

Olympisches Gold für Höchstleistungen in der Kleiderfabrik

www.evb.ch



E v B

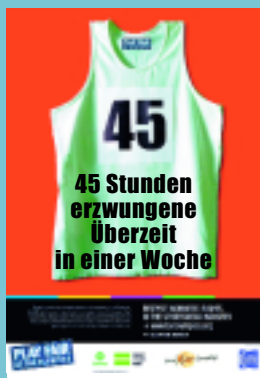
ERKLÄRUNG VON BERN



SGB Schweizerischer
Gewerkschaftsbund
USS Union syndicale
suisse
USS Unione sindacale
svizzera

«In der Hochsaison arbeiten wir bis zwei oder drei Uhr in der Früh. Auch wenn wir noch so erschöpft sind, wir haben keine Wahl. Wir können keine Überstunden ablehnen, weil unsere Löhne so niedrig sind.» (Das Foto von Phan ist aus Sicherheitsgründen nur typähnlich).

«Play Fair bei Olympia»



«Der Olympismus», so heisst es in der Charta der Olympischen Spiele, «(ist) darauf gerichtet, eine Lebensweise herbeizuführen, die auf die Freude von Bemühung, den Erziehungswert vom guten Beispiel, die Achtung fundamentaler und universal gültiger ethischer Prinzipien gegründet ist.»

Der Bericht «Play Fair bei Olympia», der gemeinsam von Oxfam International, der Clean Clothes Campaign und dem Gewerkschaftsnetz Global Unions herausgegeben wurde, zeigt, dass die Geschäftspraktiken der grössten Sportbekleidungsunternehmen gegen Geist und Buchstaben der Charta verstossen.

Download des Berichts unter: www.evb.ch

Clean Clothes Campaign



Kleider kaufen macht Spass. Und Kleider machen? Die wenigsten von uns kennen die grauvollen Bedingungen, unter welchen in Asien, Lateinamerika und Afrika unsere Kleider hergestellt werden. Die Clean Clothes Campaign (CCC) setzt sich seit 15 Jahren für gerecht produzierte Kleider ein. Über 70 000 Konsumentinnen und Konsumenten bestätigten uns seit 1999, dass sie ihrem Modemodus einen Denkkettel gesandt haben. Einige Unternehmen haben erste Schritte in die richtige Richtung unternommen. Verschiedene Hilfswerke, Gewerkschaften, Jugendverbände sowie Organisationen im Konsumentenschutz und im fairen Handel unterstützen die von der Erklärung von Bern (EvB) koordinierte CCC in der Schweiz.

Näherinnen im CCC-Bildungsprojekt in Tiripur, Indien.



Foto: Clean Clothes Campaign

Täglich Höchstleistung zum Hungerlohn

Phan ist 22 Jahre alt und verdient rund 25 Rappen in der Stunde. Sie erhält etwa 50 US-Dollar pro Monat. Davon werden für den Schlafplatz, Reis, Strom, Wasser und die Arbeitnehmer-Registrierungsgebühr 15 US-Dollar abgezogen. Ausbezahlt werden in der Hochsaison etwa 35 US-Dollar. In manchen Monaten erhält sie aber noch viel weniger. Es bleiben weder Zeit noch Geld fürs Leben.

Das Beispiel der Wanderarbeiterin Phan, die in einer Bekleidungsfabrik in Thailand Sportkleidung für Puma näht, spricht für sich. Wie ihr geht es Millionen von Beschäftigten in der Sportbekleidungsindustrie. Für einen Arbeitsplatz in der Weltmarktfabrik müssen sie mit ihrer Gesundheit und ihrer Jugend bezahlen. Nach wenigen Jahren und unzähligen Nachtschichten sind sie ausgelugt.

Die Arbeitsrechte bleiben auf der Strecke

Der Grund dafür liegt in der Geschäftspolitik der Markenfirmen: sinkende Preise und immer kürzere Lieferfristen. Die Firmen üben einen permanenten Druck auf ihre Lieferanten aus und nehmen keine Rücksicht auf die Arbeitsbedingungen. Die NäherInnen werden zu Überstunden gezwungen, damit die Kleider termingerecht bei uns ins Regal gelangen. Die Gewerkschaftsarbeit und die Organisationsfreiheit werden systematisch behindert. Für Materialfehler werden Bussen erhoben, und die obligatorischen Sozialabgaben werden vorenthalten. Die nationalen Arbeitsgesetze bleiben da oft auf der Strecke.

Olympia-Appell für fair produzierte Sportbekleidung

Die olympische Bewegung, insbesondere das Internationale Olympische Komitee (IOK), hat diesen Skandal bisher in inakzeptabler Weise ignoriert. Fairplay galt nicht als Voraussetzung, weder für Athen-2004-Sponsoren (z. B. Adidas) noch für den Produzenten der Olympia-Uniformen (Mizuno) oder die unzähligen Lizenznehmer von Olympia-Artikeln. Jetzt soll die olympische Bewegung ernsthafte Schritte für faire Arbeitsbedingungen in den Kleiderfabriken unternehmen. Sie kann dies ganz einfach, indem sie die Lizenz- und Sponsoringverträge ändert. Wenn das IOK den Weg weist, werden auch die nationalen Komitees und die Sportfirmen folgen. Richten auch Sie den Olympia-Appell ans IOK und sammeln Sie Unterschriften in Ihrer Bekanntschaft. Damit der Geist der Fairness möglichst bald auch in der Kleiderfabrik Einzug hält!

