



Photo: CCC

Im August 2004 werden die Athleten der Welt in Athen zu den Olympischen Sommerspielen zusammentreffen. Die globalen Sportbekleidungsfirmen werden riesige Summen ausgeben, um ihre Produkte mit dem olympischen Ideal in Verbindung zu bringen. Bilder von olympischen Veranstaltungen, einschließlich der Markennamen dieser Unternehmen, werden per Fernsehen zu einem weltweiten Publikum gelangen.

Die Expansion des internationalen Handels mit Sportbekleidung unter Führung von Unternehmensgiganten wie Nike, adidas, Reebok, Puma, Fila, ASICS, Mizuno, Lotto, Kappa und Umbro hat Millionen von Menschen, hauptsächlich Frauen, Arbeit gegeben. Von China und Indonesien bis zur Türkei und Bulgarien stellen diese Arbeiter/innen Produkte her, die weltweit verkauft werden. Sie schufteten viele Stunden zu Niedriglöhnen unter härtesten Bedingungen, oft ohne grundlegende Arbeitsrechte. Das Recht, sich gewerkschaftlich zu organisieren und Tarifverhandlungen zu führen, wird systematisch verletzt.

Dieser Bericht stellt grundlegende Fragen über die globale Sportbekleidungsindustrie – Fragen, die den Kern der Debatte über Armut, Arbeitnehmer/innenrechte, Handel und Globalisierung betreffen. „Der Olympismus“, so heißt es in der Olympischen Charta, „(ist) darauf gerichtet, eine Lebensweise herbeizuführen, die auf die Freude am körperlichen Einsatz, auf den erzieherischen Wert des guten Beispiels und auf die Achtung fundamentaler und universal gültiger ethischer Prinzipien gegründet ist.“

Dieser Bericht zeigt, dass die Geschäftspraktiken großer Sportbekleidungsunternehmen gegen Geist und Buchstaben der Charta verstoßen. Dennoch hat die olympische Bewegung, insbesondere das Internationale Olympische Komitee, angesichts dieser Verstöße bisher in bemerkenswerter Weise Stillschweigen gewahrt.

Während des olympischen Jahres 2004 ist Fairplay in aller Munde. Wir rufen die Öffentlichkeit auf, sich den Arbeitnehmer/innen und Konsument/innen anzuschließen, die sich für Veränderungen in der Sportbekleidungsindustrie einsetzen.

Sie können sofort in Aktion treten und dem Internationalen Olympischen Komitee und den Sportbekleidungsfirmen einen Aufruf senden. Besuchen Sie dazu die Webseite [www.fairolympics.org](http://www.fairolympics.org)

[www.fairolympics.org](http://www.fairolympics.org)

ISBN 0-85598-535-6



**PLAY FAIR  
BEI OLYMPIA**



**ZWANGS-  
ÜBERSTUNDEN IN  
EINER WOCHE**

**PLAY FAIR  
BEI OLYMPIA**

**ARBEITSBEDINGUNGEN IN DER  
SPORTBEKLEIDUNGSINDUSTRIE**

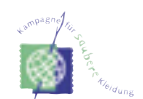






Photo: CCC

Im August 2004 werden die Athleten der Welt in Athen zu den Olympischen Sommerspielen zusammentreffen. Die globalen Sportbekleidungsfirmen werden riesige Summen ausgeben, um ihre Produkte mit dem olympischen Ideal in Verbindung zu bringen. Bilder von olympischen Veranstaltungen, einschließlich der Markennamen dieser Unternehmen, werden per Fernsehen zu einem weltweiten Publikum gelangen.

Die Expansion des internationalen Handels mit Sportbekleidung unter Führung von Unternehmensgiganten wie Nike, adidas, Reebok, Puma, Fila, ASICS, Mizuno, Lotto, Kappa und Umbro hat Millionen von Menschen, hauptsächlich Frauen, Arbeit gegeben. Von China und Indonesien bis zur Türkei und Bulgarien stellen diese Arbeiter/innen Produkte her, die weltweit verkauft werden. Sie schufteten viele Stunden zu Niedriglöhnen unter härtesten Bedingungen, oft ohne grundlegende Arbeitsrechte. Das Recht, sich gewerkschaftlich zu organisieren und Tarifverhandlungen zu führen, wird systematisch verletzt.

Dieser Bericht stellt grundlegende Fragen über die globale Sportbekleidungsindustrie – Fragen, die den Kern der Debatte über Armut, Arbeitnehmer/innenrechte, Handel und Globalisierung betreffen. „Der Olympismus“, so heißt es in der Olympischen Charta, „(ist) darauf gerichtet, eine Lebensweise herbeizuführen, die auf die Freude am körperlichen Einsatz, auf den erzieherischen Wert des guten Beispiels und auf die Achtung fundamentaler und universal gültiger ethischer Prinzipien gegründet ist.“

Dieser Bericht zeigt, dass die Geschäftspraktiken großer Sportbekleidungsunternehmen gegen Geist und Buchstaben der Charta verstoßen. Dennoch hat die olympische Bewegung, insbesondere das Internationale Olympische Komitee, angesichts dieser Verstöße bisher in bemerkenswerter Weise Stillschweigen gewahrt.

Während des olympischen Jahres 2004 ist Fairplay in aller Munde. Wir rufen die Öffentlichkeit auf, sich den Arbeitnehmer/innen und Konsument/innen anzuschließen, die sich für Veränderungen in der Sportbekleidungsindustrie einsetzen.

Sie können sofort in Aktion treten und dem Internationalen Olympischen Komitee und den Sportbekleidungsfirmen einen Aufruf senden. Besuchen Sie dazu die Webseite [www.fairolympics.org](http://www.fairolympics.org)

[www.fairolympics.org](http://www.fairolympics.org)

ISBN 0-85598-535-6



9 780855 985356 >

**PLAY FAIR  
BEI OLYMPIA**



**ZWANGS-  
ÜBERSTUNDEN IN  
EINER WOCHE**

**PLAY FAIR  
BEI OLYMPIA**

**ARBEITSBEDINGUNGEN IN DER  
SPORTBEKLEIDUNGSINDUSTRIE**

# Danksagungen

Dieser Bericht ist das Ergebnis intensiver Zusammenarbeit von Oxfam, der Clean Clothes Campaign, den Global Unions, insbesondere dem Internationalen Bund Freier Gewerkschaften und der Internationalen Textil-, Bekleidungs- und Lederarbeiter-Vereinigung, und nicht zuletzt denjenigen, die in den sechs Ländern, über die hier berichtet wird, Nachforschungen angestellt haben. Besonderer Dank gilt allen Beschäftigten und Angehörigen der Unternehmensleitungen sowie Firmeneigentümern, die uns im Laufe unserer Untersuchungen ihre Erfahrungen und Perspektiven mitteilten. Wir sind den Firmenvertretern dankbar, die sich für Interviews für diesen Bericht zur Verfügung gestellt haben: Glenn Bennet, Evelyn Ulrich und Frank Henke von adidas ; Reiner Hengstmann, Reiner Seiz und Stefan Seidel von Puma; Maria Eitel und Hannah Jones von Nike; sowie Lesley Roberts von der Pentland Group.

**Play Fair bei Olympia** stützt sich auf Hintergrundstudien, die in partnerschaftlicher Zusammenarbeit erstellt wurden und sechs Länder umfassen (Bulgarien, Kambodscha, China & Taiwan, Indonesien, Thailand und Türkei). Wir danken all denen, die diese aufschlussreichen Studien durchgeführt oder sie verfasst haben: Bhumika Muchlala, Chen Yi-chi, Engine Sedat Kaya, Lek Yimprasert, Lyndsay Cunliffe, Rosanna Barbero, Tim Connor sowie den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern von BEPA.

Besondere Erwähnung verdienen Sumi Dhanarajan als Hauptautorin sowie die Beiträge folgender Personen: Duncan Pruett, Dwight Justice, Ineke Zeldenrust, Doug Miller, Kate Raworth und Kevin Watkins.

Die Unterstützung und Kommentare der folgenden Personen sind dem Bericht sehr zugute gekommen: Adrie Papma, Alison Woodhead, Angus Cleary, Ashvin Dayal, Alex Renton, Bernice Romero, Catherine Robinson, Emily Unwin, Esther de Haan, Gemma Freedman, Gerard Steehouwer, Henk Campher, Joss Saunders, Justin Forsyth, Katherine Daniels, Kiko Perez, Lek Yimprasert, Liz Leaver, Maggie Burns, Marita Hutjes, Marlies Filbri, Martin Kalungu-Banda, Mary Sue Smiaroski, Mike Bird, Penelope Gorman, Phan Wanabriboon, Thalia Kidder, Trini Leung, Sam Gurney und der Gewerkschaftsbund GSBI sowie weitere Partner von Oxfam Community Aid Abroad in Indonesien, die bei den Recherchen behilflich gewesen sind.

Grafische Gestaltung: NOVIB Oxfam Niederlande

Englischsprachige Erstveröffentlichung: Oxfam GB

© Oxfam GB, Clean Clothes Campaign und ICFTU  
2004 Alle Rechte vorbehalten

Deutsche Übersetzung: Ramon van Barneveld, ICFTU

Redaktion der deutschen Fassung: Franziska Humbert (Oxfam Deutschland) unter Zuarbeit von Maik Pflaum (Christliche Initiative Romero, Deutschland), Stefan Kerl (Südwind Agentur, Österreich) und Stefan Indermühle (Erklärung von Bern, Schweiz).

Grafische Gestaltung der deutschen Fassung:  
NOVIB Oxfam Niederlande

Den Bericht in verschiedenen Sprachen  
sowie weitere Informationen finden Sie unter:  
[www.fairolympics.org](http://www.fairolympics.org).

Gedruckte Exemplare der deutschen Fassung  
sind erhältlich:  
Deutschland  
Oxfam Deutschland, Greifswalder Str. 33 a,  
10405 Berlin,  
Tel.: +49 (0)30 428 50621,

Fax: +49 (0)30 428 50622,  
E-Mail: [info@oxfam.de](mailto:info@oxfam.de), [www.oxfam.de](http://www.oxfam.de)

Kampagne für Saubere Kleidung c/o Christliche  
Initiative Romero, Frauenstr. 3-7, 48143 Münster,  
Tel.: +49 (0)251 89 503, Fax: +49 (0)251 82541,  
[ci-romero@t-online.de](mailto:ci-romero@t-online.de), [www.ci-romero.de](http://www.ci-romero.de)

Nord-Süd-Netz, DGB Bildungswerk,  
Hans-Böckler-Str. 39, 40476 Düsseldorf,  
Tel.: +49 (0)211 4301 384, Fax: +49 (0)211 4301 500,  
[werner.oesterheld@dgb-bildungswerk.de](mailto:werner.oesterheld@dgb-bildungswerk.de),  
[www.nord-sued-netz.de](http://www.nord-sued-netz.de)

Österreich  
Clean Clothes Kampagne c/o Südwind Agentur,  
Laudongasse 40, 1080 Wien,  
Tel.: +43 (0)1 405 5515 306, Fax: +43 (0)1 405 5519,  
[cck@oneworld.at](mailto:cck@oneworld.at), [www.cleanclothes.at](http://www.cleanclothes.at)

Schweiz  
Clean Clothes Campaign c/o Erklärung von Bern,  
Postfach, CH-8031 Zürich,  
Tel.: +41 (0)1 277 7000,  
[ccc@evb.ch](mailto:ccc@evb.ch), [www.evb.ch](http://www.evb.ch)

**Die Clean Clothes Campaign – CCC** (Kampagne für Saubere Kleidung) ist eine internationale Koalition von Verbraucherschutzorganisationen, Gewerkschaften, Menschenrechtsgruppen, von Wissenschaftler/innen und Aktivist/innen für Internationale Solidarität, von Organisationen der Migrant/innen, Heimarbeiter/innen und Fabrikarbeiter/innen, der Weltladenbewegung sowie vielen weiteren Organisationen. Gemeinsam setzen sie sich für die Verbesserung der Arbeitsbedingungen in der globalen Bekleidungsindustrie ein. Die Clean Clothes Campaign ist in 11 europäischen Ländern aktiv. Die rund 250 beteiligten Organisationen in Europa arbeiten eng mit Partnerorganisationen in Produktionsländern auf der ganzen Welt zusammen. <http://www.cleanclothes.org>

**Oxfam** ist eine Föderation nationaler Hilfsorganisationen, die in mehr als 100 armen Ländern aktiv sind und nach Lösungen zur dauerhaften Überwindung von Armut und sozialer Ungerechtigkeit streben. Gemeinsam mit anderen arbeitet Oxfam am Aufbau einer globalen Bewegung zur Durchsetzung der wirtschaftlichen und sozialen Menschenrechte.

Oxfam ist überzeugt, dass wirtschaftliches Wachstum und soziale Gerechtigkeit Hand in Hand gehen müssen – nur so lässt sich die Welt gerecht, nachhaltig und lebenswert gestalten.

Folgende Oxfam-Organisationen beteiligen sich an der Kampagne Play Fair at the Olympics: Oxfam Amerika, Oxfam Community Aid Abroad (Australien), Oxfam in Belgien, Oxfam Deutschland, Oxfam Großbritannien, Oxfam Irland, Oxfam Kanada, Oxfam Neuseeland, Novib Oxfam Niederlande, Intermón Oxfam Spanien und Oxfam Quebec. [www.maketradeffair.com](http://www.maketradeffair.com) / [www.oxfaminternational.org](http://www.oxfaminternational.org)

Der Begriff “**Global Unions**” wird immer häufiger für die wichtigsten Organisationen der internationalen Gewerkschaftsbewegung verwendet. Global Unions umfasst:

- ▶ den Internationalen Bund Freier Gewerkschaften (IBFG), der die meisten nationalen Gewerkschaftsdachverbände vertritt. Die meisten Einzelgewerkschaften stehen mit dem IBFG über ihren jeweiligen Gewerkschaftsdachverband in Verbindung. Dem IBFG sind 233 Gewerkschaftsverbände in 152 Ländern auf allen fünf Kontinenten mit einer Gesamtmitgliederzahl von 151 Millionen angeschlossen;
- ▶ die zehn Globalen Gewerkschaftsföderationen (GUF), die die Gewerkschaften in spezifischen Industriesektoren und Berufsgruppen auf internationaler Ebene vertreten (BI, ICEM, IJF, ITBLAV, IÖD, ITF, IBBH, IMB, IUL und UNI - die vollständigen Namen finden sich unter [www.global-unions.org](http://www.global-unions.org));
- ▶ den Gewerkschaftlichen Beratungsausschuss bei der OECD.

Eine einzelne Gewerkschaft ist meistens Teil des nationalen Gewerkschaftsdachverbands in den einzelnen Ländern, der wiederum einem internationalen Verband wie dem ICFTU angeschlossen ist. Dieselbe einzelne Gewerkschaft gehört normalerweise auch zu einer Globalen Gewerkschaftsföderation in demjenigen Industriesektor, in dem ihre Mitglieder beschäftigt sind. Der IBFG und die ITBLG (Internationale Textil-, Bekleidungs- und Lederarbeitergewerkschaft) sind diejenigen der Global Unions, die die Kampagne auf internationaler Ebene am meisten repräsentieren.

# Inhalt

<b>Zusammenfassung</b> .....	4
<b>Einführung</b> .....	12
<b>1 Schneller, länger, billiger</b> .....	16
Zu viel und zu schwer .....	18
Hungerlöhne .....	21
Arbeit – aber zu welchen Bedingungen? .....	22
Schikaniert, erniedrigt, missbraucht .....	24
Gewerkschaften unerwünscht .....	24
<b>2 Profite vorn – Rechte ausgeschaltet</b> .....	28
Die globale Sportbekleidungsindustrie .....	31
Gewinne schreiben trotz harter Konkurrenz .....	36
Wie Käufer kaufen .....	37
Auf Biegen und Brechen – die Reaktion der Zulieferer .....	40
Wer ist verantwortlich? .....	45
Fairplay für die Belegschaft .....	49
<b>3 Zeit für Fairplay</b> .....	58
Wandel tut Not .....	68
<b>Anhang</b>	
Achtung der Gewerkschaftsrechte - die Kluft zwischen Theorie und Praxis .....	75
Hintergrundstudien .....	76
<b>Anmerkungen</b> .....	77



# Zusammenfassung

Im August 2004 treffen sich Sportler aus aller Welt bei den Olympischen Sommerspielen in Athen. Sie werden schneller laufen, höher springen und weiter werfen als je zuvor – und die weltweit agierenden SportbekleidungsHersteller werden riesige Summen ausgeben, um ihre Produkte mit dem olympischen Ideal in Verbindung zu bringen. Zusammen mit den Bildern der olympischen Veranstaltungen werden die dauerpräsenten Markennamen der Unternehmen ein Fernsehpublikum in der ganzen Welt erreichen.

Der Bericht „Play Fair bei Olympia“ schaut hinter die Kulissen der weltweiten Sportbekleidungsindustrie und stellt grundlegende Fragen – Fragen, die die Diskussionen über Armut, Arbeitnehmer/innenrechte, Handel und Globalisierung auf den Punkt bringen. *„Der Olympismus“*, so heißt es in der Charta der Olympischen Spiele, *„(ist) daraufgerichtet, eine Lebensweise herbeizuführen, die auf die Freude am körperlichen Einsatz, auf den erzieherischen Wert des guten Beispiels und auf die Achtung fundamentaler und universell gültiger ethischer Prinzipien gegründet ist.“* Der Bericht offenbart, dass die Geschäftspraktiken großer SportbekleidungsHersteller gegen Geist und Buchstaben der olympischen Charta verstoßen.

Unternehmen in der Sportartikelindustrie erwirtschaften Profite auf Kosten der Würde, Gesundheit und Sicherheit schutzloser Arbeiter/innen weltweit und verletzen universelle ethische Grundsätze. Trotz dieser offensichtlichen Verstöße hat sich die olympische Bewegung, allen voran das Internationale Olympische Komitee, in bemerkenswertes Stillschweigen gehüllt.

Vorangetrieben von Unternehmensgiganten wie Nike, adidas, Reebok, Puma, Fila, ASICS, Mizuno, Lotto, Kappa und Umbro hat die Expansion des internationalen Handels mit Sportartikeln Millionen von Menschen Arbeit verschafft – insbesondere Frauen. Von China und Indonesien über die Türkei bis nach Bulgarien liegen Zuschnitt, Nähen, Zusammensetzen und Verpacken von Sportschuhen und Trikots in ihren Händen. Weit entfernt vom Scheinwerferlicht des Athener Olympiastadions kämpfen sie ihren eigenen verzweifelten Kampf – den Kampf ums Überleben. Viele von ihnen arbeiten über 60 Stunden in der Woche zu Niedriglöhnen und unter schwersten Bedingungen, oft ohne grundlegende Arbeitsrechte. Ihr Recht, Gewerkschaften zu gründen und ihnen beizutreten und das Recht auf Tarifverhandlungen werden systematisch verletzt.

Wenn Ausbeutung eine olympische Disziplin wäre, würden die Giganten unter den Sportbekleidungsherstellern mühelos Medaillen einheimsen. Auch wenn sich die Industrie ihrer Verhaltenskodizes rühmt, in denen arbeitsrechtliche, soziale und ethische Prinzipien niedergeschrieben sind, ihre alltäglichen Geschäftspraktiken verursachen einen Marktdruck, der zu ausbeuterischen Arbeitsbedingungen

führt. Millionen von Arbeiter/innen auf der ganzen Welt wird auf diese Weise ein gerechter Anteil an dem Wohlstand vorenthalten, den sie durch ihre Arbeit schaffen. Die Sportbekleidungsindustrie verstärkt ein Globalisierungsmuster, das Unsicherheit und Schutzlosigkeit für viele und Wohlstand für wenige produziert.

Kern des Problems ist das heutige Geschäftsmodell der Unternehmen. Es basiert auf rücksichtslosem Preisdruck, der Forderung nach schneller und flexibler Lieferung und dem häufigen Wechsel der Zulieferbetriebe auf der Suche nach immer niedrigeren Produktionskosten.

Über globale Lieferketten binden die großen Sportbekleidungsunternehmen Millionen von Arbeiter/innen an bestimmte Verbrauchermärkte. Ihre starke Marktposition erlaubt es ihnen, von ihren Lieferanten Preissenkungen, kürzere Lieferzeiten und rasche Anpassung an schwankende Auftragslagen zu fordern. Unausweichlich wird der daraus resultierende Druck auf die Arbeiter/innen am unteren Ende der Lieferkette abgewälzt. Niedrige Löhne, schlechte Arbeitsbedingungen und Verletzungen der Arbeitsrechte sind die Folge.

Viele dieser Beschäftigten können sich gegen Ausbeutung und Missbrauch kaum wehren, da ihnen das Recht, sich gewerkschaftlich zu organisieren und Tarifverhandlungen zu führen, verweigert wird. Rechtliche und administrative Hindernisse, die Schwierigkeit, in den komplizierten Lieferketten verantwortliche Arbeitgeber ausfindig zu machen oder schlicht Einschüchterung und Bedrohung führen dazu, dass die Arbeiter/innen schutzlos der unfairen, unwürdigen und unmenschlichen Behandlung durch die Fabrikbesitzer und Manager ausgesetzt sind.

**Kapitel 1** dokumentiert das harte Leben der Menschen, die am untersten Ende der Lieferketten arbeiten. Er stützt sich auf Interviews mit 186 Beschäftigten in sechs Ländern – Bulgarien, China und Taiwan, Indonesien, Kambodscha, Thailand und der Türkei. Die Befragten gaben Auskunft über ausbeuterische Arbeitsbedingungen: jämmerliche Löhne, lange Arbeitszeiten und unbezahlte Zwangsüberstunden, Bedrohung und Einschüchterung, sexuelle Belästigung und physische Angriffe.

In vielen Fabriken ist gewerkschaftliche Betätigung ausdrücklich verboten.

Folgende Beispiele zählen zu den krassesten Verletzungen von Arbeitsrechten:

- ▶ indonesische Arbeiter/innen wurden angegriffen, eingeschüchtert und verfolgt, weil sie sich gewerkschaftlich engagiert hatten;
- ▶ bulgarische Arbeiter/innen wurden mit Strafen belegt oder entlassen, weil sie Überstunden verweigert hatten;

- ▶ in der Hochsaison nähern Arbeiter/innen in allen genannten Ländern an sechs Tagen pro Woche bis zu 16 Stunden am Tag;
- ▶ chinesische Arbeiter/innen erhalten in der Nebensaison Monatslöhne von nur US\$ 12.

In Kapitel 2 geht es um den globalen Sportartikelmarkt – einen Markt mit US\$ 58 Mrd. Umsatz im Jahr 2002. Durch rücksichtslosen Preiswettbewerb versuchen die Unternehmen, ihre Marktanteile auszubauen: der Durchschnittspreis für ein Paar Turnschuhe ist in den USA seit 1997 von US\$ 41 auf US\$ 36 im Jahr 2003 gefallen. Die Zulieferer sehen sich auf diesem Markt sinkenden Stückpreisen und steigenden Produktionskosten ausgesetzt. Ein Zulieferer in Honduras, der für globale Firmen produziert, berichtete über einen 23-prozentigen Rückgang der Stückpreise im Laufe von drei Jahren. Es sind die Beschäftigten am Ende der Lieferkette, die unter diesem Preisdruck am stärksten leiden, da die Fabrikmanager sie zu härterer und längerer Arbeit antreiben, zu mehr Produktion in kürzerer Zeit und für weniger Geld.

Der Druck des Marktes wirkt sich aber nicht nur auf den Preis aus. Das traditionelle System, große Aufträge zu vergeben, ist einer neuen Praxis gewichen: Heute müssen die Fabriken auf der Basis monatlicher oder sogar wöchentlicher Bestellungen kleinere Mengen liefern. Die Vorgabezeiten der Sportartikelindustrie werden immer kürzer. So strebt adidas an, die Lieferzeiten für Sportbekleidung von 120 auf 90 Tage zu verringern. In den Zulieferbetrieben führt das für die Arbeiter/innen zu übermäßig langen Arbeitszeiten und Zwangsüberstunden, damit die Bestellungen termingerecht für den Export erfüllt werden können.

Die großen Sportartikelunternehmen distanzieren sich von dem Vorwurf, die Art und Weise, wie sie Bestellungen aufgeben und Preissenkungen durchsetzen, hätte negative Folgen am Arbeitsplatz. Sie verweisen auf Erklärungen zur sozialen Verantwortung der Unternehmen und auf Verhaltenskodizes zur Einhaltung von Arbeitsstandards als Beweis für ihre guten Absichten. Der Bericht zeigt, dass sie im Unrecht sind. Das Geschäftsmodell der Unternehmen gibt den Zulieferern eindeutige marktpolitische Signale und führt für die Beschäftigten zu Niedriglöhnen und Zeitverträgen ohne grundlegende Arbeitsrechte.

Viele Regierungen unterstützen diese Unternehmensstrategie. Im Bestreben, ausländische Investoren anzuziehen, weichen sie nationale Gesetze auf, um billigere und „flexiblere“ Arbeitskräfte anbieten zu können. Das Recht auf gewerkschaftliche Betätigung und Tarifverhandlungen wird oft als erstes ausgehöhlt. Die Arbeitnehmer/innen werden angreifbar und sind Ausbeutung und Missbrauch schutzlos ausgesetzt.

Kapitel 3 untersucht, warum in den Zulieferketten der Sportbekleidungsunternehmen bisher kaum Verbesserungen der Arbeitsbedingungen erreicht wurden. Und das, obwohl weltweite Kampagnen dazu beigetragen haben, dass viele Unternehmen ethische Verpflichtungen und Verhaltenskodizes zur Einhaltung grundlegender Arbeitsrechte eingeführt haben. Der Bericht erläutert die drei wichtigsten Gründe dafür:

### Unternehmenspraxis entspricht nicht der proklamierten Ethik

Die aggressiven Einkaufspraktiken der großen Sportartikelunternehmen stehen im Widerspruch zu ihren eingegangenen ethischen Verpflichtungen. Die für den Einkauf und die Bestellung von Waren zuständigen Mitarbeiter/innen sind sich der Auswirkungen ihrer Forderungen nach niedrigeren Preisen und kürzeren Lieferzeiten oft nicht bewusst (oder stehen ihnen gleichgültig gegenüber). Wenn Fabrikmanager die Wahl haben, entweder ihre Kunden zu halten oder die Rechte ihrer Arbeitnehmer/innen durchzusetzen, entscheiden sie sich in der Regel für Ersteres. Bei ihrer Suche nach niedrigeren Stückkosten und schnellen Lieferzeiten bevorzugen die Unternehmen kurzfristige Geschäftsbeziehungen und wechseln immer wieder von einem Zulieferer zum nächsten. Das Wegbrechen von Aufträgen und damit einhergehende Arbeitsplatzunsicherheit wirken sich unmittelbar auf die Lage der Beschäftigten aus.

### Spielregeln nicht eingehalten

Viele Unternehmen halten ihre Zusagen, die Arbeitsnormen zu beachten, nicht ein. Zwar haben viele Firmen grundsätzlich Arbeitsrechte und Standards in Verhaltenskodizes niedergelegt, kümmern sich aber kaum um deren praktische Umsetzung. Manche Firmen konnten nicht eine wirksame Maßnahme zur Umsetzung ihrer Kodizes in den Fabriken ihrer Zulieferer vorweisen.

Die Interviews erbrachten Hinweise, dass einige Manager bei Überprüfungen der Arbeitsbedingungen in ihren Fabriken (Sozialaudits) falsche Angaben machen. Nach dem Abzug der Inspektoren wird die Arbeit wie gehabt fortgesetzt. Dadurch, dass die Arbeitnehmer/innen bei den Überprüfungen keine aktive Rolle spielen, sind bisher nur wenig bedeutende und andauernde Verbesserungen erreicht worden.

