

## Fair Trade-Kolumne

### Globalisierung hautnah

Mit T-Shirts, Jeans und Jacken tragen wir ein Stück Globalisierung auf unserer Haut. Ein Blick auf die Etiketten zeigt, dass Kleidung meist schon eine Weltreise hinter sich hat, bevor sie in unseren Schränken landet: Der Pulli kommt aus Kambodscha, die Hose aus Tunesien und die Schuhe aus El Salvador. Besonders arbeitsintensive Herstellungsschritte der Textilproduktion, wie das Nähen, werden dort erledigt, wo die Lohnkosten sehr niedrig sind. Das heißt im Klartext: Produziert wird dort, wo die Armut so groß und die Alternativen so gering sind, dass Menschen bereit sind, für sehr wenig Geld unter schlechtesten Bedingungen zu arbeiten. Viele Entwicklungsländer sind deshalb wichtige Produktionsstätten für die Textilindustrie.



### Sweatshirts aus Sweatshops

Ein Schlüsselbegriff der Kleidungsproduktion ist der „Sweatshop“. Sweatshops sind Firmen, in denen Waren schnell und billig für den globalisierten Markt produziert werden, meist ohne Rücksicht auf die Rechte der Arbeitnehmer/innen. Sweatshops geraten immer wieder in die Schlagzeilen, da es wegen katastrophaler Sicherheitsstandards häufig zu Unfällen kommt. Ein Beispiel: In der letzten Februarwoche sind in Bangladesh über 50 Arbeiterinnen in einer brennenden Textilfabrik gestorben. Weil ein Aufseher das Haupttor der Firma verschlossen hatte und zahlreiche Fenster vergittert waren, konnten sie nicht aus dem Gebäude fliehen.

Sweatshops sind meist im Besitz von lokalen Subunternehmern und gehören nicht direkt zu einem der großen Konzerne. Dadurch sind Textilkonzerne extrem flexibel: Sind sie mit der Leistung eines Zulieferers nicht zufrieden, können sie ihre Ware ohne Umstände anderswo produzieren lassen - in einer anderen Region, einem anderen Land oder einem anderen Kontinent.

Du willst auch eine Fair Trade-Kolumne schreiben? Melde dich bei [a.milcher@weltladen.de](mailto:a.milcher@weltladen.de) !

### Archiv Fair Trade-Kolumne

Februar 06

 [Fair Trade und Tourismus](#)



Dezember 05

 [Fair Trade und Ernährung](#)

Für Multinationale Unternehmen ist das die Schokoladenseite der Globalisierung, für Arbeiter und Arbeiterinnen natürlich nicht, denn durch die Mobilität in der Auftragsvergabe stehen lokale Subunternehmer unter enormen Druck, sich gegenseitig preislich zu unterbieten. Die ständige Drohung der Verlagerung der Produktion drückt die Löhne und dient als Totschlagargument gegen Forderungen nach verbesserten Arbeitsbedingungen.



### Frauen als billige Arbeitskräfte

Es sind vor allem Frauen, die in Sweatshops schuften. Das ist kein Zufall: Konzerne und Subunternehmen greifen auf herrschende Geschlechterstereotypen zurück und nutzen diese zu ihrem Vorteil. Was das bedeutet? Zum Beispiel, dass Frauen weniger verdienen, weil vorausgesetzt wird, dass sie bloß einen kleinen Beitrag zum Familieneinkommen leisten. Die Löhne orientieren sich am Modell „Mann = Brötchenverdiener“ und „Frau = allerhöchstens Zuverdienerin“. Diese Vorstellung geht meist an der Realität vorbei: Tatsache ist, dass viele Frauen sich selbst und oft noch ihre ganze Familie von einem äußerst knapp bemessenen Gehalt über Wasser halten.