Play-Fair-Kampagne in fünf Kontinenten

Die internationale Kampagne läuft unter dem Motto «Play Fair bei Olympia» und ist in über 40 Ländern auf allen Kontinenten präsent. Über die unzähligen Aktionen wird im Internet berichtet (www.fairolympics.org). In der Schweiz wird die Olympia-Kampagne getragen von der Clean Clothes Campaign (CCC), der Erklärung von Bern (EvB) und dem Schweizerischen Gewerkschaftsbund (SGB). Weitere Organisationen und Verbände unterstützen die Olympia-Kampagne. Für Unterlagen wenden Sie sich an die EvB (Telefon: 01 277 70 00) oder besuchen Sie unsere Homepage www.evb.ch.

Schwere Mängel in der B-Klasse

Die Kampagne im Olympiajahr 2004 zielt bewusst auf die kleineren Markenfirmen (B-Klassen) wie Fila, Umbro, Asics, Mizuno, Lotto, Kappa und New Balance. Diese Firmen haben noch weniger als die ganz grossen oder noch gar nichts unternommen. Doch das Sozialdumping eines wenn auch kleineren Unternehmens untergräbt die guten Bemühungen der anderen. Weil in einer Fabrik oft für viele Marken produziert wird, sind auch die drei Grossen (Adidas, Nike, Reebok) im Sündenregister der CCC (Sportswear Industry Data and Company Profiles, 2004) oft aufgelistet. Download des englischen Berichts unter: www.evb.ch



Mizuno, Japan (137 Millionen US-Dollar)

Bekleidet 2004 die IOK-Funktionäre.
Sponsor des Olympia-Museums in Lausanne.
Hat statt einen sozialen Verhaltenskodex nur Ethikrichtlinien.
Fabrik in China: Sie arbeiten bis 2 Uhr früh, 7 Tage die Woche.



Fila, USA (955 Millionen US-Dollar)

Sponsor von 572 Athleten aus 40 Ländern an der Olympiade 2000. Kodex ohne Hinweis auf Kern-Konventionen der UNO-Arbeitsorganisation (ILO).
Fabrik in Indonesien: 24-Stunden-Nonstop-Arbeit.



Umbro, Grossbritannien (etwa 600 Millionen Franken)

Bezahlte über 11 Millionen Franken an den Liverpool-Fussballer Michael Owen.
Hat unvollständigen Kodex, der nur intern kontrolliert wird.
Fabrik in China: 6 US-Dollar Busse für Produktionsfehler.



Asics, Japan (972 Millionen US-Dollar)

Offizieller Schuhlieferant für 60 000 FackelträgerInnen in Barcelona 1992.
Kodex gilt nicht für alle Produktionsstätten.
Fabrik in Thailand: 30 Gewerkschaftsmitglieder wurden entlassen.



Puma, Deutschland (2,7 Milliarden Franken)

Sponsor u. a. des Olympiateams aus Jamaika.
Fabrik in Mexiko: Auftragsstopp als Anti-Gewerkschaft-Strategie.



Kappa, Italien (etwa 375 Millionen Franken)

Fussball-Sponsor von AS Monaco, FC Porto und von Feyenoord Rotterdam.
Unvollständiger Kodex und Kontrollen durch eine Auditfirma.
Militärstaat Burma: Kappa liess sicher bis 2002 dort produzieren.



New Balance, USA (1,3 Milliarden US-Dollar)

Slogan von New Balance: Nr. 1: «Endorsed by No-one» (Beworben von niemandem) – dafür Sponsoring von Sportanlässen.
Werbespruch Nr. 2: «Made in USA»; dank Kosteneinsparung durch Temporärstellen.
Fabrik in China: Unterkünfte mit 28 Personen pro Zimmer.



Lotto, Italien (227 Millionen US-Dollar)

Sponsor von über 100 Tennisstars und über 50 Teams in 20 Ländern. Lotto hat nicht einmal einen sozialen Verhaltenskodex.
Fabrik in Indonesien: Verdoppelung der Produktionsvorgaben in der Hochsaison.



«Play Fair bei Olympia» lautet das Motto der internationalen Kampagne.

Start zum Marathon Richtung Fairplay

Firmen wie Adidas, Nike oder Reebok – also jene, die besonders in der öffentlichen Kritik standen – haben begonnen, in Zusammenarbeit mit Gewerkschaften und Nicht-regierungsorganisationen (NGOs) Wege zu finden, um die international anerkannten Sozialstandards umzusetzen. Nach jahrelangen Protesten willigte im Januar 2004 auch Puma ein. Auch sie wollen nun im Rahmen der Fair Labour Organisation (FLA) die Probleme anpacken. Verglichen mit dem olympischen Marathon (Strecke = 42,195 km) ist Puma jedoch erst auf Kilometer 1.

