

Wer bezahlt unsere Kleidung bei und ?



Wer bezahlt unsere Kleidung bei Lidl und KiK ?

**Eine Studie über die Einkaufspraktiken der Discounter
Lidl und KiK und ihre Auswirkungen auf die Arbeits-
bedingungen bei den Lieferanten in Bangladesch**

mit Beiträgen von:

**Khorshed Alam, Evelyn Bahn,
Sarah Bormann, Gisela Burckhardt,
Gudrun Giese, Dirk Saam,
Christina Schröder, Uwe Wötzel**



Impressum

Herausgeber:

Kampagne für ‚Saubere‘ Kleidung, insbesondere folgende Trägerorganisationen:

Inkota-netzwerk

NETZ Bangladesch

TERRE DES FEMMES

ver.di-Bundesverwaltung, Bereich Politik und Planung

Gesamtkoordination und Redaktion:

Gisela Burckhardt

AutorInnen: Khorshed Alam, Evelyn Bahn, Sarah Bormann, Gisela Burckhardt, Gudrun Giese, Dirk Saam, Christina Schröder, Uwe Wötzel

Layout und Reinzeichnung: Bertram Sturm

Druck: h&p Druck, Berlin

Titelbild: Bertram Sturm

Fotos: Gisela Burckhardt:

S. 8, 15, 24, 29, 30, 32, 34, 36, 38, 39, 40, 42, 43, 44, 47, 48, 49, 65, 69

Christian Jungeblodt: S. 60

Andreas Hamann: S. 50

NETZ Bangladesch: S. 28

Istockphoto.com: Handschelle im Titelbild

Bert Wibel: S.18

ver.di: S.22

Gpa-dja: S. 57,58,59

Einkaufsstüten: Gestaltungswettbewerb
„fair kaufen“ von ver.di, April 2006

Danksagung:

Der Dank geht an alle, die an der Erstellung dieser Broschüre mitgeholfen haben. Der Dank geht ganz besonders an **Khorshed Alam von AMRF** für die Erstellung der Grundlagenstudie und aller damit verbundenen Arbeiten. Der Dank geht auch an eine **aktive Frauengruppe in Rellingen**, die durch den Verkauf von Altkleidern einen Beitrag zum Druck dieser Broschüre geleistet hat sowie an den **Ausschuss für entwicklungsbezogene Bildung und Publizistik (ABP)**, dessen Beitrag ebenfalls die Finanzierung von Druck und Layout ermöglicht hat.

Gedruckt auf 100% chlorfrei gebleichtem Papier.

Erscheinungsdatum: Januar 2008



INKOTA 
netzwerk e.V.

Partnerschaft Entwicklung Geschicklichkeit
NETZ
বাংলাদেশ



Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung <i>Gisela Burckhardt</i>	7
2. Wie Discounter ihre Macht nutzen: Konzentration und Expansion im Einzelhandel <i>Gisela Burckhardt</i>	8
3. Die Discounter Lidl und KiK	
3.1 Lidl - der Discount Gigant <i>Evelyn Bahn</i>	18
3.2 Für wen stimmt der Preis bei KiK? <i>Gisela Burckhardt</i>	24
4. Bangladesch: Arbeitsrechtsverletzungen bei den Lieferanten von Lidl und KiK	
4.1 Die Bekleidungs- und Textilindustrie Bangladeschs <i>Dirk Saam</i>	28
4.2 Portrait einer Näherin - <i>Rekha</i>	34
4.3 Arbeitsrechtsverletzungen bei Lieferanten von Lidl und KiK <i>Khorshed Alam und Gisela Burckhardt</i>	36
4.4 Einkaufspraktiken und ihre Aus- wirkungen auf die Arbeitsverhältnisse <i>Khorshed Alam und Gisela Burckhardt</i>	46
5. Prekarisierung der Arbeitsverhältnisse im Einzelhandel	
5.1 Prekarisierung der Arbeitsverhältnisse im deutschen Einzelhandel <i>Sarah Bormann</i>	50
5.2 Arbeitskampf bei KiK in Österreich <i>Christina Schröder</i>	56
5.3 Der erfolglose Versuch von Lidl, die Gründung von Betriebsräten zu verhindern – der lange Kampf von ver.di <i>Gudrun Giese</i>	60
6. Aufgaben des Staates: Einführung verbindlicher Sozialstandards <i>Uwe Wötzel</i>	64
Anhang	
1a. Ergebnisse der Befragung von 105 ArbeiterInnen bei den sechs Lieferanten von Lidl und/oder KiK in Bangladesch	70
1b. Informationen zu den sechs Lieferanten von Lidl und/oder KiK in Bangladesch	74
2. Mindestlohn-Tabelle Bangladesch	76
3. Verhaltenskodex der CCC	77
4. Die wichtigsten Forderungen des CORA Netzwerkes an die Politik	78
5. Literaturverzeichnis	80
6. Aktionsmaterial	82
7. Liste der Trägerkreisorganisationen der CCC und Links	83

I. Einleitung

Globalisierung und Discountierung hängen eng miteinander zusammen. Unsere Kleidung wird zu rund 90 Prozent in Asien, Mittelamerika, Osteuropa und einigen Ländern Afrikas hergestellt. Die meisten Einzelhandelsunternehmen wie auch die Discounter Lidl und KiK lassen dort produzieren. Das „Alternative Movement for Resources and Freedom Society“ (AMRF) untersuchte die Einkaufsstrategien von Discountern und die Arbeitsbedingungen bei sechs ausgewählten Lieferanten von Lidl und KiK in Bangladesch. Die Ergebnisse – massive Verletzungen von Arbeits- und Menschenrechten – werden in dieser Broschüre vorgestellt.

Durch den Konzentrationsprozess im Einkauf haben die Discounter eine gewaltige Macht entwickelt, durch die sie imstande sind, die Preise zu drücken, Lieferfristen zu kürzen und immer mehr Verantwortung auf ihre Lieferanten abzuschieben. Das Motto lautet: Billiger, schneller, flexibler, das Risiko sollen die Lieferanten tragen. Die Produzenten in Bangladesch stehen diesen großen Konzernen machtlos gegenüber. Sie geben den Druck weiter an die NäherInnen, auf deren Rücken letztlich der Kampf um die niedrigen Preise ausgetragen wird. Die NäherInnenarbeiten ohne Arbeitsverträge zu Niedrigstlöhnen, Überstunden werden nicht oder nicht korrekt bezahlt, das Recht sich zu organisieren, wird ihnen verwehrt. Frauen werden diskriminiert – sie werden von Vorarbeitern schlecht behandelt. Sie werden schlechter bezahlt als die Männer.

Aber nicht nur die NäherInnen in Bangladesch, auch die VerkäuferInnen in Deutschland spüren tagtäglich die Folgen der Discountierung. Das Konzept der Discounter lautet: Billig-billig-billig. Nicht nur die Waren und ihre Präsentation sollen billig sein, auch die VerkäuferInnen. Stellen für Vollzeitbeschäftigte sinken – seit 2003 gingen 180.000 Stellen verloren – Teilzeitbeschäftigte mit Niedrigstlöhnen machen die Arbeit. Arm trotz Arbeit ist deshalb die Folge und dies trifft vor allem Frauen – 70 Prozent der Beschäftigten im Einzelhandel sind weiblich.

Arbeitskraft zum Niedrigstpreis – in Bangladesch und in Deutschland. Das sind die Folgen von Globalisierung und Discountierung. Bangladesch ist nicht mehr weit weg, ähnliche Arbeitsverhältnisse haben wir schon um die Ecke bei unserem Discounter.

Was können wir dagegen tun? Die freiwilligen Selbstverpflichtungen der Handelskonzerne haben bisher zu keinen Verbesserungen der Arbeitsbedingungen geführt – sie sind das Papier nicht wert, auf dem sie stehen. Denn: Sie werden nicht umgesetzt. Sie sehen gut aus und dienen den Unternehmen als Schutzschild vor Kritik nach dem Motto: ‚Wir wollen ja bessere Arbeitsbedingungen, aber wir können sie bei unseren Lieferanten nicht durchsetzen.‘ Die großen Handelsunternehmen können sehr wohl die Qualität ihrer Ware prüfen – und tun dies bis in die Fabriken in den Niedriglohnländern hinein – aber sie sehen sich angeblich außer Stande, ihre Lieferanten bei der Einhaltung von Sozialstandards zu kontrollieren. Die Unternehmen, hier die Discounter, sind nur an der Ware – zum niedrigsten Preis – interessiert; unter welchen Bedingungen sie hergestellt wird, interessiert sie nicht wirklich.

Folglich müssen der Staat oder die Staatengemeinschaften verbindliche grenzüberschreitende Unternehmensregeln aufstellen und ihre Einhaltung kontrollieren. Einzelne Länder wie Bangladesch sind zu schwach, die Regierungen zu korrupt, um die Interessen der eigenen Bevölkerung zu verteidigen. Sie befürchten, dass die Handelskonzerne in andere – billigere – Länder abwandern, wenn zu sehr auf die Einhaltung von Menschenrechten geachtet wird. Die Bundesregierung aber und die Europäische Kommission stellen eine große Wirtschaftsmacht dar. Sie können verbindliche Regeln für Unternehmensverantwortung einführen und müssen endlich transnationale Unternehmen zu einer Rechenschaft über ihr Tun verpflichten.

Gisela Burckhardt

2. Wie Discounter ihre Macht nutzen: Konzentration und Expansion im Einzelhandel

Von Gisela Burckhardt

Durch den Konzentrationsprozess im Einkauf haben große Handelshäuser und Discounter eine gewaltige Macht entwickelt, durch die sie imstande sind, im Einkauf die Preise fast nach Belieben zu bestimmen, d.h. natürlich zu drücken. Die Produzenten in Asien, Mittelamerika und Osteuropa stehen diesen großen Konzernen machtlos gegenüber. Sie geben den Druck weiter an die NäherInnen, auf deren Rücken letztlich der Kampf um die niedrigen Preise ausgetragen wird.

Im Folgenden wird die Entwicklung von Handelsunternehmen mit Fokus auf den Textilsektor und auf die Einkaufspraktiken von Discountern dargestellt werden. Zunächst wird der Konzentrationsprozess am Beispiel des Lebensmittel-Einzelhandels beschrieben, anschließend wird auf die Tendenzen im Textilsektor eingegangen. Besonderes Augenmerk gilt dabei den Einkaufspraktiken der Discounter.



Der Konzentrationsprozess in der Lebensmittelbranche

Im sog. Einzelhandel verkaufen Handelsunternehmen Waren an den Endkunden im Gegensatz zum Großhandel, der an Wiederverkäufer verkauft. Man kann den Einzelhandel nach unterschiedlichen Kriterien definieren, die wichtigsten sind:

- die Branchen (nur eine oder viele),
- die Größe der Verkaufsfläche sowie
- die Sortimentsbreite.

Man unterscheidet zwischen dem Fachhandel, der Waren aus nur einer Branche (z.B. Bekleidung) führt und dem Kaufhaus mit vielen verschiedenen Waren. Nach Größe der Verkaufsfläche lassen sich vier Kategorien unterscheiden: a) Lebensmittelgeschäfte mit Bedienung oder mit Selbstbedienung (SB) mit einer Verkaufsfläche bis zu 200 qm, b) Lebensmittel SB-Markt (Selbstbedingungs-Markt) mit einer Verkaufsfläche von 200-400 qm, c) Discounter mit einer Verkaufsfläche bis zu 1000 qm, d) Supermärkte mit einer Verkaufsfläche von 400-1.500 qm. Bei der Sortimentsbreite wird unterschieden zwischen Vollsortimenten (z.B. Supermärkte, Kaufhäuser mit bis zu 25.000 Artikeln) und Discounter (bis zu 1.500 Artikel).

Während in Italien auf 100.000 Einwohner 124 Lebensmittelläden kommen, sind es in Deutschland nur noch 50. Dies bringt automatisch für die Verbraucher einen Verlust an lokalen Produkten mit sich, das Angebot wird zu einem Standard, das überall im Land gleich aussieht. Der Anteil der fünf größten Einzelhandelsunternehmen am Umsatz der Lebensmittel lag 2003 in Italien bei 39 Prozent, in Deutschland war er

aber fast doppelt so hoch: rund 70 Prozent (Bormann, 2005, S.42 und 2007).¹ Die Großen des Einzelhandels bestimmen, was in deutschen Ländern auf den Tisch kommt.

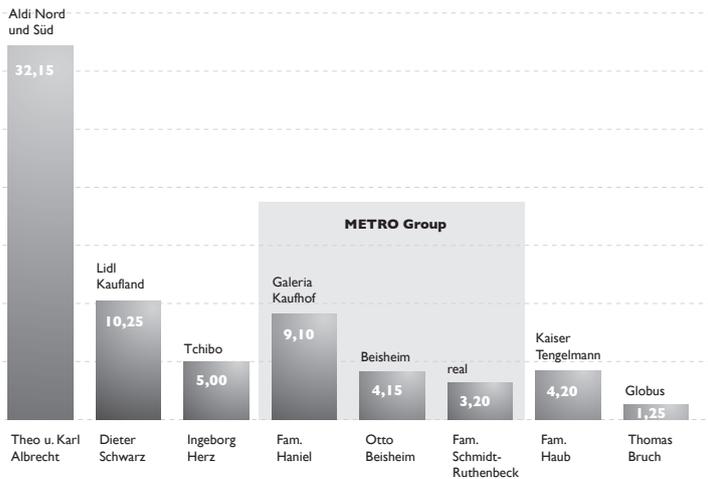
Fast drei Viertel der Deutschen kauft in Kaufhäusern ein, der Fachhandel dagegen schrumpft. Betrachtet man nun noch zusätzlich den Discountanteil am Lebensmittelmarkt, so lässt sich feststellen, dass im Jahr 2006 in Deutschland 42 Prozent des Lebensmittelhandels über Discounter lief. In England ist der Konzentrationsprozess noch einen Schritt weiter: Dort beherrschen heute die „Großen Vier“ (Tesco, Asda, Sainsbury's und Safeway) drei Viertel des Lebensmittelhandels. Der Konzentrationsprozess verlief rasant, denn 1990 beherrschten sie noch nicht einmal die Hälfte (47 Prozent) des Marktes (Action Aid, 2006).

In Deutschland haben sich die Verkaufsflächen im Einzelhandel seit 1970 fast verdreifacht (Supermärkte auf der grünen Wiese), die Zahl der Verkaufsstellen ist aber von 75.667 (1996) auf 61.460 (2005) zurückgegangen. Der Umsatz von kleineren Geschäften mit einer Verkaufsfläche unter 400 qm hat sich allein innerhalb der letzten 10 Jahre halbiert (von rund 18 Prozent 1995 auf fast 9 Prozent im Jahr 2005) (Bormann, 2007, S.17). Die Tendenz zeigt sich also bisher in einem Konzentrationsprozess: Kleinere Geschäfte müssen schließen, dafür breiten sich die Warenhäuser und Discounter mit Verkaufsflächen über 400qm aus.

Dieser Konzentrationsprozess zeigt sich auch im Gewinn nach Steuern der Einzelhandelsunternehmen, der von 9,3 Mrd. Euro im Jahr 1998 auf 11,6 Mrd. Euro im Jahr 2004 (WABE-Institut, 2007) gestiegen ist. Im Einzelhandel lässt sich viel Geld machen: Nicht umsonst stehen auf der Liste der reichsten Deutschen die Brüder Albrecht (Aldi) und Dieter Schwarz (Lidl).

Die Superreichen des Einzelhandels 2006

Angaben in Mrd. EUR



März 2007

Quelle: manager magazin Spezial, „Die 300 reichsten Deutschen“, Oktober 2006, zitiert und übernommen von verdi, Handel Nr. 4, 2006, S. 1

Negative Auswirkungen

Der kleine Lebensmittelfachhandel mit seinem Beratungsangebot – mit Ausnahme der Delikatessläden – verschwindet zunehmend, da er nicht gegen die niedrigen Preise der Supermärkte und Discounter konkurrieren kann. Die Großen verdrängen die Kleinen. Die KundInnen profitieren zwar von den niedrigen Preisen, doch gibt es auch zahlreiche negative Auswirkungen: Das Sterben der kleinen Läden verhindert eine wohnortnahe Versorgung. Zum Einkaufen benötigt man einen Wagen, für ältere Menschen ist dies ein Problem. Serviceleistungen werden bei den Discountern nicht mehr angeboten, der Kunde muss sich selber informieren. KundInnen irren oft suchend nach einem bestimmten Produkt durch die Gänge und finden kaum noch jemanden, den sie fragen können. In Zukunft wird es vermutlich mit Hilfe der RFID-Chips nicht einmal mehr Kassen geben. Dann werden die Preise der Waren im Einkaufswagen per Funk vollautomatisch beim Verlassen des Ladens erfasst und per Kreditkarte vom Konto des Kunden abgebucht.

Des Weiteren geht die Vielfalt der Angebote, insbesondere von regionalen Waren, zurück. Lokale Industrie und Landwirte verlieren ihre Absatzmärkte. Beschäftigte in den kleinen Läden verlieren ihre Ar-

beitsplätze oder diese werden in Teilzeitarbeitsplätze umgewandelt, das trifft ganz besonders Frauen (siehe hierzu den Artikel von Sarah Bormann in dieser Broschüre).

Der Expansionsprozess

Die Expansion geschieht auf mehreren Ebenen: Zum einen haben sich die Verkaufsflächen verdreifacht, wie oben beschrieben. Zum anderen vergrößern die Discounter ihre Basisartikel. Aldi begann mit 400 Artikeln, heute sind es rund 700. Schließlich expandieren die Discounter nicht nur in Deutschland (Aldi: 4.200 Läden, Lidl: 2.750 Läden, Kik: über 2.000 Läden), sondern auch im Ausland. Lidl ist in 23 Ländern mit 7.500 Filialen präsent, Aldi in 15 Ländern mit 7.299 Filialen. Aldi macht seinen größten Umsatz (55 Prozent) jedoch in Deutschland und ist hier mit Abstand der größte Discounter. Während Lidl in Deutschland nur die 2. Stelle unter den Discountern einnimmt, liegt sein Umsatz weltweit über dem von Aldi. Lidl expandierte stark nach Osteuropa und wuchs wesentlich schneller als Aldi.

Die deutsche Metro AG, das viertgrößte Handelsunternehmen der Welt, mit 2.458 Verkaufsstellen und einem Umsatz von fast 70 Mrd. US\$ im Jahr 2005 (EHI zitiert nach Wick, 2007, S.27) ist in 30 Ländern präsent (Metro Group, zitiert nach Wick, 2007, S.30). Der Konzern ist auch auf dem chinesischen Markt aktiv und betreibt dort 23 Cash & Carry Märkte (Bormann, 2005, S.46).

Entwicklung im Textil- und Bekleidungssektor

Die Umsätze in der Textil- und Bekleidungsbranche in Deutschland waren von 1996 (62,89 Mrd. Euro) bis 2004 (56,27 Mrd Euro) rückläufig und steigen seit 2005 wieder leicht an. Im Jahr 2006 betrug der Umsatz an Bekleidung und Textilien in Deutschland insgesamt 55,2 Mrd. Euro.² Daran hat der Textilfachhandel (Textil und Bekleidung) einen Anteil von 55,5 Prozent, (der Bekleidungseinzelhandel allein 50 Prozent) und der Nicht-Textilfachhandel (Kaufhäuser, Discounter, Sportgeschäfte, Versand-

handel, u.a.) 44,5 Prozent (alle Angaben aus: www.twnetwork.de, TW Studien, Marktstrukturdaten Handel, 24.11.2007).

Die folgende Tabelle zeigt den Rückgang der Ausgaben für Bekleidung und Schuhe in Deutschland seit 2001 an den Gesamtausgaben der privaten Haushalte.

Ausgabenstruktur der privaten Haushalte in Deutschland

Angaben der Gesamtausgaben in %	2001	2002	2003	2004
Bekleidung und Schuhe	5,4	5,2	4,9	4,8

Quelle: Zahlen zur Textil- und Bekleidungsindustrie 2006, Gesamtverband textil + mode, S. 3

Die Deutschen gaben 1992 für Kleidung 64 Mrd. Euro aus, 2005 aber nur noch 56 Mrd. Euro. Die geringeren Ausgaben bedeuten allerdings nicht, dass volumenmäßig weniger eingekauft wird. Das Gegenteil trifft zu. In Großbritannien hat sich das Volumen der Kleidung allein in den letzten zehn Jahren verdoppelt, die Durchschnittspreise sind aber im gleichen Zeitraum um 30-40% gefallen (Beckett 2006). Wir konsumieren also mehr, aber billiger. Es werden immer mehr Waren zu immer niedrigeren Preisen angeboten. Auf wen werden die Kosten dafür abgewälzt?

Die 32 Mio Engländer kaufen mittlerweile 30 Prozent ihrer Kleidung bei vier der größten Kaufhäuser (Tesco, Asda, Sainsbury's, Marks & Spencer) ein. Die großen Discounter zahlen bis zu 15-20 Prozent weniger für die Waren an ihre Lieferanten als die normalen Warenhäuser (ActionAid, 2007, S.16). Mit den großen Mengen, die sie abnehmen können, drücken sie massiv die Einkaufspreise. Aber auch die Warenhäuser haben sich mittlerweile Gegenstrategien ausgedacht: Sie bilden Kaufgruppen mit Unternehmen aus anderen europäischen Ländern, wodurch ihr Gewicht ähnlich stark wird wie das der Discounter. Die Lieferanten in den Entwicklungsländern geraten in immer stärkere Abhängigkeit von wenigen multinational agierenden Unternehmen und deren Importeuren. Mit immer geringeren Preisen drücken sie die Löhne. Letztendlich sind die NäherInnen in den Fabriken die Leidtragenden.

Man sollte aber nicht meinen, dass die großen Einkäufer alle aus Europa und den USA stammen. Das börsennotierte Familienunternehmen Li&Fung aus Hongkong ist der größte Beschaffer (nicht nur von Textilien) weltweit geworden. Das Unternehmen beliefert die großen Handelskonzerne Wal-Mart, Carrefour, Hiltl, Esprit und seit Herbst 2006 auch Arcandor, früher Karstadt/Quelle.

„Unsere Marge verbessert sich damit um 10 bis 15 Prozent“ gibt Einkaufsvorstand Helmut Merkel von Karstadt bekannt (Handelsblatt 27.3.2007). Das Betriebskapital würde sich laut Angaben des Konzerns um eine halbe Mrd. Euro verringern, da Li&Fung gegenüber den Lieferanten ein „längeres Zahlungsziel“ besäße, als es Arcandor oder die frühere KarstadtQuelle AG hatte. (Wikipedia, 10.10.07) Übersetzt heißt dies: Li&Fung kann die Preise noch stärker drücken und zahlt offenbar mit Verzögerung. Das ist kein Wunder, denn Li&Fung ist ein asiatischer Riese, der 70 Einkaufsbüros in 44 Ländern mit 7.000 Mitarbeitern unterhält, die gegeneinander konkurrieren müssen. „Das stärkt den Wettbewerb und die Eigeninitiative“ meint William Fung. An seiner roten Windjacke zeigt er den Journalisten, wie global sein Unternehmen arbeitet: „Das Obermaterial haben wir in Korea besorgt, der Reißverschluss stammt aus Japan, die Füllung aus China, die Gummizüge aus Hongkong und das Futter liefert Taiwan“ (Handelsblatt 27.3.2007).

Insider schätzen, dass Li&Fung eine Vermittlungsprämie von rund fünf Prozent des Umsatzes kassiert. Sein Umsatz im Jahr 2006 belief sich auf 8,7 Mrd. US Dollar, der Nettogewinn stieg im Jahr 2006 um 23 Prozent auf 282 Millionen US Dollar. William und sein Bruder Victor Fung verfügen mittlerweile über ein geschätztes Vermögen von je 2,4 Milliarden US Dollar (Handelsblatt 27.3.2007)

Schaut man nur auf die Bekleidungseinzelhändler (ohne Großbritannien), steht an 1. Stelle das schwe-

dische Bekleidungshaus H&M, an 2. Stelle das spanische Unternehmen Inditex (Zara) und an 3. Stelle das deutsch-niederländische Textilkaufhaus C&A. Ihr Jahresumsatz ist gewaltig, bei H&M lag er 2005/6 bei über 6 Mrd. Euro. In Deutschland hingegen liegt H&M an 5. Stelle unter den größten Textileinzelhändlern, nach C&A (siehe unten).

Umsätze der größten Textileinzelhändler weltweit (ohne Großbritannien)

Unternehmen	Ursprungsland	2005/6 Umsatz (Millionen Euro)
H&M	Schweden	6,128
Grupo Inditex	Spanien	5,514
C&A	Deutschland/Niederlande	4,563
Esprit	Hong Kong	1,810
Benetton Gruppe	Italien	1,481
Peek & Cloppenburg	Deutschland	1,425
Mango	Spanien	1,144
Vivarte	Frankreich	953
Grupo Cortefiel	Spanien	916
Varner Group	Norwegen	873
Charles Vögele	Schweiz	870
Etam Development	Frankreich	725
Gap	USA	662

Quelle: ECRA, 2007 S. 25

Wo kaufen die Deutschen ihre Bekleidung?

In Deutschland kauft die Hälfte aller Kunden Bekleidung teilweise bei Discontnern wie Aldi und Lidl (TextilWirtschaft 33 vom 18.8.2005). Aldi hat es geschafft, alle Käuferschichten anzusprechen, nicht nur die mit dem schmalen Geldbeutel. Zwar macht der Anteil der Textilien an allen Warengruppen der Discounter nur rund 5 Prozent aus. Aber innerhalb von 10 Jahren (1992-2002) hat der Umsatz an Bekleidung bei Aldi um 222% zugenommen (Erlinger zitiert nach Wick, 2007, S.12). Im Jahr 2005 lag der Aldi-Umsatz mit Textilien und Bekleidung bei knapp 1,1 Mrd. Euro. Mittlerweile haben die Konkurrenten (Lidl, Kik, Tchibo) nachgezogen. Die Tengelmann Gruppe (KiK und Plus) hat Aldi seit 2005 sogar im Umsatz bei der Bekleidung überrundet. Laut der von der TextilWirtschaft veröffentlichten Liste der größten Textileinzelhändler in Deutschland (2006, siehe Tabelle)

liegt Tengelmann mittlerweile an 7. Stelle vor Tchibo, Aldi und Lidl. So hat Tengelmann mit seinen 2.897 Plus- und 2.100 Kik-Filialen einen Umsatz mit Textilien von 1,27 Mrd. Euro. Andere Discounter (Aldi, Lidl, Tchibo) liegen bei rund 1 Mrd. Textilumsatz.

Der größte Textileinzelhändler ist jedoch mit Abstand Arcandor/KarstadtQuelle mit einem Umsatz von 4,2 Mrd. Euro 2006. Ihm folgen der Ottoverband mit 3,5 Mrd. Euro Umsatz und Metro (Kaufhof und Adler u.a.) mit 3 Mrd. Euro Umsatz. Auch die

Die größten Textilhändler in Deutschland 2006

Rang	Unternehmen	Umsatz in Millionen Euro		Veränderung in Prozent	Bemerkung
		2005	2006		
# 1	Arcandor/KarstadtQuelle, Essen	4207	4424	-4,9	Umsatz nicht vergleichbar, neue Schätzgrundlage. 120 Metro C+C-Filialen, 286 Real SB-Warenhäuser,
# 2	Otto, Hamburg	3548*	3650*		„Textilumsätze im Katalog- und Onlineversand im Wesentlichen mit Otto, Schwab, Heine, Witt Weiden, Baur, Sport Scheck, Frankonia, Discount24.de, Bon Prix und Frankonia. Stationär auch Castro, Witt, Bonprix, Sport Scheck, Frankonia, Heine, Witt und Baur. Wegen Minderheitsbeteiligung 2006 erstmals ohne Zara, daher Umsatz nicht vergleichbar“
# 3	Metro, Düsseldorf	3074*	3245*		„Umsatz nicht vergleichbar, neue Schätzgrundlage. 120 Metro C+C-Filialen, 286 Real SB-Warenhäuser, 85 per I.I.I. übernommene SBW Wal-Mart, 259 Extra-Verbrauchermärkte, 127 Kaufhof-Häuser und 109 Adler-Filialen“
# 4	C&A, Düsseldorf	2810	2700	4	400 C&A-Filialen
# 5	Hennes&Mauritz, Hamburg	2175	2120	2,6	303 Filialen
# 6	Peek&Cloppenburg, Düsseldorf	1496*	1453	3	88 Filialen inkl. Anson's
# 7	Tengelmann, Mülheim/R.	1274*	1244*	2,4	Textilumsätze mit 2897 Plus- und 2100 KiK-Filialen
# 8	Tchibo, Hamburg	1077*	1077*		Rund 1000 Filialen, E-Commerce und Katalogversand
# 9	Aldi-Gruppe, Essen/Mülheim/R.	1050*	1095*	-4,1	Aldi Nord mit rund 2400, Aldi Süd mit etwa 1800 Filialen
# 10	Lidl, Neckarsulm	1010	1055	-4,3	2800 Filialen
# 11	Takko, Telgte	790*	770*	2,6	850 Filialen
# 12	Klingel, Pforzheim	700	720*	-2,8	Versand per Katalog und Internet mit Klingel, Mona, Babista, Wellsana, Meyer Mode sowie 5 stationäre Einheiten
# 13	Esprit, Ratingen	650	490	32,7	117 Filialen sowie E-Commerce unter www.esprit.de
# 14	New Yorker, Braunschweig	582	513	13,5	278 Filialen
# 15	Ernsting's Family, Coesfeld	530*	460*	15,2	1240 Filialen
# 16	SinnLeffers, Hagen	500	563	-11,2	47 Filialen
# 17	Peek&Cloppenburg, Hamburg	480*	460*	4,3	27 Häuser. Neu eröffnet in Münster (9/06, 9000m²), Fläche verdoppelt im AEZ auf 6000m² (9/06), Filiale in HH-Harburg geschlossen (Sommer 06)
# 18	NKD, Bindlach	465	446	4,3	924 Filialen
# 19	Woolworth, Frankfurt	435	445	-2,2	325 Filialen
# 20	Breuninger, Stuttgart	423	389	8,7	13 Breuninger-Häuser sowie bis 12/06 Modehaus Heineemann, Düsseldorf
# 16	SinnLeffers, Hagen	500	563	-11,2	47 Filialen
# 17	Peek&Cloppenburg, Hamburg	480*	460*	4,3	27 Häuser. Neu eröffnet in Münster (9/06, 9000m²), Fläche verdoppelt im AEZ auf 6000m² (9/06), Filiale in HH-Harburg geschlossen (Sommer 06)
# 18	NKD, Bindlach	465	446	4,3	924 Filialen
# 19	Woolworth, Frankfurt	435	445	-2,2	325 Filialen
# 20	Breuninger, Stuttgart	423	389	8,7	13 Breuninger-Häuser sowie bis 12/06 Modehaus Heineemann, Düsseldorf

Quelle: Ausschnitt aus : www.twnetwork.de/unternehmenundmaerkte/twranlisten/pdf/GroesstenTextil2006

so genannten Vertikalen (H&M, C&A), die nur ihre Eigenmarke verkaufen, konnten ihren Umsatz um 2-4 Prozent gegenüber dem Vorjahr steigern und liegen bei 2,8 Mrd. Euro (C&A) und 2,17 Mrd. Euro (H&M). Der Umsatz der Fachgeschäfte hingegen hat sich von 1992-2004 auf 29 Mrd. Euro fast halbiert. Auch ihre Anzahl ist stark zurückgegangen: 1996 gab es noch über 55.000 selbständig geführte Bekleidungsunternehmen, 2005 waren es nur noch 38.000. Dennoch haben sie noch immer die meisten Kunden (55,5 Prozent der Umsätze werden noch immer im Textil-Fachhandel gemacht, s.o.) Als Konkurrent hat der Versandhandel in den letzten Jahren stark zugenommen. Mehr Kunden bestellen dort Ihre Kleidung als sie in (Multi-Label) Bekleidungshäusern wie z.B. Peek & Cloppenburg kaufen (www.twnetwork.de, TW Einkaufsstätten-Studie 18.8.2005).