**„Ziel des Olympismus ist es, den Sport überall einer harmonischen Entwicklung des Menschen dienstbar zu machen, um so der Schaffung einer friedliebenden Gesellschaft förderlich zu sein, die sich der Bewahrung der Menschenwürde verpflichtet fühlt.“**

Drittes grundlegendes Prinzip der Olympischen Charta

### Schlechte Einkaufspolitik eines Unternehmens untergraben die guten Praktiken der anderen

Viele Sportbekleidungshersteller haben dieselben Zulieferfirmen. Da die Zulieferer einem ungeheuren Druck ausgesetzt sind, die Preise zu senken, kürzere Vorgabezeiten einzuhalten und für mehr Flexibilität bei den Arbeitskräften zu sorgen, können die wenigen Sportbekleidungshersteller, die von ihren Zulieferern tatsächlich die Einhaltung der Arbeitsnormen am Arbeitsplatz fordern, gegenüber den vielen, die diesen Normen in ihrem Geschäftsalltag wenig Bedeutung beimessen, kaum etwas bewirken.

### Play Fair bei Olympia

Mit der Veröffentlichung dieses Berichts und dem Start der Kampagne **Play Fair bei Olympia** unterstützen die Clean Clothes Campaign, Oxfam und die Global Unions<sup>1</sup> eine weltweite Bewegung von Arbeiter/innen, Gewerkschaften und nichtstaatlichen Organisationen sowie einzelner engagierter Bürger/innen in ihrem Kampf für menschenwürdige Arbeitsbedingungen. Wir machen jetzt, im Vorfeld der Olympischen Sommerspiele von Athen, auf die genannten Probleme aufmerksam. Wir wollen, dass die olympische Bewegung ihr Bekenntnis zur Wahrung der Menschenwürde bekräftigt, indem sie die Sportbekleidungsindustrie dazu auffordert, fairen Handel zu treiben und für gerechte und menschenwürdige Arbeitsbedingungen in ihren Zulieferbetrieben zu sorgen.

Wir gehen davon aus, dass die olympische Bewegung die Macht und den Einfluss hat, um die Sportbekleidungsindustrie zur Verbesserung der Beschäftigungsbedingungen und Arbeitsnormen für Millionen von Menschen zu bewegen. Das Internationale Olympische Komitee (IOC) ist Inhaber des Rechts zur Verwendung des olympischen Symbols sowie der Markenbezeichnung „Olympische Spiele“. Es kann Änderungen bewirken, indem Lizenz- und Sponsorenverträge an die Einhaltung von Arbeitsnormen gebunden werden. Die olympische Bewegung muss ihren Einfluss nutzen, um zu erreichen, dass die Beschäftigten in der Sportbekleidungsindustrie unter fairen, menschenwürdigen und sicheren Bedingungen arbeiten.

Während der Bericht zeigt, wie das Geschäftsverhalten vieler Sportartikelfirmen negative Auswirkungen auf die Arbeitsbedingungen der Beschäftigten hat, konzentriert sich die Kampagne **Play Fair bei Olympia** auf das IOC und ausgewählte Unternehmen, die, anders als Nike und adidas, bisher kaum im Fokus der Öffentlichkeit standen. Auch sie müssen aufgrund ihres Marktanteils und

Bekanntheitsgrads mehr tun, um ihrer Verantwortung gegenüber den Arbeiter/innen in ihren Zulieferbetrieben gerecht zu werden. Diese Sportartikelfirmen sind: **ASICS Corporation**, eine japanische Aktiengesellschaft; **Fila**, ein US-Privatunternehmen; **Kappa** und **Lotto**, beides italienische Aktiengesellschaften; **Mizuno**, eine japanische Aktiengesellschaft; **Puma**, eine deutsche Aktiengesellschaft; und **Umbro**, ein britisches Privatunternehmen.

### Unsere Forderungen

- ▶ *Einhaltung der Arbeitsnormen*  
**Die Sportbekleidungsunternehmen** müssen eine glaubwürdige Politik entwickeln und umsetzen, die sicherstellt, dass ihre Zulieferer international anerkannte Arbeitsnormen respektieren, einschließlich des Rechts auf einen für den Lebensunterhalt ausreichenden Lohn auf der Basis einer geregelten Wochenarbeitszeit von nicht mehr als 48 Stunden, menschenwürdiger Arbeitszeiten ohne Zwangsüberstunden, eines bedrohungsfreien, sicheren und gesunden Arbeitsplatzes und eines festen Beschäftigungsverhältnisses mit Schutz der Arbeitnehmer/innenrechte und Sozialleistungen.
- ▶ *Änderung der Einkaufspraktiken*  
**Die Sportbekleidungsunternehmen** müssen ihre Einkaufspraktiken dahingehend ändern, dass sie nicht zur Ausbeutung von Arbeiter/innen führen. Sie müssen angemessene Lieferzeiten und faire Preise vereinbaren, die es den Fabrikbetreibern ermöglichen, Aufträge zu erfüllen *und* die Arbeitsnormen einzuhalten.
- ▶ *Umsetzung der Verhaltenskodizes*  
**Die Sportbekleidungsunternehmen** müssen ihre Verhaltenskodizes zur Einhaltung der Arbeitsnormen so umsetzen, dass sie dauerhafte Verbesserungen der Arbeitsbedingungen bewirken. Dazu muss Zulieferern und weiteren Unterauftragnehmern unmissverständlich klar gemacht werden, dass die Einhaltung des Rechts, Gewerkschaften zu gründen, ihnen beizutreten und Tarifverhandlungen zu führen, von entscheidender Bedeutung ist, um die Arbeitsbedingungen zu verbessern und dass jegliches Unterlaufen dieser Rechte inakzeptabel ist. Darüber hinaus ist es erforderlich, in wirksame Inspektionssysteme zu investieren, die die Arbeitnehmer/innen in den Mittelpunkt des Verfahrens stellen. Arbeitnehmer/innen müssen geschult und über ihre Rechte informiert werden. Sichere Beschwerdeverfahren

müssen gewährleistet werden.

► *Branchenübergreifendes Handeln*

**Die Sportbekleidungsindustrie** muss diese Probleme gemeinsam angehen, da sie die gesamte Branche betreffen. Dazu muss sie gemeinsam mit Gewerkschaften und Nichtregierungsorganisationen (NGOs) ein branchenweites Arbeitsprogramm entwickeln, das die gewerkschaftliche Organisation der Arbeitnehmer/innen fördert und das über die bestehenden Verhaltenskodizes der Unternehmen hinausgeht. Über ein sektorenspezifisches Rahmenabkommen muss ein ständiger Dialog zwischen den Unternehmen und der Internationalen Textil-, Bekleidungs- und Lederarbeiter-Vereinigung (der repräsentativen Organisation der Beschäftigten in der Sportbekleidungsindustrie weltweit) garantiert werden.

► *Transparenz*

**Die Sportbekleidungsunternehmen** müssen sich dazu verpflichten, die Auswirkungen ihrer Geschäftspraktiken auf die Arbeitnehmer/innen offen zu legen und darüber öffentlich Rechenschaft abzulegen.

► *Menschenwürdige Arbeitsbedingungen*

**Die Zulieferer der Sportbekleidungsunternehmen** müssen ihren Beschäftigten menschenwürdige Arbeitsplätze bieten, indem sie die internationalen Arbeitsnormen und das nationale Arbeitsrecht einhalten. Insbesondere müssen sie sicherstellen, dass die Beschäftigten die Möglichkeit haben, ihr Recht auf Gewerkschaftsbeitritt und Tarifverhandlungen wahrzunehmen.

► *Schutz der Arbeitsrechte*

**Die Regierungen** dürfen die Rechte von Arbeitnehmer/innen nicht mehr in Gesetz und Praxis aushöhlen. Nationale Gesetze und internationale Arbeitsnormen müssen umgesetzt werden, um menschenwürdige Arbeitsbedingungen für alle Beschäftigten zu garantieren.

► *Bekanntnis zu Arbeitsrechten*

**Die olympische Bewegung** muss ernste Anstrengungen unternehmen, damit die Arbeitsrechte in der Sportbekleidungsindustrie durchgesetzt werden. Das Internationale Olympische Komitee (IOC), die Nationalen Olympischen Komitees (NOK) und die Organisationskomitees (OK) müssen die Industrie auffordern, in ihren Zulieferbetrieben die internationalen Arbeitsnormen einzuhalten. Das **IOC** muss sich in der Olympischen Charta öffentlich zur Einhaltung der Arbeitsrechte verpflichten. Außerdem muss es die Vorschriften zur Lizenzvergabe, zur Zulassung von Sponsoren und zu Vermarktungsverein-

barungen überarbeiten und sicherstellen, dass in diese Verträge Verpflichtungen zur Respektierung und Umsetzung der Arbeitsrechte aufgenommen werden.

► *Öffentlicher Druck*

**Die Öffentlichkeit** muss von den Sportbekleidungsunternehmen klare Verpflichtungen zur strikten Einhaltung international anerkannter Arbeitsnormen in allen Bereichen ihrer Zulieferketten verlangen. Sie muss fordern, dass Markenfirmen in ihrer Einkaufspolitik Arbeitsrechte nicht untergraben, sondern fördern. Und sie muss fordern, dass die Unternehmen die Auswirkungen ihrer Geschäftspraxis auf die Arbeitsbedingungen offen legen.

*Unterstützen Sie die Kampagne Play Fair bei Olympia: [www.fairolympics.org](http://www.fairolympics.org)*



# Einführung

Im Jahre 490 v. Chr. erreichte Pheidippides, der berühmteste Läufer der Antike, am Ende seines letzten Laufs Athen. Er brachte die Nachricht von einem großen Sieg der Athener, die entgegen allen Erwartungen das persische Heer auf dem Schlachtfeld von Marathon, 42 km vor den Toren von Athen, geschlagen hatten. Die Legende sagt, dass Pheidippides Athen erreichte und mit seinem letzten Atemzug das Wort „Nike“ hervorstieß – den Namen der griechischen Siegesgöttin – bevor er zusammenbrach und starb. Seine Leistung war die Inspiration für eine der spektakulärsten Veranstaltungen der modernen Olympischen Spiele.

Im Sommer 2004 wird das Bild des Pheidippides in der Werbung für die 28. Olympischen Spiele in Athen immer wieder auftauchen. Während die Spiele näher rücken, bereiten sich die besten Athleten der Welt auf diesen außerordentlichen Wettbewerb vor. Viele werden neue Weltrekorde erzielen. Sie werden schneller laufen, weiter werfen und höher springen als je zuvor. Und wo Wettbewerbe ausgefochten und Medaillen verteilt werden, sind die Firmengötter der modernen Olympiade nicht weit. Nike ebenso wie adidas, Reebok, Fila, Puma, ASICS und Mizuno investieren Milliarden Dollar in Werbung und Marketing. Für diese Firmengiganten der Sportbekleidungsindustrie bieten die Olympischen Spiele in Athen eine Gelegenheit, ihre Profite zu steigern und neue Märkte zu gewinnen, indem sie sich mit sportlichem Erfolg und dem olympischen Ideal in Verbindung bringen.

Während die Medien weltweit zwei Wochen lang ausgiebig über den Kampf um sportliche Erfolge berichten, werden weit weg von den Kameras Tausende von Beschäftigten – meist Frauen in Entwicklungsländern, die Trainingsanzüge, Turnschuhe, Trikots und Team-Uniformen herstellen - einen ganz anderen Kampf ausfechten. Auch sie brechen Rekorde für die weltweite Sportbekleidungsindustrie: Sie arbeiten immer schneller und länger unter härtesten Bedingungen für Hungerlöhne, um mehr Waren und mehr Profite zu produzieren. Aber für sie gibt es keine Medaillen, keine Belohnung und keine Anerkennung seitens der Industrie, in deren Dienst sie stehen.

Die Sportbekleidungsindustrie reagiert auf Berichte über ausbeuterische Beschäftigungspraktiken häufig mit oft gehörten Argumenten über die Notwendigkeit, die Gegebenheiten des Marktes zu sehen. Niedriglöhne, so wird behauptet, seien ein Produkt der Armut, nicht schlechter Unternehmenspraxis. Was Verletzungen des gewerkschaftlichen Organisationsrechts betrifft, so beschuldigen viele der in diesem Bericht genannten globalen Firmen Regierungen und örtliche Zulieferer und sprechen sich selbst von jeder Verantwortung frei. Sie verweisen auf ihre eigenen Verhaltenskodizes zu Arbeitsstandards als Beweis für ihre gute Absicht.

Was unser Bericht jedoch zeigt, ist, dass das wirkliche Geschäftsgebaren der meisten globalen Unternehmen im Widerspruch zu diesen Absichtserklärungen steht. Ihr Verhalten läuft dem Schutz der Arbeitnehmer/innenrechte zuwider. Angesichts intensiven Preiswettbewerbs im Einzelhandel fordern die globalen Sportbekleidungsunternehmen von ihren Zulieferern niedrigere Preise, schnellere Produktionsverfahren und die Erfüllung ihrer Forderungen nach flexibler Produktionsweise und Lieferung. Die Zulieferer ihrerseits halten sich für ihre Kosten an den Beschäftigten schadlos, die länger, schneller und billiger arbeiten müssen. Darüber hinaus kommt es durch den ständigen Wechsel der Unternehmen von einem Zulieferer zum anderen auf der Suche nach den billigsten Preisen zu einer Berg- und Talfahrt bei der Nachfrage nach flexiblen und befristet einzustellenden Arbeitskräften, was zu unsicheren Beschäftigungsverhältnissen führt. Kurz gesagt entsprechen die durch die neuen Geschäftsmodelle der globalen Sportbekleidungsindustrie geschaffenen Marktbedingungen in keiner Weise menschenwürdigen Beschäftigungspraktiken.

Sportbekleidungsfirmen können sich nicht mehr hinter der Behauptung verstecken, sie seien für die ausbeuterischen Arbeitsbedingungen in ihren Zulieferketten nicht verantwortlich. Als Mittler zwischen den Verbrauchern in reichen und den Erzeugern in armen Ländern haben die Sportbekleidungsunternehmen eine Verantwortung, die über die Erzielung von Gewinnen und Ausschüttungen an die Aktionäre hinausgeht. Im Laufe der letzten 15 Jahre ist eine machtvolle Bewegung von Organisationen entstanden, darunter Gewerkschaften, Menschenrechtsaktivisten, Frauenrechtsgruppen, Organisationen von Wanderarbeiter/innen und Verbrauchergruppen, die die weltumspannenden Konzerne der Sportbekleidungsindustrie herausfordert. Diese Bewegung hat sich nachdrücklich für bessere Beschäftigungsbedingungen eingesetzt und unterstützt die Kämpfe, die Arbeitnehmer/innen weltweit gegen menschenunwürdige Arbeitsbedingungen führen. Diese Kampagnen haben das Bewusstsein der Verbraucher über die Beziehungen zwischen den in reichen Ländern gekauften Produkten und den Arbeitsbedingungen in armen Ländern erhöht. Außerdem haben sie dafür gesorgt, dass das Thema der Arbeitnehmer/innenrechte in den Vorstandsetagen, bei Regierungen und internationalen Finanzinstitutionen auf die Tagesordnung gekommen ist. Ein vor kurzem von der IAO (Internationale Arbeitsorganisation) in Auftrag gegebener Bericht kommt zu der Schlussfolgerung: *„Kaum ein Thema ist von so kritischer Bedeutung für die Branchen der Bekleidungs-, Schuh- und Einzelhandelsgüterherstellung wie die Frage der menschenunwürdigen Arbeitsbedingungen.“*<sup>2</sup>

Dieser Bericht gibt einen Überblick darüber, was die Sportbekleidungsindustrie getan hat, um ihrer Verantwortung für die Beschäftigten in ihren Zulieferbetrieben gerecht zu werden. Er deckt auf, dass zwar einige Unternehmen – insbesondere diejenigen, die Gegenstand öffentlicher Kampagnen waren – viel versprechende Bemühungen unternommen haben, um die Probleme anzugehen, dass jedoch andere sich entweder gar nicht erst die Mühe gemacht haben, sich damit zu befassen, oder nur halbherzige Versuche unternommen haben, durch gezielte Öffentlichkeitsarbeit die Kritiker zu beschwichtigen. Der Bericht stützt sich auf Faktenmaterial über ausbeuterische Arbeitsbedingungen in Sportbekleidungsfabriken in sechs Ländern und zeigt auf, dass es die Industrie insgesamt versäumt hat, das Problem an der Wurzel zu packen. Er dokumentiert insbesondere die beschämende Bilanz der Unternehmen, die wenig getan haben, sich ihren Verpflichtungen zu stellen. Abschließend macht der Bericht Vorschläge, was getan werden muss, um Bedingungen zu schaffen, unter denen die Industrie die Entwicklung einer Globalisierung mit menschlichen Zügen unterstützen kann.

Im Rahmen der Untersuchung wurden 186 Beschäftigte, 9 Manager und Eigentümer von Zulieferbetrieben sowie 10 Vertreter von Markenunternehmen interviewt. Wir haben die Namen aller Fabrikarbeiter/innen geändert, um ihre Identität zu schützen, da viele fürchteten, ihren Arbeitsplatz zu verlieren, wenn sie sich frei äußern. Außerdem haben wir die Identität der meisten Fabriken nicht offen gelegt, um ihre Geschäftsbeziehungen mit den Unternehmen, deren Zulieferer sie sind, nicht zu gefährden und um ihre Beschäftigten vor negativen Folgen zu schützen. Namentlich genannt werden die Fabriken, deren Belegschaften an öffentlichen Kampagnen zur Verbesserung der



Photo: CCC

Arbeiten am unteren Ende der globalen Lieferkette in Kambodscha

Arbeitsbedingungen an ihrem Arbeitsplatz beteiligt waren und die der Nennung ihrer Produktionsstätten zugestimmt haben. Sämtliche Interviews fanden im Zeitraum von Mai 2003 bis Januar 2004 statt: die Interviews mit den thailändischen Beschäftigten wurden im Mai und Juni 2003 geführt, die der indonesischen Arbeitnehmer/innen im Oktober 2003, die bulgarischen Beschäftigten wurden zwischen Juli und Oktober 2003 interviewt, die chinesischen Arbeitnehmer/innen im November 2003, die türkischen Beschäftigten wurden zwischen November 2003 und Januar 2004 befragt und die Arbeitnehmer/innen in Kambodscha im Dezember 2003. Die Manager wurden von Oktober bis Dezember 2003 interviewt. Die Vertreter der Markenunternehmen wurden in der Zeit von Juli 2003 bis Februar 2004 interviewt bzw. kontaktiert. Alle Beträge in Landeswährung wurden auf der Basis der Wechselkurse vom Januar 2004 in US-Dollar konvertiert.

In diesem Bericht tauchen viele bekannte Markenunternehmen auf. Von einem Unternehmen zum anderen sind die Praktiken sehr unterschiedlich. Wo immer bestimmte Unternehmen Gegenstand einer konkreten Kritik sind (oder auch ein Beispiel für positive Praktiken), machen wir dies deutlich. Allgemeine Aussagen über branchenübliche Praktiken sollten jedoch nicht als für ein spezifisches Unternehmen geltend interpretiert werden.



## Kapitel 1

# Schneller, länger, billiger

Arbeiterinnen in einer Sportbekleidungsfabrik in Bulgarien.



# Schneller, länger, billiger

Phan, eine 22 Jahre alte Wanderarbeiterin, näht in der Fabrik S in Thailand Sportbekleidung für Puma. So schildert sie ihr Leben in der Fabrik:

*„Wir arbeiten jeden Tag von acht Uhr früh bis mittags, dann haben wir eine Pause. Nach der Mittagspause arbeiten wir wieder von eins bis fünf Uhr. Ab halb sechs müssen wir jeden Tag Überstunden machen. In der Hochsaison arbeiten wir bis zwei oder drei Uhr früh. Wir müssen immer Doppelschichten machen. Auch wenn wir noch so erschöpft sind, wir haben keine Wahl. Wir können keine Überstunden ablehnen, weil unsere Standardlöhne so niedrig sind. Manchmal würden wir uns gern ausruhen, aber unser Arbeitgeber zwingt uns zu arbeiten.“*

*Ich verdiene etwa US\$ 50 pro Monat, aber ich zahle US\$ 3 für Strom, Wasser und meine Schlafstelle. Außerdem zahle ich US\$ 5 für Reis. Der Arbeitgeber fordert von uns außerdem jeden Monat US\$ 7 für die Arbeitnehmer-Registrierungsgebühr. So habe ich für alle anderen Unkosten nur US\$ 35 übrig. In manchen Monaten während der Nebensaison, wenn ich weniger verdiene, bleiben mir im Monat nur 30 oder 40 Cent.<sup>3</sup>*

*Ich würde gern bessere Arbeitsbedingungen fordern. Aber wir glauben nicht, dass wir höhere Löhne, Sozialleistungen und einen besseren Rechtsstatus fordern können.“*

Phans Erfahrung ist die gleiche wie die von Tausenden von Beschäftigten in der internationalen Sportbekleidungsindustrie. In sechs Ländern interviewten wir Arbeiter/innen, die Sportkleidung und Sportschuhe herstellen, und wir hörten immer wieder Berichte über übermäßig lange Arbeitszeiten, obligatorische Überstunden, mangelnde Arbeitsplatz- und Lohnsicherheit, Hungerlöhne, die Vorenthaltung des Rechts, sich gewerkschaftlich zu organisieren, schlechte gesundheitliche Bedingungen, Erschöpfung, Stressbelastung und ein gestörtes Familienleben. Die Realität des Lebens in einer Sportbekleidungsfabrik, insbesondere in den Arbeitsbereichen am unteren Ende der Zulieferkette, ist weit entfernt von den gesetzlich verbrieften Rechten und erst recht von den ethischen Verpflichtungen zur Einhaltung von Arbeitsnormen, die viele der großen globalen Sportmarken proklamieren.

## Zu viel und zu schwer

Lange Arbeitszeiten und Zwangsüberstunden sind besonders schwerwiegende Probleme für alle Arbeiter/innen, mit denen wir gesprochen haben. Üblicherweise drängen die Fabrikmanager die Beschäftigten, 10 bis 12 Stunden pro Tag zu arbeiten, manchmal sogar bis zu 16 oder gar 18 Stunden ohne ordentliche Pause. Wenn Liefertermine näher rücken, verlängern sich die Arbeitszeiten. In der Hochsaison

wird die 7-Tage-Woche zur Norm, insbesondere in China, obwohl auch dort gesetzliche Beschränkungen bestehen. In zwei chinesischen Fabriken<sup>4</sup>, die für Umbro produzieren, berichteten Beschäftigte, dass sie während der Hochsaison regelmäßig gezwungen würden, 7 Tage in der Woche zu arbeiten. In einer Fabrik leisteten sie im Oktober 2003 insgesamt 120 Überstunden – dreimal so viel wie das chinesische Arbeitsgesetz zulässt. *„In der Hochsaison leisten wir endlos viele Überstunden und arbeiten nonstop 13 bis 14 Stunden pro Tag. Wir Näherinnen arbeiten jeden Tag so viel – wir nähen und nähen ununterbrochen, bis unsere Arme schmerzen und steif werden“,* sagte eine Arbeiterin. Eine 21-jährige Frau in der Sportbekleidungsfabrik H in Indonesien berichtete, sie habe mehr als 12 Überstunden hintereinander ableisten müssen, um eine Export-Lieferfrist einhalten zu können: *„Im Juni und Juli 2003 arbeitete die Nähabteilung, zu der ich gehöre, von 7 Uhr früh bis 4 Uhr früh am nächsten Morgen, um eine große Reebok-Bestellung zu erledigen. Dann durften wir für etwa 7 Stunden nach Hause gehen, aber um 11 Uhr mussten wir wieder in der Fabrik sein, um bis 10 Uhr abends weiter zu arbeiten“.* Krishanti, eine 28-jährige Arbeiterin der Bekleidungsfabrik T in Bangkok, die für Fila, Nike und Puma produziert, berichtet: *„Manchmal mussten wir nachts Überstunden leisten. Das bringt die normale Funktionsweise des Körpers aus dem Gleichgewicht... Ich arbeite wie eine Maschine, nicht wie ein Mensch.“*

Überstunden sind üblicherweise obligatorisch, und die Beschäftigten werden erst in letzter Minute informiert, wenn sie Überstunden leisten sollen. In vier türkischen Fabriken<sup>5</sup>, die für Lotto, Fila, Puma und Kappa produzieren, werden Berichten zufolge sämtliche Beschäftigten gezwungen, Überstunden zu leisten. Häufig berichten Beschäftigte über Entlassungsdrohungen, Strafen und Beleidigungen, wenn sie nicht imstande sind, länger zu arbeiten. Soy, eine Arbeiterin in einer kambodschanischen Sportbekleidungsfabrik<sup>6</sup>, berichtete im Interview: *„Sie zwingen uns, Überstunden zu leisten. Wenn wir dreimal ablehnen, drohen uns die Manager mit Entlassung. Wenn wir uns weigern, an Sonn- oder Feiertagen zu arbeiten, drohen sie uns auch.“* In der bulgarischen Fabrik U, einem Zulieferer für Puma, wird die Verweigerung von Überstunden oft als Vorwand für Entlassungen genommen. Wer die angeordneten Überstunden nicht „ordnungsgemäß“ leistet, wird mit Geldstrafen belegt. In der chinesischen Fabrik Q, die für Umbro arbeitet, wurden den Beschäftigten RMB 30 (US\$ 3,60) abgezogen, weil sie Überstunden verweigert hatten. In extremen Fällen wurden Beschäftigte in drei Fabriken in China – zwei Zulieferer von Umbro<sup>7</sup> und ein Zulieferer von Mizuno und Kappa<sup>8</sup> – ihren Berichten zufolge daran gehindert, in Zeiten der Spitzenproduktion zu kündigen. Das setzt das Management durch, indem es ihre Löhne einbehält (im Umfang von einem halben bis zu zwei Monatslöhnen). Oft zahlt die Unternehmensleitung den Beschäftigten nicht die gesetzlich vorgeschriebene Überstundenprämie.

