ausland. Über 20 Jahre arbeitete Arifa als Näherin in verschiedenen Textilfabriken Dhakas.

Seit 2003 ist Arifa Funktionärin der Gewerkschaft NGWF. Als sie selbst noch Näherin war, hat sie in ihrer Fabrik die Gründung einer Gewerkschaft initiiert. •



Fabrikalltag: Arbeit als Schufterei Foto: CCC

Ausbeutung zum Schnäppchenpreis

Arifa A. und Jessmin B. informieren auf einer Delegationsreise im November 2010 über die Folgen der Billigpreispolitik für die ArbeiterInnen

Stationen der Rundreise: 2.11. Bonn; 3.11. Stuttgart; 4.11. München; 5.11. Hannover; 8.11. Leipzig; 9. + 10.11. Berlin; 11.11. Hamburg; 15.11. Bremen; 16.11. Münster; 17.11. Oberhausen; 18.11. Koblenz

Engagiert

JESSMIN B., 26 Jahre, aus Bangladesch, arbeitet für einen Lidl-Zulieferer.

Jessmin ist das jüngste von sechs Kindern. Der Vater beendete seine Unterstützung für die Familie, als er das zweite Mal heiratete. Zunächst übernahmen die Brüder die Versorgung der Familie. Als auch sie heirateten und auszogen, lag die Verantwortung für zwei Schwestern und einen behinderten Sohn ganz bei der Mutter.

Die älteste Schwester heiratete ebenfalls, aber die Mutter musste als Mitgift das kleine Land an den Schwiegersohn verkaufen, das sie besaß.

Jessmin ging weiter zur Schule und schaffte sogar die 12. Klasse. Dann aber musste sie aufhören und begann als Helferin in einer Textilfabrik mit einem Lohn von 600 Taka (zirka 6,50 Euro). Nach einiger Zeit wurde sie zur

Näherin befördert und verdiente 1500 Taka (zirka 16,40 Euro). 2006 heiratete sie einen Kollegen. Er nahm einen Monatslohn von Jessmin und besuchte damit seine Familie auf dem Dorf.

Inzwischen war Jessmin schwanger. Ihr Mann kam nie zurück und sah auch nie seinen Sohn. Jessmin brachte das Baby zu ihrer Mutter. Sie musste zurück, um in der Fabrik zu arbeiten.

Jessmin hat über acht Jahre Erfahrung als Näherin in verschiedenen Textilfabriken. In einer der Fabriken schloss der Besitzer von heute auf morgen die Werkstore, die Arbeiterinnen standen ohne Lohn da. Jessmin wandte sich zusammen mit anderen an die Gewerkschaft NGWF, um ihren ausstehenden Lohn und Entschädigungen einzuklagen.

Jessmin arbeitet heute in einer Fabrik, die auch für Lidl günstige Textilien und Kleidung fertigt. •

Alexandra Rieg

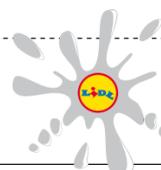
INKOTA-netzwerk e. V.



1994 Gründung von KiK von Stefan Heing zusammen mit der Unternehmensgruppe Tengelmann. Das Unternehmen ist die größte Textil-Discount-Kette in Deutschland und verfügt über 3000 Filialen. 2010 kaufen Tengelmann und KiK die Warenhauskette Woolworth.



2003 Gründung der Unternehmensinitiative BSCI durch den europäischen Außenhandelsverband Foreign Trade Association mit Sitz in Brüssel. Metro, Arcandor und die Otto Group gehören zu den Gründungsmitgliedern. 2007 tritt Lidl der Initiative bei, 2008 folgen Aldi und Rewe.



2010 KiK wegen sittenwidriger Löhne in der Kritik. Klage gegen Lidl wegen Täuschung der KonsumentInnen. Aldi droht Kampagne mit Einstweiliger Verfügung.