Die Einkaufsstättenstudie der TextilWirtschaft (2005) kommt zu dem Schluss: Der Trend geht zur Kombination, Tabus gegenüber den Discountern gibt es nicht mehr. KundInnen wechseln heute zwischen Discount und Fachgeschäft: Das Discount T-Shirt von Aldi wird mit der Brax-Hose kombiniert, H&M Kundinnen verschönern ihr Outfit mit Lagerfeld.

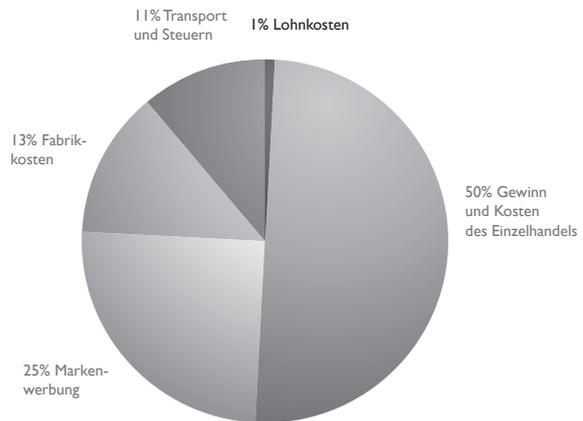
Woher kommt unsere Kleidung?

Zu ca. 90 Prozent wird die Kleidung in Ländern im Süden, insbesondere Süd- und Südostasien, Mittelamerika, einigen Ländern Afrikas sowie auch in Osteuropa hergestellt. Nach dem Auslaufen des Welttextilabkommens Ende Dezember 2004 fielen die bisher festgesetzten Exportquoten für Textilprodukte für einzelne Länder weg. Erwartungsgemäß stiegen die Exporte Chinas rasant an. 2005 wuchsen die Exporte Chinas in die USA um 47 Prozent, in die EU um 43 Prozent (Wick, 2007, S.24). Der Marktanteil Chinas an den weltweiten Bekleidungsexporten stieg von 20 auf 27 Prozent an, d.h. China produziert heute mehr als ein Viertel der weltweiten Bekleidung. Der Quotenwegfall führte zu Preisreduktionen und einem starken Konkurrenzkampf der armen Länder untereinander, die Bekleidung exportieren und deren Nationaleinkommen von

dem Export stark abhängig ist. Die WTO erlaubte allerdings bei erheblichen Marktstörungen erneute Mengenbeschränkungen gegen China-Importe. So wurden Quoten wieder neu geschaffen, die eine Einfuhr von chinesischen Importen in die EU bis Ende 2007, in andere Länder (u.a. USA) bis Ende 2008 begrenzt. Eine vollständige Liberalisierung des Textil- und Bekleidungsmarktes soll schließlich ab 2015 bestehen.

Der Konkurrenzkampf der armen Länder um die Erhaltung ihrer Bekleidungsindustrie konzentriert sich oft darauf, die niedrigsten Löhne anpreisen zu können. Betrachtet man die verschiedenen Kostenanteile hingegen aus Sicht der Einkäufer/Unternehmen, haben die Löhne am Endverkaufspreis eines Produktes nur einen Anteil von 0.5-1 Prozent, wie das Schaubild anbei zeigt. Marketing und Werbung sowie der Profit für das Unternehmen in Deutschland/Europa haben dagegen einen Anteil von ca. 25 Prozent am Endverkaufspreis. Eine Lohnerhöhung ist daher eher „Peanuts“ in den Augen der Einkäufer. Dennoch feilschen sie um jeden Cent.

Preiszusammensetzung eines T-Shirts



Das Schaubild zeigt, wie sich der Preis einer Ware insgesamt aufteilt, d.h. nur rund ca. 14 Prozent (Fabrik- plus Lohnkosten) bleiben im Land, z.B. in Bangladesch.

Interessant ist auch ein Blick auf die Kostenaufteilung, sobald die Ware verschifft wird. Vom Verlassen der Ware von der Fabrik bis zum Endverkauf an die KonsumentInnen im Laden kann sich der Preis

verzehnfachen, wie folgendes Beispiel aus Dänemark zeigt:

Preisstruktur für Kleidung (von einem dänischen Großhändler)

Preisstruktur für Kleidung	US\$
Free on Board (FOB) ³	6.44
Versicherung und Fracht etc.	0.64
Kosten Versicherung und Fracht (CIF) Preis	7.09
Zölle, Steuern u.a. Verpflichtungen (Duty) sofern vorhanden	0.85
Kosten einschl. Ausladen und Zoll	7.94
Großhandelaufschlag 35-70%	3.97
Großhandelspreis	11.91
Einzelhandel Aufschlag 200-300%	35.72
Einzelhandelspreis ohne MWST	47.63
MWST 25% (in Dänemark)	11.91
Verkaufspreis an Endverbraucher, incl. MWST	59.53

Quelle: Danish Import Promotion Programme, zitiert nach ECRA, 2007, S.27

Discounter

Was unterscheidet den Discounter von einem Supermarkt oder einem Kaufhaus? Der Discounter wird im Brockhaus folgendermaßen definiert: „Discounter – Einzelhandelsgesellschaft, das ein begrenztes, auf raschen Umschlag ausgerichtetes Sortiment von Waren dauerhaft zu niedrig kalkulierten Preisen anbietet und auf Dienstleistungen wie Bedienung, Beratung und Kundendienst weitgehend verzichtet. Um die Betriebskosten möglichst gering zu halten, werden unter anderem größere Warenmengen unter Ausschaltung des Großhandels beschafft, auf niedrige Lagerhaltung geachtet, kosten- und verkehrsgünstige Standorte bevorzugt und wenig Personal beschäftigt.“

Zusätzlich lässt sich festhalten, dass Discounter deshalb so billig sind, weil:

- das Sortiment begrenzt auf ca. 700 (Aldi) bis 1000 (Lidl) Produkte ist. Ein Supermarkt dagegen bietet ca. 25.000 Artikel an. Die Begrenzung auf weniger Artikel ermöglicht gleichzeitig den Einkauf von größeren Mengen.
- die Produkte schmucklos in Kartons in den Regalen stehen. Auf Dekoration wird völlig verzichtet.
- die Verkaufsfläche nicht so groß wie bei Super-

märkten ist. Die kommunale Verkaufsflächenregulierung begrenzt die Ansiedlung von

Unternehmen in Kommunen auf eine Fläche von max. bis zu 700 qm. Die großen Supermärkte mit riesigen Verkaufsflächen müssen deshalb auf die „grüne Wiese“ gehen.

- sie die Lagerbestände und damit die Kosten für Vorratshaltung äußerst gering halten (lean retailing).
- sie deutlich weniger für Werbung als Supermärkte oder Kaufhäuser ausgeben.
- sie beim Einkauf von riesigen Mengen die Preise ungehörig drücken und ihre Marktmacht insgesamt ausspielen können.
- sie mit „Schnäppchen“/Aktionsware die Kunden locken.
- sie beim Personal sparen (kein Service, dazu müssen die Angestellten unbezahlte Überstunden leisten für z.B. die Abrechnung der Kasse und das Putzen der Filiale). Bei Discountern beträgt der Arbeitskostenanteil an den Gesamtkosten nur 6,7 Prozent. Zum Vergleich: bei Supermärkten liegt der Lohnkostenanteil bei über 14 Prozent (WHI 2006, S. 287).
- sie die Organisation der Beschäftigten verhindern (siehe die Fälle Schlecker, Lidl, Aldi Süd und KiK) und damit die Löhne niedrig halten.

Einkaufspraktiken von Discountern

Die meisten Discounter kaufen über Importeure ein und kümmern sich oft wenig, wo die Waren herkommen und unter welchen Bedingungen sie hergestellt wird. Die Tendenz in der Bekleidungsbranche geht dahin, dass sich die großen Handelshäuser und ihre Importeure auf immer weniger ausgewählte Produzenten in wenigen sog. „strategischen“ Ländern konzentrieren und immer mehr Schritte (vom Einkauf von Waren wie Knöpfen und Reißverschlüssen bis zum Design) an diese Lieferanten auslagern. Kürzung der Lieferkette und Konzentration auf wenige Länder und Lieferanten ist das Ziel. Das bedeutet konkret, dass die Unternehmen mit ihren Lieferan-

ten immer enger zusammen arbeiten wollen. Dies kann sogar so weit gehen, dass die Unternehmen einen Teil des Kapitals ihres Lieferanten besitzen (z.B. Nähmaschinen). Adidas hat z.B. in den letzten zwei Jahren über 200 Zulieferer weltweit ausgelistet und kauft nur noch in 5-6 Ländern ein. Seit 2005 hat Aldi 80 Prozent seiner Aufträge aus der Türkei abgezogen. Tchibo will sich nur noch auf fünf strategische Länder konzentrieren.

Diese neue Tendenz führt zu einer starken gegenseitigen Abhängigkeit, wobei die Abhängigkeit des Lieferanten vom Einkäufer (Unternehmen oder Importeur) in der Regel aufgrund dessen Marktmacht größer ist als umgekehrt. Aufträge von wenigen Importeuren/Unternehmen, dafür aber mit einem großen Volumen, machen die Lieferanten extrem abhängig von ihren Auftraggebern. Aufgrund der großen Menge oder auch mehrerer Aufträge sind die Kapazitäten des Lieferanten ausgelastet, er kann keine weiteren Aufträge annehmen. Dies hat zur Folge, dass die Einkäufer die Bedingungen (Preis, Lieferzeit, u.a.) diktieren können.

Zudem liegt die Gefahr auf der Hand, dass die Lieferanten die Aufträge weiter nach unten an Sub-Lieferanten weiterreichen werden, weil sie

die Mengen in nicht so kurzer Zeit liefern können. In der Regel werden die Sozialstandards bei den Sub-Lieferanten und deren Sub-Lieferanten noch viel weniger befolgt und ihre Einhaltung wird noch weniger bis gar nicht extern überprüft. Einerseits ist es zu begrüßen, dass die Beziehungen zwischen einigen Einkäufern und ihren Lieferanten enger, vor allem zuverlässiger, werden, womit in einigen Fällen eine stärkere Verpflichtung zur Einhaltung von Sozialstandards einhergehen mag. Andererseits bringt dieser Konzentrationsprozess es mit sich, dass die Produktionskette wegen der Unterauftragnahme weniger sichtbar und transparent nach außen wird.

Viele Unternehmen und Importeure nutzen ihre ungeheure Macht, um die Lieferanten zu zwingen, billiger und schneller zu produzieren. So wurden laut einer Studie von Action Aid (2007) im Lebensmittelbereich zwei Drittel der Lieferanten der vier größten Supermarktketten Großbritanniens aufgefordert, Exklusivverträge mit nur einer Handelskette abzuschließen. Die Hälfte der Lieferanten willigte – notgedrungen – ein.

Die Einkaufspraktiken der Unternehmen weisen folgende drei Tendenzen auf: „billiger, schneller, Risiko abwälzend“:



Billiger:

- Preise werden gedrückt: Die Preise für Frauenkleidung fielen in den letzten 10 Jahren um ein Drittel. Dies geschah, obwohl in den meisten Entwicklungsländern die Produktionskosten allein schon aufgrund höherer Energiepreise gestiegen sind.
- Lieferanten wird gedroht, dass sie ausgelistet werden, wenn sie den Preis nicht reduzieren.
- Spezialrabatte und Preisabschläge werden ausgehandelt.
- Multis bilden Kaufgemeinschaften gegenüber Lieferanten. AMS (Associate Marketing Services) kauft für 8 Supermarktketten mit 40 Mrd. Pfund für 14 europäische Länder ein! (Action Aid, 2007)

Schneller:

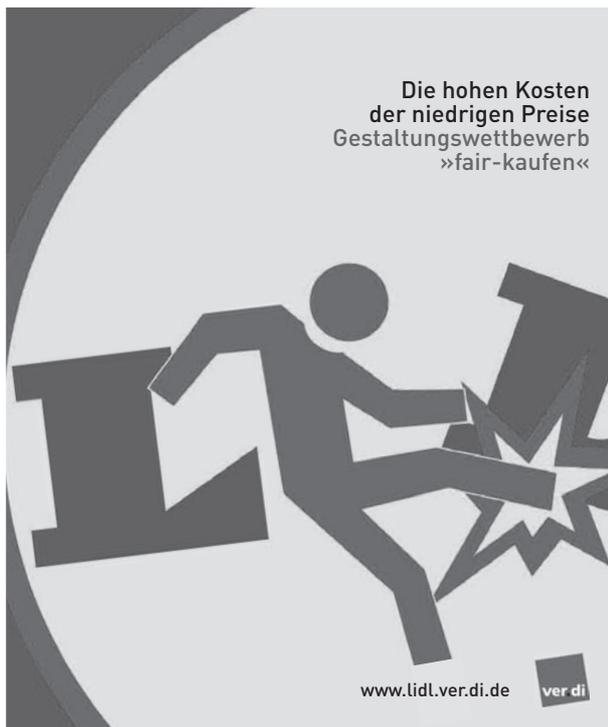
- Kollektionen wechseln immer häufiger: Früher gab es zwei Mal im Jahr einen Wechsel, heute findet er je nach Handelshaus bis zu 12 Mal im Jahr statt. Für besonders häufige Wechsel ist das spanische Bekleidungsunternehmen Zara bekannt. In dem 4-5 Wochen Produktionszyklus von Zara sind nur 10 Tage für die eigentliche Produktion vorgesehen.
- Lieferzeiten werden immer kürzer: „2003 betrug sie noch 90 Tage, 2004 schon 60 Tage, manchmal sogar 45 Tage“ klagt ein Fabrikbesitzer aus Sri Lanka (Oxfam 2004). Marokkanische Lieferanten müssen heute für das spanische Kaufhaus El Corte Ingles Aufträge innerhalb von 7 Tagen erfüllen, die Produktionszeit reduzierte sich von 2000 bis 2005 um 30%. (ECRA, 2007, S.28). Ein anderer Fabrikbesitzer aus Marokko erzählt: „Vor drei Jahren dauerte eine Standardlieferung einen Monat. Heutzutage haben wir Aufträge, wo der Lastwagen am Dienstag kommt, und am Samstag ist er schon mit der Ware zurück auf dem Weg nach Spanien“ (Oxfam 2004).
- Einkäufer können heutzutage mit Hilfe der weltweiten elektronischen Vernetzung die gesamte Lieferkette (value chain) kontrollieren. Im Internet werden Aufträge mit Hilfe von „online reverse auctions“ vergeben. Die Bieter

können dort sehen, zu welchem Preis andere anbieten, was zu einem skandalösen Unterbieten führt. In der Regel muss schnell gehandelt werden, innerhalb weniger Stunden ist ein Auftrag weg, der Lieferant kann also nicht lange kalkulieren.

Risiko abwälzend:

- Lieferanten müssen sich darauf einstellen, dass Waren je nach der Absatzlage kurzfristig geordert werden. Die Unternehmen reduzieren ihre Lagerhaltung auf ein Minimum, um Kosten zu sparen. „Quick response“ ist eine Informationstechnologie, die folgendermaßen funktioniert: Einmal in der Woche, in der Regel am Sonntag nach dem Wochenendverkauf, schickt das Unternehmen eine Bestellung an den Lieferanten, die dieser am Sonntagabend noch empfängt. Bis Mittwoch muss er dann die Ware liefern.“ (Abernathy et al 2005). Das Unternehmen spart nicht nur Lagerkapazitäten, sondern wälzt zusätzlich alle Risiken auf die Lieferanten ab (die ja Kosten für den Einkauf der Materialien haben). Immer häufiger wird es Praxis, dass das Unternehmen nur noch für den ersten Teil der Lieferung einer Ware eine Abnahmegarantie gibt, weitere Teile hängen vom Absatz ab, im Fachjargon heißt dies: ECR= Efficient Consumer Response).
- Lieferanten müssen zunehmend mehr Aufgaben übernehmen, die früher die Textilhändler ausführten. So müssen immer mehr Lieferanten Stoffe und Garne und andere Zubehöre (Knöpfe, Reißverschlüsse, etc.) selber auf eigenes Risiko einkaufen. Einkäufer können dadurch Lieferzeiten verkürzen und Kosten einsparen.

Die Einkaufspraktiken haben direkte Auswirkungen auf die Arbeitssituation der NäherInnen. Die Lieferanten geben den Druck in Form von Preisen und Lieferfristen weiter auf ihre ArbeiterInnen, die immer häufiger Nachtschichten leisten müssen, weil ein Auftrag verschifft werden muss. Überstunden sind die Regel, die gar nicht oder schlecht entlohnt werden. In Kapitel 4 werden die Auswirkungen im Einzelnen dargestellt.



„Ich habe meine Arbeiterinnen regelmäßig jede Woche ins Krankenhaus geschickt – sie litten unter Erschöpfung, wurden ohnmächtig und bekamen psychische Probleme...manchmal laufe ich auf der Straße an ehemaligen Arbeiterinnen vorbei – Ich wage nicht, sie nach ihrer Gesundheit zu fragen.“ Ehemaliger Fabrikbesitzer in Thailand (ECRA, 2007)

Für die meisten NäherInnen hat die weltweite Beschleunigung des Umsatzes und der verstärkte Wettbewerbsdruck der Lieferanten innerhalb eines Landes und zwischen den Ländern zu sinkenden Sozialstandards geführt. Discounter betreiben eine besonders aggressive Einkaufspolitik. Da sie meistens nicht direkt bei den Lieferanten einkaufen, sondern häufig Importeure dazwischen schalten, haben sie kein direktes Verhältnis zu ihren Lieferanten, können schon deshalb keine vertrauensvolle Zusammenarbeit aufbauen.

Dr. Gisela Burckhardt ist entwicklungspolitische Gutachterin und Beraterin und ist beruflich in zahlreichen Ländern Afrikas, Lateinamerikas und Asiens tätig. Sie unterstützt ehrenamtlich die deutsche „Kampagne für saubere Kleidung“.

¹ Unter den Top Fünf des deutschen Einzelhandels steht an erster Stelle die Metro Gruppe mit Real, Saturn, Mediamarkt und Kaufhof. An zweiter Stelle befinden sich die Aldi Brüder mit Aldi Nord und Aldi Süd, an dritter Stelle steht die REWE Gruppe mit dem Discounter Penny, den Fachmärkten HL und Minimal, die Drogeriekette Idea und der Verbrauchermarkt Toom. Die Edeka Gruppe und die Schwarzgruppe (Lidl, Kaufland) folgen an vierter und fünfter Stelle.

² Der Umsatz nach Absatzwegen beruht auf vorläufigen Angaben, daher vermutlich die Differenz in der Gesamtsumme zwischen 57,18 Mrd und 55,24 Mrd Euro. Beide Angaben stammen aus der gleichen Quelle

³ FOB ist der Wert der Ware nach dem Ende der Herstellung und vor Verschiffung.

3. Die Discounter Lidl und KiK

3.1 Lidl – Der Discount-Gigant

Von Evelyn Bahn



Typische Lidl Filiale - Das äußere Erscheinungsbild ist in allen Ländern gleich.

Die Jagd nach Schnäppchen und Purzelpreisen führt unwillkürlich zu dem Unternehmen, das mit dem Slogan „Gute Qualität zum billigen Preis“ wirbt. „Lidl ist billig!“ versprechen bunte Werbeprospekte mit den neuesten Angeboten für Deutschlands Schnäppchenjäger. In den vergangenen Jahren erlebte Lidl einen massiven Boom. In inzwischen 2.700 Filialen in Deutschland finden KonsumentInnen Lebensmittel und andere Artikel zu Discountpreisen, allein im Jahr 2005 kamen 200 neue Filialen hinzu.

Das Lidl-Billig-Prinzip hat nicht nur in Deutschland Erfolg, sondern auch in 23 weiteren Ländern Europas. Von Spanien bis Norwegen, von Großbritannien bis Slowenien – überall kaufen immer mehr Menschen in einer der 7.500 Filialen des Discount-Marktes mit dem gelb-blau-rotem Logo

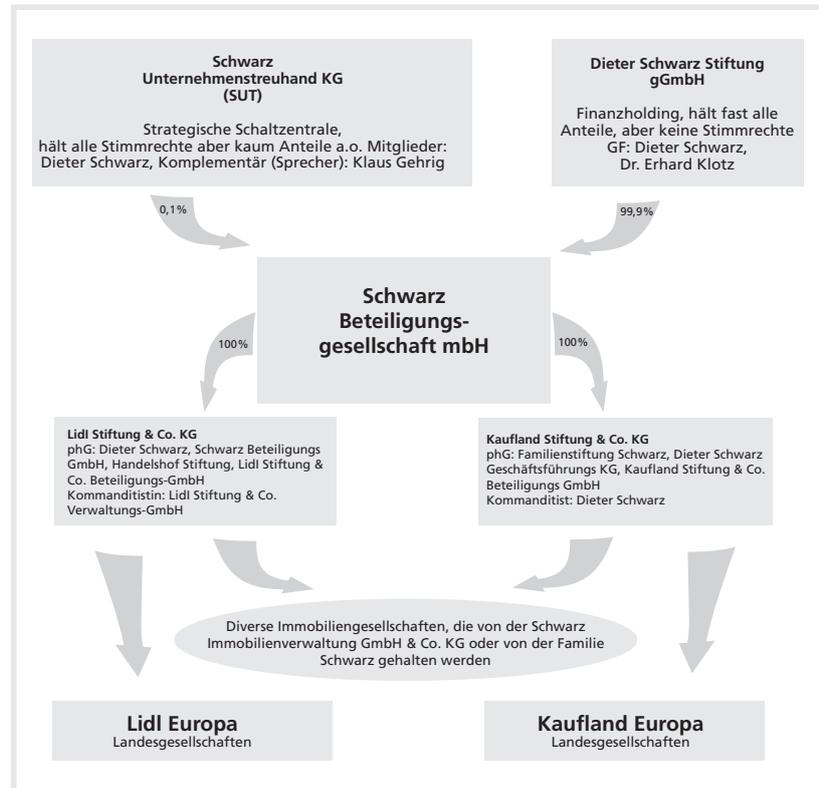
ein. In jedem Land tritt Lidl mit demselben Unternehmensdesign auf – Logo, Architektur der Filialen, Einkaufswagen, Anordnung der Produkte und Werbeprospekte unterscheiden sich, abgesehen von der Sprache, nicht. Doch nicht nur das äußere Erscheinungsbild des Discounters ist in jedem Land gleich, sondern auch hinter den Kulissen lassen sich ähnliche Strukturen feststellen. Aus allen Ländern gibt es Berichte über massive Arbeitsrechtsverletzungen in den Lidl-Filialen. VerkäuferInnen müssen zu Niedrigstlöhnen an den Kassen schuften und Überstunden stehen auf der Tagesordnung. Wollen die VerkäuferInnen ihre Rechte einfordern und beispielsweise einen Betriebsrat gründen, werden sie diskriminiert oder gar entlassen. Wie diese Studie am Beispiel der Bekleidungsindustrie zeigt, geht die Billigpreis-Politik des Discounters auch auf Kosten der ArbeiterInnen in den Produktionsländern.

Die Wurzeln des Discounters

Hinter dem Discount-Giganten steckt das Unternehmen „Schwarz“. Bereits im Jahr 1930 gründete Josef Schwarz das Südfrüchte-Großhandelsunternehmen Lidl & Co. Schon wenige Jahre nach der Eröffnung des ersten Ladens weitete Josef Schwarz sein Lebensmittelangebot auf andere Produkte aus und zog 1972 mit der Firmenzentrale zum heutigen Standort nach Neckarsulm um. Doch erst als Josef Schwarz 1977 starb und sein Sohn Dieter das Geschäft übernahm, wurde 1978 das erste Discounter-Geschäft eröffnet. Dieter Schwarz kopierte das Aldi-Konzept. Die Aldi-Brüder Karl und Theo Albrecht hatten bereits Ende der 1940er erste Discount-Läden unter dem Namen Aldi eröffnet und waren mit dem Konzept „Weniger ist Mehr“ erfolgreich. Heute ist das Schwarz-Imperium ein komplexes

Geflecht aus verschiedenen Beteiligungsunternehmen, Stiftungen und Tochtergesellschaften. Das Unternehmen ist nicht an der Börse notiert und gilt weiterhin als Familienunternehmen. Dieter Schwarz ist zwar nicht mehr im operativen Geschäft tätig, steht dem Unternehmen als Hauptanteilseigner jedoch weiterhin vor. Insider geben an, dass Dieter Schwarz weiterhin massiven Einfluss auf alle Geschäftsentscheidungen nimmt (vgl. Manager Magazin 2/2007). Die Struktur der Schwarz-Gruppe und die Gründung verschiedener Stiftungen ermöglichen es dem Unternehmen, enorme Steuererleichterungen zu erzielen. Über die Aktivitäten der Schwarz-Stiftungen ist in der Öffentlichkeit wenig bekannt. Grundsätzlich ist das Unternehmen darauf bedacht, wenig über das interne Management in der Öffentlichkeit verlauten zu lassen. Über Jahre hinweg hat es keinerlei öffentliche Kommentare durch das Unternehmen gegeben und

viele Presseanfragen blieben unbeantwortet. Erst in jüngster Zeit und durch die öffentlichkeitswirksamen Kampagnen von ver.di und Attac versuchte das Unternehmen durch Öffentlichkeitsarbeit möglichen Schaden von sich abzuwenden (Hamann u.a.: 2006).



Das Schwarz Imperium (Die Infografik stützt sich auf Informationen der „Wirtschaftswoche“ und zum Teil auf anonym zugespieltes Material. Sie wurde dem Schwarzbuch Lidl; ver.di entnommen).

Massive Gewinne zu billigsten Preisen

Je komplexer die Struktur eines Unternehmens über Tochtergesellschaften und Anteilseigner ist, desto schwieriger lassen sich Zahlen zu Profiten, Finanzen und anderen relevanten Informationen ermitteln. Dies trifft auch auf den öffentlichkeits-scheuen Discounter Lidl zu, über den es selbst in der Fachpresse zu Gewinnen und Profiten nur Schätzungen gibt. Nach Schätzungen der Lebensmittelzeitung erwirtschaftete die Schwarz-Gruppe im Jahr 2006 einen Nettoumsatz von 50,224 Milliarden Euro und belegte damit Platz 13 der weltweit 30 größten Lebensmitteleinzelhändler. Laut Lebensmittelzeitung erwirtschaftet die Schwarz-Gruppe mittlerweile 46 Prozent seines Umsatzes im Ausland. Ein Jahr zuvor lag das Unternehmen

noch auf Platz 16, verdrängte jedoch schon damals seinen größten Konkurrenten Aldi auf die hinteren Plätze. Der Aufstieg im weltweiten Vergleich basiert vor allem auf der aggressiven Expansion in andere europäische Länder in den letzten Jahren. Ein Blick auf die Umsätze der Discounter auf dem deutschen Markt zeigt jedoch, dass Lidl hier weiterhin hinter Aldi liegt.

Die sechs größten Discounter Deutschlands

Unternehmen	Umsatz 2006 in Mrd. Euro (brutto)	Umsatz 2005 in Mrd. Euro (brutto)	Zahl der Outlets 2006	Zahl der Outlets 2005
Aldi Gruppe	27,4	25,8	4.200	4.100
Lidl (Schwarz-Gruppe)	12,1	10,8	2.800	2.600
Plus (Tengelmann)	6,7	6,5	2.800	2.800
Penny (Rewe Group)	6,1	6,1	2.000	2.100
Netto (Edeka-Gruppe)	3,2	3,1	1.100	1.000
Norma Lebensmittel-filialbetrieb GmbH & Co.KG	3,0	2,8	1.200	1.200

Quelle: www.lz-net.de/rankings/

Dieter Schwarz gilt heute als drittreichster Mensch in Deutschland. Die enormen Gewinne zu billigsten Preise lassen sich jedoch nur durch den massiven Druck auf die Angestellten, Lieferanten und ArbeiterInnen erzielen. Lidl nutzt seine wachsende Marktmacht, um immer härtere Preise und Lieferfristen zu diktieren. Lieferanten und Produzenten laufen Gefahr, Aufträge zu verlieren, wenn sie den Forderungen nicht nachgeben. Um den Anforderungen des Discounters gerecht zu werden, werden Löhne der ArbeiterInnen gedrückt und Arbeitsstandards heruntergeschraubt (vgl. Kapitel 4.3.). Informationen über Stückpreise und Lieferfristen hält Lidl streng geheim und alle Manager werden der Stillschweigung verpflichtet (vgl. Furstenborg 2004: 6).

Lidl-Produkte: Pullover, Schuhe und Pauschalreisen Hauptsache billig!

Obwohl Lidl in erster Linie als Lebensmitteleinzelhändler bekannt ist, verkauft der Discounter immer mehr Non-Food-Produkte (Nicht-Lebensmittel-

Produkte). Jede Woche finden sich in den Briefkästen tausender Haushalte die bunten Werbeprospekte von Lidl mit den aktuellen Billig-Angeboten der Woche. Die so genannte Aktionsware reicht von Computern, Haushaltsgegenständen, Bürobedarf bis hin zu Kosmetikprodukten. Jede Woche finden sich auf den Wühltischen der Lidl-Filialen auch Textil- und Bekleidungsprodukte. Das Angebot reicht von allgemeiner Frauen-, Männer- und Kinderbekleidung bis hin zu spezieller Sportbekleidung, Schuhen, Bettwäsche und Handtüchern. Lidl verkauft auch Telefon- und DSL-Verträge und bietet einen Blumenliefer- sowie Fotoentwicklungsservice an. Zudem können die Schnäppchenjäger beispielsweise Pauschalreisen nach Thailand oder einen Wochenendausflug nach Rom buchen. Die Aktionswaren werden als spezielles Discount-Angebot verkauft, wechseln wöchentlich und sind somit nicht Teil des permanenten Sortiments.

Der Anteil der Non-Food-Artikel am gesamten Sortiment beläuft sich mittlerweile auf 19 Prozent, wobei der Anteil an Textilien und Bekleidung schätzungsweise ein Viertel an den Non-Food-Artikeln ausmacht. Dass immer mehr Menschen ihre Bekleidung beim Discounter Lidl kaufen, verdeutlichen auch die Textilumsätze des Unternehmens:

Geschätzter Textilumsatz der Schwarz-Gruppe

- 2005: 1055 Millionen €
- 2004: 1040 Millionen €
- 2003: 1000 Millionen €
- 2002: 750 Millionen €
- 2001: 570 Millionen €

(Quelle: www.twnetwork.de)

Während Mitte der neunziger Jahre der Discounter im Textil- und Bekleidungssektor noch den 53.

Platz der deutschen Textil- und Bekleidungsunternehmen belegte, spielt Lidl heute auf Platz 10 in der Liga der größten Unternehmen mit.

Für Lidl stellen die Aktionswaren eine zentrale Verkaufsstrategie dar, denn mit den Billigangeboten im Non-Food-Bereich erzielt Lidl einen doppelten Effekt. Zum einen lockt die Aktionsware viele KonsumentInnen in die Filialen, die dann zusätzlich Lebensmittel und weitere Produkte kaufen. Zum anderen werden Menschen zum Kauf der Aktionsware verführt, die lediglich ihren Lebensmitteleinkauf bei Lidl tätigen wollten. In jeder Lidl-Filiale führt der Weg zur Kasse an der Aktionsware vorbei. Schnell verführt der Dumping-Preis dazu, neben den Spaghettis, Tomaten, Käse und Brot auch noch ein paar Socken oder einen Flaschenöffner zu kaufen.

Expansionsbestrebungen in allen Bereichen

Kein anderes europäisches Handelsunternehmen weitet seinen Einfluss so aggressiv aus wie Lidl. Schon jetzt gibt es in 23 Ländern Filialen des Discounters und die Expansionsbestrebungen des Schwarz-Unternehmens sind ungebrochen. Auf seiner Suche nach neuen Absatzmärkten hat das Unternehmen in den vergangenen Jahren insbesondere die neuen EU-Mitgliedsländer für sich entdeckt. Auf dem osteuropäischen Markt breitet sich Lidl mit seinen Discount-Angeboten ungebremsst aus. Hier bekommt das Unternehmen durchaus erstaunliche finanzielle Unterstützung. Seit 2004 unterstützen die zur Weltbank-Gruppe gehörende International Finance Corporation (IFC) und die Europäische Bank für Wiederaufbau und Entwicklung mit mehreren Millionen Euro die Eröffnung von Lidl- und Kaufland-Filialen in Osteuropa. Der IFC gibt an, nachhaltiges privates Investment zu fördern, das zu einer Reduzierung von Armut und einer Verbesserung der Lebenssituation führe. Dass die Eröffnung von Discountern zu einer Verdrängung von lokalen Kleingeschäften und damit viele

Menschen in die Arbeitslosigkeit führt, scheint der IFC noch nicht bemerkt zu haben. (vgl. Hamann u.a.: 2006).