*„In unserer Fabrik sind Überstunden Pflicht. Wer das nicht akzeptiert, kann nicht hier arbeiten.“*

(Bekleidungsarbeiterin in Fabrik X, die für Lotto produziert)



Photo: CCC  
Eine Sportbekleidungsfabrik in Madagaskar

„Fünf Leute leben in diesem engen Raum. Es ist sehr heiß, und manche von uns werden in dieser Hitze ohnmächtig. Unsere Lebensbedingungen sind sehr schlecht. Unsere Arbeitgeber nehmen uns so viel von unserem Gehalt ab für diese 'Verschläge', in denen wir leben. Sie verlangen viel Geld für Strom und Wasser, obwohl es oft keins von beiden gibt.“

(Bekleidungsarbeiterin aus der kambodschanischen Fabrik CE, die für Fila und Puma produziert)

Denjenigen, die eine Familie haben, lassen die Arbeitszeiten, die oft in den frühen Morgenstunden beginnen und bis spät in die Nacht dauern, wenig Zeit, sich um ihre Kinder oder ihr Familienleben zu kümmern. Laila, die in der indonesischen Fabrik D für Fila, Puma, Lotto, Nike, adidas und ASICS arbeitet, klagt: „Ich habe keine Zeit für die Hausarbeit. Unsere Kolleginnen, die Kinder haben, sagen uns, dass sie traurig sind, weil sie nie Zeit für ihre Kinder haben und nicht miterleben können, wie sie heranwachsen. Wann immer wir etwas freie Zeit haben, sind wir völlig erschöpft.“ Eine andere Arbeiterin aus der indonesischen Fabrik I, die Waren mit den Markenzeichen von Umbro, Puma und dem Logo der Olympischen Spiele herstellt, ergänzt: „Wenn über längere Zeiten Überstunden anfallen, bekommen viele Beschäftigte ihre Kinder nie zu sehen. Wenn sie von der Arbeit nach Hause kommen, schlafen die Kinder schon. Und wir müssen alle so früh am Morgen anfangen zu arbeiten, dass die Kinder normalerweise dann auch noch schlafen. Vom Familienleben bleibt nicht viel.“ So bemerkt eine Arbeiterin in der bulgarischen Fabrik U traurig: „Zu Hause herrscht Chaos.“

### BOX 1: Gesundheit als Preis für die Arbeit in einer Sportbekleidungsfabrik

„Ich habe viele Gesundheitsprobleme: Kopfschmerzen, Durchfall, Magenbeschwerden, Rückenschmerzen und Muskelkrämpfe. All das geht zurück auf die Situation in der Fabrik – die schlechte Luft, dass ich den ganzen Tag stehen muss und die langen Arbeitszeiten ohne ausreichende Pausen, Wasser oder Essen.“ (Fatima, eine 22-jährige indonesische Arbeiterin, die in der Fabrik D Produkte für adidas, Fila, Nike, Puma und Lotto herstellt.)

„Das Hauptproblem nach den Überstunden ist die Erschöpfung. Viele Frauen haben Fehlgeburten, weil sie unmittelbar im Anschluss an die Tagesschicht Überstunden leisten müssen und so kontinuierlich durcharbeiten.“ (Ita, eine 25-jährige Arbeiterin, die in der Fabrik I Produkte für Umbro und Puma herstellt.)

In einer bulgarischen Fabrik, die ausschließlich für Puma produziert, berichteten die Beschäftigten von Sehschäden, Krampfadern, Rückenschmerzen, Stauballergien, Atembeschwerden und RSI (Gesundheitsschäden aufgrund von Überanstrengung).

### Hungerlöhne

Die Löhne vieler Beschäftigter, die Sportkleidung für den Export nähen, zusammensetzen und verpacken, reichen nicht aus, ihnen und ihren Familien eine menschenwürdige Existenz zu gewährleisten. Beschäftigte in der indonesischen Fabrik G, die für Reebok produziert, berichteten im Interview: „Wir müssen viel Geld für unseren Lebensunterhalt aufbringen. Wir müssen für die Schlafstellen bezahlen; wir haben Essens- und Transportkosten. Wir brauchen mindestens 10.000 Rupien (US\$ 1,19) pro Tag für Essen und Transport. Das Unternehmen gibt uns nur 2.000 Rupien (US\$ 0,23) am Tag für den Transport. Wenn Arbeiterinnen Kinder haben, sind die Kosten für den täglichen Lebensunterhalt mindestens 25.000 Rupien (US\$ 2,97). Ein Lohn, der es uns ermöglichen würde, unseren Lebensunterhalt zu bestreiten und jeden Monat ein wenig zu sparen, müsste 1 Mio. Rupien (US\$ 119) betragen.“ Zur Zeit unserer Untersuchung lag der durchschnittliche Nettolohn in dieser Fabrik bei Rp 816.000 (US\$ 98,6), nur 82% des tatsächlichen Bedarfs.

Überstunden sind ein Dilemma. Arbeitnehmer/innen weltweit hassen Überstunden, weil der dafür zu zahlende Preis im Hinblick auf ihre Gesundheit, ihr Privatleben und ihr Familienleben hoch ist. Aber das zusätzliche Geld (sofern es tatsächlich gezahlt wird), das die Überstunden einbringen, kann den Unterschied zwischen einem Hungerlohn und einem Lohn, der zum Überleben reicht, ausmachen. Wie eine Arbeiterin sagt: „Wir brauchen die Überstunden, weil unsere Standardlöhne nicht ausreichen, unseren Lebensunterhalt komplett zu bestreiten. Wir müssen für unsere Schlafstellen zahlen, die wir monatlich mieten, und wir brauchen Geld für Essen und Transportmittel.“

Einige der interviewten Beschäftigten stellten sich die Frage, warum sie für so wenig Geld so hart arbeiten. Aber viele haben ganz einfach keine andere Wahl. Wie eine Textilarbeiterin aus einer türkischen Fabrik<sup>9</sup>, die für Puma und Lotto produziert, erklärt: „Die Löhne sind so kläglich, dass sie für nichts reichen. Aber wir haben keine Alternative, denn die Löhne in den Bekleidungsfabriken sind fast überall gleich. Wir haben nur die Wahl zwischen diesem Lohn und der Arbeitslosigkeit.“

Die Kampagnen zur Verbesserung der Arbeitsbedingungen in den globalen Lieferketten haben sich beständig darauf konzentriert, dass die Arbeitgeber den Beschäftigten einen für den Lebensunterhalt ausreichenden Lohn zahlen, d.h. einen Lohn, der ihnen und ihren Familien ein Leben in Würde ermöglicht. Ein solcher Lohn würde den Grundbedarf abdecken – Nahrung, Kleidung, Gesundheitsversorgung, Wohnung, Wasser und Strom, Bildung, Kinderbetreuung, Transportmittel – und ein zusätzliches Einkommen, das Ersparnisse möglich macht. In vielen Ländern reicht selbst der gesetzliche Mindestlohn – und viele Beschäftigte in der Sportbekleidungsindustrie haben nicht einmal den – nicht für den Lebensunterhalt.

„Wir haben jeden Tag Überstundenarbeit bis elf Uhr abends oder Mitternacht. Der Stücklohn, den sie uns bezahlen, ist so niedrig, dass es für uns eigentlich keinen Sinn macht, so lange zu arbeiten. Wenn wir mehr verdienen würden, würde ich mich nicht beklagen. Aber jetzt kommt nichts als Erschöpfung und wenig Lohn dabei heraus. Einige von uns haben nicht einmal genug Geld für Essen. Das ist unerträglich.“

(Arbeiterin in Fabrik R, die Sportmarken wie Nike, adidas, Fila, Arena, adidas und Reebok beliefert).

„Während die fest Angestellten ein Standard-Monatsgehalt bekommen, das an keine Bedingungen geknüpft ist, hängt mein Gehalt von meinem täglichen Arbeitspensum ab. Wenn ich das Pensum während der regulären Arbeitszeit nicht schaffe, muss ich unbezahlte Überstunden machen, bis ich es geschafft habe. Wenn wir unser Pensum nicht schaffen, riskieren wir eine Abmahnung.“

(Mit Zeitvertrag beschäftigte Arbeiterin in der indonesischen Fabrik D, die Fila, Nike, adidas, Puma und Lotto beliefert.)

## Arbeit – aber zu welchen Bedingungen

Beschäftigte in den Zulieferfabriken erhalten oft keine regulären Arbeitsverträge. So können die Arbeiter/innen nicht gegen ihre Arbeitgeber vorgehen, wenn die arbeitsrechtlichen Bestimmungen zu Mindestlöhnen, Arbeitszeiten, Zahlung von Überstundenprämien, Bereitstellung von Gesundheitsleistungen und anderen Formen von Versicherungen sowie sonstige gesetzlich verbriefte Rechte missachtet werden. Das ist insbesondere dann der Fall, wenn Arbeitnehmer/innen das Recht vorenthalten wird, Gewerkschaften beizutreten oder diese zu gründen. Viele Beschäftigte – insbesondere Wanderarbeiter/innen – sehen sich nicht imstande, reguläre Verträge zu fordern. Und in der Branche wird es weitgehend als üblich akzeptiert, dass es solche Verträge nicht gibt. Selbst dort, wo Verträge abgeschlossen werden, umgehen die Arbeitgeber dennoch die darin niedergelegten Bedingungen. Jing, eine Arbeiterin aus der chinesischen Sportbekleidungsfabrik N, die für Mizuno und Kappa produziert, berichtet: „Der Vertrag existiert bloß auf dem Papier. Die Unternehmensleitung gibt uns nie, was im Vertrag steht. Zum Beispiel: Nicht mehr als drei Überstunden – ich kann mich nicht an einen Tag erinnern, an dem ich weniger als drei Überstunden geleistet habe.“

Am schlechtesten werden in der Branche die zeitlich befristet Beschäftigten behandelt. Sie erhalten immer wieder neue Zeitverträge, anstatt fest eingestellt zu werden. So können die Arbeitgeber rechtliche Verpflichtungen zur Zahlung von Stundenlöhnen und Leistungen wie Mutterschutz, Krankenversicherung oder Krankengeld umgehen. Im Interview berichteten Arbeiter/innen aus etlichen Fabriken, dass sie nach bis zu zweijähriger Tätigkeit in derselben Fabrik immer noch befristete Verträge haben. Diese Art der Beschäftigung ist besonders in Indonesien verbreitet. Eine weitere Taktik besteht darin, Arbeitskräfte über eine Agentur anzuwerben, wobei nicht der Fabrikhaber, sondern die Agentur der Arbeitgeber ist. Dadurch kann der Fabrikhaber sich den Verpflichtungen als Arbeitgeber entziehen. Die dortigen Gewerkschaften sehen in dieser Praxis eine große Hürde auf dem Weg zur Organisierung der Belegschaft. Zahlreiche Gewerkschaftsführer berichteten, dass die Verträge von Zeitarbeitern, die sich gewerkschaftlich betätigen wollen, oft nicht verlängert werden.

Viele der Beschäftigten berichteten, dass ihnen rechtlich verbrieft Leistungen wie Krankenversicherung, Lohnfortzahlung im Krankheitsfall oder Mutterschutz nicht gewährt werden. Dies verstärkt den prekären Charakter ihres Arbeitsverhältnisses. In einer kambodschanischen Bekleidungsfabrik<sup>10</sup>, die für adidas und Puma arbeitet, zog der Arbeitgeber Beschäftigten, die drei Tage wegen Krankheit fehlten, einen Tageslohn ab; bei mehr als dreitägiger Krankheit mussten die Beschäftigten ein Formular

unterschreiben, in dem sie der Fabrik das Recht gaben, die Bonuszahlungen für den entsprechenden Monat einzubehalten. In der indonesischen Fabrik B berichtete eine Arbeiterin, frei zu nehmen, werde mit Lohnkürzungen und anderen Strafen geahndet: „Wir dürfen uns nicht krank schreiben lassen... tun wir es doch, werden anschließend unsere Tageslöhne gekürzt. Ich habe die Erfahrung gemacht, dass ich nach einem Krankenurlaub aus der Nähabteilung zum Reinigungsdienst versetzt wurde. Das war erniedrigend. Wenn wir nicht bereit sind, die Abteilung zu wechseln, werden wir gezwungen, die Fabrik ohne irgendwelche Abfindungen zu verlassen.“ Es ist auch übliche Praxis, Arbeitnehmer/innen im Falle ihrer Entlassung angemessene Abfindungszahlungen zu verweigern.

### BOX 2: Zurückgewonnene Würde – der Fall der Bed & Bath-Arbeiter/innen

Im Oktober 2002 schlossen die Besitzer der Firma Bed & Bath Prestige, eines thailändischen Bekleidungsherstellers, plötzlich ihre Fabrik und verschwanden in die USA. Der Belegschaft, die sie dadurch in eine verzweifelte Lage brachten, schuldeten sie etwa US\$ 400.000 an nicht gezahlten Löhnen und Entschädigungen. Vor der Schließung produzierte das Unternehmen für mehrere Weltmarken, darunter die Sportbekleidungsmarken adidas, Nike, Fila und Umbro. Den Beschäftigten wurde extrem viel abverlangt. In Interviews im Oktober und November 2002 berichteten sie, dass sie angesichts schnell zu erledigender Aufträge mit Amphetaminen versorgt wurden, damit sie nachts durcharbeiten konnten. Auch in Subunternehmen, an die Bed & Bath Aufträge weitergab, herrschten sehr schlechte Arbeitsbedingungen. Da die 350 Beschäftigten der Hauptfabrik die Fabrikhaber nicht mehr direkt belangen konnten, starteten sie eine Kampagne, um das thailändische Arbeitsministerium dazu zu bewegen, sie für diese gesetzeswidrige Behandlung zu entschädigen. Außerdem forderten sie, dass sich die großen Unternehmen, die ehemals

Kunden von Bed & Bath waren, ebenfalls an den Entschädigungszahlungen beteiligen. Obgleich einige dieser Unternehmen die thailändische Regierung aufforderten, den Forderungen der Belegschaft zu entsprechen, waren sie selbst nicht bereit, auch für sich eine soziale Verantwortung zu akzeptieren und sicherzustellen, dass die Beschäftigten die ihnen rechtlich zustehenden Zahlungen erhalten. Schließlich erklärte sich das Ministerium im Januar 2003 bereit, den Beschäftigten vier Monatslöhne auszuzahlen. Die Arbeiter/innen konnten die thailändische Regierung auch dazu bewegen, das Gesetz über Abfindungszahlungen zu ändern und den Betrag für Beschäftigte, die mehr als sechs Jahre bei einem Unternehmen waren, vom 30fachen auf das 60fache eines Mindesttageslohns zu erhöhen. Seither haben die ehemals bei Bed & Bath Beschäftigten eine Genossenschaft gegründet, die als „Solidarity Group“ firmiert und unter dem Motto „Zurückgewonnene Würde“ (Dignity Returns) Bekleidungsartikel herstellt. Sie setzen sich weiterhin dafür ein, dass ihre früheren Arbeitgeber in Thailand vor Gericht gebracht werden.



## Schikaniert, erniedrigt, missbraucht

Die Fabrikmanager greifen oft zu Bedrohung, Erniedrigung und Missbrauch, um ihre Autorität gegenüber den Arbeitnehmer/innen zur Geltung zu bringen. Elina, eine Textilarbeiterin in der indonesischen Fabrik PT Busana Prima Global<sup>11</sup>, die Waren für Lotto produziert, erklärte: *„Wir werden oft beleidigt. Die Manager beschimpfen uns ständig, während wir arbeiten. Sie nennen uns ‚dumm‘, ‚faul‘, ‚nutzlos‘, ‚Bastarde‘ und vieles andere mehr. Sie sagen ‚Ihr verdient nichts Besseres‘. Manche Mädchen fangen an zu weinen. Es kommt auch häufig zu physischen Übergriffen. Oft ziehen sie uns die Ohren lang oder schreien uns direkt in die Ohren.“* Noch beunruhigender sind regelmäßig vorkommende Fälle von sexueller Belästigung junger Arbeiterinnen. In der indonesischen Fabrik D, einem Zulieferer für Fila, Puma, Lotto, Nike, adidas und ASICS, berichteten Beschäftigte: *„Hübsche Mädchen werden in der Fabrik immer wieder von den Managern belästigt. Sie nähern sich den Mädchen, rufen sie in ihr Büro, flüstern ihnen ins Ohr, fassen sie um die Taille, an den Armen, am Hals, am Hintern und an den Brüsten, bestechen sie mit Geld und drohen ihnen mit dem Verlust ihres Arbeitsplatzes, um Sex mit ihnen zu haben.“* Arbeiterinnen werden besonders dort stark belästigt, wo der erniedrigende Umgang männlicher Vorgesetzter mit Frauen kulturell akzeptiert wird.

## Gewerkschaften unerwünscht

Eine Gewerkschaft zu gründen und ihr beizutreten, ist in der Sportbekleidungsbranche nach wie vor sehr schwierig. In allen vier untersuchten Sportbekleidungsfabriken in der Türkei, die sowohl für Lotto als auch für Fila, Puma und Kappa produzieren, waren Gewerkschaften nicht zugelassen. Berichten zufolge war die Unternehmensleitung in einer bulgarischen Zulieferfabrik von Puma<sup>12</sup> gegenüber jeglicher Form von Arbeitnehmer/innenvertretung im Unternehmen feindlich eingestellt.

Die Probleme, die einer gewerkschaftlichen Betätigung im Wege stehen, werden von Regierungen oftmals noch verschärft, indem sie die Arbeitsrechte aufweichen, um Auslandsinvestitionen anzuziehen. In den meisten Fällen bedrohen und diskriminieren die Arbeitgeber alle, die sich an gewerkschaftlichen Tätigkeiten beteiligen. Unabhängig davon lassen die langen Arbeitszeiten den Beschäftigten wenig Zeit, sich um gewerkschaftliche Belange zu kümmern. Und viele machen nicht mit, weil sie um ihren Arbeitsplatz fürchten.

In vielen der von uns untersuchten Fabriken berichteten die Beschäftigten, die Unternehmensleitung habe klar gemacht, dass gewerkschaftliche Strukturen nicht toleriert würden. Die Befragten waren überzeugt, dass sie im Fall einer Gewerkschaftsmitgliedschaft entlassen würden.

Rana, eine 22-jährige Textilarbeiterin in der türkischen Fabrik W, einem Zulieferbetrieb für Lotto und Puma, erklärte im Interview: *“Als im letzten Jahr die Belegschaft der Nachbarfabrik vor dem Fabrikgebäude streikte, erklärte uns unser Vorgesetzter: ‘Ihr werdet sehen, sie werden alle ihren Arbeitsplatz verlieren. Macht niemals diesen Fehler, sonst passiert euch das gleiche.’”*

Eine junge Arbeiterin aus einer kambodschanischen Sportbekleidungsfabrik<sup>13</sup>, die für Fila und Puma produziert, berichtete, in ihrem Betrieb gäbe es keine Gewerkschaft und die Beschäftigten wagten nicht, gegen irgend etwas zu protestieren, da sie befürchteten, ihre Arbeitsplätze zu verlieren. Wenn ein Fabrikmanager herausfindet, dass jemand, der sich um einen Arbeitsplatz bewirbt, gewerkschaftlich tätig war, wird er nicht eingestellt.

Eine indonesische Arbeiterin beschrieb, was nach einem Streik in einer für Umbro und Reebok produzierenden Fabrik<sup>14</sup> geschah: *“Die Organisatoren des Streiks wurden zunächst vom Dienst suspendiert. Sie durften nicht zur Arbeit kommen und erhielten nur 75% ihres Grundlohns. Anschließend wurden sie alle entlassen. Als das geschah, waren wir alle sehr verängstigt und fühlten uns machtlos. Es war wie ein Schlag ins Gesicht; es war, als ob die Unternehmensleitung uns sagte: ‘Seht ihr, das ist die Folge eures Streiks’. Die ständige Einschüchterung durch die Unternehmensleitung lässt uns keine Chance, Selbstbewusstsein und Stärke zu verspüren.“*

Viele der interviewten Beschäftigten gaben ihrer Überzeugung Ausdruck, dass eine gewerkschaftliche Vertretung ihnen die notwendige Verhandlungsmacht geben würde, um die ungesunden und menschenunwürdigen Arbeitsbedingungen in ihren Fabriken zu ändern. Aber dieses Mittel, Gerechtigkeit durchzusetzen, ist ständigen Angriffen von Arbeitgebern und auch von Regierungen ausgesetzt. Selbst wenn Vereinigungs- und Tarifverhandlungsfreiheit in vielen Ländern verfassungsmäßig verbrieft Rechte sind, lassen Regierungen oft zu, dass die Arbeitgeber sie umgehen, um den globalen Unternehmen billigere Arbeitskräfte bieten zu können. Sei es durch Gesetzesänderungen – in mehreren Ländern wurden zum Beispiel in den Sonderwirtschaftszonen das Recht auf Gewerkschaftszugehörigkeit und das Streikrecht gesetzlich aufgehoben – oder durch Nichtanwendung bestehender Gesetze, auf unfaire Weise wird Tausenden von Beschäftigten in aller Welt die Möglichkeit verweigert, ihre Rechte zu verteidigen.

In allen Ländern, die in diesem Bericht erwähnt werden, gibt es eindeutige Belege für die Verletzung von Gewerkschaftsrechten in der Sportbekleidungsbranche. Der Internationale Bund Freier Gewerkschaften erstellt jährlich eine Übersicht über die Verletzungen von Gewerkschaftsrechten weltweit. Weitere Einzelheiten finden sich im Anhang.

### **BOX 3: Grundlegende Prinzipien und Rechte am Arbeitsplatz**

<p>1998 verabschiedete die Internationale Arbeitsorganisation die „Erklärung über die grundlegenden Prinzipien und Rechte bei der Arbeit“. Darin vereinbarten die IAO-Mitgliedsstaaten, sämtliche dieser Kernarbeitsnormen, wie sie in zentralen IAO-Übereinkommen niedergelegt sind, zu respektieren, zu fördern und zu verwirklichen:</p>	<p><i>Beseitigung aller Formen von Zwangsarbeit (Übereinkommen 29 und 105),</i></p> <p><i>tatsächliche Abschaffung der Kinderarbeit (Übereinkommen 138 und 182),</i></p>
<p><i>Vereinigungsfreiheit und Recht auf Kollektivverhandlungen (Übereinkommen 87 und 98),</i></p>	<p><i>Verbot der Diskriminierung in Beschäftigung und Beruf (Übereinkommen 100 und 111).</i></p>



## Kapitel 2

# Profite vorn, Rechte ausgeschaltet



Arbeiter/innen in Indonesien nähen für den Export



## Profite vorn, Rechte ausgeschaltet

Viele Sportbekleidungsunternehmen geben zu, dass in ihren Zulieferbetrieben schlechte Arbeitsbedingungen herrschen. Ihre Reaktion auf entsprechende Kritik bestand darin, Verhaltenskodizes für Beschäftigungspraktiken zu verabschieden, die jedoch kaum Verbesserungen gebracht haben. Was nicht offen zugegeben wird, ist, welche Rolle das Unternehmen selbst bei diesem Problem spielt. Unsere Untersuchung zeigt, dass den harten und ausbeuterischen Arbeitsbedingungen in der Sportbekleidungsindustrie ein Geschäftsmodell zugrunde liegt, das darauf ausgerichtet ist, die Produkte schnell und billig auf den Markt zu bringen.

Bei diesem Geschäftsmodell müssen die Zulieferer imstande sein, kürzere Lieferzeiten zu bieten, die Arbeitskosten niedrig zu halten und flexibel auf die schwankenden Auftragslagen der globalen Markenunternehmen zu reagieren. Die Fabrikbetreiber reagieren auf diese Anforderungen, indem sie ihre Beschäftigten zu schnellerem und längerem Arbeiten anhalten. Sie drücken die Löhne, um ihre eigenen Profite zu maximieren und die von den Markenfirmen vorgegebenen Preise einzuhalten; sie schüchtern Arbeitnehmer/innen ein und hindern sie daran, sich Missbrauch und unfairer Behandlung zu widersetzen. Die Folgen wurden im vorhergehenden Kapitel beschrieben. Durch Abbau und Aushöhlung der Arbeitsrechte machen die Regierungen es skrupellosen Arbeitgebern leichter, sich dem Druck des Marktes anzupassen und die Probleme und Kosten auf die Arbeitnehmer/innen abzuwälzen.

Die Verletzung von Gewerkschaftsrechten hat die Ausbreitung dieses neuen Geschäftsmodells erleichtert. Die Gewerkschaften stehen auf der Verliererseite, sei es, dass die Arbeitgeber gewerkschaftsfeindliche Strategien verfolgen – oft mit stillschweigender Unterstützung der Regierungen – sei es, dass sie Schwierigkeiten haben, Mitglieder zu werben, weil die Arbeiter/innen vor einem Gewerkschaftsbeitritt zurückschrecken - aus Angst vor Entlassung, weil sie bedroht oder physisch angegriffen werden, oder weil sie ganz einfach auf Grund der langen Arbeitszeiten zu erschöpft sind. Unter diesen Umständen haben die Arbeitgeber freie Hand, ihre Beschäftigten ungestraft schlecht zu behandeln.

Das folgende Kapitel beleuchtet das herrschende Geschäftsmodell und erklärt, wie es in den Zulieferbetrieben der großen globalen Sportbekleidungsmarken funktioniert und warum es Missbrauch und ausbeuterische Beschäftigungsverhältnisse für die zahlreichen Arbeitnehmer/innen am Ende der Produktionskette zur Folge hat.

## Die globale Sportbekleidungsindustrie

Sportbekleidung wird heute nicht mehr nur für Sportler, sondern als Modeartikel für ein breites Publikum vermarktet. Das ist der Sportbekleidungsindustrie sehr zugute gekommen, die junge Menschen anspricht und ihre Kundenbasis verbreitert. 2002 wurden auf dem Markt für Sportbekleidung und -schuhe mehr als US\$ 58 Mrd. Umsatz erwirtschaftet. Die drei führenden Firmen – Nike, adidas und Reebok – erzielten Gewinne (vor Steuern) im Umfang von US\$ 1,123 Mrd., US\$ 408,9 Mio. bzw. US\$ 195,5 Mio.

### BOX 4: Rekordgewinne: Gewinn vor Steuern von 7 großen Sportbekleidungsunternehmen

Nike	US\$ 1,123 Mrd. (2003)
adidas	US\$ 408,9 Mio. (2002)
Reebok	US\$ 195,5 Mio. (2002)
Puma	US\$ 320 Mio. (2003)
ASICS	US\$ 51,7 Mio. (2003)
BasicNet/Kappa	US\$ 7,5 Mio. (2002)
Lotto	US\$ 6,4 Mio. (2002)

Es handelt sich jedoch um einen äußerst umkämpften Markt, auf dem die Unternehmen versuchen, im Rennen um die Lieferung von modischen und qualitativ hochwertigen Produkten zu wettbewerbsfähigen Preisen, die gleichzeitig den Aktionären größtmögliche Profite bringen, vorn zu liegen. Um das zu erreichen, haben die Sportbekleidungshersteller massiv in Werbe- und Vermarktungskampagnen investiert, um Kunden zu gewinnen und zu halten. Nike gab allein im Jahr 2002 für Werbung US\$ 1,028 Mrd. aus<sup>15</sup>. Andere waren bescheidener, aber die Zahlen sind immer noch in Millionenhöhe angesiedelt: adidas zahlte US\$ 775 Mio., Puma US\$ 107 Mio., Mizuno US\$ 81,6 Mio. und Fila US\$ 72 Mio.. Ein großer Teil dieser Gelder wird für Sponsorentätigkeit und individuelle Förderung von Sportler/innen ausgegeben. Im Vorfeld der Olympischen Spiele von Athen werden die führenden Marken neue, hoch entwickelte Produkte vorstellen und ihren Bekanntheitsgrad mit riesigen Werbekampagnen fördern. Im Zuge dieser Kampagnen werden auch Produkte mit dem Logo der Olympischen Spiele verkauft, einzelne Athleten oder Mannschaften gesponsert und offizielle Olympia-Vertreter mit Dienstleistungen und Produkten bedacht.