Netzwerk Ethischer Konsum

Das Netzwerk, das in Deutschland von der Christlichen Initiative Romero (CIR) getragen wird, ist ein Zusammenschluss von KonsumentInnen, die sich für weltweit faire Arbeitsbedingungen einsetzen. Ziel ist, auf diese Weise an Veränderungen hin zu einer sozial und ökologisch nachhaltigeren Wirtschaft mitzuwirken.

I shop fair informiert über Missstände, lanciert öffentlichkeitswirksame Aktionen und ruft KonsumentInnen dazu auf, ihre Machtposition gegenüber Unternehmen zu nutzen. • Ishopfair.net



Kritische Stadtführung

Isabelle trägt einen aufblasbaren Wasserballglobus, die nächsten zwei Stunden werden sich um den Planeten Erde drehen – und um das Konsumverhalten der 12 jungen Leute, die vor Isabelle und ihrer Mitstreiterin Mareike stehen. Das Prinzip der sogenannten konsumkritischen Stadtrundgänge ist recht einfach: Anhand beliebiger Konsumartikel erklären Jugendliche die Zusammenhänge von Globalisierung, Produktionsbedingungen und persönlichen Konsummustern.



Vor einem Reisebüro schaut Isabelle mit den Teilnehmenden hinter die glänzende Fassade des Hotel- und Fernreisegewerbes Foto: Santiago Engelhardt

Um diesen Vorgang zu illustrieren, verteilen Isabelle und Mareike sechs laminierte Karteikarten. Abwechselnd lesen die Umstehenden originale Werbetexte aktueller Handymodelle und fingierte Radiobeiträge zu Missständen in deren Lebenszyklus vor. Ein altes Mobiltelefon mutiert so schnell zum Lehrstück über den unheilvollen Weg weniger Milligramm Gold aus der giftigen Zyanidlösung in Peru auf die Elektroschrotterhaufen Indiens. • [Simon Grünwald, WELTbewusst](http://Simon.Gruenwald.WELTbewusst)

Schönfärben – die Kunst der Discounter

Handeln, ohne etwas zu tun: Lidl und das Feigenblatt BSCI

Der Hieb hat gegessen: Unverfroren warb Lidl mit der Einhaltung von Sozialstandards bei seinen LieferantInnen – bis im Frühling dieses Jahres VerbraucherschützerInnen dem faulen Zauber ein Ende machten: Sie verklagten Lidl wegen KonsumentInnen-täuschung. Die Discounterkette reagierte erst, als die Klage öffentlich wurde: Bereits am Folgetag zog das Unternehmen seine Werbung zurück.

Die Kampagne für Saubere Kleidung hatte nachweisen können, dass bei vier Lidl-LieferantInnen in Bangladesch Sozialstandards massiv verletzt wurden. Die Arbeitszeit betrug bis zu 80 Stunden pro Woche. ArbeiterInnen wurden zu Überstunden gezwungen. Der Grundlohn reichte nicht aus, um eine Familie zu ernähren. Diskriminierungen, Beleidigungen und Schläge gehörten in den Fabriken zum Alltag.

Um sein Engagement für bessere Arbeitsbedingungen zu beweisen, trat Lidl der Business Social Compliance Initiative (BSCI) bei, einer Unternehmensinitiative auf europäischer Ebene, die sich zum Ziel setzt, auf die Einhaltung von Sozialstandards bei ihren LieferantInnen hinzuwirken. Diese Unternehmensinitiative wurde gegründet, um gesetzlichen Regelungen vorzubeugen. Sozialstandards sollen freiwillig bleiben, lautet das oberste Gebot.

Ursprünglich ging es darum, die zahlreichen Sozialaudits – Kontrollen in den Fabriken –, die viele Unternehmen bei den gleichen ProduzentInnen durchführen, untereinander zu koordinieren und sich über die Ergebnisse auszutau-



Lidl auf die Pelle gerückt: Protest vor Zentrale in Neckarsulm

Foto: Gisela Burckhardt, FEMNET

schen und so Kosten zu sparen. Allerdings dringen Informationen nicht nach außen, Transparenz wird nicht angestrebt. Der Verhaltenskodex von BSCI verpflichtet die Fabriken zudem nicht zur Zahlung eines existenzsichernden Lohns.