Nicht überall geht die Strategie des Discounters auf. Aus den baltischen und skandinavischen Ländern vermeldet das Unternehmen Schwierigkeiten. In Estland, Lettland und Litauen gab Lidl bereits Filialen auf, da sie sich nicht rentierten (vgl. manager-magazin.de, 2. Nov. 2006). Während Aldi auch auf dem australischen und US-amerikanischen Markt vertreten ist, gibt es außerhalb von Europa noch keine Lidl-Filialen. Doch das Schwarz-Unternehmen hat bereits angekündigt, mit Lidl auch auf den kanadischen Markt expandieren zu wollen.

Als Lidl sich im Jahr 2007 in die Biomarktkette Basic einkaufen wollte, ging ein Aufschrei durch die Öffentlichkeit. Aufgrund des öffentlichen Drucks wurde der Verkauf von Basic-Aktien an Lidl gestoppt. Sowohl KonsumentInnen der Biomarktkette als auch deren Lieferanten hatten eine Aufweichung von Biostandards aber auch eine soziale Verschlechterung für Lieferanten und ArbeiterInnen befürchtet.



Soziale Unternehmensverantwortung: Lidl geht den einfachen Weg!

Lidl hat sich jahrelang nicht zum Thema soziale Unternehmensverantwortung geäußert. Anfragen der Kampagne für ‚Saubere‘ Kleidung, wie das Unternehmen die Einhaltung von internationalen Arbeitsstandards sicherstellt, sind unbeantwortet geblieben. Erst im Jahr 2007 schloss sich Lidl der Business Social Compliance Initiative (BSCI) an, ohne dies in der Öffentlichkeit zu publizieren. Die in der BSCI vertretenen Einzelhandelsunternehmen haben sich einen Verhaltenskodex bezüglich der Arbeitsbedingungen entlang ihrer Produktionskette gegeben. Der Kodex bezieht sich auf die Kernarbeitsnormen der Interna-

tionalen Arbeitsorganisation und schließt darüber hinaus weitere Standards bezüglich Arbeitsstunden sowie Sicherheits- und Gesundheitsaspekten mit ein. Eine unabhängige Kontrolle des Kodexes durch lokale Gewerkschaften und Nichtregierungsorganisationen findet nach Erfahrungen der Clean Clothes Campaign nicht statt. Die Kampagne für ‚Saubere‘ Kleidung kritisiert zudem das intransparente Vorgehen der BSCI. Ergebnisse von Sozialaudits werden nicht offen gelegt und auch zu den Fragen Preis und Lieferfristen gibt es keine Informationen. Lidl versucht sich somit ein Feigenblatt anzulegen. Von einem wirklichen Engagement zur Verbesserung der Arbeitsbedingungen in den Produktionsländern kann nicht gesprochen werden.

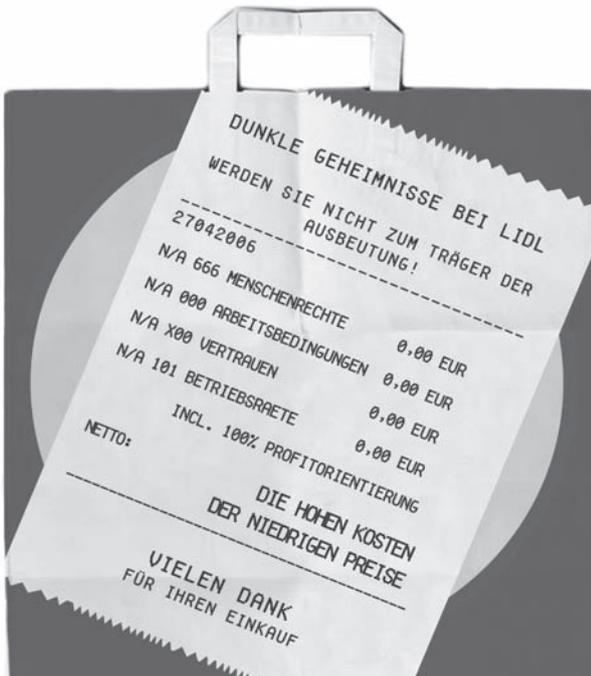


Lidl im Fokus der kritischen Öffentlichkeit

Die katastrophalen Arbeitsbedingungen in den Lidl-Filialen sind nicht unbemerkt geblieben. Im Jahr 2004 startete ver.di eine Kampagne, um auf die Situation der VerkäuferInnen aufmerksam zu machen und bemühte sich, Betriebsräte in Filialen zu gründen. Mit dem „Schwarzbuch-Lidl“ erregte ver.di bundesweit Aufmerksamkeit und überall wurden kritische Stimmen laut. Auch in vielen anderen europäischen Ländern sprachen Gewerkschaften die ausbeuterischen Arbeitsbedingungen bei dem Discounter an. Neben den Gewerkschaften wurden zudem die kritischen Stimmen von Menschenrechts- und Umweltschutzorganisationen sowie sozialer Bewegungen lauter. In Deutschland startete Attac in enger Kooperation mit ver.di eine Kampagne, die

auch auf die Arbeitsrechtsverletzungen entlang der Lieferketten von Nahrungsmitteln und Non-Food-Produkten aufmerksam machte. Auch in vielen anderen europäischen Ländern regt sich der Widerstand gegen den Discount-Giganten Lidl. Menschen in allen Ländern kritisieren die aggressive Expansions- und Preispolitik auf Kosten der ArbeiterInnen weltweit.

Evelyn Bahn ist diplomierte Politikwissenschaftlerin und arbeitet beim INKOTA-netzwerk als Campaignerin zum Thema Arbeitsstandards in der globalen Textil- und Bekleidungsindustrie. Für die deutsche Kampagne für ‚Saubere‘ Kleidung koordiniert sie die Eilaktionen.



3.2 Für wen stimmt der Preis bei KiK?

von Gisela Burckhardt



Das Rot sticht ins Auge, Rot ist überall. Knallbunt und trostlos – das ist ein KiK-Laden. Der Raum ist voll mit dicht bepackten Kleiderkarussellen, auf jedem Karussell steckt ein großes rot-gelbes Schild mit der Aufschrift „Der Preis stimmt“. Nicht die Ware soll anziehen, sondern der Preis – das ist die Geschäftspolitik von KiK. Kinderjeans für 4,99 Euro oder Damenshorts für 1,99 Euro hängen gedrängt auf Bügeln. Und damit die Kunden es auch wirklich kapieren, hängen von der Decke noch mal zahlreiche Schilder mit dem roten T-Shirt-Maskottchen von KiK und dem Text auf gelbem Band „Der Preis stimmt“.

Fragt sich, für wen der Preis stimmt. Auch für die Näherin in Bangladesch? Auch für die Verkäuferin

bei KiK? Auf wessen Rücken werden die „stimmen- den“ Preise bestimmt?

KiK ist eine Tochter von Tengelmann

KiK steht für „Kunde ist König“ und wurde 1994 von Stefan Heinig (45), Vorsitzender Geschäftsführer und Gesellschafter, gegründet. Der Textildiscouter ist ein Tochterunternehmen der Tengelmann-Gruppe, zu der auch die Handelsketten Plus und Kaiser´s, die amerikanische Tochter A&P sowie der Baumarkt Obi gehören. Die Tengelmann Holding gehört dem Familienclan Haub und ist eines der ältesten deutschen Handelsunternehmen, das 2007 sein 140. Firmenjahr feierte. Die Familie Haub

ist mit einem Privatvermögen von 4,2 Mrd. Euro (2006, siehe die Grafik auf S. 9) eine der reichsten Familien Deutschlands. Vater Erivan lebt auf einer Ranch in Wyoming in den USA. Von den drei Söhnen Karl Erivan, Christian und Georg ist nur ersterer voll im operativen Geschäft. Der ehemalige McKinsey-Berater führt die Geschäfte bei Tengemann, wo 2005/06 ein Umsatz von 25,7 Mrd. Euro verbucht wurde. Während es Probleme bei den Lebensmittelketten Plus und Kaiser´s gibt, blüht beim Textildiscounter KiK das Geschäft.

Umsatz und Läden

Der KiK Umsatz stieg, laut der jährlich von der Textilwirtschaft erstellten Rangliste der größten Textileinzelhändler in Deutschland, im Jahr 2006 auf 1,27 Mrd. Euro, ein Plus von 2,4 Prozent gegenüber dem Vorjahr. 80 bis 90 Prozent des Warenangebots sind Textilien, davon ein großer Teil für Kinder. Der Rest sind non-food-Artikel wie Spielwaren, Accessoires oder Kosmetika, die nicht auf der Webseite erscheinen, sie sind letztlich nur Beiwerk. Sie sind zum Teil auch lästig, so z.B. Elektroartikel, denn die müssen laut Gesetz gesondert entsorgt werden. Das stört KiK, O-Ton: „Wir möchten Sie jedoch freundlich darum bitten, alte Geräte nicht in unsere Filialen zurück zu bringen, da diese Artikel in jeder Stadt oder Gemeinde bei Sammelstellen kostenlos abgegeben werden können.“

KiK´s Ziel ist es, jährlich 300 zusätzliche Filialen zu eröffnen, was dem Billigdiscounter offensichtlich auch gelingt. KiK hatte schon im zweiten Jahr nach seiner Gründung 225 Filialen und verfügt mittlerweile über mehr als 2000 Filialen in Deutschland und 240 Filialen in Österreich. Zum Vergleich: Discounterkönig Lidl hat 2750 Läden in Deutschland. Im Jahr 2007 ging KiK auch nach Slowenien und Tschechien, die Schweiz ist ebenfalls im Visier. Zwischen 2000 und 2005 verdreifachte sich die Zahl der Filialen. „Wir eröffnen jeden Tag eine neue Filiale“ wird von der Pressesprecherin von KiK verkündet. Bevorzugte Lagen sind Stadtränder und Kleinstädte, wo die Ladenmieten billig sind. KiK ist Deutschlands expansionsstärkstes Unternehmen. Das Geschäft mit der „Geiz ist geil“ Haltung wächst und gedeiht.

Um die Anzahl seiner Filialen auf 3000 erhöhen zu können, musste KiK sein Logistikzentrum in Bönen,

wo auch die anderen Discounter Takko und Woolworth ihre Lager haben, ausbauen. 2006 wurde dort ein Lager mit 41.000 Palettenstellplätzen geschaffen. Das 34 m hohe Hochregallager wird vollautomatisch ohne Personal betrieben und kann täglich über 100 Be- und Entladungen mit funkgesteuerten Fahrzeugen vornehmen.

Wer kauft bei KiK?

Ganz offensichtlich kümmert es die Konsumentin oder den Konsumenten nicht, unter welchen Bedingungen die Kleidung hergestellt und verkauft wird. Kaum jemand scheint sich zu fragen, warum die Ware so billig angeboten wird. Laut einer Studie, die im Auftrag von TextilWirtschaft 2005 durchgeführt wurde, gibt es immer weniger Tabus bei der Wahl der Einkaufsstätten. Kunden kombinieren Discounter Ware mit Designer-Labels. Nicht nur Hartz IV Empfänger kaufen bei KiK, sondern auch diejenigen, die sich teure Waren leisten können. Geiz ist eben in Mode. In einem Interview mit der Berliner Morgenpost (vom 16.9.2007) antwortete der sonst die Medien meidende Gründer von KIK, Stefan Heinig, auf die Frage, wer bei ihm einkaufe, salopp: „Sparer und Clevere“. Die Frauenzeitschrift „Brigitte“ ermittelte kürzlich in einer Umfrage, dass jede fünfte Frau ihre Oberbekleidung vor allem bei Textildiscountern einkauft. KiK wirbt mit dem Slogan „Kleidung clever kaufen!“ Im Umkehrschluss heißt dies: Alle anderen, die teurer einkaufen, sind eben blöd! Das einzige, das zählt, ist ein niedriger Preis. Warum die Ware so billig ist, wird nicht verraten. VerbraucherInnen werden nicht aufgeklärt, sie können nur vermuten, dass bei einem solch niedrigen Preis irgendwo gespart werden muss (vgl. Bode, 2007).

Offensichtlich geht das Konzept auf: Die Tengemann Gruppe ist mit ihren Textilverkäufen in den Ketten Plus und KiK inzwischen Deutschlands siebtgrößter Textileinzelhändler und liegt damit kurz hinter Peek & Cloppenburg.

Wie kann KiK so billig verkaufen?

Die Werbung verheißt, dass sich jeder Kunde für 30 Euro komplett beim Textildiscounter einkleiden kann. Das Konzept dahinter: Keine Bedienung, so wenig wie möglich feste Arbeitsplätze, niedrigste Bezahlung derjenigen, die dort arbeiten, Stundenlöhne für

Aushilfen, die unter fünf Euro liegen, Auszubildende, die als Arbeitskräfte missbraucht werden sowie Behinderung gewerkschaftlicher Aktivitäten durch das Management, uvm. Dazu kommen weitere Kosteneinsparungen durch eine günstige Lage der Filialen (nicht in teuren Shoppingzentren), keine Dekorationen, ein schlichtes Sortiment. Dazu Geschäftsführer Heinig (Berliner Morgenpost, 16.9.2007): „Das kleine Schwarze für den Abend suchen Sie bei uns vergebens.“ Und auch: „Bei uns gibt es keine Klimaanlage.“ Und angesprochen auf die vielen unbezahlten Überstunden, die seine MitarbeiterInnen machen müssen, antwortet Heinen: „Das ist die Ausnahme. Außerdem habe ich für dieses Unternehmen schon so viel gearbeitet, dass ich auch was von meinen Mitarbeitern verlangen kann.“

KiK spart auch durch die Ausschaltung von Zwischenhändlern. Die Waren werden direkt bei den Fabriken in Asien bestellt. Dort in China, Indien und Bangladesch werden die Arbeitsrechte in noch größerem Maße als hier mit Füßen getreten.

Marketingkonzept

KiK wirbt im Fernsehen, wo das T-Shirt-Maskottchen mit gequetschter Stimme die Billigware anpreist. Hauptzielgruppe sind Frauen und Kinder, denn letztere werden als Käufergruppe immer wichtiger. KiK betont im TV-Spot seine Größe (bald 2.500ste Filialeröffnung) und den Spottpreis seiner Waren. Da kosten die Damen-Fleecejacke und die Kinder-Skilatzhose jeweils 4,99 Euro, so viel wie ein Pfund Kaffee. Das T-Shirt (1,99 Euro) weniger als ein Brot.

Menschen mit Migrationshintergrund, eine Käufer-schicht mit oft schmalem Geldbeutel, werden von KiK ganz gezielt angesprochen. So verteilt KiK Prospekte in russisch und übersetzt seine Webseite in tschechisch, slowenisch, türkisch und russisch.

Sportsponsoring

Seinen Bekanntheitsgrad versucht KiK auch über ein gezieltes Sport Sponsoring zu erhöhen. Den Bundesliga-Fußballverein Werder Bremen hat KiK

einst mit Trikots ausgestattet; inzwischen hat KiK ihm den Rücken gekehrt. War er zu teuer? Offiziell begründete KiK diesen Schritt damit, dass das Unternehmen seine Marketingstrategie an die „wirtschaftlichen Gegebenheiten“ anpassen müsse. Seit Sommer 2007 lauten diese: Ausstattung der Spieler von VfL Bochum und Hansa Rostock mit Trikots. Die stellen vermutlich nicht so hohe Ansprüche. Aber das ist nicht alles. KiK hat sich von der Spezial Media Agentur Mediascale ein neues Produktmarketing entwickeln lassen. Mediascale soll nicht nur die Markenbotschaft transportieren, sondern präsentiert eine komplette Internetseite, den KiK-shop, für das Unternehmen. Dort kann jede Amateurfußballmannschaft für rund 100 Euro alle seine Spieler mit Trikots, Sporttasche und Ball ausstatten, natürlich immer mit KiK auf der Brust.

Betriebsräte? Unbekannt

Personal ist teuer, also muss man davon so wenig wie möglich haben. Dennoch beschäftigt KiK immerhin 14.000 MitarbeiterInnen. Dort, wo es ohne Menschen nicht geht, nämlich in den Läden, arbeitet KiK vor allem mit Auszubildenden und Aushilfen. „Die sind billig und wehren sich nicht“, sagt Malene Volkers, Einzelhandelsexpertin von ver.di in einem Bericht der Zeitschrift „Stern“ über KiK (4.5.2007). Deshalb gibt es nicht einen einzigen Betriebsrat bei KiK in Deutschland, denn bevor ein solcher sich auch nur bilden kann, werden die Angestellten entlassen. Die MitarbeiterInnen von KiK in Österreich können davon ein Lied singen, denn dort ist es nach einem langen Arbeitskampf gelungen, einen Betriebsrat zu gründen. Die österreichische Gewerkschaft für Privatangestellte (GPA) hatte KiK im Laufe des Kampfes Stasi-Methoden vorgeworfen, erreichte aber letztlich die Schaffung eines Betriebsrates (siehe Artikel in dieser Broschüre).

Anzeige gegen KiK wegen Lohnwuchers

Um Fachkräfte einzusparen, kann bei KiK ein Lehrling schon nach rund einem Jahr die Leitung einer Filiale übernehmen – zu einem Mindestlohn von 750 Euro monatlich. Unterstützung bekommt er von ein paar Aushilfen, die mit einem Stundenlohn von unter fünf Euro zurechtkommen müssen.



Wer bei KiK als Aushilfskraft beginnt, fängt mit einem Stundenlohn von 4,50 Euro an, so die TAZ (2.6.2007). Die Gewerkschaft ver.di hat im Oktober 2007 Klage gegen KiK wegen Lohnwucher bei der Staatsanwaltschaft Duisburg eingereicht. Eine KiK-Mitarbeiterin, die seit sechs Jahren in der Styruer Filiale arbeitete, erhielt als Stundenlohn nur 5,20 Euro und zudem hatte sie keinen Anspruch auf bezahlten Urlaub. Der Tariflohn einer Verkäuferin im sechsten Berufsjahr beträgt dagegen 12,30 Euro. Selbst ein nicht tarifgebundenes Unternehmen wie KiK darf laut Rechtsprechung höchstens um ein Drittel unter dem Tariflohn bleiben, das wären 8,21 Euro. Deshalb erstattete ver.di Strafanzeige gegen KiK Geschäftsführer Stefan Heinig.

Die Azubis bei KiK müssen auch die Toiletten putzen und den Laden abends staubsaugen – so lässt sich gleich das Putzpersonal einsparen. KiK hat gemerkt, dass sich Auszubildende hervorragend ausbeuten lassen, deshalb hat das Unternehmen die Zahl der Azubis von 750 im Jahr 2006 auf 1100 im Jahr 2007 erhöht. Im O-Ton KiK lautet das so: „Die Nachwuchsförderung liegt uns sehr am Herzen, da wir in unseren eigenen Nachwuchs große Hoffnung und viele Erwartungen stecken.“

Ausbeutung auf dem Rücken der NäherInnen

Nicht nur auf dem Rücken von weiblichem Personal hier in Deutschland – Frauen stellen einen hohen Anteil in den Läden – macht KiK seine Geschäfte, sondern auch auf dem Rücken der Tausenden von NäherInnen in den Zulieferfabriken von KiK in Bangladesch und anderswo. Über 100 MitarbeiterInnen von KiK kümmern sich vor Ort um den Einkauf, beobachten, wo Fabriken Restposten von Markenfirmen nicht mehr loswerden und kaufen diese zu Spottpreisen auf oder drücken ohne Rücksicht auf die Menschen vor Ort die Preise auf die schlimmste Weise. Zwar besitzt KiK einen so genannten Verhaltenskodex. Er nennt allerdings nur einige international anerkannte Sozialstandards und ist gemessen an den Verhaltenskodizes anderer Unternehmen eher dünn. Vor allem aber erklärt KiK nicht, ob und wie das Unternehmen die Einhaltung der Sozialstandards überprüft. Papier ist geduldig. Alle größeren Unternehmen haben sich inzwischen einen Verhaltenskodex zugelegt, doch ist die Umsetzung bei den Lieferanten meilenweit von den Vorgaben entfernt. In dieser Broschüre werden die massiven Arbeits- und Menschenrechtsverletzungen der KiK Lieferanten in Bangladesch beschrieben.



4. Bangladesch: Arbeitsrechtsverletzungen bei den Lieferanten von Lidl und Kik

4.1. Die Bekleidungs- und Textilindustrie Bangladeschs

Von Dirk Saam



Bangladesch - Gegenwärtige Situation

Bangladesch wird in der deutschen Öffentlichkeit wenig wahrgenommen. Allenfalls wenn der sommerliche Monsun für verheerende Überschwemmungen sorgt oder ein Führungsglück zu beklagen ist, fällt der Blick auf das Land im Ganges-Delta – zuletzt im November 2007, als dem Wirbelsturm „Sidr“ 3.500 Menschen zum Opfer fielen.

Bangladesch zählt zu den fruchtbarsten Ländern der Erde. Das Land lebt von seiner Landwirtschaft.

Auf 80 Prozent der landwirtschaftlichen Fläche wird Reis angebaut. Dazu kommen Weizen, Gerste, Mais, Kartoffeln, Hülsenfrüchte, Bananen und Mangos. Dennoch leiden etwa 35 Millionen Menschen des 145 Millionen Einwohner zählenden Landes unter chronischem Hunger. Trotz bemerkenswerter Entwicklungserfolge ist die soziale und wirtschaftliche Verwundbarkeit, insbesondere von Frauen, noch immer vorherrschend. In der patriarchalisch strukturierten Gesellschaft werden Frauen nicht als politische und wirtschaftliche Akteure angesehen. Doch in Wirklichkeit leisten Frauen einen bedeut-

samen Beitrag zur wirtschaftlichen Entwicklung des Landes. Neben der zunehmenden Integration von Frauen in wirtschaftliche Prozesse in ländlichen Gegenden hat sich vor allem die Bekleidungs- und Textilindustrie zu einem Wirtschaftszweig entwickelt, der vornehmlich Frauen Arbeitsplätze zur Verfügung stellt.

Sozio-ökonomische Auswirkungen

Die Bekleidungsindustrie beschäftigt in ihren 3.500 Fabriken knapp 2 Millionen Menschen, etwa 85% davon sind junge Frauen. Die jungen Frauen stammen zumeist aus ländlichen Gebieten und gehören zur unterhalb der Armutsgrenze lebenden Bevölkerung. Viele von ihnen haben keine oder eine geringe Schulbildung. Aufgrund des Arbeitsplatzmangels in den ländlichen Regionen sind sie gezwungen in die Städte zu ziehen, um dort Geld zu verdienen. Trotz größtenteils miserabler Arbeits- und Sozialstandards bietet die Bekleidungs- und Textilindustrie für die Frauen die einzige Möglichkeit, ein Einkommen zu erzielen. Viele können mit diesem Einkommen dazu beitragen, das Überleben ihrer Familien zu sichern. Für viele ist es ein Weg, der Einkommensarmut zu entfliehen. Auch für junge Witwen, Verstoßene oder Waisen, die einen Großteil der weiblichen Arbeitnehmerschaft ausmachen, bietet die Bekleidungsindustrie eine Möglichkeit, Geld zu verdienen – auch wenn der Lohn für Frauen,

bei gleicher Qualifikation und Arbeit, noch immer um 28% niedriger ist als der für Männer. Mit ihrem eigenen Verdienst verändert sich auch das Gesellschaftsbild der Frau. Ökonomische Unabhängigkeit von den Ehemännern oder Vätern trägt nach und nach zu einer Gleichberechtigung der Geschlechter bei. Frauen haben die Möglichkeit an Entscheidungsprozessen über die Einkommensverwendung teilzunehmen. Ein Vorgang, der in einer patriarchalisch strukturierten Gesellschaft noch immer in weiten Teilen des Landes unmöglich ist.

Ökonomische Auswirkungen

Bangladesch kann seit 1990 ein spektakuläres Wachstum im Bereich Bekleidung und Textilien verzeichnen. Lag der Wert der Exporte 1990 noch bei 600 Millionen US-Dollar, stieg er bis 2006 auf knapp 8 Milliarden US-Dollar. Grund: Bangladesch gehört zu der Gruppe der ärmsten Länder der Welt und durfte in der Vergangenheit und unter bestimmten Bedingungen zollbegünstigt und ohne Mengenbeschränkung Kleidung nach Europa und in die USA ausführen. Bei anderen Ländern hingegen hatten die Großabnehmer im Einklang mit dem Welttextilabkommen der Welthandelsorganisation (WTO) die Einfuhr durch Quoten beschränkt. Diesen Handelsvorteil konnte Bangladesch nutzen, um sich im Schatten der Textilriesen China, Indien und Hongkong auf dem Weltmarkt zu etablieren.



Im Zuge dieser bevorzugten Behandlung konnte Bangladeschs Bekleidungsindustrie in den Bereichen Arbeitsplätze, Investitionen, Exporteinnahmen und Beitrag zum Bruttoinlandsprodukt enorme Wachstumsraten erzielen. Die 100%ig export-orientierte Industrie hat den Inhalt und die Zusammensetzung des Exportwarenkorbs Bangladeschs in den vergangenen Jahrzehnten grundlegend verändert. Zu Beginn der 70er bestand der Exportwarenkorb zu 90% aus Rohjute und Juteprodukten. Mittlerweile macht die Textil- und Bekleidungsindustrie 76% des Gesamtexportvolumens Bangladeschs aus. Be-

trachtet man die in den Exportstatistiken auf Platz zwei und drei stehenden Produkte (tiefgefrorene Fischereierzeugnisse mit 7% und Jute mit 5%) erkennt man die Dominanz der Bekleidungsindustrie. Man realisiert aber auch die Abhängigkeit des Landes von dieser Industrie und die Gefahr, die das Ende des Welttextilabkommens und damit der bevorzugten Behandlung für Bangladesch darstellen kann. Am 31. Dezember 2004 lief das Welttextilabkommen aus. Bangladesch sieht sich seitdem in direktem Konkurrenzkampf mit „großen“ Textilexporturen wie Indien und Hongkong. Die Ausnahme: Exporte aus China unterliegen weiterhin Quoten – bis 2008 für den europäischen und bis 2009 für den US-amerikanischen Markt. Eine Schonfrist für Bangladesch?

Bangladesch nach Auslaufen des Welttextilabkommens

Entgegen aller düsteren Voraussagen brach die Bekleidungsindustrie Bangladeschs nach Auslaufen des Abkommens und der bevorzugten Behandlung nicht zusammen. Schließungen von Fabriken und Entlassungen von Arbeiterinnen waren nicht zu beobachten. Im Haushaltsjahr 2003/2004 (Juli 2003-Juli 2004) lagen die Exporteinnahmen aus der Bekleidungs- und Textilindustrie bei 7,6 Milliarden US-Dollar. Im folgenden Haushaltsjahr, welches die ersten sechs Monate nach Einführung der Quotenfreiheit beinhaltet, stieg dieser Wert um eine weitere Milliarde – ein Wachstum von 19%. Im Haushaltsjahr 2005/2006 lag das Wachstum gar bei 23,5%. Auch im Haushaltsjahr 2006/2007 konnte weiteres Wachstum verzeichnet werden. Was sind die Gründe?

Einigen bangladeschischen Unternehmern ist es gelungen, langfristige Handelsbeziehungen mit Einkäufern aus den USA und Europa aufzubauen. Überdies konnten teilweise Modernisierungen innerhalb der Fabriken (Nutzung von Informationstechnologien, innovative Managementstrukturen) die Produktivität erhöhen. Auch hat sich in ausgewählten Fabriken die Qualität der Produkte verbessert, da ArbeiterInnen besser qualifiziert sind – ein Ergebnis, das in den meisten Fällen durch „learning by doing“ erzielt wurde. Doch sind diese „Vorzeigefabriken“ eher selten. In

den meisten Fabriken werden Arbeitsrechte massiv verletzt. So ist das extrem geringe Lohnniveau der Hauptgrund, dass Aufträge durch Einkäufer aus der EU und den USA nicht verloren gingen. Niedrige Lohnkosten machen es für die Einkäufer attraktiv, weil billig, weiterhin in Bangladesch produzieren zu lassen – zu Lasten der ArbeiterInnen, die mit diesen Löhnen kaum ihren Lebensunterhalt bestreiten können. So war kurz nach Ablauf des Abkommens zu beobachten, dass NäherInnen vermehrt eine hohe Zahl an Überstunden leisten und sieben Tage in der Woche arbeiten mussten. Aus Furcht die Arbeit zu verlieren, nahmen viele ArbeiterInnen dies ohne Klagen hin.

Bangladesch – auch nach Auslaufen des Welttextilabkommens wettbewerbsfähig? Davon kann nicht ausgegangen werden. Der marktmächtige Konkurrent China unterliegt noch Quoten, die ab 2008 nach und nach aufgehoben werden. Die USA und die EU haben diese Quoten für China verlängert, um ihre einheimische Produktion gegenüber Massen-Importen aus China zu schützen. Seit Juli 2005 – also ein halbes Jahr nach Auslaufen des Welttextilabkommens – sind diese so genannten China-Schutzklauseln rechtswirksam. Für Bang-



Rina, ehemalige Näharbeiterin

ladesch bedeutete dies, dass lediglich die Zeit von Januar bis Juli 2005 als Phase bezeichnet werden kann, in dem das Land in einem freien Wettbewerb mit China konkurrierte. In dieser Zeit stieg das Exportvolumen Chinas in die EU wertmäßig um 40% und mengenmäßig um 34%. Ein noch höheres Wachstum konnte China in den USA verzeichnen. Die günstigen Zahlen des Haushaltsjahres 2004/2005 (Juli 2004-Juli 2005) verdecken, das am Ende des Kalenderjahres 2005 Bangladeschs Textilexporte in die EU von knapp 4 Milliarden auf 3,7 Milliarden US-Dollar zurückgingen, eine Verringerung um 5,1%. Bangladesch erstarkte erst wieder im ersten Halbjahr 2006 – dank der Schutzklauseln. Zudem konnte im 1. Halbjahr 2005 beobachtet werden, dass die Stückpreise der Waren aus Bangladesch in die EU um über 15% sanken. Obwohl Bangladesch seine Exporte in diesem Zeitraum um 7,7 Prozent steigern konnte, nahm durch Preissenkungen ihr Wert um 7,5 Prozent ab. Bangladesch musste also mehr exportieren, um mehr

oder weniger die gleichen Einnahmen des Vorjahrs zu erzielen. Statt den Wegfall der Quotenprämie für eine Erhöhung der Löhne zu nutzen, wurden die Lieferanten von den großen europäischen und amerikanischen Handelshäusern zu niedrigeren Preisen gezwungen.

Überdies steht zu befürchten, dass Großabnehmer ihre Handelspolitik zuungunsten Bangladeschs verändern könnten. Die USA als größter Abnehmer von Webwaren aus Bangladesch haben seit 2000 im Rahmen von Freihandelsabkommen vor allem karibischen Textilexporteurern, die in engem Wettbewerb mit Bangladesch stehen, den Zugang zu amerikanischen Märkten erleichtert. Ergebnis des verschärften Wettbewerbs: Ein Null-Wachstum des Textilhandelsvolumens Bangladeschs mit den USA zwischen 2000 und 2001 und die Entlassung von 300.000 ArbeiterInnen. Im Jahre 2002 hatte sich die Lage zwar stabilisiert, jedoch kann mit dem Ablauf des Welttextilabkommens, des

Farida¹

„Mein Ehemann war bereits verheiratet und hatte ein Kind, als er mich heiratete. Ich wusste nichts über die frühere Frau, weil er all das geheim hielt. Später hat er noch eine dritte Frau geheiratet ohne meine Einwilligung. Als ich protestierte, schlug er mich. Mein Mann, seine ganze Familie hat mich gequält, richtig körperlich, und haben Druck auf ihn ausgeübt, mich zu verlassen. Mein Mann misshandelt mich immerzu. Oft gibt er mir kein Geld für den Haushalt. So ist es für mich und meine Kinder ganz natürlich zu hungern. Ich wünschte, ich könnte mir genug verdienen für Miete, Nahrung und die Schulkosten meiner Kinder, obwohl, wenn beide arbeiten, sind die Kinder allein, und sie haben Angst.