### BOX 5: Die Kosten der Sponsorenverträge mit berühmten Sportlern

David Beckham, Fußballer (adidas ) US\$ 161 Mio. lebenslang	Marion Jones, Läuferin (Nike) US\$ 800.000 pro Jahr
Venus Williams, Tennisspielerin (Reebok) US\$ 38 Mio. über fünf Jahre	Mark Phelps, Schwimmer (Speedo) US\$ 300.000 pro Jahr
Grant Hill, Basketballer (Fila) US\$ 7 Mio. (1997 – 2004)	

### BOX 6: Geld verdienen bei Olympia

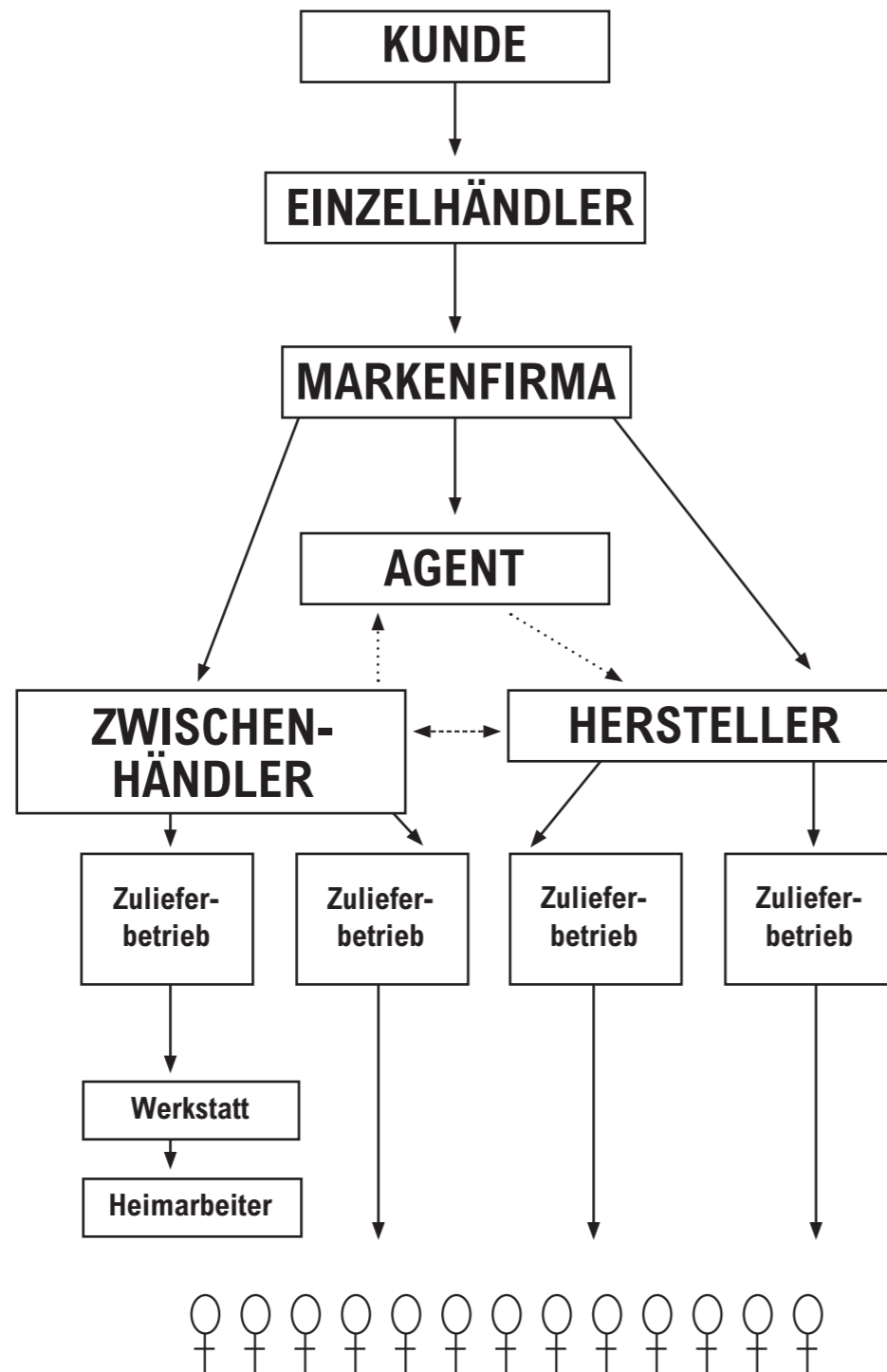
Seit den Olympischen Sommerspielen 1984 in Los Angeles ist die Sponsorentätigkeit der Unternehmen integraler Bestandteil der Olympischen Spiele. Ursprünglich war dies als philanthropische Geste gedacht, als die vorgesehenen staatlichen Mittel für die Veranstaltung zu knapp wurden. Heute bringen die Olympischen Spiele das große Geld. Nach der offiziellen Website der Olympischen Spiele 2004 hatten die Einnahmen aus Sponsorentätigkeit für die Olympischen Spiele 2004 in Athen im Dezember 2003 bereits US\$ 648 Mio. erreicht. Geldgeber waren neben einer Vielzahl griechischer Unternehmen multinationale Konzerne wie Coca-Cola, Swatch und McDonald's. Sponsoren bieten auch Sachleistungen. adidas ist zum Beispiel 2004 in Athen offizieller Sponsor für Sportbekleidung und stellt Sportuniformen, während Mizuno dem Internationalen Olympischen Komitee und dem Athener Organisationskomitee die offizielle Kleidung für sämtliche olympischen Veranstaltungen zur Verfügung stellt. Wenn sich auch die konkreten Gewinne aus der Verbindung der eigenen Marke mit den Olympischen Spielen nicht genau beziffern lassen, haben die Unternehmen zweifellos kalkuliert, was ihnen die Millionen Dollar, die sie investieren, einbringen.

Außerdem wird bei den Olympischen Spielen eine Menge Geld mit Marketing gemacht. Über das Internationale

Olympische Komitee (IOC), die Nationalen Olympischen Komitees (NOK) und die Organisationskomitees für die Olympischen Spiele (OK) vergibt die olympische Bewegung an Unternehmen Lizenzen für die Herstellung und Vermarktung von Olympia-Souvenirs wie Kappen und Mützen, Sweatshirts und T-Shirts. Gegen Zahlung einer Lizenzgebühr erhalten die Firmen das Recht, auf ihrer Ware das Olympia-Logo zu verwenden. Die zu erwartenden Lizezeinnahmen aus den Olympischen Spielen 2004 in Athen werden auf US\$ 66 Mio. geschätzt. Für die Firmen sind die Werbewirkung und der Umsatz aus dem Verkauf von Olympia-Ware ein lukratives Geschäft. Roots, die kanadische Bekleidungsfirma, die als Sponsor für die Olympia-Mannschaften aus den USA, Kanada und Großbritannien auftritt, verkauft die Kollektion der Mannschafts-Ausstattungen auch im Einzelhandel. Bis zum Jahr 2006 plant das Unternehmen die Eröffnung von etwa 100 Geschäften in China. Sportbekleidungsfirmen gewinnen auch finanziell, wenn sie nationale Olympia-Mannschaften sponsern. Bei den Olympischen Winterspielen 2002 in Salt Lake City stellte Roots die offiziellen Mannschaftsuniformen für das kanadische, US-amerikanische und britische Team. Während der zweiwöchigen Spiele erzielte Roots einen Umsatz von mehr als US\$ 25 Mio..



Schaubild 1: Verhandlungsmacht innerhalb der Lieferkette



**Einzelhändler** wie Foot Locker, Decathlon und Wal-Mart nutzen ihre riesige Verhandlungsmacht gegenüber den Markenfirmen, um die Einkaufspreise der Produkte zu drücken. Die Verhandlungsstärke der Einzelhändler rührt daher, dass sie den Markenunternehmen Zugang zu den Verbrauchern geben. Sie dominieren die Zulieferkette und streichen riesige Gewinne ein; z.B.: **2002 erzielte Foot Locker einen Umsatz von US \$ 4,5 Mrd.. Die Betriebsgewinne lagen bei US \$ 269 Mio..**

**Sport-Markenfirmen** wie Puma und Fila halten besonders gewinnträchtige Bereiche wie Design, Marketing und Einzelhandel in eigener Hand, während weniger einträgliche Bereiche wie Produktion, Fertigung und Verpackung an Hersteller in Billigstandorten vergeben werden. Diese Segmentierung des Produktionszyklus hat sich als Erfolgsmodell erwiesen: die globalen Markenfirmen streichen Hunderte Millionen Dollar Gewinne ein; **z.B. machte Puma 2002 US\$ 1,154 Mrd. Umsatz und US\$ 159 Mio. Betriebsgewinn.** Solche Unternehmen haben gegenüber ihren Zulieferern riesige Verhandlungsmacht, weil sie ihnen Zugang zum Weltmarkt bieten.

**Zwischenhändler** werden von den Markenfirmen unter Vertrag genommen, um ein globales Produktionspaket zu liefern, vom Einkauf der Rohstoffe über Produktionsplanung über –management, Verpackung, Exportmanagement bis hin zum Versand. Wo die Markenfirmen sie dazu einsetzen, verhandeln sie direkt mit den Fabrikbesitzern und sind dafür verantwortlich, sicherzustellen, dass das Produkt rechtzeitig, zum richtigen Preis und in geforderter Qualität geliefert wird. Viele dieser Zwischenhändler haben als Hersteller angefangen, aber mit dem zunehmendem Rückgriff auf Außenverlagerung haben sie eine andere Rolle übernommen, um aus einem neuen Markt Kapital zu schlagen. Die Firma Li & Fung aus Hongkong zum Beispiel nimmt andere unabhängige Hersteller unter Vertrag. Um selbst – erhebliche – Anteile am Profit einzustreichen, verhandeln diese in der Mitte der Kette angesiedelten Akteure hart mit den Herstellern über die Preise. **2002 erzielte Li & Fung einen Umsatz von US\$ 4,8 Mrd.; der Betriebsgewinn lag bei US\$ 146 Mio..**

**Die Hersteller** werden direkt über die Markenfirmen, über **Agenten** oder **Zwischenhändler** unter Vertrag genommen. Einige, wie die taiwanische Firma Pou Chen, sind selbst große multinationale Konzerne. Die Firma hat noch ihre eigenen Produktionsbetriebe (in diesem Fall sitzen sie in China, Indonesien und Vietnam). **Der Umsatz von Pou Chen betrug US \$ 1,939 Mrd., der Betriebsgewinn US \$ 229 Mio..**

Andere sind jedoch kleiner und haben im Vergleich eine eher schwache Verhandlungsposition, da es sehr viele gibt, die bereit sind, Lieferanten für die großen Konzerne zu sein. **2002 hatte z. B. ein großer chinesischer Hersteller einen Umsatz von US\$ 50.7 Mio. und Betriebsgewinne von US\$ 8.9 Mio..** Dies sind die direkten Arbeitgeber der Menschen, die die Markenkleidung und -schuhe nähen und fertigen. Oft vergeben diese Hersteller ihrerseits Aufträge an andere, kleinere Betriebe, um die Aufträge erledigen zu können. Diese **Zulieferbetriebe** haben noch weniger Möglichkeiten, über Preise und Lieferzeiten zu verhandeln. In diesen Betrieben sind die Arbeitsbedingungen üblicherweise am schlechtesten, da die Risiken den Beschäftigten aufgebürdet werden.

**Die Beschäftigten** stehen am untersten Ende der Zulieferkette. Sie verfügen über die geringste Verhandlungsmacht, vor allem dann, wenn ihnen eine gewerkschaftliche Organisation und ihre Tarifverhandlungsrechte verweigert werden. Sie erhalten einen verschwindend geringen Anteil an den im Rahmen der Zulieferkette erzielten Gewinnen. Der typische Jahreslohn einer kambodschanischen Textilarbeiterin lag 2003 bei circa US\$ 1.500, das sind 0,0009 % des Jahresgewinns von Puma im Jahre 2002.

## Gewinne schreiben trotz harter Konkurrenz

Aber auch die Kunden sind auf ihren Vorteil bedacht. In den letzten fünf Jahren sind die Preise für Sportschuhe und Sportkleidung stetig aufgrund der Forderungen der Verbraucher und des Drucks von Sportbekleidungs-Geschäften wie Foot Locker, Intersport, Decathlon und anderen gesunken. Während 1997 der Durchschnittspreis für ein Paar Turnschuhe in den USA bei US \$ 41 lag, war er 2003 auf US \$ 36 gesunken<sup>16</sup>. Um unter schwierigen Wettbewerbsbedingungen die Gewinnmargen zu halten und zu erhöhen, sind die Unternehmen daran gegangen, rigoros im Zulieferbereich Kosten zu sparen. Während gewinnträchtigere Bereiche wie Design und Marketing in eigener Hand gehalten werden, ist die Auslagerung der Produktion an andere Hersteller nach wie vor die bevorzugte Option. Fortgeschrittene Kommunikationstechnologien und billigere Transportkosten haben es den großen Unternehmen darüber hinaus ermöglicht, weltweit nach Zulieferern zu suchen, die bereit sind, sie zu Niedrigstpreisen zu versorgen.

Lange und komplexe Produktionsketten sind typisch für die Branche, mehr noch bei der Herstellung von Kleidung als bei der Schuhproduktion<sup>17</sup>. Die Sportbekleidungsunternehmen erteilen eine Vielzahl von Aufträgen an immer weniger Agenten und Zuliefer-Manager, die sie ihrerseits auf ein riesiges Netz von Herstellern und Subunternehmen verteilen<sup>18</sup>. Die Verhandlungsstärke der verschiedenen Akteure ist, wie aus Schaubild 1 ersichtlich, sehr unterschiedlich. Einige der Akteure innerhalb der Zulieferkette sind selbst große multinationale Firmen. Der taiwanische Schuhhersteller Pou Chen zum Beispiel hält etwa 16% des weltweiten Sportschuhmarktes und erhält Aufträge von 30 verschiedenen globalen Sportbekleidungsmarken wie Nike, Reebok, adidas, ASICS und Puma. 2002 hatte die Firma in einer Vielzahl von Produktionsstätten in hauptsächlich ostasiatischen Ländern etwa 205.000 Beschäftigte<sup>19</sup>.

Das typische Geschäftsmodell der weltweit führenden Sportbekleidungsunternehmen hat zum Ziel:

- ▶ die Produkte effizient und schnell an den Einzelhandel zu liefern,
- ▶ im Interesse der Gewinnmaximierung die Produktionskosten – einschließlich der Arbeitskosten – zu drücken,
- ▶ die Lagerhaltungskosten durch Auslagerung von Verpackung, Bestandhaltung und Versand an Subunternehmer auf ein Minimum zu beschränken,
- ▶ die aus unkorrekter Einschätzung der Verbrauchernachfrage entstehenden Risiken auf die Zulieferer abzuwälzen.

Die Strategie stützt sich auf die ungeheure Macht und Verhandlungsstärke einer

kleinen Zahl großer Weltmarken gegenüber der Vielzahl ihrer potenziellen Zulieferer, insbesondere derjenigen am unteren Ende der Zulieferkette. Eine wichtige neue Tendenz besteht darin, dass weiter oben in der Zulieferkette viele der hauptsächlich südostasiatischen Unternehmen selbst zu riesigen transnationalen Konzernen geworden sind, die Fabriken besitzen oder ihrerseits Aufträge weltweit weiter vergeben, so dass sie – ebenso wie die großen Weltmarken – eine Verantwortung für die Untervergabepraktiken tragen. Im verzweifelten Kampf, auf dem Weltmarkt Fuß zu fassen, versuchen sich Bekleidungs- und Schuhproduzenten, oft aus Entwicklungsländern, den großen Marken die billigsten Angebote mit den kürzesten Produktionszeiten und einem Höchstmaß an Flexibilität zu bieten.

## Wie Käufer kaufen

Das Geschäftsmodell der Sportbekleidungsbranche ist auch dadurch gekennzeichnet, dass die Einkäufer/innen in den großen Unternehmen unter ungeheurem Druck stehen, äußerst knappe Fristen und noch knappere Budgets einhalten zu müssen. Oft sind es junge Menschen, die sich in der Branche beweisen wollen, um die Erfolgsleiter im Unternehmen zu erklimmen; diese Einkäufer/innen arbeiten intensiv, um ihre Leistungsvorgaben zu erfüllen: den besten Preis in der besten Zeit bei bester Qualität zu bekommen. In einigen wenigen Unternehmen werden sie auch mit den ethischen Grundsätzen des Unternehmens, den Verhaltenskodizes, vertraut gemacht, aber gewöhnlich wird wenig unternommen, um diese Grundsätze auch in ihre Rolle beim Einkauf, in ihre Einkaufsvorgaben zu integrieren. Dies wurde kürzlich bei einer unabhängigen Studie deutlich, die zu Tage brachte, dass die Einkäufer/innen ihre Kolleg/innen im Ethik- oder Sozialverantwortungsteam der Firma als „Verkaufshinderungsteam“ bezeichneten<sup>20</sup>.

Unsere Untersuchung zeigt, dass Einkäufer/innen im Allgemeinen folgende Einkaufspolitik verfolgen, um für kurze Lieferzeiten und niedrige Preise zu sorgen sowie Flexibilität im Wechselspiel von Angebot und Nachfrage zu gewährleisten<sup>21</sup>:

### *Kurzfristige und kleinere Aufträge*

Das traditionelle System der Großaufträge zur Abdeckung der Verbrauchernachfrage in den vier Hauptsaisons hat sich dramatisch verändert. Zum einen wechseln die Modedesigns häufiger. Zum anderen geben Strichcodesysteme Aufschluss über von den Verbrauchern getätigte Käufe





Nähen für den Export. Arbeiterin in der Sportbekleidungsindustrie in Thailand

und ermöglichen den Einzelhändlern automatische Nachbestellungen bei sinkenden Lagerbeständen. So ordert der Handel beim Lieferanten keine großen Mengen mehr, die im Geschäft selbst oder im Lagerhaus zu großen Kosten vorgehalten werden müssen, sondern erwartet die Lieferung kleinerer Mengen zum Auffüllen der Regale, wann immer sie sich leeren. Dieses System schützt auch die Unternehmen vor dem Problem überschüssiger Bestände, falls ein Produkt sich als erfolglos erweist. Kürzlich wurde der Generalmanager für Nike in Bangkok mit folgender Aussage zitiert<sup>22</sup>: „Die thailändischen Fabriken erhalten von Nike monatliche Produktionsaufträge, aber es ist zu erwarten, dass in Zukunft wöchentlich geordert wird, da die Kunden anspruchsvoller werden.“ Für die Zulieferer bedeutet das, in kürzerer Zeit bei sehr knappen Exportfristen kleinere Aufträge zu erledigen. Gelingt ihnen das nicht, werden sie mit Geldstrafen belegt und müssen andere Nachteile, wie zum Beispiel höheren Frachtkosten, in Kauf nehmen. In der indonesischen Fabrik D, die für ASICS, Fila, Lotto, Puma und Nike produziert, berichteten Beschäftigte, dass sie in Spitzen-Exportzeiten gezwungen würden, bis zu 24 Stunden am Stück zu arbeiten. Sie beklagten sich bei der Unternehmensleitung, derartige Überstunden seien gesetzeswidrig. Ihnen wurde jedoch gesagt, wenn die Waren nicht zur festgesetzten Zeit versandfertig seien, müsse die Fabrik mehrere Millionen Rupien (1 Million Rupien = US \$ 119) Strafe zahlen – und da dies dann die Schuld der Belegschaft wäre, müsse diese auch dafür aufkommen.

#### *Kürzere Lieferzeiten durchsetzen*

Alle großen Sportmarken haben der Verkürzung der Lieferzeiten für ein Produkt von der Fabrik in den Laden Priorität eingeräumt. Wie der Generalmanager für internationale Einkäufe bei Puma erklärt: „Die Vorgabezeiten sind heute wichtig. Hier versuchen wir, die Fristen knapp zu halten, um wettbewerbsfähig zu sein. Insbesondere dort, wo Modemarken mit sehr kurzen Vorgabezeiten arbeiten, müssen wir mit ihnen konkurrieren<sup>23</sup>.“ Bei adidas heißt es im Jahresbericht 2002, dass das Unternehmen versucht, die Vorgabezeiten für Bekleidung von 120 auf 90 Tage zu kürzen. Wenn nicht die Produktionsplanung im Zulieferbereich gleichzeitig an dieses Ziel angepasst wird, besteht die Gefahr, dass die Beschäftigten unter noch größeren Druck geraten, zahlreiche Überstunden zu leisten, um die Exportfristen einzuhalten.

#### *Senkung der Stückkosten*

Durchgängig stellten die Verfasser dieses Berichts fest, dass die Stückkosten für Schuhe oder Textilien in der Sportbekleidungsindustrie von Jahr zu Jahr gesunken sind. In Honduras berichteten die Manager zweier Fabriken, die für berühmte Sportmarken T-Shirts für den Export herstellen, dass der Dutzendpreis, den die

Abnehmer-Unternehmen zahlen, von US\$ 3,70 im Jahr 2000 auf US\$ 2,85 im Jahr 2003 gefallen sei: 23% Preisverfall innerhalb von drei Jahren. In der indonesischen Fabrik D, die für Nike, Fila, ASICS, Lotto und Puma produziert, erklärte eine Arbeiterin: „Der für unsere Abteilung zuständige Manager führt das (die niedrigeren Stückpreise) als Grund an, weshalb unsere Basismonatslöhne nicht erhöht werden können.“ Der Besitzer der Fabrik M in China, ein Zulieferer von Umbro, bestätigte, dass die Stückpreise für Umbro-Schuhe sinken würden. In seiner Fabrik klagten Beschäftigte, ihre Löhne seien erheblich niedriger als vor drei Jahren. Damals zahlte ihnen die Fabrik wenigstens in der Nebensaison den Mindestlohn, aber selbst diesen Schutz gäbe es nicht mehr. Im September 2003 erhielten Beschäftigte in der Sohlenproduktion zwischen RMB 200 und RMB 400 (US\$ 24 – US\$ 48), das ist weniger als das für die betreffende Provinz geltende gesetzliche Minimum. Während die Preise sinken, steigen die Produktionskosten für die Fabriken. Der Eigentümer einer Fabrik in Sri Lanka, die für Nike arbeitet<sup>24</sup>, schätzt, dass über die letzten fünf Jahre die von Nike gezahlten Stückpreise in den vergangenen 18 Monaten um circa 35% gesunken sind. Dagegen sind die Produktionskosten um ca. 20% gestiegen. Er erklärte: „Ich glaube, die Preise erreichen jetzt in Sri Lanka einen absoluten Tiefstand, und ich weiß nicht, wie wir überleben sollen.“

#### *Drohung, woanders einzukaufen*

Die Drohung der Einkäufer, dort einzukaufen, wo die Betriebskosten niedriger sind, hat ebenfalls den Druck auf die Preise verstärkt. Der Besitzer einer großen kambodschanischen Sportbekleidungsfabrik<sup>25</sup> erklärte im Interview: „Sie vergleichen immer die Preise in Kambodscha mit denen anderer Länder (Vietnam, China und Bangladesch).“ Er berichtete, dass die Einkäufer regelmäßig bemerkten, dass in Kambodscha einzukaufen teurer sei und dass sie die Fabriken unter Druck setzten, ihre Preise entsprechend anzupassen. Nach seiner Aussage sind die durchschnittlichen Stückkosten eines spezifischen Produkts seiner Fabrik von US\$ 12 im Jahr 2000 auf US\$ 7 im Jahr 2003 gesunken, um im Wettbewerb mit billigeren Zulieferern zu bestehen.

In vielen Fällen wird der Wechsel zu billigeren Produktionsstätten tatsächlich auch vollzogen. Im Gegensatz zur Schuhbranche, wo die Markenunternehmen dazu tendieren, mit Fabriken, die technischen Sachverstand und Kapazitäten aufgebaut haben, längerfristige Beziehungen einzugehen, ist es in der Bekleidungsbranche für die Einkäufer ein Leichtes, zu billigeren Zulieferbetrieben zu wechseln. Ein Zulieferer von Nike erklärte im Interview, die Forderung nach immer niedrigeren Preisen habe derart unrealistische Ausmaße angenommen, dass er schließlich die Geschäftsbeziehung beendet habe. Nike habe daraufhin die Produktion wegen nur US\$ 0,40 Preisunterschied pro Stück nach Vietnam verlagert.<sup>26</sup>

„Wer sonst würde  
so niedrige Löhne akzeptieren:  
Männer bestimmt nicht.  
Frauen werden eingestellt, um  
die Arbeitskosten niedrig zu  
halten“

(eine 25-jährige indonesische Arbeiterin aus  
einer Sportschuhfabrik)

## Auf Biegen und Brechen: die Reaktion der Zulieferer

Unter diesem Druck können die meisten Zulieferer in ihren Betrieben generell die Arbeitsnormen nicht einhalten. Sie treiben ihre Beschäftigten zu härterer Arbeit an, zahlen ihnen weniger, bürden ihnen die Haftung für mögliche Probleme auf und hindern sie daran, bessere Löhne und Arbeitsbedingungen zu fordern. In dem verzweifelten Bestreben, in die Zulieferketten der Weltmarken Eingang zu finden, akzeptieren die Fabrikbetreiber knappe Fristen, schwankende Auftragseingänge und niedrige Stückkosten, wohl wissend, dass sie ihre Beschäftigten dazu bringen können, um jeden Preis zu produzieren. Daraus erklären sich die Beispiele für Missbrauch und Ausbeutung, die in Kapitel 1 dargestellt sind. Die Unternehmen, die die Ware abnehmen, ziehen Vorteile aus dieser verzweifelten Situation und kümmern sich kaum darum, welche Auswirkungen sie auf die Menschen hat, die die Sportkleidung mit ihrem Markenzeichen herstellen. Unsere Nachforschungen zeigen, dass die Fabrikmanager gegenüber der Belegschaft folgende Taktiken anwenden:

### *Einstellung von Frauen, Wander- und Zeitarbeiter/innen*

In der Branche werden vor allem solche Arbeitskräfte eingestellt, bei denen es unwahrscheinlich ist, dass sie, angesichts unfairer und schwieriger Arbeitsbedingungen, die Unternehmensleitung zur Rede stellen. Immer häufiger beschäftigen die Fabriken Zeitarbeitskräfte (siehe Kapitel 1). Ohne reguläre Arbeitsverträge oder irgendeine Arbeitsplatzgarantie sind Zeitarbeiter/innen eher bereit, den Forderungen der Arbeitgeber nachzukommen. Sie werden mit oft sehr niedrigen Stücklöhnen bezahlt und sind deshalb bereit, so lange zu arbeiten, bis sie einen anständigen Lohn beisammen haben. Da sie dem Betrieb nicht auf Dauer angehören und Angst vor Entlassung haben, zögern sie auch, sich gewerkschaftlich zu betätigen. Für das Management sind zeitlich befristet eingestellte – und damit leicht zu entlassende – Arbeitskräfte die einfachste Lösung angesichts der Notwendigkeit, die Belegschaft je nach Auftragslage aufzustocken oder zu schrumpfen. Wanderarbeiter/innen sind in einer noch schwächeren Position. Weit von zu Hause entfernt, sprechen sie oft nicht den örtlichen Dialekt oder die Landessprache, und da sie häufig auch nicht über Papiere verfügen, ist es unwahrscheinlich, dass sie die Unternehmensleitung kritisieren, denn sie fürchten, ihre Arbeit zu verlieren oder den Behörden gemeldet zu werden.