Grund Nummer zwei, warum vor allem Frauen für die schweißtreibende, monotone Arbeit gerne eingestellt werden, ist, dass sie sich seltener gewerkschaftlich organisieren. Sandra Dusch Silva von der Christlichen Initiative Romero, die sich im Rahmen der Kampagne für „Saubere“ Kleidung (Clean Clothes Campaign, kurz CCC) für die Rechte von Näherinnen einsetzt, erklärt: „Die Arbeiterinnen sind in der Regel sehr jung, da sie in späteren Jahren den Akkordmarathon nicht mehr schaffen und bei den Fabrikbesitzern als "verschlissen" gelten. Da die Arbeit in den Sweatshops häufig die erste bezahlte Tätigkeit der Frauen ist, organisieren sie sich kaum und lassen sich leichter beeinflussen

>



## Was kann man tun?

Am schönsten wäre es natürlich, wenn sich weltweit alle Unternehmen und Regierungen an die Richtlinien und Abkommen z.B. der International Labour Organisation (ILO) oder der UNO halten würden, in denen die Rechte von Arbeitnehmern und Arbeitnehmerinnen längst festgelegt sind. Die Verträge sind aber leider zahnlose Papiertiger. Wer gegen sie verstößt, dem passiert nämlich – gar nichts. Da weder der Mainstream der Regierungen noch der Unternehmen Interesse an der Durchsetzung internationaler Arbeiterrechte zeigt, ist Eigeninitiative gefragt: Die so genannte Politik des Warenkorbs, die Macht der Konsument/innen.

## „Saubere“ Kleidung

Auf verantwortungsbewusste und gut informierte Verbraucher/innen setzt auch die „Kampagne für Saubere Kleidung“. Nach Sandra Dusch Silvas Erfahrung, kann sie durchaus etwas bewegen: „Alle Unternehmen, mit denen sich die CCC bislang öffentlich beschäftigte, interessierten sich bis zum Zeitpunkt der kritischen Anfragen überhaupt nicht für die Ausbeutung ihrer Näherinnen, ja sie reagierten zunächst nicht einmal auf die Kritik. Erst als sich der Druck erhöhte, baten sie um einen Dialog und suchten nach unterschiedlichen Wegen, um aus der Defensive zu kommen.“

Eine wirklich „saubere“ Konsumalternative gibt es bei Kleidung allerdings noch nicht. Schritt für Schritt verändert sich aber wenigstens ein Teil der Branche: Öffentlicher Druck bringt manche Unternehmen dazu, sich ihrer sozialen Verantwortung zu stellen. Und das bedeutet, dass die wirtschaftlichen und sozialen Rechte von Frauen in der Textilindustrie ein Stückchen mehr respektiert werden.

[www.saubere-kleidung.de/index.htm](http://www.saubere-kleidung.de/index.htm)

Alles über die Kampagne für saubere Kleidung in Deutschland ...

[www.oneworld.at/cck](http://www.oneworld.at/cck)

...und in Österreich

[www.ci-romero.de/](http://www.ci-romero.de/)

Die großen Konzerne adidas, KarstadtQuelle u.s.w. stecken viel Geld in Werbung und sparen bei der Herstellung in den Zulieferbetrieben. Diesem Erfolgsrezept für sagenhafte Gewinne auf Kosten der Arbeiter/innen will die Christliche Initiative Romero (CIR) mit ihrer Beteiligung an der Kampagne für „Saubere“ Kleidung entgegenzutreten.

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

Auf der Seite der „International Labour Organisation“ gibt es ausführliche Informationen zu den Rechten von Arbeitnehmern und Arbeitnehmerinnen – allerdings nur auf englisch, spanisch oder französisch.

<http://www.terre-des-femmes.de/>

Terre des femmes engagiert sich für soziale Rechte von Textilarbeiterinnen. Im Moment konzentriert sich Terre des Femmes vor allem auf die thematische Arbeit zum Tchibo-Konzern und gestaltet Eilaktionen zu den Arbeitsbedingungen der Textilarbeiterinnen.

[www.adbusters.org/metaspotshoes/](http://www.adbusters.org/metaspotshoes/)

Ein Beispiel dafür, dass es auch anders geht: Der erste

fair produzierte, umweltfreundliche Anti-Marken-Schuh.

<http://en.fairwear.nl/>

Die „Fair Wear Foundation“ setzt sich für bessere Arbeitsbedingungen in der Bekleidungsindustrie ein. Unternehmen, die sich an bestimmte Richtlinien in der Produktion halten, können sich mit dem „Fair Wear Logo“ schmücken. Aus der niederländischen Initiative soll bald eine europäische werden. Infos auf englisch.