Mein Mann verdient nur zwischen hundert und hundertfünfzig Taka (1,- bis 1,50 EUR) am Tag. Es ist schwierig, davon Nahrungsmittel

und Kleidung zu kaufen und die Schulgebühren der Kinder aufzubringen. Es reicht nicht einmal immer für die Nahrungsmittel. Wenn mein Mann krank ist, bleibt bei allen der Bauch leer. Ich kann nicht zum Arzt gehen, nicht einmal, wenn es ernst ist. Medizin ist ein andres großes Problem. Beide Kinder sind in die Schule eingeschrieben, aber die Gebühren für die Prüfungen (240 Taka) konnte ich in den letzten drei Monaten nicht bezahlen. Zwei Monate bin ich arbeitslos, ich habe um Arbeit an jede Tür geklopft, vergebens. Ich lebe in einem einzigen Wellblechzimmer (4x4 m). In dem Haus sind vier Kochstellen, zwei Toiletten und zwei Waschräume für 13 Familien.

Ich verbringe viele Tage und Nächte auf der Straße. Ich weiß, was Hunger ist. Ich kann nichts andres tun, als irgendeine Arbeit in einer Fabrik oder als Haushilfe anzunehmen. Ich denke nicht an die Zukunft. Die Zukunft ist finster.“

¹ Name wurde von der Redaktion geändert

Fallens der Schutzklauseln für China ab 2008 und der einhergehenden Umstrukturierung der Handelspolitik der Großabnehmer Bangladesch zum Verlierer werden. Die bisher nicht eingetretenen Berechnungen des Entwicklungsprogramms der Vereinten Nationen könnten dann Realität werden: Bis zu einer Million Näherinnen könnten entlassen werden, sollte Bangladesch massiv Marktanteile verlieren. Das international agierende Netzwerk „Make Trade Fair“ rechnet weiter: Der Haushalt einer Näherin besteht durchschnittlich aus fünf Personen. Ihr Lohn ist ein wichtiger Bestandteil des Haushaltseinkommens – häufig sind die Frauen gar Alleinverdienerinnen. Werden eine Millionen Frauen entlassen, sind folglich etwa fünf Millionen Menschen betroffen.

Bangladeschs Hausaufgaben: Aufbau von Vorleistungsindustrien

Die Bekleidungsindustrie stellt 76% der Exporterlöse. Beachtet werden muss dabei jedoch, dass die Netto-Deviseneinnahmen deutlich niedriger sind, da Bangladesch kaum Vorleistungsindustrien besitzt und Garne oder Stoffe aus dem Ausland importieren muss, um die Bekleidungs- und Textilindustrie am Leben zu halten. Das Ende des Welttextilabkommens und der Schutzklauseln für China könnte daher mittel- und langfristig ein weiterer erheblicher Nachteil für Bangladesch sein. Die Industrien Indiens und Chinas sind vertikal integriert, d.h. der Wertschöpfungsprozess der aufeinander folgenden Produktionsstufen vom Roh- zum Endprodukt wird im eigenen Land durchgeführt. Wenn diese Produktionsstufen in einem Land möglich sind, sind die Herstellungskosten entsprechend geringer als für ein Land wie Bangladesch, das keine Baumwolle anbaut und die Stoffe importiert. Zur Kostensenkung und der damit einhergehenden Wettbewerbsfähigkeit wäre der Ausbau der Vorleistungsindustrie von Nutzen.

Interne Probleme lösen

Die Zahlung von Löhnen, die unter einem Existenz sichernden Niveau liegen, ist bis heute Bangladeschs Kostenvorteil gegenüber anderen Wettbewerbern. Nach dem Ablau-

fen des Welttextilabkommens und der bevorzugten Behandlung werden jedoch auch andere Kosten relevant, die durch die geringen Lohnkosten nur schwerlich kompensiert werden können und die Kostenvorteile bei den Löhnen sukzessive aufzehren werden. Bangladesch muss künftig institutionelle Rahmenbedingungen schaffen, um Kosten zu minimieren, v. a. auf dem Finanz- und Bankensektor, der noch immer durch mangelnde Transparenz und Rechenschaftslegung charakterisiert ist. Ein gesundes Banken- und Finanzsystem ist jedoch Grundlage für Geld-Transaktionen im Außenhandelsverkehr. Eine effiziente Infrastruktur, insbesondere der Transportwege zwischen den ausbaufähigen Vorleistungsindustrien und den nachgelagerten Wirtschaftszweigen sowie die Verbindung zwischen Dhaka und dem Hafen von Chittagong, wo die Fertigprodukte verschifft werden und wo der größte Teil des Außenhandels abgewickelt wird, muss auf- und ausgebaut werden, um in diesem Bereich künftig Transaktionskosten zu minimieren. Maßnahmen der gegenwärtigen Übergangsregierung, um die Effizienz des Hafens von Chittagong zu erhöhen, vor allem Eindämmung von Korruption und Bürokratie, sind ein Schritt in die richtige Richtung.



Ein weiteres internes Problem sind Politiker und Bürokraten, die durch korruptes Verhalten die Entwicklung der Bekleidungsindustrie behindern. Die Duldung und Erlaubnis von Schutzgelderpressung durch die Exekutivorgane führen zu einem Klima des Terrors, das negative Auswirkungen auf den Handel und die Produktion hat. Wenn Einkäufer aus dem Ausland voraussehen, dass politische Instabilitäten zu längeren Lieferzeiten führen, werden sie möglicherweise in andere Länder ausweichen. Das häufige Auftreten von Streiks v.a. im größten Hafen des Landes, in Chittagong, ist für die Textil- und Bekleidungsexporteure immer wieder Grund für Lieferprobleme.

Kämpfe der ArbeiterInnen um die Anerkennung ihrer Rechte

Nach wie vor sind die Arbeitsbedingungen und Sicherheitsvorkehrungen in den Fabriken katastrophal (siehe zu Arbeitsbedingungen Kapitel 4.3). Die Zahlen der verunglückten ArbeiterInnen in der Textil- und Bekleidungsindustrie sind alarmierend: Rund 300 ArbeiterInnen sind in den vergangenen 15 Jahren bei Bränden ums Leben gekommen. Trauriger Höhepunkt: Im April 2005 ignorierte das Management der Fabrik Spektrum Hinweise der ArbeiterInnen auf Risse im Gemäuer. Vielmehr wurde angeordnet, weiter zu arbeiten, um Termine europäischer Einkäufer fristgerecht einzuhalten. Wenige Stunden später stürzte die Fabrik ein. 64 ArbeiterInnen kamen ums Leben, 74 wurden zum Teil schwer verletzt. Angemessene Versorgungen

der Opfer und ihrer Familien sind bisher nur ansatzweise vorgenommen worden. Einige verletzte ArbeiterInnen erhielten in den Monaten nach dem Unglück eine finanzielle Unterstützung, um die notwendige medizinische Versorgung zu gewährleisten. Die Forderung von lokalen und internationalen NGOs und Gewerkschaften, einen Entschädigungsfonds aufzustellen, wurde jedoch bis heute nicht erfüllt. Zwar wurden erste Zahlungen an Opfer und Hinterbliebene geleistet, doch ist der bereits 2005 versprochene Entschädigungsfonds in Höhe von 533.000 Euro immer noch nicht aufgestellt worden. Viele Unternehmen, die bei Spektrum produzierten, lehnen eine Teilnahme an dem Entschädigungsfonds bis heute ab (Steilmann, New Yorker, Kirsten Mode, Bluhmod, Carrefour, Scapino).

Im Mai und Juni 2006 gingen über 10.000 ArbeiterInnen auf die Straße, um für eine Erhöhung der Mindestlöhne und für die Bezahlung von Überstunden zu demonstrieren. Die Demonstrationen waren Ausdruck der wachsenden Frustration der ArbeiterInnen über Hungerlöhne, überlange Arbeitszeiten, die Fälschung von Überstundenzuschlägen sowie die missbräuchliche Behandlung von männlichen Vorgesetzten und die miserablen Bedingungen bei Sicherheit und Gesundheitsschutz. Die Demonstrationen wurden von der Polizei gewaltsam niedergeschlagen. Auch hier waren Todesopfer und Verletzte zu beklagen. Zu lange haben internationale Einkäufer, Fabrikbesitzer und die Regierung Bangladeschs eine Vogel-Strauß-Politik betrieben und die Forderungen der ArbeiterInnen ignoriert.

Dirk Saam ist Referent für Entwicklungspolitik bei der Bangladesch-Organisation NETZ.

4.2 Portrait einer Näherin: Rekha¹

Ich bin gerade 19 Jahre alt. Aber ich habe schon drei Jahre Erfahrung mit der Arbeit in einer Bekleidungsfabrik. Ich komme aus einem Dorf im Süden. Ich bin die älteste (insgesamt vier Mädchen und zwei Jungen). Bis zum Jahr 2000 ging ich zur Schule bis zur siebten Klasse. Beim Vater zeigten sich immer öfter Störungen, eine Art Verwirrung. Ich musste die Schule verlassen. Die Krankheit des Vaters führte dazu, dass er nicht mehr arbeiten konnte. Ich war gezwungen, eine Arbeit anzunehmen, um etwas zum Einkommen der Familie beizutragen. Also auf dem Lande aufgewachsen, sechzehn Jahre alt, sieben Jahre Schule, da hatte ich nicht viele Möglichkeiten. Alles, was ich finden konnte, war eine Stelle in den Textilfabriken.

Ich bot mich 2004 sozusagen auf dem Markt an. Ich bekam in einer Bekleidungsfabrik eine Arbeitsstelle bei der Firma X². Die Fabrik liegt eine Stunde Fußmarsch weg von meinem Elternhaus. Eine Rikshaw würde 15 Taka³ kosten, also musste ich laufen, hin und zurück, mit einem anderen Mädchen aus ihrem Dorf. Manchmal blieb mir die Rikshaw nicht erspart. Ich fing an als Hilfe mit monatlich 930 Taka (9,30 EUR, der Übers.). Jetzt bin ich Näherin und kriege 1800 Taka (18,- EUR, der Übers.) monatlich. Vor dem Eintritt in die Fabrik gab es so etwas wie eine Aufnahmeprüfung. Ausführlich wurde ich nach meinem Herkunftsdorf befragt. Ich durfte in der Fabrik anfangen, aber ich bekam weder einen Arbeitsvertrag noch ein Einstellungsschreiben.

In der Fabrik arbeite ich täglich so lange, wie angeordnet wird. Die Aufträge oder Arbeitsauf-



gaben sind so, dass es unmöglich ist, nach acht Stunden den Arbeitsplatz zu verlassen. Jede Arbeiterin hat eine festgelegte Arbeitsmenge zu erledigen, bevor sie geht. Sie kennen unsere Möglichkeiten und unsere Fähigkeiten ziemlich gut, und mit Absicht verlangen sie mehr von uns, so dass wir über unsere Kräfte hinausgehen müssen, um mit der Arbeit fertig zu werden. Wenn eine Arbeiterin früher gehen will, weil sie zu weit weg wohnt, wird ihr gesagt, sie müsste ja die Arbeit nicht machen, niemand hält sie, sie könnte die Arbeit gleich ganz aufgeben. Manchmal müssen wir auch am Freitag arbeiten. In der letzten Woche habe ich sieben Tage gearbeitet, auch am Freitag. Um die Arbeit zu behalten, muss ich zu jeder Zeit bereit sein zu arbeiten und mit jeder Arbeitszeit einverstanden sein. Oft arbeite ich die ganze Nacht, die Fabrik spendiert eine Banane und ein Stück Brot (im Wert von 2 Taka). Die Fabriken ziehen unverheiratete Frauen vor. Man kann uns zwingen, mehr und länger zu arbeiten, wir hätten ja sonst nichts zu tun.

Unregelmäßige Lohnauszahlung, falsche Lohnabrechnung, kein Urlaub, Täuschung, das ist

meine Erfahrung in meiner Arbeit. Die Fabrik zahlt uns die Löhne erst am 23sten des folgenden Monats aus, aber selbst diese lange Frist wird nicht immer eingehalten. Die Bezahlung von Überstunden wird noch viel weiter hinausgezögert.

Bei der Bezahlung werden wir auf verschiedene Weise betrogen. Der Lohn wird auf Grund der so genannten Anwesenheitskarte berechnet. Die Karte muss am Monatsende dem Aufseher ausgehändigt werden. Bei der Lohnauszahlung, auch wenn die Arbeiterin nicht einen Tag fehlte, werden Abwesenheitstage berechnet und der Lohn entsprechend gekürzt. Wer protestiert, wird als Lügnerin beschimpft und bedroht, vor allem mit Entlassung. Mehr als 28 Überstunden werden auf der Anwesenheitskarte nicht eingetragen; alles was darüber liegt, wird in einem gesonderten Register erfasst. Ich bekomme 10 Taka für jede Überstunde. Ich weiß nicht, ob das so richtig ist?

Ich werde in der Arbeit immer gedemütigt und erniedrigt. Wir Arbeiterinnen werden bei jeder Gelegenheit beschimpft, gequält, fertig gemacht. Wir fürchten am meisten den Vorwurf, abwesend gewesen zu sein; die Anschuldigung, man sei abwesend, ist die Strafe für alles, Abwesenheit bedeutet Lohnabzug. Wir wollen manchmal einen freien Tag oder nur ein paar freie Stunden, und nur dann, wenn es unbedingt nötig ist. Aber nein, sie sagen, bleibt weg, ihr seid abwesend. Das bedeutet Lohnabzug. Und dann beschimpfen sie uns, weil wir nach Urlaub

fragen. Es ist so niederdrückend, so hoffnungslos, ich kann nicht verstehen, warum sie uns so gemein behandeln. Wir sind einfach nichts für sie, bei jeder Gelegenheit sagen sie uns, wenn wir gehen, gibt es immer genug Frauen, die unsere Arbeit übernehmen.

Es ist wirklich so, ich fühle mich in der Fabrik wie am Ersticken. Oft werden wir Arbeiterinnen ohnmächtig. Die Toiletten sind einfach grauenhaft. Ich fürchte mich geradezu, sie zu benutzen. Das Trinkwasser ist nicht sauber, ein Wasserfilter wurde installiert, funktioniert aber nicht. Ich wünsche mir, und ich bin nicht allein, wir hätten eine Gewerkschaft. Aber wer einmal protestiert, verliert sofort seine Arbeit. Die Polizei, die so genannten Sicherheitskräfte, wurden von der Fabrik zweimal angefordert und stellten sich außerhalb der Fabrik auf; das war, um uns zu zeigen, wer der Stärkere ist, um uns einzuschüchtern. In unserer Fabrik haben wir keine Möglichkeit, gegen die Oberen etwas zu sagen, sogar wenn sie Schlimmes tun, sind wir verpflichtet, ihren Anordnungen zu gehorchen.

Ich verbringe die meiste Zeit meines Lebens in der Fabrik, ich habe keine Zeit für mich selber, für meinen kranken Vater und für meine Familie. Wir haben kein Fernsehen, wir können es uns nicht leisten. Für ein bisschen Erholung wie Fernsehen muss ich zu den Nachbarn gehen. Ich weiß nicht, was ich tun werde oder was mit mir wird.

¹ Name wurde von der Redaktion geändert

² Eine der sechs untersuchten Firmen

³ 1 Taka ist rund 1 Cent (0,01 EUR)

4.3 Arbeitsrechtsverletzungen bei Lieferanten von Lidl und KiK

von Khorshed Alam, AMRF unter Mitarbeit von Gisela Burckhardt

Die Untersuchung

Die „Kampagne für ‚Saubere‘ Kleidung“ (Clean Clothes Campaign) beauftragte die Gesellschaft „Alternative Movement for Resources an Freedom Society“ (AMRF) mit der Durchführung einer Studie über die Arbeitsbedingungen bei Lieferanten von Lidl und KiK in Bangladesch. Ein Team von Feldforschern (drei Frauen und drei Männer) führte Gespräche mit insgesamt 136 ArbeiterInnen, darunter 107 Frauen und 29 Männer, die in sechs untersuchten Fabriken arbeiten. 105 ArbeiterInnen beantworteten im Interview einen Fragebogen und 31 Personen nahmen an Gruppendiskussionen teil. Pro Fabrik wurden mindestens 14 ArbeiterInnen befragt. Die Interviews fanden meistens in den Wohnungen der ArbeiterInnen spät abends nach der Arbeit statt. Die Frauen waren dann oft müde von der Arbeit und mussten zudem das Essen für sich für den Abend und den nächsten Tag zubereiten. Teile der Interviews wurden während des Ramadan durchgeführt, wo erst nach Sonnenuntergang gegessen werden darf. Obwohl es sonst in dieser Zeit üblich ist, dass weniger Stunden gearbeitet werden, wurde in den untersuchten Fabriken die Arbeitszeit oft bis 22 Uhr hinaufgesetzt, um die verlorene Zeit durch die folgenden Feiertage (Ifter und Eid) im Vorhinein auszugleichen.

Zusätzlich war es Aufgabe des Forschungsteams, Details über die Einkaufspraktiken von Unternehmen im Allgemeinen und von Discountern im Besonderen in Erfahrung zu bringen. Deshalb wurden auch Manager und Aufsichtspersonal von lokalen Fabriken interviewt. Allerdings waren Manager erst nach langem Zögern und nur eingeschränkt zu Aussagen bereit.



Unterkünfte der Näherinnen

Die sechs Lieferanten

Die Suche nach den Lieferanten von Lidl und KiK war eine schwierige Arbeit. Wie kann man unter rund 3.500 Fabriken, die in Bangladesch für den Weltmarkt produzieren, genau diejenigen finden, die Lidl und/oder KiK beliefern? Besonders schwer war es, die Sub-Lieferanten zu finden. Sechs Fabriken konnten schließlich anhand der Etiketten (labels) der Firmen, z.T. auch anhand der Lieferscheine, ausfindig gemacht werden. Fünf beliefern Lidl und drei beliefern KiK. Zwei Fabriken gehören demselben Unternehmer. Namen und Details der Fabriken werden in diesem Bericht zum Schutz der ArbeiterInnen nur in begrenztem Umfang genannt. (Im Anhang befindet sich ein Überblick über die sechs Fabriken.)

Einige der Lieferanten gehören zu einem größeren Konglomerat, zu dem auch vorgelagerte Fabriken (wie z.B. Tuchherstellung und Färberei) gehören; einige arbeiten auch als Importhäuser für Unternehmen und vergeben dann Aufträge an die eige-

nen Fabriken, wodurch sie zusätzliche Einnahmen verbuchen können.

Die beiden Fabriken, die einem Besitzer gehören, scheinen folgendermaßen zusammenzuarbeiten: Die eine Fabrik gilt nach außen hin als die Hauptfabrik und wird den Einkäufern und Auditoren gezeigt. Die andere Fabrik fungiert als Sublieferant für erstere. Dort sind die Arbeitsbedingungen wesentlich schlechter.

In Bangladesch ist allgemein Korruption weit verbreitet. Bestechung gehört zum Alltag. So werden z.B. Angestellte von Dienstleistungsbehörden (Strom, Wasser, Telefon, Gas) bestochen, um die wirklichen Kosten nicht zu bezahlen. Bestechungsgelder erhalten in der Regel auch das Bankpersonal, der Beamte für die Vorverschiffsabnahme (Pre Shipment Inspection Agent, PSI), der die Qualität und Quantität der Waren vor Verschiffung prüft,

der Importeur u.a. Die Textilindustrie ist stark mit der Politik verstrickt, zahlreiche Textilfabrikanten sitzen selber im Parlament in Bangladesch und bestimmen die Politik nach ihren Wünschen.

Ergebnisse der Untersuchung

Die Befragung der ArbeiterInnen stellt massive Verstöße gegen international anerkannte Sozialstandards fest. Bangladesch ist Mitglied der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) und hat sich damit zur Einhaltung zumindest der Kernarbeitsnormen der ILO verpflichtet. (Siehe hierzu im Anhang den Verhaltenskodex der CCC, der sich auf die ILO Normen bezieht und dessen erster Teil die Kernarbeitsnormen umfasst, selber aber darüber hinausgeht.) Die beiden deutschen Unternehmen verfügen über einen Verhaltenskodex als Grundlage ihrer Beziehungen zu ihren Lieferanten, der jeweils zumindest die Kernarbeitsnormen enthält.

Suhada¹, 25 Jahre

„Im letzten Jahr arbeitete ich als Näherin in einer Fabrik. Ich sollte 1800 Taka im Monat bekommen, aber ich bekam zwischen 1400 und 1600, und mein Lohn wurde trotz Versprechungen das ganze Jahr über nicht angehoben. Die Überstunden haben sie nicht bezahlt, wie es ausgemacht war. Sie bestrafte uns, indem sie den Lohn von zwei Arbeitstagen einbehielten, wenn wir einen Tag gefehlt hatten. Der Fabrikbesitzer erlaubte uns zu gehen, aber der anfallende Lohn wurde nicht ausgezahlt. Die ArbeiterInnen bekamen nie einen Bonus. Für gewöhnlich, bevorzugen sie junge und hübsche Mädchen und zahlen ihnen mehr als uns. Sie sind wenig bereit, ältere Frauen einzustellen. Ich hörte, dass ein Vorarbeiter ein Mädchen während der Nachtschicht belästigt hat, deshalb haben Frauen Angst, in der Nachtschicht zu arbeiten.

Meistens arbeite ich von 7 bis 19 aber auch ab und an bis 22 Uhr. Wir arbeiten auch in der Nacht. Ich arbeitete kürzlich sechs Nächte hinter einander mit einer kleinen Ruhepause von 3.30 bis 8 Uhr. Mein Magen und meine Augen

schmerzten vor Anstrengung. Ich war todmüde. Wir wurden schwer bestraft für jeden Fehler. Einmal war ich abwesend für einen Tag wegen meiner Magenschmerzen, am nächsten Tag wurde ich herausgerufen und musste eine Stunde Strafe stehen. Vor allen anderen ArbeiterInnen. An einem andern Tag, als es mir wieder so schlecht ging, war ich vielleicht ein bisschen länger auf der Toilette, sofort wurde ich bestraft, sie zogen mir den Lohn für einen ganzen Tag ab. Der Vorarbeiter hat des Öfteren versucht, mich zu schlagen. Regelmäßig werde ich vom Aufseher heruntergemacht.

Vor zwei Monaten hatte ich zwei Tage ohne Nahrung gearbeitet. Natürlich war ich müde, hungrig und schwach, ich konnte mich nicht konzentrieren und prompt unterlief mir ein Fehler. Der Vorarbeiter spielte sich fürchterlich auf wegen des Fehlers und entließ mich auf der Stelle. Ich flehte ihn an und weinte sogar, mich nicht zu entlassen, aber es half nichts. Ich habe dort ein Jahr lang gearbeitet. Sie gaben mir meinen Lohn ohne jeden Bonus, wie er mir zugestanden hätte. So bin ich jetzt seit zwei Monaten ohne Stelle.“

¹ Name wurde von der Redaktion geändert



Dennoch konnten folgende schwerwiegende Arbeitsrechtsverletzungen festgestellt werden:

- In keiner Fabrik gibt es eine Gewerkschaft oder eine Art Betriebsrat.
- Die NäherInnen leisten fast regelmäßig zwei unfreiwillige Überstunden am Tag, manchmal arbeiten sie noch länger in die Nacht hinein.
- Überstunden sind mit Ausnahme von einer Fabrik nicht freiwillig, werden auch vorher nicht angekündigt. Wer keine Überstunden leistet, fliegt aus der Fabrik.
- In zwei Fabriken wird an sieben Tagen/Woche gearbeitet, in zwei Fabriken an sechs Tagen/Woche, in den verbleibenden zwei Fabriken wird mal sechs Tage, mal sieben Tage/Woche gearbeitet.
- Eine der sechs untersuchten Fabriken bezahlte nicht einmal den seit Oktober 2006 angehobenen Mindestlohn.
- Die Abrechnung des Lohnes erfolgt bei allen nicht nach transparenten Kriterien.
- Löhne werden in mindestens drei der sechs Fabriken erst Mitte bis Ende des Folgemonats gezahlt.
- Überstunden werden unregelmäßig und intransparent bezahlt. Die ArbeiterInnen erhalten keine Abrechnung, auf der sie nachvollziehen können, wie viel Überstunden zu welchem Preis ihnen gezahlt werden.
- Frauen werden schlechter bezahlt als Männer, was damit begründet wird, dass sie angeblich „leichtere“ Arbeit verrichten als Männer.
- Aufseher verhalten sich Frauen gegenüber diskriminierend, beschimpfen sie und schlagen sie teilweise.
- Nur sechs ArbeiterInnen haben einen schriftlichen Arbeitsvertrag, 99 besitzen keinen Vertrag, 68 haben eine monatlich ausgestellte „Personalkarte“.
- Wer krank wird, verliert den Job, Medizin muss sie/er selber bezahlen. Nur erste kleinere Ausgaben werden von einigen wenigen Fabriken übernommen.
- Nach der Geburt ihrer Kinder werden Frauen zwar in einigen Fabriken wieder eingestellt, doch verlieren sie ihre Ansprüche aus früheren Zeiten, d.h. müssen wieder mit einem Anfängerlohn anfangen.
- Geht eine ArbeiterIn schon nach einem halben Tag (nach der Mittagspause), wird sie dafür mit dem Abzug eines ganzen Tageslohns bestraft.
- Trinkwasser wird nur in einer Fabrik gefiltert zur Verfügung gestellt.
- Einige der Fabriken haben zwar offiziell (auf ihrer Webseite) eine Kantine, doch die Mehrheit der befragten Frauen gaben an, dass sie die Kantinen nicht nutzen können, also sich zum Essen dort nicht aufhalten können. Das Gleiche betrifft die Kindertagesstätte, die zwar in einigen Fabriken vorhanden ist, doch nur um sie den Auditoren zu zeigen, genutzt werden sie nicht.
- Die meisten ArbeiterInnen haben noch nichts von einem Verhaltenskodex gehört. Aber sie kennen natürlich die Kontrollbesuche von Einkäufern, denen sie bei Drohung des Rauschmisses aus der Fabrik nicht die Wahrheit erzählen dürfen.
- Schließlich: Eine Fabrik wurde wegen des Aufstands der ArbeiterInnen für einen Monat geschlossen. Bei Wiedereröffnung wurden die AnführerInnen entlassen und ihnen wurden nicht einmal ihre letzten Monatslöhne ausgezahlt.

Im Folgenden wird auf die einzelnen Arbeitsrechtsverletzungen näher eingegangen (siehe dazu auch im Anhang die Tabellen 1-6 sowie die Vergleichstabelle der sechs Fabriken).

Keine Arbeitsverträge

Mit Ausnahme von sechs Frauen sagten alle anderen, dass sie keine Arbeitsverträge oder ähnliche Nachweise der Beschäftigung hätten. 68 Personen gaben an, dass sie eine Personalkarte erhalten hätten. Die Personalkarte wird monatlich neu auf den Namen der ArbeiterIn ausgestellt, und dient dazu, die Identität der Arbeiterin festzuhalten und ist gleichzeitig ein Nachweis der Anstellung.

ArbeiterIn hat Status der GelegenheitsarbeiterIn

ArbeiterInnen der Bekleidungsindustrie sollten im Prinzip auf einer monatlichen Basis von 30 Tagen arbeiten. In Wirklichkeit aber werden sie wie GelegenheitsarbeiterInnen behandelt, d.h. wenn es keine Arbeit gibt, gibt es auch keinen Lohn. Faktisch heißt dies: Die ArbeiterInnen bekommen weder die Leistungen normal Angestellter noch die von GelegenheitsarbeiterInnen, sind also doppelt benachteiligt. Sie haben keine Arbeitsplatzsicherheit wie reguläre ArbeiterInnen. Wenn sie mal krank sind und einen Tag fehlen, wird ihnen dieser Tag vom Lohn abgezogen. Hat aber die Fabrik keine Arbeit, dann werden die ArbeiterInnen einfach nicht bezahlt. Wie für GelegenheitsarbeiterInnen üblich, werden sie aber auch nicht nach jedem Arbeitstag bezahlt, sondern erst am Ende des Monats, oft sogar erst im Verlauf des nächsten Monats.

Arbeitsstunden und Arbeitstage

ArbeiterInnen in den hier untersuchten Fabriken beginnen um 8 Uhr morgens. Mit Ausnahme von 23 ArbeiterInnen, die eine Regelarbeitszeit von 8 Stunden haben, arbeiten alle anderen länger. 38

Personen gaben an, bis 22 Uhr arbeiten zu müssen. Mit anderen Worten: Die Arbeitszeit beträgt zwischen 9 und 14 Stunden, mit einer Stunde Mittagspause. In zwei Fabriken wird an sieben Tagen/Woche gearbeitet, in zwei anderen Fabriken wird mal sechs Tage, mal sieben Tage/Woche gearbeitet. Nur zwei Fabriken halten die 6 Tage Woche ein. Während des Ramadan (Fastenmonat der Muslime) wird in manchen Fabriken von morgens 7 bis abends 20.30 Uhr oder 22.00 Uhr gearbeitet, mit weniger als 2 Stunden Pause am Tag. Die Frauen arbeiten also zeitweise 80-100 Stunden die Woche, nach der ILO Konvention Nr. 1 (siehe im Anhang den Verhaltenskodex der CCC mit den ILO Konventionen) sind jedoch nur maximal 60 Stunden/Woche erlaubt.

Überstunden

Die ArbeiterInnen müssen Tagesziele erfüllen und Überstunden ohne Bezahlung leisten, sollten die Ziele nicht erreicht werden. Überstunden sind keine Option, sie sind verpflichtend, dies wurde von fast allen befragten Personen so angegeben. Nur in einer Fabrik kommt es kaum zu Überstunden und wenn, dann sind sie freiwillig. Die Fabriken informieren die ArbeiterInnen nicht im Voraus, wann sie Überstunden machen müssen. Sie bekommen dies erst am Morgen bei Arbeitsbeginn mitgeteilt. So haben sie keine Möglichkeit, sich darauf vorzubereiten.



Verspätete Auszahlung des Lohnes

Die Fabriken bezahlen die ArbeiterInnen zu unterschiedlichen Zeitpunkten. Die „besseren“ Fabriken bezahlen den Lohn am Siebten des folgenden Monats oder kurz danach, die Mehrheit der Fabriken zahlt den Lohn aber erst ab Mitte des Folgemonats, eine Fabrik sogar erst am 23. des Folgemonats (siehe im Anhang Tabelle der sechs Fabriken). Wenn die ArbeiterInnen ihren Lohn so spät erst erhalten, bedeutet dies für viele von ihnen, dass sie einen Zwischenkredit aufnehmen müssen, um ihre Miete zahlen zu können, die meistens am Monatsanfang gezahlt werden muss. Mit dem wenigen Geld leben sie von der Hand in den Mund. Viele schicken sogar von dem Wenigen, das sie erhalten, noch etwas zu ihrer Familie aufs Land. Rücklagen können sie praktisch nie bilden.

Vor den Feiertagen (Eid) wurde der Lohn allerdings bei einigen Fabriken soweit hinaus gezögert, dass die Bezahlung erst kurz vor den Feiertagen stattfand. Doch wurden nicht allen ArbeiterInnen alle gearbeiteten Tage bezahlt, sondern nur ein Teil davon. Der Rest wurde zurückgehalten, damit die ArbeiterInnen nach den Festtagen, wo sie zu ihren Familien in die Dörfer fahren, auch wieder zurückkommen und nicht zu anderen Fabriken abwandern oder auf dem Land bleiben.