In den neun indonesischen Sportbekleidungsfabriken, in denen Beschäftigte für diesen Bericht befragt wurden, war das Verhältnis zwischen weiblichen und männlichen Beschäftigten im Schnitt 7:1. Auf die Frage nach den

Gründen für die hohe Zahl der Arbeiterinnen nannten die Beschäftigten drei Gründe: traditionelle patriarchalische Werte, wirtschaftliche Diskriminierung und geschlechtsspezifische Fähigkeiten. Eine 21-jährige Arbeiterin aus der indonesischen Sportbekleidungsfabrik H sagte: „Wir Frauen folgen Anordnungen eher als Männer, weil wir es gewohnt sind, den Befehlen unserer Väter, Brüder und Ehemänner zu gehorchen. Der Manager ist deshalb nur ein weiterer Mann, dem wir zu gehorchen haben.“ Die Industrie akzeptiert auch fraglos, dass Frauen weniger gezahlt werden kann als Männern, da ihre Einkommen oft nur als Ergänzung zum Lohn der männlichen Ernährer gesehen werden. In Wirklichkeit sind die Arbeiterinnen in der Bekleidungsindustrie oft die einzigen Verdiennerinnen in ihrem Haushalt. Eine Näherin in der indonesischen Sportbekleidungsfabrik E sagte: „Von Frauen wird in unserer Kultur erwartet, dass sie Hausfrauen sind und sich um ihre Ehemänner kümmern; die wirtschaftlich relevante Rolle in der Familie ist die des Mannes.“ Eine Arbeiterin aus der indonesischen Sportbekleidungsfabrik H erklärte, Frauen erhielten in den Fabriken weniger Lohn, weil „die Manager davon ausgehen, dass die Kosten für die Gesundheitsversorgung der Frauen, wenn sie heiraten, automatisch abgedeckt sind.“ Viele Arbeitgeber rechtfertigen die Entlassung von Arbeiterinnen häufig damit, dass ihre Familienpflichten – als Mütter, Ehefrauen, Töchter, Pflegerinnen und Hausfrauen – sie auf Grund der unregelmäßigen Arbeitszeiten für die Fabrik ineffizient machen würden.

Die Arbeiterinnen versuchen, oft unter erheblicher Risiken, ihre Situation zu verbessern, aber wenn sie Gewerkschaften gründen oder ihnen beitreten wollen, stoßen sie auf viele Hindernisse. In zwei indonesischen Fabriken<sup>27</sup>, die hauptsächlich für Nike produzieren, erklärten Arbeiterinnen, die traditionelle Haltung hinsichtlich der Rolle der Frau mache es für sie schwierig, aktive Gewerkschaftsmitglieder zu werden. Von verheirateten Frauen wird – trotz der langen Arbeitszeiten – erwartet, dass sie sich in erster Linie um Kinder und Haushalt kümmern. Für Gewerkschaftsarbeit bleibt ihnen dadurch wenig Zeit.

### *Kurze Vorgabezeiten, lange Arbeitszeiten*

Wie in Kapitel 1 dargestellt, werden lange Arbeitszeiten und Zwangsüberstunden verordnet, um den kurzen Vorgabezeiten gerecht zu werden. Die Beschäftigten aus Zulieferfabriken für Sportmarken berichteten über Arbeitszeiten von 13 bis 24 Stunden, einschließlich Samstags- und Sonntagsarbeit, wenn Exportfristen eingehalten werden müssen. In allen Fällen sind Überstunden obligatorisch.



„Die Vorgesetzten benutzen Stoppuhren, um festzustellen, wieviele Minuten wir für einzelne Aufgaben brauchen... Viele Beschäftigte werden krank, weil sie vermeiden, auf die Toilette zu gehen, denn die Zielvorgaben sind so hoch, dass sie sonst nicht erreicht werden könnten.“

(Jamal, eine Arbeiterin in der indonesischen Fabrik E, die für Nike produziert.)

#### Stücklohn und unrealistische Zielvorgaben

Die Beschäftigten – insbesondere diejenigen mit Kurzzeitverträgen – werden in der Sportbekleidungsindustrie üblicherweise im Akkord bezahlt. Ihr Einkommen richtet sich nach der Zahl der produzierten Einheiten; sie erhalten keinen festen Wochen- oder Monatslohn. Um ihren Lohn zu bekommen, müssen die Arbeiter/innen ein von den Managern festgesetztes Ziel erreichen. Gelingt ihnen dies nicht, werden sie teilweise überhaupt nicht bezahlt, und es wird gemeinhin erwartet, dass sie das Produktionsziel in unbezahlten Überstunden erreichen. Diese Entgeltmethode hat für die Fabrikbetreiber folgende Vorteile:

- ▶ Sie können die Arbeitskosten drücken, wenn die Auftragslage schlecht ist und die Stückpreise niedrig sind.
- ▶ Sie können die Beschäftigten zu härterer Arbeit antreiben, denn je mehr sie produzieren, desto mehr verdienen sie – eine Taktik, die insbesondere zur Verwirklichung kurzer Vorgabezeiten nützlich ist.
- ▶ Indem sie unrealistische Zielvorgaben setzen, können sie Überstundenzahlungen vermeiden.

Eine 21-jährige Arbeiterin der indonesischen Sportbekleidungsfabrik I, die für Umbro produziert, berichtete im Interview: „Wenn man die Produktionsziele nicht erreicht, muss man unbezahlte Überstunden leisten... Um den Mindestlohn zu bekommen, muss man ein bestimmtes Ziel erreichen. Schafft man das nicht, gibt es zwei Sanktionen: unbezahlte Überstunden leisten oder im Produktionsbericht eine ‚o‘ bekommen. Wenn man zu oft eine ‚o‘ bekommt, erhält man eine Abmahnung. Bei zu vielen Abmahnungen wird man in eine niedrigere Kategorie versetzt. Wenn das einer Arbeiterin passiert, schubst die Unternehmensleitung sie überall in der Fabrik herum, bis sie so beschämt ist, dass sie kündigt.“

Die Fabrikmanager stellen oft übermäßig hohe Anforderungen. Die Beschäftigten in einer bulgarischen Fabrik<sup>28</sup>, die für Puma produziert, erklärten, dass die Zielvorgaben in ihrer Fabrik innerhalb der normalen Arbeitszeit häufig nicht zu erfüllen seien. Da sie im Akkord bezahlt werden, hat dies Einfluss auf ihr Einkommen. Die Arbeiter/innen in dieser Fabrik erklärten, ihr Lohn reiche nicht aus, um ihre eigenen Lebenshaltungskosten und ihren Haushaltsbedarf abzudecken. Einige Fabrikmanager änderten darüber hinaus die Zielgrößen je nach Auftragslage und kontrollieren damit ihre Arbeitskosten in der Hoch- und Nebensaison. Elsa, eine Textilarbeiterin in der indonesischen Fabrik D, einem Zulieferbetrieb von Lotto, Puma, Fila, ASICS, Nike und adidas, berichtete im Interview: „In der Bekleidungsabteilung ist die Zielvorgabe normalerweise 1.000 Stück

pro Band pro Tag. Aber während der Exportsaison wird die Zielvorgabe auf 2.000 Stück heraufgesetzt. Diese doppelte Menge bedeutet für uns sehr viel Stress, und oft schaffen wir es nicht. Dann schreien uns die Vorgesetzten an, und manchmal bekommen wir Abmahnungen.“ In der chinesischen Fabrik N, die für Mizuno und Kappa produziert, senkten die Manager den Stücklohn, wenn sie die Arbeiter/innen zur Erreichung höherer Ziele antreiben wollten.

### BOX 7: Maras Geschichte

Mara ist eine 25-jährige kambodschanische Textilarbeiterin, die adidas-Produkte näht. Sie ist aus ihrem Dorf in einer ländlichen Provinz zur Arbeitssuche nach Phnom Penh gegangen, um ihre veritwete Mutter und sechs Geschwister nach dem Tod des Vaters zu ernähren. Sie berichtete im Interview über den Druck in der Fabrik:

„Unser Vorarbeiter fordert uns auf, schneller zu arbeiten, präzise zu nähen und die festgesetzten Ziele zu schaffen. Mein Ziel sind 120 Hosen pro Stunde. Dafür verdiene ich zwischen US\$ 1,25 und US\$ 1,50. An einem normalen Arbeitstag muss ich 960 Paar nähen.“

Wenn ich das nicht schaffe, entfällt mein monatlicher Bonus von US\$ 5. Um mein Ziel zu erreichen, vermeide ich es

sogar, zur Toilette zu gehen. Wenn wir während der Arbeitszeit zur Toilette gehen wollen, muss der Vorarbeiter unsere Produktionskarte abstempeln.

Die Überstunden beginnen um 16:00 Uhr und dauern bis 18:00 Uhr. Manchmal arbeiten wir bis 20.00 Uhr durch. Wenn ich so lange arbeite, habe ich Angst vor der Dunkelheit. Viele Motorrad-Taxis (Motorrad-Taxis) wollen mich heimfahren, aber ich fürchte mich.

Wenn ich alle Überstundenschichten mitmache, bekomme ich etwa US\$ 60 bis US\$ 64 pro Monat. Wenn nicht, bekomme ich etwa US\$ 55. Davon zahle ich US\$ 5 Miete für mein Zimmer und schicke meiner Familie US\$ 10 bis US\$ 20. Den Rest brauche ich für Lebensmittel und Medikamente. Sparen kann ich von meinem Lohn nichts.“

### *Wenig Aufträge, wenig Lohn*

Bei schwacher Auftragslage greift die Unternehmensleitung zur entgegengesetzten Taktik, um Kosten zu sparen: Die Beschäftigten werden gezwungen, unbezahlten Urlaub zu nehmen. *„Im Moment haben wir so wenig Aufträge, dass wir letzte Woche am Dienstag frei hatten, und diese Woche hatten wir Mittwoch frei. Für diese Tage bekommen wir keinen Lohn. Aber wenn es viele Aufträge gibt, müssen wir oft sogar sonntags arbeiten;“* sagt Aminah aus einer Fabrik<sup>29</sup>, die für Umbro und Puma produziert.

Selbst für die Beschäftigten, denen kein Zwangsurlaub verordnet wird, sinken die Löhne oft auf ein absolutes Minimum, oder sie erhalten in der Nebensaison überhaupt kein Entgelt. In mehreren chinesischen Fabriken, in denen Sportmarkenprodukte hergestellt werden, sind die Beschäftigten gezwungen, sich in ihrem Grundbedarf einzuschränken oder Geld zu leihen. Eine Arbeiterin in der Sohlenherstellung der Fabrik L, die für Umbro arbeitet, erklärte: *„Im September hatten wir nicht viele Aufträge. Die meisten von uns bekamen (in diesem Monat) nur RMB 400 – 500 (US\$ 48 – 60). Einige bekamen nur RMB 100 (US\$ 12). Der niedrigste in unserer Abteilung gezahlte Lohn betrug RMB 45 (US\$ 5)! Nach Abzug der Kosten für Nahrung und Unterkunft war unser Lohn erbärmlich.“* In einer anderen chinesischen Fabrik<sup>30</sup>, einem Zulieferbetrieb von Umbro und Diadora, erhielten die Beschäftigten nur zwischen RMB 200 und 300 (US\$ 24 – 36) im Monat, obgleich der für diese Stadt geltende Mindestlohn RMB 320 (US\$ 38) monatlich betrug.

### *Ihr bestraft uns, wir bestrafen sie!*

Die Fabrikbetreiber sind allen möglichen Strafen seitens der Abnehmer ausgesetzt – Strafen für späte Lieferung, Beiträge, wenn die Produkte sich in den Geschäften nicht gut verkaufen lassen und Strafen, wenn das Produkt die Qualitätsnorm nicht erfüllt. Einen Teil dieser Kosten versuchen sie, auf die Beschäftigten abzuwälzen. In China traten die Beschäftigten einer Fabrik<sup>31</sup> für zwei Tage in den Streik, als die Unternehmensleitung sie mit hohen Strafen belegte, weil sie bei der Herstellung von Sohlen für Umbro-Schuhe Fehler gemacht hatten. Die Lohnabzüge wurden während einer schwachen Auftragsperiode vorgenommen, als die Löhne ohnehin schon sehr niedrig waren. In einer anderen Fabrik<sup>32</sup>, die ebenfalls für Umbro produziert, fordert die Unternehmensleitung ständig Lohnabzüge zwischen RMB 20 und 30 (US\$ 2,40 – 3,60) als „Material-Beschaffungsgebühr“, wenn zusätzliches Material geliefert werden muss, um fehlerhafte Produkte zu reparieren. Im September 2003 zahlte jede/r Beschäftigte eine Gebühr von RMB 100 (US\$ 12), was Anlass zu großer Unzufriedenheit gab und schließlich zum Streik führte. Obwohl die Unternehmensleitung in beiden Fällen nachgab und die Abzüge zurückzahlte, hat diese Praxis der Verhängung von Strafen für fehlerhafte

Produkte damit kein Ende gefunden. In einer dritten Fabrik<sup>33</sup>, die sowohl für Umbro als auch für Fila produziert, wurden Näherinnen Berichten zufolge für jedes fehlerhafte Produkt mit einer Mindeststrafe von RMB 50 (US\$ 6) belegt. Dieselben Arbeiterinnen hatten regelmäßig einen 12-Stunden-Arbeitstag. Einige von ihnen arbeiteten im Durchschnitt von 19:30 Uhr abends bis 7:30 Uhr morgens in Nachtschicht.

### *Organisiert wird nicht!*

Wie in Kapitel 1 dargestellt, werden die Beschäftigten in vielen Sportbekleidungsfabriken aktiv daran gehindert, sich gewerkschaftlich zu organisieren. Die Zulieferer wollen nicht wegen ihrer häufigen Gesetzesverstöße (Regelung und Bezahlung von Überstunden, Lohnvorschriften sowie Arbeitsschutznormen) in ihren Betrieben zur Rechenschaft gezogen werden. Abgesehen davon, dass die Existenz von Gewerkschaften eine verstärkte und regelmäßige Prüfung der Beschäftigungspraktiken mit sich bringen würde, gäbe es auch weniger Möglichkeiten für die Fabrikbetreiber, die Beschäftigten auszunutzen, um die Forderungen der Abnehmer zu erfüllen und ihren Anteil am Gewinn einzustreichen.

## **Wer ist verantwortlich?**

Die Zulieferer haben – als Arbeitgeber – eine direkte rechtliche und moralische Verantwortung, sicherzustellen, dass ihre Angestellten anständig behandelt und zu fairen Konditionen beschäftigt werden sowie unter gesunden und sicheren Bedingungen arbeiten. Viele kommen ihren Verpflichtungen jedoch nicht nach. Allzu häufig werden die Fabriken schlecht gemanagt. Angesichts zunehmender Forderungen im Hinblick auf Schnelligkeit, Flexibilität und geringe Kosten greifen viele Fabrikbetreiber zu kurzfristigen Lösungen, um die Anforderungen ihrer Abnehmer zu erfüllen und sich ihren Anteil an den Profiten zu sichern: Sie wälzen ihre Risiken und Kosten auf die Beschäftigten ab. Die extrem langen Arbeitszeiten und zu hoch gesteckten Zielvorgaben, die den Belegschaften im Rennen um das Einhalten der Exportfristen aufgezwungen werden, sind Symptome schlechter Produktionsplanung. Eine Arbeiterin in einer Fabrik<sup>34</sup>, die für Fila, Puma, Lotto und ASICS produziert und in der die Zielvorgaben zum Erreichen der Exportfrist von 1.000 auf 2.000 Stück verdoppelt wurden, berichtete: *„Diese Torschlusspanik ist der Fehler der Unternehmensleitung. Sie akzeptiert Produktionsaufträge, die zu umfangreich sind und beschäftigt in der Fabrik nicht genug Arbeiter/innen.“*



Wenn aber die Hersteller in Verbesserung ihrer Produktionsplanung und Personalführung investieren sollen, muss der derzeit auf ihnen lastende Druck seitens der Sportbekleidungsfirmen anders verteilt werden. Ständiger Druck auf Preise und Lieferzeiten und Forderungen nach immer mehr Flexibilität lassen den Fabrikmanagern wenig Raum, die Arbeitsbedingungen in ihren Betrieben zu verbessern.

Diese Verantwortung existiert auch für die großen multinationalen Hersteller wie Pou Chen und Zwischenhändler wie Li & Fung, die in der Mitte der Zulieferkette angesiedelt sind und oft den direkten Preis- und Zeitdruck auf die Fabrikmanager ausüben.

Viele der in diesem Bericht genannten Sportbekleidungsunternehmen haben Verhaltenskodizes zu Beschäftigungspraktiken aufgestellt, die ihre Zulieferer verpflichten, für die Einhaltung der Rechte ihrer Arbeitnehmer/innen zu sorgen. Diese Kodizes gehen jedoch davon aus, dass es in erster Linie die Verantwortung der Fabrikbetreiber ist, diesbezügliche Maßnahmen zu ergreifen. Selbst wenn die Fabriken diesen Normen entsprechen, gibt es keine Garantie, dass sie weiterhin Aufträge erhalten. Ein Fabrikbesitzer in Kambodscha erklärte im Interview: *„Hohe Arbeitsstandards in Kambodscha binden keineswegs einen Abnehmer an eine Fabrik. Das kann nur ein guter Preis.“* In dem Maße, wie die großen Sportbekleidungsfirmen die Welt nach neuen Billiganbietern und „One Stop“-Produktionsstätten durchkämmen, um zum Nutzen ihrer Anteilseigner die Gewinne zu maximieren, vermeiden sie es, längerfristige Geschäftsverbindungen mit ihren Zulieferern einzugehen und setzen so die Arbeitnehmer/innen zusätzlichen Unsicherheiten aus.

Einige der engagierteren Unternehmen beginnen einzusehen, dass nur, wenn sie ihren Anteil an der Verursachung ungesunder, unsicherer und unfairer Arbeitsbedingungen im Zuge aggressiver Einkaufspraktiken anerkennen, eine Chance besteht, die Probleme in effizienter Weise anzugehen. Der für soziale und Umweltfragen verantwortliche Direktor bei adidas gibt zum Beispiel zu: *„Wenn ein Fabrikbetreiber sagt ‚wir können (soziale Normen) nicht einhalten, weil wir gestern den Auftrag bekommen haben, heute Morgen zu liefern‘, müssen wir unsere internen Prozesse überprüfen.“*<sup>35</sup> Andere Unternehmen stellen sich jedoch taub, wenn es heißt, dass ihre Einkaufspraktiken ihren ethischen Grundsätzen zuwiderlaufen.

Schließlich sind auch die Regierungen verantwortlich dafür, dass den Beschäftigten die in den Übereinkommen der IAO (Internationale Arbeitsorganisation) niedergelegten Rechte gewährt werden. Die in diesem Bericht vorgelegten Erkenntnisse machen deutlich, dass Tausenden von Beschäftigten, die durch

die Herstellung von Sportschuhen, Bekleidung und anderen Exportartikeln die nationale Wirtschaft ankurbeln, ein adäquater Schutz ihrer Arbeitsrechte vorenthalten wird. Die Regierungen – denen an Export gesteuertem Wachstum liegt – haben ihre Arbeitsmarktpolitik darauf abgestellt, die Forderungen der weltweit tätigen Unternehmen zu erfüllen. Mit Unterstützung der internationalen Finanzinstitutionen wie dem Internationalen Währungsfonds (IWF) und der Weltbank wurden politische Strategien im Sinne der „Arbeitsmarktflexibilität“ geschaffen, die zur Erosion der Arbeitnehmer/innenrechte führen.<sup>36</sup> Menschenrechte wie das Recht auf Vereinigungsfreiheit und das Recht auf Tarifverhandlungen wurden ausgehöhlt, um Beschäftigte daran zu hindern, gemeinsam bessere Löhne und Arbeitsbedingungen zu fordern. Die Regierungen drücken beide Augen zu, wenn Arbeitgeber sich ihrer Verantwortung entziehen und verstärkt auf Zeit- und Gelegenheitsarbeitskräfte zurückgreifen, die sie jederzeit ohne Entschädigungszahlung entlassen können. In Branchen wie der Bekleidungs- und Schuhindustrie werden die legalen Arbeitszeiten gesetzlich verlängert. Und selbst dort, wo auf dem Papier gute Arbeitsgesetze existieren, werden sie kaum umgesetzt.

## BOX 8: Spielregeln einhalten

Regeln zum Schutz der Arbeitnehmer/innenrechte gehören zu den ältesten in der Welt. Bis heute wurden 195 IAO-Übereinkommen verabschiedet, die eine breite Skala von Schutzbestimmungen für Arbeitnehmer/innen weltweit beinhalten, von grundlegenden Menschenrechten wie der Vereinigungsfreiheit, dem Organisationsrecht, dem Recht auf Tarifverhandlungen, der Abschaffung der Zwangsarbeit, der Chancengleichheit und Gleichbehandlung und dem Verbot der Kinderarbeit bis hin zu detaillierteren Bestimmungen wie Mutterschutz und Arbeitsschutzvorschriften. Viele dieser internationalen Normen wurden in nationales Recht umgesetzt. All diese Gesetze beinhalten die Verpflichtung für die Regierungen, Verfahren vorzusehen, die gewährleisten, dass die Arbeitnehmer/innen geschützt sind und Gewerkschaften gründen können, um

ihre Interessen zu vertreten. Außerdem müssen sie Möglichkeiten bieten, gegen Rechtsverstöße anzugehen und ggf. Entschädigungen einzufordern. Traurigerweise ist jedoch in vielen Ländern die Kluft zwischen Theorie und Praxis nur allzu groß. Die jährliche Übersicht des IBFG über die Verletzung von Gewerkschaftsrechten für 2003 zeigt, wie in den IAO-Übereinkommen verankerte Grundrechte in aller Welt missachtet werden. Millionen von Arbeitnehmer/innen werden ihres Rechts auf gewerkschaftliche Vertretung und damit ihrer Möglichkeit, menschenwürdige Arbeitsbedingungen zu fordern, beraubt. In sämtlichen für diesen Bericht untersuchten Ländern kommen die Arbeitgeber in der Sportbekleidungsindustrie mit folgenden Praktiken ungestraft davon:

- ▶ Gewerkschaftsmitglieder werden daran gehindert, ihr Streikrecht wahrzunehmen, sich zu organisieren oder Tarifverhandlungen zu führen, wie es Verfassung oder Arbeitsgesetze vorsehen,
- ▶ die Arbeitgeber fordern Arbeitszeiten, die weit über das gesetzliche Maximum hinausgehen,
- ▶ die Beschäftigten erhalten weder den gesetzlichen Mindestlohn noch die gesetzlich vorgeschriebenen Überstundenvergütungen,
- ▶ den Arbeitnehmer/innen werden illegale Sanktionen und Geldstrafen auferlegt,
- ▶ es werden keine ordentlichen Arbeitsverträge abgeschlossen,
- ▶ bestimmte Gruppen von Arbeitnehmer/innen werden diskriminiert,
- ▶ es kommt zu ernsten Verstößen gegen Arbeitsschutzvorschriften.

Die Gewerkschaftsbewegung – national und international – prangert immer wieder das Fehlverhalten der Regierungen an. In den letzten Jahren konnte sie einige Erfolge verzeichnen. Sie erreichte die verstärkte Durchsetzung von Arbeitsrechten und die Änderung von Gesetzen und politischen Strategien, die den Arbeitnehmer/innenrechten zuwiderlaufen. In Bangladesch zum Beispiel hat die Regierung infolge nachdrücklicher Lobbyarbeit der internationalen und nationalen Gewerkschaften zugesagt, das nationale Arbeitsrecht bis Mitte 2004 auf alle Sonderwirtschaftszonen des Landes auszudehnen. Aber damit die Beschäftigten angemessenen Schutz genießen, muss noch viel mehr getan werden.

## Fairplay für die Belegschaft

Es liegt im Interesse der Sportwelt, die Sportbekleidungsindustrie dahingehend unter Druck zu setzen, dass sie die Arbeitsnormen einhält. Die Ausübung des Sports ist so eng mit den Sportmarken verbunden, dass jeder Fleck auf der weißen Weste der Industrie auch dem Ansehen der Sportinstitutionen schadet. Aber die Sportwelt hat – von wenigen Ausnahmen abgesehen – trotz jahrelanger Kampagnen sehr wenig getan, um die Sportbekleidungsunternehmen zu Veränderungen zu bewegen.



## BOX 9: Hoffnungsschimmer

### **Achtung der Arbeitnehmer/innenrechte bei den Olympischen Spielen von Sydney**

Die Organisationskomitees für die Olympischen und Paralympischen Spiele in Sydney 2000 verabschiedeten einen Kodex für Beschäftigungspraktiken bei der Herstellung unter Lizenz produzierter Olympia-Waren. Der Kodex – mit dem australischen Gewerkschaftsbund ACTU und dem Gewerkschaftsrat von New South Wales 1998 ausgehandelt – forderte die Zahlung fairer Löhne, Begrenzungen der Arbeitszeit und die Achtung des Rechts auf Vereinigungsfreiheit und auf Tarifverhandlungen. Das ursprüngliche Abkommen beinhaltete nur schwache Durchsetzungsmaßnahmen; die Vereinbarung sah vor, dass die Organisationskomitees selbst den Kodex durchsetzten, anstatt dies Organisationen mit Erfahrung im Kampf für Arbeitsrechte zu überlassen. Im Jahre 1999 bewegten jedoch intensive Kampagnen der australischen Gewerkschaften die Organisationskomitees zur Unterzeichnung einer Vereinbarung mit der australischen Textil-, Bekleidungs- und Schuh-Gewerkschaft. Diese gab der Gewerkschaft das Recht auf Zugang zu Informationen über Arbeitsplätze sowie das Recht, Gewerkschaftsvertreter/innen zu Gesprächen mit den Beschäftigten in die Betriebe zu schicken. Leider waren zu diesem Zeitpunkt die meisten Bekleidungsstücke für die Olympischen Spiele von Sydney bereits hergestellt. Trotzdem wurde der Kodex in wenigstens einem Land mit Verbesserungen für die Beschäftigten in Verbindung gebracht. Infolge der Lobbyarbeit von Gewerkschaften aus Australien und Fidschi wurde Gewerkschaftsvertreter/innen der Zutritt zu zwei Fabriken in Fidschi gestattet, die Hemden für die Olympischen Spiele in Sydney produzierten. Daraufhin

wurden beide Fabriken gewerkschaftlich organisiert, und die Beschäftigten handelten deutliche Lohnerhöhungen aus. In ähnlicher Weise gelang es auch Gewerkschaften im Bau- und Transportgewerbe sowie im öffentlichen Dienst, Abkommen auszuhandeln, die die Arbeitsrechte respektierten und einer echten Partnerschaft mit australischen Arbeitnehmer/innen den Weg bereiteten. Dies war für den Erfolg der Spiele von entscheidender Bedeutung.

### **FIFA-Engagement für Arbeitsnormen bei der Herstellung von Fußbällen**

Mitte 1996 legte die internationale Gewerkschaftsbewegung durch Videos untermauertes Beweismaterial dafür vor, dass die Herstellung von Fußbällen mit dem Logo der FIFA (des Weltfußballverbands) durch Kinderarbeit erfolgte. Die Bälle wurden in der Stadt Sialkot in Pakistan hergestellt, woher damals etwa drei Viertel aller Fußbälle der Welt stammten. Diese Entdeckung wurde unmittelbar vor Beginn der Europameisterschaft 1996 gemacht und erregte weltweit großes Aufsehen in den Medien. Der IBFG nahm in Zusammenarbeit mit den internationalen Gewerkschaftsorganisationen für die Textilbranche (ITBLAV) und für den Einzelhandel (UNI) Kontakt mit dem Europäischen und dem Weltfußballverband (UEFA und FIFA) auf und bemühte sich, eine Einigung herzustellen, um die Achtung der grundlegenden Arbeitsrechte in den Lizenzverträgen festzulegen. Am 3. September 1996 stimmte die FIFA einem „Kodex für Arbeitsstandards“ für von der FIFA lizenzierte Produkte zu, wie es die Gewerkschaften gefordert hatten. Solche Arbeitsstandards – auf der Basis der IAO-Erklärung über die grundlegenden Prinzipien und Rechte bei der Arbeit – sind inzwischen Bestandteil der

Lizenzvereinbarungen. Die Clean Clothes Campaign hat jedoch wiederholt die FIFA dafür kritisiert, dass sie diesen Kodex nicht anwendet und hat Beweise für seine Nichteinhaltung vorgelegt.