BSCI ist eine reine Unternehmensinitiative, Gewerkschaften und Nichtregierungsorganisationen haben kein Mitspracherecht.

Während sich Lidl ein soziales Mäntelchen umhängt, ändert sich an der Einkaufspolitik nichts.

In den letzten Jahren hat sich BSCI stark vergrößert. Über 500 Unternehmen und Lieferanten sind Mitglied geworden, darunter Met-

ro, Rewe, Otto und Aldi. BSCI wurde für sie zu einem Schutzschirm, um sich vor Kritik wegen mangelnder Umsetzung von Sozialstandards zu verstecken. Während sich Unter-

nehmen wie Lidl ein soziales Mäntelchen umhängen und vorgeben, sich für Sozialstandards bei ihren LieferantInnen einzusetzen, ändert sich an ihrer Einkaufspolitik nichts: Preise werden weiter gedrückt, Lieferzeiten kurzfristig vereinbart – das aber sind genau die Verursacher von Niedriglöhnen und unwürdigen Arbeitsbedingungen. Nur wegen des öffentlichen Drucks zog Lidl seine VerbraucherInnen täuschende Werbung zurück. Druck ist nötig, um endlich auch die Arbeitsbedingungen vor Ort zu verbessern, insbesondere die Zahlung eines existenzsichernden Lohns. • [Gisela Burckhardt, FEMNET](http://Gisela.Burckhardt.FEMNET)



Forderungen der CCC an die Unternehmen



- Setzen Sie den Verhaltenskodex der CCC bei Ihren Zulieferern um und lassen Sie dies durch eine externe unabhängige Instanz kontrollieren!
- Unterstützen Sie die Asiatische Grundlohn-Kampagne für einen existenzsichernden Lohn!
- Verändern Sie Ihre Einkaufspraktiken, so dass Ihre LieferantInnen Sozialstandards einhalten können!
- Stellen Sie Transparenz her: Nennen Sie Ihre LieferantInnen in den Produktionsländern!
- Sozialstandards müssen in Produktion und Verkauf eingehalten werden, insbesondere: Zahlung existenzsichernder beziehungsweise tariflicher Löhne für alle geleisteten Arbeitsstunden, Organisationsfreiheit der Beschäftigten und Zugangsrechte für Gewerkschaften zu Betriebsstätten!

Schön! Färber!

Schaut man sich dieser Tage Werbung an, ob in Magazinen und Zeitungen, im TV oder im Web: Überall sozialverträgliche, umweltgerechte Nachhaltigkeitsinitiativen. Lidl ist „Auf dem Weg nach Morgen“. Aldi-Stud philosophiert: „Verantwortung ist die Antwort!“ KiK ist „Besser als wie man denkt“. Das ist sprachlich brillant und inhaltlich aussagekräftig. Die Arbeitsbedingungen in Billiglohnländern werden sich also bessern! Es wird fairer zugehen, auch und gerade in der Textilproduktion! Natürlich kann man sich darüber wundern, wie es möglich ist, dass

man sich für nur 30 Euro bei KiK komplett einkleiden kann, und dass Lidl oder Aldi Pullover für 5,99 und Jeans für 9,99 Euro anbieten.

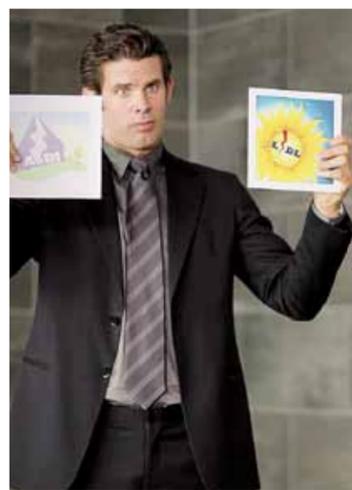
Aber das Aldi-Versprechen wird schon stimmen: „Qualität ganz oben – Preis ganz unten.“ Verona Pooth bürgt doch mit ihrem guten Namen. Und wenn es heißt „Lidl lohnt sich“, fragen wir uns doch nicht lange, für wen, oder?