Lohnniveau und Bezahlungssystem

Nachdem 12 Jahre lang der Mindestlohn von der Regierung Bangladeschs trotz Inflation und steigender Lebenshaltungskosten nicht angehoben worden war, kam es 2006 zu massiven Protesten. Nach langwierigen Verhandlungen unter allen Beteiligten (Arbeitgeberverbände, Regierung, Gewerkschaften) wurde der monatliche Mindestlohn auf 16,- bis 25,- Euro (1.600- 2.500 Taka, 100 Taka sind ca. 1,- Euro) neu festgesetzt. Trotz Veröffentlichung des neuen Lohnsystems im Amtsblatt der Regierung, haben viele Fabriken das neue Lohnsystem immer noch nicht eingeführt (siehe im Anhang die Mindestlohntabelle). Die Anhebung der Mindestlöhne garantiert allerdings bei weitem nicht die Befriedigung elementarer Bedürfnisse. Entsprechend der Aussagen der befragten ArbeiterInnen benötigt eine vierköpfige Familie zwischen 35,- und 100,- EUR pro Monat. Die Miete für einen 4x4 Meterraum = Wohnung für nur eine Person kostet 9,- EUR monatlich. 1 kg Reis kostet: 0,25 EUR, 1kg Linsen: 0,65 EUR und 1l Speiseöl: 0,92 EUR.

Von den sechs untersuchten Fabriken wird in einer Fabrik nicht der Mindestlohn gezahlt. Nur 7 Befragte (6,6 %) konnten einen Lohn zwischen 35,- und 55,- EUR aufweisen, die anderen lagen bei einem



Lohn von 14,30 EUR bis 29,70 EUR. Bei diesen geringen Bezahlungen kommt es vor, dass ArbeiterInnen aus Hunger ohnmächtig werden.

Intransparente Bezahlung und betrügerisches Verhalten

In allen sechs Fabriken erhalten die ArbeiterInnen keine Nachweise über ihre geleistete Arbeit. Die oben genannte Personalkarte zeigt die monatliche Anwesenheit sowie den täglichen Arbeitsbeginn und das Arbeitsende auf. Am Ende des Monats wird die Karte an die Buchhaltungsabteilung abgegeben. So haben die ArbeiterInnen keinen Überblick über die Anzahl der gearbeiteten Stunden und haben die Angaben der Firmenleitung zu akzeptieren. Die ArbeiterIn erhält keine Kopie und hat keine Möglichkeit, die Eintragungen auf ihre Richtigkeit zu prüfen. Sie weiß deshalb nicht, wie sich ihr Lohn zusammensetzt.

Besonders häufig fühlen sich die ArbeiterInnen bei der Abrechnung der Überstunden hintergangen. Sie werden nach ihren Aussagen sowohl bei der Lohnhöhe als auch bei der Anzahl der gearbeiteten Stunden betrogen. Einige wenige sagten aus, dass sie für ihre Überstunden nach Gesetz bezahlt werden, allerdings kannten sie auf Nachfrage die Gesetze nicht.

Die Festlegung des Lohnes scheint sich nach Aussage der ArbeiterInnen nach subjektiven Kriterien zu vollziehen, abhängig von der jeweiligen Fabrik, Referenzen, Alter sowie Kommunikation mit den Vorgesetzten. ArbeiterInnen mit gleichen Qualifikationen werden sehr unterschiedlich innerhalb und zwischen den Fabriken bezahlt.

In zwei Fabriken haben die ArbeiterInnen überhaupt keine Anwesenheitskarte. Ein Zeitnehmer schreibt die Anzahl der Stunden auf und die ArbeiterInnen haben keinerlei Kontrolle über ihre geleistete Arbeit. Während Tageszahlungen wird der Daumenabdruck der ArbeiterIn genommen, bevor sie bezahlt wird. Betrügereien bei der Überstundenabrechnung sind üblich in den Fabriken. Einige ArbeiterInnen (inkl. ein Aufseher) gaben an, dass 50 % der Überstunden nicht bezahlt werden. Fragen nach Bezahlung der Überstunden werden mit Androhung der Entlassung im Keim erstickt.

In einer Fabrik wird ein doppeltes Bezahlungssystem geführt. Das eine zeigt die fiktiven Löhne, das andere die wirklich gezahlten. Die fiktive Liste wird natürlich den Auditoren gezeigt. Die Fabrik behauptet von sich, demnächst den Standard SA 8000 zu erfüllen, eine Norm, die die Sozialstandards von Unternehmen gegenüber ihren ArbeiterInnen festlegt.

Es ist üblich, dass ArbeiterInnen als Auszubildende eingestellt werden und vor Beendigung dieser dreimonatigen Periode wieder entlassen werden. Einige verbleiben weit über die drei Monate hinaus Auszubildende – mit entsprechend geringem Lohn.

Abzüge vom Lohn

Wenn eine ArbeiterIn die Fabrik während der Arbeitszeit verlässt, besteht für sie keine Möglichkeit mehr, an ihren Arbeitsplatz zurückzukehren, da das Tor geschlossen ist. Die Folge ist, dass der Lohn nicht eines halben, sondern eines ganzen Tages abgezogen wird. Dies ist auch der Fall, wenn die Näherin nach dem Mittagessen die Fabrik verlässt. Es wird für sie dann der Lohn eines ganzen Arbeitstags abgezogen. Ebenso wird der Lohn gekürzt, wenn ArbeiterInnen zu spät kommen, oder ohne offizielle Genehmigung nicht zur Arbeit erscheinen oder keine Überstunden machen wollen.

63 Befragte gaben an, dass sie bei „schlechtem“ Verhalten Abzüge vom Lohn erhalten und 31 sagten, dass ihnen bei Fehlern Abzüge gemacht werden.

Banu

„Ich erhielt meinen Lohn, doch zwei Tage wurden mir abgezogen. Ein Tag, weil ich abwesend war, der 2. Tag, weil die Fabrik keine Arbeit hatte. Wenn Aufträge da sind, sind wir gezwungen, Überstunden zu machen. Wenn keine Aufträge mehr da sind, werden wir gezwungen, ohne Bezahlung Urlaub zu nehmen.“

Krankheit, Schwangerschaft

Nach mehreren Jahren Arbeit in diesen Fabriken sind die Frauen ausgelaugt und erschöpft. Sie leiden an Gliederschmerzen, nachlassender Sehkraft, chronischen Kopfschmerzen und Symptomen der



Unterkünfte der Näherinnen

Unterernährung. ArbeiterInnen, die erkranken, müssen unbezahlten Urlaub nehmen. Die Arbeiterinnen können zwar nach der Geburt ihres Kindes wieder in der gleichen Fabrik anfangen zu arbeiten, aber ihre bisherige Zeit in der Fabrik wird nicht angerechnet; sie werden wie Neulinge mit einem niedrigen Lohnniveau eingestuft. In zwei der Fabriken besteht die Regelung, dass Arbeiterinnen, die länger als drei Jahre in der Fabrik gearbeitet haben, drei Monate Mutterschaftsurlaub bei halber Bezahlung bekommen. Auffällig ist, dass die beiden Fabriken des gleichen Besitzers sehr unterschiedliche Arbeitsbedingungen haben.

Bonna, 23 Jahre

„Also, fürs Heiraten bin ich eigentlich zu alt. Ich habe mich entschieden, nicht zu heiraten - zumindest für eine Weile. Meine jüngere Schwester geht zur Schule, ich möchte, dass sie weitermacht. Ich werde sie unterstützen, was immer mir das abverlangt. Das ist mein Traum, ihr eine Zukunft zu sichern, und dieser Traum hält mich bei der Arbeit und am Leben.“

Gesundheit, Hygiene und Sicherheit in den Fabriken

In zwei Fabriken stehen für die ArbeiterInnen Ärzte bereit und einfache Medikamente sind vorhanden. Die anderen Fabriken verfügen, abgesehen

von einem Erst-Hilfe-Kasten über keine medizinische Versorgung. Der Kasten enthält nur Binden, Desinfektionsmittel und Medizin gegen Kopfschmerzen. Einige der Fabriken haben Vereinbarungen mit Ärzten getroffen: Sie sind vor allem bei Inspektionen durch ausländische Unternehmen anwesend.

Wenn ArbeiterInnen erkranken oder Unfälle passieren, erhalten sie Erste-Hilfe. Zwar wird in der Regel eine Stunde Pause erlaubt, danach müssen die ArbeiterInnen aber

bis 17 Uhr trotz Verletzungen oder Erkrankungen weiterarbeiten. In Fällen von ernsten Erkrankungen und Verletzungen werden die ArbeiterInnen von KollegInnen zum Arzt gebracht. Die Manager der Fabriken bezahlen in der Regel einen kleinen Teil der medizinischen Versorgung, der größere Teil muss jedoch von dem oder der ArbeiterIn selber aufgebracht werden. Die Erkrankte erhält im besten Fall einen Tag bezahlten Urlaub. Die ArbeiterInnen müssen sich für die medizinische Versorgung zumeist Geld leihen, müssen sich also verschulden. Bei schweren Erkrankungen kehren sie in ihre Heimatdörfer zurück, wo ihre Familie sie pflegt.

Nur eine der sechs Fabriken stellt Trinkwasser zur Verfügung. Alle Fabriken haben Toiletten, aber diese sind nicht immer sauber und hygienisch. In einer Fabrik werden Toilettenpässe verwendet, um die Benutzung der Toiletten zu kontrollieren. Überstunden werden abgezogen, falls die Toilettenbenutzung ohne den vorgeschriebenen Pass stattfindet.

Einige der Fabriken haben zwar offiziell (auf ihrer Webseite und gegenüber den Auditoren) eine Kantine, doch die Mehrheit der befragten Frauen gab an, dass sie die Kantinen nicht nutzen können, also ihr mitgebrachtes Essen dort nicht einnehmen können. Die ArbeiterInnen essen, wo immer es möglich ist, zumeist in Treppenhäusern oder direkt an den Nähmaschinen. Das Gleiche betrifft die Kinderta-

gesstätte, die zwar in einigen Fabriken vorhanden ist, doch nur um sie den Auditoren zu zeigen; genutzt werden sie nicht.

Sicherheitsaspekte wie Feuerlöscher und frei zugängliche Notausgänge werden trotz der verheerenden Unfälle in mehreren Fabriken in den letzten Jahren (siehe Artikel hierzu von Dirk Saam) nicht zufriedenstellend berücksichtigt. Es gab in den hier untersuchten Fabriken sowohl kürzlich als auch vor einigen Jahren Feuerbrände mit Toten und Verletzten. Einige Opfer oder deren Familien erhielten Schadensersatz vom Verband der Bekleidungshersteller BGMEA, doch die Fabriken selber zahlten den ArbeiterInnen, insbesondere den Frauen, keine Entschädigung. Nur einige Männer (Aufsichtspersonal) erhielten eine kleine Entschädigung laut Aussage der ArbeiterInnen. Einige wenige Bedingungen haben sich nach den Unfällen verbessert, so wurden Notausgänge eingerichtet und ein Feueralarmsystem eingeführt.

Kinderarbeit

In keiner der sechs Fabriken wurde Kinderarbeit (unter 14 Jahren) festgestellt. Allerdings arbeiten zahlreiche junge Mädchen unter 18 Jahren in den Fabriken (über 10 Prozent der Befragten waren 17 Jahre alt). Die meisten Frauen sind zwischen 18-24 Jahre alt.

Diskriminierung und Belästigung der Arbeiterinnen

Die Bekleidungsindustrie ist ein geschlechtsspezifischer Sektor. Nach Angaben der Befragten stellen Fabrikeigentümer bevorzugt Frauen ein, da diese, im Gegensatz zu den Männern, mehr arbeiten und nicht protestieren. Frauen können zudem aus Sicherheitsgründen und aufgrund ihrer Unterbringung – sie wohnen häufig bei Verwandten oder mit anderen Näherinnen zusammen – nicht so leicht

die Fabrik wechseln. Frauen leisten Überstunden, wie die Fabrik es von ihnen verlangt. Frauen werden geringer bezahlt. Warum erdulden Frauen diese Diskriminierung? Die Antwort ist einfach: Sie haben keine Alternative. Es gibt keine anderen Arbeitsplätze für Frauen – außer die Arbeit als Steinklopferin oder als Dienstmädchen, wo sie noch schlechter bezahlt werden. Letztere können sich zudem gegen sexuelle Belästigungen des Hausherrn nicht wehren. Wie wenig sie auch immer in den Fabriken verdienen, es ist besser als gar nichts.



Die offene Diskriminierung wird auch daran deutlich, dass Frauen nur einfache Maschinen bedienen dürfen. Sie schneiden Fäden ab und arbeiten als Helferin oder Näherin. Männliche Kollegen bügeln und bedienen die größeren Maschinen. Frauen werden normalerweise nicht zur Aufseherin (Supervisor) ernannt. In den sechs Fabriken gab es nur eine Frau, die diesen Arbeitsplatz innehatte.



Verbale und physische Diskriminierungen sind häufig, manchmal gibt es auch körperliche Bestrafung (z.B. Schlag auf den Kopf). Eine beleidigende Sprache ist üblich. In einer der sechs Fabriken allerdings wird solch ein Verhalten von Seiten des Führungstabs angezeigt. Frauen wurden in entwürdigender Weise aus der Fabrik geworfen. Die Frauen sind sexueller Belästigung ausgesetzt, Vorgesetzte locken mit Gehaltserhöhungen und Beförderung.

Eine Erklärung für die schlechte Behandlung der jungen Frauen liegt auch in den patriarchalischen Strukturen Bangladeschs begründet. „Purdah“ spielt immer noch eine gewisse Rolle: Männer und Frauen dürfen theoretisch nicht an einem Arbeitsplatz zusammen arbeiten, da Männer- und Frauenwelt im islamischen Bangladesch getrennt sein sollen. In der Praxis können sich das nur reiche Familien leisten, arme Frauen mussten schon immer im sog. „öffentlichen“ Bereich, auf den Märkten, im informellen Sektor, arbeiten. Als die Textil- und Bekleidungsindustrie in den 80er Jahren des 20. Jahrhunderts zu boomen begann, wurden die jungen Frauen als Arbeiterinnen gebraucht. Dennoch

spielt „Purdah“ auch heute noch eine gewisse Rolle, wenn es darum geht, die Ehre der Frau und damit der Familie zu wahren. In den Fabriken sollen Männer und Frauen nicht miteinander sprechen, die Aufseher sollen keine „privaten“ Beziehungen oder persönlichen Gespräche mit Frauen führen.

Muni, eine Näherin, erzählt:

„Obwohl wir mit Männern zusammen arbeiten, manchmal sogar im gleichen Raum, haben wir keinen Kontakt zu ihnen. Das Management schreibt dies vor. Zum Beispiel ist es nicht erlaubt, mit Männern zu sprechen, weil es den Arbeitsprozess stören würde und die anderen könnten anfangen zu klatschen. Ich rede mit Männern nur, wenn es um die Arbeit geht. Wenn ein Mann mit mir reden will, sage ich ihm, dass ich verheiratet bin. Auf diese Weise kann ich ihn von mir fern halten.“

(zitiert nach Dannecker, S. 137)

Eine Frau in Bangladesch untersteht grundsätzlich der männlichen Aufsicht und darf sich mit anderen Männern in der Öffentlichkeit nicht zeigen. Weil die Frauen wegen der Überstunden oft spät nach Hause kommen, geraten sie leicht in den Verdacht, nicht „anständig“ zu sein. Diese Einstellung haben auch viele Vorarbeiter und Aufseher, weshalb sie die Näherinnen mit Verachtung behandeln.

Keine Vereinigungsfreiheit, keine Gewerkschaften

In keiner der sechs Fabriken gibt es eine Gewerkschaft oder einen Betriebsrat. Auch den Versuch, einen Betriebsrat zu gründen, gab es nur in einem Fall. Die Angst vor Entlassungen ist zu groß, so dass die meisten es nicht wagen, sich zu organisieren, und schon gar nicht, öffentlich zu protestieren und ihre Rechte einzuklagen. Fast alle ArbeiterInnen wünschten sich allerdings eine Gewerkschaft in ihrer Fabrik und 53 ArbeiterInnen hatten in den letzten fünf Jahren demonstriert.

In einer der Fabriken organisierte ein/e ArbeiterIn die Belegschaft und erreichte, dass die Arbeit nach einem Brand wieder aufgenommen wurde. Allerdings wurde er/sie dafür entlassen. In einer anderen Fabrik gab es einen Aufruhr wegen schlechter Bezahlung. Die AnführerInnen wurden gefeuert und erhielten nicht einmal den ihnen zustehenden Lohn der letzten Monate.

Verhaltenskodex

Nahezu alle der interviewten ArbeiterInnen haben das Wort Verhaltenskodex noch nie gehört. Jedoch ist ihnen bewusst, dass Unternehmen/Einkäufer/Auditoren die Fabrik besichtigen und teilweise auch mit den ArbeiterInnen reden. Während dieser Besuche veranstalten die Besitzer der Fabriken eine Show. Toiletten werden geputzt. Die ArbeiterInnen werden angehalten zu erklären, dass in ihrer Fabrik keine Kinderarbeit existiert, dass die Arbeitsatmosphäre angenehm sei und der Lohn pünktlich gezahlt würde. Sie sollen außerdem erzählen, dass sie regelmäßig Urlaub erhalten, keine erzwungenen Überstunden leisten und auch nicht nachts arbeiten müssen. Bei Fragen nach ihrem Lohn sollen die ArbeiterInnen einen höheren Lohn angeben als sie tatsächlich erhalten. Sehr junge und zu jung aussehende ArbeiterInnen werden bei Besuchen von Einkäufern/Auditoren gezwungen, von der Arbeit wegzubleiben. Bei unangekündigten Besuchen werden sie auf den Toiletten eingesperrt. Es sind Fälle bekannt, wo ArbeiterInnen den Einkäufern die reale Situation darlegten und daraufhin ihren Arbeitsplatz verloren.

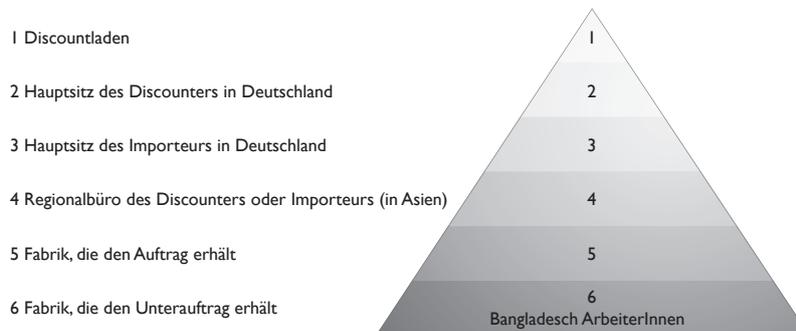
Khorsheed Alam ist Leiter des Alternative Movement for Resources an Freedom Society (AMRF), einer NGO in Bangladesch.

4.4 Einkaufspraktiken und ihre Auswirkungen

von Khorshed Alam und Gisela Burckhardt

Die im obigen Kapitel dargestellten Arbeitsrechtsverletzungen sind zum einen im unerfahrenen und schlechten Management der lokalen Fabrikmanager begründet, zum anderen sind sie die direkte Konsequenz der Einkaufspraktiken der Unternehmen aus Europa und den USA.

Der Weg eines Auftrags



Die Graphik anbei zeigt, welche Instanzen ein Auftrag durchläuft: Das internationale oder deutsche Unternehmen, im folgenden als Einkäufer bezeichnet wie z.B. KiK, hat seinen Sitz in Deutschland und kann seine Aufträge auf unterschiedliche Art und Weise platzieren. Eine Möglichkeit ist, den Auftrag direkt an den Lieferanten in Bangladesch zu vergeben, das passiert jedoch relativ selten. Eine andere Möglichkeit ist der Weg über einen Importeur. Lidl und Aldi arbeiten vor allem mit Importeuren zusammen, von KiK ist das weniger bekannt. Der Importeur kann direkt mit einem Fabrikbesitzer in Bangladesch zusammenarbeiten und ihm den Auftrag erteilen. Meistens aber haben die Importeure eigene Niederlassungen in den Produktionsländern, transferieren den Auftrag also an ihr Büro z.B. in Bangladesch. Wenn der Einkäufer nicht mit Importeuren zusammenarbeitet, hat er auf jeden

Fall eine Vertretung entweder vor Ort oder in der Region. Dieses Büro vergibt letztendlich den Auftrag an eine lokale Fabrik. Die Fabrik wiederum stellt die Ware entweder selber her oder gibt den Auftrag oder auch Teile davon an eine andere Fabrik weiter (subcontracting), weil sie selber nicht die gewünschte Menge in der gewünschten – kurzen – Zeit produzieren kann oder beispielsweise mit einem anderen Auftrag ausgelastet ist, etc.

Die ArbeiterInnen in Bangladesch stehen am Ende dieser Leiter und müssen ausbaden, was weiter oben auf den Zwischenstationen beschlossen worden ist.

Damit die Ware in der gewünschten Qualität und schnell geliefert wird, spielen auch noch andere Akteure eine wichtige Rolle: z.B. die Person, die die Qualität der Ware vor Ort überprüft, nämlich die Inspektion vor Verschiffung der Ware (Pre Shipment Inspection, PSI) sowie Auditkontrolleure, die Sozial- und Umweltstandards in der Fabrik überprüfen.

Einkaufspraktiken

Das System basiert auf Machtstrukturen. Die Stärksten – die globalen Unternehmen/die Einkäufer-, stehen oben an der Spitze, die Schwächsten in der Pyramide sind die ArbeiterInnen unten. Handelsunternehmen/Einkäufer nutzen ihre gewaltige Kaufkraft, um Lieferanten zu zwingen, schneller, billiger und flexibler zu produzieren.

„Die Preise haben sich in den letzten zehn Jahren halbiert, die Lebenskosten haben sich dagegen verdoppelt“ klagt ein Lieferant. Bei einer Untersuchung von acht Fabrikbesitzern in Dhaka im Jahr



2006/07 berichten die Lieferanten, dass die Preise für Kleidung, die das englische Handelshaus Tesco ihnen bezahlt, 5-10 Prozent niedriger sind als 2003/04. Ein anderer Lieferant sagt: „Wir können nicht wirklich verhandeln, weil wir Angst haben, dass sie den Auftrag an einen anderen Lieferanten oder an ein anderes Land vergeben.“ (ActionAid, 2007, S.46)

Der Einkäufer nutzt seine immense Macht oft schamlos aus. Zum Beispiel kommt es vor, dass der Einkäufer den Lieferanten nicht mehr um ein Angebot bittet, bevor er einen Auftrag vergibt. Er diktiert einfach den Preis und andere Bedingungen – der Lieferant kann nur akzeptieren oder es sein lassen. In dem starken Wettbewerbsumfeld gibt es immer einen, der jeden noch so niedrigen Preis akzeptiert. Der Einkäufer spielt die Anbieter/Lieferanten gegeneinander aus und bekommt so den günstigsten Preis.

Die Bezahlungsweise in der Bekleidungsindustrie macht den Lieferanten verwundbar, er ist voll in

der Hand des Einkäufers. Der Einkäufer stellt dem Lieferanten einen „Letter of credit“, auf Deutsch eine Zahlungsgarantie, aus, die allerdings erst nach Erhalt der Ware in Deutschland vom Lieferanten in Bangladesch eingelöst werden kann. In der Zwischenzeit müssen alle Kosten vom Lieferanten getragen werden. Die Lieferanten müssen also in Vorleistung treten für die Bezahlung des Stoffes, Garns und allen anderen Zubehörs, was gewöhnlich einen hohen Anteil am Auftrag ausmacht. Der Lieferant trägt alle finanziellen Risiken. Die Einkäufer können die Ware bei Ankunft in Deutschland aus verschiedenen Gründen und auch unter Vorwänden ablehnen. Dies passiert auch. Zum Vergleich: Sie lassen sich bei einem Schneider ein Hemd machen, ohne den Stoff vorher zu bezahlen, kaufen aber das Hemd nicht, weil es Ihnen aus irgendeinem Grund nicht gefällt. Das ist die Achillesferse, die den Lieferanten vom Einkäufer abhängig macht.

Über die schon oben genannten Einkaufspraktiken hinaus, nannten die im Rahmen dieser Untersu-

chung befragten Manager folgende weitere Praktiken (siehe auch die Darstellung von Einkaufspraktiken in Kapitel 2):

- Die Einkäufer verlangen Zugeständnisse über den schriftlichen Vertrag hinaus, inkl. schnellere Lieferung und niedrigere Preise.
- Einkäufer verlangen eine schnellere Lieferung und einen niedrigeren Preis als vereinbart war unter dem Vorwand, dass auf dem Heimatmarkt der Verkaufspreis gesenkt worden ist. Zusätzlich versucht der Einkäufer den Produktionsleiter zu bestechen, damit dieser den Lieferanten/Fabrikbesitzer – also seinen Arbeitgeber – zu einem niedrigeren Preis drängt.
- Die Einkäufer sagen zunächst akzeptable Preise zu, aber verweigern hinterher die Annahme der Ware unter einem lächerlichen Vorwand (z.B. angebliche Unzufriedenheit mit dem Design oder der Qualität). Dann verlangen sie eine große Ermäßigung. Willigt der Lieferant nicht ein, bleibt er auf den großen Mengen seiner Ware ohne Geld sitzen.
- Der Einkäufer behauptet, dass die Lieferung schon spät sei, nur um den Lieferanten zu Konzessionen zu zwingen.
- Der Einkäufer hält den Lieferanten über eine Erneuerung des Vertrags im Ungewissen, obwohl der Lieferant mitunter schon über zehn Jahre für ihn produziert.
- Durch Änderungen in letzter Minute und Aufträge von verschiedenen Designs in kleineren Mengen schafft der Einkäufer/das Unternehmen Unsicherheit hinsichtlich einer zuverlässigen und nachhaltigen Zusammenarbeit.
- Der Inspektor (PSI= Inspektion vor der Verschiffung), vom Unternehmen beauftragt, droht damit, eine Ware nicht als verladbar frei zu geben, um Bestechungsgeld zu kassieren.
- Auditoren der Einkäufer verlangen Bestechungsgelder für die Zertifizierung, dass die Ware den geforderten Qualitätsansprüchen genügt.
- Wenn Defizite bei Sozialaudits festgestellt werden, werden diese argumentativ genutzt, um bei einem neuen Auftrag einen niedrigeren Preis und andere Konditionen herauszuschlagen.

Alle die genannten Praktiken zeigen, dass es keine stabile langfristige Beziehung und kein Vertrauensverhältnis zwischen den hier untersuchten Fabriken und ihren Einkäufern gibt. Die Lieferanten sind den Einkäufern ausgeliefert.

Auswirkungen der Einkaufspraktiken auf den Lohn

Die oben genannten Praktiken zeigen, dass die Einkäufer sich größtenteils nach dem geringsten Preis für die Ware richten. Die Lieferanten sehen nicht viel Spielraum, um den Preis niedrig zu halten. Die Kosten für die Rohprodukte – die sie vielfach importieren müssen – liegen fest, sind nicht verhandelbar und müssen bezahlt werden, bevor der Lieferant überhaupt anfängt zu produzieren. Die einzigen flexiblen Kosten sind aus ihrer Sicht die Arbeitskosten. Nur hier sehen die Lieferanten für sich selber ein „Einsparpotential“, indem sie die Löhne so niedrig wie möglich halten, um den Gewinn für sich zu vergrößern.

Die Regierung Bangladeschs unterstützt sie darin, indem sie lange Jahre den Mindestlohn nicht an hob und er auch heute noch nicht dazu ausreicht, ein menschenwürdiges Leben zu führen. Die Regierung Bangladeschs vertritt nicht die Interessen ihrer ar-



eine Textilfabrik in Bangladesh



men Bevölkerung, sondern die der besser Gestellten. Aus Angst davor, dass Einkäufer in andere Länder abwandern, sind sie bereit, die Löhne niedrig zu halten. Die Leidtragenden sind die am Fuße der Pyramide Stehenden, die ArbeiterInnen.

Auswirkungen der Einkaufspraktiken auf die Überstunden

Überstunden sind in fünf der sechs Fabriken die Regel. Die Gründe für Überstunden liegen zum einen beim Management des Lieferanten, zum anderen bei den Einkäufern. Überstunden müssen geleistet werden, weil das Fabrikmanagement den Arbeitsprozess nicht sinnvoll und effizient plant. Viele Manager haben keine Ausbildung und wissen oft nicht, wie sie den Produktionsablauf optimieren können.

Eine Planung des Produktionsprozesses ist aber wiederum nur möglich, wenn Aufträge langfristig und zuverlässig platziert werden. Aus Sicht der Lieferanten ist eine langfristige Beziehung nicht gleichzusetzen mit einer zuverlässigen Beziehung. Gerade aber letztere ist notwendig, um dem Lieferanten Sicherheit zu geben. Wie oben dargestellt, nehmen Einkäufer kurzfristige Veränderungen bei den Aufträgen vor, wollen anders und schneller beliefert werden, was letztlich dazu führt, dass die ArbeiterInnen Überstunden machen müssen. Die Tendenz zur „fast fashion“, dem häufigen Wechsel von Kollektionen, hat direkte Auswirkungen auf die ArbeiterInnen. Mehr Flexibilität wird vom Lieferanten verlangt, er soll sich auf schnell wechselnde

Anforderungen durch den Einkäufer einstellen. Dies hat zur Folge, dass er seine Produktionslinie kurzfristig umstellen muss. Oft ist er damit überfordert, benötigt mehr Zeit als geplant, was dann die ArbeiterInnen mit Überstunden und Nacharbeit ausbaden müssen.

Auswirkungen der Einkaufspraktiken auf Subcontracting und Arbeitsverhältnisse

Die Tendenz unter den Einkäufern zu einer Konzentration auf weniger Lieferanten (siehe Kap.2) führt zu einem dazu, dass mehr NäherInnen nur kurzfristig für Spitzenzeiten beschäftigt werden, danach aber wieder auf der Straße sitzen. ZeitarbeiterInnen werden bei Engpässen eingestellt und danach wieder entlassen. Zum anderen hat es zur Folge, dass mehr Aufträge als Unteraufträge vergeben werden, weil der Hauptlieferant die Menge in der Kürze der verlangten Zeit nicht mehr bewältigen kann. Fabriken, die Unteraufträge erhalten, werden den Einkäufern und ihren Kontrolleuren in der Regel nicht gezeigt. Im Fall der sechs untersuchten Fabriken scheint es so zu sein, dass eine Fabrik als Sublieferantin für die andere fungiert. Beide Fabriken gehören demselben Besitzer. Während in der einen Fabrik die Arbeitsstandards besser sind, sind sie in der anderen Fabrik katastrophal. In letzterer Fabrik sind die Überstunden nicht freiwillig, während in der „besseren“ Fabrik kaum Überstunden anfallen. Auch Entlassungen gibt es häufig in der „schlechten“ Fabrik, nicht aber in der besseren Fabrik.

Eine Verbesserung der Arbeitsbedingungen und Sozialstandards ist nur möglich, wenn endlich die multinationalen Einkäufer weltweit erkennen, dass sie ihre Einkaufspraktiken ändern müssen. Preise und Lieferzeiten dürfen nicht einseitig diktiert werden. Langfristige, sichere und vertrauensvolle Geschäftsbeziehungen zu den Lieferanten müssen aufgebaut werden. Eine sichere und regelmäßige Abnahme von Waren muss den Lieferanten garantiert werden.

5. Prekarisierung der Arbeitsverhältnisse im Einzelhandel

5.1 Prekarisierung der Arbeitsverhältnisse im deutschen Einzelhandel

Von Sarah Bormann



Der Trend hin zu einer Prekarisierung der Arbeitsverhältnisse durchzieht im Handel alle Betriebsformate, also sowohl Supermärkte, Warenhäuser, Discounter usw. Allerdings stellen die Discounter mit ihrer Hauptsache-Billig-Strategie zweifelsohne die Speerspitze dieser Entwicklung dar. Discounter gehen erfolgreich aus dem Konkurrenzkampf des deutschen Einzelhandels hervor, indem sie vor allem auf niedrige Preise setzen – und niedrige Preise verlangen sie nicht nur von ihren Zulieferern, sondern auch von ihren Mitarbeitern.