### **Ein Kodex für die Sportartikelindustrie**

Der Weltverband der Sportartikelindustrie (WSFGI) ist ein unabhängiger Zusammenschluss, dem die Zulieferer der Branche, nationale Organisationen und mit der Sportartikelindustrie verbundene Unternehmen angehören. Unter den Mitgliedern finden sich weltbekannte Sportmarken, Einzelhändler und Hersteller von Sportbekleidung und Sportartikeln. Im Jahr 2000 führte der Verband einen revidierten Verhaltenskodex ein, der sich auf die internationalen Arbeitsnormen stützt, wie sie in den zentralen IAO-

Übereinkommen niedergelegt sind. In der Präambel zu diesem Kodex heißt es: „Die WSFGI-Mitglieder erkennen ihre wichtige Rolle in der Weltwirtschaft und ihren Einfluss auf die sozialen und wirtschaftlichen Bedingungen an, unter denen Sportartikel hergestellt und produziert werden. Dieser Einfluß ergibt sich sowohl aus ihrer Stellung als Arbeitgeber und entscheidend durch ihre starke Position als Kunden der Zulieferfirmen von Waren und Dienstleistungen.“ Der Kodex verpflichtet die Mitglieder dazu, die Einhaltung des Kodex in ihren eigenen Betrieben ebenso wie in denen ihrer Zulieferer sicherzustellen. Der Kodex ist zwar auf dem Papier umfassend, aber der WSFGI hat wenig getan, um für seine Einhaltung Sorge zu tragen.

Die olympische Bewegung ist ein besonders ausgeprägtes Beispiel für die herrschende Indifferenz gegenüber der Umsetzung von Verhaltenskodizes. Trotz ihrer rhetorischen Verpflichtung zu Fairplay, internationaler Solidarität und Achtung der Menschenwürde hat sie keine konkreten Maßnahmen auf globaler Ebene getroffen, um die Sportbekleidungsunternehmen wegen der ausbeuterischen Arbeitsbedingungen und des Missbrauchs in ihren Zulieferbetrieben zur Rede zu stellen.

Das Internationale Olympische Komitee (IOC) hat als führende Instanz für den Sport weltweit die moralische und rechtliche Verpflichtung, diese Forderungen aufzustellen. Zu dieser Verpflichtung gehört auch, sicherzustellen, dass die Unternehmen, die das Logo der Olympischen Spiele verwenden, die grundlegenden Arbeitsrechte achten. Bisher jedoch hat das IOC – abgesehen von der „Befürwortung“ der Bemühungen des Weltverbands der Sportartikelindustrie (WFSGI) — in diesem Bereich wenig getan. Dieses mangelnde Engagement ist unverantwortlich, insbesondere in Anbetracht der Tatsache, dass die Uniformen der Funktionäre, die Paradeuniformen der verschiedenen nationalen Olympia-Mannschaften, die Ausstattung der Athleten sowie Souvenir-Sportkleidung sämtlich mit dem Olympia-Logo ausgestattet sind und mit hoher Wahrscheinlichkeit unter den in diesem Bericht geschilderten ausbeuterischen Arbeitsbedingungen hergestellt wurden. Derzeit sind die Sportbekleidungsunternehmen, die als offizielle Lieferanten von Uniformen oder Ausrüstungen auftreten — für das IOC (z.B. Mizuno, offizieller Lieferant von Bekleidung für IOC-Funktionäre), für das Organisationskomitee des Gastgeberlandes (z.B. adidas als offizieller Sponsor für Sportbekleidung und Uniformlieferant in Athen 2004) oder für die nationalen Olympia-Mannschaften über deren Nationale Olympische Komitees — in keiner Weise verpflichtet zu gewährleisten, dass diese Produkte nicht von ausgebeuteten Arbeiter/innen hergestellt wurden.

### BOX 10: Schwitzen für Olympia

In der Fabrik I, wo Sportbekleidung mit dem Olympia-Logo hergestellt wird, berichteten Beschäftigte (die im Oktober 2003 interviewt wurden) über folgende Bedingungen:

Wenn Exportfristen eingehalten werden müssen, werden die Beschäftigten gezwungen, an sechs aufeinander folgenden Tagen bis zu 17 Stunden täglich zu arbeiten.

Die Beschäftigten sind erschöpft. Viele schwangere Frauen erleiden aufgrund der langen Arbeitszeiten Fehlgeburten.

Ein Viertel der 2.000 Beschäftigten ist auf der Basis von Zeitverträgen angestellt. Sie erhalten die Hälfte des monatlichen Fixlohns der fest beschäftigten Arbeiter/innen und werden gezwungen, unbezahlte

Überstunden zu leisten, wenn sie innerhalb der normalen Arbeitszeiten ihre Stückzahlvorgaben nicht erreichen.

Gewerkschaftsvertreter werden bedroht und beschimpft.

Die Beschäftigten, insbesondere Zeitarbeiterinnen, werden sexuell belästigt.

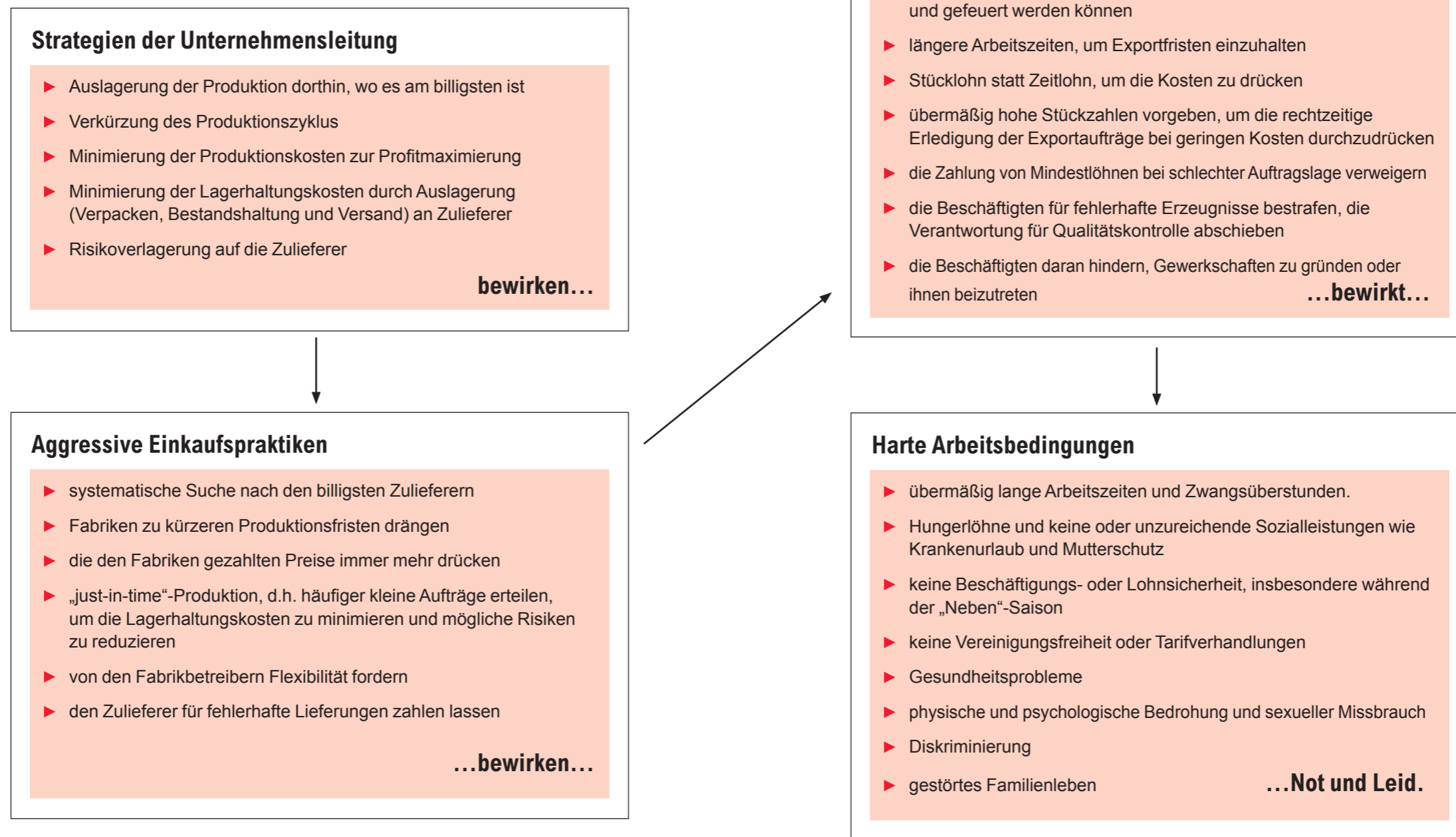
Die Beschäftigten werden beschimpft: „Sie nennen uns ‚Hunde‘ und sagen, wir sollen verschwinden und krepieren.“

Die Beschäftigten erhalten keinerlei Sozialversicherungsleistungen.

Niemand unter den Beschäftigten weiß etwas über Verhaltenskodizes; von irgendwelchen Inspektionen haben sie nie gehört.

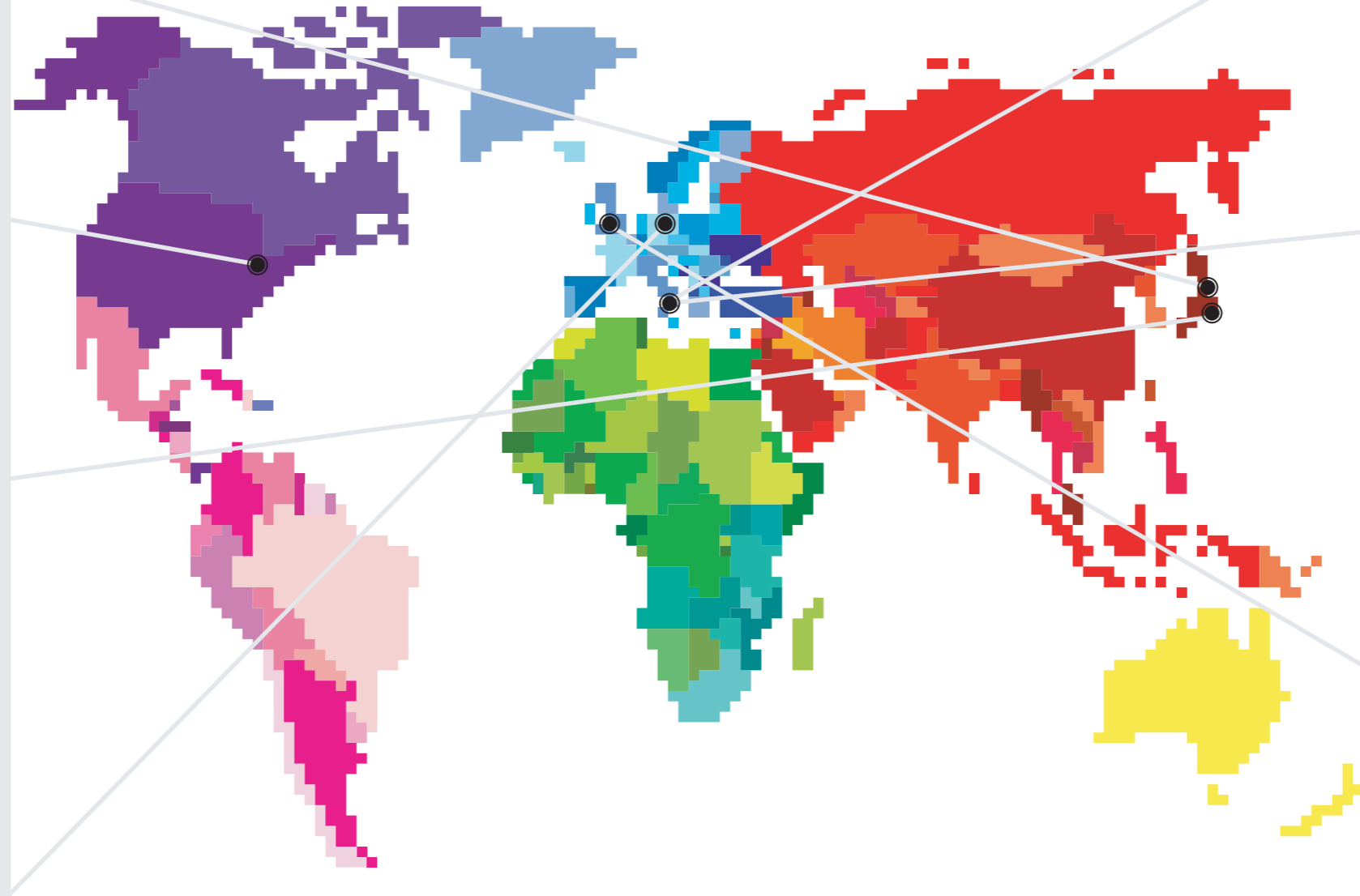
Die olympische Bewegung kann die Sportbekleidungsunternehmen direkt beeinflussen, indem sie in ihre Lizenz- und Marketingverträge für Produkte mit dem Olympia-Logo vertragliche Verpflichtungen im Hinblick auf Arbeitsnormen aufnimmt. Das ganz oben in der Hierarchie angesiedelte IOC ist Inhaber der Rechte für alle olympischen Marken, einschließlich des olympischen Symbols der fünf Ringe, und es ist für die Gesamtleitung und das gesamte Management aller olympischen Marketing- und Lizenzprogramme verantwortlich. Während die nationalen Komitees und die Organisationskomitees der Olympischen Spiele selbst konkret die Lizenzen und Marketingverträge ausstellen, hat das IOC die Macht, die Gesamtpolitik zu bestimmen und die Regeln aufzustellen. Wenn die Bewegung, ähnlich wie im Falle des Engagements für den Umweltschutz, insgesamt die Verpflichtung eingeht, die Arbeitsnormen zu respektieren, könnte sie erheblich dazu beitragen, Verbesserungen der Arbeitsbedingungen für die vielen Beschäftigten, die in aller Welt Sportbekleidung herstellen, zu erreichen.

Schaubild 2: Ursache und Wirkung - wie das Geschäftsmodell der Sportbekleidungsbranche die Arbeitsbedingungen verschlechtert





### Schaubild 3: Geschäftspraktiken einiger bekannter Sportbekleidungsunternehmen



**Lotto:** Lotto wurde 1973 als lokale Tennisschuhfirma gegründet und ist zu einem weltweiten Unternehmen angewachsen, das seine Tennisschuhe sowie Sport- und Fußballbekleidung und –schuhe in 70 Ländern verkauft. Die Firma ist im Besitz von Italy Sport Design, und ihr weltweiter Umsatz belief sich 2002 auf US\$ 277,9 Mio. bei Gewinnen von US\$ 6,4 Mio.. Lotto ist in der Welt des Tennis nach wie vor ein großer Name und sponsert mehr als 100 Tennisspieler, darunter Boris Becker, Martina Navratilova und Thomas Muster. Außerdem hat sich die Firma auf Fußball spezialisiert und tritt als Sponsor von Weltklasse-Mannschaften wie der niederländischen Fußballnationalmannschaft, des AC Milan und Juventus Turin auf. Lotto verbirgt seine gesamte Produktion nach außen an Zulieferer in Indonesien, Vietnam, China, Kambodscha, auf den Philippinen und in der Türkei. In den Zulieferunternehmen in drei Ländern, die wir überprüft haben, berichteten die Beschäftigten über Löhne weit unter dem Existenzminimum, Lohnkürzungen und Strafen bei Krankenurlaub, verbale und physische Angriffe, Hinderung an gewerkschaftlicher Betätigung, übermäßig hohe Produktionsvorgaben für Zeitarbeiter/innen und unbezahlte Überstunden. Angesichts dieser Art von Ausbeutung in seinen Zulieferbetrieben muss Lotto energische Maßnahmen einleiten, derartige Missbräuche bei der Produktion von Waren mit seinem Lotto-Logo zu unterbinden.

**Kappa:** Kappa produziert, vermarktet und verkauft eine breite Palette von Sportbekleidung sowie Sport- und Freizeitschuhen. 1994 wurde das Unternehmen in die BasicNet Group integriert. Die in Turin (Italien) ansässige BasicNet-Konzerngruppe kontrolliert von ihrem Sitz aus Marketing, Forschung und Entwicklung sowie Finanzen und IT-Dienste, während der Einkauf über die LF Basic Group läuft, ein Joint Venture mit Li & Fung, einer in Hongkong ansässigen Handelsgesellschaft. Der Vertrieb erfolgt über 38 Lizenznehmer, die 87 Länder abdecken. Kappa hat einen großen Anteil am weltweiten Sportbekleidungsmarkt erobert und gibt für 2002 einen Umsatz von US\$ 144,473 Mio. und Gewinne vor Steuer von US\$ 7,568 Mio. an. Kappa hat intensiv in die Sponsorentätigkeit für den Sport, insbesondere den Fußball, investiert. Die italienische und die walisische Fußballnationalmannschaft werden von Kappa gesponsert. Über die LF Basic Group wird die Produktion von Kappa vollständig an Zulieferer in mehreren Ländern ausgelagert, darunter Taiwan, Indien, Thailand, China, Vietnam, Indonesien, Mauritius, die Türkei und Rumänien. Die LF Basic Group ist für die Durchführung eines „Programms zur Einhaltung des Verhaltenskodexes“ verantwortlich. Der Kodex besagt, dass alle Beschäftigten mit dem Kodex vertraut sein müssen. Werden Verstöße festgestellt, sollen dem Kodex entsprechend in den Zulieferbetrieben Inspektionen und korrigierende Maßnahmen durchgeführt werden. Die für diesen Bericht zusammengetragenen Erkenntnisse weisen jedoch auf ausbeuterische Arbeitsbedingungen in für Kappa produzierenden chinesischen und türkischen Fabriken hin, einschließlich Entlassungsdrohungen für aktive Gewerkschafter und (während der Hochsaison) Zwangsüberstunden von mehr als acht Stunden über die normale Tagesarbeitszeit hinaus. Darüber hinaus hindert die Unternehmensleitung Beschäftigte daran, während der Hochsaison zu kündigen. Arbeitnehmer/innen berichteten, dass sie über die Existenz eines Verhaltenskodex für Beschäftigungspraktiken nicht informiert seien. Obwohl Kappa in die Entwicklung eines ausgefallenen Durchsetzungsprogramms investiert zu haben scheint, muss die Firma sicherstellen, dass dieses Programm tatsächlich zur Anwendung kommt und nicht durch die Einkaufspraktiken untergraben wird.

**Umbro:** Die im Vereinigten Königreich ansässige Firma Umbro spielt eine führende Rolle auf dem Fußball-Markt und produziert, vermarktet und verkauft eine breite Palette von Artikeln für den Leistungs- und Freizeitsport. Umbro tritt als Sponsor einiger der besten Spieler der Welt auf, darunter die englische Fußballnationalmannschaft und Weltklasse-Einzelspieler wie Liverpools Michael Owen. Das 1920 gegründete Unternehmen wurde 1999 für £ 90 Mio. von der Investmentfirma Doughty Hanson & Co. gekauft. Im Moment steht es wieder zum Verkauf; die Preisvorstellung liegt bei £ 300 Mio.. Da das Unternehmen nicht an der Börse notiert ist, liegen keine Informationen über den Umsatz und die Gewinne vor. Die Umbro-Produkte werden meist in China und Vietnam gefertigt. Nachdem Umbro 1997 durch die „Kampagne gegen Kinderarbeit bei der Fußballproduktion“ und weitere Kampagnen gegen die Verwendung ausbeuterischer Beschäftigungspraktiken in den Zulieferbetrieben angegriffen wurde, führte die Firma in ihre vertraglichen Vereinbarungen mit ihren Zulieferern einen Verhaltenskodex über Beschäftigungspraktiken ein. Das Unternehmen erklärt, dass es die Produktionsstätten regelmäßig besucht, um zu überprüfen, ob der Kodex eingehalten wird und behauptet, dass es gemeinsam mit den Zulieferern daran arbeite, die Einhaltung der Normen sicherzustellen. In einem vom 30. Mai 2003 datierten Schreiben von Umbro heißt es: „Umbro nimmt seine Verantwortung im Hinblick auf die Herstellung seiner Produkte äußerst ernst. Wir arbeiten mit Zuliefer-Partnern, die sowohl unsere qualitativen Anforderungen als auch die Anforderungen im Hinblick auf unsere soziale Verantwortung verstehen und sich daran halten können.“ Aber die Beschäftigten in mehreren für Umbro produzierenden Fabriken haben die Auswirkungen der guten Absichten der Firma nicht zu spüren bekommen. Unsere Untersuchungen ergaben, dass Arbeitnehmer/innen in Spitzenzeiten 15 Stunden pro Tag an sieben Tagen in der Woche arbeiten müssen. Die Produktionsvorgaben sind übermäßig hoch, und obligatorische Überstunden werden nicht bezahlt. In der Nebensaison sinken die Löhne bis auf US\$ 5 im Monat, fehlerhafte Produktion wird bestraft, und Entlassungen erfolgen ohne Abfindung. Wenn Umbros ethische Grundsätze der Realität entsprechen sollen, muss das Unternehmen sein gegenwärtiges Handeln ernsthaft überprüfen. Insbesondere muss es darüber nachdenken, ob der Druck, den es auf seine Zulieferer ausübt - damit diese den Anforderungen im Hinblick auf Preise, Lieferzeiten und Flexibilität entsprechen - nicht die Einhaltung des Verhaltenskodex zur Einhaltung der Arbeitsrechte untergräbt.

**ASICS Corporation:** Die Marke dieses in Japan ansässigen Unternehmens steht an fünfter Stelle im weltweiten Sportschuh-Sektor. Sein Motto – „Gesunde Jugend durch Sport“ – war der vom Unternehmensgründer Kihachiro Onitsuka vertretene Grundgedanke. Er gründete sein Unternehmen, nachdem er das entsetzliche Schicksal der Kinder im Nachkriegs-Japan erlebt hatte. ASICS ist berühmt für seine Hightech-Laufschuhe, und die Marke ist zum Synonym für den Marathon geworden. 2002 belief sich der globale Umsatz auf US\$ 969 Mio. bei Gewinnen vor Steuer von US\$ 22 Mio.. ASICS sponsert mehrere hochrangige Olympia-Kandidaten, einschließlich Marathonläufer Naoko Takahashi und der bekannten US-amerikanischen Hochspringerin Amy Acuff. Das Unternehmen erwartet im Olympia-Jahr ein Umsatz-Plus. Die Herstellung seiner Produkte wurde allmählich von Japan in andere Teile Asiens verlagert. ASICS erklärt, sein Grundsatz bestehe darin, „Ziele gemeinsam im Geiste von Freiheit, Fairness, Respekt für die Würde des Einzelnen und gute Unternehmensführung zu erreichen, bei Achtung ethischer Normen und gleichzeitigem Aufbau der Unternehmenswerte.“ Auf dem Papier verweist ASICS auf seine ethische Verpflichtung zur Einhaltung der Arbeitsnormen; die praktische Anwendung ist jedoch unzureichend. Dieser Bericht beinhaltet Hinweise auf schlechte Praktiken in einer indonesischen Fabrik, die für ASICS produziert. Dort sind die Beschäftigten unzähligen Überstunden, Strafen für nicht erreichte Produktionsziele, sexueller Belästigung durch die Unternehmensleitung und Gesundheitsgefährdungen durch das Einatmen von Textilfasern ausgesetzt.

**Fila:** Fila ist ein italienisches Unternehmen für hochmodische Sportkleidung, das seit Juli 2003 im Besitz der in den USA ansässigen privaten Finanzgesellschaft Sport Brand International ist. Fila ist insbesondere bei jüngeren Verbrauchern eine bekannte Marke. Das Unternehmen versucht, seinen Markennamen erneut zu lancieren und seine frühere, finanziell dominante Stellung zurück zu gewinnen. Es investiert deshalb in großem Umfang in Werbung und setzt Berühmtheiten aus der Welt des Sports und der Musik als Werbeträger ein, um sein Image als Marke der Wahl aufzubauen. Mit einem Marketing-Haushalt von mehr als US\$ 70 Mio. hat Fila Tennisstars wie Jennifer Capriati und Kim Clijsters sowie den Langstreckenläufer Adam Goucher engagiert. Der größte Teil der Produktion von Fila erfolgt in Ostasien, und die neue Strategie zum Management der Zulieferketten zielt darauf ab, die Vorgaben für die Lieferfristen zu reduzieren. Fila hat beeindruckende Erklärungen über sein Engagement für die Einhaltung der Arbeitnehmer/innenrechte in den Zulieferbetrieben abgegeben, aber in Interviews mit den Beschäftigten ergibt sich ein völlig anderes Bild. Erkenntnisse aus den Betrieben, die für Fila produzieren, verweisen auf übermäßig lange Arbeitszeiten, Strafen für fehlerhafte Produkte, Einschüchterung durch die Unternehmensleitung wegen Beteiligung an gewerkschaftlicher Arbeit sowie die Gefahr der Entlassung von Arbeitnehmer/innen, die Überstunden verweigern.

**Mizuno:** Mizuno ist Japans größter Hersteller von Sportartikeln und offizieller Lieferant der Uniformen für das Internationale Olympische Komitee. Die Firma ist stolz auf ihre enge Verbindung mit der olympischen Bewegung. Wenn auch kleiner als einige seiner Konkurrenten, so hat das Unternehmen doch viel Aufsehen wegen der in seinen Laufschuhen verwendeten „Wellen“-Technologie erregt. Ein Teil der Produktion erfolgt nach wie vor in Japan, aber die Tendenz geht zur Auslagerung in andere Teile Asiens. Die enge Verbundenheit des Unternehmens mit dem Umweltschutz wird vom Firmenchef Masato Mizuno gefördert. Leider ist sein Engagement für die Arbeitsnormen bei weitem nicht so groß. In einem chinesischen Zulieferbetrieb von Mizuno berichteten Beschäftigte von täglich bis zu acht Überstunden ohne freie Ausgleichstage während der Hochsaison. Sie haben keine Mindestlohngarantie in der Nebensaison, werden wegen fehlerhafter Produkte mit Geldstrafen belegt und erhalten Stücklöhne, die unterschiedlich ausfallen, je nachdem, wie viel Arbeit die Unternehmensleitung ihnen abverlangt.

**Puma:** Puma ist eine deutsche Marke für Sportkleidung und Sportschuhe und hat auf dem Weg zum sechstgrößten Sportbekleidungsunternehmen der Welt alle Gewinnwachstumsrekorde geschlagen. Puma hat in der Branche rasch Modellstatus erlangt, weil es der Firma gelungen ist, Mode mit Leistung zu verbinden. Puma ist Nike, adidas und Reebok hart auf den Fersen. 2003 gab Puma an, dass sich seine jährlichen Gewinne von US\$ 150 Mio. auf US\$ 320 Mio. verdoppelt hätten. Seine drei World Cat-Einkaufsorganisationen bestellen direkt bei den Zulieferern. 90% der Schuhe und 60% der Bekleidung wird aus China, Thailand, Malaysia, Vietnam und Kambodscha geliefert; weitere Produktionsstätten befinden sich in Rumänien, Bulgarien, der Türkei, Portugal, Italien, Paraguay und den USA. Hinsichtlich der Arbeitsnormen hat Puma einige viel versprechende Schritte unternommen, um seinen ethischen Verpflichtungen nachzukommen. Ein engagiertes Beschäftigtenteam, das für diese Aufgabe bestimmt worden ist, überprüft und genehmigt neue Zulieferer und kontrolliert diejenigen, mit denen man bereits zusammenarbeitet. Puma hat mit Organisationen vor Ort Programme zur Bildung der Arbeitnehmer/innen initiiert. Die Firma hat sich im Januar 2004 der Fair Labour Association (Verband für faire Arbeitsbedingungen) angeschlossen. Dass Puma kürzere Vorgabezeiten, niedrigere Kosten und größere Flexibilität im Interesse der Gewinnsteigerung in den Mittelpunkt rückt, hat jedoch, wie die Erkenntnisse in diesem Bericht zeigen, die Beschäftigten in seinen Zulieferbetrieben erheblich belastet. Oft haben die Einkaufspraktiken der Firma die Einhaltung ihres eigenen Verhaltenskodexes untergraben. Während Puma seinen Plan verfolgt, bis 2006 zweistellige Umsatzwachstumsraten zu halten, muss es sich einer kritischen Selbstüberprüfung unterziehen, um sicherzustellen, dass „die proklamierten Normen nicht bloß leere Worte sind“ (Nachhaltigkeitsbericht, Puma 2003).