Schweizer Olympia-Appell an Klubs und Vereine

Ob am Fussballturnier, im Tennisklub oder beim Wandern mit der Pfadi: Beim Sport schätzen alle ihre zweckmässige Bekleidung. Deshalb werden alle Vereine, Klubs und Gruppen mit sportlichen Aktivitäten aufgerufen, den Schweizer Olympia-Appell 2004 zu unterzeichnen. Das Ziel ist es, dass zusätzlich zu den Unterschriften für die Petition (siehe Seite 4) mindestens 100 aktive Sportgruppen sich vom olympischen Feuer inspirieren lassen und den Olympia-Appell unterschreiben. Das Formular für Gruppen erhalten Sie bei der EvB, oder füllen Sie es online aus unter: www.evb.ch.

Foto: www.fsfv.ch



Fussball-Team RotoR Zürich – die Nummer 1 beim Olympia-Appell für Teams.

Wer näht uns einen fairen Mannschaftsdress?

Schon lange wünscht sich das Team RotoR der alternativen Zürcher Fussball Liga (siehe unter: www.fsfv.ch) einen garantiert fair und sauber hergestellten Mannschaftsdress. Konsequenterweise waren sie das erste Team, das den Olympia-Appell für Gruppen unterzeichnete.

Die Markenartikel im Schweizer Markt

Einen grossen Anteil des Sportgeschäftes in der Schweiz erzielen Intersport, Ochsner, SportXX, Athleticum. Dort werden auch B-Klasse-Markenartikel vertrieben. Daher fordern CCC, EvB und der SGB nicht nur vom IOK fair produzierte Sportkleider, sondern gelangen mit den Forderungen der Olympia-Kampagne auch an den Schweizer Detailhandel. Im August werden alle Resultate der Kampagne veröffentlicht – daher brauchen wir Ihre Unterstützung für den Olympia-Appell.



www.evb.ch

E-Mail: ccc@evb.ch



Impressum

Die Olympia-Kampagne 2004 wird getragen von der Clean Clothes Campaign (CCC), der Erklärung von Bern (EvB) und dem Schweizerischen Gewerkschaftsbund (SGB). April 2004.

Redaktion
Stefan Indermühle
Sibylle Spengler

Gestaltung
Clerici Partner, Zürich

Druck
Printoset, Zürich; auf 100% Recyclingpapier (Lenzatop)

Olympisches Gold im Akkordnähen

Gold wert ist die Olympiade 2004 in Athen in erster Linie den Sportstars. Aber auch für Markenfirmen wie Asics, Fila, Lotto, Puma oder Umbro: Dank ihrem Olympia-Marketing werden sie mit Sportbekleidung Millionen verdienen. Möglichst viele Sportanzüge möglichst schnell zu nähen, ist jedoch keine olympische Disziplin. Zum Leidwesen der 22-jährigen Phan, die in einer Stunde 240 T-Shirt-Kragen nähen muss und dafür weder eine Medaille noch eine anständige Entschädigung erhält: Ihr Stundenlohn beträgt nur gerade 25 Rappen.

Talon kopieren oder ausschneiden und einsenden an die EvB.

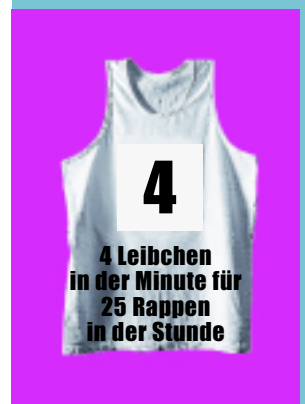
Schweizer Olympia-Appell

Dort, wo Sportbekleidung und Olympia-Artikel genäht werden, herrschen oft skandalöse Bedingungen. Arbeit in Würde ist dort so selten wie der Weltrekord im Weitsprung oder Speerwurf. In den Textilfabriken hatte der olympische Geist bisher keinen Zutritt. Helfen Sie mit, dies zu ändern, indem Sie den Olympia-Appell unterschreiben:

Appell ans Exekutivkomitee des IOK in Lausanne:

Neuste Berichte über die Arbeitsbedingungen in den Sportbekleidungsfabriken haben mich schockiert. Gemäss der Charta der Olympischen Spiele sollen aber «universale, ethische Prinzipien» gelten. Daher erinnere ich das Internationale Olympische Komitee (IOK) daran und wünsche, dass es sich zusammen mit Sportbekleidungsfirmen und Lizenznehmern aktiv dafür einsetzt, damit die grundlegenden Arbeitsrechte respektiert und in Rücksprache mit allen beteiligten Kreisen überprüft werden.

Name, Vorname	Adresse	PLZ, Ort	Unterschrift
1			
2			
3			
4			
5			
6			
7			
8			
9			
10			



Kampagnenmaterial

Formulare für Gruppen, Petitionsbogen, Plakatvorlagen und weitere Informationen können bei der EvB bestellt werden: Erklärung von Bern, Postfach, 8031 Zürich, Tel. 01 277 70 00, Fax 01 277 70 01, info@evb.ch, www.evb.ch, Postkonto 80-8885-4.