Prekarisierung als Verunsicherung

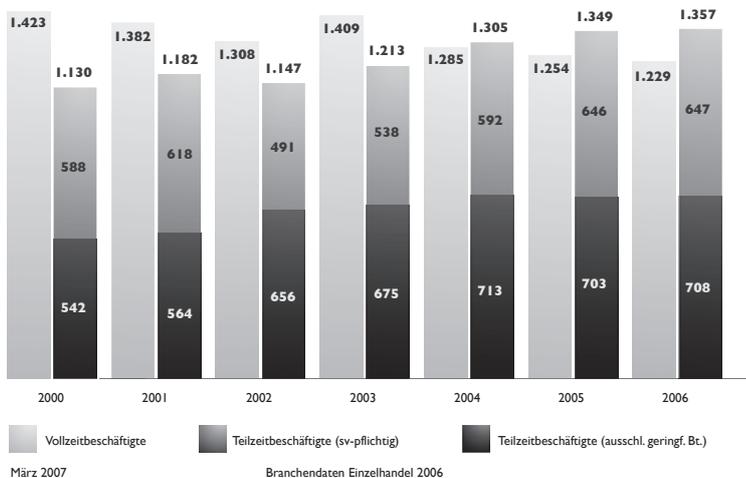
Die Prekarisierung der Arbeitsverhältnisse beschreibt den Prozess der Auflösung des Normalarbeitsverhältnisses, das im Regelfall zeitliche Sicherheit und Stabilität sowie die Ernährung einer Familie garantierte. Bildhaft gesprochen arbeitete der Familienvater vierzig Jahre lang für das gleiche Unternehmen und das acht Stunden am Tag. In Abgrenzung dazu sind prekäre Arbeitsverhältnisse unsicher. Zum einen aufgrund des niedrigen Einkommensniveaus und fehlender sozialer Absi-

cherung wie z.B. die Einzahlung in die Rentenkasse oder der Anspruch auf Arbeitslosengeld. Zum anderen sind sie aufgrund der fehlenden zeitlichen Planbarkeit unsicher: Befristete Arbeitsverhältnisse und ein mangelnder Kündigungsschutz erschweren die Gestaltung der eigenen Zukunft. Flexible Arbeitszeitmodelle, insbesondere Teilzeitarbeit und Leiharbeit, erschweren es, Lohnarbeit und Freizeit aufeinander abzustimmen.

Im Einzelhandel sind prekäre Arbeitsverhältnisse, wie Teilzeitarbeit nichts vollkommen Neues, allerdings nehmen solche Arbeitsverhältnisse deutlich zu. Auch werden sie von beschäftigten Frauen selbst nun häufiger als prekär empfunden. Viele Verkäuferinnen im Einzelhandel üben freiwillig eine Teilzeitarbeit aus, weil sie sich selbst primär als Mutter definieren und ihre Zeit nach ihrer Familie ausrichten wollen. Im Einzelhandel werden nun aber die Arbeitszeiten verstärkt flexibilisiert und an die schwankenden Kundenaufkommen angepasst. Folglich verlangt das Management von den Verkäuferinnen zeitlich verfügbar zu sein. Zudem haben sich aber auch in den letzten Jahrzehnten die Rollenbilder stark geändert. Immer häufiger sind Frauen nicht mehr nur Zuverdienerinnen, sondern sie sind von dem Arbeitsplatz finanziell abhängig. Die Arbeitsverhältnisse von Frauen waren auch schon früher prekär, nehmen aber immer mehr zu.

Beschäftigte nach Beschäftigungsstatus

Angaben in Tsd. Personen



Quelle: 2000-2004 Fachserie 6, Reihe 4, Beschäftigte, Umsatz, Aufwendungen, Lagerbestände, Investitionen und Warensortiment im Handel, erschienen im Januar 2007, ab 2005 Hochrechnung auf der Grundlage der Messzahlen zur Entwicklung des Einzelhandels (Fachserie 6, Reihe 3.1.) Stand 31.12.2006 und eigene Berechnungen. Angaben zu den geringfügig Beschäftigten: Bundesagentur für Arbeit: Arbeitsmarkt in Zahlen, Ausschließlich geringfügig entlohnte Beschäftigte (Auswertung per 31.6.2006).

Die Einzelhandelsbranche ist hierfür ein klassisches Beispiel. Heute sind 70 Prozent der Beschäftigten im Einzelhandel weiblich (Warich 2007a, 6) und weibliche Teilzeit stellt die dominante Beschäftigungsform in der Branche dar (Voss-Dahm 2006, 81). Frauen sind verstärkt im Verkaufsbereich als Verkäuferinnen tätig. Anspruchsvolle und auch besser bezahlte Arbeitsplätze im gehobenen Management und im technischen Bereich werden dagegen häufiger von Männern besetzt. Von der Zunahme von Teilzeitarbeit, flexiblen Arbeitszeitmodellen, einer höheren Arbeitsbelastung und niedrigen Löhnen (s.u.) sind vor allem die überwiegend weiblichen Angestellten betroffen. Allerdings konkurrieren zunehmend auch Männer mit Frauen um prekäre Beschäftigung und arbeiten z.B. als Kassierer im Lebensmitteleinzelhandel – ein Bild was sich noch vor zehn Jahren selten bot.

Discounter als Speerspitze der Prekarisierung

Prekäre Arbeitsverhältnisse resultieren aus der Einsparung von Personalkosten. Dies ist zweifelsohne nicht nur ein Anliegen von Discountern, sondern auch Warenhäuser und Supermärkte würden gerne stärker ihre Personalkosten senken, was jedoch nur begrenzt möglich ist. Der Unterschied zu den Discountern liegt darin, dass der Kunde bei einem Discounter wie KiK oder Lidl weder eine aufgeräumte Filiale, noch kurze Wartezeiten an der Kasse, noch eine freundliche Beratung erwartet. Betritt der Kunde einen Discountmarkt, so versprechen ihm doch gerade all diese Widrigkeiten, hier ein Schnäppchen zu machen, und genau aus diesem Grund nimmt er die Missstände auch in Kauf. Folglich kann die Unternehmensleitung an qualifizierten Fachkräften sparen, gestresste Verkäuferinnen gehören zum Image und Frischetheken, an denen auch mal ein Gespräch stattfinden könnte, sind erst gar nicht vorhanden. Verkäuferinnen bei Discountern werden nach ihrer Belastungsfähigkeit ausgewählt.

Ein weiterer wichtiger Grund für die relativ schlechten Arbeitsbedingungen ist die häufig fehlende Verankerung einer betrieblichen Interessensvertretung in den Discounterfilialen. Diese erklärt sich aus der Beschäftigten- und Betriebsstruktur sowie aus dem aggressiven Union-Busting der Unternehmensleitung.

Flexibel und billig: Arm trotz Arbeit

Teilzeitarbeit entwickelt sich mit einem Anteil von bereits über 50 Prozent im Einzelhandel zum neuen Normalarbeitsverhältnis. Während die Stellen für Vollzeitbeschäftigte rapide sinken - seit 2003 ist ein Rückgang um 180.000 Stellen (-12,8 Prozent) zu verbuchen (Warich 2007a, 6) -, steigt die Teilzeitbeschäftigung an. Über die Hälfte dieser Teilzeitstellen sind mittlerweile geringfügige Beschäftigungsverhältnisse. Diese so genannten Minijobs bieten weder eine Existenzgrundlage noch sind sie sozialversicherungspflichtig. Zunehmend werden auch Schüler, Studenten und Rentner als Minijobber eingestellt.

Zwar ist der Trend zur Teilzeitarbeit im Einzelhandel ein allgemeines Phänomen. Insbesondere im Vergleich zu Warenhäusern aber auch Supermärkten ist der Anteil von Teilzeitarbeit bei Discountern jedoch überdurchschnittlich hoch. Ein Grund hierfür sind die geringeren Qualifikationsanforderungen als auch die niedrigere Personaldecke. So verfügen z.B. beim Drogeriediscounter Schlecker in der Regel nur die Filialleiterinnen über eine Vollzeitstelle, bei KiK ist es ähnlich. In jeder Filiale sind dann im Durchschnitt zwei bis drei weitere Verkäuferinnen angestellt, die in der Regel einen Teilzeitvertrag zwischen acht bis 22 Stunden erhalten (Bormann 2007a). Durch den weit verbreiteten Zwang zur Teilzeit sind diese Frauen Niedrigverdienerinnen. So liegt der Tariflohn in der Branche zwischen rund 1400 und 2000 Euro Brutto, Teilzeitbeschäftigte müssen folglich nicht selten mit einem Bruttoeinkommen weit unter 1000 Euro ihren Lebensunterhalt fristen. Zudem zahlen nicht alle Discounter nach Tarif: Bei dem Textildiscounter KiK liegt z.B. der Stundenlohn einer Arbeitskraft bei 5,20 Euro, weshalb ver.di im Herbst 2007 Straf-

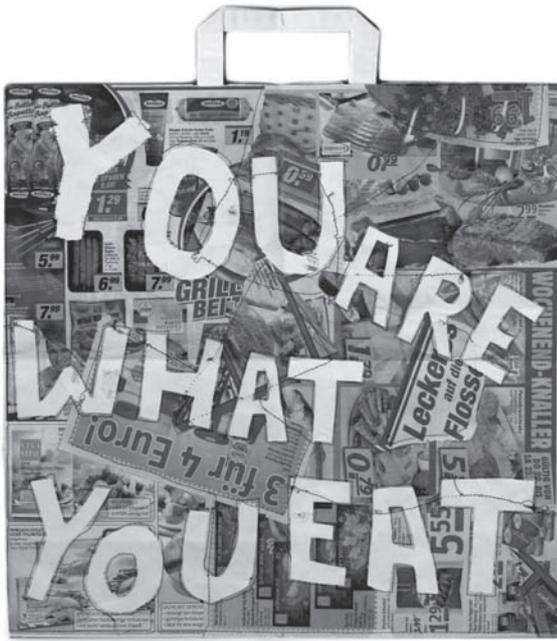
anzeige wegen Lohndumping erstattete (vgl. hierzu Artikel über KiK). Da die Flexibilitätsanforderungen an die Verkäuferinnen hoch sind, ist es ihnen trotz des geringen Einkommens oftmals nicht möglich, eine zweite Stelle anzunehmen. So verfügen manche Teilzeitbeschäftigte über lange Mittagspausen von bis zu vier Stunden:

„Das Gehalt reicht nicht aus, wenn man alleine ist und einen zweiten Job kann man nicht annehmen, weil man muss ja flexibel sein.“

so eine Verkäuferin im Gespräch mit der Autorin.

Die Anforderungen an die zeitliche Flexibilität der Verkäuferinnen äußern sich zum einen darin, dass die Arbeitszeiten in der Regel mehrere Wochen im Voraus festgelegt werden. Zum anderen ist jedoch aufgrund der niedrigen Personaldecke auch „Arbeit auf Abruf“ eine gängige Praxis. Oftmals sind die Filialen auf einen möglichen Ausfall wegen Krankheit nicht vorbereitet und es kann kein Ersatz gefunden werden. Eine Schlecker-Filiale verfügt z.B. über 85 Arbeitswochenstunden bei einer Öffnungszeit von 66 Wochenstunden, was einer Personalbesetzung von 1,3 Mitarbeiterinnen entspricht. Der Personalausfall durch Urlaub und Krankheit wird nicht extra berechnet, sondern muss ebenfalls über die 1,3





Personenbesetzung gedeckt werden. In der Folge müssen die Kolleginnen Mehrarbeit leisten, was aus Unternehmensperspektive die flexibelste Form der Arbeitszeiteinteilung ist. Den Beschäftigten nimmt die Mehrarbeit jedoch die Möglichkeit der persönlichen Planung. Das Perfide ist jedoch, dass sie aufgrund der niedrigen Bezahlung als Teilzeitfachkraft finanziell auf die Mehrarbeit angewiesen sind. Allerdings werden auch immer wieder Fälle unbezahlter Mehrarbeit bekannt, die bei den Discountern zum Teil als selbstverständlich vorausgesetzt werden.

Prekär ist zudem die Situation jener Beschäftigter, die nur über einen befristeten Vertrag verfügen, was ebenfalls bei Discountern stark zunimmt: Bei KiK arbeiten z.B. die Hälfte der 18.000 Beschäftigten als Aushilfen (LZ 2007). Bei Schlecker erhalten die Aushilfen häufig nur Verträge für eine Woche oder gar nur einen Tag. Dennoch arbeiten manche im Rahmen dieser Tages- und Wochenverträge bereits seit Jahren für das Unternehmen (Bormann 2007a).

Eine andere Form der Flexibilisierung, die mit der Prekarisierung der Arbeitsverhältnisse einhergeht, ist die Auslagerung von Arbeitsschritten (Outsourcing). So greifen Discounter, darunter Aldi Süd, Plus, Penny und Lidl, verstärkt auf den

Einsatz von Fremdfirmen zurück. Das Outsourcing, insbesondere von Tätigkeiten wie der Verräumung von Waren, erhöht nicht nur die Flexibilität, sondern ist auch billiger und liegt oftmals unterhalb der Tariflöhne (Haase 2006). Outsourcing ist jedoch auch in Warenhäusern und Supermärkten eine zunehmend verbreitete Praxis. Typische Tätigkeiten, die von Fremdfirmen übernommen werden, sind neben dem Verräumen der Ware: Inventur, Telefonservicedienste, Dekoration, Hausverwaltung, Reinigung und Buchhaltung (Schuhler 2005, 36). Die Voraussetzung hierfür liefert die starke Aufspaltung der Verkaufstätigkeit in einzelne Arbeitsschritte, wobei einfache Dienstleistungen von Tätigkeiten mit höheren Qualifikationsanforderungen abgespalten werden (Kalina/Voss-Dahm 2005, 7). Während also Kernaufgaben von einer fest angestellten Vollzeitbeschäftigten übernommen werden, können vergleichsweise einfache Tätigkeiten an Teilzeitbeschäftigte delegiert oder an

Fremdfirmen ausgelagert werden. Im letzteren Fall handelt es sich um eine "Firma in der Firma", und die Kolleginnen verrichten in der Regel Seite an Seite Dienste für zwei unterschiedliche Chefs. Aber es können auch ganze Abteilungen, wie z.B. im Fall Lidl's der Fuhrpark ausgelagert werden. Grund hierfür war allerdings in erster Linie das Interesse der Unternehmensleitung, eine aktive Betriebsratsarbeit zu verhindern (Hamann/Giese 2004).

Weniger Arbeitsstunden = höhere Arbeitsleistung

Laut einer Umfrage beklagen sich 44 Prozent der im Einzelhandel Beschäftigten über einseitige oder körperlich schwere Arbeit sowie 31 Prozent über Zeitdruck und die hohe Arbeitsintensivität (Fuchs, 2004). Typische Erkrankungen sind Schlafstörungen, Kopfschmerzen und Gelenkschmerzen.

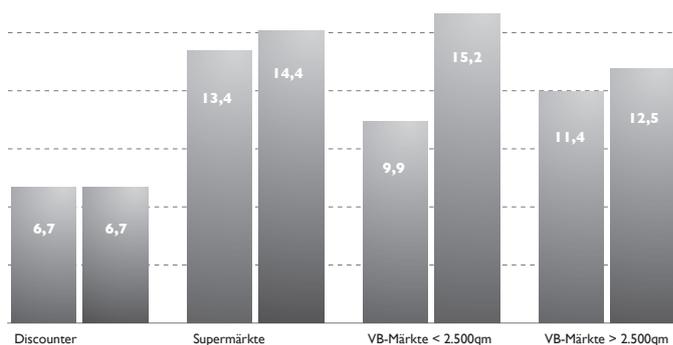
Ein Grund für die zunehmende Arbeitsbelastung ist, dass trotz eines steigenden Umsatzes (im Jahr 2006 knapp ein Prozent), die Beschäftigtenzahl und das Arbeitszeitvolumen insgesamt zurückging (im Jahr 2006 über ein Prozent) (Warich 2007a, 8 und 10). Der Umsatz je Beschäftigte nimmt also zu, was einerseits auf eine zunehmende Standardisierung

und Automatisierung zurückzuführen ist, andererseits für eine Leistungsverdichtung steht. Auch bei dieser Entwicklung stellen die Discounter die Speerspitze der Entwicklung dar. Ihr Personalkostenanteil am Umsatz liegt gerade einmal bei 6,7 Prozent, wogegen bei Verbraucher- und Supermärkten der Anteil zwischen 12,5 und 14,4 Prozent variiert (Warich 2007b, 19). Der Anteil der Personalkosten ist hier also doppelt so hoch wie bei den Discountern. Für die Beschäftigten bedeutet dies eine enorme Arbeitsbelastung. In der Regel erhalten sie keine Handlungsspielräume, um den Arbeitsprozess selbst zu gestalten, trotzdem wird von ihnen abverlangt, den gesamten Laden am Laufen zu halten: Regale einräumen, Waren annehmen, Fenster putzen, kehren, abkassieren. Sie müssen sich folglich zu wahren Allround-Talenten entwickeln, um den permanenten Zeitmangel zu verwalten. Das geht nur auf Kosten ihrer Gesundheit. Besucht man als Kunde Aldi, Lidl oder KiK wird man kaum Verkäuferinnen im Gespräch überraschen, im Gegenteil: Vielen Verkäuferinnen bleibt kaum die Zeit, um in Ruhe die Toilette aufzusuchen.

Da Discounter in der Regel einen stark autoritären Führungsstil verfolgen, ist der Druck auf die Beschäftigten, den Anforderungen gerecht zu werden, relativ hoch.

Anteil der Personalkosten am Umsatz

in Prozent



Discounter 1006

Strukturwandel im Einzelhandel

Quelle: Handel aktuell 2006/2007 vom EHI Retail Institut, Köln, 2006, S. 293 und S. 298.

Union-Busting made in Germany

Die Arbeitsbedingungen sind nicht bei allen Discountern gleich schlecht. Vieles hängt davon ab, ob

es eine betriebliche Interessensvertretung gibt oder nicht. Bestes Beispiel hierfür ist das Unternehmen Schlecker: Während in ca. einem Drittel der Filialen mittlerweile die Einhaltung geltender Arbeitsrechte durch Betriebsräte durchgesetzt wird, hängt die Situation in den übrigen Filialen von der Willkür der Filialleitung ab, wie es auch von Aldi Süd oder KiK bekannt ist. Es kommt zu unbezahlter Mehrarbeit, Beleidigungen durch Vorgesetzte und einem enormen Arbeitsdruck. In einem Fall bei Schlecker zahlten die Verkäuferinnen gar aus eigener Tasche einen Fensterputzer, damit die Filiale sauber und ordentlich wirkt (Bormann 2007a).

Bei einem Großteil der Discounter muss die Verankerung von Betriebsräten gegen den Willen der Unternehmensleitung durchgesetzt werden. Was in den USA unter dem Begriff Union-Busting diskutiert wird, findet auch in Deutschland Verbreitung. Das Management, ob von Lidl, Aldi Süd, KiK, Bauhaus oder Media Markt versucht mit allen Mitteln eine Interessensvertretung zu verhindern – vor allem dann wenn es sich um gewerkschaftlich organisierte Betriebsräte handelt. Diese Abwehr erklärt sich mit der Hauptsache-Billig-Strategie. Betriebsräte verursachen Kosten und verhindern den allzu leichten Zugriff auf flexible und gehorsame Arbeitskräfte. Die Verbreitung der Discounter hat, so die Beobachtung

von Gewerkschaftssekretären, auch zu einer Zunahme antigewerkschaftlichen Unternehmenshandelns im Einzelhandel geführt (Bormann 2007a). Die Methoden basieren dabei in erster Linie auf der Einschüchterung der Beschäftigten durch Kontrollbesuche, Abmahnungen sowie subtilen als auch direkten Androhungen von Nachteilen durch Führungskräfte (Bormann 2007a). Ein bekanntes Beispiel ist hierfür z.B. der Lebensmitteldiscounter Lidl (siehe Artikel von G. Giese) oder auch der Textildiscounter KiK, der in Österreich massiv Betriebsratswahlen erschwerte (siehe Artikel von C. Schröder)

der Lebensmitteldiscounter Lidl (siehe Artikel von G. Giese) oder auch der Textildiscounter KiK, der in Österreich massiv Betriebsratswahlen erschwerte (siehe Artikel von C. Schröder)



Im Fall Schlecker kam es in einem solchen Fall jüngst sogar zu einer Verurteilung dreier Führungskräfte des Unternehmens wegen gemeinschaftlicher und versuchter Nötigung. Ein Mitglied des Wahlvorstands, welcher die Betriebsratswahl vorbereitete, wurde unter Androhung des Verlusts des Arbeitsplatzes genötigt, eine Versetzung außerhalb des Wahlkreises zu unterzeichnen. Ihrer Kollegin wurde ebenfalls mitgeteilt, dass Betriebsräte in der Firma nicht erwünscht seien, da sie nur Kosten verursachen und gegen die Firma arbeiten. Würde sie das Unternehmen nicht freiwillig verlassen, hätte sie mit verstärkten Kontrollen und Abmahnungen zu rechnen, was schließlich zur Kündigung führen würde, so die Drohung der Vorgesetzten (Landgericht Marburg, 2 Ns 2 Js 18719/05).

Die Be- und Verhinderung von Betriebsräten hat bei Discountern System, ob nun bei Schlecker, Lidl oder KiK. Eine Verbesserung der prekären Arbeitsbedingungen setzt nicht zuletzt voraus, dass Mitbestimmung in den Filialen verankert wird.

Sarah Bormann ist Politikwissenschaftlerin. Sie arbeitet im Projekt PC global bei WEED – Weltwirtschaft, Ökologie & Entwicklung. Im Dezember 2007 erschien ihr Buch „Angriff auf die Mitbestimmung. Unternehmensstrategien gegen Betriebsräte – der Fall Schlecker.“ im Verlag Edition Sigma.

5.2 Arbeitskampf bei KiK in Österreich

Von Christina Schröder

Die Beschäftigten im österreichischen Einzelhandel sind zum Teil sehr widrigen Arbeitsbedingungen ausgesetzt. Auch die Angestellten des Textil-Diskonters KiK in den 250 österreichischen KiK-Fillialen leiden unter den für diesen Teil des Handels typischen Problemen bei Arbeitszeitaufzeichnungen, nicht ausbezahlten Überstunden etc. Besonders bei Billigtextilien entsprechen die Arbeitsbedingungen nicht immer den internationalen rechtlichen Standards- weder in den Produktionsländern, noch dort, wo sie vertrieben werden.

Textildiskonter KiK ein langer Weg zum Betriebsrat

Lange Zeit erschwerte die Geschäftsführung von KIK die Wahl eines Betriebsrates erheblich. Die Beschäftigten hatten keine Möglichkeit, auf betrieblicher Ebene ihre Interessen nachhaltig zu vertreten. Wie in allen Filialbetrieben ohne Betriebsrat war auch bei KiK der Informationsstand der Beschäftigten über ihre Rechte sehr niedrig. Bereits im Herbst 2004 wurde ein Wahlvorstand eingesetzt und mit der Ausschreibung der Betriebsratswahl beauftragt. Obwohl der Wahlvorstand den gesetzlichen Auftrag hatte, innerhalb von drei Tagen die Betriebsratswahl einzuleiten und binnen vier Wochen durchzuführen, wurde dieser gesetzliche Auftrag bei KiK nicht umgesetzt.

Vielmehr riet der Wahlvorstand, der der Geschäftsführung nahe stand, den MitarbeiterInnen davon ab, der Gewerkschaft beizutreten. Die Gewerkschaft der Privatangestellten, Druck Journalismus, Papier (GPA-DJP) brächte nur Unruhe und Missstimmung ins Unternehmen.

Im Herbst 2006 rief sie die Kampagne ANKi(c)K ins Leben. GewerkschafterInnen informierten die Beschäftigten des Textildiskonters KiK in ganz Österreich über ihre Rechte. Das Besondere dabei waren die so genannten „Partnerschaften“: Erfahrene BetriebsrätInnen aus den verschiedensten Branchen - z.B. aus der Industrie oder dem Finanzsektor - be-

treuten Handelsangestellte, die keinen Betriebsrat haben. Sie besuchten alle 250 Filialen der Textildiskont-Handelskette und klärten sie über ihre Rechte als Angestellte auf.

Im Rahmen der Kampagne ANKi(c)K führte die GPA-DJP auch eine Fragebogenaktion bei den Beschäftigten durch. Die Fragebogenaktion ergab, dass sich 98 % der MitarbeiterInnen bei KiK einen Betriebsrat wünschten. 85 % bekamen die Vor- und Abschlussarbeiten nicht bezahlt und 60 % beklagten, dass ihre Wochenstunden willkürlich hinauf- und hinuntergesetzt werden. Die vereinbarte Arbeitszeit wurde bei jeder/m zweiten ArbeitnehmerIn nicht eingehalten.

KiK versucht erfolglos Kandidaten für die Betriebsratswahl zu entlassen

Zum großen Eklat kam es 2007, als Andreas Fillei, Spitzenkandidat für die Betriebsratswahl bei KiK, zwei Tage nach erneuter Ausschreibung der Wahl ohne Angabe von Gründen fristlos entlassen wurde. Gleichzeitig erhielt er in allen KiK-Filialen Hausverbot. Vorsorglich wurde auch gleich noch allen GewerkschafterInnen der Zutritt zu den KiK-Filialen untersagt. Die Gewerkschaft GPA-DJP hat selbstverständlich gegen die Entlassung von Andreas Fillei Klage eingereicht, da WahlwerberInnen durch einen besonderen Kündigungs- und Entlassungsschutz geschützt sind.

Die Entlassung hatte zum Ziel, die Beschäftigten bei KiK einzuschüchtern. Dennoch wurden im Februar 2007 österreichweit gewerkschaftliche Informationsabende der GPA-DJP für die Beschäftigten beim Textildiskonter KiK angeboten. Auch hier wieder versuchte das Management, diese Veranstaltungen zu beeinflussen und zu sabotieren. Im Vorfeld hatten alle MitarbeiterInnen von der Unternehmensführung ein Schreiben erhalten, in denen ihnen nahe gelegt wurde, an keiner gewerkschaftlichen Veranstaltung teilzunehmen.

Eine von der GPA-DJP am Abend des 22. Februars 2007 durchgeführte Informationsveranstaltung in Salzburg wurde seitens der Geschäftsleitung nicht nur im Vorfeld boykottiert, sondern auch mit Stasi-Methoden bespitzelt. Die Bezirksleiter wurden von der Unternehmensführung beauftragt ihre eigenen Kollegen zu fotografieren, um zu kontrollieren, wer an dieser Veranstaltung teilnahm. „KiK hat hier nicht nur im höchsten Maße die Versammlungsfreiheit missachtet“, kritisiert Walter Steidl, Regionalgeschäftsführer der GPA-DJP in Salzburg, „sondern auch durch die Bespitzelungsaktion die Menschenwürde der eigenen Mitarbeiter verletzt.“



Hunderte Demonstranten fanden sich am selben Tag vor der KiK-Zentrale in Wien ein und machten ihrem Unmut über die Machenschaften der Geschäftsführung bei KiK Luft. Zwei Stunden später kam endlich die Rückmeldung, dass die einstweilige Verfügung erlassen wurde, wonach Andreas Fillei in der Ausübung seiner Tätigkeit als Wahlwerber nicht beschnitten werden dürfe und insofern das Hausverbot aufgehoben war. Das Verfahren wegen Filleis Entlassung lief jedoch weiter. Er galt zwar als freigestellt vom Dienst, hatte so aber sowohl aktives als auch passives Wahlrecht.

Erste Betriebsratswahl: eine Farce

Von diesem machte Andreas Fillei auch Gebrauch. Am 26. Februar brachte er fristgerecht den Wahlvorschlag ein. Dann wurde ihm jedoch durch den Wahlvorstand schriftlich mitgeteilt, dass sein Wahlvorschlag nicht zugelassen würde. Begründet wurde das mit unlesbaren Unterschriften und der angeblichen verbotenen Koppelung von Wahlvorschlägen.

Das bedeutete, dass nur eine Liste zugelassen wurde, jene von Martin Reischl – dem Assistenten der Geschäftsführung! Er war noch dazu gleichzeitig Vorsitzender des Wahlvorstandes. Der Wahlvorstand

setzte sich aus ihm, dem Assistenten der Geschäftsführung und MitarbeiterInnen aus der Personalabteilung zusammen. Die GPA-DJP hat daraufhin entsprechend öffentlich reagiert und brachte vor Gericht Klage ein.

„Das Ergebnis der Betriebsratswahl bei KiK hat für die GPA-DJP keine Relevanz, da der Ausschluss der von Andreas Fillei angeführten Liste bereits als rechtswidrig anerkannt wurde. Die Wahl wird daher unmittelbar nach Abschluss der Wahlhandlungen angefochten“, versprach damals Georg Grundei, der für KiK zuständige Regionalsekretär bei der GPA-DJP.

Damit konnte die aktive Wahlhandlung trotzdem von 13. bis 15. März 2007 abgehalten werden, obwohl sich die Wahl als reine Farce darstellte.

Endlich regulärer Betriebsrat bei KiK-Textil-Diskont

Nach der Betriebsratswahl beim Textildiskonter KiK teilte der Wahlvorstand den KiK-MitarbeiterInnen mit, dass die gewählten BetriebsrätInnen der Liste Reischl die Wahl doch nicht annahmen. In Zusammenarbeit mit der GPA-DJP konnte eine neue Wahl vorbereitet werden.



Nach zahlreichen Schikanen der Geschäftsleitung, mit denen sie auf jeden Fall die Gründung eines Betriebsrates verhindern wollte, konnte schließlich im Juni 2007 dennoch ein Betriebsrat gewählt werden. KiK nahm auch die fristlose Entlassung von Wolfgang Fillei zurück.

Auf Grund der Beschäftigtenzahl waren 14 Mandate zu vergeben. Zur Wahl standen zwei verschiedene Listen. Die Liste von Andreas Fillei, der sich im Vorfeld sehr für die Wahl engagierte, erreichte trotz der monatelangen Einschüchterungsversuche des Managements vier Mandate.

„Erstmals haben die Beschäftigten des Textil-Diskonters KiK einen gewählten Betriebsrat in einem europaweit agierenden Unternehmen, das bislang immer grundsätzlich gegen eine Wahl eingestellt war. Das ist ein großer Erfolg“, erklärt der stellvertretende Bundesgeschäftsführer der GPA-DJP Karl Proyer, „Wir bieten dem gesamten neu gewählten Betriebsrat eine konstruktive Zusammenarbeit an und werden in den nächsten Wochen darauf drängen, dass die bislang mit der Geschäftsführung vereinbarten Maßnahmen zur Verbesserung der Arbeitsbedingungen zügig umgesetzt werden.“

Conclusio

Aktuell wurde erreicht, dass den BetriebsrätInnen bei den regelmäßig stattfindenden Sitzungen die Fahrtkosten rückerstattet werden. Der Betriebsrat versucht unter diesen widrigen Umständen in Gang zu kommen. „Wichtig ist, dass es nun einen Betriebsrat bei KiK gibt, dass diese Form der Organisation für die Angestellten vertraut wird und sie lernen damit

zu arbeiten. Erst dann können auch die bis dato nicht beseitigten Missstände bei KiK in Österreich bekämpft werden.“, meint Michaela Königshofer, Koordinatorin der österreichischen Clean Clothes Kampagne.

Die problematischen Arbeitsbedingungen bei KiK, beruhen sowohl in den Vertriebs- als auch in den Produktionsländern auf Einschüchterung und Unterdrückung durch das Management. Hier wie dort gibt es das Argument, dass aufgrund von Kritik von außen - sei es von NGOs oder Gewerkschaften - beispielsweise die Umsatzzahlen zurückgehen würden,



was eine Entlassung von ArbeiterInnen zur Folge hätte. Deswegen ist es wichtig, dass im Arbeitskampf, wenn er nicht direkt breit von den ArbeiterInnen selber getragen wird, sondern von deren VertreterInnen oder UnterstützerInnen, immer das Wohl der ArbeiterInnen im Vordergrund steht.

Christina Schröder arbeitet bei der entwicklungs-politischen NGO Südwind Agentur im Bereich Öffentlichkeits- und Kampagnenarbeit in Österreich und arbeitet für die dortige Clean Clothes Kampagne. Im Herbst 2006 war sie in Bangladesch, um die Missstände in der Bekleidungsindustrie zu dokumentieren.

5.3 Der erfolglose Versuch von Lidl, die Gründung von Betriebsräten zu verhindern – der lange Kampf von ver.di

Von Gudrun Giese



Der 1. November 2007 war ein guter Tag für die Beschäftigten der Lidl-Filiale in Hamburg-Eimsbüttel. Konnten sie doch erstmals einen Betriebsrat gründen. Mit neun zu acht Stimmen setzten sich am Ende die gewerkschaftlich orientierten KollegInnen der Filiale durch. Mittlerweile hat der Betriebsrat seine Arbeit aufgenommen.