## Kapitel 3

# Zeit Für Fairplay



Photo: CCC

Sportbekleidungsfabrik in Thailand



# Zeit für Fairplay

*„In vielen Fällen gehen Verstöße gegen ethische Grundsätze auf Fehlverhalten zurück, das auch aus kommerzieller Sicht nicht wünschenswert ist.“*

(Bericht von ACONA mit dem Titel „Managing Your Supply Chain: A Choice Between Ethics and Competitive Advantage?“)

Misstände, wie sie in den vorhergehenden Kapiteln dokumentiert wurden, haben in der Öffentlichkeit massive Kritik an den Unternehmen hervorgerufen, die daran die Schuld tragen, dass das Elend der Arbeitnehmer/innen am unteren Ende der Zulieferkette fort dauert. Um ihren guten Ruf zu schützen, gingen viele Unternehmen dazu über, Verhaltenskodizes zur Einhaltung der Arbeitsrechte in ihren Zulieferbetrieben zu verabschieden. Typischerweise verpflichtet das jeweilige Unternehmen die Fabrikbetreiber, die Bestimmungen eines solchen Kodexes einzuhalten und Inspektionen durch das Unternehmen oder eigens bestimmte externe Prüfer zuzulassen. Die Arbeitsbedingungen haben sich dadurch jedoch nur geringfügig verbessert. Krasse Formen des Missbrauchs wie übermäßige lange Arbeitszeiten, Zwangsüberstunden, überzogene Stückzahl-Vorgaben, Arbeitsplatzunsicherheit durch „Flexibilität“ der Belegschaftsstärke entsprechend der schwankenden Auftragslage sowie Verstöße gegen das Organisationsrecht und das Recht auf Tarifverhandlungen sind in den Zulieferketten der großen Sportartikelunternehmen nach wie vor nur allzu häufig anzutreffen.

Unsere Untersuchungen liefern hierfür drei Haupterklärungen:

## 1 Die tiefe Kluft zwischen ethischen Grundsätzen und Einkaufspraxis

In allen für diesen Bericht untersuchten Sportbekleidungsunternehmen spiegeln sich deren ethische Grundsätze kaum in den Geschäftspraktiken ihrer Einkäufer/innen wider. Ein kürzlich von der Weltbank veröffentlichter Bericht über die soziale Verantwortung der Unternehmen kommt zu einer ähnlichen Schlussfolgerung: *„Die Mehrzahl der (an der Weltbank-Untersuchung) Beteiligten stellte fest, dass ungelöste Spannungsverhältnis zwischen Preis, Qualität und Lieferzeiten auf der einen Seite und den Erfordernissen der sozialen Verantwortung der Unternehmen auf der anderen Seite Gefahr lief, die Glaubwürdigkeit des Einsatzes der Unternehmen im Sinne ihrer sozialen Verantwortung zu untergraben.“*<sup>37</sup> Was die Einkäufer/innen und das Außendienstpersonal betrifft, bleibt für sie alles beim Alten, nachdem die für die ethische Politik im Unternehmen Verantwortlichen ihre Inspektion bei einem neuen Zulieferer abgeschlossen und ihm zugestimmt haben. Das heißt, die Einkaufsteams können weiterhin Druck auf die Zulieferer ausüben, damit diese ihre Waren schnell und flexibel liefern; sie können auf niedrige Stückpreise drängen, die Gewinnmarge der Zulieferer wo immer möglich drücken und mit Produktionsverlagerung drohen – ohne sich über die Folgen für die Arbeitnehmer/innen Gedanken zu machen. Ein Nike-Zulieferer aus Sri Lanka sagte: *„Ich wollte, es gäbe ein System zur Gewährleistung der Regeln in der anderen Richtung, d.h., dass a) die Einkäufer die Aufträge nicht wegen 5 oder 10 Cent Unterschied beim Stückpreis*

*an andere Zulieferer vergeben und dass b) Loyalität in beide Richtungen gilt – wenn wir Zulieferer die Bedingungen einhalten und bereit sind, die Arbeitsnormen zu respektieren, sollten wir auch durchgängig Aufträge bekommen.“* Weil viele Sportbekleidungsunternehmen lieber kurzfristige Geschäftsbeziehungen eingehen, verlieren ihre viel gepriesenen ethischen Verpflichtungen in Bezug auf eine nachhaltige Entwicklung in den Herstellungsländern jegliche Glaubwürdigkeit.

Ein ständiges (und von den Ethikteams der Unternehmen oft angeführtes) Problem besteht darin, dass Designer, Einkäufer und Außendienstmitarbeiter erwarten, dass die Zulieferer auch die Verzögerungen wettmachen, die auf Seiten der großen Unternehmen bei Entwicklung und Design von neuen Produkten eintreten, bis sie versandfertig sind. Außerdem erwarten sie, dass die Zulieferer die Risiken von Fehleinschätzungen der Nachfrage nach einem Produkt tragen. Die Fabrikbetreiber wiederum verlagern diese Risiken auf die Belegschaft, indem sie zur Einhaltung von Exportfristen die Arbeitszeiten verlängern und erwarten, dass die Arbeiter/innen mit kurzfristigen Produktionsänderungen fertig werden. Häufig vergeben die Zulieferer kurzfristige Aufträge auch an andere Betriebe oder an Heimarbeiter/innen, die jeglichen Inspektionen entzogen sind. Wenn etwas schief läuft, z.B., wenn im Eilverfahren erfüllte Aufträge fehlerhafte Produkte enthalten, sind es die Arbeitnehmer/innen, die den Preis dafür bezahlen, wie in Schaubild 4 deutlich wird.

Folglich sind selbst die Zulieferer, die bereit sind, die Bedingungen am Arbeitsplatz zu verbessern, nicht imstande, die hohen Erwartungen der Einkäufer/innen zu erfüllen und gleichzeitig die im Kodex festgelegten Arbeitsnormen einzuhalten. Irgendwo müssen sie Kompromisse machen, und die Fabrikbetreiber wissen, dass, solange sie keine äußerst krassen Menschenrechtsverletzungen begehen – z.B. auf Kinder- oder Zwangsarbeit zurückgreifen – die oberste Priorität darin besteht, den Auftrag den Zeit-, Kosten- und Qualitätsanforderungen entsprechend zu erfüllen. In einigen Fällen wird den Fabrikbetreibern von den Einkaufsteams der Abnehmer mitgeteilt, dass sie von einigen Bestimmungen im Kodex abweichen können: Z.B. könne während der Hauptsaison die Zahl der Arbeitsstunden über das zugelassene Maximum steigen. Der Anreiz zur Missachtung der Arbeitsnormen ist dann besonders stark, wenn ihre Einhaltung das Risiko mit sich bringt, den Kunden zu verlieren.

*„Weitere Fortschritte werden dadurch erzielt, dass die Beschäftigten mehr und besser über ihre Rechte aufgeklärt werden und dass der Schutz dieser Rechte gestärkt wird. Das muss zum Beispiel über die Gewährung des Zugangs zu öffentlichen Verfahren zur Problembewältigung erreicht werden, über die Mitwirkung in repräsentativen Gewerkschaften, den Dialog mit örtlichen Organisationen der Zivilgesellschaft und die Beteiligung an privaten Bemühungen zur Umsetzung von Verhaltenskodizes.“*

(Weltbank-Bericht zum Thema „Strengthening Implementation of Corporate Social Responsibility in Global Supply Chains“, 2003)

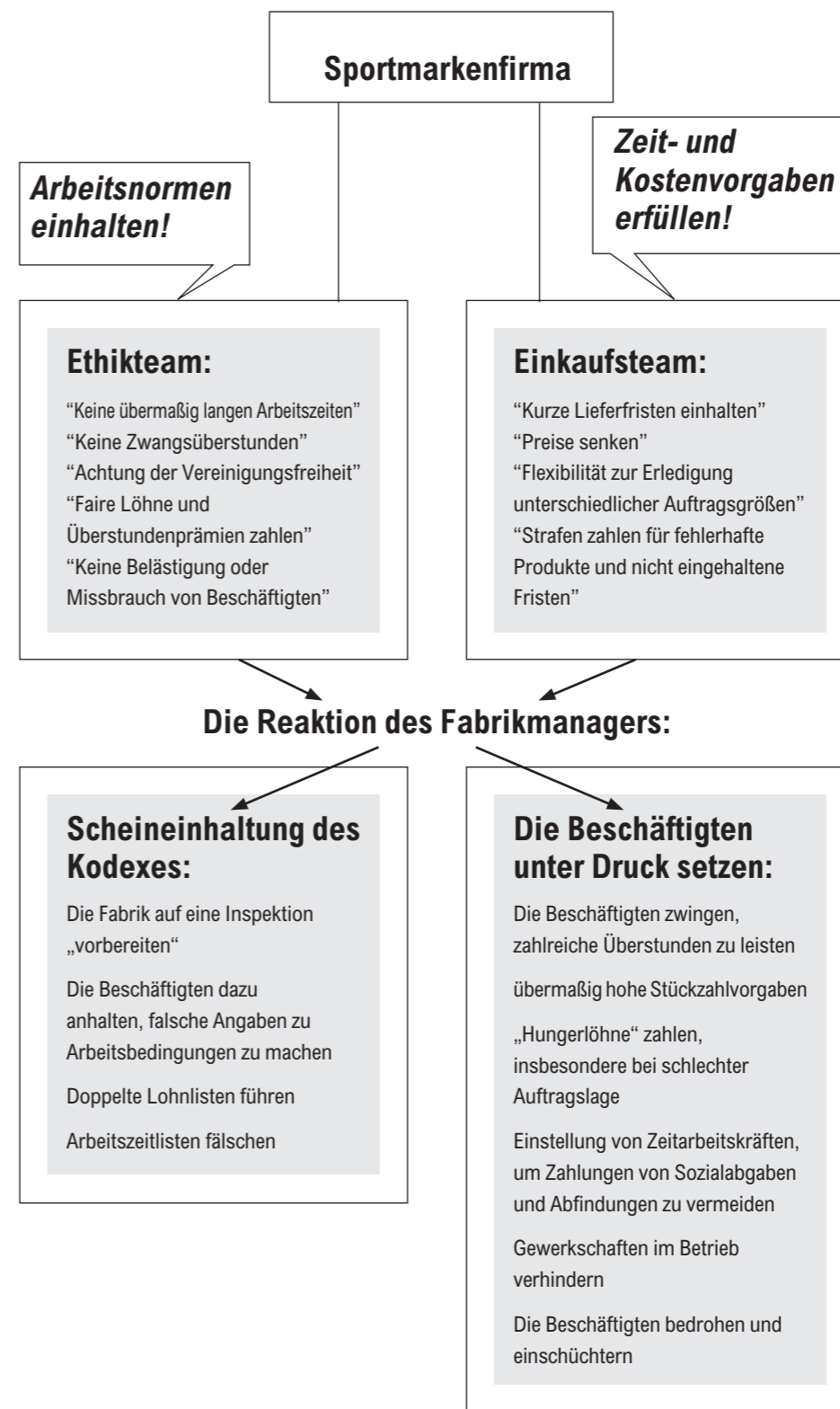


Einige Unternehmen haben gezeigt, dass sie sich des Spannungsverhältnisses zwischen ihren Einkaufspraktiken und der Einhaltung von Arbeitsnormen bewusst sind. Zu diesem Problem befragt, antwortete das für soziale Verantwortung und Umweltnormen zuständige Team bei Puma: „*Da müssen wir besser werden.*“<sup>38</sup> Nike plant ein so genanntes „Punktausgleichssystem“, in dem die Einhaltung von Arbeitsnormen bei Entscheidungen über Zulieferer gegen Kosten, Qualität und Auftragserfüllung aufgerechnet wird. Das ist ein Mittel, das Problem anzugehen<sup>39</sup>. Bei adidas arbeitet das für Unternehmensverantwortung zuständige Team gegenwärtig an einem Projekt, das die Auswirkungen ihrer Einkaufspraktiken auf die Arbeitszeiten in den Zulieferfabriken auswertet. Obwohl die Untersuchung noch nicht abgeschlossen ist, sagte Frank Henke, der Teamleiter: „*Lange Arbeitszeiten sind für viele unserer Zulieferer ein Problem, und wir sind uns bewusst, dass unsere eigenen Planungsprozesse den Zeitdruck auf sie erhöhen. Wir überprüfen unsere Planungsprozesse, passen sie an und erteilen Anweisungen, diesen Druck abzubauen.*“<sup>40</sup> Jedoch sind diejenigen, die die Notwendigkeit zur Verbesserung erkannt haben, in der Minderheit.

Als wären Hungerlöhne und wachsende Arbeitsbelastung nicht genug, müssen die Beschäftigten in den Zulieferbetrieben der Sportbekleidungsbranche auch um ihre Arbeitsplätze fürchten, während die multinationalen Abnehmer die Welt nach neuen Billiganbietern und „One Stop“-Produktionsstätten durchkämmen, um zum Nutzen ihrer Anteilseigner die Gewinne zu maximieren.

Solange sich die Sportbekleidungsunternehmen nicht auf langfristige Geschäftsbeziehungen mit den Zulieferern einlassen, ist ihr viel beschworenes ethisches Engagement für die nachhaltige Entwicklung der in diesem Bericht genannten Zuliefer-Länder wenig mehr als eine hohle Phrase.

**Schaubild 4: Doppelte Standards in der Sportbekleidungsindustrie:  
Das Dilemma der Fabrikbesitzer**



## BOX 11: Regelverstöße

Beweisfälschung für Verhaltenskodex-Inspektionen ist in der Sportbekleidungsindustrie ein gängiges Mittel.  
Diese tabellarische Übersicht enthält Beispiele, die von Beschäftigten aus fünf Sportbekleidungsfabriken in China angeführt wurden.

Fabrik	Marke	Reale Arbeitsbedingungen	Gefälschte Angaben bei der Inspektion
R	adidas, Arena, Fila, Nike, Reebok, Speedo	<p>Die Stücklöhne liegen in der Nebensaison unter dem gesetzlichen Mindestlohn bei RMB 200 – 300 (US\$ 24 - 36) monatlich.</p> <p>In der Hauptsaison arbeiten die Beschäftigten routinemäßig sieben Tage in der Woche von 7:30 Uhr bis 2:00 Uhr früh am nächsten Morgen</p>	<p>Falsche Lohnlisten besagen, dass die Beschäftigten einen garantierten Mindestlohn von RMB 345 (US\$ 42) monatlich erhalten. Der gesetzliche Mindestlohn in dieser Provinz beträgt RMB 340 (US\$ 41).</p> <p>Die Beschäftigten werden angehalten, den Inspektoren zu sagen, dass sie kaum Überstunden leisten und einen Tag pro Woche frei haben.</p>
P	Fila, Lacoste, Nike, Reebok, Umbro	<p>Der durchschnittliche Monatslohn liegt zwischen RMB 500 and 600 (US\$ 60 - 72). Bei Stücklohn sinken die Löhne oft auf RMB 300 – 400 (US\$ 36 - 48) in der Nebensaison.</p> <p>Für nicht genehmigten Urlaub wurden Strafen verhängt (drei Tage Lohnabzug zuzüglich aller Prämien), ebenso für fehlerhafte Ware (RMB 50 = US\$ 6)).</p> <p>Näherinnen arbeiten regelmäßig 12-Stunden-Schichten. In der Spitzensaison werden täglich im Durchschnitt 4 bis 5 Überstunden geleistet. Für Wochenendarbeit wird keine Überstundenprämie gezahlt.</p>	<p>Falsche Lohnlisten behaupten, dass die Arbeitnehmer/innen RMB 700 bis 800 (US\$ 84 - 96) monatlich erhalten.</p> <p>In den falschen Lohnlisten sind keine Strafen oder Lohnabzüge vermerkt.</p> <p>Die Beschäftigten werden angehalten zu sagen, dass sie maximal 10 Stunden pro Tag arbeiten, 2 Tage pro Woche frei haben und die gesetzliche Überstundenprämie bekommen.</p> <p>Die Beschäftigten berichteten, dass ihnen Antworten an die Inspektoren zu 19 Themen beigebracht wurden. Die Beschäftigten, die während der Inspektion „gute Leistungen zeigen“, werden mit RMB 180 (US\$ 21,70) belohnt.</p>
M	Umbro	<p>Stücklohn-Arbeiter/innen bekommen in der Nebensaison nicht den gesetzlichen Mindestlohn.</p> <p>In der Spitzensaison arbeiten die Beschäftigten im Schnitt 15 Stunden pro Tag ohne Ruhetag. Überstundenprämien werden nicht gezahlt.</p>	<p>Falsche Lohnlisten besagen, dass die Beschäftigten einen Mindestlohn von RMB 450 (US\$ 54) monatlich erhalten.</p> <p>Die Arbeitnehmer/innen werden angehalten zu sagen, dass sie täglich 8 Stunden arbeiten und weniger als 3 Überstunden pro Tag leisten sowie zwei Tage pro Woche frei haben.</p>
N	Mizuno, Kappa	<p>In der Spitzensaison leisten die Beschäftigten zwischen 7 und 8 Überstunden pro Tag (bis 2 Uhr früh) ohne Ruhetag.</p> <p>Die Fließbandarbeiter/innen werden nach Stücklohn bezahlt; ihre Löhne sind in der Nebensaison, wenn die Löhne bis auf RMB 300 (US\$ 36) monatlich fallen, nicht geschützt.</p> <p>Die Stücklohnzahlung ändert sich je nach dem vom Abnehmer gezahlten Preis für eine Versandeinheit.</p> <p>Jeden Monat werden wegen fehlerhafter Erzeugnisse Strafen von RMB 20 – RMB 30 (US\$ 2,40 – 3,60) verhängt.</p>	<p>Der Arbeitsvertrag besagt, dass nicht mehr als 3 Überstunden pro Tag geleistet werden dürfen und die Beschäftigten Anspruch auf 2 Ruhetage pro Woche haben.</p> <p>Die Beschäftigten berichteten, sie seien gedrillt worden, um die „richtigen“ Antworten zu geben und die Fabrik sei vor den Inspektionen gründlich gereinigt worden.</p>

## 2 Spielregeln nicht eingehalten

Trotz der generellen Einsicht, dass die effizienteste Methode zur Durchsetzung der in den Verhaltenskodizes niedergelegten Grundsätze in der Anerkennung unabhängiger Gewerkschaften und der Tarifverhandlungsrechte besteht, ist die Sportbekleidungsindustrie nach wie vor äußerst gewerkschaftsfeindlich eingestellt. Die Sportbekleidungsunternehmen und ihre Zulieferer bekennen sich allenfalls verbal zu den Grundsätzen der Vereinigungsfreiheit und freien Tarifverhandlungen. Sie haben bisher nur wenige glaubwürdige Anstrengungen unternommen, diese Haltung zu ändern — sei es einseitig im Rahmen ihrer eigenen Zulieferkette oder auf internationaler Ebene.

Insgesamt lassen unsere Nachforschungen darauf schließen, dass es manche Unternehmen mit ihren ethischen Grundsätzen ganz einfach nicht ernst meinen. Halbherzig und ohne die Investitionen in Human- und Finanzressourcen, die erforderlich wären, um das Problem wirksam anzugehen, senden sie den Zulieferern Signale, aus denen deutlich wird, wie wenig ihnen diese Fragen wirklich am Herzen liegen. Etliche führende Sportbekleidungsunternehmen scheinen wenig mehr zu tun, als den Kodex zu verfassen und ihn ihren Zulieferern zur Information zuzuschicken. In vielen Fabriken, die Sportbekleidungsfirmen beliefern, die die Umsetzung von Verhaltenskodizes für sich beanspruchen, hatten die Beschäftigten nie etwas davon gehört. So zum Beispiel in vier türkischen Sportbekleidungsfabriken, die für Lotto, Fila und Kappa arbeiten. In einer indonesischen Fabrik<sup>41</sup>, die für Umbro und Puma produziert und Waren mit dem Olympia-Logo herstellt, antworteten die befragten Arbeiter/innen entschieden: *„Es gibt keine Verhaltenskodizes in den Mauern un unserer Fabrik. Wir haben nie einen Verhaltenskodex zu Gesicht bekommen.“*

Engagiertere Unternehmen nutzen seit einigen Jahren die Dienste von Sozialaudit-Firmen, um die Einhaltung der Arbeitsnormen durch Betriebsinspektionen zu überprüfen. Die Audit-Teams dieser Firmen sind im Allgemeinen imstande, die deutlichsten Verstöße gegen Arbeitsnormen zu erkennen, aber oft entdecken sie nicht die weniger sichtbaren Verstöße wie die Unterdrückung des Organisationsrechts, übermäßig lange Arbeitszeiten oder die physische, verbale und sexuelle Belästigung der Beschäftigten. In einigen Fällen gehen Fabrikbetreiber routinemäßig dazu über, Unterlagen zu fälschen, wenn Arbeitsnorm-Inspektionen durchgeführt werden. Arbeitnehmer/innen berichten, dass Lohn- und Arbeitszeitstatistiken manipuliert würden, dass sie dazu angehalten würden, die „richtigen“ Antworten auf Fragen zu Löhnen und Überstunden zu geben, dass die Fabrik vor einer Inspektion gereinigt werde und dass in einigen

Fällen Teile der Belegschaft während der Inspektionstage beurlaubt würden, damit die Fabrik geräumiger wirkt.

Sozialaudit-Firmen arbeiten mit Checklisten. Das ist zur Feststellung einiger Probleme am Arbeitsplatz nützlich, kann aber nicht die *Ursachen* dieser Probleme bestimmen oder wirksame Lösungen entwickeln, um sie zu überwinden. Wenn diese Art von Sozialaudits isoliert durchgeführt werden, ohne die Einbeziehung der Beteiligten vor Ort (Gewerkschaften, Frauenorganisationen), die sehr viel mehr Einsicht in die Situation der Arbeitnehmer/innen haben und wissen, wie der Betrieb funktioniert, können sie nicht viel zur Verbesserung der Arbeitsbedingungen beitragen. Darüber hinaus besteht ein erhebliches Hindernis darin, dass es diesen Teams nicht gelingt, das Vertrauen der Beschäftigten, der Gewerkschaften und anderer glaubwürdiger Organisationen zu gewinnen.

Die größte Schwachstelle im jetzigen Umsetzungsmodell ist vielleicht die Tatsache, dass die Beschäftigten – die Hauptgegenstand dieser Inspektionen und Audits sind – nicht im Mittelpunkt, sondern am Rande des ganzen Systems stehen. In einigen Fabriken wurde der Kodex zwar ausgehängt, aber die Beschäftigten erklärten, sie seien nie über die Bedingungen an ihrem Arbeitsplatz befragt worden, und sie hätten auch keine klare Vorstellung davon, welchen Bezug der Kodex zu ihrem Arbeitsleben habe. In einer Sportbekleidungsfabrik<sup>42</sup> berichtete eine Arbeiterin: *Ja, es sind Verhaltenskodizes ausgehängt worden, aber beide in englischer Sprache. Sie hängen hoch oben an der Wand. Üblicherweise wurden diese Kodizes nur aufgehängt, wenn der Abnehmer kam, aber seit August 2002 hängen sie immer da. Ich habe ein bisschen in dem Kodex gelesen, aber nicht viel davon verstanden.“* Solange die Beschäftigten kaum oder gar nicht über ihre Rechte aufgeklärt werden, machen die Kodizes keinen Sinn und sind für die Arbeiter/innen kein wirksames Mittel, ihre Rechte von den Arbeitgebern einzufordern. Darüber hinaus bietet sich die einzige Gelegenheit für die Beschäftigten, ihr Anliegen gegenüber den Markenfirmen vorzutragen, während der unregelmäßigen Inspektionen oder Audits – und selbst dies ist durch die Angst vor Entlassung und dadurch, dass nur wenige Beschäftigte für Befragungen ausgewählt werden, eingeschränkt. Insgesamt erbringt dieses System nicht die nötigen Verbesserungen der Arbeitsbedingungen.



### 3 Schlechte Einkaufspolitiken eines Unternehmens untergraben die guten Praktiken der anderen

Dort, wo verschiedene Markenfirmen von derselben Fabrik beliefert werden, werden potentielle Verbesserungen, die durch das ehrliche Engagement eines Markenunternehmens erzielt werden könnten, durch das unverantwortliche Verhalten anderer untergraben. Die Branche ist so strukturiert, dass die meisten Unternehmen dieselben Zulieferer haben. Selten nimmt eine Markenfirma mehr als 70% der Produktion einer Fabrik ab. So kann es durchaus sein, dass Unternehmen, die sich auf ethische Grundsätze verpflichtet haben, ihren Zulieferbetrieb mit vielen anderen Unternehmen teilen, denen die Bedingungen in ihrer Zulieferkette völlig gleichgültig sind. Wenn eine bestimmte Markenfirma nur einer von vielen Kunden eines Zulieferers ist, hat sie kaum die Möglichkeit, auf die Einhaltung der Arbeitsnormen zu drängen, da der Zulieferer eher die Forderungen der Mehrheit der anderen Kunden im Hinblick auf Preise, Lieferzeiten und Flexibilität berücksichtigen wird. Unsere Untersuchungen lassen darauf schließen, dass in derartigen Fällen die allgemeinen Arbeitsbedingungen schlecht bleiben. Wo immer Verletzungen von Arbeitnehmer/innenrechten erfolgreich ausgemerzt wurden, war dies meist das Ergebnis der Zusammenarbeit der Unternehmen mit Gewerkschaften und unabhängigen Organisationen. Einige Unternehmen wie Nike, Reebok, adidas und Puma haben begonnen, untereinander und mit anderen Unternehmen im Rahmen von „Multi-Stakeholder“-Initiativen zusammenzuarbeiten. Darin sehen wir einen wichtigen Schritt nach vorn. Wir glauben aber, dass diesen Fortschritten Grenzen gesetzt sind, sofern nicht die Sportbekleidungsbranche insgesamt ein weiterreichendes Programm entwickelt. Dies muss gewerkschaftlichen Rechte fördern, die Grenzen des jetzigen Modells zur Anwendung von Kodizes überwinden und über branchenspezifische oder unternehmensweite Rahmenabkommen einen dauerhaften Dialog zwischen den Hauptunternehmen der Branche und der internationalen Textil-, Bekleidungs- und Lederarbeiter-Vereinigung (ITBLAV) sicherstellen.

### Wandel tut Not

Nachhaltige Kampagnen haben einige führende Unternehmen im Sportbekleidungssektor veranlasst, die erschreckenden Arbeitsbedingungen in ihren Zulieferbetrieben anzugehen. Einige dieser Unternehmen haben sogar begonnen, mit nichtstaatlichen Organisationen und Gewerkschaften zusammenzuarbeiten, um Wege zu finden, ihre ethischen Grundsätze konkret umzusetzen. Aber ihre

Bemühungen reichen bisher bei weitem nicht aus: Beispiele guter Praktiken kommen nur vereinzelt vor und konzentrieren sich auf einige wenige führende Unternehmen.

