

Die Sportbekleidungsindustrie steht im Abseits

Unternehmen steckten mehr als 7 Milliarden Euro in die Fussball WM 2006. Allen voran ging Hauptsponsor Adidas mit einem Werbebudget von gegen einer Milliarde Euro. Abseits der Kameras fechten Tausende von Beschäftigten - meist Frauen in Entwicklungsländern - einen ganz anderen Kampf aus. Sie nähen die Trainingsanzüge, Turnschuhe, Turnhemden und Team-Uniformen und verdienen dabei kaum genug zum überleben.

- a) Wie sollte Ihrer Meinung nach eine Kampagne für gerecht produzierte Kleider erfolgen?

Nationaltrikot mit Schweißfleck (01.06.06)



Viele Fussballfans vermissen auf dem neuen Dress unserer Nationalelf das Schweizerkreuz. Nur wer genau hinschaut, erkennt auf dem Trikot einen kreuzförmigen Schatten, der gemäss «Blick» eher wie ein Schweißfleck aussieht. Tatsächlich klebt an unseren WM-Leibchen Schweiss, schon bevor die ersten Fussballer in ein Stadion einlaufen. Der Schweiß der Näherinnen in Rumänien nämlich, die das Shirt für Puma produziert haben.

An einem Schweizer National-Trikot verdient die Näherin nur etwa 30 Rappen, schätzt die Erklärung von Bern (EvB). Doch wer verdient am lukrativen WM-Geschäft? Die Konsumierenden bezahlen nämlich 100 Franken für das Polyester-Shirt. Davon gehen gemäss EvB 50 Franken an den Detailhandel. Puma streicht rund 35 Franken ein und der Schweizerische Fussballverband (SFV) erhält pro Shirt 5 Franken (der Rest ist für den Produzenten, das Material, die Gebühren, Zölle und den Transport).

«Die Näherinnen in den Sportbekleidungs-Fabriken sind die Verliererinnen im WM-Geschäft» erklärt Stefan Indermühle von der EvB. «Trotz strenger Arbeit leben sie meist in krasser Armut und nehmen oft hohe Gesundheitsrisiken in Kauf.» Eine Studie aus El Salvador zeigt, dass eine Näherin dort weniger als ein Viertel des Betrages verdient, den eine vierköpfige Familie für die Grundversorgung brauchen würde. Der monatliche Mindestlohn beträgt 151,20 US-Dollar, für den Grundbedarf benötigt die Familie 275 Dollar. Erst mit 684 Dollar im Monat könnte gemäss der salvadorianischen Generaldirektion für Statistik und Volkszählung die Armut überwunden werden. Alle grossen Sportbekleidungsfirmen – auch Puma – halten sich heute lediglich an die gesetzlich festgelegten Mindestlöhne. In El Salvador deckt dieser Betrag nur gerade die Kosten der benötigten Lebensmittel.

Adidas ist in einen Arbeitskonflikt in El Salvador verwickelt, Fila in einen Skandalfall in Indonesien. Puma hat zwar gewisse Massnahmen gegen die Ausbeutung getroffen, weigert sich aber ebenfalls standhaft, allen Angestellten ihrer Lieferanten einen existenzsichernden Lohn zu garantieren. Gegen solche Missstände mobilisiert die Clean Clothes Campaign (CCC), die Kampagne für gerecht produzierte Kleider.

(Quelle: <http://www.cleanclothes.ch/p25011180.html> / 28.06.07)

- b) Erklären Sie mit Hilfe des Gesamtmodells Wirtschaft und Recht, wie man die Forderungen der „alternativen Waschanleitung“ erfüllen kann.

Frank Rothe hat die Taschen voll. Die 300 kleinen Papieretiketten sind ein Gesprächsangebot an den Karstadt-Sport-Geschäftsführer, sagt der Sprecher von attac Dortmund. "Made in Hell" steht auf den Flyern. Und "Hergestellt im rechtsfreiem Raum".

Es ist Freitag, 16.30 Uhr. In der zweiten Etage der Dortmunder Karstadt Sport-Filiale hängen sechs attac-Aktivisten die Etiketten an die Sportklamotten. "Made in Hell" sieht aus wie eine Waschanleitung. Deshalb dauert es fast eine Viertelstunde bis die erste Verkäuferin die schlechte Publicity entdeckt. Dann geht alles ganz schnell. "Gehen Sie bitte", sagt ein Herr mit Anzug, der "inhaltlich gar nichts zu dem Thema sagen kann." Die attac-Ortsgruppe will nicht gehen. Herrn Bliesener will sie sprechen, den Mann, der auf gar keinen Fall an ihrer Podiumsdiskussion teilnehmen will. Der versucht gerade, zwischen den Kleiderständern abzutauchen.

"Was sagen sie zu den menschenunwürdigen Bedingungen bei der Produktion ihrer Ware?" fragt Frank Rothe. Herr Bliesener im Anzug und gelber Krawatte will dazu nichts sagen. "Das Schöne an einer Demokratie ist, dass man das Recht hat, nichts zu sagen", sagt er. Und dieses Recht nimmt er solange in Anspruch, bis die Gruppe abzieht.

"Wir haben uns schon gedacht, dass das so laufen wird", sagt Frank Rothe. Ein bißchen enttäuscht ist er schon. Denn eigentlich hatte attac sich eine kontroverse Diskussion mit den Dortmunder Sportartikelhändlern gewünscht. Am Montag veranstalten die Globalisierungskritiker eine öffentliche Podiumsdiskussion zum Thema. Und neben Maik Pflaum von der Christlichen Initiative Romeo und den Gewerkschafter Klaus Priegnitz sollten eigentlich die Vertreter der großen Dortmunder Händler sitzen. Schließlich werden Karstadt, Kaufhof und Voswinkel hier nicht zum ersten Mal vorgeworfen, dass in ihren Zuliefererbetrieben Arbeiterinnen und Arbeiter 90 Stunden die Woche unter gesundheitsschädigenden Bedingungen für einen Hungerlohn schuften.

Karstadt zum Beispiel hat den Sozialkodex der Außenhandelsvereinigung des Deutschen Einzelhandels unterzeichnet, der eine Kontrolle der Arbeitbedingungen in den Zuliefererbetrieben vorschreibt. Attac und anderen NGOs reicht das nicht: "Wir fordern unabhängige Kontrollen, deren Ergebnisse öffentlich gemacht werden", sagt Frank Rothe. "Aber genau das wollten wir am Montag mit einem Karstadtvertreter diskutieren." Wenn Karstadt vom AVE-Kodex überzeugt wäre, würde Herr Bliesener mitdiskutieren, finden auch die anderen.

Auch Kaufhof und Voswinkel schicken niemanden zur Podiumsdiskussion. "Unseren Kunden ist der Winterschlussverkauf wichtiger", sagen die Zuständigen. "Viele Kunden wissen eben nicht, dass an den Waren Blut klebt", sagt Rothe. Das will attac am Samstag ändern: Ab 10 Uhr findet vor Karstadt-Sport eine Infoveranstaltung mit Straßentheater und Videovorführung statt.

(Quelle Artikel: <http://www.taz.de/index.php?id=archiv&dig=2004/01/24/a0025> / 28.06.07)



(Quelle Abbildung: <http://www.inkota.de/wm2006/downloads/made-in-hell.pdf> / 28.06.07)