Eine Betriebsratswahl in einer Discounterfiliale mit 17 Beschäftigten – ist das überhaupt eine Nachricht

wert? Wenn es um Lidl geht – neben Kaufland und Handelshof Bestandteil des Neckarsulmer Schwarz-Konzerns – dann ist das durchaus berichtenswert. Existieren doch bei einem Filialnetz von bundesweit rund 2.800 lediglich in fünf Geschäften Betriebsräte.

In der Vergangenheit haben die Lidl-Oberen vielfach demonstriert, dass sie nichts von gewählten Arbeitnehmervertretungen halten.

ver.di-Kampagne gegen Lidl

In dem 2004 von der Gewerkschaft ver.di herausgegebenen Schwarz-Buch Lidl wird etwa geschildert, mit welchen Mitteln die Geschäftsleitung im Raum Unna die Wahl eines Regionalbetriebsrates verhinderte. Da wurden Beschäftigte unter Druck gesetzt, eingeschüchtert und gehindert, an einer Wahlversammlung teilzunehmen. Am Ende musste die Wahl komplett abgesagt werden. Doch das Beispiel Unna war einer der Ausgangspunkte für die Lidl-Kampagne von ver.di. Nach dem Erscheinen des Schwarz-Buchs meldeten sich Tausende von Lidl-Beschäftigten bei der Gewerkschaft, die in der Mehrzahl die Aussagen des Buches bestätigten: Über Arbeitshetze, zu wenig Personal in den Filialen, allgegenwärtige Kontrollen der Beschäftigten und teilweise rüde Umgangsformen der Vorgesetzten wurde immer wieder berichtet. Auch überlange Arbeitszeiten, Arbeit auf Abruf und ungerechtfertigte Diebstahlvorwürfe waren offenkundig an der Tagesordnung.

ver.di startete Anfang 2005 die Lidl-Kampagne mit dem Ziel, die Rechte der Filialbeschäftigten zu stärken. „Wir wollen Kolleginnen und Kollegen bei der Bildung von Betriebsräten für die Lidl-Filialen un-

terstützen, um menschengerechte Bedingungen an den Arbeitsplätzen durchzusetzen“, hatten der ver.di-Vorsitzende Frank Bsirske und die damalige ver.di-Fachbereichsleiterin Franziska Wiethold im Vorwort zum Schwarz-Buch geschrieben. Die ver.di-Kampagne sollte nun diesen Anspruch in die Praxis umsetzen.

Groß war in den ersten Monaten 2005 das öffentliche Interesse an den Missständen bei Lidl, doch scheiterte der Versuch einer Filialbetriebsratswahl aufgrund massiven Drucks von Lidl. Im Sommer des Jahres gab es bereits KandidatInnen und einen Termin für die Wahl in einem Münchener Geschäft. Doch die Vorgesetzten nahmen kurz vor dem entscheidenden Tag jede/n Beschäftigten einzeln „ins Gebet“. Anschließend wollte die Belegschaft mehrheitlich keinen Betriebsrat mehr, die engagierte Spitzenkandidatin sah sich unversehens mit Beleidigungsvorwürfen und anschließender Kündigung konfrontiert. Die massive Unterstützung durch ver.di, das globalisierungskritische Netzwerk attac und andere Gruppen, ja, sogar die Tatsache, dass Münchens Oberbürgermeister Christian Ude (SPD) die Patenschaft für die Filiale übernahm, interessierte dabei offenkundig niemanden im Lidl-Management.

Betriebsräte werden kalt gestellt

Öffentliche Unterstützung und eine breite Lidl-kritische Berichterstattung hielten die Geschäftsleitung im Jahr darauf auch nicht davon ab, funktionierende Filialbetriebsräte kaltzustellen: Im baden-württembergischen Calw wurde eine gut gehende Filiale von heute auf morgen geschlossen. Dass dieser überraschende Schritt etwas mit dem aktiven Betriebsrat in der Niederlassung zu tun hatte, wurde zwar von Lidl entschieden zurückgewiesen, dürfte dennoch ausschlaggebend für die Schließung gewesen sein.

Raffiniert verfuhr das Management im Fall von Lidl Forchheim. Der dortige Betriebsrat Frank Kalina hatte sich als besonders durchsetzungsstark erwiesen. Nach seiner Wahl sorgte er innerhalb weniger Monate dafür, dass die Filialbeschäftigten nicht mehr Taschen- und Autokontrollen unterzogen sowie dass Überstunden exakt notiert und be-



zahlt wurden. 2006 wurde die Filiale jedoch Knall auf Fall in einen Schnäppchenmarkt umgewandelt – und gehört seitdem zumindest formal nicht mehr zum Unternehmen Lidl. Zwar blieb Frank Kalina Betriebsratsvorsitzender, aber seine Handlungsmöglichkeiten sind seit der Umwandlung deutlich begrenzt.

Erfolgreiche Betriebsratwahlen trotz zahlreicher Schikanen

In punkto Betriebsratswahlen erwies sich die Lidl-Kampagne von ver.di auf den ersten Blick als wenig erfolgreich. Bei genauerem Hinsehen allerdings baute ver.di mit Hilfe vieler Haupt- und Ehrenamtlicher in etlichen Orten in dieser Zeit ein dichtes Kontaktnetz auf. „Eine derart groß angelegte Kampagne kann nicht von heute auf morgen Erfolge vorweisen“, erklärt Rainer Kau, der die ver.di-Lidl-Kampagne auf Bundesebene leitet.

In Stuttgart beispielsweise arbeitete eine aus haupt- und ehrenamtlichen GewerkschafterInnen zusammengesetzte Kampagnengruppe rund ein Jahr an der Betriebsratsgründung in der Lidl-Filiale im Stadtteil Feuerbach. „Es gab viel Unterstützung“, erinnert sich Oliver Handel, der als Organizer die Kampagne betreut. „Den letzten Schwung brachte schließlich der Besuch der Bamberger Lidl-Betriebsrätin Ulrike Schramm de Robertis bei den Stuttgarter KollegInnen. Ihr Bericht überzeugte sie vollends, dass ein Betriebsrat eine Menge erreichen kann.“ Am 4. Oktober 2007 wählten die Beschäftigten der Stuttgarter Filiale ihren Betriebsrat, einen Tag später wurden die Briefwahlstimmen ausgezählt – und kurz darauf lag bereits die Wahlanfechtung der Geschäftsleitung auf dem Tisch. „Die behaupten, der Filialleiter sei daran gehindert worden, für die Wahlen zu kandidieren“, sagt Oliver Handel und weist diesen Anfechtungsgrund als völlig unbegründet zurück. Anders sehe es wohl mit der Auszählung der Briefwahlstimmen aus, da habe es Probleme gegeben. Dennoch ändere das nichts am Wahlergebnis insgesamt. Die gerichtliche Entscheidung über die Wahlanfechtung wird noch einige Zeit in Anspruch nehmen.

Fest steht jedoch, dass die Lidl-Geschäftsleitung vor dem Wahltermin versucht hat, massiv Einfluss auf das Geschehen zu nehmen: So erhielten drei Tage vor den Betriebsratswahlen Beschäftigte der Filiale zu Hause „Besuch“ von ihren Vorgesetzten, die sie von der Abstimmung über die Arbeitnehmervertretung abhalten wollten. Doch dieser Druck verfring nicht. Die Wahl fand statt.

Allerdings sehen sich die KollegInnen in der Feuerbacher Filiale auch seit der Wahl unter verstärkter Beobachtung: So haben sich mittlerweile die Testkäufe massiv gehäuft. Einer Mitarbeiterin wurde innerhalb von sieben Minuten zweimal ein Testwagen an die Kasse geschoben. Wer bei diesen Tests den ein oder anderen trickreich im Einkaufswagen versteckten Artikel übersieht, erhält in aller Regel eine Abmahnung – auch dies ist in der Feuerbacher Filiale seit den Betriebsratswahlen bereits zweimal passiert. „Sicher haben wir im Moment eine schwierige Situation“, stellt Oliver Handel fest. „Doch es ist ein Erfolg, allen Widerständen zum Trotz den Betriebsrat gewählt zu haben.“

Das sieht der Hamburger Organizer Björn Krings ganz ähnlich. Auch in der Hansestadt war die Betriebsratswahl möglich, nachdem ver.di-Vertre-





terInnen rund anderthalb Jahre lang Kontakte zu Beschäftigten der Eimsbütteler Lidl-Filiale aufgebaut hatten. Ebenso wie in Stuttgart machte die Geschäftsleitung Druck und stellte letztlich den Filialleiter als Gegenkandidaten auf. „Seit dem knappen Ergebnis von Neun zu Acht für den gewerkschaftlichen Kandidaten Tayeb Azzab für den Betriebsrat geht ein Riss durch die Belegschaft“, weiß Björn Krings. Diese Spaltung zu überwinden gehört zu den ersten Aufgaben des neuen Betriebsrates. Einen handfesten Erfolg konnte er allerdings schon wenige Tage nach seiner Wahl vorweisen: Plötzlich durfte die dringend benötigte Ruheliege für eine schwangere Kollegin in der Filiale angeschafft werden.

Fundamentale Rechte erkämpft

Bis die Arbeit der Betriebsräte in Stuttgart und Hamburg rund läuft, dürfte noch einige Zeit vergehen: Zunächst werden sich die ArbeitnehmervertreterInnen, das belegen Beispiele aus anderen Filialen, ihre fundamentalen Arbeitsgrundlagen erkämpfen müssen. Einführungskurs ins Betriebsverfassungsgesetz, die nötigen Arbeitsmittel, ein Raum – das gibt es bei Lidl, wie auch anderen Discountern, nicht automatisch. Üblicherweise steht den Betriebsräten hier ihre erste Auseinandersetzung bevor, die äußerstenfalls bis vors Arbeitsgericht führen kann.

Umso erstaunlicher liest sich kurz nach den schwierigen Betriebsratswahlen in Stuttgart und Hamburg eine Aussage der Lidl-Leitung, die in der Lebensmittel-Zeitung vom 16. November 2007 (online-Ausgabe) wiedergegeben wird: „Lidl hat noch nie die Bildung von Betriebsräten behindert“, heißt es da. Rainer Kau von der ver.di-Lidl-Kampagne versteht das als direkte Aufforderung an die Filialbeschäftigten. „Die KollegInnen sollten ihren Arbeitgeber beim Wort nehmen und darauf pochen, dass Betriebsratswahlen bei Lidl nie behindert werden“, meint er. Unabhängig davon plant ver.di bereits die nächsten Wahlen – ohne Orte oder genaue Zeitpunkte bekannt zu geben. So ganz möchte man sich in der Gewerkschaft doch nicht darauf verlassen, dass die Lidl-Leitung künftig keinen Einfluss auf Wahlvorbereitungen und -abläufe nimmt.

Gudrun Giese: Diplom-Politologin und freiberufliche Journalistin, Ko-Autorin des „Schwarz-Buch Lidl“ (mit Andreas Hamann).

6. Aufgaben des Staates: Einführung verbindlicher Sozial- standards

Von Uwe Wötzel

Worum geht es?

In Europa expandieren Discounter und Billig-Ketten. In diesem Prozess breiten sich prekäre Niedriglohn- und Minijobs aus und verdrängen Normalarbeitsverhältnisse. Insbesondere Frauen, Migranten und Menschen, die überwiegend unter prekären Bedingungen bei Lidl, Aldi, Schlecker, KiK, Norma, Netto und anderen Billig-Ketten arbeiten, sind betroffen. Extremer Leistungsdruck und Überwachung sind an der Tagesordnung. Grundrechte von Beschäftigten werden unterdrückt und die Wahl von ArbeitnehmervertreterInnen verhindert.

Die Härte des Konkurrenzkampfes im Handel hat weitreichende Folgen für Beschäftigte, Kunden und die gesamte Gesellschaft. Das Schwarz Buch Lidl und das Schwarz Buch Lidl Europa von ver.di dokumentieren eindrucksvoll, wie die Billig-Kette bei ihrer Expansion ins europäische Ausland auch dort ihr Prinzip "Billig auf Kosten der Beschäftigten" eingeführt hat. Diese beschäftigtenfeindliche Geschäftspraxis hat zur Folge, dass soziale Standards nicht nur in Deutschland, sondern auch bei unseren europäischen Nachbarn rapide sinken – Sozial-dumping als deutscher Exportschlager.

Grundrechte von Beschäftigten werden jedoch nicht nur im europäischen Handel missachtet, sondern auch bei den Zulieferern der Discounter, insbesondere in den Entwicklungsländern. Mit der Konzentration im Einzelhandel steigt die Verhandlungsmacht der Discounter. So können diese ihren Zulieferern die Produktions-, Preis- und Lieferbedingungen diktieren. Durch die rigorose Preispolitik der Discounter geraten Löhne und Arbeitsbedingungen bei den Zulieferern in den Entwicklungsländern immer mehr unter Druck.

Gegen Willkür, Respektlosigkeit, gegen Unterdrückung am Arbeitsplatz wehren wir uns. Wir wollen, dass den Beschäftigten bei Discountern und in Billig-Ketten Fairness, Respekt und Wertschätzung entgegengebracht wird. Wir streiten für Gewerkschaftsrechte und damit Menschenrechte, auch und besonders bei Discountern und Billig-Ketten. Wir treten dafür ein, dass Discounter in Deutschland, Europa und den Zulieferländern die Menschenrechte einhalten und fordern, dass ArbeiterInnen und Produzenten vor den negativen Auswirkungen der Einkaufsmacht von Discountern geschützt werden.

Was sind die Hintergründe?

Die Politik, mit voran die Europäische Union, zielt systematisch und seit den 90er Jahren sehr dyna-



misch auf die globale Entgrenzung der Märkte für Finanzen, Waren, Arbeitskräfte und Dienstleistungen. Sie bedient primär die Wünsche der Investoren und der transnationalen Unternehmen und fördert ihren Expansionsdrang und Machtzuwachs. Dieser Prozess verläuft politisch asymmetrisch, das heißt er vernachlässigt die Möglichkeiten, um gleichsam mit der ökonomischen Entwicklung die universellen Menschenrechte sowie international anerkannten sozialen und ökologischen Standards weltweit zu gewähren und zu sichern. Resultat dieser Prozesse ist die Zunahme von politischen und sozialen Ungleichheiten in der Welt. Die Entgrenzung von Wertschöpfungsprozessen

über Staatsgrenzen und Kontinente hinaus erhöht den Machtzuwachs von Transnationalen Unternehmen. Heute agieren nahezu 90.000 Unternehmen transnational. Die 500 mächtigsten kontrollierten im Jahr 2005 52,8 % des Weltsozialproduktes. Die 374 größten Unternehmen besitzen Finanzreserven in Höhe von 555 Milliarden Dollar. Dieser Betrag hat sich seit 1999 verdoppelt. Der Return on Investment übersteigt den tatsächlichen Investitionsbedarf mehr als deutlich. Die enorme Höhe der Profite beruht auf der politischen Schwäche der Arbeitskräfte und der Steuerpolitik der Regierungen. Die Unternehmen nutzen ihre Freiheit um Lieferanten und Arbeitskräfte unter Druck zusetzen. Ein Beispiel aus dem Handel ist Li & Fung (siehe hierzu den Artikel von Gisela Burckhardt „Wie Discounter ihre Macht nutzen“).

Die gewaltigen Veränderungen des globalen Arbeitsmarktes haben bei gleichzeitiger Schwächung von sozialer Regulierung ein erhebliches Druckpotenzial auf die Löhne. Der Begriff „The Great Doubling“ meint die Verdoppelung der Zahl der Arbeitskräfte, die den globalen Märkten zur Verfügung stehen. Seit 1990 kamen etwa 1,47 Milliar-

den erwerbstätige Menschen aus den vorher stark abgeschotteten Volkswirtschaften der ehemaligen Sowjetunion und ihrer Verbündeten sowie aus den Entwicklungsländern wie China und Indien hinzu.



In den nächsten zehn Jahren wächst das Arbeitskräftepotenzial um eine Milliarde Menschen. Die gegenwärtige politische Schwäche dieses Arbeitskräftepotenzials erleichtert die fast schrankenlose Ausbeutung und die gleichzeitige Anhäufung unvorstellbar großen Reichtums. Die Vermehrung des Arbeitskräftepotenzials ist verbunden mit globaler Unterbeschäftigung und Massenarbeitslosigkeit. Weltweit fehlen Hunderte von Millionen Arbeitsplätze. Doch 600 Millionen Menschen arbeiten mehr als 48 Stunden in der Woche. Armut trotz Arbeit ist zur weltweiten Erscheinung geworden. 1,2 Milliarden Erwerbstätige haben weniger als 1 US-Dollar, insgesamt 3 Milliarden haben weniger als 2 US-Dollar täglich für ihre Bedürfnisse. Die Ausweitung von Zonen sozialer Unsicherheit ist global. Prekäre und informelle Arbeit dringen vor: In den 50er und 60er Jahren betrug der Anteil der stabilen Arbeitsverhältnisse im Westen zwischen 80 und 90 Prozent, in den Länder des Südens etwa 50 Prozent. Heute sind es im Westen noch 60 Prozent und im Süden ganze 20 Prozent. Global verringerte sich der Anteil von stabilen Arbeitsverhältnissen von 75 auf 25 Prozent. Gewerkschaftlicher Widerstand gegen schlechte Arbeitsbedingungen wird

weltweit behindert. Gewerkschaftsrechte werden in über 130 Ländern verletzt. Der Internationale Gewerkschaftsbund berichtet von Mord, Körperverletzungen, Haftstrafen, Streikverbote, Überwachungen und willkürlichen Entlassungen von Gewerkschaftsmitgliedern.

Solidarität drängt Arbeitsrechtsverletzungen zurück: Die Aktionen der Kampagne für Saubere Kleidung

Vor dem Hintergrund der aktuellen weltweiten Rahmenbedingungen für Lohnarbeit findet sich ein bemerkenswertes Beispiel für grenzüberschreitende Kooperation von Menschenrechtsorganisationen und Gewerkschaften in der Arbeit der Kampagne für ‚Saubere‘ Kleidung. Die 1990 in den Niederlanden gegründete Kampagne für ‚Saubere‘ Kleidung (Clean Clothes Campaign - CCC) engagiert sich für bessere Arbeitsbedingungen in der Textilindustrie weltweit. Zu den Trägern der Kampagne gehören in Deutschland neben Frauenrechtsorganisationen und christlichen Initiativen auch die IG Metall, die Gewerkschaft ver.di und das DGB Bildungswerk (siehe Verzeichnis der CCC im Anhang). Die Kampagne leistet durch ein starkes Engagement Beiträge, die zu messbaren Erfolgen, zu verbesserten Bedingungen für Arbeitende in Bekleidungsfabriken Osteuropas und Asiens führten. Mehr als 90 % der Kleidung, die über deutsche Ladentische geht, wird von Frauen aus Asien, Mittelamerika und Osteuropa genäht. Sie arbeiten zum Teil unter miserablen Bedingungen, zu Hungerlöhnen und überlangen Arbeitszeiten, wie diese Studie zeigt. Die Kampagnen-Träger haben auf der Basis der Empfehlungen des Internationalen Gewerkschaftsbundes einen Verhaltenskodex entwickelt, der die wichtigsten Normen der Internationalen Arbeitsorganisation beinhaltet und regelt, wie die Einhaltung der Normen überprüft wird (siehe Anhang).

Allgemeine Ziele der Kampagne sind:

1. Verbesserung der Arbeitsbedingungen der mehrheitlich weiblichen Beschäftigten in der Bekleidungsindustrie weltweit, insbesondere in der „Dritten Welt“,
2. Sensibilisierung der Öffentlichkeit für die Folgen unkontrollierter Globalisierungsprozesse,
3. Die Einhaltung sozialer Mindeststandards, auch bei den Lieferanten:

- Organisationsfreiheit und das Recht auf kollektive Verhandlungen,
- Angemessener Lohn,
- Arbeitszeitregelungen und Überstundenzuschläge,
- Gesundheits- und Sicherheitsbestimmungen,
- Mindestalter, Verbot von Kinderarbeit,
- Schutz vor Diskriminierung,
- Keine Zwangsarbeit,
- Stabile Arbeitsverhältnisse.

Konkretes Ziel der Kampagne ist die Verpflichtung von in Deutschland tätigen und ansässigen Einzelhandelsunternehmen zur Einhaltung von sozialen Mindeststandards bei der Herstellung aller ihrer Bekleidungsprodukte, das Unterschreiben des von der Kampagne geforderten Verhaltenskodizes und eine Kontrolle über die Einhaltung durch eine unabhängige Instanz. Wichtigstes Instrument zum Erreichen der Ziele der Kampagne ist der Aufbau von massivem öffentlichem Druck auf Einzelhandelsunternehmen der Bekleidungsbranche, damit sich diese ihrer sozialen Verantwortung stellen. Zu den öffentlichen Aktionsformen der Kampagne gehören u.a.:

- Informationen für Kundinnen und Kunden der Handelsunternehmen über Arbeitsrechtsverletzungen bei ihren Lieferanten,
- Presse- und Medienarbeit,
- Informationsstände und Straßentheater,
- Globalisierungskritische Stadtrundgänge,
- E-Mail und Postkartenaktionen zu konkreten Arbeitsrechtsverletzungen,
- Informationsveranstaltungen mit Beschäftigten aus Zulieferbetrieben.

Die Kampagne ruft nicht zum Boykott gegen Unternehmen auf, jedoch machen die beteiligten Gruppen und Organisationen auf vielfältige Weise Kritik und Forderungen öffentlich. Die Ziele der Kampagne für ‚Saubere‘ Kleidung werden auch durch die betriebliche Gewerkschaftsarbeit in verschiedenen Unternehmen unterstützt.

Unternehmen reagieren auf die Kritik. So hat die KarstadtQuelle AG sich einen eigenen Kodex gegeben, Tchibo hat seinen Verhaltenskodex überarbeitet. Auf ständigen Druck der Kampagne verstärken die Unternehmen ihre Bemühungen zur Erfüllung

ihrer Verpflichtungen. Doch je nach Unternehmen sind sie vom Ziel noch weit entfernt. Die Außenhandelsvereinigung des deutschen Einzelhandels (AVE) folgte 1999 mit einem eigenen Kodex den Forderungen der Kampagne für ‚Saubere‘ Kleidung. Doch diese Erklärung führt nicht automatisch zu besseren Arbeitspraktiken in den Zulieferbetrieben.

Das Engagement und der unnachgiebige Druck der Akteure der CCC hat großen Anteil daran, dass die AVE in Kooperation mit der Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit (GTZ) die Einhaltung der Sozialstandards bei Lieferanten auf den Prüfstand stellte. Im Jahr 2003 begann das Projekt zur „Einführung eines einheitlichen Modells zur Verbesserung der Arbeitsbedingungen in den Beschaffungsmärkten des deutschen Einzelhandels in ausgewählten Ländern“. Die AVE, das Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) und die GTZ bauten in den elf größten Lieferländern des deutschen Einzelhandels in Kooperation mit der Industrie vor Ort ein Auditierungs- und Qualifizierungssystem für Sozialstandards in 2.500 Zulieferbetrieben auf. Für die beteiligten Unternehmen der AVE steht dabei der „Code of Conduct der AVE“ im Mittelpunkt. Mit dieser freiwilligen Selbstverpflichtung möchten die Unternehmen ihre Zulieferbetriebe im Bereich Textil, Bekleidung, Leder und Spielzeug an die Einhaltung

sozialer Mindeststandards in Anlehnung an die Kernarbeitsnormen der International Labour Organisation (ILO) und nationale Gesetze binden. Das Projekt erreichte Zulieferunternehmen mit insgesamt rund 1,25 Millionen Beschäftigten. Allerdings: Die Ergebnisse des ersten Audits zeigten eindeutig, dass Instrumente der freiwilligen Selbstverpflichtung nur selten zu akzeptablen Arbeitsbedingungen führen. Nach zuvor angekündigten Überprüfungen konnte die Einhaltung der geforderten Mindeststandards nur bei 7% der Lieferanten festgestellt werden. Auch die etwas besseren Ergebnisse des zweiten Audits konnten nicht überzeugen. Trotz des großen Aufwands konnten letztlich nur wenig konkrete Verbesserungen bei den ArbeiterInnen festgestellt werden.

Freiwillige Selbstverpflichtungen sind völlig ungenügend

Freiwillige Selbstverpflichtungen erfüllen eben nicht ihre wohlklingenden Versprechungen. Notwendig sind verbindliche und von unabhängiger Seite überprüfbare Regeln. Von der Politik erwarten wir konkrete Schritte zur Durchsetzung von Unternehmensverantwortung: So sollen etwa öffentliche Aufträge nur noch an Firmen vergeben werden, die – ebenso wie ihre Zulieferer – die Menschenrechte sowie soziale und ökologische Normen einhalten und darüber Rechenschaft ablegen. Menschenrechtliche und sozial-ökologische Anforderungen an Unternehmen müssen zudem in internationalen Wirtschaftsabkommen und bei der Wirtschaftsförderung verankert werden.

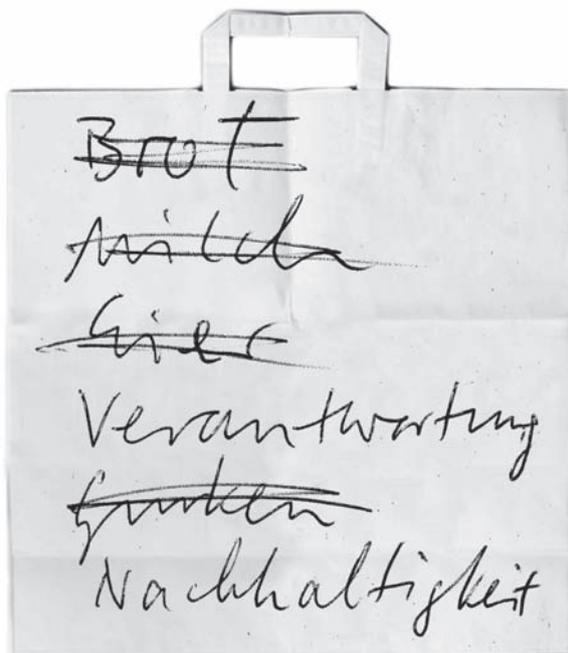
Das kritische Spannungsverhältnis zwischen gesetzlichen Anforderungen und freiwilligen Selbstverpflichtungen erkennen inzwischen sogar die Arbeitsminister der G8-Gruppe. Im Mai 2007 erklärten sie in Dresden: „Es ist vor allem Aufgabe des Staats, Menschenrechte und Arbeitsnormen umzusetzen und zu verbessern. Unternehmen können durch eine freiwillige Selbstverpflichtung **mehr tun, als gesetzlich vorgegeben**. Unternehmen sollten ihre Verantwortung gegenüber ihren Beschäftigten durch die Förderung von rechtsstaatlichem Handeln, Transparenz, guter Unternehmensführung



und Beseitigung von Korruption sowie der Umsetzung von guten Arbeitsbeziehungen zwischen Arbeitgebern und Arbeitnehmern anerkennen.“¹

Soziale Standards in die globalen Lieferketten

Wie nutzen Kunden ihre Einkaufsmacht auf die Lieferbedingungen? Nehmen sie Einfluss auf die Qualität der Arbeitsbedingungen? Oder zählt nur der günstigste Preis? Erweiterte Wirtschaftlichkeitsrechnungen und verantwortungsvolles Einkaufen überschreiten engstirnige Kalkulationen und beachten Menschenrechte. Das CorA-Netzwerk² für Unternehmensverantwortung arbeitet an einem anspruchsvollen Projekt. CorA steht für Corporate Accountability, für soziale Rechenschaftspflicht der Unternehmen. Das Netzwerk wird getragen von umwelt-, entwicklungs-, verbraucher- und menschenrechtspolitischen Gruppen sowie den Gewerkschaften IG Metall und ver.di. Dieses breite politische Bündnis will die gesellschaftliche Debatte über das wirtschaftliche und politische Handeln von Unternehmen verstärken und für verbindliche politische Instrumente eintreten, mit denen Unternehmen verpflichtet werden, die Menschenrechte sowie international anerkannte soziale und ökologische Normen zu respektieren. Für die Arbeitsbedingungen in der globalen Lieferkette bedeutet dies die Einhaltung der Mindestanfor-



derungen wie Gewährung von menschenwürdigen Arbeitsbedingungen und befriedigenden Löhnen, Gewerkschaftsrechten, Diskriminierungsfreiheit, Verbot von Kinder- und Zwangsarbeit. Inzwischen wissen nahezu alle politischen Kräfte, dass Entgrenzung der globalen Märkte dringend einer politischen Einbettung bedarf.

Das CorA-Netzwerk hat für die Regulierung der Märkte Forderungen formuliert, die auch auf die Praxis der Discounter gerichtet sind. Weil die Unternehmensphilosophie von freiwilligen und privaten Initiativen der „Corporate Social Responsibility“ (CSR) die Kluft zwischen menschenrechtlichen, sozialen sowie ökologischen Problemen einerseits und den normativen Werten unserer Zivilisation nicht allein überwinden kann, darum müssen Transnationale Unternehmen in ihrem Wirkungsbereich aktiv zur Einhaltung der genannten Normen beitragen und ihr Verhalten der Öffentlichkeit transparent und nachvollziehbar darstellen.

Das CorA-Netzwerk ist davon überzeugt, dass der Weg zu verbindlichen, grenzüberschreitend wirksamen Unternehmensregeln nicht nur ethisch geboten, sondern auch wirtschaftlich für das Wohl der Allgemeinheit dringend notwendig ist. Die verbindliche Verantwortung kann mit einer Kombination von Instrumenten erreicht werden, insbesondere durch finanzpolitische Instrumente, durch Grenzwerte,

durch Anreiz- und Sanktionssysteme, durch ordnungspolitische Vorgaben und langfristig durch veränderte Strukturen, die den Weg zu einer sozial- und ökologisch verträglichen sowie vor allem einer menschenrechtskonformen Wirtschaftsweise eröffnen.

In demokratisch verfassten Staaten führen öffentliche Willensbildungsprozesse zu gesetzlichen Regelungen, die Inhalt und Reichweite der gesellschaftlichen Verantwortung von Unternehmen bestimmen. Für einen weltweit wirksamen Ordnungsrahmen brauchen wir eine starke internationale Gemeinschaft von demokratischen und handlungsfähigen Staaten. Unternehmen dürfen nicht dazu beitragen, dass staatliche Souveränität geschwächt wird, beispielsweise durch Bestechung von Politikern oder Staatsbeamten. Die Wirkung verbindlicher Regeln gegenüber transnational tätigen Unternehmen entfaltet sich besser, wenn für diese Ziele möglichst



viele Staaten koordiniert handeln, z.B. in der EU, OECD und in den Vereinten Nationen. Gleichzeitig fordern wir auch auf kommunaler, Landes- und Bundesebene Beiträge zu einem Regelwerk im Sinne von ‚Corporate Accountability‘.

CorA fordert daher vom Bundestag und der Bundesregierung sowie vom Europäischen Parlament, dem Europäischen Rat und der Europäischen Kommission konkrete Schritte zur Einführung eines verbindlichen Rahmenwerkes für unternehmerische Verantwortlichkeit (siehe im Anhang die wichtigsten Forderungen von CORA an die Politik). (www.cora-netz.de).

Uwe Wötzel ist 1956 in Hannover geboren, verheiratet und Vater von drei erwachsenen Kindern. Er studierte Sozial- und Rechtswissenschaften in Marburg und Hannover. Seit vielen Jahren arbeitet er als Gewerkschaftssekretär. Er vertritt die Vereinte Dienstleistungsgewerkschaft (ver.di) im Trägerkreis der Kampagne für ‚Saubere‘ Kleidung und im Koordinierungskreis des Netzwerkes für Unternehmensverantwortung.