Wenn die **Sportbekleidungsunternehmen** sicher sein wollen, dass in ihren Zulieferbetrieben die Arbeitnehmer/innenrechte tatsächlich beachtet werden, sind folgende Schritte notwendig:

- 1) **Entwicklung und Umsetzung einer glaubwürdigen Politik zur Verbesserung der Arbeitsrechte.** Damit würden Zulieferer und deren Subunternehmer aufgerufen, international anerkannte Arbeitsnormen einzuhalten, einschließlich aller von der IAO als grundlegende Rechte am Arbeitsplatz definierter Bestimmungen sowie des Rechts auf einen zum Lebensunterhalt ausreichenden Lohn auf der Basis einer regulären Arbeitswoche, die 48 Stunden nicht übersteigt, menschenwürdiger Arbeitszeiten ohne Zwang zu Überstunden, eines sicheren und gesunden Arbeitsplatzes frei von Belästigung sowie eines anerkannten Beschäftigungsverhältnisses mit arbeits- und sozialrechtlichem Schutz. Einige Unternehmen haben diesen ersten Schritt bereits getan, andere eindeutig nicht.
- 2) **Andere Einkaufspraktiken, die nicht die Ausbeutung der Beschäftigten fördern.** Die Unternehmen müssen glaubwürdige und nachprüfbare Schritte in folgender Richtung unternehmen:
  - ▶ Unternehmensstrategien zur Förderung der Arbeitsrechte müssen in die derzeitigen Einkaufspraktiken integriert werden, damit letztere nicht mehr die Fähigkeit der Betriebe untergraben, den Arbeitsnormen zu entsprechen. Das bestehende Spannungsverhältnis muss von den Zulieferbetrieben, den Einkäufer/innen, Außendienstmitarbeiter/innen und den für die ethische Politik des Unternehmens Zuständigen gemeinsam aufgelöst werden.
  - ▶ Die Arbeitsnormen müssen ein zentrales Kriterium bei der Auswahl von Zulieferern sein – ebenso wie preis-, zeit- und qualitätsgebundene Indikatoren. Zulieferer müssen dabei unterstützt werden, bessere Arbeitsbedingungen in ihren Betrieben zu schaffen.
  - ▶ Den Zulieferern dürfen keine unrealistischen Lieferfristen abverlangt werden, wenn diese zu Missbrauch und ausbeuterischen Arbeitsbedingungen führen.
  - ▶ Ineffizienz in der Produktion, die auf den Auftraggeber zurückgeht, darf nicht ungerechterweise dem Zulieferbetrieb angelastet werden. Wo Verzögerungen

seitens des Auftraggebers Kosten für den Zulieferbetrieb verursachen, muss der Auftraggeber dafür gerade stehen.

- ▶ Mit den Zulieferern müssen faire Preise ausgehandelt werden: Preise, die die tatsächlichen Arbeitskosten der Produktion widerspiegeln und dem Zulieferer die Möglichkeit geben, Arbeitsnormen einschließlich fairer Arbeitszeiten einzuhalten, für den Lebensunterhalt ausreichende Löhne zu zahlen, feste Arbeitsverträge abzuschließen, Sozialabgaben zu entrichten und ein gesundes und sicheres Arbeitsumfeld zu gewährleisten.
- ▶ Mit den Zulieferern und ihren Betrieben müssen stabile, langfristige Beziehungen aufgebaut werden, was dann wiederum ermöglicht, Dauerarbeitskräfte zu fairen Bedingungen einzustellen.
- ▶ Unternehmen müssen sicherstellen, dass ihre Einkäufer/innen und Außendienstmitarbeiter/innen begreifen, dass sie dafür verantwortlich sind, dass ihre Anforderungen an die Fabriken im Hinblick auf Preis, Zeitvorgaben und Flexibilität nicht die Arbeitsnormen im Betrieb untergraben.
- ▶ Die Ethikteams müssen das Mandat bekommen, sozial unverantwortlichen Einkaufspraktiken der Einkäufer/innen und des Außendienstpersonals wirksam entgegenzutreten.

### 3) Verhaltenskodizes zur Förderung der Arbeitsrechte müssen nachhaltige Verbesserungen der Arbeitsbedingungen bewirken. Die Unternehmen müssen folgenden Reformen besondere Aufmerksamkeit widmen:

- ▶ Sie müssen ihren Zulieferern, den Fabrikbetreibern und deren Subunternehmern eindeutig klar machen, dass die Rechte der Arbeitnehmer/innen, Gewerkschaften zu gründen, ihnen beizutreten und Tarifverhandlungen zu führen, von grundlegender Bedeutung für die Einhaltung der Arbeitsnormen sind und dass es inakzeptabel ist, diese demokratischen Rechte zu untergraben.
- ▶ In Zusammenarbeit mit den Beschäftigten, Gewerkschaften und glaubwürdigen örtlichen Organisationen müssen Arbeitsplatzinspektionen durchgeführt werden. Dabei ist sicherzustellen, dass derartige Inspektionen alle Formen von Fehlverhalten berücksichtigen, einschließlich der weniger offensichtlichen Verstöße.
- ▶ Die Unternehmen müssen den Beschäftigten zugängliche und sichere Möglichkeiten bieten, Ausbeutung und Missbrauch melden zu können, und die Beschäftigten müssen sicher sein, dass das Unternehmen diesbezüglich tätig wird. Darüber hinaus müssen in Zusammenarbeit

mit Gewerkschaften und glaubwürdigen örtlichen Organisationen verstärkt Schulungsprogramme für die Beschäftigten angeboten werden, damit sie ihre Rechte kennen lernen und die Beschwerdemechanismen wirklich nutzen.

- ▶ Die Beschäftigten müssen erfahren, wenn als Resultat von Inspektionen Schritte zur Verbesserung der Arbeitsbedingungen eingeleitet wurden, und sie müssen die Möglichkeit haben, zu berichten, ob die Korrekturmaßnahmen tatsächlich getroffen wurden.
- ### 4) Gemeinsam der Sportbekleidungsbranche immanente Probleme ausmerzen.
- Die Unternehmen in diesem Sektor müssen folgende Maßnahmen treffen:
- ▶ Sie müssen öffentlich die Bedeutung eines branchenweiten Vorgehens zur Lösung der in diesem Bericht dargestellten Probleme anerkennen.
  - ▶ Sie müssen gemeinsam mit Gewerkschaften und anderen betroffenen Organisationen die Auswirkungen der Praktiken der Sportbekleidungsindustrie auf die Arbeitsnormen prüfen. Dabei müssen sie die Strategien und Vorgehensweisen identifizieren, die für Verletzungen der Arbeitnehmer/innenrechte verantwortlich sind und unter besonderer Berücksichtigung der Notwendigkeit, ethische Grundsätze und Einkaufspraktiken miteinander in Einklang zu bringen, Gegenmaßnahmen treffen.
  - ▶ Gemeinsam mit Gewerkschaften und anderen betroffenen Organisationen müssen sie ein Programm erstellen, das die gewerkschaftlichen Rechte der Arbeitnehmer/innen fördert. Und sie müssen über ein branchenweites Rahmenabkommen für einen ständigen Dialog der bedeutendsten Unternehmen des Sektors mit der Internationalen Textil-, Bekleidungs- und Lederarbeiter-Vereinigung (ITBLAV) sorgen. Ein solches Abkommen muss darauf abzielen, der systematischen Ausbeutung der Beschäftigten in der Branche ein Ende zu machen und auf wirksame Weise zur Optimierung der bestehenden Mechanismen zur Verbesserung der Arbeitsbedingungen in der Sportbekleidungsindustrie beitragen.



Demonstration für Arbeitsrechte in Indonesien

Photo: Novib

**5) Die Öffentlichkeit muss darüber informiert werden, wie die Sportartikel hergestellt werden; dazu gehören Informationen über den Einfluss der Geschäftspraktiken auf die Arbeitsbedingungen in den Zulieferbetrieben.**

Die Unternehmen müssen folgende Maßnahmen treffen:

- ▶ Sie müssen Informationen über Beschäftigungspraktiken in ihren Zulieferbetrieben veröffentlichen, einschließlich Informationen, die auf Inspektionen und Sozial-Audits zurückgehen.
- ▶ Sie müssen über Fälle berichten, in denen Maßnahmen zur Verbesserung der Arbeitsbedingungen mit den Zulieferern vereinbart wurden; und sie müssen berichten, ob diese Korrekturmaßnahmen tatsächlich getroffen wurden.

**Die Zulieferer und Fabrikbetreiber** müssen ihre direkte Verantwortung für die Einhaltung der Arbeitnehmer/innenrechte akzeptieren. In ihrem Bemühen, Gewinne zu machen, dürfen sie nicht gegen Arbeitsgesetze verstoßen und ihre Beschäftigten ausbeuten oder missbrauchen – unabhängig davon, wie wettbewerbsintensiv der Markt ist. Die kurzfristigen Vorteile, die sich aus solchem Verhalten ergeben, gehen langfristig verloren, wenn die Beschäftigten die Fabrik verlassen oder weniger produktiv, weniger kompetent, unmotiviert und krank werden. In diesem Sinne müssen die Fabrikbetreiber folgende Praktiken einführen:

- ▶ Sie müssen ihren Beschäftigten Arbeits- und Beschäftigungsbedingungen bieten, die den internationalen Arbeitsnormen und den nationalen Gesetzen (jeweils im Sinne der besseren Schutzbestimmungen) entsprechen.
- ▶ Sie müssen das Recht der Arbeitnehmer/innen, sich gewerkschaftlich zu organisieren und Tarifverhandlungen zu führen, beachten.
- ▶ Sie müssen den Beschäftigten einen für den Lebensunterhalt ausreichenden Lohn auf der Basis einer regulären Arbeitswoche zahlen, die 48 Stunden nicht überschreitet, bei humanen Arbeitszeiten ohne Zwangsüberstunden und in einem sicheren und gesunden Arbeitsumfeld, das frei von Belästigungen ist.
- ▶ Sie müssen den Interessen der Arbeitnehmerinnen im Hinblick auf Chancengleichheit, Kinderbetreuung und familiäre Verantwortung, Schwangerschaft und Mutterschaftsurlaub Rechnung tragen und auch ihnen die Freiheit gewähren, sich gewerkschaftlich zu betätigen.
- ▶ Sie müssen sicherstellen, dass alle Arbeitnehmer/innen legal beschäftigt werden und die Arbeitgeber sich nicht durch den Missbrauch von Zeit- und Gelegenheitsarbeiter/innen ihren gesetzlichen Verpflichtungen entziehen.

- ▶ Sozialleistungen wie Mutterschaftsurlaub, Krankenurlaub, Jahresurlaub, Krankenversicherung und Lohnschutzbestimmungen müssen für alle Beschäftigtenkategorien gelten.
- ▶ Nachhaltige Managementpraktiken müssen die Möglichkeit bieten, wettbewerbsfähig und produktiv zu sein, indem in die Befähigung, Motivation und das Wohlergehen der Belegschaft investiert wird.

**Die Regierungen** müssen vieles tun, um ihrer Verantwortung gegenüber den Beschäftigten gerecht zu werden. Sie müssen aktiv dafür Sorge tragen, dass die Arbeitsgesetzgebung im Einklang mit internationalen Arbeitsnormen steht und tatsächlich durchgesetzt wird. Besondere Aufmerksamkeit muss folgenden Maßnahmen zukommen:

- ▶ Regierungen müssen die Rechte der Beschäftigten in der Bekleidungs- und Sportschuhindustrie schützen. Die besonderen Bedürfnisse von Frauen im Hinblick auf Arbeitsschutz, Mutterschaftsurlaub und Kinderbetreuungsmöglichkeiten werden häufig vernachlässigt. Darüber hinaus werden sie oft in Bezug auf Löhne und Arbeitsplätze diskriminiert, ohne etwas dagegen unternehmen zu können.
- ▶ Das Recht, Gewerkschaften zu gründen und ihnen beizutreten und das Recht auf Tarifverhandlungen sind Grundrechte müssen eingehalten werden. Wie dieser Bericht zeigt, werden diese Rechte häufig direkt von den Arbeitgebern verletzt, und diese Verstöße werden von den Regierungen oft gedeckt oder toleriert. Dass viele Regierungen die Arbeitsrechte nicht schützen, hat die Möglichkeit der Arbeitnehmer/innen, ihre Interessen wahrzunehmen, erheblich geschwächt und in der Sportbekleidungsbranche zu systematischer Ausbeutung und Missbrauch geführt.
- ▶ Arbeits- und sozialrechtliche Schutzbestimmungen und Leistungen müssen allen Beschäftigten zugute kommen, gleichgültig, ob sie unbefristet, zeitlich befristet, als Gelegenheits- oder Heimarbeiter/innen tätig sind. In dem Bemühen, über „flexiblere“ Arbeitskräfte zu verfügen, haben viele Regierungen den Arbeitgebern gestattet, ihre Verpflichtungen zu umgehen, zum Beispiel, indem sie im Rotationsverfahren Zeitarbeiter/innen einstellen und sich damit den gesetzlichen Verpflichtungen zur Zahlung von Mindestlöhnen, Sozialleistungen und Abfindungen entziehen.
- ▶ Die Regierungen müssen gewährleisten, dass die Beschäftigten mindestens einen zum Lebensunterhalt ausreichenden Lohn erhalten, d.h. ein Entgelt, das ausreicht, um den Grundbedarf der Arbeitnehmer/innen und ihrer Familien abzudecken und ihnen ein gewisses zusätzliches Einkommen ermöglicht.



# Anhang

- ▶ Die nationalen Mechanismen zur Überprüfung der Betriebe und die Möglichkeiten der Arbeitnehmer/innen, Beschwerden einzureichen, müssen gestärkt werden.
- ▶ Die Respektierung der Arbeitnehmer/innenrechte muss auch auf internationaler Ebene, insbesondere durch die IAO, gefördert werden.

Wir hoffen, dass die **olympische Bewegung** im Vorfeld der Spiele von Athen und in der weiteren Zukunft ernsthaft darangehen wird, die Einhaltung der Arbeitsrechte durch die Sportbekleidungsindustrie sicherzustellen. Sie kann ihrem Engagement über das **Internationale Olympische Komitee (IOC), die Nationalen Olympischen Komitees (NOK) und die Organisationskomitees zur Vorbereitung der Olympischen Spiele (OK)** Ausdruck verleihen, indem folgende Maßnahmen getroffen werden:

- ▶ Die Olympischen Charta muss zur Aufnahme einer spezifischen Verpflichtung zur Achtung der Arbeitnehmer/innenrechte geändert werden.
- ▶ Das IOC muss einen öffentlichen Aufruf zur Beendigung von Ausbeutung und Missachtung von Arbeitsrechten bei der Produktion von Sportbekleidung verkünden und Druck auf die Sportbekleidungsindustrie ausüben, damit sie glaubwürdige Schritte unternimmt.
- ▶ Das IOC muss eine Politik beschließen, derzufolge sämtliche Lizenz-, Sponsoren- und Vermarktungsabkommen, die das IOC, die NOK und die OK eingehen, als Vertragsbedingung vorsehen, dass die Herstellung von Produkten mit dem Olympia-Logo nur unter Arbeitsbedingungen erfolgen darf, die im Einklang mit den von der IAO definierten und international anerkannten Arbeitsnormen stehen.
- ▶ Zur Durchsetzung einer solchen Politik muss die olympische Bewegung entsprechende Mittel einsetzen. Dazu gehören auch Verfahren, die Fälle von Ausbeutung und Missbrauch von Beschäftigten bei der Herstellung von Produkten mit dem Olympia-Logo überprüfen. Strenge Überprüfung der Arbeitsbedingungen und umgehende Reaktion auf Missbrauchsvorwürfe müssen routinemäßig erfolgen.

**Die Öffentlichkeit** spielt eine entscheidende Rolle dabei, die Sportbekleidungsindustrie zur Verbesserung ihrer Einkaufspolitik und ihrer Beschäftigungspraktiken zu bewegen. Sie sollte dazu aufrufen:

- ▶ dass die Sportbekleidungsunternehmen sich eindeutig zur Einhaltung der internationalen Arbeitsnormen in ihren Zulieferbetrieben verpflichten und einen zum Lebensunterhalt ausreichenden Lohn auf der Basis einer regulären Arbeitswoche von nicht mehr als 48 Stunden bei humanen Arbeitszeiten ohne Zwangsüberstunden und in einem belästigungsfreien, sicheren und gesunden Arbeitsumfeld garantieren;
- ▶ dass Unternehmen dafür Sorge tragen, dass ihre Einkaufspraktiken diese Verpflichtungen nicht unterlaufen;
- ▶ dass Unternehmen ihre Beschäftigungspraktiken und deren Auswirkungen auf die Arbeitsbedingungen in ihren Zulieferbetrieben offen legen.

## Achtung der Gewerkschaftsrechte – die Kluft zwischen Theorie und Praxis

Land	Gewerkschaftsgesetze	Gewerkschaftsrechte in der Praxis
Bulgarien	Gewerkschaftsrechte gesetzlich anerkannt.	Gewerkschaftsmitglieder sind Bedrohung und Diskriminierung ausgesetzt. Arbeitgeber verweigern Tarifverhandlungen.
Kambodscha	Gewerkschaftsrechte gesetzlich geschützt. Das Gesetz gestattet Arbeitgebern, Gewerkschaften von Verhandlungen auszuschließen.	Gewerkschaftstätigkeit beschränkt: Die meisten Arbeitnehmer/innen wissen kaum etwas über Gewerkschaften oder über ihre Rechte. Die Arbeitgeber sind gegenüber Gewerkschaften sehr feindselig eingestellt, insbesondere in der Bekleidungsbranche. Aktive Gewerkschaftsmitglieder werden eingeschüchtert und entlassen. Im Januar 2004 wurde der Gewerkschaftsführer Chea Vichea ermordet. Zuvor hatte er Berichten zufolge aufgrund seiner politischen und Gewerkschaftsarbeit Morddrohungen erhalten.
China	Gewerkschaften nur innerhalb offizieller Strukturen anerkannt. Vereinigungsfreiheit in der Verfassung anerkannt, jedoch nicht im Gewerkschaftsgesetz. Schutz des Streikrechts 1982 aus der Verfassung gestrichen.	Alle Versuche, außerhalb der offiziellen Strukturen Arbeitnehmerorganisationen zu schaffen, werden unterdrückt und oft mit Gefängnisstrafen geahndet. Die Beschäftigten, insbesondere Wanderarbeiter/innen, sind Verletzungen der Gewerkschafts- und anderer Menschenrechte ausgesetzt. Das Arbeitsrecht wird oft missachtet.
Indonesien	Recht zur Gründung von Gewerkschaften anerkannt, jedoch mit strengen Einschränkungen. Einmischung seitens der Regierung gesetzlich erlaubt.	Zahlreiche Proteste und Streiks, jedoch meist „illegal“ wegen Nichteinhaltung der langwierigen Schlichtungsverfahren. Gewerkschaftsmitglieder werden von Arbeitgebern eingeschüchtert und ungerechtfertigter Weise entlassen. Wer protestiert, sieht sich polizeilicher Gewalt ausgesetzt.
Thailand	Das Gesetz erkennt Gewerkschaftsrechte und Tarifverhandlungen an und verbietet gewerkschaftsfeindliche Diskriminierung durch die Arbeitgeber. Das Streikrecht ist anerkannt.	In der Praxis sind Tarifverhandlungen nicht abgesichert. Nur ein geringer Teil der Beschäftigten wird von einem Tarifvertrag erfasst. Im Dezember 2003 wurden 269 Beschäftigte einer Bekleidungsfabrik wegen illegaler Streiks verhaftet. Die meisten waren birmanische Wanderarbeiter/innen mit legalen Arbeitsgenehmigungen.
Türkei	Gewerkschaftsrechte anerkannt, jedoch mit erheblichen Einschränkungen, insbesondere in Bezug auf Verhandlungs- und Streikrechte.	Tarifverhandlungen werden oft behindert, und es gibt Berichte über Bedrohungen, gewerkschaftsfeindliche Maßnahmen und Streikbrecheraktionen. Gewerkschaftsführer wurden aufgrund ihrer Tätigkeit inhaftiert und zum Teil in der Haft misshandelt.

Der IBFG erstellt einen jährlichen Bericht über die Verletzung von Gewerkschaftsrechten, der unter folgender Internetadresse verfügbar ist: [www.icftu.org/survey](http://www.icftu.org/survey)

## Hintergrundstudien

APLU (2003) "Interviews with Taiwanese suppliers to sportswear companies", Taipei: Oxfam GB

BEPA (2003) "Puma in Bulgaria", Clean Clothes Campaign

Cunliffe, L. (2003) "The Garment Sector Business Model for Purchasing Practices throughout the supply-chain", Oxford: Oxfam GB

Kaya, E.S. (2003) "Sportswear factories in Turkey", Ankara: Clean Clothes Campaign

Muchlala B. und Connor, T. (2003) "Working conditions in Indonesian sportswear factories in Jakarta and Bandung EPZ areas", Jakarta: Oxfam GB und Oxfam Community Aid Abroad

Womyn's Agenda for Change (2003), "Fashion and its Victims", Phnom Penh: Oxfam GB

Womyn's Agenda for Change (2003), "Interviews with workers on working conditions in the Cambodian sportswear sector", Phnom Penh: Oxfam GB

Yimprasert, J. und Thai Labour Campaign, (2003) "Supply Chains in the Thai Garment Industry: The Impact on Workers!", Bangkok: Oxfam

## Anmerkungen

1 Dazu gehören der Internationale Bund Freier Gewerkschaften (IBFG), die zehn Globalen Gewerkschaftsföderationen (GUF) und der Gewerkschaftliche Beratungsausschuss (TUAC) bei der OECD. Die GUF bestehen aus der Internationalen Textil-, Bekleidungs- und Lederarbeiter-Vereinigung (ITBLAV), die die Gewerkschaften der Textilbranche vertritt, sowie UNI, IBBH, IUL, IMB, IÖD, BI, IJF, ITF und ICEM - die vollständigen Namen finden sich unter [www.global-unions.org](http://www.global-unions.org)

2 Mamic, I. (2003), "Business and Code of Conduct Implementation: How firms use management systems for social performance." (Internationale Arbeitsorganisation)

3 Alle Beträge sind von Baht in US\$ konvertiert.

4 Fabrik L und Fabrik M.

5 Fabriken W, X, Y, und Z.

6 Fabrik CA.

7 Fabrik L und Fabrik M.

8 Fabrik N.

9 Fabrik W.

10 Fabrik CD.

11 Mit Genehmigung der Arbeitnehmer/innen machte die Clean Clothes Campaign Lotto auf etliche missbräuchliche Arbeitsbedingungen in dieser Fabrik aufmerksam. Lotto reagierte mit Druck auf den Lizenznehmer im Vereinigten Königreich, der direkt für die Beziehung mit der Fabrik zuständig ist, um sich mit der Situation zu befassen. Wahrscheinlich wird noch in diesem Jahr ein Audit dieser Fabrik stattfinden.

12 Fabrik V.

13 Fabrik CE.

14 Fabrik H.

15 Marktinformationen der Sportgüterindustrie, Sportschuhe und Sportbekleidung 2003.

16 "US Sporting goods imports resume growth", 6. März 2003, SGMA-Presseerklärung.

17 Bei der Schuhherstellung entscheiden sich die Sportmarken im Allgemeinen für langfristig angelegte Beziehungen mit einigen wenigen Zulieferern, wobei sie es

oft vorziehen, direkt mit dem Hersteller zu verhandeln, anstatt einen Agenten oder Zuliefer-Manager dazwischenzuschalten. Bei der Bekleidung dagegen sehen sich die Unternehmen bei einer Vielfalt von Zulieferern um und ordern kleinere Mengen bei einer größeren Zahl von Herstellern. Vgl. Mamic, I. (2003), op. cit.

18 Dies gilt insbesondere für Bekleidung. Vgl. Fußnote 17 sowie die von NOVIB in Auftrag gegebene Untersuchung von Zeldenrust, I. und Ascoly, N., „East and Southeast Asia Regional Labour Research Report“, (August 2003).

19 Clean Clothes Campaign (Veröffentlichung März 2004) „Report on Small Sports Brands“.

20 ACONA, „Managing Your Supply-chain: A Choice Between Ethics and Competitive Advantage?“, Februar 2004.

21 Siehe auch N. Ascoly, ‚Pricing in the Global Garment Industry‘, Bericht über ein internationales Seminar organisiert von IRENE, Clean Clothes Campaign und EED am 20. Februar 2003 in Mülheim an der Ruhr, Deutschland.

22 Changsorn, P., „Regional hub – Nike see potential in Thailand“, The Nation, 29. September 2003

23 E-Mail-Korrespondenz mit Reiner Seiz, Generalmanager für weltweiten Einkauf und Logistik, 28. November 2003.

24 Interview mit dem Fabrikbesitzer, Oktober 2003.

25 Interview mit dem Eigentümer der Fabrik EC, Dezember 2003.

26 Nike kehrte schließlich zu dem Zulieferer in Sri Lanka zurück und akzeptierte den höheren Preis, weil die Produktqualität besser war.

27 Fabrik C und E.

28 Fabrik U

29 Fabrik I.

30 Fabrik Q.

31 Fabrik M.

32 Fabrik L.

33 Dieses Unternehmen ist auch offizieller Lizenznehmer für Nike, Reebok, Manchester United und Diadora sowie lizenzierte Hersteller für Puma in Australien.

34 Fabrik D.

35 Interview von Oxfam, 6. August 2003.

36 Die jüngsten Entwicklungen scheinen auf einen Meinungswandel bei der Weltbank zu deuten. Im Januar 2004 gewährte die für Kredite an die Privatwirtschaft zuständige Organisation der Weltbank, die International Finance Corporation (IFC), Grupo M, einem großen Bekleidungshersteller aus der Dominikanischen Republik, einen Kredit zum Bau einer Produktionsstätte in Haiti. Im Laufe der Kreditverhandlungen legten Gewerkschaften Videomaterial über von Grupo M ausgehende Gewaltanwendung gegen Beschäftigte vor, die Gewerkschaften bilden wollten. Infolgedessen wurde der Kredit nur unter der Voraussetzung gewährt, dass das Unternehmen explizit die Rechte seiner Beschäftigten auf Vereinigungsfreiheit und Tarifverhandlungen anerkannte. Die IFC überlegt jetzt, Kernarbeitsnormen zur obligatorischen Vorbedingung jeder Kreditvergabe zu machen.

37 Jorgensen, H., Pruzan-Jorgensen, M., Jungk, M., und Cramer, A., (2003), „Strengthening Implementation of Corporate Social Responsibility in Global Supply Chains“ (Weltbankgruppe). Ein kürzlich erschienener IAO-Bericht kommt zu einer ähnlichen Schlussfolgerung und stellt fest, dass „die allen Sektoren gemeinsame grundlegende Herausforderung in der Notwendigkeit liegt, die soziale Verantwortung der Unternehmen in die Einkaufspolitik zu integrieren, was bisher, falls überhaupt, nur langsam der Fall war“. Siehe Mamic, I., (2003), op. cit.

38 Interview von Oxfam, 6. August 2003.

39 E-Mail-Korrespondenz mit Maria Eitel, für soziale Unternehmensverantwortung zuständige Vizepräsidentin bei Nike, 6. Februar 2004.

40 Interview von Oxfam, 6. August 2003.

41 Fabrik I.

42 Fabrik H.