KreidefresserInnen in Aktion

Als ich gebeten wurde, einen Film für die Kampagne für Saubere Kleidung zu machen, versuchte ich mir vorzu-

stellen, wie große Imagekampagnen entstehen. Werden die Lügen und Halbwahrheiten offen zwischen Management und Marketingabteilung diskutiert? Werden die Tatsachen einfach verdrängt und totgeschwiegen? Verlacht? Verbissen wegdiskutiert? Ein mögliches Szenario zeigt unser Film. Es wirkt wie Ironie, wie Sarkasmus, aber ich fürchte es ist in Wahrheit noch viel schlimmer. Wobei ich mich schon frage: Kann man so viel Kreide fressen? Mir wird jedenfalls schon bei dem bloßen Gedanken übel. • [Peter Wedel](http://Peter.Wedel)

Peter Wedel hat für die Kampagne für Saubere Kleidung den Spot „Schön! Färber!“ produziert, zu sehen auf saubere-kleidung.de.



Szenen aus „Schön! Färber!“ mit Steffen Groth und Michael Lott (unten)

Bestellschein

Weitere Materialien unter www.saubere-kleidung.de und www.ci-romero.de



Hiermit bestelle ich

Name/Organisation _____
 Straße/Nr. _____
 PLZ/Ort _____
 E-Mail _____

Ich möchte regelmäßig per Mail über aktuelle Aktionen der Kampagnen informiert werden.

An die
Christliche Initiative Romero e.V. (CIR)
 Breul 23
 48143 Münster

- Anzahl **Kostenlose taz-Beilage (vorliegend):** Hauptsache billig? ... gegen Porto
- Kostenloses Infopaket zur Kampagne für Saubere Kleidung (CCC)** mit Adbust-Faltblatt Aldi und Lidl, Faltblatt Schönfärberei sowie Aldi-Sticker, gegen Porto
- Im Visier: Hungerlöhne.** Hg: CIR, Münster 2010, 2 Seiten, 3 Euro
- Kostenloses Infopaket Netzwerk Unternehmensverantwortung – CorA,** gegen Porto
- Report: Kassensturz – Studie über die -Arbeitsbedingungen bei Discountern wie Lidl, Aldi oder WalMart.** Hg: CIR/CCC, Münster 2009, 32 Seiten, 3 Euro
- Kostenloses Infopaket zur Supermarkt-Initiative,** gegen Porto
- Arbeits- und Frauenrechte im Discountgeschäft: Aldi-Aktionsware aus China,** Hg: Südwind, Siegburg 2009, 60 Seiten, 5 Euro
- Alle Preise zzgl. Versandkostenpauschale. Materialien direkt online unter www.ci-romero.de, per Mail ci@ci-romero.de, Fax: 02 51-8 25 41 oder Fon: 02 51-8 95 03 bestellbar.



IMPRESSUM
 Herausgeber: Christliche Initiative Romero (CIR), Breul 23, 48143 Münster, Fon 02 51 - 8 95 03; Fax 02 51 - 8 25 41
 Redaktion: Sandra Dusch Silva (V.i.S.d.P.), André Hagel, Gisela Burckardt
 Gestaltung: bleifrei Medien + Kommunikation, Claudia Sikora
 Druck: Caro Druck Oktober 2010

Die Veröffentlichung wurde mit Unterstützung der Europäischen Union ermöglicht. Für den Inhalt dieser Veröffentlichung ist allein die Christliche Initiative Romero verantwortlich; der Inhalt kann in keiner Weise als Standpunkt der Europäischen Union angesehen werden.