¹ http://www.ilo.org/public/german/region/eurpro/bonn/aktuelles_g8arbeitsminister.htm

² www.cora-netz.de

Anhang

I.a Ergebnisse der Befragung von 105 ArbeiterInnen bei den sechs Lieferanten von Lidl und/oder KiK in Bangladesch

Tabelle 01: Basisinformationen über die ArbeiterInnen

Alter	bis 17 Jahre	18 - 20 Jahre	21 - 24 Jahre	25 - 34 Jahre	35 - 44 Jahre	45+ Jahre
	12	44	29	16	02	02
Geschlecht	weiblich:		männlich:			
	83		22			
Bildung	keine	Bis 5. Klasse	6.-10. Klasse	10. Klasse +		
	17	38	48	02		
Jahre in der Bekleidungsindustrie	unter 1 Jahr	1 - 3 Jahre	4-6 Jahre	7-9 Jahre	10-12 Jahre	
	29	39	18	10	09	
Jahre in dieser Fabrik	unter 1 Jahr	1 - 3 Jahre	4-6 Jahre	7-9 Jahre	10-12 Jahre	
	44	41	11	07	02	
Arbeitsbeginn	um 8:00 h	nach 8:00 h	9:00 h			
	105	0	0			
Arbeitsende	17:00 h	19:00 h	20:00 h	21:00 h	22:00 h	23:00 h
	23	26	14	03	38	01
Erziehungsurlaub (Mutterschaft)	ohne Bezahlung	mit 50% Bezahlung	mit Bezahlung	kein Urlaub	weiß nicht	
	34	03	36	22	10	
Arbeitsvertrag	haben Arbeitsvertrag		keinen Arbeitsvertrag		keinen Vertrag, aber „Personenkarte“	
	06		99		68	
Länge der Arbeitsverträge	Zeitverträge		unbefristet			
	101		04			

Tabelle 02: Arbeitsdokumentation, Arbeitsbedingungen und Urlaubsregelung der ArbeiterInnen

	Nicht freiwillig	freiwillig				
Überstunden	99	06				
Vorankündigung von Überstunden	Vorankündigung	keine Vorankündigung				
	02	103				
Überstunden werden nach Gesetz bezahlt	Ja	Nein	Weiß nicht			
	38	20	47			
Bezahlte Urlaubstage	05 Tage	08 Tage	10 Tage	12 Tage	13-15 Tage	Weiß nicht
	14	02	17	22	21	29
Haben Probleme, Urlaub zu nehmen	Ja	Nein				
	81	24				

Tabelle 03: Lohn- und Lohnzahlungen der ArbeiterInnen

Überstunden werden bezahlt	am 7. des nächsten Monats	Nach der Hälfte des nächsten Monats	Keine Angaben		
	24	47	34		
Lohn korrekt bezahlt	Ja	Nein	1-2 Std. weniger	4-8 Std. weniger	Mehr als 10 Std. weniger
	50	26	01	11	17
Lohnerhöhung pro Jahr	Ja	Nein			
	71	34			
Anreize für die Anwesenheit	Ja	Nein			
	64	41			
Andere Vergütungen	Ja	Nein			
	*47	58	*Bananen, Brot: Nachtarbeit		
Rentenversicherung	Ja	Nein	Weiß nicht		
	01	103	01		
Abzüge bei Fehlern	Ja	Nein	Keine Angaben		
	31	32	42		
Abzüge bei schlechtem Verhalten	Ja	Keine Angaben			
	63	42			

Tabelle 04: Vereinigungsfreiheit und Status der ArbeiterInnen

Fabrik hat Gewerkschaft	Ja	Nein	
	0	105	
Mitglieder in Gewerkschaft	Ja	Nein	
	0	105	
ArbeiterInnen wählen ihre Repräsentanten	Ja	Nein	
	0	105	
ArbeiterInnen verloren Arbeitsstelle aufgrund von Mitgliedschaft in einer Gewerkschaft	Ja	Nein	Weiß nicht
	01	51	53
Versuche des Gewerkschaftsaufbaus	Ja	Nein	Weiß nicht
	01	52	52
Wunsch nach einer Gewerkschaft	Ja	Nein	Keine Antwort
	100	02	03
Demonstration von ArbeiterInnen in letzten 5 Jahren	Ja	Nein	Weiß nicht
	53	36	16
Berufung auf Arbeitsgesetze	Ja	Nein	Weiß nicht
	39	49	17

Tabelle 05: Gesundheits- und Sanitärkonditionen der ArbeiterInnen

	Ja	Nein	
Hygienische Toiletten	66	38	
Begrenzte Toilettenzeiten	Ja	Nein	
	04	101	
Fabrik hat Tagesstätte	Ja	Nein	Nicht funktionsfähig, nur um den Käufern zu zeigen
	21	72	12
Fabrik hat Kantine	Ja	Nein	
	24	81	
Medizinische Versorgung in der Fabrik	Ja	Nein	Nicht funktionsfähig, nur um den Käufern zu zeigen
	60	40	05
Sauberes Trinkwasser	Ja	Nein	Keine Antwort
	41	54	10

Tabelle 06: Käuferbesuche und Verhaltenskodex für ArbeiterInnen

Tabelle 06: Käuferbesuche und Verhaltenskodex für Arbeiter/innen	Ja	Nein	
	66	38	
Begrenzte Toilettenzeiten	Ja	Nein	
	04	101	
Fabrik hat Tagesstätte	Ja	Nein	Nicht funktionsfähig, nur um den Käufern zu zeigen
	21	72	12
Fabrik hat Kantine	Ja	Nein	
	24	81	

I.b Informationen zu den sechs Lieferanten von Lidl und/oder KiK in Bangladesch

Kriterien	Fabrik	Fabrik Nr. 1	Fabrik Nr. 2	Fabrik Nr. 3
Ursprungsland des Unternehmens/ Nationalität des Eigentümers		Bangladesch	Korea	Korea/Bangladesch
Ausstattungs niveau		hoch		
Lieferung an folg. Länder		Deutschland, Grossbritannien, USA und Singapur	D, Frkr., GB, USA, NL, Schweden	Deutschland, Holland, USA
Anzahl ArbeiterInnen		1800	500	800
Anteil der weiblichen Beschäftigten		> 75 %	> 70 %	80%
Arbeitsverträge vorhanden?		nicht vorhanden	z.T. vorhanden	nicht vorhanden
Mindestlohn gezahlt		ja		
Zahlungstag		23. des Folgemonats	spätestens 7. des Folgemonats	15. des Folgemonats oder später
Überstunden?		nicht freiwillig	freiwillig	nicht freiwillig
Überstundenbezahlung?		intransparent	selten Überstunden	keine Vergütung der Überstunden
Arbeitsstunden (pro Arbeitstag)		Arbeitszeit bewegt sich zwischen neun und 14 Stunden täglich		
Abzüge von der Lohnsumme		bei Verspätungen und Abwesenheit		
Entlassungen in letzter Zeit		Kündigung von Arbeiter, der Belegschaft organisierte	nein	ja; Entlassungen in erheblichem Umfang
Fraudiskriminierung		ja		
Medizinische Versorgung		Vertragsarzt da, aber unzureichende Untersuchung	kostenpflichtiger Arzt steht der Belegschaft täglich zur Verfügung	keine Aussagen vorhanden
Zugang zu Trinkwasser gewährleistet?		Wasserversorgung nicht auf Trinkwasserniveau	Wasserversorgung auf Trinkwasserniveau	es existiert keine gesicherte Wasserversorgung
Verhaltenskodex aufgehängt in Fabrik		keine Aussagen vorhanden	keine Aussagen vorhanden	nur während erwarteter Kundenvisiten
Verhaltenskodex ArbeiterInnen bekannt?		nein		
Kantine		steht ArbeiterInnen nicht zur Verfügung, sofern vorhanden	vorhanden	steht ArbeiterInnen nicht zur Verfügung, sofern vorhanden
Babyraum		steht Kindern von Arbeiterinnen nicht zur Verfügung	Kindertagesstätte vorhanden	steht Kindern von Arbeiterinnen nicht zur Verfügung

Kriterien	Fabrik		
	Fabrik Nr. 4	Fabrik Nr. 5	Fabrik Nr. 6
Ursprungsland des Unternehmens/Nationalität des Eigentümers	Bangladesch	Bangladesch	Bangladesch
Ausstattungslevel	sehr hoch		hoch
Lieferung an folg. Länder	Frkr., Italien, D, GB, USA, Spanien, NL	USA, Kanada, Deutschland u.a. EU-Staaten	USA, GB, Frkr., Deutschland, Japan, Holland
Anzahl ArbeiterInnen	250	550	350, 800-1000 (laut Arbeitnehmern)
Anteil der weiblichen Beschäftigten	80%	> 70 %	80%
Arbeitsverträge vorhanden?	nein		
Mindestlohn gezahlt	ja	nein	ja
Zahlungstag	10. bis 15. des Folgemonats	15. des Folgemonats	keine Aussagen vorhanden
Überstunden?	nicht freiwillig		
Überstundenbezahlung?	Näherinnen fühlen sich betrogen	wird oft verspätet bezahlt	keine Aussagen vorhanden
Arbeitsstunden (pro Arbeitstag)	Arbeitszeit bewegt sich zwischen neun und 14 Stunden täglich		
Abzüge von der Lohnsumme	bei Verspätungen und Abwesenheit		
Entlassungen in letzter Zeit	nein	starke Unruhen	nein
Fraudendiskriminierung	ja		
Medizinische Versorgung	nicht vorhanden	keine Aussagen vorhanden	ärztliche Versorgung vorhanden
Zugang zu Trinkwasser gewährleistet?	Wasserversorgung nicht auf Trinkwasserniveau		
Verhaltenskodex aufgehängt in Fabrik	nur während erwarteter Kundenvisiten	nur während erwarteter Kundenvisiten	keine Aussagen vorhanden
Verhaltenskodex ArbeiterInnen bekannt?	nein		
Kantine	steht ArbeiterInnen nicht zur Verfügung, sofern vorhanden		
Babyraum	steht Kindern von Arbeiterinnen nicht zur Verfügung		

2. Mindestlohn-Tabelle, Bangladesch, seit Oktober 2006 in Kraft

Die Bekleidungsindustrie Bangladeschs ist mindestens 25 Jahre alt. Sie ist einer der wichtigsten Sektoren der bangladeschischen Wirtschaft. Dieser prosperierende Wirtschaftssektor bezahlte seinen ArbeiterInnen einem Mindestlohn, der über einen Zeitraum von 12 Jahren trotz Inflation und damit verbundener Erhöhung der Lebenshaltungskosten

von der Regierung nicht angehoben wurde. Im Jahr 2006 kam es schließlich zu massiven Protesten der ArbeiterInnen und der Mindestlohn wurde nach langwierigen Verhandlungen zwischen allen Beteiligten (Arbeitgeberverbände, Regierung, Gewerkschaften) folgendermaßen neu pro Monat festgesetzt:

Sl. No.	Stufen	Nettolohn	Miete 30% des Grund- lohns	Medizinische Versorgung („Krankenversicherung“)	Bruttolohn in Bangladesch Taka
	Lehrling	Für alle einheitlich 1200.00			
01	HelferIn (G- 7)	1125.00	337.50	200.00	1662.50
02	Näherin (G- 6)	1270.00	381.00	200.00	1851.00
03	Näherin (G-5)	1420.00	426.00	200.00	2046.00
04	Näherin (G-4)	1577.00	473.00	200.00	2250.00
05	Senior Näherin (G-3)	1730.00	519.00	200.00	2449.00

Lehrlinge: Die Ausbildungszeit dauert nicht länger als 3 Monate. Zum Ende dieser Periode müssen die ArbeiterInnen soviel wie eine Arbeiterin der 7. Stufe erhalten.

Diese neue Lohnstruktur ist seit dem 22. Oktober 2006 in Kraft.

1 Taka entspricht 0.01 EUR (Ende Dezember 2007).

Überstundenbezahlung

Die Überstunden müssen mit dem doppelten Stundenlohn bezahlt werden. Überstunden werden für alle Stunden bezahlt die über acht Stunden am Tag hinausgehen, weiterhin an allen Feiertagen. Zur Berechnung wird der respektive Mindestlohn durch 208 Arbeitsstunden an 26 Arbeitstagen pro Monat geteilt.

3. Verhaltenskodex der CCC

Die folgenden Sozialstandards beziehen sich auf die von der Internationalen Arbeitsorganisation (IAO) verabschiedeten Übereinkommen (die ersten vier gehören zu den so genannten Kernarbeitsnormen) und die universelle Menschenrechtsdeklaration:

- Das Verbot von **Zwangsarbeit** und Arbeit in Schuldknechtschaft (ILO Übereinkommen 29 and 105)
- Das **Diskriminierungsverbot** (ILO Übereinkommen 100 and 111)
- Das Verbot der **Beschäftigung von Kindern** unter 15 Jahren (ILO Übereinkommen 138 + 182)
- Die **Vereinigungsfreiheit** und das Recht auf Kollektivverhandlungen (ILO Übereinkommen 87, 98, 135 and ILO Empfehlung 143)
- Wöchentliche **Arbeitszeitbegrenzung** von 48 Stunden und max. 12 freiwillige Überstunden (ILO Übereinkommen 1)
- Das Recht auf einen **existenzsichernden Lohn** (“living wage” - ILO Übereinkommen 26 und 131 und die Universelle Menschenrechtsdeklaration)
- Das Beschäftigungsverhältnis ist stabil und vertraglich geregelt.
- Bestmöglicher **Arbeits- und Gesundheitschutz** (ILO Übereinkommen 155)

4. Die wichtigsten Forderungen des CorA-Netzwerkes an die Politik

1. Rechenschafts- und Publizitätspflichten für Unternehmen

Unternehmen sollen transparente, kostenlose und vergleichbare Informationen veröffentlichen, die zeigen, wie sie in ihrem Wirken die Menschenrechte sowie die sozialen und ökologischen Normen entlang der Wertschöpfungskette respektieren. Unternehmen sollen an ihren Standorten darstellen, wie sie die Belange der Beschäftigten, Verbraucher/innen und anderer Betroffener beachten, wie sie Korruption bekämpfen, welche Steuern sie zahlen und welche Folgen ihre Investitionspläne für die Allgemeinheit haben. Unternehmen sollen transparente Energie- und Umweltbilanzen darstellen. Sie sollen ihr Sponsoring, ihre Lobby-Arbeit und die Zahlungen an Regierungen und Politiker transparent machen. Die Überprüfung der Unternehmensberichte muss durch unabhängige Stellen erfolgen.

2. Gesellschaftliche Anforderungen für die Vergabe öffentlicher Aufträge

Öffentliche Aufträge dürfen nur an Unternehmen vergeben werden, wenn sie und ihre Zulieferer nachweislich die Menschenrechte sowie die sozialen und ökologischen Normen respektieren und ihre Berichtspflichten vollständig erfüllen. Erbringer öffentlicher Aufträge und ihre Lieferanten sollen tarifliche Leistungen gewähren. Alle Schritte der öffentlichen Beschaffungs- und Auftragsvergabe müssen transparent erfolgen.

3. Verankerung von Unternehmenspflichten in internationalen Wirtschaftsabkommen und bei der Wirtschaftsförderung

Die vielfältigen Außenwirtschaftsverträge Deutschlands und der EU müssen menschenrechtliche und sozial-ökologische Anforderungen an die Unternehmen formulieren, statt ihnen vorbehaltlos Marktzugang und Investitionsschutz zu gewähren. Unternehmen sollen staatliche Bürgschaften, Zuschüsse, staatlichen Investitionsschutz und andere öffentliche Hilfen nur erhalten, wenn sie nachweislich die Menschenrechte sowie die sozialen und ökologischen Normen beachten.

4. Gerechte Unternehmensbesteuerung zum Nutzen der Gesellschaft

Regierungen müssen die Unternehmen entsprechend ihrer wirtschaftlichen und ökologischen Leistungen zur Finanzierung des Gemeinwesens heranziehen. Dazu müssen Regierungen durch verstärkte internationale Zusammenarbeit die Finanzmärkte wirksam regulieren, ihre Steuerregeln harmonisieren, Steuerflucht stoppen, Steuervermeidung begrenzen, „Steueroasen“ schließen und Steuerhinterziehung in wirksamer Form verfolgen.

5. Wirksame Sanktionen und Haftungsregeln für Unternehmen

Unternehmen, die gegen die Menschenrechte sowie die sozialen und ökologischen Normen verstoßen, die ihre Rechenschafts- und Publizitätspflichten verletzen oder ihre Kontrolle behindern, müssen mit Sanktionen belegt werden. Unternehmen, ihre Vorstände und ihre leitenden Manager sollen für Pflichtverletzungen - auch im Ausland – haften und sind gegenüber den Opfern zu Schadensersatzleistungen verpflichtet. Die Staaten müssen leistungsfähige Strukturen schaffen, um Unternehmen grenzüberschreitend kontrollieren und Sanktionen durchsetzen zu können.

6. Stärkung der Produktverantwortung und Förderung zukunftsfähiger Konsum- und Produktionsmuster

Unternehmen müssen durch wirksame Regeln dafür verantwortlich gemacht werden, unter welchen Bedingungen und in welcher Qualität sie ein Produkt herstellen. Darüber hinaus wollen wir eine gesellschaftliche Auseinandersetzung über sozial- und umweltverträgliche Konsummuster. Regierungen müssen die Herstellung und Verbreitung von sozial- und umweltschädlichen Produkten – auch international – zurückdrängen und klare Vorgaben zum Ressourcenverbrauch entwickeln. Die Erforschung und Vermarktung sozial- und umweltverträglicher Produkte muss dagegen verstärkt gefördert werden.

5. Literaturverzeichnis

- **Action Aid**, Who pays? How British supermarkets are keeping women workers in poverty, 2007, www.actionaid.org.uk
- **Action Aid**, Who pays? The real cost of cheap school uniforms, 2007, www.actionaid.org.uk
- **Alam, Bařin, Burckhardt**: Tchibo - Jede Woche eine neue Welt? Nicht für die Textilarbeiterinnen. Rechercheergebnisse der Kampagne für ‚Saubere‘ Kleidung über die Arbeitsbedingungen bei den Lieferanten von Tchibo in Bangladesch
- **All die** Textilschnäppchen – nur recht und billig? Arbeitsbedingungen bei Aldi-Zulieferern in China und Indonesien, Südwind Institut, Siegburg 2007
- **Bearak, Barry**, Lives Held Cheap In Bangladesh Sweatshops , Dhaka 2001
- **Beckett, Andy**, Going cheap, The Guardian 28th February 2006
- **Bode, Thilo**: Abgespeist. Wie wir beim Essen betrogen werden und was wir dagegen tun können, Hamburg 2007
- **Bormann, Sarah**/Deckwirth, Christina/ Teepe, Saskia: Grenzenlos billig? Globalisierung und Discountierung im Einzelhandel, hg. WEED/ver.di, Berlin 2005
- **Bormann, Sarah**: Das „System Lidl“ und die globale Discountierung, in: Blätter für deutsche und internationale Politik, Heft 5, 2006
- **Bormann, Sarah**: Angriff auf die Mitbestimmung. Unternehmensstrategien gegen Betriebsräte – der Fall Schlecker, Berlin, 2007 a)
- **Bormann, Sarah/Siegel, Guido**: Konzentrationsprozess im Einzelhandel. Auswirkungen auf Verbraucher, Beschäftigte und Zulieferindustrie. Literaturstudie, Berlin 2007
- **Burckhardt, Gisela**: Tchibo- Jede Woche eine neue Welt? Dokumentation der Tchibo-Kampagne, hrg. Von TERRE DES FEMMES, Tübingen, 2006
- **Dannecker, Petra**, Between conformity and resistance, Women garment workers in Bangladesh, Dhaka, 2002
- **Dörre, Klaus**: Prekarisierung und Geschlecht. Ein Versuch über unsichere Beschäftigung und männliche Herrschaft in nachfordistischen Arbeitsgesellschaften. In: Aulenbacher, Brigitte; Funder, Maria; Jacobsen, Heike; Völker, Susanne (Hrsg.): Arbeit und Geschlecht im Umbruch der modernen Gesellschaft- Forschung im Dialog, Wiesbaden, 2007, S. 285- 301.
- **Ethical Consumer Research Association (ECRA)**, (2007) CSR research on clothing retail chains, draft, April 2007
- **Fuchs, Tatjana**: Sonderauswertung der repräsentativen Befragung „Was ist gute Arbeit? Anforderungen aus der Sicht von Erwerbstätigen“, durchgeführt 2004 im Auftrag der Initiative neue Qualität in der Arbeit (INQA), Sonderauswertung im Auftrag von ver.di Handel, 2004.
- **Furstenborg, Jan**: The Schwarz Group (LIDL) – Research Paper of UNI Commerce, 2004. Download: www.union-network.org/UNISite/Sectors/Commerce/index_multinationals_LIDL.htm (08. November 2007).
- **Haan, Esther de** & Michiel van Dijk, Labour Conditions in Ikea’s Supply Chain, SOMO Netherlands, 2006, Case Studies in Bangladesh and Vietnam.
- **Hasse, Susan**: Personaldienstleister erobern LEH, in online-Ausgabe der Lebensmittelzeitung, 29.06. 2006, www.lz-net.de.
- **Hearson, Martin** and Morser, Anna, Let’s Clean Up: The true cost of cheap clothes at Primark, Asda and Tesco , Labour Behind the Label and War on Want, 2006
- **Hearson, Martin**, Supermarkets and their purchasing practices . A Clean Clothes Campaign discussion paper 2006, Draft 2.1
- **INKOTA-netzwerk (Hg.)**: Quick fix – Die Suche nach der schnellen Lösung. Was bringen Sozial-Audits den Näherinnen der Sweatshops? INKOTA-texte 3. Berlin, 2006, 112 S. Übersetzung aus dem Englischen: **Looking for a quick fix. How weak social auditing is keeping workers in sweatshops**, Clean Clothes Campaign, 2005,
- **Labour Behind the Label/CCC UK**: Getting serious about purchasing practices, reader, London 2007
- **Lauer, Marco**: Die 1c-Discounter, in taz, 02.06.2007.

- **LZ**, online Ausgabe der Lebensmittelzeitung: Verdi wirft KiK Lohndumping vor, www.lz-net.de, 11.10.2007.
- **Made by Women**: Weltweit sind 75% der Beschäftigten in der Bekleidungsindustrie weiblich, eine Tatsache, die die Clean Clothes Kampagne dazu bewegte, sich im speziellen mit Frauen und deren Rolle in der globalen Bekleidungsindustrie auseinander zusetzen. Englisch, 2006, 128 S.
- **manager magazin**: Das heimliche Imperium des Dieter S. - Wie und von wem der verschachtelte Handelskonzern gesteuert wird. Nr. 2/2007
- **manager magazin**, Nr. 2. Nov. 2006: Scheitern im Baltikum. download: <http://www.manager-magazin.de/unternehmen/artikel/0,2828,446019,00.html>. (05. Jan. 2007).
- **Musiolek (Hg.)**: Ich bin chic, und Du musst schuften. Frauenarbeit für den globalen Markt. Frankfurt/M. 1997, 157 S.
- **Musiolek (Hg.)**: Gezähmte Modemultis. Eine kritische Bilanz von Verhaltenskodizes. Frankfurt/M. 1999, 210 S.
- **Musiolek** u.a.: Made in ... Osteuropa – Die neuen ‚fashion Kolonien‘, Berlin 2002, 40 S.
- **Nähen für den Weltmarkt**: Frauenarbeit in den Freien Produktionszonen und in der Schattenwirtschaft: Die Broschüre legt Fallbeispiele über Arbeitsbedingungen von Frauen in freien Exportzonen und Sweatshops in China, Indonesien und Sri Lanka vor. Südwind Institut, Siegburg, 2005, 81 S.
- **NETZ Bangladesch Zeitschrift**: Garantiert günstig, made in Bangladesch, Nr. 2, 24. Jahrgang, 18. Juni 2002, S. 4-15.
- **NETZ Bangladesch Zeitschrift**: MODE – made in Bangladesch, Nr. 1, 27. Jahrgang, 31. März 2005, S. 4-13.
- **Oxfam** (2004), Trading away our rights – women working in global supply chains, Oxfam International 2004
- **Schuhler, Conrad**: Metro Total Global. Die internationale Kapitalstrategie des größten deutschen Handelskonzerns, isw-Forschungshefte 3, 2005.
- **Schwarz-Buch Lidl** (Andreas Hamann u. Gudrun Giese) Broschur, Berlin 2004/2005, 106 Seiten, € 8,00 zzgl. Versand, ISBN-Nummer 3-932349-12-1
- **Schwarz Buch Lidl Europa** (Andreas Hamann u.a.) Broschur, Berlin 2006, ca. 140 Seiten, € 9,90 zzgl. Versand, ISBN-Nummer 3-932349-21-0
- **TERRE DES FEMMES**- Schriftenreihe „Nein zu Gewalt an Frauen“: Mode, Macht & Frauenrechte AutorInnen verschiedenster Länder stellen die Situation der Frauen dar, die in der weltweiten Bekleidungsindustrie beschäftigt sind, Hrsg.: TERRE DES FEMMES, Tübingen 2003
- **TextilWirtschaft** (2005), Einkaufsstätten-Studie, Teil 1, 2005 www.twnetwork.de/unternehmenundmaerkte/twstudien
- **Voss-Dahm, Dorothea/Kalina, Thorsten**: Mehr Minijobs = mehr Bewegung auf dem Arbeitsmarkt? Fluktuation der Arbeitskräfte und Beschäftigungsstruktur in vier Dienstleistungsbranchen, IAT-Report 2005-07, Gelsenkirchen.
- **Voss-Dahm, Dorothea**: Minijobs als Triebkräfte der Ausdifferenzierung betrieblicher Beschäftigungssysteme – das Beispiel Einzelhandel. In: Nienhäuser, Werner (Hg.): Beschäftigungspolitik von Unternehmen. Theoretische Erklärungsansätze und empirische Erkenntnisse, München 2006, S. 75-94.
- **Warich, Bert**: Einzelhandel Branchendaten 2006, hg. ver.di, 2007a
- **Warich, Bert**: Discounter 2006. Strukturwandel im deutschen Einzelhandel, hg. ver.di, 2007b
- **Wick**: Werbegag oder Hebel für Beschäftigte? Ein Leitfaden für internationale Kodizes der Arbeitspraxis, Friedrich Ebert Stiftung, Südwind Institut, 2006

6. Aktionsmaterial

Aktionsmaterial zum Ausleihen und Kaufen (INKOTA)

- **Aktions- und Medienkiste „Textilien“** mit Büchern, Videos, CD-ROMs, Informations- und didaktischem Material und einer Ausstellung auf der Wäscheleine, auf der die Textilkette in Texten, Graphiken und Fotos dokumentiert ist.
- **Medieneinheit zur CCC-Ausstellung.** Ton-Bild-Text-Collage: Zusammenfassung der wichtigsten Aspekte der Kampagne für ‚Saubere‘ Kleidung, 20 min (VHS oder CD-ROM).
- **Drei Schautafeln** (180 x 100 cm) mit flexiblem Ständersystem veranschaulichen prägnant das Anliegen der Kampagne und die Missstände, gegen die sie sich wendet.
- **Protestkarten, Faltblätter, KundInnenkarten**
- **Ausstellungsbanner und aufblasbares Riesen-T-Shirt**

Filme:

- **China Blue**, 96 min. (DVD) Regisseur Peled teilt die Perspektive dreier Arbeiterinnen einer Jeansfabrik. Menschen, überwiegend junge Frauen, die täglich unter Hochdruck bis zu 14 Stunden schufteten – illegal ohne einen Vertrag in der Tasche und für einen Hungerlohn von zwei Euro pro Tag. Dabei grenzen die Zustände in diesen Betrieben schon an Sklaverei. Folglich sind Filmemacher bei den Unternehmern auch nicht willkommen. Peled hat sie überlistet und nur so Bilder eingefangen, denen die Augen kaum trauen wollen: Einige Mädchen heften sich Wäscheklammern an ihre Lider, damit sie im Erschöpfungszustand nur ja nicht einschlafen. Nachts drängen sie sich in enge Achtbett-Zimmer mit dürftigen Waschmöglichkeiten. An ein Privat- oder gar Intimleben in solch bescheidenen Behausungen ist nicht zu denken. Männerbesuch ist nicht gestattet, Schwangeren droht eine Kündigung, wenn sie nicht abtreiben.
- **Made in Dignity, Faire Textilien aus Simbabwe**, 15 min. (VHS) Am Beispiel der T-Shirt-Produktion eines kleinen Unternehmens in Simbabwe und der Absatzmöglichkeiten in Zusammenarbeit mit Organisationen des Fairen Handels in Europa wird eine Alternative zu den üblichen Bedingungen in der globalen Textilproduktion gezeigt. Interessante Reportage, auch einsetzbar im Schulunterricht bzw. in der Jugendbildung.
- **Opfer der Globalisierung**, 11 min. (VHS) Reportage über die Arbeits- und Produktionsbedingungen in den sogenannten Freihandelszonen in Zentralamerika und Strategien des Widerstands.
- **Mittendrin: FairKleiden**, 30 min. (VHS) Video zum Thema Ökologie, Altkleider und Textilien. Im Rahmen einer Spielhandlung wird der Textilkreislauf auf unterhaltsame und leicht nachvollziehbare Art und Weise dargestellt. Sehr geeignet für die Arbeit mit Kindern und Jugendlichen ab 12 Jahren.
- **Saubere Ernte – Mavuno Safi**, 50 min. (VHS) Video über Baumwollanbau weltweit, den Einsatz von Pestiziden, die Folgen für Landwirtschaft und Gesundheit. Insgesamt kritisch und sehr informativ, für Jugendliche ab der 8. Klasse und für die Erwachsenenbildung geeignet.
- **Weltreise einer Jeans**, WDR-Kinderweltspiegel, 50 min. (VHS/DVD) Angefangen beim Baumwollanbau in Usbekistan über das Faden spinnen und Weben in Belgien, das ‚stonewashen‘ in Frankreich mit Steinen aus der Türkei, mit dem Design made in USA weitergeleitet nach Polen zum Nähen um schließlich in Malta gebügelt zu werden und dann verkaufsfertig bei uns zu landen – dieser Herstellungsweg einer Jeans zeigt auf sehr anschauliche Art und Weise ein typisches Beispiel der globalisierten Textilproduktion.

7. Liste der Trägerkreisorganisationen der CCC und Links

- **Kampagne für ‚Saubere‘ Kleidung**
www.saubere-kleidung.de
- **Arbeitsgemeinschaft der evangelischen Jugend in Deutschland e.V.**
(<http://www.evangelische-jugend.de>)
- **Bund der Deutschen katholischen Jugend**
(<http://www.bdkj.de>)
- **Christliche Initiative Romero**
(<http://www.ci-romero.de>)
- **DGB Bildungswerk**
<http://www.dgb-bildungswerk.de>
- **EIRENE Lateinamerikareferat**
<http://www.eirene.org>
- **Evangelische Frauenarbeit in Deutschland**
<http://www.ekd.de/efd/index.php3>
- **Evangelische Frauenhilfe in Westfalen e.V.**
<http://www.ekvw.de>
- **Evangelische StudentInnengemeinde Deutschlands**
<http://www.bundes-esg.de>
- **IG-Metall**
http://www.igmetall.de/cps/rde/xchg/inter-net/style.xsl/view_3562.htm
- **INKOTA-netzwerk**
<http://www.inkota.de>
- **Katholische Arbeitnehmer Bewegung**
<http://www.kab.de>
- **Katholischer Deutscher Frauenbund**
<http://www.frauenbund.de>
- **Katholische Landjugendbewegung Deutschlands**
<http://www.kljb.org/bund-v4.1.1>
- **NETZ Partnerschaft für Entwicklung und Gerechtigkeit**
<http://www.bangladesch.org>
- **Ökumenisches Netzwerk Rhein-Mosel-Saar**
<http://www.oekumenisches-netz.de>
- **Südwind-Institut für Ökonomie und Ökumene**
<http://www.suedwind-institut.de>
- **TERRE DES FEMMES**
<http://www.frauenrechte.de>

- **Vereinigte Dienstleistungsgewerkschaft ver.di**
<http://www.verdi.de>
- **Vereinte Evangelische Mission Wuppertal**
<http://www.vemission.org>

Links

- **Clean Clothes Campaign International**
www.cleanclothes.org
- **Kampagne für ‚Saubere‘ Kleidung Österreich**
www.oneworld.at/cck
- **Maquila Solidarity Network**
www.en.maquilasolidarity.org
- **Sweatshop Watch**
www.sweatshopwatch.org
- **OECD-Leitsätze für multinationale Unternehmen**
www.oecd.org
- **Fair Wear Foundation**
www.fairwear.nl

